

Gesellschaftliche Akzeptanz und Wahrnehmung von Umweltpolitik – Segmentspezifische Analysen

Erstellt von: pollytix strategic research gmbh

Forschungskennzeichen: UM21 16 0070

Laufzeit: 25.01.2022 bis 31.01.2024

Inhalt

1	Studienaufbau	3
2	Segmentierung der Bevölkerung	6
3	Gegenwärtige gesellschaftspolitische Rahmenbedingungen.....	16
4	Zugang und Verhältnis zu Umwelt- und Naturschutz	25
5	Wahrnehmung und Bewertung von Umwelt- und Naturschutzpolitik	33
6	Akzeptanz, Narrative und Argumente im Bereich Umwelt- und Naturschutz.....	48
7	Zusammenfassung, Handlungsempfehlungen und Ausblick.....	57

1 Studienaufbau

1.1 Gesellschaftliche Akzeptanz als Voraussetzung erfolgreicher Umwelt- und Naturschutzpolitik

Für eine gelungene Umwelt- und Naturschutzpolitik müssen Einstellungen, Verhaltensweisen und Überzeugungen der Bevölkerung bei umwelt- und naturschutzpolitischen Fragen bekannt sein und verstanden werden. Nur so kann eine wirkungsvolle kommunikative Begleitung für eine erfolgreiche Vermittlung von Themen und Maßnahmen in diesem Bereich erfolgen – sodass die Gesellschaft diese letztlich auch mittragen wird. Ziel der vorliegenden Studie war es, diese unterschiedlichen Einstellungen, Verhaltensweisen und Überzeugungen kennenzulernen und zu analysieren.

Für eine möglichst zielgruppenadäquate sowie wahrnehmbare Kommunikation sollte die Bevölkerung nicht als eine undifferenzierte Einheit betrachtet und untersucht werden. Da rein soziodemografische oder sozioökonomische Unterscheidungen nicht präzise genug sind, wurden milieu- bzw. segmentspezifische Analysen durchgeführt, die ein fundierteres und differenziertes Verständnis ermöglichen. In einem vorherigen Forschungsprojekt¹ hat pollytix eine solche gesellschaftspolitische Segmentierung am konkreten Forschungsgegenstand der Umwelt- und Klimaschutzpolitik speziell für die Kommunikation des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV) erarbeitet. Diese Segmentierung wurde im Rahmen dieses Projekts repliziert, sodass Anschlussfähigkeit an die bisherige Forschung gewährleistet wurde und bereits gewonnene Erkenntnisse über Bevölkerungssegmente und ihren Wissenstand bzw. eingebunden und erweitert werden konnten.

Wo liegen die zentralen Unterschiede, was sind die Gemeinsamkeiten der Segmente? Wie können die verschiedenen Segmente bei der Planung und Realisation von umwelt- und naturschutzpolitischen Maßnahmen jeweils am besten mitgenommen werden? Diesen Fragen ging pollytix in einem zweijährigen Zeitraum im Auftrag des BMUV nach.

1.2 Qualitative und quantitative Forschungsmethoden

Für das Vorhaben wurde ein mehrstufiger Forschungsprozess mit verschränkten Methoden gewählt: Durch Fokusgruppen, Tiefeninterviews und eine Stakeholderbefragung wurden qualitative Erkenntnisse gewonnen, die anschließend in zwei repräsentativen Befragungen quantitativ abgesichert und validiert wurden.

Online-Fokusgruppen (allgemeine Bevölkerung)

Um eine generelle Perspektive auf die Themen, Einstellungen und politische Stimmung zu erhalten, wurden zweimal je vier Fokusgruppen durchgeführt. Die Gruppen wurden als Online-Fokusgruppen mit je sechs bis acht Teilnehmenden und einer Länge von jeweils 120 Minuten durchgeführt. Die Teilnehmenden stellten eine breite gesellschaftliche Mischung nach soziodemografischen und sozioökonomischen Faktoren dar. Segmentzugehörigkeit zu den Umwelt- und Klimabewusstseinstypen wurde erfasst und in allen Gruppen auf einen entsprechenden Mix geachtet. Im ersten Durchlauf wurden Gruppen nach Ost-

1 pollytix strategic research gmbh: Gesellschaftliche Akzeptanz von Umwelt- und Klimaschutzmaßnahmen: Ergebnisse aus qualitativer und quantitativer Forschung im Auftrag des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit. https://www.bmuv.de/fileadmin/Daten_BMU/Pool/Forschungsdatenbank/fkz_um19155070_akzeptanz_umweltschutz_bf.pdf

und Westdeutschland, im zweiten Durchlauf nach Stadt und Land getrennt durchgeführt, um diesbezügliche Unterschiede herauszuarbeiten.

Ein Leitfaden strukturierte die Fokusgruppen und stellte sicher, dass alle relevanten Themen, Einstellungen und Verhaltensweisen erfasst wurden und die Befragungsdaten im Anschluss systematisch und intersubjektiv nachvollziehbar ausgewertet werden konnten. Gleichzeitig bot der qualitative, explorative Ansatz die Freiheit für gezielte Nachfragen und die Möglichkeit, auf neue Erkenntnisse einzugehen. Die Fokusgruppen wurden von Forscher/innen von pollytix moderiert. Mit Hilfe der Fokusgruppen wurde eine tiefergehende Diskussion von Themen ermöglicht, die es erlaubt hat, polarisierende Themen zu identifizieren, Konfliktlinien offenzulegen, Argumentationsketten zu verstehen sowie Verständnis und Überzeugungskraft unterschiedlicher Ansätze zu testen.

Online-Fokusgruppen (segment- und themenspezifisch)

Um auch eine themenspezifischere Perspektive auf ausgewählte Themen und Aufgabenbereiche des BMUV zu erhalten, wurden zusätzlich dreimal je sechs Fokusgruppen durchgeführt. Die Gruppen wurden als Online-Fokusgruppen mit je sechs bis acht Teilnehmenden und einer Länge von jeweils 120 Minuten durchgeführt. Die Teilnehmenden stellten eine breite gesellschaftliche Mischung nach soziodemografischen und sozioökonomischen Faktoren dar. Zusätzlich wurden die Gruppen diesmal nach Segmentzugehörigkeit getrennt rekrutiert, um Segmentunterschiede herausarbeiten zu können. In einigen der Fokusgruppen kamen zudem erweiterte Moderationstechniken zum Einsatz, beispielsweise Breakout-Rooms und Planspiele, um Narrative, Argumentationen und ihre Überzeugungsstärke zu testen. Auch hier strukturierte ein Leitfaden die Diskussion, der zugleich einen qualitativen, explorativen Ansatz gewährleistete. Die Fokusgruppen wurden von Forscher/innen von pollytix moderiert.

Online-Tiefeninterviews

Zusätzlich zu Fokusgruppen wurden qualitative Tiefeninterviews geführt. Befragt wurden insgesamt 50 Bürger/innen im Alter ab 18 Jahren in ganz Deutschland. Neben einer geografischen Ausgewogenheit und der proportionalen Verteilung der Befragten auf städtische und ländliche Regionen wurden bei der Auswahl ebenfalls sozioökonomische und soziodemografische Faktoren wie Alter, Geschlecht, Bildung, Einkommen und Familienstand berücksichtigt, um ein breites gesellschaftliches Bild einzufangen. Zudem wurden je Segment zehn bzw. fünf Bürger/innen rekrutiert, um mit den Tiefeninterviews ein tiefergehendes Verständnis der Segmente zu gewinnen und zu prüfen, inwieweit die Segmentierung nach den „Krisenjahren“ noch eine adäquate Beschreibung der Gesellschaft darstellt. Die Interviews dauerten durchschnittlich eine Stunde und wurden online als Videokonferenz durchgeführt. Ein ethnografischer Ansatz ermöglichte es, bei der Analyse die Lebenswirklichkeiten und individuellen Lebenslagen der Bürger/innen einzubeziehen. Die Interviews wurden von Forscher/innen von pollytix geführt. Ein Leitfaden strukturierte die Tiefeninterviews. Um nicht nur eine Momentaufnahme zu generieren, erhielten alle Befragten ein Medien- und Umwelttagebuch, das sie im Anschluss an das Interview eine Woche lang führten. Abschließend wurden die Befragungsdaten inkl. der Tagebücher systematisch und intersubjektiv nachvollziehbar ausgewertet.

Quantitative Erhebung

Um die qualitativen Erkenntnisse aus den Tiefeninterviews und Fokusgruppen anschließend quantitativ zu validieren, wurde zweimal eine bundesweite repräsentative telefonische Befragung durchgeführt. Gewählt wurde ein Dual-Frame-Ansatz mit einem Anteil von 60 Prozent Festnetz- und 40 Prozent Mo

bilfunknummern, welche zufällig nach ADM-Stichprobendesign gezogen wurden. Die Grundgesamtheit der Befragung bildete die wahlberechtigte Bevölkerung ab 18 Jahren in Deutschland. Befragt wurden in jeder Erhebung 1.500 Personen. Zur Gewährleistung der Repräsentativität wurden die erhobenen Daten gemäß amtlicher Statistik gewichtet. Die durchschnittliche Befragungsdauer lag in der ersten Erhebung bei 15 Minuten, in der zweiten Erhebung bei 17 Minuten. Neben soziodemografischen Merkmalen wurden Einstellungen und Bewertungen zu Umwelt-, Natur- und Klimaschutz sowie umweltpolitischen Vorschlägen erhoben. Ein weiterer Befragungsschwerpunkt lag auf der Segmentierung der Bevölkerung, um die Ergebnisse für eine zielgerichtete Kommunikation segmentspezifisch auszuwerten. Diese repräsentativen Befragungen lieferten konkrete und belastbare Zahlen über die Verbreitung umweltpolitischer Einstellungen und Verhaltensweisen in der Bevölkerung und ermöglichten die Quantifizierung. Durch das Vorgängerprojekt und die zweifache Erhebung ließen sich einige Fragen langfristig tracken um Veränderungen abzubilden und nachzuvollziehen.



Abbildung 1: Studiendesign.

Stakeholderbefragung

Neben der Perspektive von Bürger/innen wurde im Rahmen des Forschungsprojekts durch den Blick von Expert/innen eine erweiterte Perspektive auf die aktuellen Themen im Umwelt- und Naturschutz geworfen. Dazu wurden zwischen dem 15. Juni und 13. Juli 2023 zehn Stakeholder/innen aus Zivilgesellschaft und Wissenschaft telefonisch oder als Videokonferenz interviewt, um zu analysieren, wie sie auf die Schwerpunktthemen des BMUV und die Vermittlung dieser blicken. Die Interviews wurden leitfadengestützt durch pollytix-Interviewer/innen geführt.

2 Segmentierung der Bevölkerung

Für das Forschungsprojekt wurde die von pollytix am konkreten Forschungsgegenstand der Umwelt- und Klimaschutzpolitik erarbeitete gesellschaftspolitische Segmentierung für das BMUV repliziert. Zentrale und segmentbildende Faktoren sind zum einen das Problembewusstsein für Umwelt- und Klimaschutz: „Wie groß schätze ich das Problem ein und wie dringend muss meiner Auffassung nach dagegen vorgegangen werden?“ Und zum anderen die Ressourcenausstattung: „Inwiefern kann ich mich mit dem Thema auseinandersetzen?“ Dabei werden sowohl finanzielle, zeitliche als auch kognitive Ressourcen berücksichtigt – sie bilden gemeinsam die Ressourcendimension ab. Aus der Kombination der Problembewusstseins- und der Ressourcendimension lassen sich sechs Segmente ermitteln, die unterschiedliche Einstellungen und Zugänge zu Umwelt- und Naturschutzpolitik aufweisen und daher auf unterschiedliche Art bei der Kommunikation angesprochen werden müssen. Im Rahmen des Forschungsprojektes wurden die drei Segmente *Aktivierbare Optimistische*, *Kostenbewusste Pragmatische* und *Prekäre Überzeugte* als zentrale Ansprachesegmente für das BMUV definiert.

