



Wissenslücken und nachhaltiger Konsum: Mangelndes Lösungswissen bremst die Nachhaltige Transformation

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

Autor:innen: **Jonas Ludwig¹, Eric J. Johnson^{1,2} & Elke U. Weber^{1,3}**

¹ Center for Research on Environmental Decisions in Berlin (CREDiB), Technische Universität Berlin

² Columbia Business School

³ Princeton University

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

doi: <https://doi.org/10.23668/psycharchives.21302>



HINTERGRUND

Das Bereitstellen von Informationen über die Ursachen und Folgen des Klimawandels führt nur selten zu nachhaltigen Verhaltensänderungen. Studien zeigen zudem, dass die Mehrheit der deutschen Bevölkerung über diese Aspekte der Klimakrise bereits gut informiert ist. Wissenslücken bestehen jedoch trotzdem, vor allem in Bezug auf effektive Lösungen zur Minderung von Emissionen. Diese Informationsdefizite abzubauen kann Individuen helfen, ihre Nachhaltigkeitsabsichten in wirklich bedeutsame Treibhausgasreduktion zu übersetzen.

Obwohl das Informationsdefizit-Modell der Klimakommunikation als wissenschaftlich widerlegt gilt [1, 2] (1), dient es noch immer häufig als Grundlage für die Gestaltung von Kommunikationsstrategien zur Motivation von mehr nachhaltigem Verhalten. Das Modell postuliert, dass die meisten Menschen sich nachhaltiger verhalten würden, wenn sie nur ausreichend über die Problematik des Klimawandels informiert wären. Das bloße Bereitstellen von Faktenwissen zu Ursachen und Folgen des Klimawandels führt jedoch nur sehr selten zu nachhaltigen Verhaltensänderungen, das zeigt eine breite Studienlage gut replizierter Befunde deutlich [2–4] (1).

In der deutschen Bevölkerung besteht zudem gar kein eklatanter Mangel an Problemwissen. Einige aktuelle Studien zeigen konsistent, dass eine überwiegende Mehrheit sich des Problems, sowie seiner Ursachen und Folgen bewusst ist [5, 6] (2). Dies bedeutet aber im Umkehrschluss nicht, dass es keine Wissenslücken gäbe, die die Erfolgsaussichten der wachsenden Bemühungen um mehr Nachhaltigkeit schmälern können.

Neben dem oftmals schon stark ausgeprägten Problemwissen sind nämlich weitere Wissensbereiche zentral für wirksames Klimahandeln, z.B. das Wissen um effektive Lösungen zur Reduktion von Treibhausgasen. Nur wer versteht, welche persönlichen Verhaltensweisen und Konsumententscheidungen mehr Emissionen verursachen als andere, kann wirklich wirksame Maßnahmen ergreifen [7, 8]. Das Wissen um effektive Lösungen ist auch bei der Bewertung von klimapolitischen Maßnahmen auf nationaler Ebene zentral. Erste Studien belegen, dass Fehleinschätzungen der Emissionswirkung von

politischen Maßnahmen verbreitet sind [9–11] (2).

Dass Defizite im Lösungswissen bestehen, veranschaulicht ein Beispiel aus unserer Forschung [8]. Die Debatte rund um das Phänomen Flugscham verdeutlicht, dass kaum mehr Zweifel an der Klimaschädlichkeit des Fliegens bestehen. Dennoch scheitern Befragte in unseren Studien daran, die Emissionswirkung von Flugreisen adäquat einzuschätzen. Andere Handlungen (z.B. Strom sparen oder den Fleischkonsum reduzieren), werden von vielen für wirksamer gehalten, obwohl sie in den allermeisten Fällen zu deutlich weniger Emissionseinsparungen führen dürften als der Verzicht auf einen einzigen Kurzstreckenflug. Solche Informationsdefizite zu beseitigen kann jeder und jedem einzelnen, sowie unserer Gesellschaft als Ganzes dabei helfen, bereits bestehende Nachhaltigkeitsabsichten in bedeutsame Emissionsreduktion zu übersetzen.

