

Forum Ökologisch-Soziale Marktwirtschaft e.V.

CO₂-Bepreisung in den Medien



Daniel Eckert
Praktikant Energiepolitik
Berlin, 12.03.2019



Agenda

- ❖ Fragestellung
- ❖ Forschungsdesign
- ❖ vorläufige Ergebnisse
- ❖ vorläufiges Fazit
- ❖ Handlungsempfehlungen - Kommunikationsstrategie

Fragestellung

Wie gestaltet sich der Mediendiskurs zum Instrument „CO₂-Preis“ seit 2016?

Welche Frames und Narrative bestehen?

Forschungsinteresse:

- ❖ thematische Präsenz und Darstellungsweise des Instruments analysieren
- ❖ Narrative und Frames bzgl. CO₂-Preis erörtern

- ❖ Verbesserung der Akzeptanz umweltökonomischer Politikinstrumente
- ❖ Erarbeitung von geeigneten Kommunikationsstrategien

Forschungsdesign

- ❖ Identifikation relevanter Zeitungen:
 - links-grün: die tageszeitung (**taz**)
 - bürgerlich-liberal: Süddeutsche Zeitung (**SZ**)
 - konservativ-marktliberal: Die **Welt**
- ❖ Zeitungsartikelsuche mit Suchbegriffen: „CO₂-Steuer“, „CO₂-Bepreisung“, „CO₂-Besteuerung“, „CO₂-Preis“, „CO₂-Abgabe“
- ❖ Untersuchungssitem ex-ante formuliert

