



Akzeptanz von Klimaschutzmaßnahmen: Psychologische Strategien für erfolgreiche Maßnahmengestaltung und -kommunikation

Policy Ultra-Brief aus der Psychologie und
angrenzenden Verhaltenswissenschaften
Für politische Akteure in Politik, Verwaltung und Medien
Reihe 1 – Klimaschutz (10/2025)

Autor:innen: Kevin E. Tiede*^{1,2}, Sonja Grelle*³, Sarah Pelull*^{1,2}, Cornelia Betsch^{1,2}, Jean-Henri Huttarsch⁴,
Mirjam A. Jenny^{1,2}, & Wilhelm Hofmann^{3, 5}

¹ Institute for Planetary Health Behaviour, Universität Erfurt

² Health Communication, Bernhard-Nocht-Institut für Tropenmedizin

³ Fachbereich Psychologie, Ruhr-Universität Bochum

⁴ Research Institute for Sustainability at GFZ (RIFS)

⁵ German Center for Mental Health (DZPG), Partner Site Bochum-Marburg

* geteilte Erstautor:innenschaft

Die Autor:innen erklären, dass keine Interessenkonflikte im Zusammenhang mit diesem Policy Brief bestehen.

doi: <https://doi.org/10.23668/psycharchives.21298>



HINTERGRUND

Um CO₂-Emissionen zu reduzieren, braucht es neben Änderungen im individuellen Verhalten die Umsetzung staatlicher Maßnahmen (z.B. Gesetze, die erneuerbare Energien fördern, oder Anreize wie den CO₂-Preis). Je stärker solche Klimaschutzmaßnahmen gesellschaftlich akzeptiert werden, desto erfolgreicher können sie umgesetzt werden. Es ist daher wichtig zu verstehen, welche psychologischen Faktoren die Zustimmung zu Klimaschutzmaßnahmen beeinflussen – und wie diese Zustimmung durch wirksame Kommunikation gesteigert werden kann. Psychologische Forschung zeigt, dass die Berücksichtigung von Wirksamkeit und Fairness bei der Gestaltung und Kommunikation der Maßnahmen deren Zustimmung erhöhen kann.

Die Akzeptanz von Klimaschutzmaßnahmen in der Bevölkerung ist ein zentrales Signal für Politiker:innen und andere Entscheidungsträger:innen. Gemeint sind staatliche Maßnahmen, die private Haushalte direkt oder indirekt betreffen, etwa gesetzliche Vorgaben zur Heiztechnik oder finanzielle Anreize und Beteiligungsmodelle beim Ausbau erneuerbarer Energien. Ob solche Maßnahmen als politisch durchsetzbar gelten, hängt maßgeblich davon ab, wie sie in der Bevölkerung wahrgenommen werden [1,2] (1). Um zu erklären und vorherzusagen, wann Menschen Klimaschutzmaßnahmen akzeptieren, gibt es verschiedene Übersichtsarbeiten und Modelle, die viele Einflussfaktoren berücksichtigen [3-8] (1).

Besonders konsistent belegt ist die Relevanz zweier wahrgenommener Merkmale: wahrgenommene **Effektivität** und **Fairness** [3-6] (1). Maßnahmen, die als fair und wirksam eingeschätzt werden, um CO₂-Emissionen zu reduzieren, stoßen deutlich häufiger auf Zustimmung. Gleichzeitig ergibt sich ein Spannungsverhältnis: Maßnahmen mit hoher Regulierungstiefe, wie Gesetze oder Steuern, gelten im Vergleich zu solchen mit geringer Regulierungstiefe, wie Bildung, Kampagnen oder Nudges, oft als wirksamer, werden aber auch eher als belastend, kostenintensiv und weniger fair wahrgenommen [8,9] (1).

Für die politische Umsetzbarkeit ist daher entscheidend, Wirksamkeit und Fairness bereits in der Gestaltung einer Maßnahme mit-zudenken und ihre Entwicklung und Einführung mit transparenter, begleitender Kommunikation zu unterstützen. Kommunikation kann dabei helfen, Eigenschaften von Maßnahmen so zu vermitteln, dass sie die Zustimmung zu Klimaschutzmaßnahmen fördern. Hierbei ist es beispielsweise relevant, Informationen zu vermitteln, die Bürger:innen befähigen, einzuschätzen, wie **effektiv** oder **fair** eine Klimaschutzmaßnahme ist.

Experimentelle Studien zeigen in der Tat überwiegend: Wenn die objektive Effektivität einer Maßnahme vermittelt wird, steigt auch die wahrgenommene Wirksamkeit, was wiederum die Akzeptanz erhöht [7,10,11] (1). Allerdings ist noch unklar, wie man die Effektivität von Klimaschutzmaßnahmen am besten an die breite Bevölkerung kommuniziert, da es oft um große Zahlen in abstrakten Einheiten geht (z.B. 6,7 Mio. t CO₂ einsparen). Bei Fairness deuten erste Befunde darauf hin, dass die wahrgenommene Fairness von Klimaschutzmaßnahmen gezielt durch Erläuterungen zur Verteilungsgerechtigkeit erhöht werden kann, also z.B. durch Hinweise auf Klimageld oder sozialverträgliche Subventionen. Dies wirkt sich auch wiederum auf die Zustimmung zu den Maßnahmen aus [7,10] (2).