Wissensinterventionen im Allgemeinen weisen zwar oft vernachlässigbare Effekte auf [12] (1). Das bestätigen wiederholte Befunde. Jedoch zeigen einzelne Studien, dass konkrete Information zur Effektivität von bestimmten Lösungen den Befragten dabei half, auch die Emissionswirkung von ganz anderen Maßnahmen besser einzuschätzen [13, 14] (3). Dieses Wissen allein wird oft nicht unmittelbar in greifbare Verhaltensänderung münden. Defizite im Lösungswissen abzubauen ist dennoch wichtig, um Bürger:innen eine informierte Entscheidung darüber zu ermöglichen, welche persönlichen und politischen Maßnahmen für sie angemessen sind und tatsächlich effektiv zur Emissionsreduktion beitragen können.

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Informationsdefizite bestehen bezüglich effektiver Lösungen. Daher konzentrieren sich die Handlungsempfehlungen darauf, Lösungswissen zu kommunizieren und stärker zu fördern:

- **Lösungswissen kommunizieren:** Strategien, die auf Ursachen und Folgen des Klimawandels fokussieren, werden nur in den seltensten Fällen erfolgreich darin sein, Verhaltensänderungen anzuregen. Richtet sich die Kommunikation an die deutsche Allgemeinbevölkerung, kann davon ausgegangen werden, dass Informationsdefizite nicht primär im Bereich des Problemwissens bestehen. Erhebliche Wissenslücken gibt es jedoch bezüglich effektiver Lösungen. Wirksame Klimakommunikation ist daher lösungsorientiert und transparent in dem Sinne, dass sie klar herausstellt, wie und warum ein bestimmtes Verhalten oder eine bestimmte politische Maßnahme mehr zur Reduktion der Treibhausgasemissionen beitragen kann als andere. Wir empfehlen daher, verstärkt Informationen zur Emissionswirkung von politischen Vorhaben zu kommunizieren, z.B. in Pressemitteilungen und im Rahmen von Beteiligungsformaten.
- **Lösungswissen gezielt fördern, um Handlungskompetenz zu stärken:** Mangelndes Lösungswissen geht mit der Unfähigkeit einher, die Emissionswirkung des eigenen Konsums oder von politischen Maßnahmen adäquat einschätzen zu können. Gezielte Maßnahmen auf allen Stufen des formalen und informellen Bildungssektors sollten Lösungswissen und andere klimaschutzrelevante Kompetenzen in der Breite der Bevölkerung stärken. Dies kann langfristig durch eine stärkere Integration der Thematik in den Lehrplänen gelingen. Kurzfristig können Lösungswissensinterventionen (etwa im Rahmen von Beteiligungsformaten) realistische Erwartungen an die Effektivität von Maßnahmen fördern. Lösungswissen ist kein Allheilmittel, aber Voraussetzung für informierte Entscheidungen der Bürger:innen. Nur wer wirksame Maßnahmen von solchen unterscheiden kann, die kaum eine Emissionswirkung entfalten, kann den eigenen Konsum und politische Partizipation derart gestalten, dass sie den oftmals bereits stark ausgeprägten Nachhaltigkeitsabsichten gerecht werden.