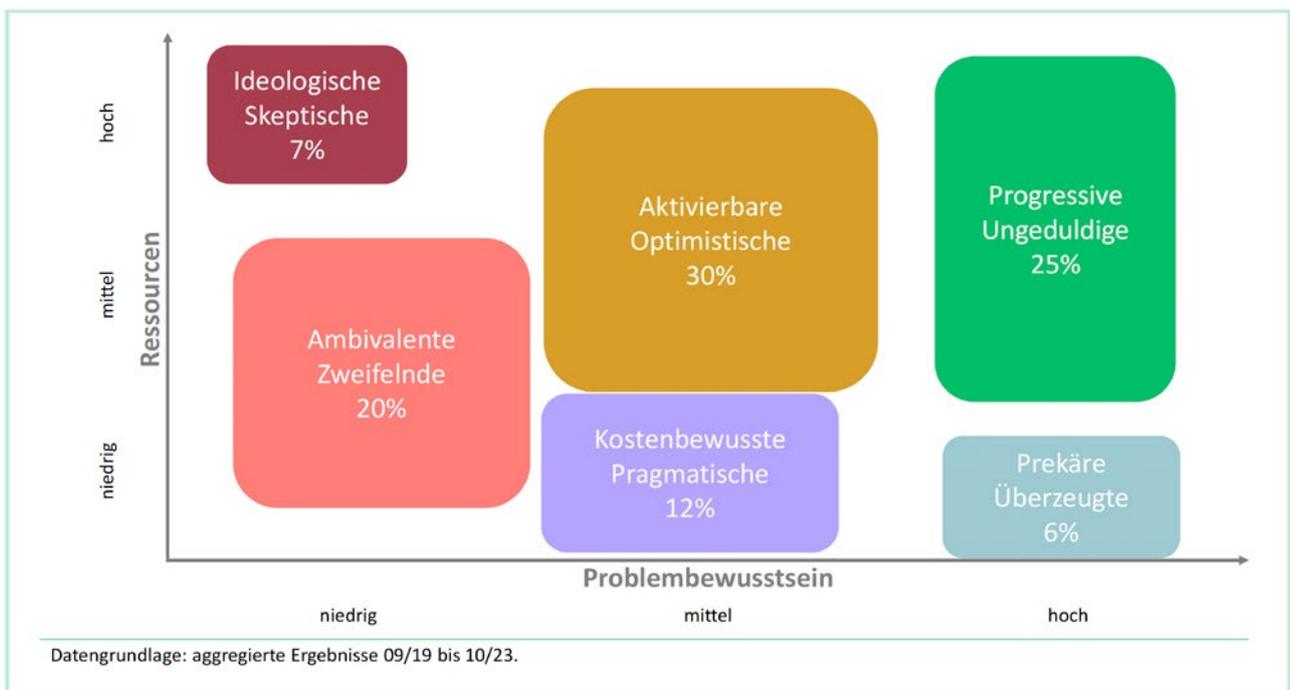


Abbildung 2: Segmentübersicht.

Da bei der Segmentierung eine einstellungsbasierte Dimension miteinbezogen wurde, handelt es sich nicht um starre Konstrukte. Abbildung 2 zeigt die durchschnittliche Segmentgröße basierend auf 15.000 im Zeitraum von September 2019 bis Oktober 2023 durchgeführten Interviews.

Nachfolgend werden die Segmente – in Reihenfolge ihres Problembewusstseins, beginnend mit dem Segment mit dem geringsten Problembewusstsein – beschrieben. Die Erkenntnisse stützen sich dabei sowohl auf die durchgeführten Fokusgruppen und Tiefeninterviews als auch auf quantitative Daten. Die Segmente sind als Prototypen zu verstehen und werden hier als solche skizziert. Nicht alle Personen eines Segments entsprechen exakt der Beschreibung. Die unterschiedlichen Personengruppen sind in der realen Welt nicht trennscharf, unterschiedliche Gruppen können sich überschneiden.

2.1 Ideologische Skeptische

Ideologische Skeptische sind prototypisch gut situierte, ältere Männer. Dieses Segment weist nicht nur den höchsten Altersdurchschnitt auf, auch das Einkommensniveau und die Akademiker/innenquote sind im Vergleich am höchsten. Stressfaktoren wie finanzieller Druck und zeitlichen Stress kennen sie kaum. Die *Ideologischen Skeptischen* leben im Vergleich etwas häufiger in ländlichen Regionen und etwas häufiger in Ostdeutschland.

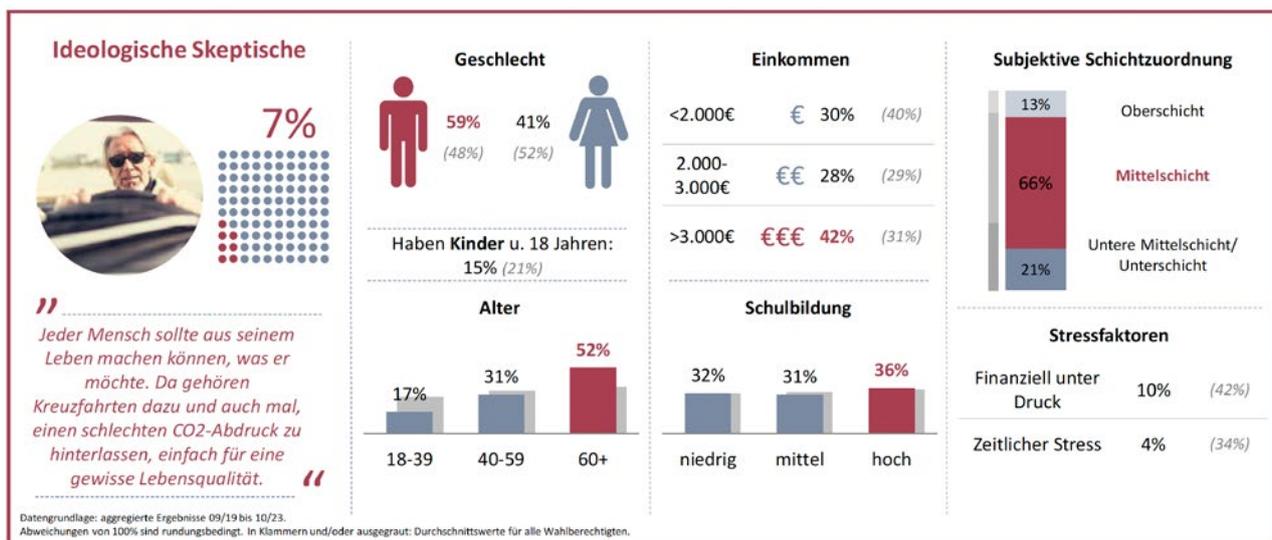


Abbildung 3: Segmentprofil *Ideologische Skeptische*.

Sie vertreten vor allem konservative und materialistische Werte. Der Fokus liegt auf Familie, Sicherheit, Stabilität und dem eigenen Wohlstand. Statussymbole sind *Ideologischen Skeptischen* wichtig: ein teures Auto, Markenkleidung und hochpreisige technische Geräte. Ihre Angst vor Statusverlust ist prägend und eine Ablehnung von möglichen Einschnitten beim eigenen Lebensstandard ist deutlich spürbar. Auf Konsum zu verzichten oder weniger Fleisch essen, ist für sie „Hippie-Quatsch“. Sie propagieren reine Eigenverantwortung und ein libertäres Verständnis von Freiheit, Konzepte wie (gesellschaftliche) Solidarität werden von ihnen kaum geteilt. Entsprechend ihrer „*Einzelkämpfermentalität*“ haben sie Vertrauen vor allem in sich selbst.

Viele *Ideologische Skeptische* sind politikverdrossen, ohne politisches Vertrauen und enttäuscht von politischen Entscheidungen, die nicht ihren Überzeugungen entsprochen haben (wie beispielsweise in der Corona-Politik). Sie haben aber recht großes Interesse an politischen Geschehnissen, wobei populistische Denkmuster ihre politischen Einstellungen und Argumentationsmuster kennzeichnen.

Im Bereich der Mediennutzung variiert das Verhalten in diesem Segment. Einige *Ideologische Skeptische* informieren sich aktiv und intensiv über Social Media, Google, (über-)regionale Zeitungen und Fernsehen, während andere Nachrichten lediglich nebenbei konsumieren, etwa vor der Lieblings-TV-Sendung oder im Radio. Die gut Informierten betrachten sich selbst als informiert(er) und überlegen gegenüber Personen mit anderen, ihrer Ansicht nach als „*Mainstream*“ zu bezeichnenden Meinungen. Ein geringes Medienvertrauen, besonders gegenüber „*Mainstream-Medien*“, führt bei *Ideologischen Skeptischen* mitunter zum bewussten Konsum „*alternativer Medien*“, teils mit Verschwörungsnähe, die Komplexität reduzieren und zusätzliche Realitätsangebote liefern.

Umwelt und Natur werden von diesem Segment positiv als Ort der Ruhe und Erholung betrachtet. Viele *Ideologische Skeptische* haben Hobbys, die mit Natur in Verbindung stehen, wie Radfahren, Gartenarbeit oder Familienausflüge „ins Grüne“. Umwelt und Natur gelten ihnen als Existenzbedingung für den Menschen und als zentral für Lebensqualität und Gesundheit. Ihrer Ansicht nach sollte die Natur sauber und „geordnet“ hinterlassen werden – vor allem aus Eigennutz, damit man sie selbst genießen kann.

Dieses durchaus vorhandene Problembewusstsein übersetzt sich aber nicht in einen großen Handlungsdruck. Dazu werden verschiedene Legitimationsstrategien argumentativ herangezogen, darunter die fehlende Selbstwirksamkeit, der Glaube, dass der „*kleine Mann*“ nichts bewegen kann, und der Vergleich mit anderen Ländern, die weniger Umwelt- und Naturschutz praktizieren. Die *Ideologischen Skeptischen* haben Angst, selbst zu kurz zu kommen oder zu stark in die Verantwortung gezogen zu werden. Auf mögliche Verbote reagieren sie sehr ablehnend – schon das Wort Verbot triggert starke Reaktanz. Auch eine finanzielle Mehrbelastung zugunsten von Umwelt- und Naturschutz kommt für sie nicht in Frage, obwohl sie selbst finanziell wohlhabend sind. Jegliche Maßnahmen lehnen sie stärker ab als alle anderen Segmente. Besonders Vorschläge, die auf Verzicht oder Einschränkungen abzielen, stoßen bei diesem Segment auf Widerstand. Der Staat solle sich aus ihrem Leben raushalten, dürfe die Bürger/innen weder einschränken noch bevormunden.

2.2 Ambivalente Zweifelnde

Das Segment der *Ambivalenten Zweifelnden* ist das jüngste der Segmente. Mit 28 Prozent ist der Anteil an Eltern mit Kindern unter 18 Jahren im Segmentvergleich am höchsten. Bildungsniveau und Einkommen liegen etwas unter dem Durchschnitt. Fast zwei Drittel fühlen sich unter finanziellem Druck. Auch zeitlicher Stress ist für die Mehrheit ein Problem.

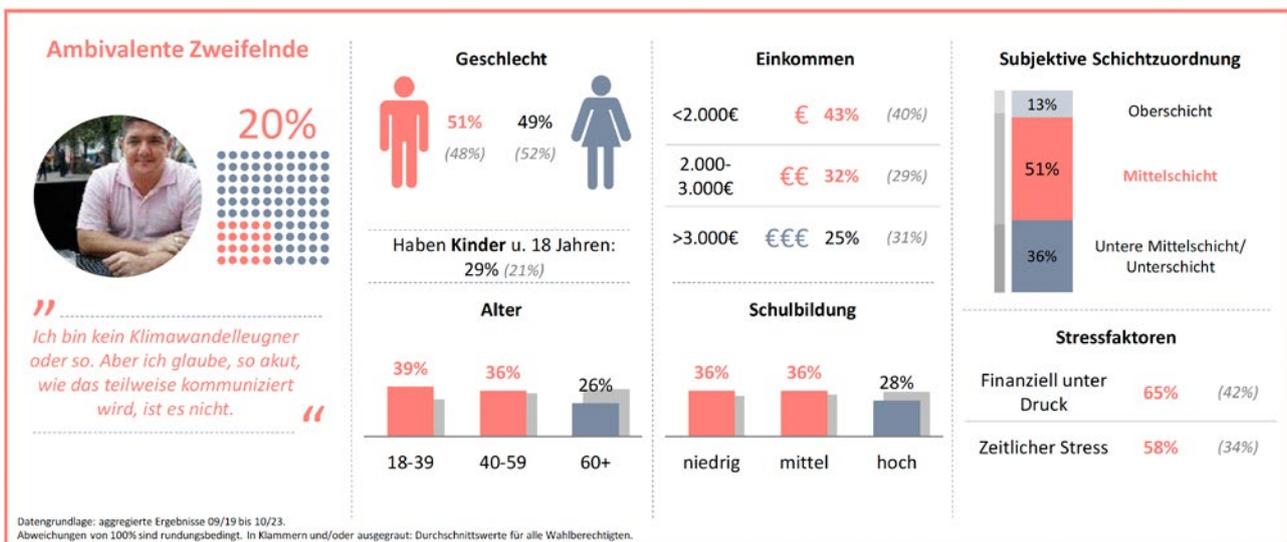


Abbildung 4: Segmentprofil Ambivalente Zweifelnde.

Auch die *Ambivalenten Zweifelnden* zeichnen sich durch eher konservative Werte und Einstellungen aus, mit einer tiefen Wertschätzung für Familie und Heimat. Generell weisen sie einen eher ablehnenden und skeptischen Habitus auf. Neues oder Veränderungen werden erst einmal skeptisch beäugt, lieber wird an Altbewährtem festgehalten, da häufig das diffuse Gefühl vorherrscht, dass „*früher vieles besser war*“. Sie sind traditionell verankert und lokal engagiert in Vereinen, Organisationen und Kirchen, was ihr

Bedürfnis nach Zusammenhalt und Selbstwirksamkeit widerspiegelt. Sie streben nach Anerkennung und möchten wertgeschätzt werden. Sicherheit spielt eine große Rolle in ihrem Leben, wobei sie sich aktuell besonders mit Themen wie Krieg, Inflation, Wirtschaft, Wohlstand, Rente und Gesundheit beschäftigen.

