www.oeko.de

Öko-Institut

Akzeptanz, Gerechtigkeitswahrnehmung und Motivationswirkung klimapolitischer Maßnahmen

Vorstellung übergreifender Ergebnisse des Spendenprojekts

Fachgespräch „Gesellschaftscheck Klima- und Umweltschutz“

Berlin, 11. Dezember 2025

Hintergrund: Spendenprojekt des Öko-Instituts 2024/25

- Titel: „Bausteine motivierender und sozial gerechter Klimapolitik“
- Leitfrage: Unter welchen Bedingungen nehmen Menschen Klimaschutzmaßnahmen als gerecht und motivierend wahr? Was lässt sich daraus für Policy-Design & Kommunikation lernen?
- Fokusthemen / Anwendungsfelder: energetische Gebäudesanierung & Elektromobilität
- Wesentliche Methoden:
  - Auswertung & Synthese bestehender Studien
  - Analyse ausgewählter Zielgruppen (selbstnutzende Hauseigentümer*innen; Autobesitzende im ländlichen Raum)
  - 4 Fokusgruppen zu o.g. Fokusthemen mit je 5-6 Personen aus o.g. Zielgruppen (getrennt nach Thema und Einkommensniveau; gemischt bzgl. Soziodemografie, Bundesland, Parteipräferenz…)
- Wesentliche Produkte (Veröffentlichung gegen Anfang Februar 2026):
  - Kurzpapiere zu allg. Literatursynthese und o.g. Schwerpunktthemen
  - Öffentliches Webtool „Gesellschaftscheck Klima- und Umweltschutz“

Mehr Informationen unter https://www.oeko.de/projekte/detail/bausteine-motivierender-und-sozial-gerechter-klima-und-umweltpolitik

Öko-Institut

Akzeptanz von Instrumententypen

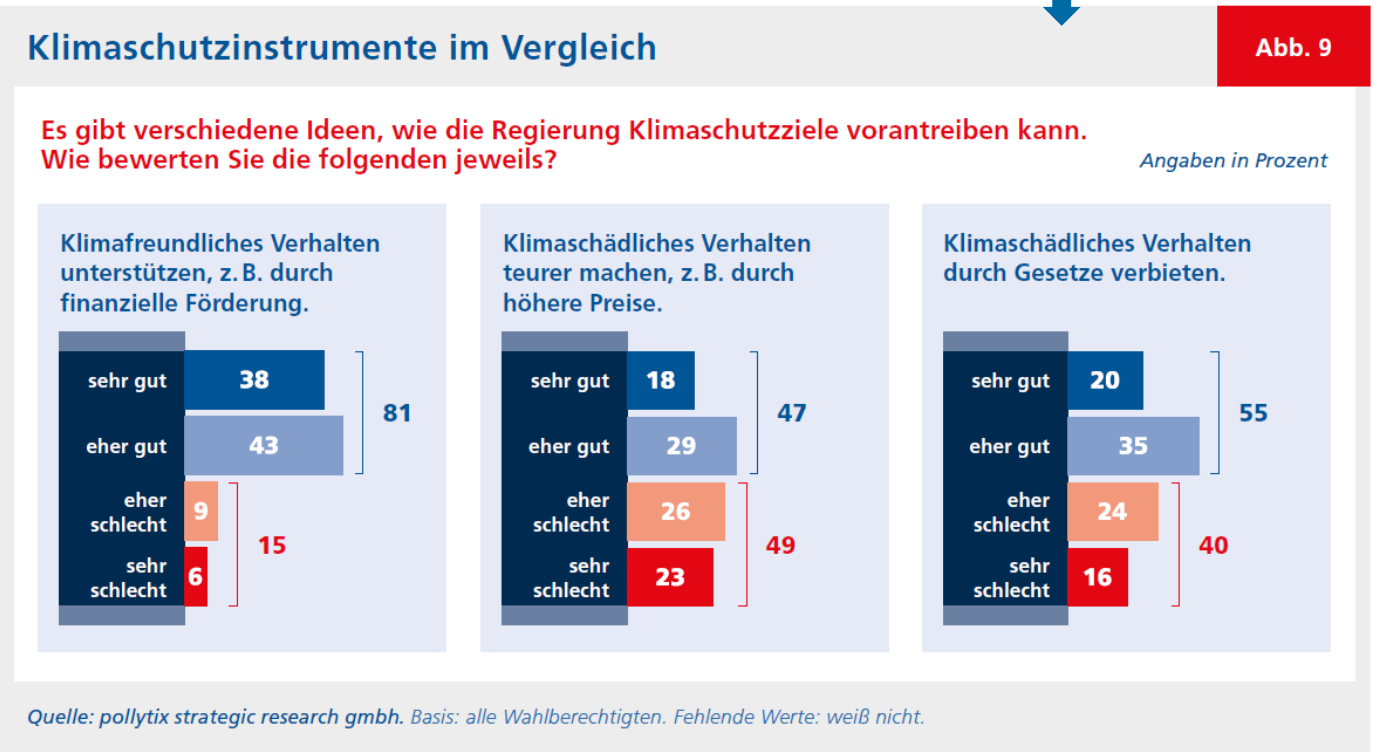
- Pull-Instrumente (Information, Förderung) stoßen i.d.R. auf größere Akzeptanz als Push-Instrumente (Bepreisung, Vorschriften), v.a. wenn letztere Verbraucher*innen adressieren
  - Keine eindeutigen Ergebnisse bzgl. Präferenz von Preisinstrumenten vs. Vorschriften
  - Fokusgruppen (FG): Maßnahmen zu E-Mobilität mehrmals als „Erpressung“ bezeichnet

