



Motivationsfaktoren und Gerechtigkeitsempfinden in der Bevölkerung bei Klimaschutzmaßnahmen

Eine kompakte Zusammenfassung des Forschungsstands

// Dirk Arne Heyen, Lara Schmitt

(unter Mitarbeit von Benjamin Köhler, Jonathan Schreiber und Katja Schumacher)

Was motiviert Menschen sich klima- und umweltfreundlich zu verhalten? Für wie gerecht halten sie verschiedene klimapolitische Maßnahmen und was beeinflusst sie in ihren Einstellungen? Und welchen Einfluss hat Kommunikation auf Motivation und Gerechtigkeitsempfinden sowie klimapolitische Akzeptanz generell? Zu diesen Fragen fasst der vorliegende Policy Brief den wissenschaftlichen Erkenntnisstand zusammen.

Zentrale Erkenntnisse

- Das Verhalten von Menschen wird von verschiedenen Faktoren beeinflusst, darunter Bedürfnisse, Einstellungen, soziale Normen, Emotionen, Routinen und die Wahrnehmung von Aufwand und Nutzen. Die Motivation für klimafreundliches Handeln steigt, wenn die Umsetzung einfach und der Nutzen spürbar ist, die Menschen sich selbstwirksam fühlen und das Gefühl haben, mit anderen zusammen zu einem Ziel beizutragen.
- Die (kurzfristige) Bezahlbarkeit ist eine zentrale Sorge der Menschen auch mit Blick auf klimapolitische Maßnahmen. Mit steigenden Kosten verbundene Maßnahmen werden von vielen als „ungerecht“ abgelehnt. Die Zustimmung verbessert sich meist, wenn einkommensschwache oder anderweitig vulnerable Haushalte gezielt unterstützt werden.
- Gute Kommunikation zu Klimaschutzmaßnahmen betont gesellschaftliche und individuelle Nutzenaspekte, auch anhand von alltagsnahen Beispielen. Die Kommunikation erfolgt zumindest teilweise durch Akteure, die ein hohes Vertrauen in der Bevölkerung genießen bzw. unterschiedliche Bevölkerungsgruppen gut erreichen.

1 Einleitung

Ziel und Gegenstand dieses Policy Briefs ist die prägnante Synthese von wissenschaftlichen Erkenntnissen zu folgenden Aspekten:

- a) **Motivationsfaktoren für klimafreundliches Handeln** (s. Kap. 2);
- b) **Einstellungen in der Bevölkerung mit Blick auf die soziale Gerechtigkeit von klimapolitischen Maßnahmen** (s. Kap. 3);
- c) **Kommunikationsbezogene Einflussfaktoren auf Akzeptanz, Motivation und Gerechtigkeitsempfinden bei klimapolitischen Maßnahmen** (s. Kap. 4).

Unter „Motivation“ wird hier eine grundsätzliche Handlungsbereitschaft für klimafreundliches Handeln (Kauf-, Investitionsentscheidungen oder sonstige Verhaltensweisen) verstanden; unter „Akzeptanz“ positive, zustimmende Einstellungen zu klimapolitischen Maßnahmen (-Vorschlägen). Im Folgenden wird auch von „Zustimmung“ bzw. „Ablehnung“ gesprochen. Motivation und Akzeptanz müssen nicht unbedingt zu aktiven Handlungen führen, sind aber fördernde Bedingungen.

Die Auswahl der genannten Schwerpunktthemen lässt sich mit dem Fokus des Projekts begründen, in dessen Rahmen dieser Policy Brief zunächst als Grundlagenpapier entstanden ist.¹ Das Papier basiert v.a. auf empirischen Einstellungs- und Akzeptanzstudien zu Klimaschutz und Klimapolitik. Es stellt eine thematische Fokussierung und Aktualisierung gegenüber einem früheren Policy Brief dar (Heyen und Schmitt 2024). Die Hauptgrundlage bilden auch hier internationale Synthese- und Meta-Studien im Themenfeld (Drews und van den Bergh 2016; Bergquist et al. 2022; Heyen und Wicki 2024; Savin et al. 2025) und aktuelle Studien zu Deutschland (Detsch 2024; Gagné 2024; Hagemeyer et al. 2024; Holzmann und Wolf 2023; Mau et al. 2023; Müller und Sandmann 2025; pollytix 2024; Tröger et al. 2025; Uni Erfurt et al. 2024).

Bei den meisten Spiegelstrichen im Folgenden sind Ergebnisse aus mehreren Studien zu allgemeinen und nicht genau quantifizierten Aussagen zusammengefasst. Angaben zu einer „hohen“ oder „geringen“ Akzeptanz beziehen sich auf den Anteil bzw. das Verhältnis zustimmender bzw. ablehnender Bewertungen der in Studien befragten Personen, evtl. auch im Vergleich mehrerer Policy-Optionen. In Ausnahmefällen werden aus einzelnen, aktuellen Studien aus Deutschland auch Prozentzahlen genannt. Da sich Fokus, Fragestellungen und Methodik zwischen den Studien unterscheiden, sind ihre Ergebnisse nur begrenzt vergleichbar.

2 Motivationsfaktoren für klimafreundliches Verhalten

- **Individuelles Verhalten wird von einer Reihe von Faktoren beeinflusst**, nicht nur Absichten (Intentionen), sondern auch Routinen, Regeln, Angeboten und Aufwänden (s. SRU (2023) für eine Synthese des Forschungsstands mit Blick auf umweltrelevantes Verhalten). Entsprechend des Schwerpunkts dieses Papiers auf Motivation liegt der Fokus im Folgenden aber auf Verhaltensintentionen.

¹ Projekttitle „Bausteine motivierender und sozial gerechter Klimapolitik“, finanziert aus Spenden und Eigenmitteln des Öko-Instituts; Laufzeit: 11/2024 – 01/2026. Weitere Informationen und Publikationen aus dem Projekt unter <https://www.oeko.de/projekte/detail/bausteine-motivierender-und-sozial-gerechter-klima-und-umweltpolitik> Im Projekt wurde auch ein Online-Tool („Maßnahmencheck Klimaschutz & Gesellschaft“) entwickelt, mit dem Maßnahmenideen für Klima- und Umweltschutz mit Blick auf gesellschaftliche Akzeptanz, Motivation und Gerechtigkeitsaspekte geprüft und verbessert werden können.

- Verhaltensintentionen selbst werden wiederum von vielen verschiedenen Faktoren beeinflusst, darunter Bedürfnissen, der Wahrnehmung von Aufwand und Nutzen, Wissensbeständen, Einstellungen, Emotionen sowie sozialen Normen und Verhaltensweisen anderer (ebd., s. auch Abbildung 1).

Abbildung 1: Motivationsfaktoren für klimafreundliches Verhalten



Quelle: Öko-Institut, vereinfachte Darstellung auf Basis der Literatur.

- Die Umweltpsychologie zeigt, dass die **intrinsische Motivation stärker und langfristiger zu umweltfreundlichem Verhalten motiviert als die extrinsische Motivation durch äußere Anreize** (Silvi und Padilla 2021; Pugno und Sarracino 2021; Kibbe 2017; Zhu und Chen 2024). **Zur Erhöhung der intrinsischen Motivation trägt u.a. ein hohes Maß an Selbstwirksamkeit und Autonomiegefühl, aber auch soziale Eingebundenheit bei** (Shafiei und Maleksaeidi 2020; Tabernero und Hernández 2012). Hohe Selbstwirksamkeit kann auch die „moralische Distanzierung“² vom Klimawandel verringern (Peeters et al. 2019).

² „Moralische Distanzierung“ (*moral disengagement*) bezeichnet einen psychologischen Prozess, durch den eigentlich als unmoralisch erachtete Verhaltensweisen akzeptiert werden. In der Umweltpsychologie wird die moralische Distanzierung als bedeutsame Motivationslücke für klimafreundliches Verhalten erachtet (Stoll-Kleemann et al. 2023; Kilian und Mann 2020; Peeters et al. 2019). Dabei wird die Komplexität des Klimawandels als Ausrede genutzt, um klimaschädliches, eigennütziges Verhalten zu legitimieren.