Das Vertrauen der *Ambivalenten Zweifelnden* in die Politik ist dabei gering. Sie sind überwiegend politikverdrossen und fühlen sich „von denen da oben“ nicht repräsentiert. Vereinzelt zeigen sie auch ein autoritäres Staatsverständnis. Häufig wird die Ansicht vertreten, dass Politik von Wirtschaft gelenkt sei.

In Bezug auf Mediennutzung zeigen sie ein politisches Informationsverhalten, das durch eine Mischung aus traditionellen und modernen Medien gekennzeichnet ist. Sie schätzen beispielsweise Sat1 Frühstücksfernsehen für die morgendliche Routine und nutzen Apps wie die der Tagesschau für einen schnellen Überblick. Politisches Interesse ist in diesem Segment durchaus vorhanden und es wird dazu der Austausch mit Familie, Freund/innen und Kolleg/innen gesucht. Dieser dient aber eher dazu, Frust und Unmut kundzutun, weniger um konstruktiv zu diskutieren.

Umwelt und Natur nehmen einen hohen Stellenwert im Leben der *Ambivalenten Zweifelnden* ein, mit einem starken Interesse und ausgeprägtem Wissen insbesondere für lokale Flora und Fauna, teilweise sogar Faszination. Natur wird mit Heimatgefühl und positiven Kindheitserinnerungen assoziiert. Die *Ambivalenten Zweifelnden* legen Wert darauf, diese Erfahrungen an ihre Kinder weiterzugeben. Umwelt und Natur sehen sie als Chance, Verantwortung zu lernen und Selbstwirksamkeit zu erleben.

Trotz dieses Zugangs und positiven Verhältnis zu Umwelt und Natur tendieren sie aber dazu, das Ausmaß von Umweltproblemen herunterzuspielen. Die Problematik reduzieren sie vor allem auf Müllproblematik und Verschmutzung, und sind darüber hinaus der Meinung, dass ihre eigene Region und Heimat gegenwärtig wenig betroffen seien. Generell werde der Zustand von Umwelt und Natur medial und politisch schlimmer dargestellt als es der Realität entspreche. Häufig diene Umwelt- und Naturschutz in ihrer Wahrnehmung vielmehr dazu, Menschen wie ihnen einen moralischen Zeigefinger vorzuhalten. Umwelt- und Naturschutz ist für *Ambivalente Zweifelnde* im Alltag nicht primär handlungsleitend. Generelle Akzeptanz für Naturschutzmaßnahmen ist bei ihnen solange gegeben, wie ihr Lebensstil (Auto und Eigenheim) nicht infrage gestellt wird. Einschränkungen werten sie schnell als Gängelung. „Kleinere“ Einschränkungen stoßen dann auf Akzeptanz, wenn sie als Sicherheit und Heimatschutz kommuniziert werden.

2.3 Kostenbewusste Pragmatische

Kostenbewusste Pragmatische sind häufig Frauen mittleren Alters. Das Bildungsniveau ist eher niedrig bis durchschnittlich, der Anteil an Akademiker/innen unterdurchschnittlich. Der Großteil von ihnen verortet sich selbst in der unteren Mittelschicht oder Unterschicht. Sie verfügen mehrheitlich über ein geringes Einkommen und fühlen sich entsprechend häufig finanziell unter Druck. Die meisten *Kostenbewussten Pragmatischen* empfinden zudem auch zeitlichen Stress.

Kostenbewusste Pragmatische sind von den Anforderungen durch Job und Familie oft überfordert und blicken mitunter auch auf einen weniger geradlinigen Lebenslauf zurück. Sie sorgen sich um ihre Zukunft, ihre Absicherung im Alter, und sie wenden sich oft Hobbys zu, die als Flucht vor ihren weltlichen Sorgen interpretiert werden können.

Politisch sind sie meist uninteressiert oder enttäuscht, ein geringes Vertrauen in politische Prozesse ist in diesem Segment weit verbreitet. Sie fühlen sich oft übersehen und wünschen sich von der Politik mehr

Unterstützung und Anerkennung für ihre Leistungen. Mitunter neigen auch sie zu populistischen Ansichten, getrieben von einem pessimistischen Blick auf die Zukunft und Sorgen über Klimawandel, Krieg, Migration, Kriminalität, Inflation, hohe Mieten und Altersarmut.

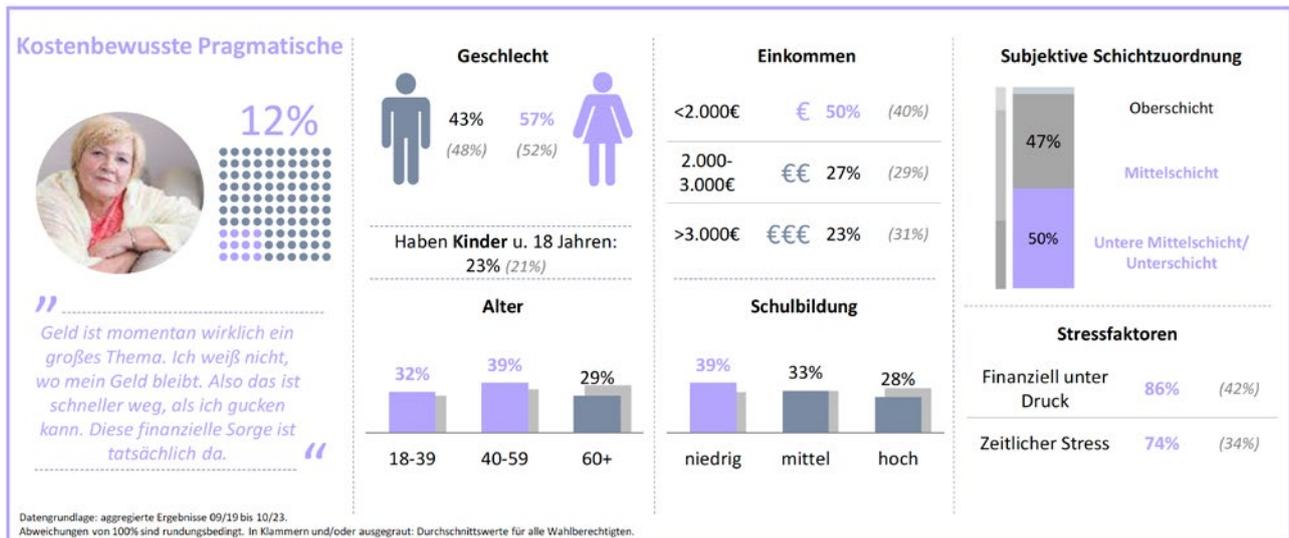


Abbildung 5: Segmentprofil Kostenbewusste Pragmatische.

In Sachen Mediennutzung konsumieren sie vorwiegend Unterhaltungsangebote wie Frühstücksfernsehen, Radio, Instagram, TikTok, YouTube und Facebook. Ihr Interesse gilt dabei vornehmlich den Schlagzeilen und Titelseiten. Sie ziehen private Fernsehsender wie RTL den öffentlich-rechtlichen vor. Ein Misstrauen gegenüber klassischen Medien ist innerhalb des Segments durchaus verbreitet. Einige *Kostenbewusste Pragmatische* sind anfällig für Desinformation, weil sie glauben, dass Plattformen wie TikTok und YouTube „ungefilterte“ Informationen als journalistische Angebote bieten. In ihrem sozialen Umfeld findet nur wenig politischer Austausch statt.

Obwohl sie im Alltag oft nur wenige Berührungspunkte mit Umwelt und Natur haben, schreiben jüngere *Kostenbewusste Pragmatische* dem einen hohen Stellenwert zu – mitunter aufgrund eigener Kindheits-erinnerungen. Ältere hingegen sind im eigenen Alltag häufig sehr naturverbunden und verfolgen Hobbys wie Naturfotografie, Wandern oder Segeln. Ein Bewusstsein für Umweltprobleme ist vorhanden, oft verbunden mit der Assoziation von Bedrohung. Der Mensch wird als Hauptverursacher gesehen, mit problematischen Verweisen auf die Überbevölkerung der Erde. Trotz des Bewusstseins für Umweltprobleme relativieren sie die Situation in Deutschland oft unter Bezugnahme auf andere Regionen, wo es „viel schlimmer“ sei. Ihr Fokus liegt stark auf Themen wie Müll und Fleischkonsum, wobei sie den wahrgenommenen „moralischen Zeigefinger“ ablehnen.

In der Konsequenz hat der Umwelt- und Naturschutz keine große Alltagsrelevanz für sie; sie sind selbstkritisch, was ihre Bequemlichkeit angeht, sehen sich aber auch durch fehlende finanzielle, zeitliche und kognitive Ressourcen sowie mangelnde Infrastruktur eingeschränkt. Viele ihrer umweltfreundlichen Verhaltensweisen resultieren aus Ressourcenmangel, nicht aus einem Bewusstsein für Naturschutz. Sie achten darauf, die Heizung nicht unnötig hochzudrehen oder das Licht brennen zu lassen. Diese Verhaltensweisen erfolgen jedoch primär, um Geld zu sparen. Der Besitz eines Autos ist für die *Kostenbewussten Pragmatischen* keine Selbstverständlichkeit. Aus Kostengründen achten sie darauf, keine unnötigen Strecken damit zurückzulegen. Dennoch ist für sie der Besitz eines Autos ein wichtiger Luxus und teilweise

auch Notwendigkeit, um Alltagsaufgaben wie den Weg zur Arbeit zu meistern. Sie haben wenige eigene Ideen oder Wünsche zum Umweltschutz und sehen die Politik in der Verantwortung. Sie betonen die Gerechtigkeitsfrage und sind der Ansicht, dass Umweltschutzmaßnahmen nicht zu Lasten „der kleinen Leute“ gehen dürfen. Dennoch haben sie Sorge um die nachfolgenden Generationen und eine Bereitschaft zur Veränderung, solange diese nicht überstrapaziert wird.

2.4 Aktivierbare Optimistische

Mit einem Anteil von 30 Prozent bilden *Aktivierbare Optimistische* das größte der Segmente. *Aktivierbare Optimistische* verorten sich selbst klassischerweise in der Mittelschicht. Sie sind eher älter, leicht überdurchschnittlich gebildet und haben kaum finanzielle Sorgen.

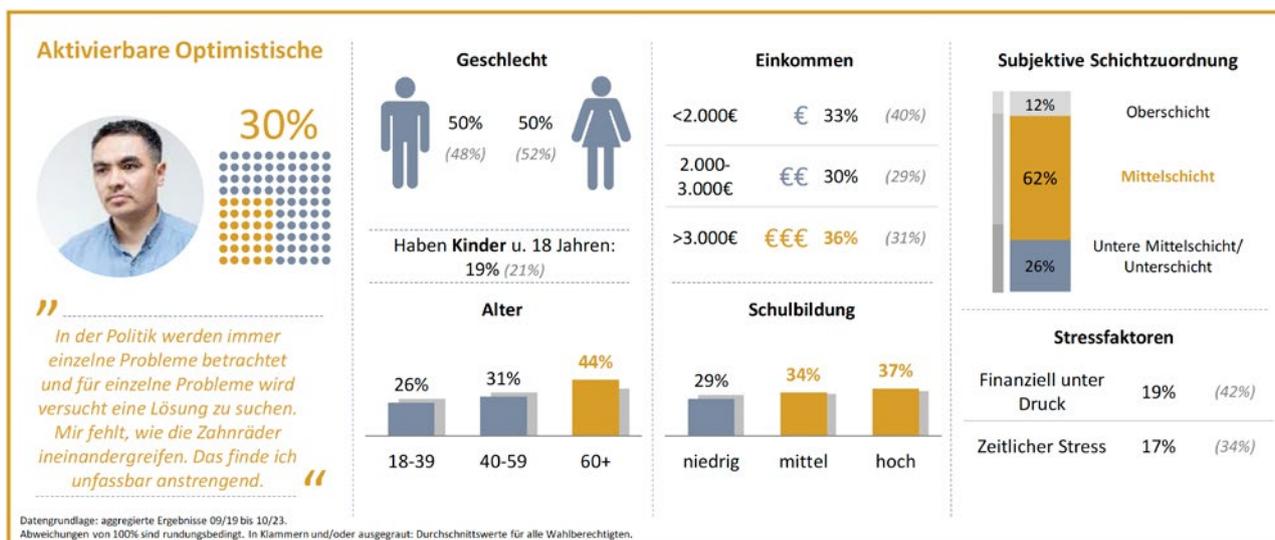


Abbildung 6: Segmentprofil Aktivierbare Optimistische.