„Ich bin gegen Zwang, die Leute zu zwingen.“

(Mob.-FG; Frau, 69, höheres Einkommen, Parteipräferenz Linke)

„Ich wollte einfach mir nicht mehr von der Politik vorschreiben lassen, du sollst jetzt das, du sollst jetzt das.“

(Gebäude-FG; Frau, 67, niedriges Einkommen, Parteipräferenz CDU/CSU)



Quelle: FES (2024): Vertrauensfrage Klimaschutz

Akzeptanz von Instrumententypen und -kombination

- Oft höhere Zustimmung bei unternehmensseitigen Push-Instrumenten
  - Unternehmen werden mehr in Verantwortung gesehen
  - Wirkungen auf Verbraucher*innen weniger sichtbar
  - höhere Effektivitäts- & Gerechtigkeitsbewertung durch Befragte
- Höhere Akzeptanz auch konsumseitiger Push-Instrumente in Kombination mit…
  - produktionsseitigen Instrumenten (Lasten werden verteilt)
  - unterstützenden Pull-Maßnahmen (z.B. finanzielle Förderung; kostenlose Beratung; rechtzeitiger ÖPNV-/Ladestations-Ausbau…)
- In Gebäude-FG eher verhalten-positive Rückmeldung zum aktuellen Policy-Mix; in Mobilitäts-FG überwiegend negative Rückmeldungen

„Gerechtigkeit“ und Bezahlbarkeit

- Gerechtigkeitsbewertung der Befragten ist laut internationaler Meta-Studie (Bergquist et al. 2022) stärkster einzelner Erklärfaktor bei Instrumentenakzeptanz
  - Wahrgenommene Ungerechtigkeit ist „Triggerpunkt“ (Mau et al. 2023)
- Energie- & Verkehrswende werden mehrheitlich als ungerecht empfunden
  - v.a. mit Blick auf untere und mittlere Einkommensgruppen
  - sowie mit Blick auf ländlichen Raum im Kontext der Verkehrswende
  - bestätigt in FG, wo zudem mehrfach auf Ältere verwiesen wurde, die keine Kredite bekämen und für die sich Investitionen nicht lohnen würden
- Kurzfristige Bezahlbarkeit & Umsetzbarkeit scheint wichtigstes Gerechtigkeitsthema
  - Menschen fordern außerdem Orientierung, wann sich Maßnahmen finanziell auszahlen

„Ich weiß nicht, wie die sich das vorstellen von einer Rente, wie will man das machen?“