- Die **Übereinstimmung von Verhaltensweisen / Maßnahmen mit den eigenen Werten und der eigenen Identität** beeinflusst ebenfalls die Verhaltensmotivation (Schrader et al. 2024; Nagel 2022). Dies könnte auch gruppenspezifische Unterschiede in der Umsetzungsbereitschaft konkreter Maßnahmen und in der Zustimmung zu klimapolitischen Instrumenten (s. nachfolgende Abschnitte) teilweise erklären. Dabei tragen ein individuelles **Problembewusstsein und Verantwortungsgefühl** zur Verhaltensmotivation und Akzeptanz bei (Drews und van den Bergh 2016; Syropoulos und Markowitz 2022; Loschke et al. 2025).
- Auch die wahrgenommenen **sozialen Normen** können einen Einfluss auf die Akzeptanz von Klimapolitik und das eigene Umweltverhalten haben. Nehmen Menschen an, dass auch ihre Mitmenschen eine Politikmaßnahme oder Verhaltensweise unterstützen, sind sie motiviert, sich ähnlich zu verhalten (Hamann et al. 2016; Drews und van den Bergh 2016; Mundaca et al. 2022).
- Der **wahrgenommene Beitrag zum Klimaschutz** spielt ebenso eine Rolle. **Das Gefühl, gemeinsam etwas zu bewegen (kollektive Wirksamkeit), gilt als starker Treiber.** Das führt Holzmann und Digulla (2024) zum Schluss, dass individualisierte Appelle zu Verhaltensänderungen nicht sehr wirksam sind. Es fehle an sichtbaren kollektiven Handlungen, die motivieren, weitere Schritte zu gehen.
- Nichtsdestotrotz: **Politikmaßnahmen, welche die Selbstwirksamkeit oder gar Autarkie der Bürger*innen befördern**, z.B. durch eigene Stromerzeugung (PV-Anlage, „Balkonkraftwerk“), **sind sehr gut anschlussfähig an die Einstellungen vieler Menschen** (Gagné 2024; pollytix 2024). 79 % der Befragten einer aktuellen Studie könnten sich vorstellen, ihre eigene Energie zu erzeugen (darunter 10 %, die dies bereits tun), wobei es erhebliche Unterschiede nach Milieu, Alter, Geschlecht, Bildung und Einkommen gibt (Detsch 2024).
- **Emotionen können ein weiterer Motivator für klimafreundliches Verhalten sein.** Die Wirkung ist jedoch je nach Kontext und Zielgruppe unterschiedlich. So können negative Emotionen kurzfristig motivieren, langfristig aber auch lähmend wirken. Positive Emotionen wie Hoffnung können zu langfristigem Engagement führen, aber auch dazu, dass der Klimawandel als weniger dringlich wahrgenommen wird. Eine geschickte, zielgruppenspezifische Kombination von positiven und negativen Emotionen in der Kommunikation ist daher zu empfehlen, um Menschen zum Handeln zu bewegen, ohne sie zu überfordern oder zu demotivieren (Kałwak et al. 2024) (s. auch Kap. 4 zu Kommunikation).

3 Gerechtigkeitsempfinden bei klimapolitischen Maßnahmen

- Die Klimapolitik bzw. Energie- und Verkehrswende allgemein werden von einer Mehrheit (je nach Studie bis zu zwei Dritteln) als „ungerecht“ empfunden (Detsch 2024; Faas et al. 2024; Gagné 2024; Gagné und Krause 2021; Holzmann und Wolf 2023; More in Common 2026; Müller und Sandmann 2025) – und teilweise auch als Gefahr für den gesellschaftlichen Zusammenhalt (Holzmann und Wolf 2023; More in Common 2026), beides mit steigender Tendenz. Dies ist auch deswegen problematisch, weil die **Gerechtigkeitsbewertung von klimapolitischen Maßnahmen** sich in einer internationalen Meta-Studie als **stärkster Einflussfaktor ihrer Akzeptanz** herausstellte (Bergquist et al. 2022). Die Relevanz des Gerechtigkeitsempfindens zeigt sich auch im Diskurs zu Energieeinsparungen im Zuge der Energiepreiskrise (Loschke et al. 2025; 2024).

- **Die (kurzfristige) „Bezahlbarkeit“ ist spätestens seit der Energiepreiskrise und hohen Inflation zentrale Sorge** bzw. zentrales Anliegen in der deutschen Bevölkerung mit Blick auf Klimapolitik und Energiewende (Gagné 2024; Gagné und Krause 2021; Melloh et al. 2022; TÜV-Verband 2024). Viele Menschen fürchten aktuell eine finanzielle Belastung bzw. Überforderung durch Klimaschutzmaßnahmen (E.ON Foundation 2025; More in Common 2026; Frick et al. 2026).
 - **Vor allem einkommensschwache Haushalte fürchten eine höhere Kostenbelastung** und eine stärkere soziale Spaltung (Holzmann und Wolf 2023). Zudem sind selbstnutzende Hauseigentümer*innen bzgl. der künftigen Kosten etwas pessimistischer als Mietende, sowie Viel-Autofahrende pessimistischer als Menschen, die wenig oder gar nicht Auto fahren (ebd.).
- **Vorschläge für eingriffsintensivere „Push-Instrumente“ (Bepreisung und Ordnungsrecht) stoßen i.d.R. auf weniger Akzeptanz als „Pull-Instrumente“** (Infrastruktur-/Angebotsverbesserung, Förderung, Information und Beratung).³ Dies gilt v.a. dann, wenn diese Bürger*innen direkt adressieren. Dies hat nicht nur, aber auch mit Gerechtigkeitsbewertungen der Menschen zu tun:
 - **Vorschriften und Verbote werden häufig als Bevormundung und Einschränkung empfunden.** Das Gefühl, von neuen Vorgaben eingeschränkt zu werden, gehört zu den gesellschaftlichen „Trigger-Punkten“ (Mau et al. 2023). Dies zeigte sich deutlich in dem Diskurs zur Novelle des Gebäudeenergiegesetzes (Braungardt et al. 2024). Es gibt jedoch auch **Ausnahmen**: So wird z.B. ein allgemeines Tempolimit auf Autobahnen in fast allen Umfragen der letzten Jahre von einer Mehrheit (ca. 60 %) befürwortet (u.a. Eßer und Frondel 2024; Gagné und Krause 2021; TÜV-Verband 2024; Uni Erfurt et al. 2024). Das Tempolimit wird zugleich mehrheitlich als gerecht empfunden (Eßer und Frondel 2024).
 - **Preisinstrumente wie eine CO₂-Bepreisung werden wegen ihrer finanziellen, häufig als „ungerecht“ angesehenen Belastung abgelehnt** (z.B. E.ON Foundation 2025; Eßer und Frondel 2024; Holzmann und Wolf 2023). Die Akzeptanz der CO₂-Bepreisung ist bei einkommensschwachen und ländlichen Haushalten geringer als bei einkommensstarken und städtischen (Behringer et al. 2024). Die persönliche Kostenbelastung durch die CO₂-Bepreisung wird von der Mehrheit der Bevölkerung deutlich überschätzt (Behringer et al. 2024; Douenne und Fabre 2022). Durch gezielte Verwendung der Einnahmen kann die Akzeptanz gesteigert werden (s. einige Spiegelstriche weiter unten).
 - **Push-Instrumente, die bei Unternehmen ansetzen, stoßen im Vergleich oft auf höhere Zustimmung** (Savin et al. 2025). Dies passt zu vielen Studienergebnissen, wonach die Bevölkerung Unternehmen eher in der Verantwortung für Klimaschutz sieht als sich selbst (Blesse et al. 2024; Detsch 2024; Hagemeyer et al. 2024; pollytix 2024). In einer der Studien meinten 78 %, die Wirtschaft brauche klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden (Detsch 2024). **Wenn das Instrument allerdings mit steigenden Kosten (auch) für Verbraucher*innen verbunden ist, sinkt die Zustimmung wieder** (z.B. Brannlund und Persson 2012; Rinscheid und Wüstenhagen 2019).

³ Dies zeigt sich in fast allen Studien (Heyen und Wicki 2024), auch bei den jüngsten Bevölkerungsbefragungen in Deutschland (Blesse et al. 2024; Detsch 2024; Tröger et al. 2025; Tröger et al. 2025; TÜV-Verband 2024; Uni Erfurt et al. 2024).