Aktivierbare Optimistische sind häufig Menschen, die ihrem Selbstverständnis nach in ihrem Leben bereits etwas erreicht haben und dies auch anhand ihres Status und materieller Werte, wie dem Besitz eines Eigenheims, messen. Sie sind im Allgemeinen zufrieden mit ihrem Leben und ihrer hohen Lebensqualität, obwohl sie aktuell Sorgen vor möglichen Wohlstandseinbußen hegen. Sie sind gut vernetzt in Gemeinschaften wie Schützen- und Jagdvereinen, Feuerwehr, Reitvereinen und Gewerkschaften. *Aktivierbare Optimistische* haben grundsätzlich Vertrauen in den Staat. Sie zeigen Anerkennung für staatliche Leistungen für Wohlstand und wirtschaftliche Stärke. Mit der Demokratie und dem Sozialstaat sind sie zufrieden, wenngleich sie mit der aktuellen Regierung teilweise unzufrieden sind und deren Vorgehen von Planlosigkeit bis hin zur Bevormundung kritisieren. Sicherheit und Zusammenhalt sind ihnen wichtig, sie blicken mit Sorge auf aktuelle Themen wie Rassismus und Rechtsradikalismus.

Aktivierbare Optimistische sind tendenziell politisch gut informiert und haben den bewussten Willen, es auch zu bleiben. Nachrichtenkonsum wird in den strukturierten Alltag integriert, zum Beispiel das Radio morgens im Bad beim Duschen, Podcasts während der Gartenarbeit oder im Auto. Sie nutzen Regionalzeitungen und digitale Newsplattformen, sind aber auch auf sozialen Medien aktiv, wobei sie dort eine gewisse Sorge vor Desinformation haben. Diskussionen mit anderen Menschen sind ihnen wichtig, und sie positionieren sich gegenüber Kolleg/innen teils vorsichtig, teils kontrovers. Ihre Themenagenda ist

oft berufs- und alltagsbezogen und umfasst Bereiche wie Energiewende, Inflation, Energiesicherheit, Verteidigung, Wirtschaft und Digitalisierung.

Aktivierbare Optimistische verbringen viel Zeit im Freien, sei es bei der Gartenarbeit, im Urlaub oder beim Sport. Wenn der strukturierte Alltag manchmal wenig Raum dafür lässt, so finden Wochenendaktivitäten oft in der Natur statt. Die Natur bietet ihnen ein Gefühl der Freiheit und dient als Ausgleich, um zur Ruhe zu kommen und Kraft zu schöpfen. Obwohl sie keinen spezifischen Fokus auf Umwelt- und Naturthemen haben, sind sie diesen gegenüber aufgeschlossen und interessieren sich für Dokumentationen, Artikel und Berichte.

Sie sind besorgt um den Zustand der Umwelt und nehmen die Probleme in ihrem Alltag wahr, reagieren aber auch genervt auf das Thema und nehmen eine Rechtfertigungshaltung ein. Teilweise rechtfertigen sie ihr Verhalten mit dem Verweis auf schlechtere Umweltsituationen in anderen Ländern. Trotzdem sind sie bereit, Verantwortung zu übernehmen und kritisieren menschliche Rücksichtslosigkeit gegenüber der Natur. Sie fordern, das Umweltbewusstsein zu stärken, damit Maßnahmen nachhaltig wirken. Bei individuellen Mehrbelastungen sind sie bereit, bis zu einem gewissen Maße mitzugehen und würden beispielsweise höhere Kosten für Fleisch und andere Konsumgüter bereitwillig zahlen, wollen aber nicht auf Flugreisen und ihr Auto verzichten. Für das Gerechtigkeitsempfinden der *Aktivierbaren Optimistischen* müssen insbesondere auch Wirtschaft und Industrie stärker von der Politik in die Pflicht genommen werden. Sie sind leistungsbereit auch im Bereich Umwelt- und Naturschutz, solange dieser nicht ideologisch oder radikal erscheint, sondern pragmatisch und effektiv. Gute Argumentation kann sie überzeugen, etwa bei Themen wie Tempolimit und E-Mobilität oder der eigenen Gesundheit. Umwelt- und Naturschutz muss in eine größere Erzählung eingebettet sein und darf nicht als oberflächliche Werbekampagne wahrgenommen werden.

2.5 Prekäre Überzeugte

Die *Prekären Überzeugten* bilden mit sechs Prozent das kleinste Segment. Es besteht überwiegend aus Frauen mittleren Alters. Ein Viertel der *Prekären Überzeugten* hat Kinder unter 18 Jahren, sieben Prozent sind alleinerziehend. Sie fühlen sich mehrheitlich der unteren Mittelschicht oder Unterschicht zugehörig. Das Bildungsniveau ist durchschnittlich, das Einkommen unterdurchschnittlich. Fast zwei Drittel verfügen über weniger als 2.000 Euro monatlich.

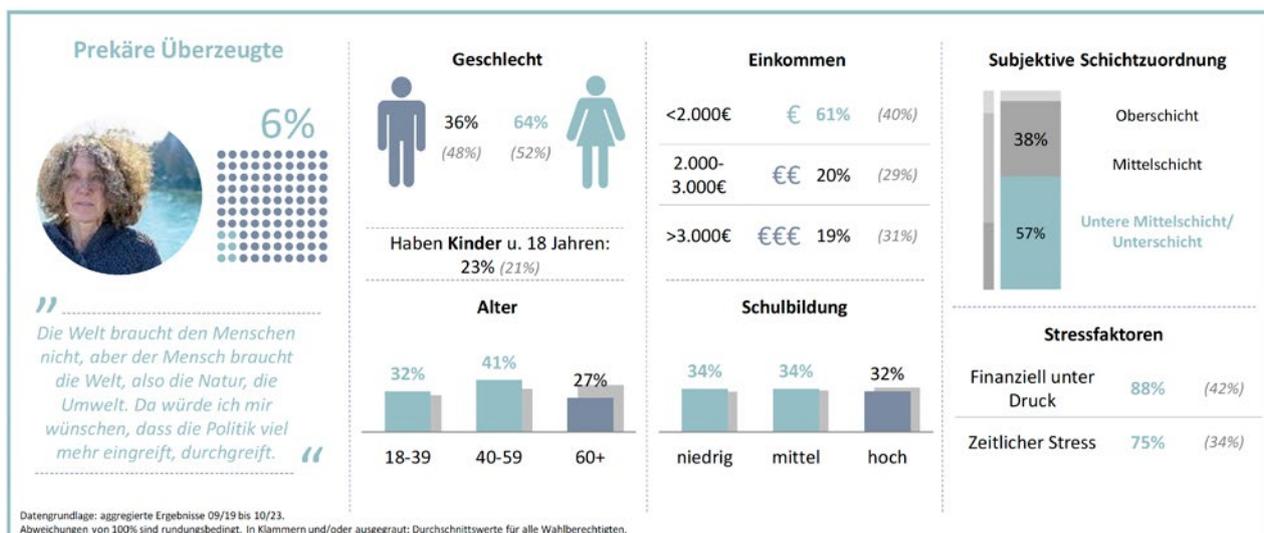


Abbildung 7: Segmentprofil Prekäre Überzeugte.

Prekäre Überzeugte sind im Alltag großen Belastungen ausgesetzt. Einige stehen nicht nur finanziell schlechter da, sondern sind von existenziellen oder Zukunftssorgen bedrückt, während andere gesundheitliche Probleme oder stressige Arbeitsbedingungen haben. Diese Herausforderungen lassen ihnen wenig Zeit und emotionale Kapazität, sich mit politischen oder gesellschaftlichen Themen auseinanderzusetzen. Hilfsbereitschaft und soziale Gerechtigkeit sind ihnen aber eine Herzensangelegenheit.

Neben Klimaschutz ist vor allem soziale Gerechtigkeit ein brennendes und wichtiges Zukunftsthema für *Prekäre Überzeugte*. Hier sehen sie Deutschland als aus dem Gleichgewicht geraten und versuchen zum Teil selbst zu kompensieren, wo der Staat sie selbst und ihre Mitbürger/innen im Stich lässt. Trotz der häufig großen persönlichen Belastung opfern sie sich für ihre Mitmenschen im Rahmen ihrer Möglichkeiten auf und engagieren sich informell: Sie pflegen Angehörige, kümmern sich häufiger als andere Segmente alleine um die Erziehungsarbeit und erledigen für ältere Nachbar/innen die Einkäufe. Die *Prekären Überzeugten* wünschen sich vom Staat mehr Aktivität in diesen Bereichen und mehr Wertschätzung für ihren eigenen Beitrag.

In puncto Mediennutzung mangelt es ihnen häufig an Zeit, sich ausführlicher zu informieren. Informationen werden eher nebenbei aufgenommen, z. B. über Instagram, Greenpeace-Newsletter, Podcasts sowie Dokumentationen mit Natur- und Umweltthemen. Einige sind dennoch gut informiert, indem sie regelmäßig Zeitungen lesen oder Nachrichten schauen. Andere meiden Nachrichten, da sie diese als negativ und zu belastend empfinden. Es besteht aber insgesamt ein generelles Interesse an gesellschaftlichen und politischen Themen wie Wohnen, öffentlicher Nahverkehr und soziale Gerechtigkeit sowie an Umwelt- und Naturthemen.

Die Umwelt und Natur sehen *Prekäre Überzeugte* als wertvoll und schützenswert an und nutzen sie als Ausgleich zum stressigen Alltag. Hobbys wie Radfahren oder Wandern finden oft in der Natur statt. Obwohl sie keine besonders starke persönliche Verbindung zu Natur und Umwelt haben, schätzen sie diese aus ideellen oder rationalen Gründen hoch. Das Problembewusstsein für den schlechten Zustand der Umwelt ist stark ausgeprägt, und es besteht ein starkes Verantwortungsgefühl gegenüber künftigen Generationen.

Umweltschutz wird von ihnen häufig individualisiert, wobei sie ihr Handeln moralisch bewerten und sich für nicht nachhaltiges Verhalten, wie die Nutzung eines Autos, rechtfertigen. Sie versuchen, Nachhaltigkeit im Alltag umzusetzen, haben aber den Eindruck, dass nachhaltiges Verhalten oft teuer und zeitintensiv ist, und bevorzugen deshalb kleine Schritte. Manchmal führt der finanzielle Druck zu nachhaltigeren Handlungen wie reduziertem Konsum, um Geld zu sparen. Sie fordern die Schaffung von Strukturen und Rahmenbedingungen, die es allen ermöglichen, nachhaltiger zu leben, und zeigen sich trotz der geringen Ressourcen bereit, dafür auch eigene Einschnitte hinzunehmen. Allerdings darf ihr Gerechtigkeitssinn dabei nicht verletzt werden und finanzielle Belastung das für sie Machbare nicht überschreiten.

2.6 Progressive Ungeduldige

Ein Viertel der Bevölkerung fällt in das Segment der *Progressiven Ungeduldigen*. *Progressive Ungeduldige* sind etwas häufiger weiblich, älter und haben eine formal höhere Bildung. Sie leben häufiger als der Bundesdurchschnitt in Westdeutschland und im urbanen Raum. Das Einkommensniveau ist durchschnittlich, finanzielle Sorgen sind nur selten vorhanden. Auch zeitlicher Stress plagt die *Progressiven Ungeduldigen* kaum. *Progressive Ungeduldige* haben einen überwiegend geregelten Alltag und sind eng eingebunden in Familie, Beruf, Sozialleben und Hobbys.

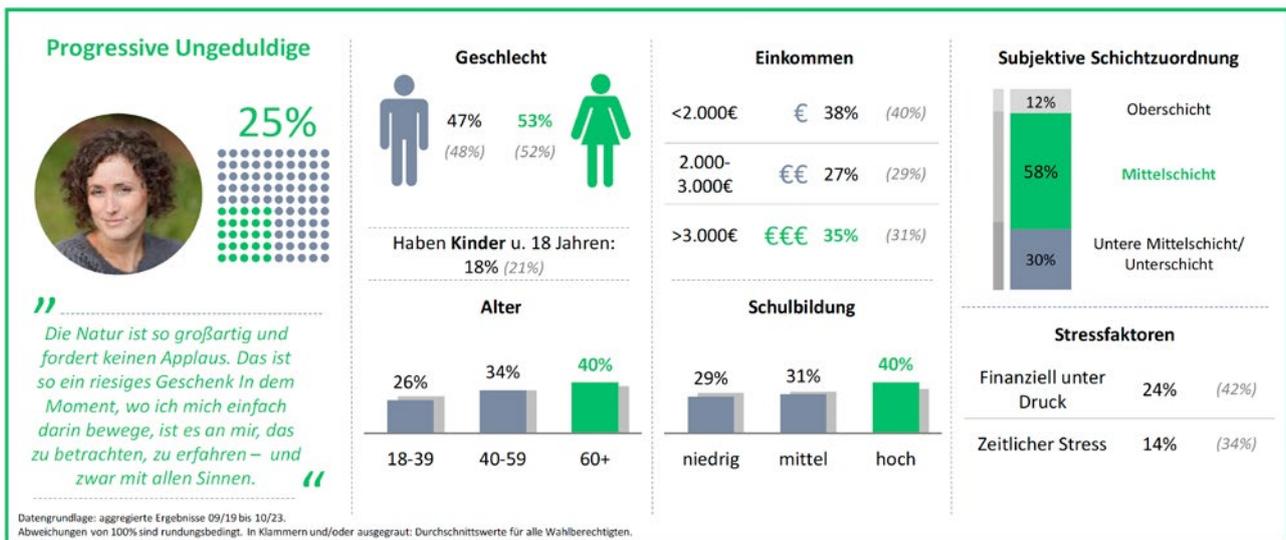


Abbildung 8: Segmentprofil Progressive Ungeduldige.

