

FACHWORKSHOP

CO₂-Preis in Deutschland – Ökonomische Instrumente richtig kommunizieren

Die Bedeutung angemessener Kommunikation für die Implementierung umweltökonomischer Instrumente

Datum: 12.03.2019, 10-15.30 Uhr

Ort: dbb forum berlin, Friedrichstraße 169, 10117 Berlin

Hintergrund

Sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene hat sich Deutschland dazu verpflichtet, seine Treibhausgasemissionen bis zum Jahr 2050 um 95% im Vergleich zum Referenzjahr 1990 zu senken. Damit einhergehend sollen unter anderem der Stromverbrauch, der Energiebedarf im Verkehrssektor und der Primärenergiebedarf gesenkt werden. Die Etappenziele für 2020 wird Deutschland aller Voraussicht nach verfehlen und auch die zukünftigen Ziele drohen, nicht eingehalten zu werden. Die Politik muss dringend und zeitnah Maßnahmen ergreifen, die einen Wandel des Energiekonsums und des Treibhausgasausstoßes einleiten. Neben informatorischen Instrumenten und ordnungsrechtlichen Maßnahmen können ökonomische Instrumente hier eine zentrale Rolle spielen.

In diesem Zusammenhang wird viel über die Implementierung eines CO₂-Preises diskutiert. Dieses umweltökonomische Instrument soll auch in Non-ETS-Sektoren wie Verkehr und Wärme zu einer weitestgehenden Dekarbonisierung des Wirtschaftssystems beitragen. Mittlerweile erachtet eine Vielzahl von Akteuren und Institutionen aus Wissenschaft, Zivilgesellschaft, Wirtschaft und Politik die CO₂-Bepreisung für möglich oder sogar nötig. Hierzu zählen nicht nur die prominenten Umweltverbänden, die Umweltministerkonferenz und einige Parteien, sondern auch der Bundesrechnungshof, die UNEP, das MCC und der BDI.

Während in einigen Nachbarstaaten wie der Schweiz und Schweden eine CO₂-Abgabe erfolgreich eingeführt wurde und auf Grund transparenter Kommunikation, langfristiger Planungssicherheit und sozialer Rückverteilung dieses Instrument auf vergleichsweise wenig Widerstand stieß, beobachten wir in Frankreich derzeit massive Proteste gegen die Bepreisung von CO₂-Emissionen. Die Herausforderung für Befürworter einer CO₂-Abgabe in Deutschland besteht somit neben der Konzipierung eines Systems, das eine faire Verteilung und Rückverteilung der Aufkommenslast ermöglicht, in einer wirksamen Kommunikation:

Gegnern ökonomischer Instrumente im Umweltschutz gelingt es häufig, diese negativ zu framen und Begriffe wie „Strafsteuer“ oder „Zwangsabgabe“ zu etablieren oder sogar öffentliche Aufmerksamkeit durch populistische Kritik und Falschinformation zu generieren.

Um diese Widerstände in der Gesellschaft bestmöglich auflösen zu können, bedarf es Kommunikationsstrategien, die ebenso angemessen wie sachlich die zivilgesellschaftlichen, wirtschaftlichen sowie politischen Sphären umfassend informieren.

In diesem Expert*innen-Workshop wollen wir deshalb diskutieren, inwiefern eine angemessene Umweltkommunikation für die Implementierung einer CO₂-Bepreisung von Bedeutung ist und welche Kommunikationsmaßnahmen überhaupt als geeignet erscheinen, um die Notwendigkeit umweltökonomischer Instrumente erfolgreich kommunizieren zu können und ihre Akzeptanz zu erhöhen.

- 
- 10:00 Uhr **Einlass bei Kaffee und Tee**
- 10:30 Uhr **Begrüßung**
- Ann-Cathrin Beermann, FÖS
- 10:45 Uhr **Kommunikation umweltökonomischer Instrumente**
- **Umweltkommunikation**
Ann-Cathrin Beermann, FÖS
 - **CO₂-Bepreisung in den Medien**
Daniel Eckert, FÖS
 - **Von den Nachbarn lernen: Akzeptanz der CO₂-Abgabe in der Schweiz**
Prof. Dr. Philippe Thalman, École Polytechnique Fédérale de Lausanne
- anschließend: Diskussion
- 12:15 Uhr **Mittagessen**
- 13:15 Uhr **Inputvorträge**
- **Best Practice: Kommunikationsmaßnahmen – Klimajournalismus**
Susanne Schwarz, Klimareporter.de
 - **Best Practice: Kommunikationsstrategien – Frankreich**
Audrey Mathieu, Germanwatch
- 13:45 Uhr **Diskussion zu geeigneten Kommunikationsmaßnahmen**
- 15:15 Uhr **Zusammenfassung und Ausblick**
- 15:30 Uhr **Ende der Veranstaltung**

Der Workshop wird gefördert von:



Die im Projekt vertretenen Inhalte stimmen nicht notwendigerweise mit den Positionen der Förderer überein.