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Die Berücksichtigung verschiedener Faktoren bei der Gestaltung und Kommunikation von Klimaschutzmaßnahmen kann die Akzeptanz staatlicher Klimaschutzmaßnahmen fördern.

- **Fairness partizipativ gestalten:** Damit Klimaschutzmaßnahmen auf breite Akzeptanz stoßen können, sollte ihre Gestaltung frühzeitig auf Fairness ausgerichtet sein, sowohl mit Blick auf soziale Ausgewogenheit als auch auf transparente Verfahren. Beteiligungsformate wie Bürger:innenräte oder Planungszellen schaffen Räume, um Maßnahmen gemeinsam mit der Bevölkerung oder Zielgruppen von Maßnahmen zu entwickeln und dabei insbesondere auch die Perspektiven vulnerabler Gruppen einzubeziehen.
- **Kommunikation als Brücke zur Akzeptanz nutzen:** Auch wirksam und fair gestaltete Maßnahmen werden nicht zwingend als solche wahrgenommen. Daher kann es ratsam sein, die Entwicklung und Einführung von Klimaschutzmaßnahmen durch Kommunikationskampagnen zu begleiten, die die Maßnahmen verständlich und zielgruppenspezifisch erklären. Dabei können besonders Informationen zur Wirksamkeit anschaulich vermittelt und Gerechtigkeitsaspekte erklärt werden (z.B. etwa durch Hinweise auf sozialen Ausgleich).
- **Wahrnehmung und Kommunikation kontinuierlich evaluieren:** Wenn Entscheidungsträger:innen fortlaufend und zielgruppenspezifisch evaluieren, wie Klimaschutzmaßnahmen wahrgenommen werden und ob die begleitende Kommunikation die relevanten Informationen erfolgreich vermittelt, können sowohl Maßnahmengestaltung als auch Kommunikationsstrategien gezielt optimiert werden.

Quellen

- [1] Bedsworth, L. W., & Hanak, E. (2013) Climate Policy at the local level: Insights from California. *Global Environmental Change*, 23(3), 664–677. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2013.02.004>
- [2] Anderson, B., Böhmelt, T., & Ward, H. (2017). Public opinion and environmental policy output: A cross-national analysis of energy policies. *Environmental Research Letters*, 12, Article 114011. <https://doi.org/10.1088/1748-9326/aa8f80>
- [3] Grelle, S., & Hofmann, W. (2024). When and why do people accept public-policy interventions? An integrative public-policy-acceptance framework. *Perspectives on Psychological Science*, 19(1), 258–279. <https://doi.org/10.1177/17456916231180580>
- [4] Bergquist, M., Nilsson, A., Harring, N., & Jagers, S. C. (2022). Meta-analyses of fifteen determinants of public opinion about climate change taxes and laws. *Nature Climate Change*, 12(3), 235–240. <https://doi.org/10.1038/s41558-022-01297-6>
- [5] Huttarsch, J.H., & Matthies, E. (2024). Perceived carbon pricing effectiveness impacts its perceived fairness – Applying and extending a theoretical framework. *Journal of Environmental Psychology*, 97, Article 102356. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2024.102356>
- [6] Drews, S., & van den Bergh, J. C. J. M. (2015). What explains public support for climate policies? A review of empirical and experimental studies. *Climate Policy*, 16(7), 855–876. <https://doi.org/10.1080/14693062.2015.1058240>

- [7] Dechezleprêtre, A., Fabre, A., Kruse, T., Planterose, B., Sanchez Chico, A., & Stantcheva, S. (2025). Fighting climate change: International attitudes towards climate policies. *American Economic Review*, 115(4), 1258–1300. <https://doi.org/10.1257/aer.20230501>
- [8] Huber R. A., Wicki M. L., Bernauer T. (2020). Public support for environmental policy depends on beliefs concerning effectiveness, intrusiveness, and fairness. *Environmental Politics*, 29(4), 649–673. <https://doi.org/10.1080/09644016.2019.1629171>
- [9] Hofmann, W., & Grelle, S. (2025). What makes people want more impactful climate policy? *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 61, Article 101479. <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2024.101479>
- [10] Kellner, M., Rütten, K., Jenny, M., Geiger, M., Lehrer, L., Temme, H., & Betsch C. (2025). The impact of per-capita refunds and information on the acceptance of carbon pricing: Evidence from German survey data [Manuscript in preparation].
- [11] Tiede, K. E., Temme, H., Lehrer, L., & Betsch, C. (2025). Enhancing perceived effectiveness can increase climate policy acceptance. *Journal of Environmental Psychology*, 106, 102725. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2025.102725>

Bildquelle: ChatGPT (2025)