- Eine **gezielte Entlastung einkommensschwacher Haushalte wird meist als gerechter empfunden als eine gleichmäßige Kostenverteilung bzw. eine solche nach dem Energieverbrauch** (Holzmann und Wolf 2023). In einer aktuellen Studie sprachen sich 87 % der Befragten in Deutschland dafür aus, dass **Personen mit niedrigem Einkommen finanziell stärker unterstützt werden sollten**, wenn wegen Klimaschutzmaßnahmen die Kosten für Strom, Wärme oder Mobilität steigen (Detsch 2024; s. auch Baute 2024). Eine weitere Studie zeigt, dass die Akzeptanz zusätzlicher Kosten zum Ausbau erneuerbarer Energien höher liegt, wenn einkommensschwache Haushalte davon befreit werden, als wenn die energieintensive Industrie davon befreit wird (Andor et al. 2022).
- Entsprechend stößt auch bei Befragungen speziell zur **Rückverteilung der Einnahmen aus der CO₂-Bepreisung die gezielte Unterstützung einkommensschwacher Haushalte i.d.R. auf mehr Zustimmung als eine gleich hohe Pro-Kopf-Rückverteilung** (Bauske et al. 2023; Blesse et al. 2024; Dechezleprêtre et al. 2022; Dütschke et al. 2023; Holzmann und Wolf 2023; Tröger et al. 2025; Wolf et al. 2022). **Auf noch höhere Zustimmung stößt oft, Einnahmen zur Förderung grüner Investitionen zu nutzen** (u.a. Dechezleprêtre et al. 2022; Dütschke et al. 2023; Savin et al. 2025), oder die **Kombination verschiedener Verwendungsformen** (Kaestner et al. 2023). Die Präferenzen unterscheiden sich auch abhängig von Parteilaffinitäten und Einkommen (Behringer et al. 2024; Pahle et al. 2021). Grundsätzlich werden Preisinstrumente eher akzeptiert, wenn vorab festgelegt und kommuniziert wird, wofür die Einnahmen genutzt werden, sie also nicht undefiniert in den allgemeinen Staatshaushalt fließen (Mohammadzadeh Valencia et al. 2024).
- **Im Einzelfall stoßen Preisinstrumente auf relativ hohe Zustimmung, wenn diese tendenziell einkommensstärkere Haushalte treffen** – so z.B. eine Klimaabgabe auf Flugtickets (Detsch 2024) und höhere Steuern oder Parkgebühren für große Fahrzeuge bzw. SUV (Gagné und Krause 2021; TÜV-Verband 2024). Generell werden **einkommensstarke bzw. vermögende Personen/Haushalte stärker in der Pflicht gesehen**, etwas für den Klima- und Umweltschutz zu leisten bzw. ihr Verhalten zu ändern (Hagemeyer et al. 2024; pollytix 2024). Auch eine Finanzierung von Klimaschutz durch Steuererhöhungen „für Reiche“ steigern die Zustimmung zu klimapolitischen Maßnahmenpaketen (Baute 2024).
- Während zwischen Einkommensgruppen am stärksten eine Ungerechtigkeit bei der Verteilung von Kosten und Nutzen bei der Energie- und Verkehrswende wahrgenommen wird, folgen auf Platz 2 eine **ungerechte Verteilung zwischen Endverbraucher*innen und Unternehmen im Fall der Energiewende bzw. zwischen Stadt und Land im Fall der Verkehrswende** (Holzmann und Wolf 2023). Im ländlichen Raum ist eine Mehrheit der Befragten der Ansicht, dass die Verkehrswende zu einer stärkeren sozialen Spaltung führt (ebd.). Dazu passt, dass je stärker der Urbanisierungsgrad, desto stärker ist die Zustimmung zu einer Reihe von klimapolitischen Maßnahmenvorschlägen im Verkehrsbereich (Tröger et al. 2025).
- **Push-Instrumente stoßen eher auf Akzeptanz, wenn sie Teil eines Maßnahmenpakets (policy mix / package) sind, das auch unterstützende Maßnahmen beinhaltet**, wie finanzielle Förderung, kostenlose Beratung oder das Schaffen attraktiver Alternativen (z.B. ein guter und günstiger ÖPNV) (Fesenfeld 2020; 2022; Thaller et al. 2021; Thaller et al. 2024; Tröndle et al. 2023; Wicki et al. 2019; Wicki et al. 2020; Jenny et al. 2024; Savin et al. 2025).

- **Die Kombination mit produktionseitigen Maßnahmen kann auch speziell die Akzeptanz von konsumseitigen Instrumenten steigern – weil Bürger*innen dann wohl das Gefühl haben, dass sie nicht die alleinige Last tragen.** So erhöhten z.B. in einer Studie anspruchsvolle Umwelt- und Tierwohlstandards auf Produktionsseite die Akzeptanz ganzer Maßnahmenpakete einschließlich konsumseitiger Politikinstrumente für eine nachhaltige Ernährung (Fesenfeld 2020).
- Die Menschen fordern zudem mehr **Orientierung**, „**wann sich Energiemaßnahmen auch finanziell auszahlen werden**“ (Gagné 2024).
- Einen gewissen Einfluss, wenngleich geringer als die materielle Verteilungsgerechtigkeit, hat auch die **Wahrnehmung „prozeduraler Gerechtigkeit“** (Bergquist et al. 2022). In der Bevölkerung besteht der **Wunsch nach mehr Mitsprache (auch) in der Klima- und Energiepolitik** (Blum et al. 2023; Gagné und Krause 2021; Gagné 2024; Wolf et al. 2022; Melloh et al. 2022; Köhler et al. 2024). Zwar wurde die Akzeptanzwirkung von Partizipation beim Entwickeln von Politikinstrumenten weit weniger empirisch untersucht als im Kontext von Planungsprozessen bei Infrastrukturvorhaben. Die wenigen Befunde (v.a. aus dem Ausland) deuten auf **leichte positive Wirkungen von partizipativen Elementen auf Maßnahmenakzeptanz** hin (s. Überblick bei Heyen et al. 2021).
- Kaum Forschung gibt es zu kurz- und v.a. längerfristigen Akzeptanzeffekten einer **schrittweisen Verschärfung** von Klimaschutzinstrumenten (z.B. beim CO₂-Preis) bzw. einer schrittweisen Abschaffung umweltschädlicher Subventionen, auch wenn ein solches Vorgehen häufig aus Akzeptanzgründen empfohlen und praktiziert wird (Pahle et al. 2018). In einigen Fällen (z.B. bei der Schweizer CO₂-Ausgleichsabgabe) scheinen sich die Menschen an die schrittweise Erhöhung gewöhnt zu haben, während es im Fall der CO₂-Bepreisung in Frankreich einen größeren Aufruhr („Gelbwestenbewegung“) erst im Zuge einer Erhöhung 2018 und somit vier Jahre nach der ursprünglichen Einführung gab (Anisimova und Patterson 2024).

4 Kommunikationsbezogene Akzeptanzfaktoren von Klimapolitik

- Personen mit höherem Wissen über den Klimawandel und Personen, die sich gut über eine Maßnahme informiert fühlen,⁴ unterstützen eher Klimaschutzmaßnahmen. Die Forschungsergebnisse sind jedoch nicht eindeutig, ob zusätzliche Informationen zu höherer Unterstützung führen (Heyen und Wicki 2024). Einige jüngere Studien zeigen zumindest einen **leicht positiven Akzeptanzeffekt zusätzlicher Informationen** (v.a. zu Effektivität, Kosten und auch Verteilungswirkungen), gerade bei Push-Instrumenten (Bauske et al. 2023; Blum et al. 2023; Dechezleprêtre et al. 2022; Uni Erfurt et al. 2024; Savin et al. 2025). Beispielsweise führten Informationen zu den Kosten durch die CO₂-Bepreisung dazu, dass bei Personen, die aufgrund der Kostenbelastung besonders besorgt waren, die Zustimmung zur CO₂-Bepreisung von 30 auf 48 % stieg (Schwarz et al. 2024). Dagegen zeigt eine andere Studie, dass Informationen zum „Heizungsgesetz“ zwar den Wissensstand, aber nicht die Absichten zu einem Heizungswechsel und nicht die Einstellung zum Gesetz beeinflussen (Dertwinkel-Kalt und Grossmann 2025).

⁴ Laut einer aktuellen Befragung in Deutschland fühlen sich 7 % „sehr gut“ und 46 % „eher gut“ über Politikmaßnahmen für eine klima- und umweltfreundlichere Wirtschaft informiert (Detsch 2024). Über die bestehende CO₂-Bepreisung fühlen sich in einer anderen aktuellen Befragung aber drei Viertel schlecht oder gar nicht informiert (Behringer et al. 2024).