Datensatz

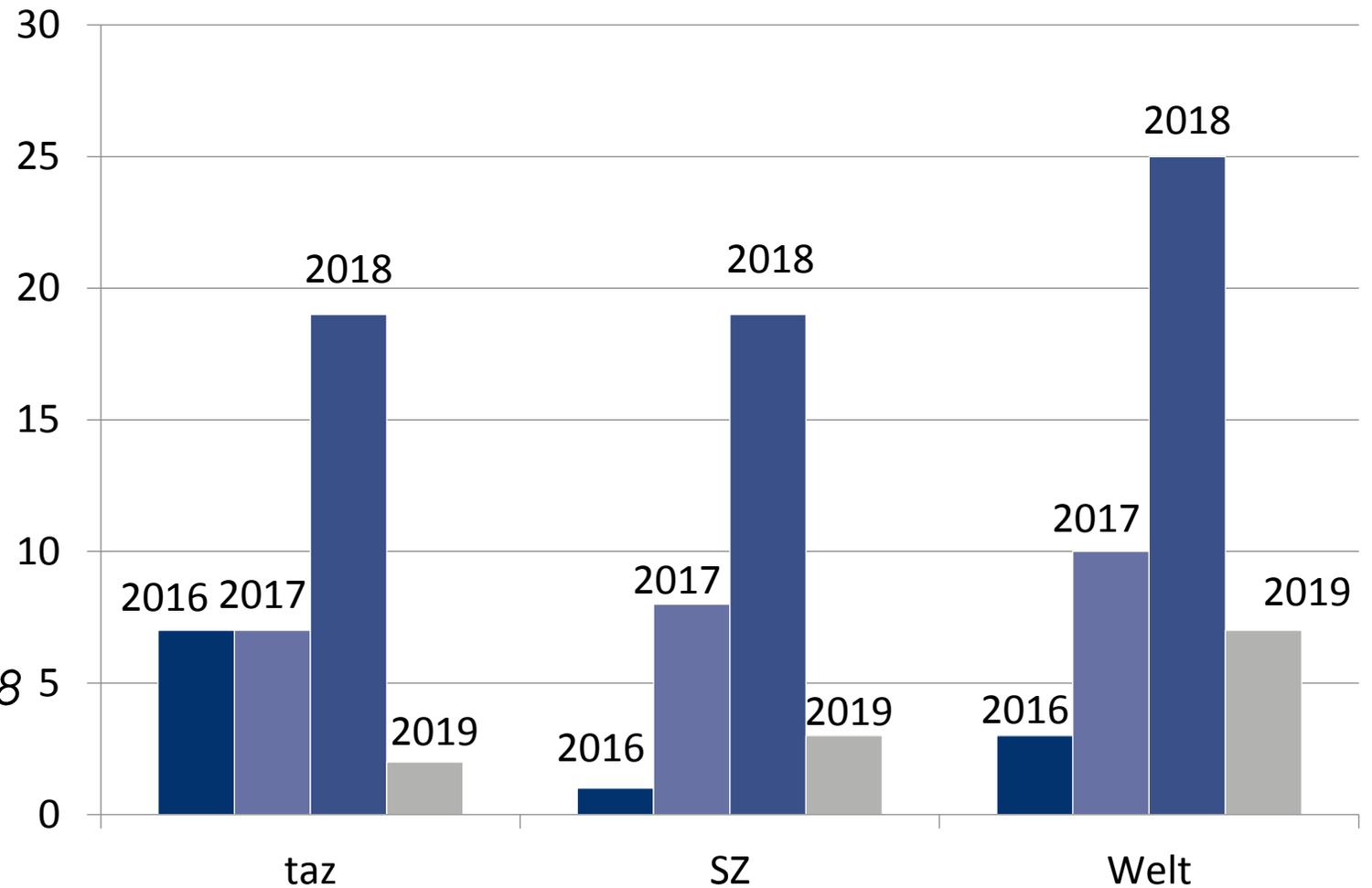
111 relevante Artikel

❖ **taz**: 35

❖ **SZ**: 31

❖ **Welt**: 45

-> *signifikante Zunahme in 2018 und 2019*

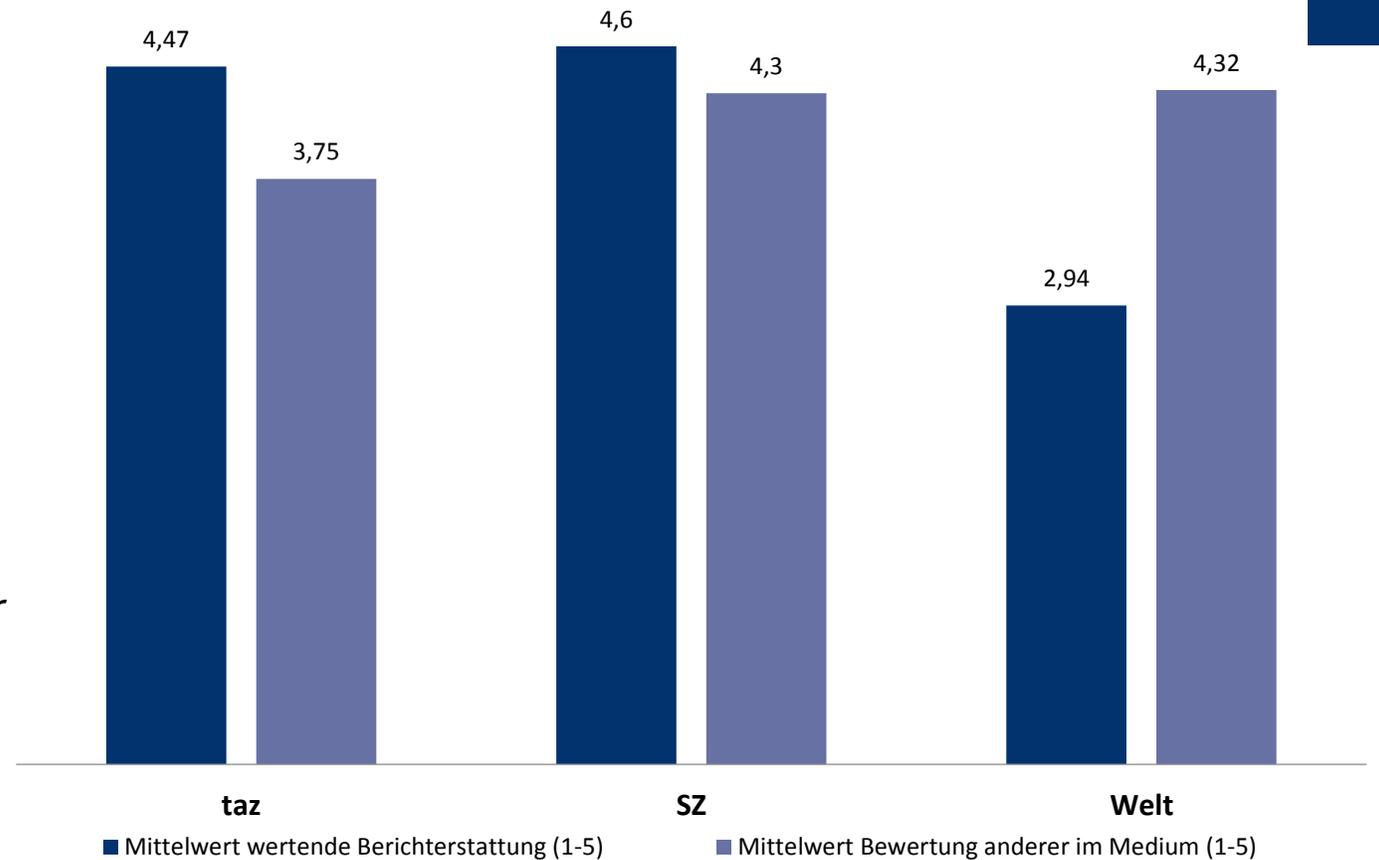


Generelle Bewertung des Instruments

- ❖ **taz** und **SZ** bewerten das Instrument ähnlich (zwischen eher positiv und sehr positiv)
- ❖ Bewertung Anderer in der **taz** und **SZ** etwas negativer
- ❖ **Welt** bewertet im Durchschnitt eher neutral, Bewertung Anderer deutlich positiver