(Mob.-FG; Frau, 58, niedriges Einkommen, Parteipräferenz AfD)

CO2-Preis und Verwendung der Einnahmen

- CO2-Preis für Gebäude & Verkehr wird mehrheitlich als „ungerecht“ angesehen u. abgelehnt
  - persönliche Kostenbelastung wird von der Mehrheit deutlich überschätzt
- Verwendung der Einnahmen wirkt sich auf Akzeptanz aus:
  - Recht hohe Akzeptanz bei Förderung grüner Investitionen
  - Mittlere Akzeptanz bei Unterstützung einkommensschwacher Haushalte
  - Meist geringe Akzeptanz bei gleicher Pro-Kopf-Rückzahlung
  - Bewertung ist auch abhängig von Einkommen & polit. Einstellung
- FG: zusätzliche Unterstützung eink.schwacher Haushalte à la Einkommensbonus bei BEG-Heizungstausch stieß in Gebäude-FG auf fast einhellige Unterstützung (auch bei einkommensstarken Haushalten), während die Meinungen bei den E-Mob.-FG gemischt waren (selbst bei einkommensschwachen Haushalten)

„Wir leben in einem Sozialstaat und wir brauchen unbedingt ne soziale Komponente. Der, der sich das so leisten kann oder das sowieso machen würde, der braucht jetzt nicht die Maximalförderung. “

(Gebäude-FG; Mann, 74, höheres Einkommen, Parteipräferenz CDU/CSU)

„Förderung unabhängig vom Einkommen – das ist die größte Ungerechtigkeit, die es gibt, weil die, die viel Geld haben, kriegen dann auch noch was obendrauf. Förderung abhängig vom Einkommen – das ist wieder ein Rattenschwanz an Papierkram.“

(Mob.-FG; Mann, 68, höheres Einkommen, Parteipräferenz BSW)

Öko-Institut

Finanzielle Förderung als Motivationsfaktor?

- In FG wurden Kaufanreize grundsätzlich begrüßt, teils auch als Motivationsfaktor genannt

„Ich meine, wenn man 40% oder so mitbekommt, ist klar, das ist **ein guter Motivator** und ich glaube viele haben sich dadurch mitreißen lassen, weil es eben diese staatliche Förderung gab “

(Gebäude-FG; Mann, 74, höheres Einkommen, Parteipräferenz CDU/CSU)

„Auch zum Thema Finanzierung einer Wärmepumpe muss ich sagen die Förderung, die es zurzeit gibt, die ist ja **richtig attraktiv**.“

(Gebäude-FG, Mann, 68, niedriges Einkommen, Parteipräferenz Grüne)

- … aber auch kritisiert für bürokratischen Aufwand, Undurchsichtigkeit und ständig wechselnde Förderbedingungen

„Also, das ist **überhaupt kein Anreiz** mehr, […] weil man so viel zusätzlichen **bürokratischen Aufwand hat**, dass, dass man am Ende schon denkt, […] dann zahle ich lieber. So, da müsste einfach mal ne Vereinfachung her find ich.“

(Gebäude-FG; Frau, 35, höheres Einkommen, Parteipräferenz CDU/CSU)

- Menschen, die geförderte Technologie ablehnen, kann auch Förderung nicht motivieren

„Mich würde glaub ich **gar nix motivieren**, Elektroauto zu kaufen, überhaupt nicht, **auch keine Förderprämie**.“

(Mob.-FG; Mann, 57, niedriges Einkommen, Parteipräferenz Werte-Union)

Weitere Motivationsfaktoren

- Verhaltensintentionen werden von vielen Faktoren beeinflusst: Bedürfnisse, Aufwand-Nutzen-Wahrnehmung, Wissen, Einstellungen, sozialen Normen / Verhalten anderer, Emotionen
  - Intrinsische Motivation (u.a. durch Problembewusstsein, Übereinstimmung mit eigenen Werten, Gefühl von Selbstwirksamkeit) wirkt stärker und langfristiger als extrinsische Motivation
  - Kollektives Handeln sowie Erfolgsbeispiele & Empfehlungen von Vertrauenspersonen (Peer-Group, Nachbarschaft, Handwerker*innen…) wirken motivierend