Progressive Ungeduldige sind häufig ehrenamtlich engagiert und haben eine postmaterialistische Einstellung, bei der Demokratie und Werte wie Gleichberechtigung, Solidarität und Empathie gegenüber anderen Menschen, Tieren und Natur hochgeschätzt werden. Erlebnisse sind ihnen wichtiger als materieller Besitz. Sie unternehmen lieber eine Reise als in ein neues Auto zu investieren. Sie haben wenige private Sorgen und Belastungen, sind jedoch besorgt um die Zukunft der Gesellschaft und des Planeten, vor allem in Bezug auf Themen wie Rechtspopulismus, Krieg, Klimawandel und Umweltzerstörung.

Die *Progressiven Ungeduldigen* fühlen sich mehrheitlich wohl mit ihrem Standing in der Gesellschaft, fühlen sich anerkannt und respektiert. Sie fühlen sich selbstwirksam und sind mit der Demokratie in Deutschland zufrieden. Bei den *Progressiven Ungeduldigen* ist ein Grundvertrauen in Staat und Regierung vorhanden. Sie stellen jedoch zugleich hohe Ansprüche an Staat und Regierung.

In Bezug auf ihre Mediennutzung informieren sie sich breit und nutzen eine Vielzahl von Quellen, von Tageszeitungen in Print und Online (wie Spiegel, Zeit oder Süddeutsche) über Newsletter bis hin zu öffentlich-rechtlichen Medien und gezielter Recherche im Internet. Umwelt, Natur und Klima sind für sie relevante und interessante Themen, über die sie sehr gut informiert sind.

Die *Progressiven Ungeduldigen* haben im Alltag häufig große Berührungspunkte mit der Natur und gehen bewusst mit ihr um. Sie besitzen umfangreiches Wissen zu Umwelt- und Naturschutz. Nachhaltigkeit und Verantwortung sind wichtige Konzepte in ihrer Lebenswelt; sie implementieren diese im Alltag durch umweltbewusstes Verhalten bei Ernährung und Konsum. Generell neigen sie eher zu Konsumkritik und versuchen, materielle Dinge zu reduzieren. Beim Einkauf achten sie auf biologisch produzierte Lebensmittel und nachhaltig produzierte Kleidung, geben dafür gerne mehr Geld aus und verzichten dafür auf anderes. Reisen – und das damit für sie verbundene Eintauchen in neue Kulturen – ist für sie Leidenschaft und Hobby. Ihnen würde es sehr schwerfallen, gänzlich darauf zu verzichten, aber sie versuchen immer häufiger, Flugreisen zu vermeiden und stattdessen auf einen Zug auszuweichen, selbst wenn dieser teurer ist. Sie gestalten ihren eigenen Garten naturnah und setzen sich auch in städtischen Gebieten für Lebensqualität ein, beispielsweise durch Kritik an Feinstaubbelastung und fehlendem Stadtgrün.

Ein hohes Umweltbewusstsein und entsprechender Handlungsdruck sind prägend für diese Gruppe. Für sie ist Klima- und Umweltschutz die größte Herausforderung unserer Zeit. Die *Progressiven Ungeduldigen* neigen dazu, Umwelt- und Naturschutz zu individualisieren, fordern aber gleichzeitig von Politik und Wirtschaft beschleunigten Umwelt- und Naturschutz, zum Beispiel durch finanzielle Unterstützung für sozioökonomisch Schwächere oder durch die Beschleunigung des Ausbaus erneuerbarer Energien. Die Politik müsse für wirksamen Umwelt- und Naturschutz auch unpopuläre Entscheidungen treffen und Verbote für Unternehmen und Bürger/innen aussprechen. Denn alle müssen mehr beitragen und auch Einschränkungen hinnehmen. *Progressive Ungeduldige* sind selbst bereit, Maßnahmen, deren Sinnhaftigkeit sie nachvollziehen können, mitzutragen.

3 Gegenwärtige gesellschaftspolitische Rahmenbedingungen

Umwelt- und Naturschutz sowie die Kommunikation und Vermittlung damit verbundener Maßnahmen und Vorhaben finden nicht im luftleeren Raum statt. Daher wirft der vorliegende Bericht zunächst einen Blick auf die gesellschaftspolitischen Rahmenbedingungen und beleuchtet die Stimmung der Bürger/innen der letzten zwei Jahre, ihre priorisierten Themen und relevante Verschiebungen.

3.1 Stimmung und Erwartungshaltung

Die ersten Fokusgruppen im März 2022 stehen stark unter dem Eindruck des von Russland begonnenen Krieges gegen die Ukraine. Die russische Invasion empfinden die Teilnehmer/innen als unerwartete Zäsur. Ihr bisheriges Sicherheitsgefühl ist massiv beschädigt, bei einzelnen Teilnehmer/innen ist es zum Zeitpunkt der Fokusgruppen nahezu kollabiert. Frieden, innere und äußere Sicherheit Deutschlands, Gesundheit, Wohlstand, soziale Absicherung, Versorgungssicherheit und der eigene Lebensstandard – was lange als selbstverständlich galt, wird nun als bedroht wahrgenommen. Die Teilnehmer/innen verfügen über keine Erfahrungswerte, die helfen, die Geschehnisse einzuordnen. Fehlende Planungs- und Erwartungssicherheit wird als Kontrollverlust empfunden. Unerwartet, unbekannt und unkontrollierbar – aus diesem Dreiklang erwachsen nicht nur diffuse Zukunftssorgen, sondern auch konkrete Ängste.

Die Stimmung in den darauffolgenden Fokusgruppendifkussionen im Juni 2022 fällt dann zwar etwas positiver aus – die konkreten Ängste verlieren an Stärke. Der Ukraine-Krieg ist nach einem anfänglichen Schock nun ebenso wie die Covid19-Pandemie zu einer Art Hintergrundrauschen geworden. Dennoch bleibt im gesamten weiteren Forschungszeitraum eine fragile Stimmung bestehen. Eine deutlich zu erkennende Krisenmüdigkeit, die aus der Pandemie resultierte, mündet bei vielen Teilnehmer/innen in regelrechte Krisenerschöpfung. Zwar lassen sich durchaus unterschiedliche Krisenbewältigungsstrategien erkennen, aber die schlechte Stimmung trägt gesamtgesellschaftlich zu wachsendem Zukunftspessimismus bei, der die Vermittlung von Umwelt- und Naturschutzpolitik herausfordernder macht.

In der qualitativen Forschung zeigen sich die Teilnehmer/innen nicht nur durch die Gleichzeitigkeit multipler Krisen und Herausforderungen stark belastet, sie schauen auch sorgenvoll in die Zukunft. „Zukunft“ wird nicht mehr als etwas Positives gesehen, sondern wandelt sich im Studienverlauf mehr und mehr zu einem negativ konnotierten Begriff: Zukunft stellt Bedrohung und nicht mehr Verheißung dar. Das Versprechen, dass es kommenden Generationen einmal besser gehen wird, scheint keine Gültigkeit mehr zu besitzen. Der Blick fast aller Teilnehmer/innen in die Zukunft ist von Unsicherheiten und (Abstiegs-)Ängsten geprägt.

Insbesondere bei den *Ideologischen Skeptischen* und *Ambivalenten Zweifelnden*, doch auch in anderen Segmenten, fürchtet man angesichts von Inflation, gestiegenen Energiepreisen und einer drohenden starken Rezession den Verlust des eigenen, in den Segmenten mit niedrigen Ressourcen sowieso schon geringen, finanziellen Status. Hinzu kommt eine drohende Energieknappheit im Herbst und Winter 2022/2023, die Sorge vor der Entwicklung der Corona-Pandemie im Herbst und Winter 2022/2023, Russlands Angriffskrieg auf die Ukraine und eine damit einhergehende latente Sorge, dass dieser Krieg sich auf Deutschland ausweitet. Wetterextreme und Klimaveränderung durch die globale Erderhitzung stehen zudem einem Zukunftsoptimismus insbesondere von *Progressiven Ungeduldigen*, *Prekären Überzeugten* und *Aktivierbaren Optimistischen* im Weg. In der direkten Gegenüberstellung zeigt sich hier auch besonders drastisch, wie sich der Umgang mit der negativen Erwartungshaltung von *Progressiven Ungeduldigen*, *Prekären Überzeugten* und *Aktivierbaren Optimistischen* von den sich ohnmächtig fühlen

den *Ambivalenten Zweifelnden* unterscheiden. Letztere haben sich mitunter so sehr von Politik und dem Glauben an Krisenbewältigung abgewendet, dass ihnen ein systemischer Zusammenbruch sogar als ein besserer Neuanfang erscheint.

Diese schlechte Stimmung wird nicht nur auf die Krisen selbst, sondern auch auf den Umgang der Politik damit zurückgeführt. Es herrscht eine allgemeine Unzufriedenheit mit grundlegenden Strukturen und Vorgehensweisen (genannt werden bspw. Bürokratie, sanierungsbedürftige Infrastruktur, Baustellen, Trägheit). Ein Großteil der Teilnehmenden ist sich dadurch in der Einschätzung einig, dass sich Deutschland aktuell in die falsche Richtung bewegt – auch wenn keine Einigkeit darüber besteht, was die richtige Richtung wäre. Diese negative Erwartungshaltung stützt sich dabei auf durchaus unterschiedliche, zum Teil auch widersprüchliche, nicht immer konsistente Begründungen (Sanierungsstau vs. Baustellen). In der Konsequenz aber resultiert daraus ein geringes Vertrauen fast aller Teilnehmenden in die Handlungs- und Problemlösungsfähigkeit der Politik.

3.2 Politisches Vertrauen

Festzustellen ist außerdem eine zunehmende politische Unzufriedenheit – vorrangig, aber nicht ausschließlich bei *Ambivalenten Zweifelnden* und *Ideologischen Skeptischen*. Sie zeigt sich in einem massiven Vertrauensverlust gegenüber Politik und Demokratie und einem Gefühl von Ohnmacht gegenüber gesellschaftlichen und politischen Entwicklungen. Bei einigen Teilnehmer/innen in den Fokusgruppen ist das Zutrauen in Politik nur gesunken, bei anderen ist es kaum noch vorhanden. Während diese Entwicklung bereits während der Pandemie startete (Stichwort „Maskenaffäre“) setzt sie sich im Studienverlauf weiter fort. Mitunter schlägt sich der Verlust an Politikvertrauen in einem Verlust an Systemvertrauen nieder – vor allem in den Gruppen mit *Kostenbewussten Pragmatischen* und *Prekären Überzeugten*. Es überwiegt der Eindruck, dass die Politik nicht aktiv regiere, sondern lediglich reagiere. Das Systemvertrauen ist bei den meisten *Aktivierbaren Optimistischen* und *Progressiven Ungeduldigen* trotz Unzufriedenheit weiterhin vorhanden und noch intakt.

Misstrauen empfinden viele *Ambivalente Zweifelnde* und *Ideologische Skeptische* auch gegenüber medialer Berichterstattung. Ein schon in den ersten Fokusgruppen konstatiertes Verschwörungsglaube und der Rückgriff auf antisemitische Narrative haben in späteren Fokusgruppen spürbaren Aufschwung erfahren. Insbesondere bei *Ideologischen Skeptischen* und *Ambivalenten Zweifelnden* verfangen Erzählungen von „dunklen Mächten“ und „geheimen Eliten“. Die anderen Teilnehmenden reagieren auf derartige Erzählungen häufig nicht argumentativ und so bleiben mitunter selbst Chemtrail-Verschwörungen unwidersprochen im Raum stehen.

Was sich hinsichtlich Unzufriedenheit mit Politik und Demokratie in den Fokusgruppen zeigt, wird durch die quantitative Befragung manifestiert: Im September 2022 stimmen nur 57 Prozent der Bürger/innen zu, dass die Demokratie in Deutschland gut funktioniert. Mit 28 Prozent stimmt mehr als jede/r vierte Bürger/in hier explizit nicht zu. Im Vergleich zur vorherigen Messung im Dezember 2020 ist das eine Verringerung der Zustimmung um 10 Prozentpunkte bei gleichzeitiger Steigerung der Ablehnung um 9 Prozentpunkte. Zusammen mit der Stimmung, die sich in den Fokusgruppen generell und vor allem in Segmenten mit geringem Problembewusstsein oder geringen Ressourcen abzeichnete, ist das ein besorgniserregendes Ergebnis.