- Die **Wirksamkeit reiner Faktenvermittlung ist milieuabhängig** (Schrader et al. 2024). Dabei ist das Milieu der „Pragmatischen“ am ehesten mit Informationen anzusprechen. Sie argumentieren rational und pragmatisch, während sie von emotional geführten Diskussionen abgeschreckt werden. Andere Milieus lassen sich eher von Emotionen und Werten leiten, insbesondere die Milieus der „Involvierten“ und „Etablierten“. Die „Unentschlossenen“ fühlen sich am schlechtesten informiert über klima- und umweltfreundliches Verhalten (ebd.).
- Der Klimawandel ist ein stark politisierter Diskurs. **Menschen lassen sich in Bezug auf ihr Klimawissen durch Desinformation schneller verunsichern als bei anderen, nicht-politisierten Diskursen** (Helen Fischer et al. 2019).
- Die **frühzeitige Verbreitung faktenbasierter Informationen** (z.B. zu Kosten, Einsparungen und Verteilungswirkungen) **kann helfen, die Wirkung von Desinformationskampagnen einzuschränken** (dieser präventive Kommunikationsansatz wird „*prebunking*“ genannt) (Hillje 2024). Daher ist die frühzeitige Entwicklung entsprechender Kommunikationsstrategien relevant (Braungardt et al. 2024).
- Menschen können Informationen schlechter verarbeiten, wenn zu viel Fachjargon verwendet wird (Bullock et al. 2019). Zudem führt die Verwendung von Fachbegriffen dazu, dass sich das Publikum ausgeschlossen fühlt und das Gefühl bekommt, nicht mitreden zu können (Sarathchandra und Haltinner 2020). Inhalte werden dann eher abgelehnt. **Einfache Sprache erhöht hingegen das Interesse des Zuhörers** (Shulman und Sweitzer 2018).
- Die **persönliche Relevanz und Betroffenheit durch Klima- und Umweltveränderungen zu kommunizieren**, kann die o.g. „moralische Distanzierung“ vom Klimawandel verringern und dadurch umweltfreundliches Verhalten motivieren (Peeters et al. 2019; Müller und Sandmann 2025).
- Die **Betonung individueller oder gesellschaftlicher Co-benefits von Klimaschutzinstrumenten** (z.B. Gesundheit, Lebensqualität, Daseinsvorsorge, finanzielle Ersparnis, Arbeitsplätze, ökonomische Chancen, Unabhängigkeit vom Ausland) **kann deren Akzeptanz erhöhen** (Savin et al. 2025; beispielhaft für eine aktuelle Studie: Müller und Sandmann (2025)). Wie stark der Einfluss von Framing ist und welche Frames den größten Einfluss haben, dazu unterscheiden sich die Studien (Heyen und Wicki 2024). Wahrscheinlich sind die Effekte (auch) abhängig vom Kontext: Land, Themenfeld, aktuelle gesellschaftliche und ökonomische Lage, dominierende Themen und Sorgen oder Grad der Polarisierung.⁵
- Auch **Selbstwirksamkeit und eigene Handlungsmacht können überzeugende Argumente** sein, selbst in sonst eher skeptischen Milieus (pollytix 2024).
- Emotionen sind ein Treiber für klimafreundliches Verhalten (s. Kap. 2), die durch Kommunikationsinhalte ausgelöst werden. Je nach ausgelöster Emotion, Zielgruppe und Kontext der Botschaften unterscheiden sich die Effekte hinsichtlich

⁵ Es ist auch wichtig zu betonen, dass die Erkenntnisse zur Wirkung von Framing auf Befragungen basieren, in denen i.d.R. – anders als in der Realität – keine Gegen-Frames vorkommen. Der reale Effekt könnte deswegen geringer sein. Eine der wenigen Studien, die Pro- und Contra-Frames/Argumente in der Beschreibung von Politikmaßnahmen verbinden, zeigt, dass sich diese in ihrer Akzeptanzwirkung weitgehend neutralisieren (Hoyle und Rhodes 2025). Angesichts konkurrierender Frames und Narrative in der Realität betont die Kommunikationswissenschaft die diskursprägende Bedeutung des zeitlich ersten Frames in einer Debatte (Hillje 2024).

Klimaverhalten. **Positive Botschaften können beispielsweise ein Gefühl von Hoffnung fördern** und langfristiges Engagement begünstigen, insbesondere bei Menschen mit niedrigem kollektiven Wirksamkeitsempfinden (Troy et al. 2024). Das Aufzeigen von Vorteilen durch Klimaschutzmaßnahmen bewirkt eine positivere Einstellung und erhöht die Selbstwirksamkeit (Nagel 2022). Gerade in den aktuellen Krisenzeiten sehnen sich viele nach „Positivnachrichten“ (pollytix 2024). Werden die Botschaften hingegen als unrealistisch empfunden, können sie Skepsis und Widerstand hervorrufen (Troy et al. 2024). Botschaften, **die negative Emotionen wie Wut oder Sorge auslösen, können kurzfristig zu umweltfreundlichem Verhalten motivieren, aber dauerhaft auch lähmend (Frustration, Ohnmacht) wirken** (Kałwak et al. 2024; Schrader et al. 2024). Letzteres kann durch das Aufzeigen von realistischen Lösungen und Handlungsempfehlungen hervorgebeugt werden (ebd.). Eine **geschickte, zielgruppenspezifische Kombination von positiven und negativen Botschaften** ist daher zu empfehlen, um Menschen zum Handeln zu bewegen, ohne sie zu überfordern oder zu demotivieren (Kałwak et al. 2024).

- **Wie überzeugend und anschlussfähig verschiedene Argumente und Narrative sind, unterscheidet sich auch zwischen verschiedenen gesellschaftlichen Milieus bzw. Segmenten** (s. Abbildung 2 von Hagemeyer et al. 2024; s. auch Detsch 2024; Müller und Sandmann 2025; pollytix 2024). Daher sollte zumindest zielgruppenspezifische Kommunikation auch auf die jeweiligen Werte der Zielgruppen ausgerichtet sein (Schrader et al. 2024; Nagel 2022).

Abbildung 2: Überzeugungskraft verschiedener Argumente

Hier lesen Sie nun einige Argumente für mehr Klimaschutz.
Bitte geben Sie jeweils an, wie überzeugend Sie diese finden.

Dargestellte Werte: Nettowerte

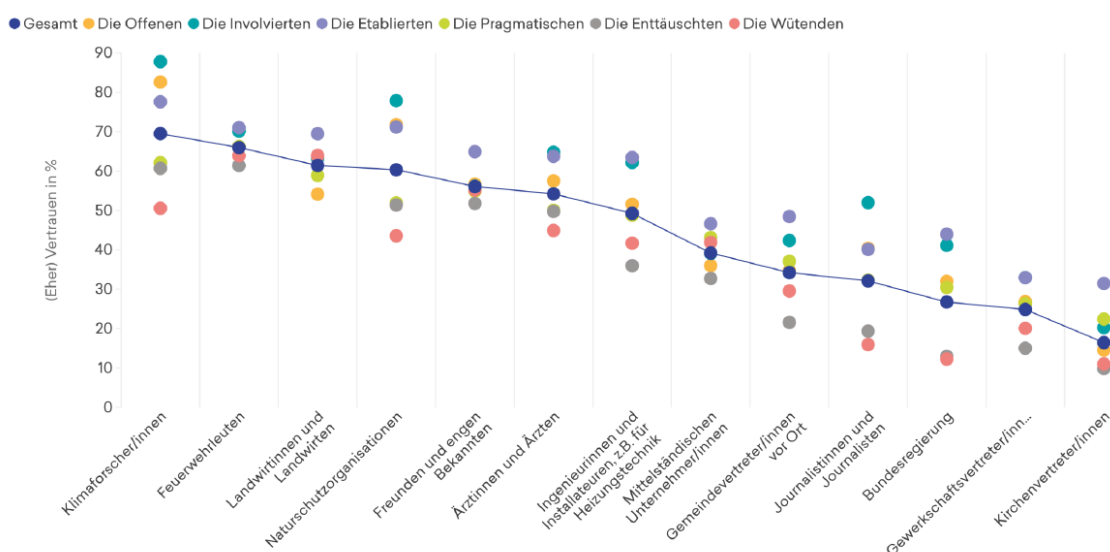
	Ungeduldige	Überzeugte	Pragmatische	Optimistische	Zweifelnde	Skeptische
Unabhängig von ausländischen Energieimporten werden	94	86	64	73	4	-19
Investitionen in Klimaschutztechnologien, um wirtschaftlich stark zu bleiben	91	86	62	65	+/-0	-17
Den Wirtschaftsstandort Deutschland langfristig stärken	89	78	58	64	-12	-39
Zukunftssichere Arbeitsplätze in Deutschland schaffen	88	82	54	64	-4	-37
Kein Klimaschutz ist teurer als Klimaschutz	92	89	58	63	-25	-54
Lebensqualität in Deutschland hochhalten	92	84	49	56	-15	-43
Um die Gesundheit der Bürger*Innen zu schützen	90	79	52	55	-26	-56
Deutschland sollte anderen Ländern ein Vorbild sein	83	73	37	32	-37	-63
Kostenersparnisse für Bürger*Innen durch geringere Energiekosten	71	56	26	29	-24	-47
Ambitionierter Klimaschutz sorgt für mehr Gerechtigkeit	48	24	-1	10	-37	-60

Erläuterung: Dargestellt sind die sog. „Nettowerte“, d.h. die Zustimmungsquote abzüglich der Ablehnungsquote.