„Es war auch das Thema **Umweltschutz, Nachhaltigkeit, Energiesparen**, denn ich denke, wir müssen da was tun.“

(Gebäude-FG; Mann, 48, höheres Eink.; Parteipräferenz Grüne)

„„Motivierender Faktor ist natürlich **Unabhängigkeit**. [...] Wenn ich bei einer riesigen Gaspreiserhöhung eben das Haus soweit in Schuss habe, dass ich keinen übermäßigen Verbrauch habe […]“

(Gebäude-FG; Mann, 59, niedriges Eink., Parteipräferenz AfD)

„Ich bin da wirklich auf **neue Techniken**, fahr ich voll ab, muss man ehrlich sagen.“

Unsere **Nachbarn** haben halt auch angefangen mit dem gleichen Heizungsbauer eine Wärmepumpe einzubauen, [...] mit denen habe ich mich auch ausgetauscht. […] Das bestärkt einen dann schon.

(Gebäude-FG; Frau, 67, niedriges Einkommen, Parteipräferenz CDU/CSU)

„Ja, für mich wäre das Allerwichtigste, **mit meinem eigenen Balkonkraftwerk tanken** zu können, also dass der eigene Strom verbraucht wird, dass das dann **billiger** wird als Benzin. Die Hoffnung hab ich, ja und das wär für mich die größte Motivation.“

(Mob.-FG; Frau, 69, höheres Einkommen, Parteipräferenz Die Linke)

Hemmnisse

- Verhalten hängt nicht nur von Intentionen ab, sondern auch von Angeboten / Infrastrukturen, Routinen, persönlichen Ressourcen und Aufwänden
  - in Gebäude-FG wurden v.a. Kosten/Wirtschaftlichkeit, Bürokratie und Planungsunsicherheit genannt
  - in E-Mob.-FG v.a. Kosten sowie technologische Aspekte (Reichweite, Brandgefahr, Umweltbilanz, Lebensdauer) → hohe Relevanz von Sorgen und Ängsten

„Beachten Sie dies, tun Sie auf keinen Fall jenes und so, so dass ich ja sehr schnell abgefüllt bin und dann ist wieder zu bei mir.“ (→ **Informationsüberflutung)**

(Gebäude-FG; Frau, 70, niedriges Einkommen; Parteipräferenz SPD)

„Ich kalkuliere natürlich bei einer Investition mit einer durchschnittlichen Lebenserwartung, die man ja hier noch im Haus verbringen kann, und in diesem Zeitraum sollte sich das natürlich **finanziell rechnen**.“

(Gebäude-FG; Mann, 74, höheres Einkommen, Parteipräferenz CDU/CSU)

„Genau durch die **gesetzlichen Vorschriften**, wo, man jetzt im Moment eigentlich **gar nicht weiß, in welche Richtung** das nun wirklich geht.“

„Es ist halt auch wirklich sehr, sehr schwierig, **Handwerker zu bekommen**, weil die sind im Prinzip alle ausgelastet und suchen sich bloß die Sahnestückchen raus.“

(Gebäude-FG; Mann, 45, niedriges Einkommen, Parteipräferenz CDU/CSU)

„Die **Technik ist noch nicht so weit**.“

(Mob.-FG; Mann, 38, niedriges Einkommen, Parteipräferenz AfD)

„Wir sind auf dem Dorf in Sachsen, und da ist eigentlich die **öffentliche Meinung** sehr negativ.“

(Mob.-FG; Frau, 69, höheres Einkommen, Parteipräferenz Linke)

