



Was beeinflusst unsere individuellen Klimaschutz- Beiträge? Verhaltenswissenschaftliche Hebel für wirksame Politik

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

Autor:innen: Astrid Dannenberg*¹, Johannes Diederich*² & Timo Goeschl*³

¹ Universität Kassel

² Universität Kassel

³ Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg

* geteilte Erstautor:innenschaft

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

doi: <https://doi.org/10.23668/psycharchives.21299>



HINTERGRUND

Viele Bürger:innen sind bereit, freiwillig einen individuellen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. Diese Beiträge sind nicht nur wichtig für das Erreichen nationaler Klimaschutzziele, sondern können unter bestimmten Bedingungen auch als belastbarer Indikator für die tatsächliche Zahlungsbereitschaft für Klimaschutz interpretiert und analysiert werden. Diese Analysen liefern wertvolle Erkenntnisse für die Politik, beispielsweise welche Faktoren die Zahlungsbereitschaften beeinflussen und ob diese gezielt gesteigert werden können. Diese Erkenntnisse fasst dieser Policy Ultra-Brief für politische Akteur:innen in Verwaltung, Politik und Medien zusammen.

Freiwillige individuelle Beiträge zum Klimaschutz sind vielfältig: etwa die Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs statt des Autos, der reduzierte Fleischkonsums oder der Kauf energieeffizienter Geräte. Solche Beiträge können neben dem reinen Klimanutzen unterschiedliche Beweggründe haben, wie etwa Kosteneinsparungen, Tierwohl oder der Wunsch, ein Vorbild zu sein. Daher lässt sich aus beobachtbarem Verhalten allein nicht ableiten, inwieweit Klimaschutz Motiv der Handlung war.

Dieses Problem löst die Wissenschaft, indem sie Entscheidungssituationen herbeiführt, in denen Menschen auswählen, ob sie einen echten zugewiesenen Geldbetrag ganz oder teilweise für reale Emissionsreduktionen verwenden oder lieber behalten möchten. So lässt sich eine „reine“ individuelle Zahlungsbereitschaft für Klimaschutz berechnen.

Dieser Policy Ultra Brief fasst zusammen, welche Einflussfaktoren der Zahlungsbereitschaft in solchen Studien ermittelt wurden. Der Fokus liegt auf experimentellen Studien, die kausale Zusammenhänge mit hoher Evidenzgüte aufzeigen. Drei zentrale Gruppen von Einflussfaktoren konnten dabei identifiziert werden.

Die erste Gruppe betrifft ökonomische Kosten-Nutzen-Abwägungen. Menschen geben eher

Geld für Klimaschutz aus, wenn sie sehen, dass sich das lohnt: Je günstiger die Reduktion einer bestimmten Emissionsmenge ist, desto eher sind Menschen bereit zu zahlen [1-5, 7] (1).

Eine zweite Gruppe umfasst die Bereitstellung positiver Begleitinformationen, etwa in Form von Aufklärung über die jeweilige Klimaschutzmaßnahme. Aussagekräftige erste Befunde zeigen, dass sich die individuelle Zahlungsbereitschaft erhöht, wenn beispielsweise die Kosteneffektivität [6] oder positive Nebeneffekte (z.B. lokale „Co-Benefits“) [7] erläutert oder betont werden (2).

Als dritte Gruppe spielen soziale Faktoren eine Rolle, etwa in Form kollektiver Entscheidungen. Erfolgt die individuelle Zahlung für Emissionsreduktionen in Verbindung mit den Zahlungen anderer Personen, steigt die individuelle Zahlungsbereitschaft [4, 8] (1). Sie steigt ebenfalls, wenn Menschen über eine hohe Zahlungsbereitschaft anderer informiert [9, 10] oder wenn pessimistische Erwartungen darüber korrigiert werden [11] (1). Einzelne Studien zeigen, dass bestimmte soziale Faktoren je nach gesellschaftlicher Gruppe unterschiedlich stark wirken - etwa stärker bei Frauen [9] (2), bei Personen mit ausgeprägtem Umweltbewusstsein und sozialen Werthaltungen [10] (3), oder unter sogenannten „Klimaskeptiker:innen“ [11] (1).