Quelle: Hagemeyer et al. 2024, auf Basis einer Befragung der pollytix strategisch research gmbh

- Zudem wirken **soziale Normen, positive Beispiele und die Kenntnis von erfolgten Verhaltensveränderungen anderer** (v.a. aus der eigenen Peer-Group) **besonders gut, um klimafreundliches Verhalten anzureizen** (Brick et al. 2021; Nagel 2022; Sparkman et al. 2021; Loschelder et al. 2019; Rode und Weber 2016).
- Da das Gefühl, gemeinsam etwas bewegen zu können, motivierend wirkt (s. Kap. 2) sind bei der Kommunikation **„Working Together“-Botschaften** zu empfehlen. Auch **Selbstwirksamkeit und eigene Handlungsmacht können überzeugende Argumente** sein, selbst in sonst eher skeptischen Milieus (pollytix 2024).
- Da Menschen sich sozialen Gruppen zugehörig fühlen und daraus eine soziale Identität entwickeln, sollte bei der Kommunikation möglichst **auf Schlagworte verzichtet werden, die mit anderen Gruppen/Identitäten assoziiert werden** (z.B. „vegane Ernährung“) (Kurz et al. 2020). Stattdessen könnten **verbindende Werte** (z.B. Gerechtigkeit, Sicherheit) kommuniziert werden (Gadient-Brügger 2021).
- **Schon die Benennung eines Instruments kann Zustimmungswerte beeinflussen** (s. Lorenz et al. (2017) für ein Beispiel außerhalb der Klimapolitik).
- Relevant ist auch, dass **Informationen und Argumente von Akteuren kommuniziert werden, denen die Menschen Expertise zusprechen und vertrauen**. Gerade bei strittigen Themen orientieren Menschen sich an Personen und Organisationen, denen sie vertrauen und/oder mit denen sie eine gemeinsame Weltsicht teilen, wozu meistens insbesondere Familie und Freundkreis zählen (Glynn et al. 2018; DeCaro et al. 2017). Während das Vertrauen in Politik und Regierung sowohl allgemein als auch im Kontext von Klimapolitik und Energiewende sehr gering ist, genießen hier Forschung und Zivilgesellschaft, aber auch Berufsgruppen wie Feuerwehr, Landwirt*innen, Handwerker*innen und Gesundheitsberufe bei der Mehrheit der Bevölkerung Vertrauen (s. Abbildung 3; auch Brand et al. (2023); Gagné (2024); Müller und Sandmann (2025); pollytix (2024); Venjakob et al. (2025)).

Abbildung 3: Vertrauen der Menschen in andere Akteure



Inwiefern vertrauen Sie den folgenden Personen und Organisationen, wenn es um Informationen rund um Klimawandel und Klimaschutz geht?
Quelle: More in Common (2025)

Quelle: More in Common 2026

- **Menschen stimmen Klimaschutzmaßnahmen eher zu, wenn sie denken oder die Information haben, dass diese auch bei anderen Menschen (mehrheitlich) auf Unterstützung stößt** (s. Überblick bei Heyen et al. 2021).⁶ Dies ist v.a. vor dem Hintergrund relevant, dass Menschen die Zustimmung in der Bevölkerung zu klimapolitischen Maßnahmen, aber auch zu grünen Technologien und Verhaltensveränderungen, regelmäßig unterschätzen (Sparkman et al. 2022; Drews et al. 2022; EIB 2022; Wolf et al. 2023).
- Die Information, dass andere Länder eine Klimaschutzmaßnahme bereits eingeführt haben oder dabei sind, dies zu tun, kann ebenfalls die Akzeptanz erhöhen (s. Coleman et al. (2023) und dort genannte weitere Studien).

Literatur

- Andor, M. A.; Lange, A.; Sommer, S. (2022): Fairness and the support of redistributive environmental policies. In: *Journal of Environmental Economics and Management* 114, S. 102682. DOI: 10.1016/j.jeem.2022.102682.
- Anisimova, K. V.; Patterson, J. J. (2024): Public responses to hard climate policies in OECD member countries: prevalence of contention at the post-adoption stage. In: *Climate Policy*, S. 1–18. DOI: 10.1080/14693062.2024.2409806.
- Bauske, E.; Gerdes, R.; Kaestner, K.; Kaiser, F. G.; Pahle, M.; Schwarz, A.; Sommer, S.; Stünzi, A. (2023): Synthese sozialwissenschaftlicher Analysen im Projekt CO₂-Preis (AP2 und AP3). Online verfügbar unter https://www.co2-preis.info/pdf/AP23-Synthese_Bericht.pdf, zuletzt geprüft am 19.12.2024.
- Baute, S. (2024): Wie lässt sich die öffentliche Zustimmung zur europäischen Klimapolitik erhöhen? Erkenntnisse aus der deutschen Bevölkerung (Policy Paper, N° 17). Universität Konstanz; Das Progressive Zentrum.
- Behringer, J.; Endres, L.; Korsinnek, M. (2024): CO₂-Bepreisung: Akzeptanz und Kostenwahrnehmung nach der Preiserhöhung 2024, Erkenntnisse aus einer Online-Umfrage (IMK Policy Brief, 175). Düsseldorf. Online verfügbar unter https://www.imk-boeckler.de/de/faust-detail.htm?sync_id=HBS-008928, zuletzt geprüft am 19.12.2024.
- Bergquist, M.; Nilsson, A.; Harring, N.; Jagers, S. C. (2022): Meta-analyses of fifteen determinants of public opinion about climate change taxes and laws. In: *Nat. Clim. Chang.* 12 (3), S. 235–240. DOI: 10.1038/s41558-022-01297-6.
- Blesse, S.; Dietrich, H.; Necker, S.; Zürn, M. K. (2024): Wollen die Deutschen beim Klimaschutz Vorreiter sein und wenn ja, wie?, Maßnahmen aus Bevölkerungsperspektive. In: *ifo Schnelldienst* 77 (1/2024). Online verfügbar unter <https://www.ifo.de/publikationen/2024/aufsatz-zeitschrift/wollen-die-deutschen-beim-klimaschutz-vorreiter-sein-wenn-ja-wie>, zuletzt geprüft am 19.12.2024.
- Blum, M.; Wolf, I.; Huttarsch, J.-H.; Kowarsch, M. (2023): Quo vadis Klimapolitik? Bürgerperspektiven auf Politikoptionen in Energie und Verkehr, Ariadne-Analyse. Kopernikus-Projekt Ariadne. Online verfügbar unter <https://ariadneprojekt.de/publikation/quo-vadis-klimapolitik-buergerperspektiven-auf-politikoptionen-in-energie-und-verkehr/>, zuletzt geprüft am 19.12.2024.
- Brand, A.; Menzen, B.; Grünewald, S. (2023): Die Zuversicht der Deutschen in multiplen Krisenzeiten. rheingold instiut; Identity Foundation.

⁶ In einem aktuellen Experiment befürworteten diejenigen Teilnehmenden, die darüber informiert wurden, dass in Stockholm das Erleben der Vorteile einer City-Maut zu einer Erhöhung der Zustimmung auf 70 % führte, diese Maßnahme knapp 5 Prozentpunkte häufiger als jene, die keine Information erhielten (Eßer und Frondel 2024).