Die Fokusgruppen im Dezember 2022 lassen klar erkennen, wie die allgemeine Stimmung sich zwischen zwei nun auszumachenden Polen unterscheidet: Auf der einen Seite stehen diejenigen, die in von Un

sicherheit geprägten Zeiten multipler Krisen allen Umständen und Widrigkeiten zum Trotz eine positive Einstellung behalten, auf der anderen Seite stehen diejenigen, die den Fokus vor allem auf negative Aspekte legen, kaum noch positive Entwicklungen sehen (können) und politisch verdrossen bis frustriert sind.

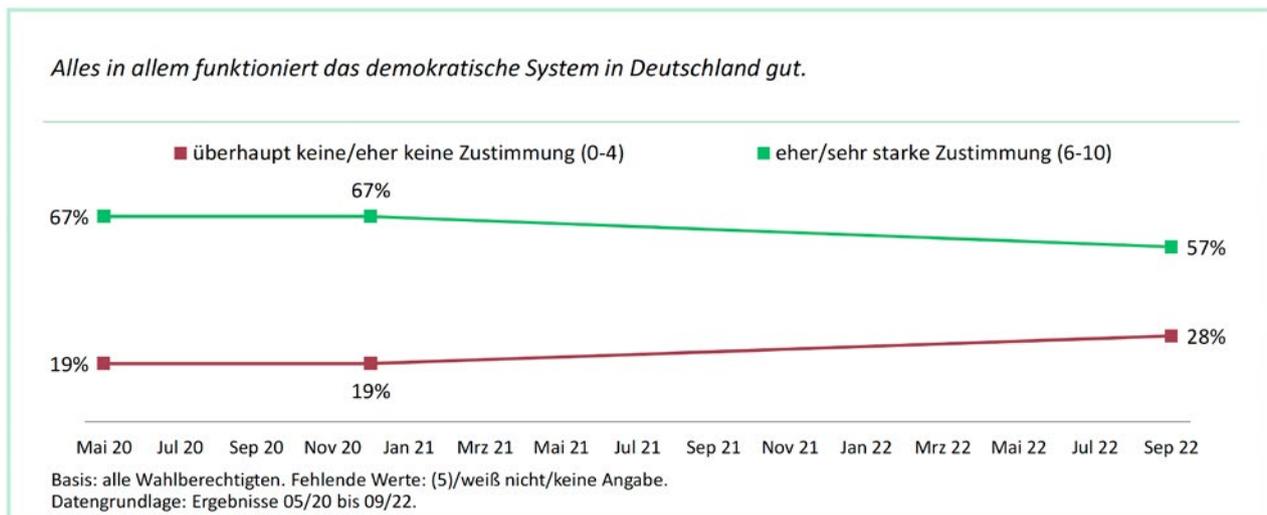


Abbildung 9: Demokratiezufriedenheit – Zeitreihe.

Von den zufriedenen Teilnehmenden wird die Krisenbewältigung der Politik im Herbst und Winter 2022/2023 positiv eingeordnet, obwohl auch sie negative Folgen und Auswirkungen der Krisen spüren. Nachdem der Umgang der Politik insbesondere mit der Energiekrise und Inflation anfangs als zu zögerlich wahrgenommen wurde, besteht jetzt der Eindruck, dass die Politik im Handlungsmodus ist. Die zufriedenen Teilnehmenden haben das Gefühl, dass die Entlastungen einen Effekt haben oder noch haben werden. Auch wenn die Entlastungsmaßnahmen teilweise noch nicht ausreichend seien, werden sie positiv erwähnt: Man fühle sich „nicht im Regen stehen gelassen“.

Bei unzufriedenen Teilnehmer/innen geht die ausgeprägte politische Unzufriedenheit mit schon länger währender politischer Frustration und Politikverdrossenheit einher. Ursächlich dafür sei unter anderem, dass zu viel Rücksicht auf Partikularinteressen genommen würde – womit diese Teilnehmenden nie ihre eigenen Interessen meinen. Weiterhin sei die politische Arbeit – gerade in Krisenzeiten – zu stark von kurzfristigen, reaktiven Maßnahmen geprägt. Begleitet wird dies von dem Gefühl, von der Politik nicht wahrgenommen und bedacht zu werden. Einige Teilnehmende fühlen sich von Entlastungsmaßnahmen vergessen oder missachtet und in Folge dessen nicht ausreichend wertgeschätzt und mit den Auswirkungen der aktuellen Krisen allein gelassen, auch unabhängig vom Einkommen oder tatsächlicher Entlastungssituation.

3.3 Transformations- und Veränderungsbereitschaft

Die Bereitschaft, Transformationsleistungen, die einem selbst etwas abverlangen, zu unterstützen und mitzutragen, ist über den Projektzeitraum merklich gesunken: Zu Beginn des Forschungsprojektes gab es bei vielen Bürger/innen den spürbaren Wunsch nach Veränderungen, doch dieser Wunsch ist einer zunehmenden Krisenmüdigkeit gewichen. So äußerten zu Beginn, im März 2022, einige Fokusgruppenteilnehmer/innen beispielsweise die Befürchtung, dass die „ambitionierten“ Ziele der neuen Regierung

durch den Ukraine-Krieg nun dauerhaft ausgebremst würden. Bei vielen Teilnehmer/innen gab es den Wunsch nach politischer Führung und politischer Gestaltung. Rückblickend hätte Deutschland viele Jahre Stillstand hinter sich und reagiere seit Jahren immer zu spät statt vorausschauend.

Bereits im Juni 2022 zeigen die Fokusgruppen aber schon ein ambivalenteres Bild: Einerseits ist nach wie vor sehr präsent, dass es Veränderungen braucht und so sorgen sich die Teilnehmer/innen weiterhin, dass sich nichts oder zu wenig verändert. Andererseits wünschen sich viele Teilnehmer/innen aber nun expliziter zunächst eine Verschnaufpause und sind nur bedingt für weitere Veränderungen belastbar. Offensichtlich wird auch, dass inhaltlich starke Differenzen bei der Frage nach Veränderungen zwischen den Segmenten bestehen. Während sich *Ideologische Skeptische* und *Ambivalente Zweifelnde* aber nach Wiederherstellung eines vermeintlichen Vorkrisenzustandes sehnen, hoffen die anderen Zielgruppen auf Bewältigungsstrategien für gesellschaftliche Schieflagen wie dem Auseinanderklaffen zwischen Arm und Reich und den zunehmenden Auswirkungen der Klima- und Umweltkrise.

Dieser Eindruck verstärkt sich bis August 2022 weiter: Dem vorhandenen Problembewusstsein und der wahrgenommenen Notwendigkeit für Veränderungen steht nun häufig ein offensichtlicher Mangel an kognitiven und finanziellen Ressourcen entgegen. Insbesondere *Kostenbewusste Pragmatische* fürchten starke finanzielle Mehrbelastung nicht auffangen zu können. Es zeichnet sich ein wachsender Unmut ab.

Die Ergebnisse der repräsentativen Befragung im Oktober 2023 unterstreichen diesen Befund aus dem Vorjahr und lassen keine Verbesserung erkennen. Eine sehr deutliche Mehrheit von 69 Prozent der Bürger/innen stimmt im Herbst 2023 der Aussage zu, dass die Politik den Bürger/innen derzeit zu viel zumutet – in Ostdeutschland sind es mit 76 Prozent noch mal deutlich mehr als in Westdeutschland mit 68 Prozent. Jede/r Zweite stellt zudem fest, sich selber von vielen Veränderungen in Gesellschaft und Politik gegenwärtig überfordert zu fühlen – auch hier sticht Ostdeutschland mit einem höheren Zustimmungswert von 56 Prozent hervor. In Westdeutschland sind es 49 Prozent.

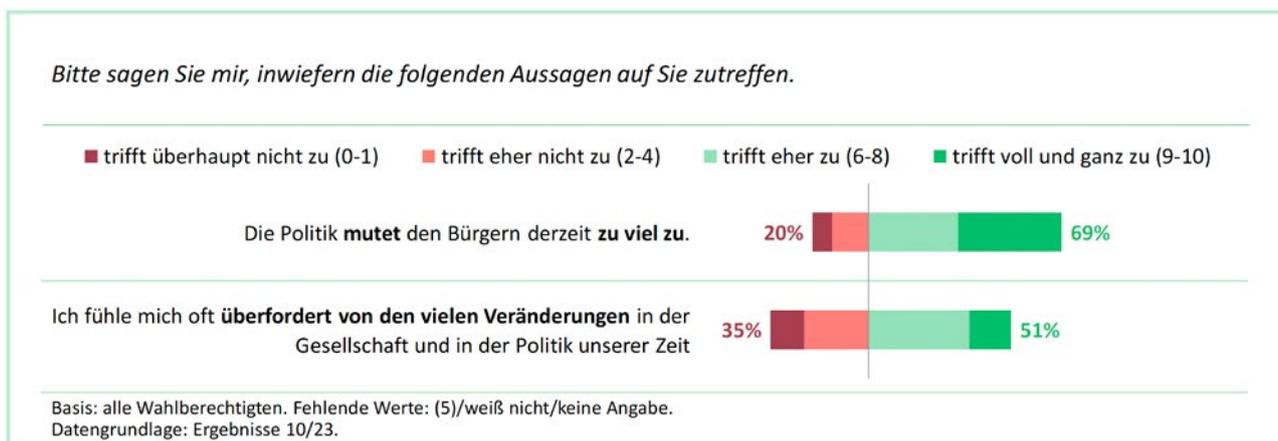


Abbildung 10: Gefühlte Überforderung.

Die Fokusgruppen und Tiefeninterviews zeigen, dass das Gefühl von Zumutungen und die Überforderung dabei Teil einer generellen politischen Unzufriedenheit sind, die durch die im vorhergehenden Abschnitt beschriebene Krisenmüdigkeit, Orientierungslosigkeit und Ohnmachtsgefühle mitverursacht oder verstärkt wird. Ähnlich wie bei der Corona-Pandemie ist eine anfängliche Zufriedenheit mit dem politischen Krisenmanagement mit dem Andauern der Krise zunehmend in eine politische Unzufriedenheit gekippt. Diese lässt sich ansonsten aber nicht immer durch konkrete politische Maßnahmen oder von den Befrag

ten genau benennbare Faktoren erklären. Auch wenn die zufriedenen Teilnehmenden der Fokusgruppen im Dezember 2022 die akute Krisenbewältigung im Herbst und Winter 2022/2023 noch positiv eingeordnet haben, waren sich die Befragten zumeist weitgehend einig, die Politik hier als verantwortlich zu adressieren. Sie kritisierten sie für ihr Krisenmanagement in den letzten Jahren insgesamt, also über den Herbst und Winter 2022/2023 hinausgehend, oder für einzelne angestoßene politische Veränderungen sowie Modernisierungen. Auch dies wird nicht immer mit konkreten Beispielen begründet. Wenn Beispiele angeführt werden, unterscheiden sie sich aber thematisch und in der Kritikrichtung je nach politischer Einstellung, wie auch die Segmentunterschiede im folgenden Abschnitt illustrieren: Migrationspolitik, Gebäudeenergiegesetz, Sprit- und Energiepreise, generell Inflation, aber auch nicht funktionierende Infrastruktur. Anders als Beispiele aus der Klima- und Energiepolitik werden Beispiele aus dem Bereich Umwelt- und Naturschutzpolitik dabei zwar nicht explizit genannt, d. h. die quantitativ erhobene Überforderung und das Gefühl von zu vielen Zumutungen resultieren hier nicht unmittelbar aus einer als zu ambitioniert empfundenen Umwelt- und Naturschutzpolitik. Aber die schlechte politische Stimmung stellt den Rahmen dar, in dem Umwelt- und Naturschutzpolitik gegenwärtig stattfindet und Akzeptanz generieren muss. Darüber hinaus ist plausibel anzunehmen, dass sich sinkende Akzeptanz gegenüber Klima- und Energiepolitik letztlich auch negativ auf die Akzeptanz für Umwelt- und Naturschutzpolitik auswirkt, da Bürger/innen in der Regel nicht bewusst zwischen beiden Bereichen unterscheiden.