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Aus der experimentellen Studienlage ergeben sich folgende Handlungsempfehlungen für die klimapolitische Praxis:

- **Kosteneffektive Klimaschutzmaßnahmen priorisieren:** Maßnahmen mit geringeren Kosten für die Bürger:innen bei gleichem Klimanutzen erhöhen die freiwillige Zahlungsbereitschaft. Kosteneffektive Maßnahmen – wie die CO₂-Bepreisung – könnten daher in der Bevölkerung auf höhere Akzeptanz stoßen als weniger kosteneffektive Ansätze wie beispielsweise bestimmte Technologieverbote. Sie leisten denselben Beitrag zur Erreichung der Klimaziele bei geringeren gesellschaftlichen Kosten.
- **Kosteneffektivität und Zusatznutzen kommunizieren:** Damit sich Zahlungsbereitschaft in Unterstützung entsprechender Maßnahmen übersetzt, ist Aufklärung wichtig. Bürger:innen müssen nachvollziehen können, warum eine Maßnahme effektiv und sinnvoll ist. So stößt etwa die CO₂-Bepreisung derzeit – trotz ihrer gut belegten Kosteneffektivität – nur auf geringe Akzeptanz, was möglicherweise auch auf fehlende Information und Aufklärung zurückzuführen sein könnte.
- **Klimaschutz als Gemeinschaftsaufgabe kommunizieren:** Wer weiß, dass andere ebenfalls beitragen (wollen), ist eher bereit, sich selbst zu engagieren. Die Sichtbarkeit kollektiven Handelns und das Korrigieren unterschätzter Mitwirkungsbereitschaft sind wichtige Hebel.

Quellen

- [1] Löschel, A., Sturm, B., & Vogt, C. (2013). The demand for climate protection—Empirical evidence from Germany. *Economics Letters*, 118(3), 415-418. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2012.12.007>
- [2] Diederich, J., & Goeschl, T. (2014). Willingness to pay for voluntary climate action and its determinants: Field-experimental evidence. *Environmental and Resource Economics*, 57, 405-429. <https://doi.org/10.1007/s10640-013-9686-3>
- [3] Diederich, J., & Goeschl, T. (2017). To mitigate or not to mitigate: The price elasticity of pro-environmental behavior. *Journal of Environmental Economics and Management*, 84, 209-222. <https://doi.org/10.1016/j.jeem.2017.03.004>
- [4] Löschel, A., Sturm, B., & Uehleke, R. (2017). Revealed preferences for voluntary climate change mitigation when the purely individual perspective is relaxed—evidence from a framed field experiment. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 67, 149-160. <https://doi.org/10.1016/j.jsocec.2016.12.007>
- [5] Uehleke, R., & Sturm, B. (2017). The influence of collective action on the demand for voluntary climate change mitigation in hypothetical and real situations. *Environmental and Resource Economics*, 67, 429-454. <https://doi.org/10.1007/s10640-016-0028-0>
- [6] Baranzini, A., Borzykowski, N., & Carattini, S. (2018). Carbon offsets out of the woods? Acceptability of domestic vs. international reforestation

programmes in the lab. *Journal of Forest Economics*, 32, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.jfe.2018.02.004>

- [7] Löschel, A., Pei, J., Wang, R., Sturm, B., Buchholz, W., & Zhao, Z. (2021). The demand for global and local environmental protection: Experimental evidence from climate change mitigation in Beijing. *Land Economics*, 97(1), 137-154. <https://doi.org/10.3368/le.97.1.061219-0076R1>
- [8] Uehleke, R., & Sturm, B. (2017). The influence of collective action on the demand for voluntary climate change mitigation in hypothetical and real situations. *Environmental and Resource Economics*, 67, 429-454. <https://doi.org/10.1007/s10640-016-0028-0>
- [9] Goeschl, T., Kettner, S. E., Lohse, J., & Schwieren, C. (2018). From Social Information to Social Norms: Evidence from Two Experiments on Donation Behaviour. *Games*, 9(4), 91. <https://doi.org/10.3390/g9040091>
- [10] Engler, D., Gutsche, G., Simixhiu, A., & Ziegler, A. (2025). Social norms and individual climate protection activities: A survey experiment for Germany. *Energy Economics*, 142, 108103. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2024.108103>
- [11] Andre, P., Boneva, T., Chopra, F., & Falk, A. (2024). Misperceived social norms and willingness to act against climate change. *Review of Economics and Statistics*, 1-46. https://doi.org/10.1162/rest_a_01468

Bildquelle: ChatGPT (2025) und eigene Bearbeitung