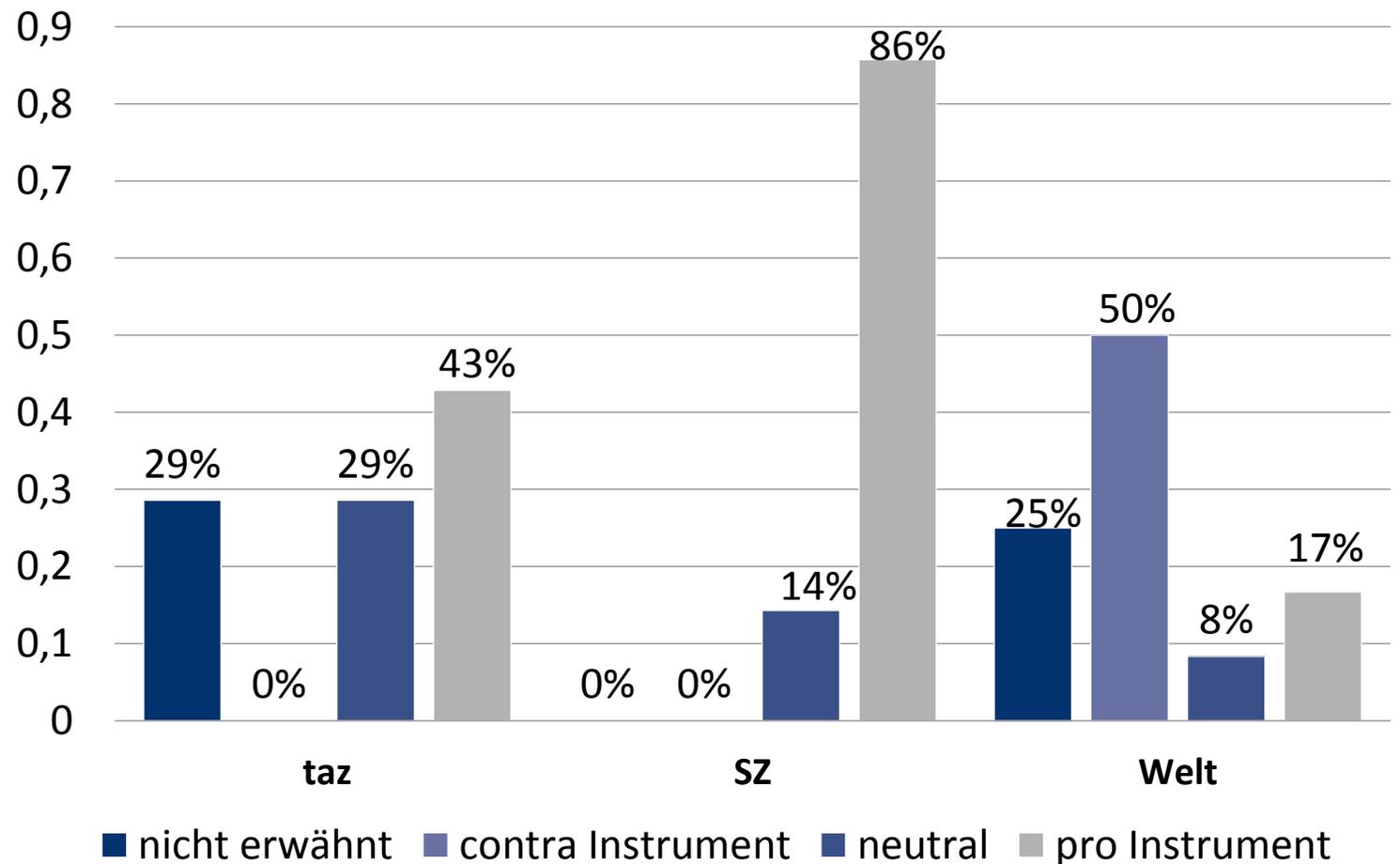
-> *überwiegend positive Bewertung, in den letzten Monaten verstärkt auch in der **Welt***

-> *Eigenbewertung und Bewertung anderer im selben Medium unterscheidet sich teilweise deutlich*



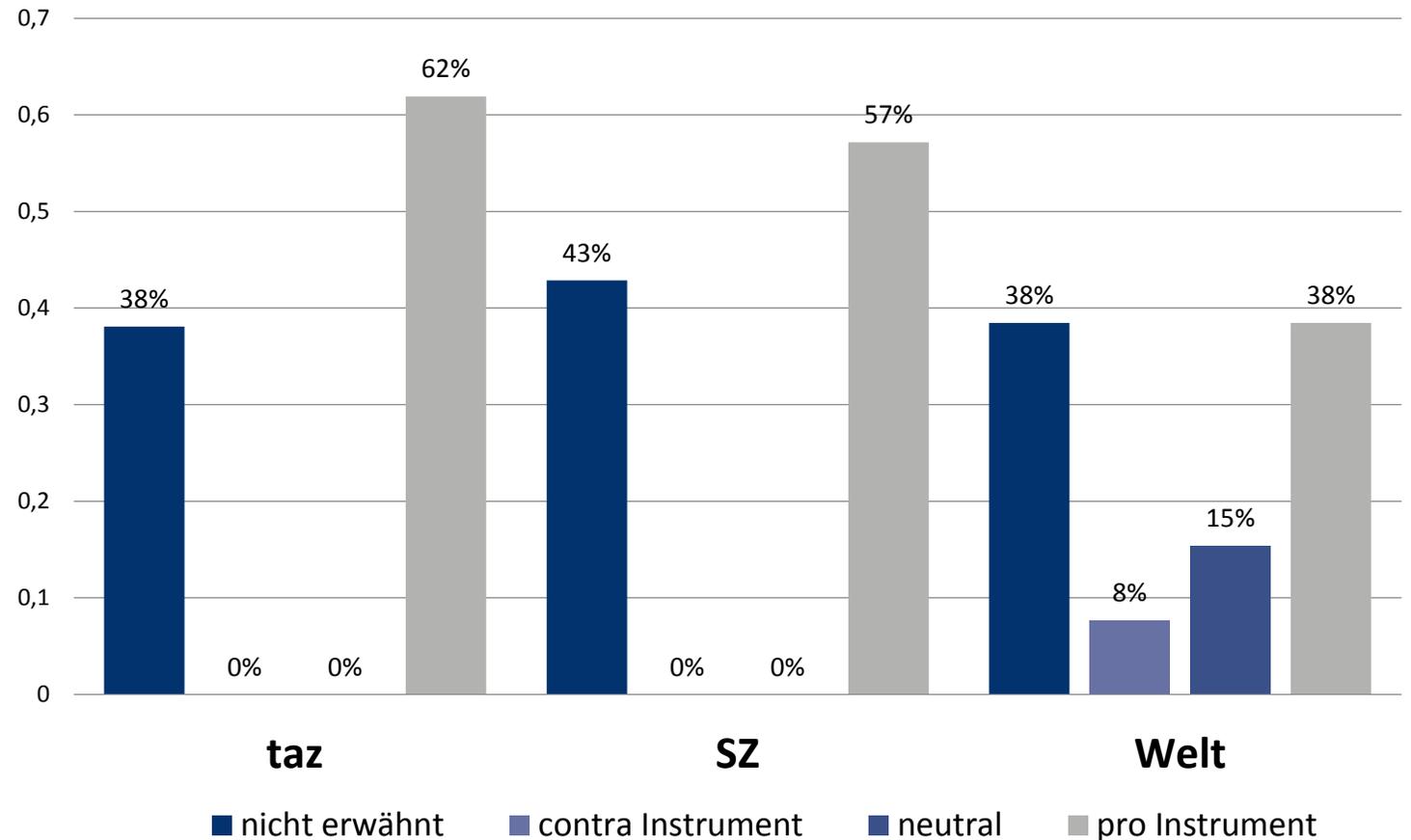
Erwähnung ökonomischer Potenziale

- ❖ **taz**: relative Mehrheit erwähnt ökonomische Potenziale positiv (43%, n=9), keine negative Erwähnung
- ❖ **SZ**: ökonomische Potenziale werden immer erwähnt und fast immer positiv (86%, n=12)
- ❖ **Welt**: gemischtes Ergebnis, 50% negativ erwähnt (n=6)
-> unterschiedliche Eigenbewertung der Medien