- Brannlund, R.; Persson, L. (2012): To tax, or not to tax: preferences for climate policy attributes. In: *Climate Policy* 12 (6), S. 704–721. DOI: 10.1080/14693062.2012.675732.
- Braungardt, S.; Keimeyer, F.; Loschke, C. (2024): Is the “heating hammer” hitting energy efficiency policy? Learnings from the debate around the German Buildings Energy Act. Online verfügbar unter https://www.oeko.de/fileadmin/oekodoc/3-028-24_Braungardt.pdf, zuletzt geprüft am 20.01.2026.
- Brick, C.; Bosshard, A.; Whitmarsh, L. (2021): Motivation and climate change: A review. In: *Current Opinion in Psychology* 42, S. 82–88. DOI: 10.1016/j.copsyc.2021.04.001.
- Bullock, O. M.; Colón Amill, D.; Shulman, H. C.; Dixon, G. N. (2019): Jargon as a barrier to effective science communication: Evidence from metacognition. In: *Public understanding of science (Bristol, England)* 28 (7), S. 845–853. DOI: 10.1177/0963662519865687.
- Coleman, E. A.; Harring, N.; Jagers, S. C. (2023): Policy attributes shape climate policy support. In: *Policy Studies Journal*. DOI: 10.1111/psj.12493.
- Dechezleprêtre, A.; Fabre, A.; Kruse, T.; Planterose, B.; Sanchez Chico, A.; Stantcheva, S. (2022): Fighting climate change: International attitudes toward climate policies (OECD Economics Department Working Papers, 1714). National Bureau of Economic Research. Cambridge, MA. Online verfügbar unter <http://www.nber.org/papers/w30265>.
- Dertwinkel-Kalt, M.; Grossmann, M. R. P. (2025): Ideologie schlägt Information: Über die Grenzen von Kommunikation in der Klimapolitik. In: *Wirtschaftsdienst* 105 (7), S. 495–498. DOI: 10.2478/wd-2025-0129.
- Detsch, C. (2024): Des Klimas Gretchenfragen: Wie sich beim sozial-ökologischen Umbau gesellschaftliche Barrieren überwinden und skeptische Milieus an Bord holen lassen, Länderbericht Deutschland. FES Just Climate; Friedrich-Ebert-Stiftung. Online verfügbar unter <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/bruessel/21152-20240426.pdf>, zuletzt geprüft am 23.12.2024.
- Douenne, T.; Fabre, A. (2022): Yellow Vests, Pessimistic Beliefs, and Carbon Tax Aversion. In: *American Economic Journal: Economic Policy* 14 (1), S. 81–110. DOI: 10.1257/pol.20200092.
- Drews, S.; Savin, I.; van den Bergh, Jeroen C.J.M. (2022): Biased perceptions of other people's attitudes to carbon taxation. In: *Energy Policy* 167, S. 113051. DOI: 10.1016/j.enpol.2022.113051.
- Drews, S.; van den Bergh, J. C. (2016): What explains public support for climate policies?, A review of empirical and experimental studies. In: *Climate Policy* 16 (7), S. 855–876. DOI: 10.1080/14693062.2015.1058240.
- Dütschke, E.; Preuß, S.; Brunzema, I.; Piria, R. (2023): Using the revenues from carbon pricing - Insights into the acceptance and perceptions of particularly burdened groups. In: *Energy Policy* 175, S. 113468. DOI: 10.1016/j.enpol.2023.113468.
- E.ON Foundation (2025): Energiewendewelten, Gesellschaftliche Haltungsmuster in der Klimadebatte – Eine Untersuchung skeptischer Personas. E.ON Foundation Transformationsmonitoring. Essen.
- EIB (2022): The EIB climate survey, Citizens call for green recovery. European Investment Bank. Online verfügbar unter <https://data.europa.eu/>, zuletzt geprüft am 01.07.2024.
- Eßer, J.; Frondel, M. (2024): Akzeptanz von Energie- und Verkehrswende: Resultate des Sozialökologischen Panels für das Jahr 2022. In: *Zeitschrift für Umweltpolitik & Umweltrecht*, S. 519–562.
- Faas, T.; Masch, L.; Lipski, P.; Berger, A.; Aragón, A.; Berov, V.; Haußmann, T.; Joly, P. (2024): Die Berliner Wasser- und Klimastudie 2023/24, Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage. Arbeitsstelle Politische Soziologie der Bundesrepublik Deutschland, Otto-Suhr-Institut für Politikwissenschaft, Freie Universität Berlin.

- Fesenfeld, L. P. (2020): The Political Feasibility of Transformative Climate Policy, Public Opinion about Transforming Food and Transport Systems. Dissertation, ETH Zürich, 2020.
- Fesenfeld, L. P. (2022): The effects of policy design complexity on public support for climate policy. In: *Behav. Public Policy*, S. 1–26. DOI: 10.1017/bpp.2022.3.
- Frick, V.; Fülling, J.; Karg, A.; Marken, G.; Harms, C.; Grothmann, T.; Schipperges, M. (2026): Umweltbewusstseinsstudie 2024, Vertiefende Analysen. Wissenschaftlicher Bericht (Texte, 01/2026). Umweltbundesamt. Dessau. Online verfügbar unter <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/umweltbewusstseinsstudie-2024>, zuletzt geprüft am 23.01.2026.
- Gadient-Brügger, A. (2021): Warum „Gutmenschen“ bei manchen Leuten so unbeliebt sind – und was sie dagegen tun können. Online verfügbar unter <https://www.klimafakten.de/kommunikation/warum-gutmenschen-bei-manchen-leuten-so-unbeliebt-sind-und-was-sie-dagegen-tun>.
- Gagné, J. (2024): Einmal gestalten bitte: Prinzipien für eine verbindene Energiewende. More in Common. Online verfügbar unter https://www.moreincommon.de/media/hxam-rbss/more_in_common_impulspapier_energiewende.pdf, zuletzt geprüft am 23.12.2024.
- Gagné, J.; Krause, L.-K. (2021): Einend oder spaltend? Klimaschutz und gesellschaftlicher Zusammenhalt in Deutschland. More in Common Deutschland. Online verfügbar unter https://www.moreincommon.de/media/13ip5esl/more_in_common_studie_klima_zusammenhalt.pdf, zuletzt geprüft am 23.12.2024.
- Hagemeyer, L.; Faus, R.; Bernhard, L. (2024): Vertrauensfrage Klimaschutz, Mehrheiten für eine ambitionierte Klimapolitik gewinnen (FES diskurs). Friedrich Ebert Stiftung.
- Hamann, K.; Baumann, A.; Löschinger, D. (2016): Psychologie im Umweltschutz, Handbuch zur Förderung nachhaltigen Handelns. München: Oekom. Online verfügbar unter <https://doi.org/10.14512/9783960061182>.
- Helen Fischer; Dorothee Amelung; Nadia Said (2019): The accuracy of German citizens' confidence in their climate change knowledge. In: *Nature Climate Change* 9 (10). DOI: 10.1038/s41558-019-0563-0.
- Heyen, D. A.; Degen, S.; Braungardt, S.; Blanck, R.; Jacob, M.; Pfeiffer, S. (2021): Konsumbezogenes Ordnungsrecht in der Umweltpolitik, Gesellschaftliche Akzeptanz und ihre Einflussfaktoren. Unter Mitarbeit von Fischer, C. (Working Paper, 2/2021). Öko-Institut. Online verfügbar unter <https://www.oeko.de/fileadmin/oekodoc/WP-Konsumbezogenes-Ordnungsrecht.pdf>, zuletzt geprüft am 25.08.2022.
- Heyen, D. A.; Schmitt, L. (2024): Akzeptanzfaktoren klimapolitischer Maßnahmen, Synthese politisch relevanter Forschungsergebnisse und Schlussfolgerungen (Policy Brief). Öko-Institut (Hg.). Online verfügbar unter <https://www.oeko.de/publikation/akzeptanzfaktoren-klimapolitischer-massnahmen/>, zuletzt geprüft am 23.12.2024.
- Heyen, D. A.; Wicki, M. (2024): Increasing public support for climate policy proposals: a research agenda on governable acceptability factors. In: *Climate Policy*. DOI: 10.1080/14693062.2024.2330390.
- Hillje, J. (2024): Lehren aus der Heizungsdebatte für klimapolitische Diskurse. In: Das Progressive Zentrum (Hg.): Aufgeheizte Debatte? Eine Analyse der Berichterstattung über das Heizungsgesetz - und was wir politisch daraus lernen können, S. 26–37. Online verfügbar unter https://www.progressives-zentrum.org/wp-content/uploads/2024/04/240418_DPZ_Studie_Aufgeheizte-Debatte.pdf, zuletzt geprüft am 23.12.2024.
- Holzmann, S.; Digulla, F. (2024): Klimapolitik für Akzeptanz, Der aktuelle Policy-Mix auf dem Prüfstand (Focus Paper, #25). Bertelsmann Stiftung. Gütersloh.
- Holzmann, S.; Wolf, I. (2023): Klimapolitik und soziale Gerechtigkeit, Wie die deutsche Bevölkerung Zielkonflikte in der Transformation wahrnimmt. Bertelsmann Stiftung.

