

Workshop

## CO<sub>2</sub>-Preis in Deutschland: Ökonomische Instrumente richtig kommunizieren



Berlin, 12. März 2019  
Ann-Cathrin Beermann  
Referentin Energie- und Agrarpolitik  
Forum Ökologisch-Soziale Marktwirtschaft





# Ablauf

Vormittag

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)

CO<sub>2</sub>-Bepreisung in den Medien

(Daniel Eckert, FÖS)

Von den Nachbarn lernen: Akzeptanz der CO<sub>2</sub>-Abgabe in der Schweiz

(Prof. Dr. Philippe Thalmann, École Polytechnique Fédérale de Lausanne)

 12:15 Uhr

Mittagspause

# Ablauf

Nachmittag

13:15 Uhr

## Inputvorträge

Kommunikationsmaßnahmen – Klimajournalismus

(Susanne Schwarz, Klimareporter.de)

Kommunikationsstrategien – Frankreich

(Audrey Mathieu, Germanwatch)

13:45 Uhr

Diskussion zu geeigneten Kommunikationsmaßnahmen

15:15 Uhr

Zusammenfassung und Ausblick

15:30 Uhr

Ende der Veranstaltung

Workshop

## Umweltkommunikation



Berlin, 12. März 2019  
Ann-Cathrin Beermann  
Referentin Energie- und Agrarpolitik  
Forum Ökologisch-Soziale Marktwirtschaft