Erwähnung ökologischer Potenziale

- ❖ **34%** bzw. **37%** aller Artikel (n= 38; n=18) erwähnen keinerlei ökologische Potenziale
- ❖ **taz:** wenn erwähnt, dann ausschließlich positiv (62%)
- ❖ **SZ:** 57% positiv erwähnt (n=8), 43% unerwähnt
- ❖ **Welt:** 38% positiv erwähnt, 38% unerwähnt (n=5)

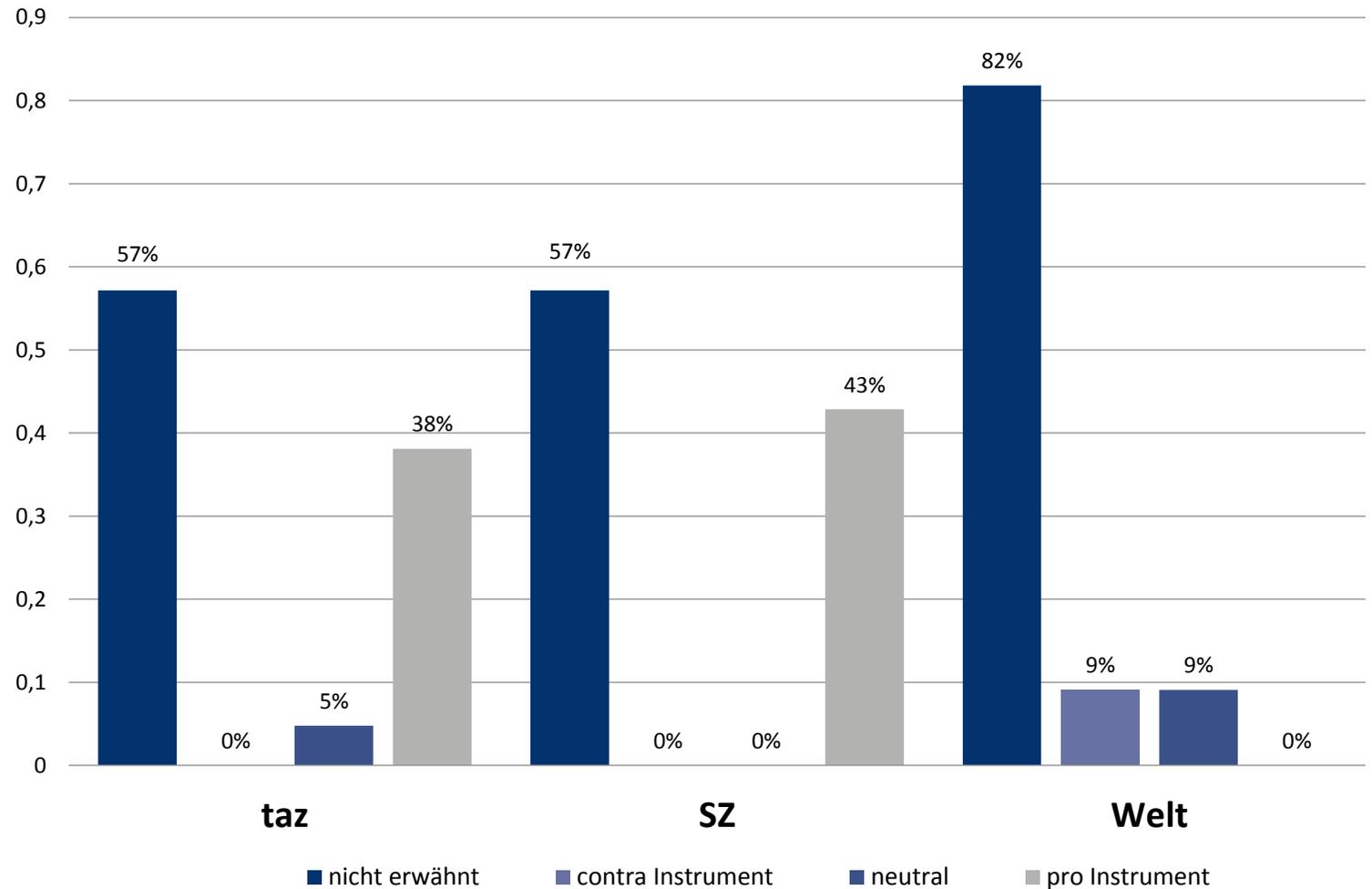


Erwähnung sozialer Potenziale

- ❖ **62%** aller Artikel thematisieren soziale Potenziale nicht (n= 69 bzw. n= 28)