Quellen

- [1] Brüggemann, M., De Silva-Schmidt, F., Hoppe, I., Arlt, D., & Schmitt, J. B. (2017). The appeasement effect of a United Nations climate summit on the German public. *Nature Climate Change*, 7(11), 783–787. <https://doi.org/10.1038/nclimate3409>
- [2] Schultz, P.W. (2002): Knowledge, information, and household recycling: Examining the knowledge-deficit model of behavior change (pp. 67–82). In National Research Council (Ed.), *New tools for environmental protection: Education, information, and voluntary measures*. National Academy Press.
- [3] Nisa, C. F., Bélanger, J. J., Schumpe, B. M., & Faller, D. G. (2019). Meta-analysis of randomised controlled trials testing behavioural interventions to promote household action on climate change. *Nature Communications*, 10(1), 4545. <https://doi.org/10.1038/s41467-019-12457-2>
- [4] Rode, J. B., Dent, A. L., Benedict, C. N., Brosnahan, D. B., Martinez, R. L., & Ditto, P. H. (2021). Influencing climate change attitudes in the United States: A systematic review and meta-analysis. *Journal of Environmental Psychology*, 76, 101623. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2021.101623>
- [5] Carman, J., Verner, M., Rosenthal, S., Ballew, M., Leiserowitz, A., Wood, E., Thulin, E., Ordaz Reynoso, N., Marlon, J., & Buttermore, N. (2024). *Global Warming's Six Audiences around the world*. Yale Program on Climate Change Communication. <https://climatecommunication.yale.edu/publications/six-audiences-around-the-world/>
- [6] European Investment Bank (2024). The 6th EIB Climate Survey (2023–2024). <https://www.eib.org/en/surveys/climate-survey>
- [7] Johnson, E. J., Sugerman, E. R., Morwitz, V. G., Johar, G. V., & Morris, M. W. (2024). Widespread misestimates of greenhouse gas emissions suggest low carbon competence. *Nature Climate Change*, 14(7), 707–714. <https://doi.org/10.1038/s41558-024-02032-z>
- [8] Ludwig, J., Trieb, A., Sugerman, E. R., & Johnson, E. J. (2025). Consumers misestimate the greenhouse gas emissions associated with sustainable behaviors, firms, and industries. *Journal of Environmental Psychology*, 106, 102713. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2025.102713>
- [9] Ludwig, J., Trieb, A., Sugerman, E., & Johnson, E. J. (2024). *German citizens misjudge the emissions reduction potential of climate policy*. OSF Preprints. <https://doi.org/10.31219/osf.io/hs2q6>
- [10] 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>
- [11] Frings, N. L., Nielsen, K. S., Azad, Z. R., & Hahnel, U. J. J. (2025). *National context shapes climate impact perceptions and their effects on climate policy support and behavior*. OSF Preprints. https://doi.org/10.31234/osf.io/ckt95_v1
- [12] Albarracín, D., Fayaz-Farkhad, B., & Granados Samayoa, J. A. (2024). Determinants of behaviour and their efficacy as targets of behavioural change interventions. *Nature Reviews Psychology*, 3(6), 377–392. <https://doi.org/10.1038/s44159-024-00305-0>
- [13] Bröder, A., Dülz, E., Heidecke, D., Wehler, A., & Weimann, F. (2023). Improving carbon footprint estimates of food items with a simple seeding procedure. *Applied Cognitive Psychology*, 37(3), 651–659. <https://doi.org/10.1002/acp.4060>
- [14] Kretschmer, S. (2024). Carbon literacy – Can simple interventions help? Effect of information provision on emissions knowledge of private households. *Energy Policy*, 188, 114060. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2024.114060>

Bildquelle: ChatGPT (2025)

Zitation: Ludwig, J., Johnson, E. J. & Weber, E. U. (2025). Wissenslücken und nachhaltiger Konsum: Mangelndes Lösungswissen bremst die Nachhaltige Transformation. In W. Hofmann, A.-K. Hosch, J.-H. Huttarsch, E. Matthies, E.-L. Brakemeier & C. Betsch (Hrsg.), *Policy Ultra-Briefs aus der Psychologie und angrenzenden Verhaltenswissenschaften, Reihe 1 - Klimaschutz*. <https://doi.org/10.23668/psycharchives.21302>

Auf Initiative der Interessensgruppe „Mensch, Klima, Nachhaltigkeit“ der Deutschen Gesellschaft für Psychologie, der Fachgruppe Umweltpsychologie und mit Unterstützung des Netzwerks Behavioral Science Connect