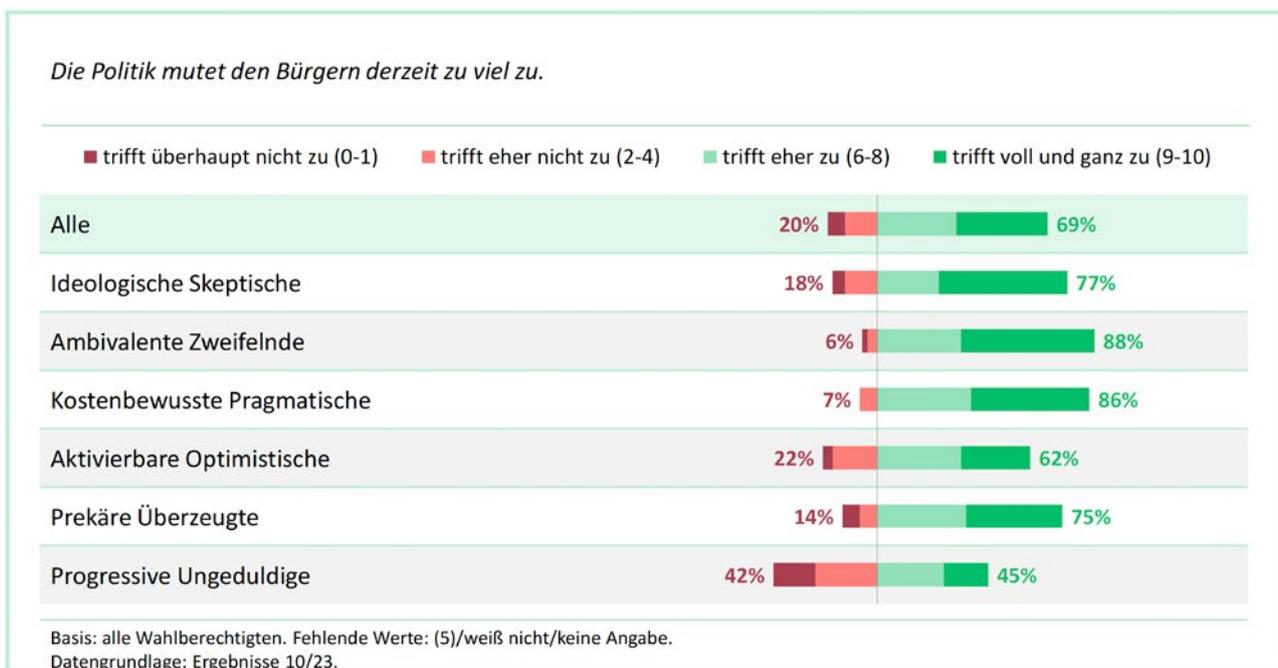


Abbildung 11: Überforderung durch die Politik – Segmentauswertung.

Die Zustimmungen beider Aussagen weisen deutliche Segmentunterschiede auf. Die Einschätzung, dass die Politik den Bürger/innen zu viel zumute, erhält vor allem in den Segmenten mit niedriger Ressourcenausstattung sehr starke Zustimmung: 88 Prozent der *Ambivalenten Zweifelnden*, 86 Prozent der *Kostenbewussten Pragmatischen* sowie 75 Prozent der *Prekären Überzeugten*. Auch unter *Ideologischen Skeptischen* fällt die Zustimmung mit 77 Prozent sehr hoch aus. Basierend auf den bisherigen qualitativen und quantitativen Befunden des Projektes und der Segmentprofile kann davon ausgegangen

werden, dass die Zustimmung sich in letzterem Segment stärker inhaltlich begründet: *Ideologische Skeptische* haben die notwendigen Ressourcen, aber stehen Veränderungen in erster Linie ablehnend gegenüber. Zu einem gewissen Grad trifft dies auch auf die *Ambivalenten Zweifelnden* zu, doch dieses Segment teilt darüber hinaus mit den *Kostenbewussten Pragmatischen* und *Prekären Überzeugten* die Eigenschaft einer niedrigen Ressourcenausstattung, die in diesen drei Segmente die Zustimmung erklärt.

Die beiden Segmente der *Aktivierbaren Optimistischen* und *Progressiven Ungeduldigen* – beide kennzeichnet eine mittlere bis hohe Ressourcenausstattung – stimmen unterdurchschnittlich stark zu. Bei den *Aktivierbaren Optimistischen* ist es mit 62 Prozent dennoch eine deutliche Mehrheit. Die Fokusgruppen und Tiefeninterviews haben gezeigt, dass das Gefühl der Zumutungen in diesem Segment stark mit fehlender Orientierung und Planungssicherheit zu tun hat. Sie nehmen Politik in den letzten, von Krisen geprägten Jahren als eklektisch und kurzfristig reagierend, nicht als zielgerichtet und langfristig gestaltend war. In ihren Augen braucht es definierte, übergreifende politische Ziele, die Orientierung geben und von denen sich dann Einzelmaßnahmen zur Zielerreichung ableiten. Dieses Segment ist leistungsbereit und leistungsfähig, doch für Akzeptanz und Unterstützungen benötigen die *Aktivierbaren Optimistischen* ein gewisses Maß an Erwartungs- und Planungssicherheit, das ihnen aktuell fehlt.

Die *Progressiven Ungeduldigen* sind das einzige Segment, in denen keine absolute Mehrheit zustimmt, dass die Politik den Bürger/innen aktuell zu viel zu mutet. Mit 42 und 45 Prozent halten sich Ablehnung und Zustimmung hier in etwa die Waage. Wesensmerkmal der *Progressiven Ungeduldigen* ist, dass sie politische und gesellschaftliche Veränderungen deutlich einfordern. Tempo und Ausmaß der Veränderungen waren ihnen bislang in der Regel zu langsam und zu wenig. Dass auch in diesem, Entwicklungen vorantreibenden, Segment fast jede/r Zweite Zumutungen seitens der Politik kritisiert, ist ein beachtenswerter Befund.

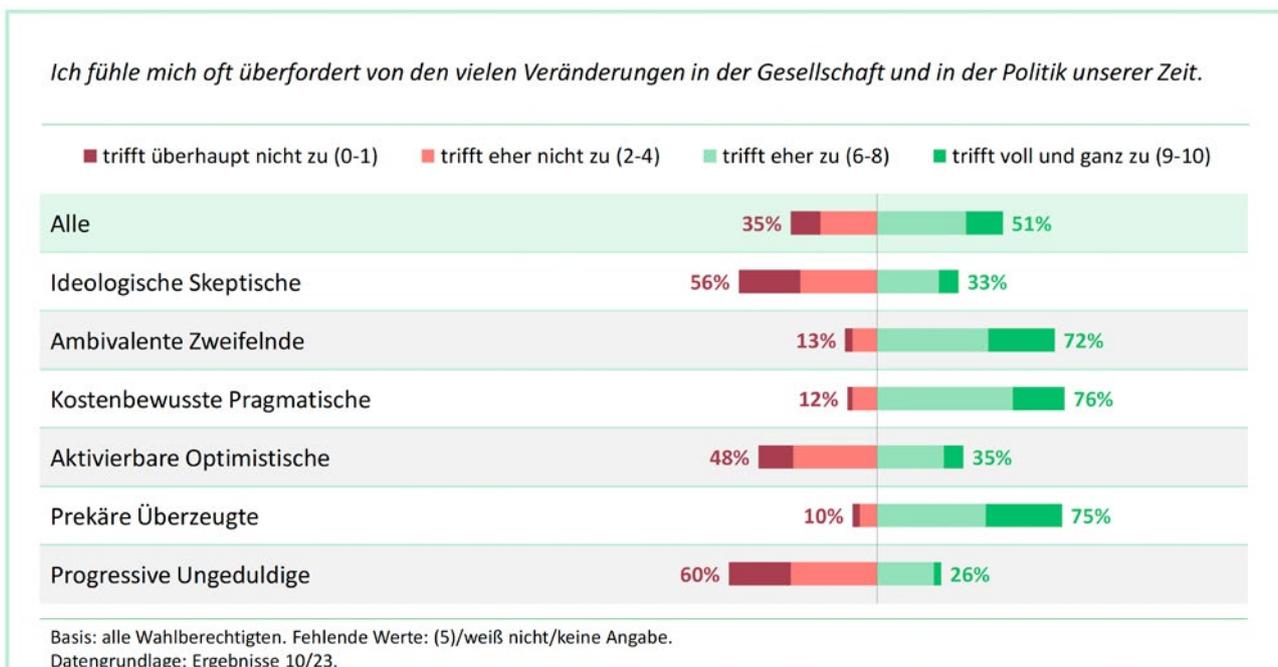


Abbildung 12: Überfordert von gesellschaftlichen Veränderungen – Segmentauswertung.

Die Auswertung der folgenden Zustimmungswerte stützt die Analyse zu den unterschiedlichen Begründungsmustern für das Gefühl, dass Politik Bürger/innen derzeit zu viel zumutet. In allen drei ressourcenschwachen Segmenten – *Ambivalente Zweifelnde*, *Kostenbewusste Pragmatische* sowie *Prekäre Überzeugte* – stimmen drei von vier Bürger/innen auch der Aussage zu, sich von den Veränderungen in Gesellschaft und Politik momentan überfordert zu fühlen. Die *Ideologischen Skeptischen*, die der Aussage zu den Zumutungen mehrheitlich zustimmten, fühlen sich hingegen mehrheitlich nicht überfordert. Nur jede/r Dritte stimmt hier zu, die wenigsten besonders stark. Eine klare Mehrheit gibt an, sich selbst nicht überfordert zu fühlen. Ebenso lehnt mit 48 Prozent fast jede/r Zweite der *Aktivierbaren Optimistischen* die Aussage zur Überforderung als nichtzutreffend ab. Unter *Progressiv Ungeduldigen* geben mit 60 Prozent die im Vergleich meisten Bürger/innen an, sich von den Veränderungen nicht überfordert zu fühlen.

Begleitet wird das Gefühl von Zumutung und Überforderung bei vielen Bürger/innen von finanziellen Sorgen. Seit der ersten Erhebung im September 2019 werden die Bürger/innen gefragt, ob sie finanziell unter Druck stehen: Im Oktober 2022 stimmten mehr Bürger/innen zu (45 Prozent), als nicht zustimmten (41 Prozent). Das war zuletzt 2019 in den ersten beiden Erhebungen der Fall. Diese Entwicklung hat sich in der aktuellen Befragung nun weiter fortgesetzt: Aktuell stimmen dieser Aussage 49 Prozent zu, nur 38 Prozent stimmen ihr nicht zu. Das sind die schlechtesten gemessenen Werte seit Erhebungsbeginn 2019.

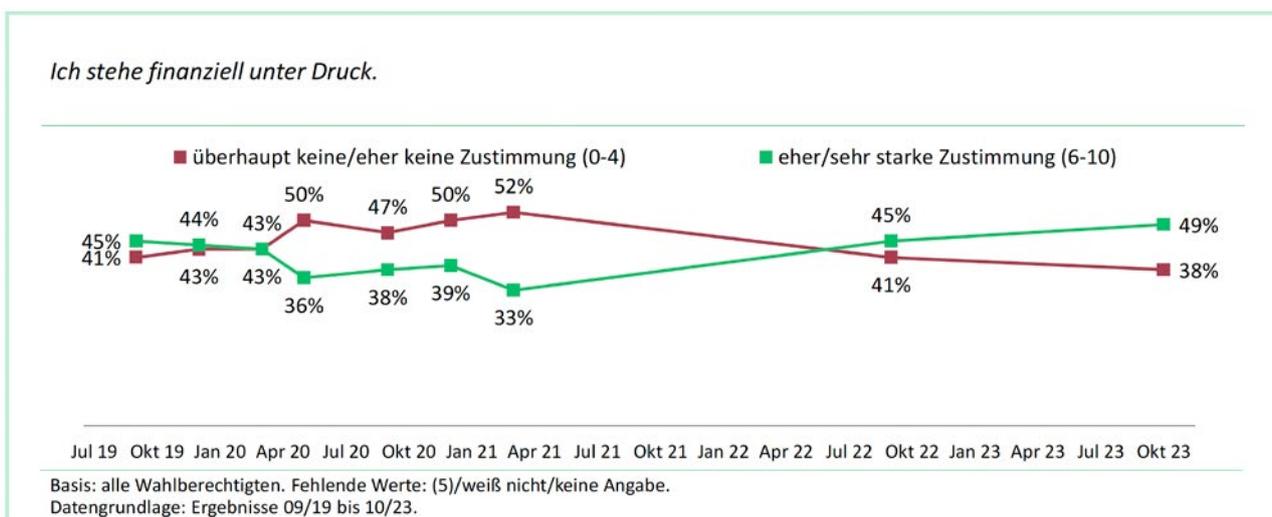


Abbildung 13: Finanzieller Druck – Zeitreihe.

Hinsichtlich des verfügbaren Einkommens ist die Einschätzung erwartungsgemäß ungleich verteilt. Mit 67 Prozent geben insbesondere Bürger/innen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen von unter 2.000 Euro sehr häufig an, finanziell unter Druck zu stehen. Bei einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen von 2.000 bis unter 3.000 Euro sind es ebenfalls 50 Prozent. Auf der anderen Seite geben unter den Bürger/innen mit einem hohen monatlichen Haushaltsnettoeinkommen von mehr als 3.000 Euro 36 Prozent an, finanziell unter Druck zu stehen.