- Gütersloh. Online verfügbar unter https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/user_upload/W_Studie_Klimapolitik_und_soziale_Gerechtigkeit_final.pdf.
- Hoyle, A.; Rhodes, E. (2025): Explaining public support for net-zero climate policy instruments: Perceptions of distributive fairness under competing frames. In: *Energy Policy* 203, S. 114644. DOI: 10.1016/j.enpol.2025.114644.
- Jenny, A.; Müller, U.; Skelton, R.; Mastai, N. (2024): Policies for sufficiency: factors influencing acceptance in the Swiss population. In: *Sustainability: Science, Practice and Policy* 20 (1). DOI: 10.1080/15487733.2024.2420415.
- Kaestner, K.; Burkhardt, A.; Püttbach, K.; Sommer, S.; Blesl, M. (2023): Langfristige Verteilungswirkungen einer CO₂-Bepreisung – ein neuartiger modell-technischer Ansatz. Kopernikus-Projekt Ariadne (Hg.). Potsdam. Online verfügbar unter <https://doi.org/10.48485/pik.2023.014>, zuletzt geprüft am 27.07.2024.
- Kalwak, W.; Ekelund, B.; Gale, N.; Peter, F.; Ágoston-Kostyál, C.; Alderhorn, E.; Carr, N.; Pereira, T.; Varga, A.; Wortelboer, S. (2024): Climate Crisis and the Human Factor: 10 Psychological Keys to Unlocking Climate Action, Opinion paper of the EFPA's Expert Reference Group for Psychology and Climate Change. European Federation of Psychologists' Associations EFPA AISBL.
- Kibbe, A. (2017): Intrinsische Umweltmotivation: Selbstbestimmungstheorie und Campbell-Paradigma im Vergleich. Online verfügbar unter <https://opendata.uni-halle.de/bitstream/1981185920/11270/1/Alexandra%20Kibbe%20Dissertation%20Intrinsische%20Umweltmotivation.pdf>, zuletzt geprüft am 23.12.2024.
- Kilian, S.; Mann, A. (2020): When the Damage is Done: Effects of Moral Disengagement on Sustainable Consumption. In: *JOP* 20 (1). Online verfügbar unter <https://articlearchives.co/index.php/JOP/article/view/4583>.
- Köhler, B.; Hünecke, K.; Fischer, C.; Berneiser, J.; Herbstritt, C. (2024): Akzeptanz der leistungsgebundenen Wärmeversorgung: Status quo in Deutschland und internationale Erfahrungen. Teilbericht im Projekt: Sozio-technische und verhaltensbasierte Aspekte der Energieeffizienzsteigerung im Wärmesektor (Climate Change, 14/2024). Umweltbundesamt (Hg.). Dessau-Roßlau. Online verfügbar unter https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/11850/publikationen/14_2024_cc_akzeptanz_waermeversorgung_bf.pdf, zuletzt geprüft am 17.06.2024.
- Kurz, T.; Prosser, A. M.; Rabinovich, A.; O'Neill, S. (2020): Could Vegans and Lycra Cyclists be Bad for the Planet? Theorizing the Role of Moralized Minority Practice Identities in Processes of Societal-Level Change. In: *J Social Issues* 76 (1), S. 86–100. DOI: 10.1111/josi.12366.
- Lorenz, J.; Paetzel, F.; Tepe, M. (2017): Just Don't Call it a Tax! Framing in an Experiment on Voting and Redistribution. In: *J Exp Polit Sci* 4 (3), S. 183–194. DOI: 10.1017/XPS.2016.7.
- Loschelder, D. D.; Siepelmeyer, H.; Fischer, D.; Rubel, J. A. (2019): Dynamic norms drive sustainable consumption: Norm-based nudging helps café customers to avoid disposable to-go-cups. In: *Journal of Economic Psychology* 75, S. 102146. DOI: 10.1016/j.joep.2019.02.002.
- Loschke, C.; Braungardt, S.; Rieger, J. (2024): Has the energy crisis polarized citizens views on energy efficiency policy? An analysis on the German discourse on X/Twitter. Online verfügbar unter https://proceedings.eceee.org/papers/proceedings2024/3-239-24_Loschke.pdf, zuletzt geprüft am 20.01.2026.
- Loschke, C.; Braungardt, S.; Rieger, J. (2025): What motivates and demotivates energy savings in times of crisis? – An argument mining analysis using X/Twitter data. In: *Energy Effic.* 18 (1). DOI: 10.1007/s12053-024-10283-0.
- Mau, S.; Lux, T.; Westheuser, L. (2023): Triggerpunkte, Konsens und Konflikt in der Gegenwartsgesellschaft. Berlin: Suhrkamp Verlag. Online verfügbar unter <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kxp/detail.action?docID=7390695>.

- Melloh, L.; Rawlins, J.; Sippel, M. (2022): Übers Klima reden: Wie Deutschland beim Klimaschutz tickt. Wegweiser für den Dialog in einer vielfältigen Gesellschaft. Climate Outreach. Oxford. Online verfügbar unter <https://climateoutreach.org/uebers-klima-reden/>, zuletzt geprüft am 23.12.2024.
- Mohammadzadeh Valencia, F.; Mohren, C.; Ramakrishnan, A.; Merchert, M.; Minx, J. C.; Steckel, J. C. (2024): Public support for carbon pricing policies and revenue recycling options: a systematic review and meta-analysis of the survey literature. In: *npj Clim. Action* 3 (1). DOI: 10.1038/s44168-024-00153-x.
- More in Common (2026): Gesellschaftliche Perspektiven auf die deutsche Klimaschutzdebatte, Ein Forschungsupdate. Berlin.
- Müller, H.; Sandmann, D. (2025): Die Mitte gewinnen, Gesundheitsargumente für Klima- und Naturschutz. Stiftung Gesunde Erde Gesunde Menschen (Hg.). Berlin. Online verfügbar unter https://stiftung-gegmd.de/wp-content/uploads/2025/10/Studie-Die_Mitte_gewinnen_GEGM-2025-klein.pdf, zuletzt geprüft am 21.01.2026.
- Mundaca, L.; Román-Collado, R.; Cansino, J. M. (2022): Assessing the impacts of social norms on low-carbon mobility options. In: *Energy Policy* 162, S. 112814. DOI: 10.1016/j.enpol.2022.112814.
- Nagel, L. (2022): Vom Gefahren- zum Chancennarrativ, Wie Klimakommunikation psychologische Barrieren gegenüber nachhaltigem Handeln überwinden kann (IASS Discussion Paper). Institute for Advanced Sustainability Studies. Potsdam.
- Pahle, M.; Burtraw, D.; Flachsland, C.; Kelsey, N.; Biber, E.; Meckling, J.; Edenhofer, O.; Zysman, J. (2018): Sequencing to ratchet up climate policy stringency. In: *Nat. Clim. Chang.* 8 (10), S. 861–867. DOI: 10.1038/s41558-018-0287-6.
- Pahle, M.; Sommer, S.; Mattau, L. (2021): Wie Fairness die öffentliche Zustimmung zur CO₂-Bepreisung beeinflusst. In: *ifo Schnelldienst* 74 (6 / 2021), S. 18–22.
- Peeters, W.; Diependaele, L.; Sterckx, S. (2019): Moral Disengagement and the Motivational Gap in Climate Change. In: *Ethic Theory Moral Prac* 22 (2), S. 425–447. DOI: 10.1007/s10677-019-09995-5.
- pollytix (2024): Gesellschaftliche Akzeptanz und Wahrnehmung von Umweltpolitik – Segmentspezifische Analysen. Abschlussbericht. pollytix strategic research gmbh. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (Hg.). Online verfügbar unter https://www.bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Pool/Forschungsdatenbank/fkz_um21_16_0070_akzeptanz_umweltpolitik_bf.pdf, zuletzt geprüft am 14.08.2024.
- Pugno, M.; Sarracino, F. (2021): Intrinsic vs extrinsic motivation to protect the environment: correlational and causal evidence. Online verfügbar unter <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/107143/>.
- Rinscheid, A.; Wüstenhagen, R. (2019): Germany's decision to phase out coal by 2038 lags behind citizens' timing preferences. In: *nature energy* 4 (10), S. 856–863. DOI: 10.1038/s41560-019-0460-9.
- Rode, J.; Weber, A. (2016): Does localized imitation drive technology adoption? A case study on rooftop photovoltaic systems in Germany. In: *Journal of Environmental Economics and Management* 78, S. 38–48. DOI: 10.1016/j.jeem.2016.02.001.
- Sarathchandra, D.; Haltinner, K. (2020): Trust/distrust judgments and perceptions of climate science: A research note on skeptics' rationalizations. In: *Public understanding of science (Bristol, England)* 29 (1), S. 53–60. DOI: 10.1177/0963662519886089.
- Savin, I.; Turmunkh, U.; Callaghan, M.; Pianta, S.; Sanford, M. (2025): A systematic literature review of determinants of climate policy support (Capable Policy Brief, 4).
- Schrader, C.; Diels, J.; Thorun, C.; Münsch, M.; Mohn, C.; Jenny, M. A. (2024): Effiziente Ansätze in der Klimakommunikation (Climate Change | 16/2024). Umweltbundesamt