Relevanz von Wissen und zusätzlichen Informationen

- Personen mit höherem Wissen über den Klimawandel und Personen, die sich gut über eine Maßnahme informiert fühlen, unterstützen tendenziell eher Klimaschutzmaßnahmen
- Zusätzliche Informationen zum Instrument (v.a. bzgl. Effektivität, Kosten, Verteilungswirkung) haben in manchen Studien gewissen, aber überschaubaren Akzeptanzeffekt
  - Akzeptanzeffekt in der Realität vermutlich noch geringer als in Studien wegen Gegenargumenten & Desinformation in realen Debatten
  - Nur wenn frühzeitig, können Informationen Effekt von Gegenkampagnen / Desinformation dämpfen („*prebunking*“)
  - Wirksamkeit von Faktenvermittlung ist u.a. milieuabhängig
  - Informationen müssen einfach verständlich sein: Fachsprache können Menschen schlechter verarbeiten, außerdem fühlen sie sich ausgeschlossen → Inhalte werden dann eher abgelehnt

Framing

- Positives Framing mit Betonung individ. oder gesell. Co-benefits (z.B. Gesundheit, Lebensqualität, Selbstwirksamkeit, Geld, Arbeitsplätze, Unabhängigkeit vom Ausland, Sicherheit) tendenziell motivierender und besser für Maßnahmenakzeptanz als Negativframing zu drohenden Verlusten
  - aktuell sehnen sich viele nach Positivnachrichten
  - Botschaften dürfen aber nicht als unrealistisch empfunden werden
- Akzeptanz- und motivationsförderndes Framing abhängig von:
  - Kontext: Land/Region, Themenfeld, aktuelle gesell. / ökon. Lage, dominierende Themen
  - Zielgruppe/Milieu (unterschiedliche Werte, Sorgen…)
- Diskursprägende Bedeutung des zeitlich ersten Frames

Relevanz des „Messengers“

- V.a. bei strittigen Themen orientieren Menschen sich an Personen und Organisationen, denen sie vertrauen
  - v.a. Familie & Nachbarschaft, aber z.B. auch Handwerker*innen

„Unsere **Nachbarn** haben halt auch angefangen […] eine Wärmepumpe einzubauen, [...] mit denen habe ich mich auch ausgetauscht. […] **Das bestärkt einen** dann schon.“

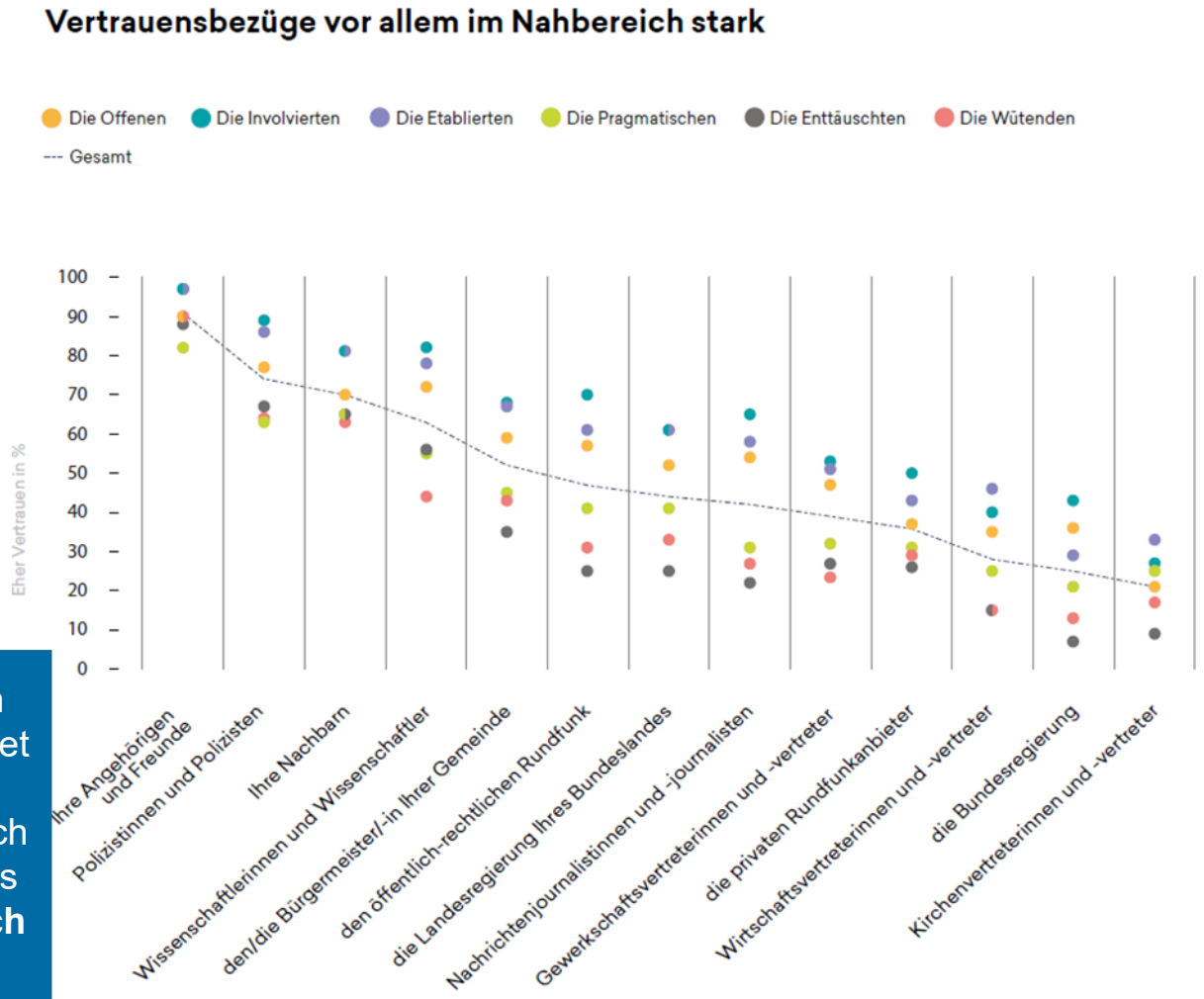
(Gebäude-FG; Frau, 67, niedriges Einkommen, Parteipräferenz CDU/CSU)