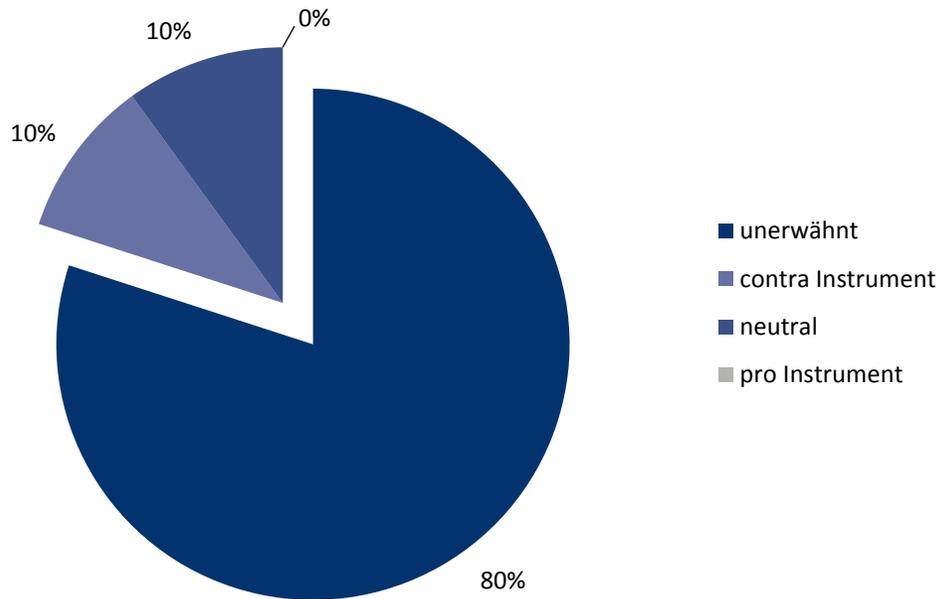
wenn thematisiert, dann

- ❖ **taz** und **SZ** fast nur positiv (38% und 42%)
- ❖ **Welt** überwiegend nicht erwähnt (82%), ansonsten neutral bis negativ (aber je nur n=1)

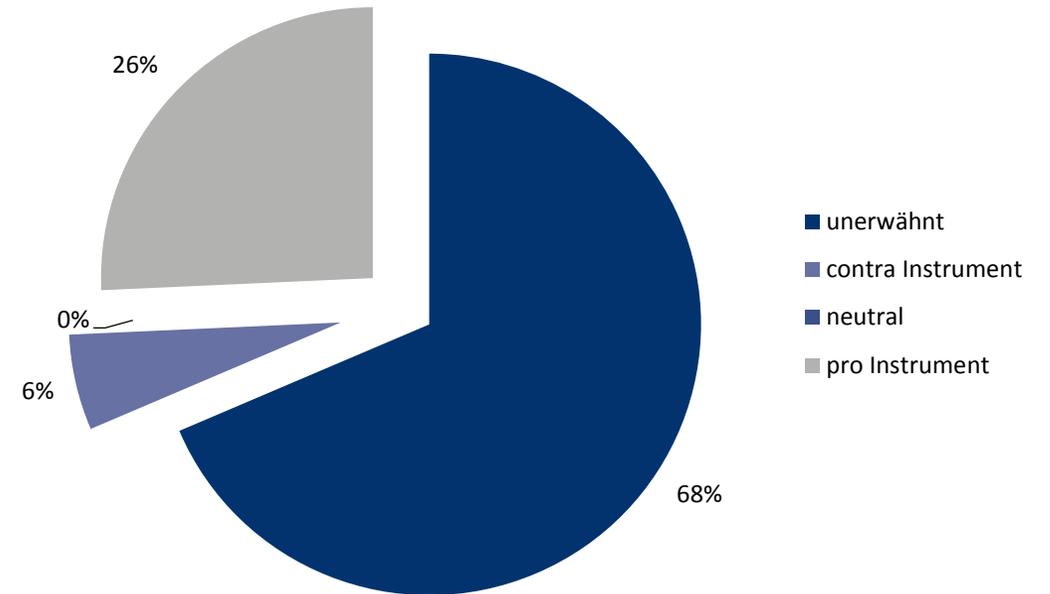


Vergleich Eigen- und Fremdbewertung sozialer Potenziale in der Welt

Eigenbewertung der Welt



Bewertung durch Andere in der Welt



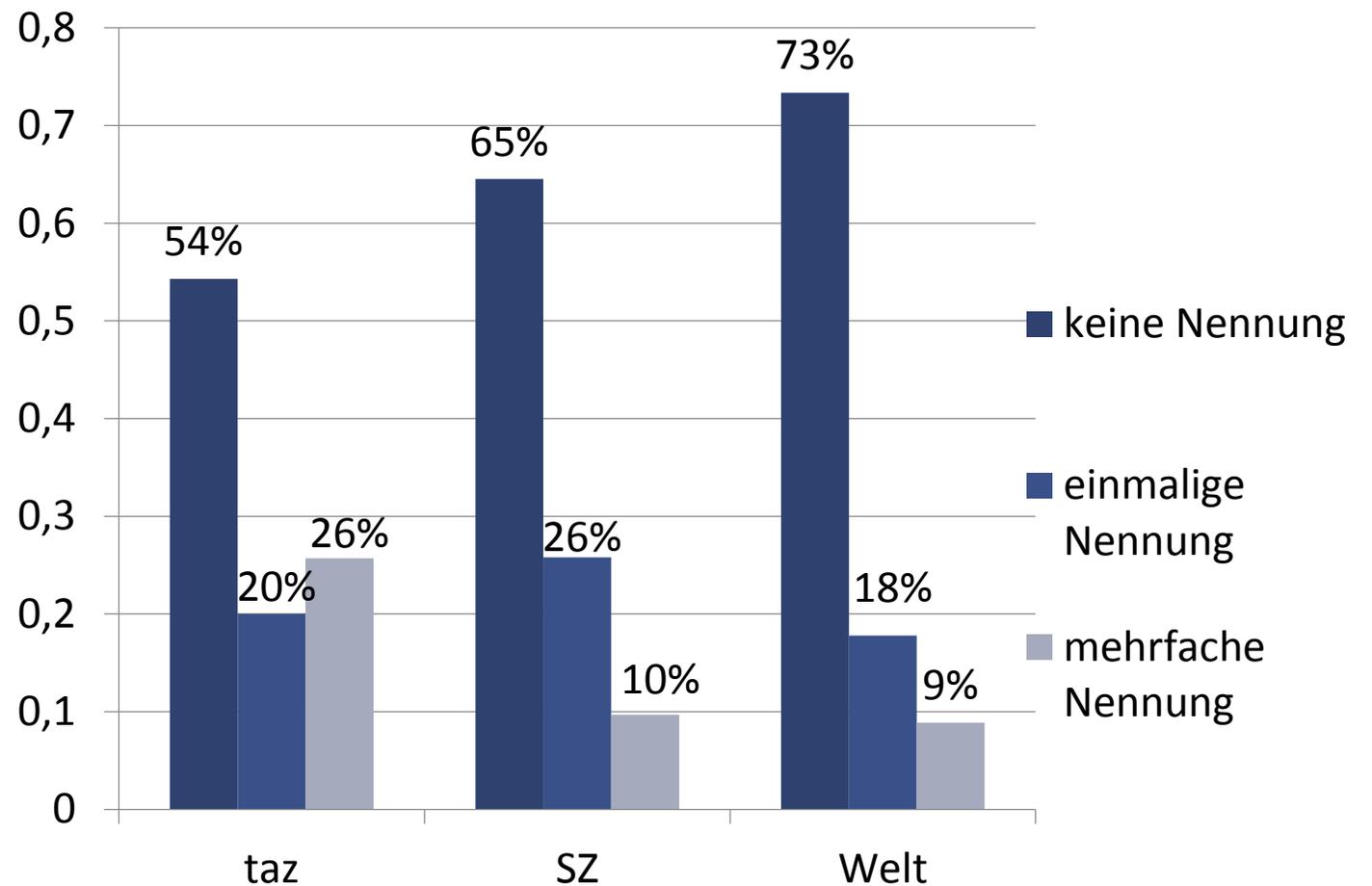
-> Vertreter*innen anderer gesellschaftlicher Lager kommen in der **Welt** vergleichsweise häufig zu Wort (z.B. Interviews mit Grünen)