- (Hg.). Online verfügbar unter <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/effiziente-ansatze-in-der-klimakommunikation>.
- Schwarz, A.; Stünzi, A.; Kaestner, K.; Pahle, M.; Sommer, S. (2024): Tailored Information and the Public Support for Carbon Pricing. Online verfügbar unter https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4757636, zuletzt geprüft am 30.08.2024.
- Shafiei, A.; Maleksaeidi, H. (2020): Pro-environmental behavior of university students: Application of protection motivation theory. In: *Global Ecology and Conservation* 22, e00908. DOI: 10.1016/j.gecco.2020.e00908.
- Shulman, H. C.; Sweitzer, M. D. (2018): Varying Metacognition Through Public Opinion Questions: How Language Can Affect Political Engagement. In: *Journal of Language and Social Psychology* 37 (2), S. 224–237. DOI: 10.1177/0261927X17707557.
- Silvi, M.; Padilla, E. (2021): Pro-environmental behavior: Social norms, intrinsic motivation and external conditions. In: *Environmental Policy and Governance* 31 (6), S. 619–632. DOI: 10.1002/eet.1960.
- Sparkman, G.; Geiger, N.; Weber, E. U. (2022): Americans experience a false social reality by underestimating popular climate policy support by nearly half. In: *Nat Commun* 13 (1), S. 1–9. DOI: 10.1038/s41467-022-32412-y.
- Sparkman, G.; Howe, L.; Walton, G. (2021): How social norms are often a barrier to addressing climate change but can be part of the solution. In: *Behavioural Public Policy* 5 (4), S. 528–555. DOI: 10.1017/bpp.2020.42.
- SRU (2023): Politik in der Pflicht: Umweltfreundliches Verhalten erleichtern, Sondergutachten, Sachverständigenrat für Umweltfragen. Berlin. Online verfügbar unter https://www.umweltrat.de/SharedDocs/Downloads/DE/02_Sondergutachten/2020_2024/2023_05_SG_Umweltfreundliches_Verhalten.pdf?__blob=publication-File&v=29, zuletzt geprüft am 29.09.2025.
- Stoll-Kleemann, S.; Franikowski, P.; Nicolai, S. (2023): Development and Validation of a Scale to Assess Moral Disengagement in High-Carbon Behavior. In: *Sustainability* 15 (3), S. 2054. DOI: 10.3390/su15032054.
- Syropoulos, S.; Markowitz, E. M. (2022): Perceived responsibility to address climate change consistently relates to increased pro-environmental attitudes, behaviors and policy support: Evidence across 23 countries. In: *Journal of Environmental Psychology* 83, S. 101868. DOI: 10.1016/j.jenvp.2022.101868.
- Tabernero, C.; Hernández, B. (2012): A Motivational Model for Environmentally Responsible Behavior. In: *The Spanish Journal of Psychology* 15 (2), S. 648–658. DOI: 10.5209/rev_SJOP.2012.v15.n2.38876.
- Thaller, A.; Posch, A.; Dugan, A.; Steininger, K. (2021): How to design policy packages for sustainable transport: Balancing disruptiveness and implementability. In: *Transportation Research Part D: Transport and Environment* 91, S. 102714. DOI: 10.1016/j.trd.2021.102714.
- Thaller, A.; Wicki, M.; Fleiß, E.; Maier, R.; Posch, A. (2024): Pushing low-carbon mobility: a survey experiment on the public acceptance of disruptive policy packages. In: *Climate Policy*, S. 1–13. DOI: 10.1080/14693062.2023.2182755.
- Tröger, J.; Dütschke, E.; Helferich, M.; Emmerich, J.; Scherf, C. (2025): Akzeptanz von Mobilitätspolitiken für den Klimaschutz in verschiedenen Bevölkerungsgruppen – Ergebnisse einer deutschlandweit repräsentativen Umfrage 2024. Fraunhofer Institut für System und Innovationsforschung; MFIVE. Online verfügbar unter <https://publica-rest.fraunhofer.de/server/api/core/bitstreams/e9a3907c-22da-4b85-b679-4e4bb2b10cda/content>.
- Tröndle, T.; Annaheim, J.; Hoppe, J.; Hanger-Kopp, S.; Patt, A. (2023): Public preferences for phasing-out fossil fuels in the german building and transport sectors. In: *Environ. Res. Commun.* 5 (8), S. 81001. DOI: 10.1088/2515-7620/acec39.

- Troy, C. L.; Norman, M.; Kim, N.; Skurka, C.; Myrick, J. G. (2024): Can you picture it? Effects of positive and negative depictions of climate futures on climate action intentions. In: *Journal of Environmental Psychology* 96, S. 102312. DOI: 10.1016/j.jenvp.2024.102312.
- TÜV-Verband (2024): Mobilität neu gestalten: sicher, smart, nachhaltig, TÜV Mobility Studie 2024.
- Uni Erfurt; BNITM; Uni Bamberg; Robert-Koch-Institut; BZgA; zpid; SMC (2024): PACE (Planetary Health Action Survey), Akzeptanz von Klimaschutzmaßnahmen. Online verfügbar unter <https://projekte.uni-erfurt.de/pace/topic/output/30-akzeptanz/>, zuletzt aktualisiert am 01.07.2024.
- Venjakob, J.; Reichmann, A.; Voigt, S. (2025): Umfrageergebnisse zur gesellschaftlichen Akzeptanz der Energiewende. Im Auftrag der Westenergie AG (Wuppertal Paper, 205). Wuppertal Institut.
- Wicki, M.; Fesenfeld, L.; Bernauer, T. (2019): In search of politically feasible policy-packages for sustainable passenger transport, Insights from choice experiments in China, Germany, and the USA. In: *Environ. Res. Lett.* 14 (8), S. 84048. DOI: 10.1088/1748-9326/ab30a2.
- Wicki, M.; Huber, R. A.; Bernauer, T. (2020): Can policy-packaging increase public support for costly policies?, Insights from a choice experiment on policies against vehicle emissions. In: *J. Pub. Pol.* 40 (4), S. 599–625. DOI: 10.1017/S0143814X19000205.
- Wolf, I.; Ebersbach, B.; Huttarsch, J.-H. (2023): Soziales Nachhaltigkeitsbarometer der Energie- und Verkehrswende 2023, Was die Menschen in Deutschland bewegt – Ergebnisse einer Panelstudie zu den Themen Energie und Verkehr. Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung. Kopernikus-Projekt Ariadne (Hg.). Potsdam. Online verfügbar unter https://ariadneprojekt.de/media/2023/07/Soziales_Nachhaltigkeitsbarometer_2023_KopernikusProjektAriadne.pdf, zuletzt geprüft am 28.07.2024.
- Wolf, I.; Huttarsch, J.-H.; Fischer, A.-K.; Ebersbach, B. (2022): Soziales Nachhaltigkeitsbarometer der Energie- und Verkehrswende 2022, Was die Menschen in Deutschland bewegt – Ergebnisse einer Panelstudie zu den Themen Energie und Verkehr. IASS. Online verfügbar unter <https://ariadneprojekt.de/publikation/soziales-nachhaltigkeitsbarometer-2022/>, zuletzt geprüft am 23.12.2024.
- Zhu, Y.; Chen, J. (2024): How do we motivate farmers to adopt low-carbon production? Analysis of extrinsic incentives' internalization. In: *Journal of Environmental Psychology* 94, S. 102186. DOI: 10.1016/j.jenvp.2023.102186.

Öko-Institut | Freiburg | Darmstadt | Berlin

Das Öko-Institut ist eines der europaweit führenden, unabhängigen Forschungs- und Beratungsinstitute für eine nachhaltige Zukunft. Seit der Gründung im Jahr 1977 erarbeitet das Institut Grundlagen und Strategien, wie die Vision einer nachhaltigen Entwicklung global, national und lokal umgesetzt werden kann. Das Institut ist an den Standorten Freiburg, Darmstadt und Berlin vertreten.

oeko.de | info@oeko.de

Kontakt

Dirk Arne Heyen | Öko-Institut Consult GmbH | +49 30 405085-356 | d.heyen@oeko-consult.de