„ Ein **Installateur**, der das dann auch umgesetzt hat, der sich a) damit auskennt und b) auch sehr vertrauenswürdig ist, **den ich schon lange kenne und dem man** dann auch **vertrauen kann**, dass er einem die richtigen Sachen empfiehlt.“

(Gebäude-FG; Mann, 48, höheres Einkommen; Parteipräferenz Grüne)

„Ich hatte zum Glück auch einen **Handwerker**, der das so gerechnet hat und der mir gesagt hat: Vergessen Sie es, das rechnet sich in ihrem Alter nicht mehr. Also das ist eine **ehrliche Meinung, der ich auch vertraue**.“

(Gebäude-FG; Mann, 74, höheres Einkommen, Parteipräferenz CDU/CSU)



Quelle der Abbildung: Gagné et al. 2024: „Orientierung gesucht“. More in Common.

Fazit (ausgewählte übergreifende Schlussfolgerungen)

- Aus der Forschung ergeben sich einige Hinweise, wie sich Maßnahmenakzeptanz, Gerechtigkeitswahrnehmung und Motivationswirkung steigern lassen:
  - Push-Instrumente so gestalten / flankieren, dass regressive Verteilungswirkungen vermieden werden und angestrebtes Verhalten einfach gemacht wird – v.a. für vulnerable Gruppen wie Haushalte mit wenig Einkommen bzw. im ländlichen Raum
  - Stabilität bei Rahmen- und v.a. Förderbedingungen
  - Vereinfachung von Förderanträgen (-prozessen)
  - Rechtzeitige Kommunikation von glaubwürdigen Co-Benefits, realen Erfolgsbeispielen, Working-Together-Botschaften – am besten durch „trusted messengers“ bzw. in Akteursallianzen
- Bei Instrumentenentwicklung frühzeitig soziale Folgenabschätzungen durchführen…
  - …sowie Befragungen / Fokusgruppen zu verschiedenen Policydesign- und Framing-Optionen

Öko-Institut

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Dirk Arne Heyen
Senior Researcher

Öko-Institut e.V.
Büro Berlin
Borkumstraße 2
13189 Berlin

Phone: +49 30 405085-356
E-Mail: d.heyen@oeko.de