Erwähnung von Daten & Zahlen

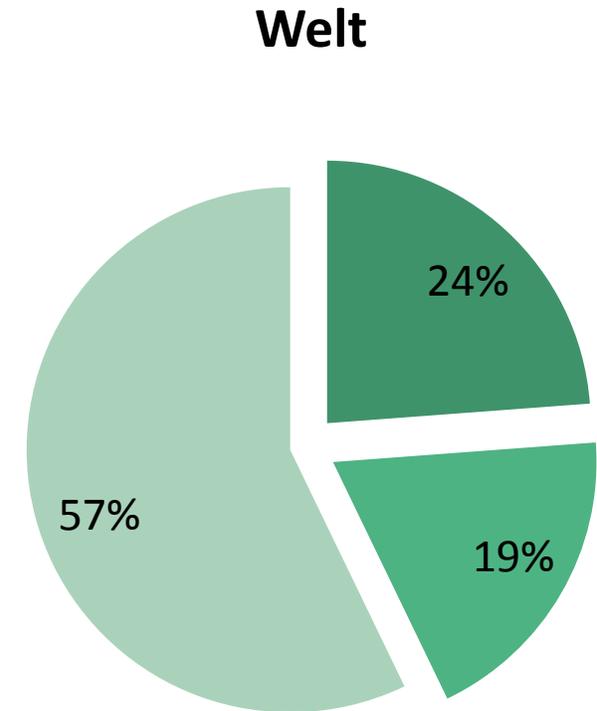
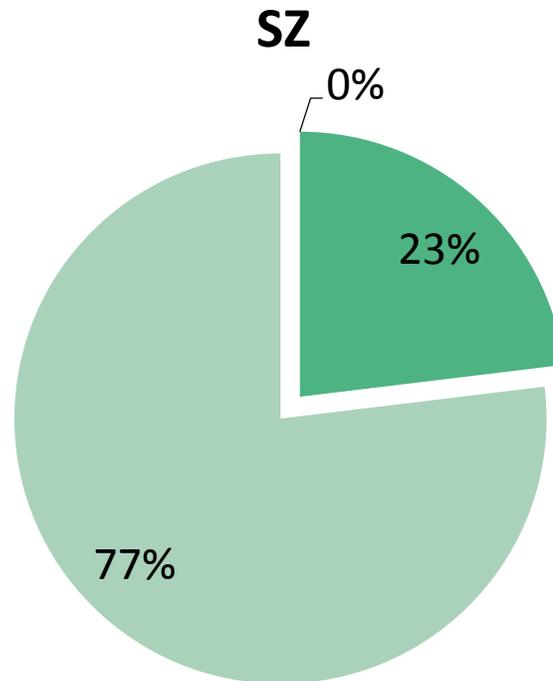
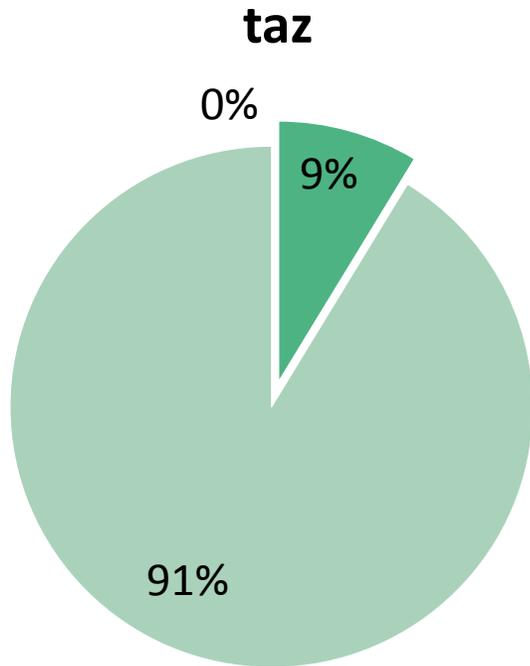
- ❖ **65%** aller Artikel nennen keine belastbaren Daten oder Zahlen (n= 72)
- ❖ **21%** aller Artikel erwähnen einmalig eine Zahl oder Statistik (n= 23)
- ❖ **14%** aller Artikel erwähnen mehr als eine Statistik oder Zahl (n= 16)

je Medium:

- **taz:** 46%
- **SZ:** 36%
- **Welt:** 27%



Darstellung als Lösung oder Problem



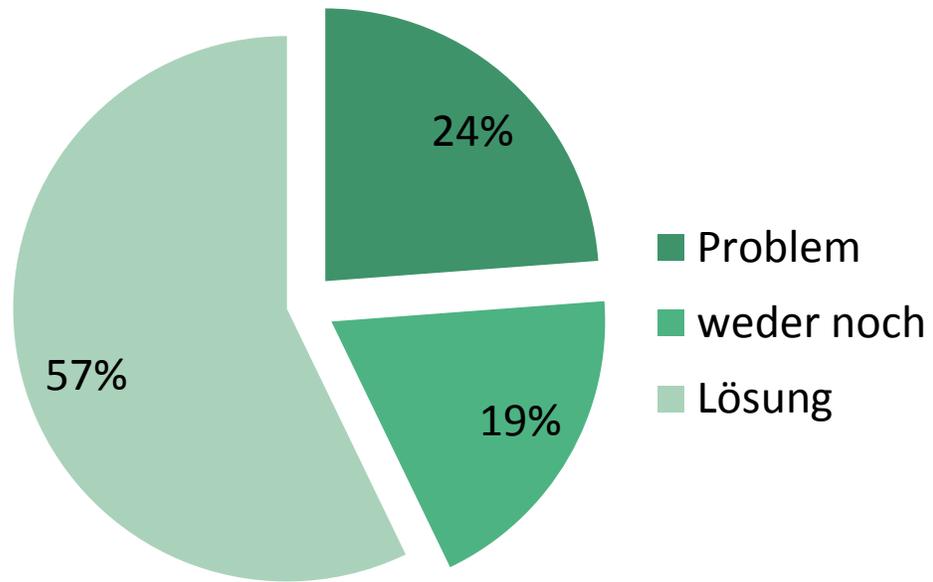
■ Problem ■ weder noch ■ Lösung

■ Problem ■ weder noch ■ Lösung

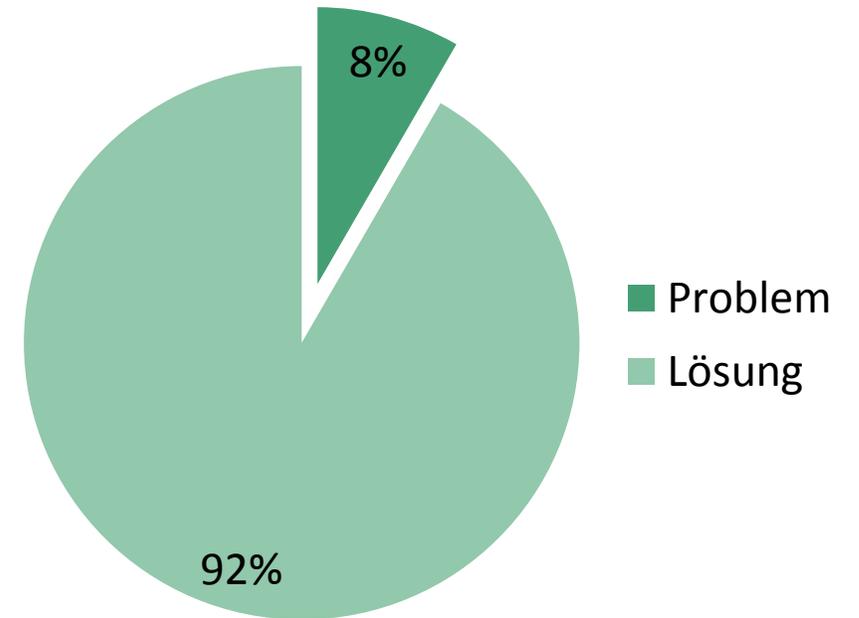
■ Problem ■ weder noch ■ Lösung

Vergleich Eigen- und Fremdbewertung in der Welt: Darstellung des Instruments als Lösung oder Problem