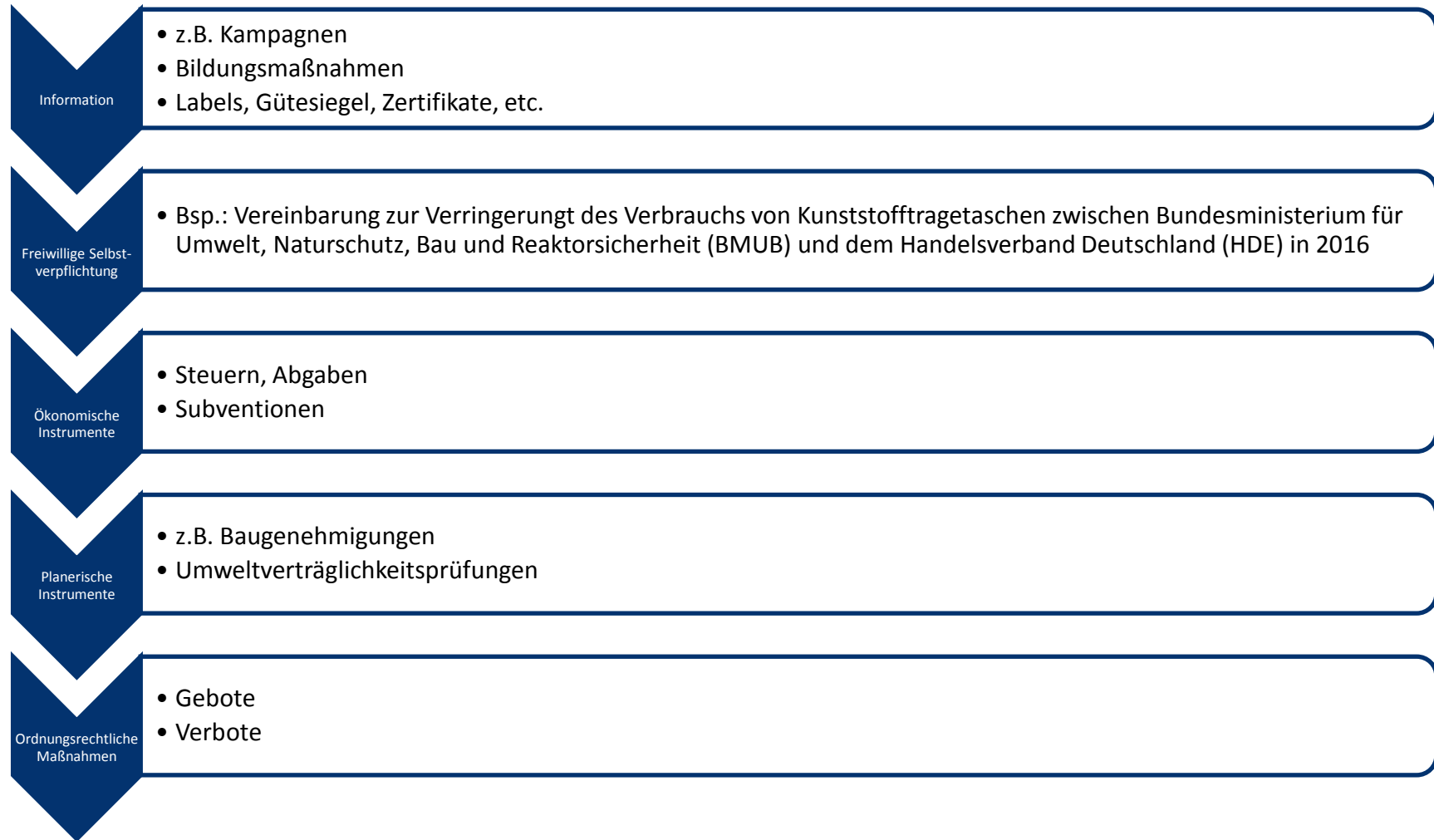


# Umwelt und Klima als überkomplexe Themen

z.T. für die Bevölkerung hier und heute nicht sichtbar

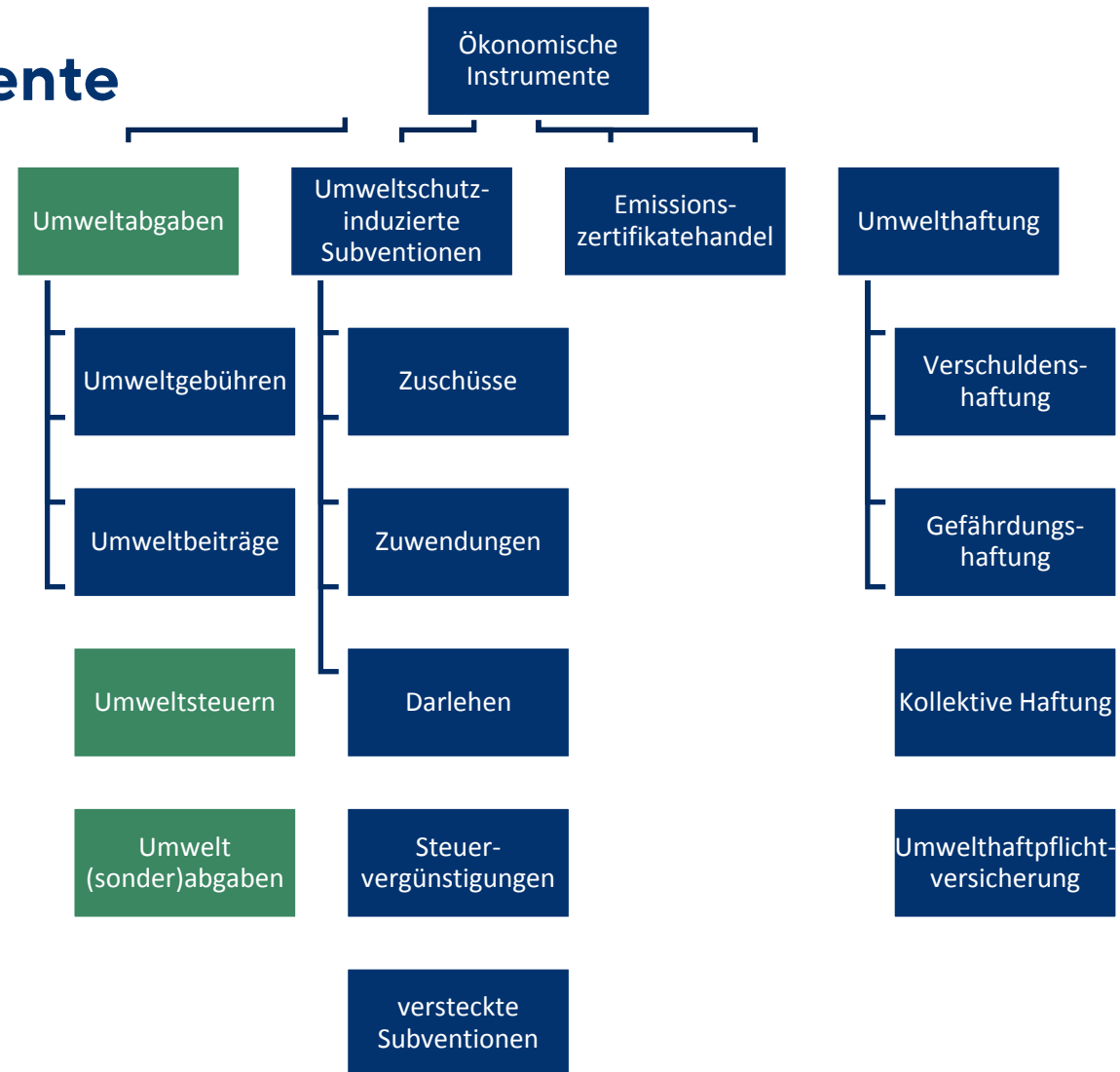
- Daher z.T. geringes Problembewusstsein
- Vermeintlich geringer Handlungsdruck
- Großer Bedarf Verhaltensänderungen und technologische Innovationen anzuregen

# Werkzeugkasten der Umweltpolitik



Eigene Darstellung

# Ökonomische Instrumente



Eigene Darstellung nach Stehling (1999)

# Kritik an ökonomischen Instrumenten

- Moralische Kritik
- Ökologische Kritik
- Wirtschaftliche Kritik
- Soziale Kritik



# Kommunikationsdefizit

Folgen:

- Raum für Fehlinformationen und Populismus
- Verhaltensänderung lediglich um Mehrkosten zu vermeiden, nicht auf Grund tatsächlichen Problemverständnisses

# Voraussetzung für erfolgreiche Kommunikation

## Schaffung von Narrativen

- Ziele der Klima- und Umweltpolitik überkomplex, z.T. für die Bürger in Mittel- und Nordeuropa Probleme heute noch nicht sichtbar
- Instrument in das „große Ganze“/eine gesellschaftliche Erzählung einbetten
- Thema „erfahrbar“ machen
- „Wandel zur modernen Gesellschaft“

# Voraussetzung für erfolgreiche Kommunikation

## Semantik + Framing

- Ungeschicktes “Wording” kann ungewollte Emotionen hervorrufen
- Häufig sehr nuanciert
- Bereits in der Alltagssprache „Fallstricke“ enthalten

# Beispiel

„Steuervermeidung“

- Steuerflüchtling
  - Steuerparadies
  - Steuerosase
  - „tax neutrality“
  - „tax efficiency“
- Steuerpiraten
  - Steuerraub
  - ?



# Erreichbarkeit

Betonung des Schaffbaren

- Häufig Fokus auf das Scheitern, die Probleme, die Hürden
- Fatalismus vermeiden
- Positives „Verpacken“ der Maßnahmen
- Erreichbarkeit und positive Effekte kommunizieren