Eigenbewertung der Welt



Bewertung durch Andere in der Welt

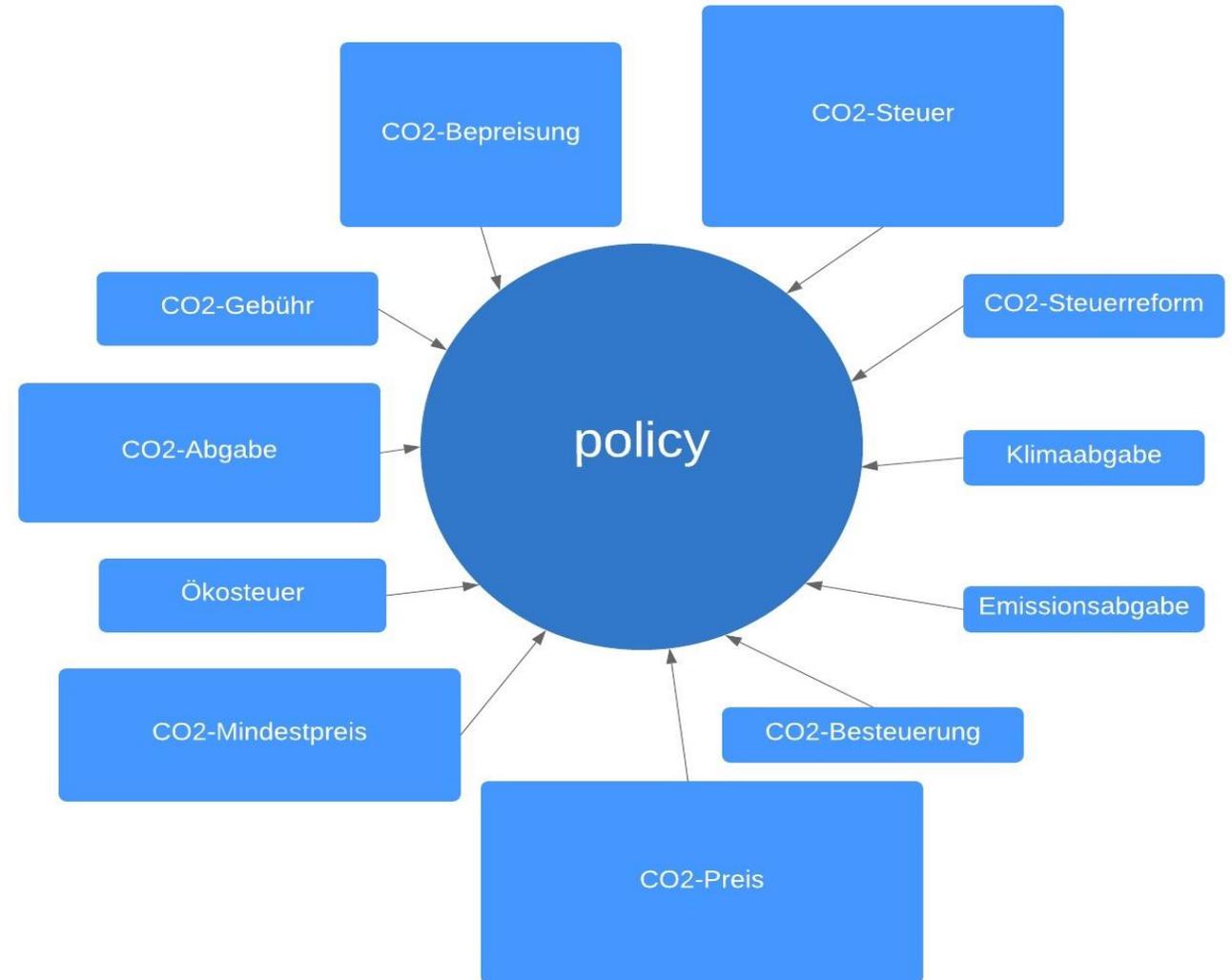


politische Ereignisse und Berichterstattung zum CO₂-Preis

- ❖ **Bundestagswahl 2017**: nur ein Artikel der **SZ** mit Randerwähnung über Wahlprogramm Grüne
- ❖ **Jamaika-Verhandlungen**: **taz** berichtet einmal positiv, **SZ** und **Welt** je einmal neutral
- ❖ **GroKo-Verhandlungen**: **taz** berichtet einmal neutral über Absage an nationalen CO₂-Preis, **Welt** moniert „Fehlen von konsistenter CO₂-Bepreisung in GroKo-Papier“ (positiv berichtet)
- ❖ **Vorstoß Schulze** im November 2018: **Welt** mit negativem Beitrag, **taz** mit positivem Beitrag
- ❖ **COP24** in Katowice: 5 Artikel in der **taz**, 2 in der **SZ** und 3 in der **Welt** -> **durchweg positiv**

Wording des Instruments

- ❖ elf verschiedene Begriffe für dieselbe policy
- ❖ häufigste **Termini**:
 - CO₂-Steuer (taz, SZ, Welt)
 - CO₂-Preis (taz, SZ, Welt)
 - CO₂-Bepreisung (taz, Welt)
 - CO₂-Abgabe (Welt)
- ❖ **single Wording**:
 - **taz**: 60% (v.a. CO₂-Steuer)
 - **SZ**: 67% (v.a. CO₂-Steuer)
 - **Welt**: 62% (v.a. CO₂-Bepreisung, CO₂-Steuer)



Frame-Verwendung

taz

*"von vielen Experten geforderte
CO2-Steuer"*

*"CO2-Steuer mit Umverteilung
verknüpfen"*

*"mit CO2-Steuer endlich richtige
Anreize setzen"*

*"soziale Gestaltung von
Energiekosten mit Ökobonus"*

*"planbar ansteigende
CO2-Steuer"*

SZ

"es bräuchte eine CO2-Steuer"

*"CO2-Preis würde Sicherheit
geben"*

*"sofort CO2-Steuer auf Sprit und
Heizenergie erheben"*

*"CO2-Steuer sollte in bar
ausgezahlt werden"*

*"überzeugende, marktgerechte
Lösung"*

Welt

*"CO2-Steuer braucht
sozialpolitische Ausgestaltung"*

*"CO2-Bepreisung erhöht
Energierrechnung"*

*"politisch vorgegebener
CO2-Preis widerspricht ETS"*

*"schlanke CO2-Bepreisung als
Vorbild in der UK"*

*"nationaler CO2-Preis effektiver
als Kohleausstieg"*

Fazit

- ❖ generell **positive Bewertung** des Instruments in allen Zeitungen
- ❖ CO₂-Preis überwiegend als **Lösung** dargestellt (mit Abstufungen)
- ❖ deutliche **Zunahme** von **Artikeln** in den letzten 8 Monaten – bei allen Zeitungen
- ❖ uneinheitliches **Wording** bei allen Zeitungen
- ❖ **undercoverage** von sozialen Potenzialen und belastbaren Zahlen

Handlungsempfehlungen - Kommunikationsstrategie

- ❖ einheitliches **Wording** verwenden
- ❖ stärkere Erwähnung **sozialpolitischer Potenziale**
- ❖ stärkere Unterlegung mit belastbaren **Zahlen** und **Fakten**
- ❖ **co-benefits** hervorheben (Fokus weg von Klimawirkung allein)
- ❖ Transparenz -> **Handlungsalternativen** für Verbraucher*innen etablieren und sichtbar machen (z.B. Heiz- und Stromverbrauch)
- ❖ **Handlungsdruck** weniger auf Verbraucher*innen legen?

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