Mit 54 Prozent ist die Zustimmung in Ostdeutschland höher als mit 48 Prozent in Westdeutschland. Insbesondere Frauen unter 40 Jahren (58 Prozent) und Frauen zwischen 40 und 59 Jahren (57 Prozent) stimmen überdurchschnittlich häufig zu, unter Druck zu stehen. Männer unter 40 Jahren (50 Prozent) und Männer zwischen 40 und 59 Jahren (51 Prozent) stimmen der Aussage im Vergleich seltener zu. Die

geringsten Werte zum subjektiven Empfinden, finanziell unter Druck zu stehen, finden sich unter Bürger/innen ab 60 Jahren: 42 Prozent der Frauen ab 60 Jahren und 41 Prozent der Männer ab 60 Jahren.

3.4 Themenagenda

Auch auf der Themenagenda sind während des Forschungszeitraums deutliche Verschiebungen erkennbar. Fragt man offen, also ohne vorgegebene Antwortkategorien nach den größten Herausforderungen für Deutschland in den nächsten 10 bis 20 Jahren, nennen mit 38 Prozent derzeit die meisten Bürger/innen das Thema Migration. Hier sind keine substantiellen Unterschiede zwischen West- und Ostdeutschland zu erkennen. Anders sieht es bei der zweithäufigsten Nennung aus: Hier folgt mit 29 Prozent Klima- und Umweltschutz, wobei in Ostdeutschland nur 24 Prozent der Befragten diesen Themenkomplex als zentrale Herausforderung nennen. In Westdeutschland sind es 30 Prozent. Bundesweit schätzen insgesamt 16 Prozent die weitere wirtschaftliche Entwicklung als größte Herausforderung ein, 12 Prozent die Außen- und Sicherheitspolitik. Soziale Gerechtigkeit nennen 11 Prozent. Inflation und Lebenshaltungskosten wird von 10 Prozent der Bürger/innen angeführt.

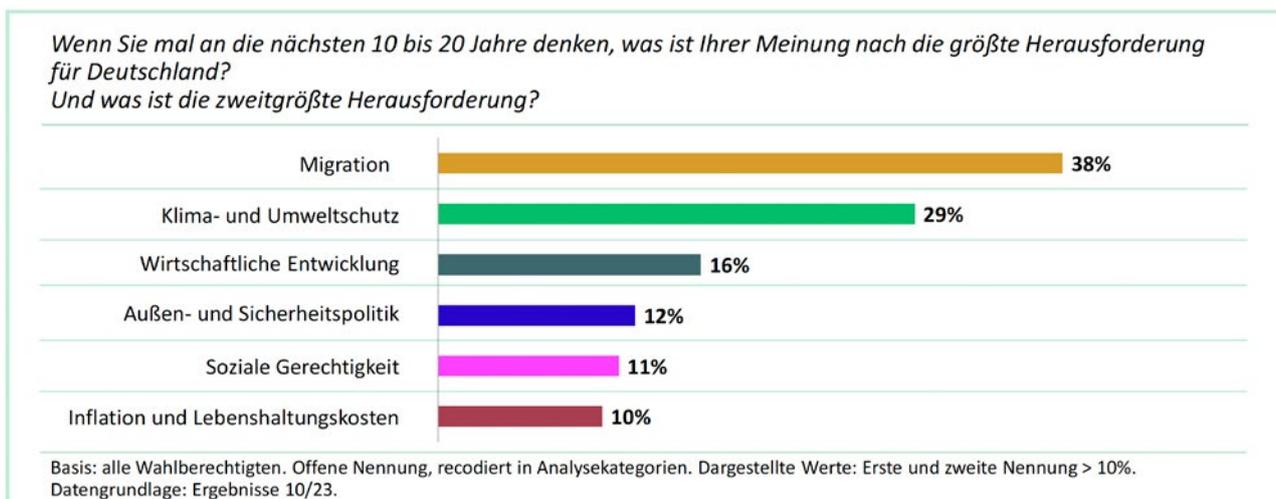


Abbildung 14: Größte zukünftige Herausforderung für Deutschland.

Bemerkenswert ist, dass das Thema Klima- und Umweltschutz seit der ersten Erhebung dieser Frage im September 2019 bis Oktober 2022 durchgängig die von den Bürger/innen am häufigsten genannte Herausforderung blieb – sowohl während der Corona-Krise als auch während der Gleichzeitigkeit mehrerer Krisen der letzten Jahre (Russlands Angriffskrieg, Energiepreise und -engpässe, Inflation). Doch Krisener-schöpfung, gesunkene Veränderungsbereitschaft, politische Unzufriedenheit und die gewonnene Domi-nanz eines anderen Themas führen in der Befragung im Oktober 2023 zu deutlichen Verschiebungen: 29 Prozent der Nennungen ist für Klima- und Umweltschutz der geringste Wert seit Erhebungsbeginn 2019 und zum ersten Mal liegt mit 9 Prozentpunkten Abstand ein Thema deutlich darüber: Migration. In der Erhebung im Oktober 2022 machte Migration gerade einmal 11 Prozent der Nennungen aus, jetzt ist es mit 38 Prozent das bestimmende Thema.

Wirtschaftliche Entwicklung als Herausforderung liegt mit derzeit 16 Prozent der Nennungen in etwa auf dem gleichen Niveau wie vor einem Jahr mit 15 Prozent. Das Thema Außen- und Sicherheitspolitik wurde bereits seit der ersten Erhebungswelle als explizite Herausforderung gemessen, wurde jedoch nur

von vergleichsweise wenigen Befragten genannt. Durch den russischen Angriffskrieg ist diese Herausforderung mit 17 Prozent in die drei häufigsten Nennungen 2022 aufgestiegen. Aktuell beschreiben noch 12 Prozent diesen Bereich als zentrale Herausforderung. Soziale Gerechtigkeit nennen aktuell noch 11 Prozent der Bürger/innen, das sind 5 Prozentpunkte weniger als vor einem Jahr und der niedrigste Wert seit Erhebungsbeginn 2019.

Inflation war 2022 als genannte Herausforderung hinzugekommen, ohne Klima- und Umweltschutz als Thema in der Aufmerksamkeit der Bürger/innen zu verdrängen. Vor einem Jahr machte dieses Thema noch 20 Prozent der Nennungen aus und war damit die zweithäufigste Nennung, aktuell nennen noch 10 Prozent diese Herausforderung. Wie bereits dargelegt, geht mit diesem Rückgang der Nennungen aber kein Rückgang des gefühlten finanziellen Drucks einher.

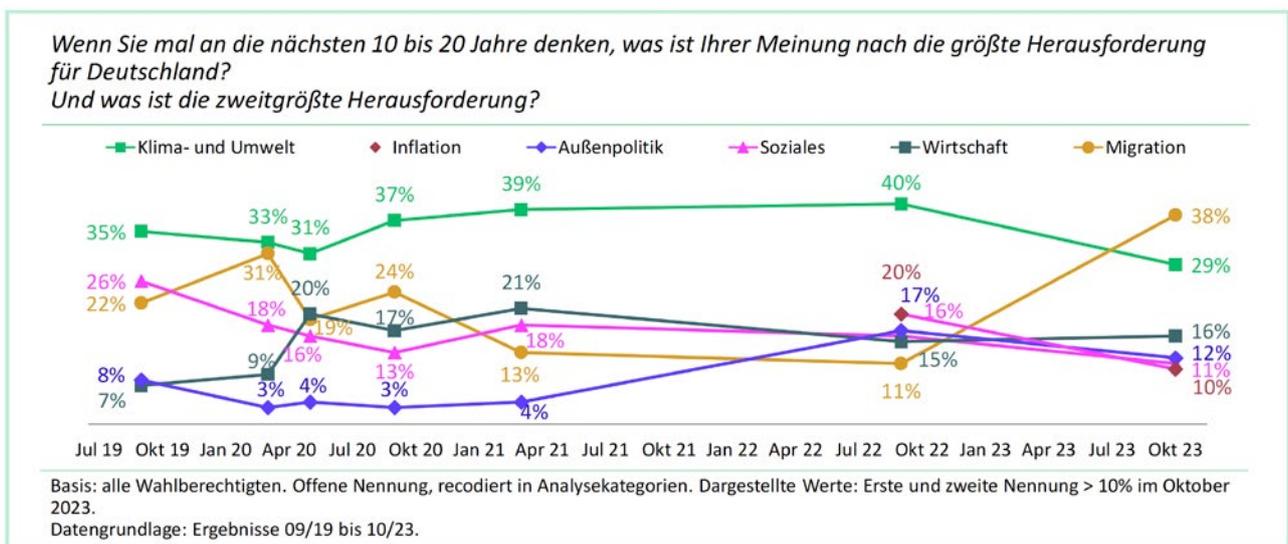


Abbildung 15: Größte zukünftige Herausforderung für Deutschland – Zeitreihe.

4 Zugang und Verhältnis zu Umwelt- und Naturschutz

Eine zielgerichtete und effektive Kommunikation von Umwelt- und Naturschutzpolitik sollte da anknüpfen, wo Bürger/innen der unterschiedlichen Segmente bereits Zugang und Kontakt zur Thematik haben. Sie baut auf dem vorhandenen Problembewusstsein auf und berücksichtigt, wer in der Verantwortung gesehen wird.

4.1 Zugang zu Umwelt- und Natur

Natur und Umwelt sind bei allen Segmenten für sich genommen positiv besetzt. „Natürlich“ wird in den Fokusgruppen und Tiefeninterviews von den meisten Teilnehmenden verstanden als: von alleine, ohne „künstliches Zutun“. Weitere positive Assoziationen in Zusammenhang mit Natur und Umwelt sind vor allem intakte Naturräume, negative sind vermüllte Gegenden. In der Regel wird keine Unterscheidung zwischen Kultur- und Naturlandschaft getroffen: Natur, das ist für die meisten auch der eigene Garten oder der Stadtpark.

Persönliche Bezüge und individuelle, alltägliche Berührungspunkte mit Umwelt und Natur sind durchaus verschieden. Den meisten Teilnehmenden in Fokusgruppen und Tiefeninterviews aber dienen Natur und Umwelt als Ruheort, zur Entspannung und Erholung. Häufig sind Natur und Umwelt mit Hobbys wie Wandern, Radfahren, Reisen, Gartenarbeit und Fotografieren verbunden. Dabei sind einige der benannten Aktivitäten nicht selbst per se auch ökologisch, beispielsweise wenn ein Teilnehmender in diesem Kontext von „Motorradausflügen in der Natur“ berichtet. Andere Teilnehmer/innen haben auch einen ästhetischen Zugang: Umwelt und Natur werden von ihnen als Quelle für Inspiration gesehen. Freiheit ist eine weitere Assoziation. Bei der Frage, welche Bedeutung Umwelt und Natur haben, kommen einige Teilnehmer/innen regelrecht in romantisierendes Schwärmen: Natur sei mit allen Sinnen erlebbar. Mitunter besteht auch eine emotionale Verbundenheit durch positive Kindheitserinnerungen, in denen man in der Natur spielte und diese für sich entdeckte, oder durch den Bezug zur Heimat. Die Nähe zu Natur und Umwelt spielt auch bei dem eigenen Wohnumfeld als wichtiger Faktor für Wohnqualität eine große Rolle und wird bei geringer Distanz positiv erwähnt. Insbesondere Personen auf dem Land mit Natur (Wälder, Berge, Strand/Meer etc.) in nächster Nähe oder eigenem Garten schätzen diese sehr. Nur in Ausnahmefällen verfügen Personen über keinen bewussten Bezug zu Natur und Umwelt. In diesem Fall werden Umwelt und Natur als etwas Selbstverständliches betrachtet oder spielen im Alltag keine Rolle.

Intakte Natur wird zumeist mit Lebensqualität und Gesundheit verbunden: Saubere Luft und Wasser sowie Lebensmittel ohne Schadstoffe sind zentral für das aktuelle und zukünftige Wohlbefinden. Natur und Umwelt erfüllen hier eine bestimmte Funktion und sind daher von Relevanz und schützenswert. In vielen Fällen werden Flora und Fauna aber von Fokusgruppen- und Interviewteilnehmer/innen auch um ihrer selbst willen als schützenswertes Gut betrachtet.

Zugänge zu Natur und Umwelt gibt es folglich viele. Gesundheit, Erholungs- und Freizeitwert sowie Flora und Fauna als schützenswerte Güter sind kommunikative Hebel, die alle ansprechen. Positive Erfahrungen, etwa durch Freizeitangebote in der Natur, steigern die Wahrnehmung von Nutzen und Wert von (intakter) Natur und Umwelt. Durch umweltpolitische Bildungsangebote, etwa Lehrpfade in Mooren oder Wäldern (z. B. zum Borkenkäfer im Harz) kann gleichzeitig Wissen vermittelt und weiteres Interesse geweckt werden. Bei einigen – insbesondere den Segmenten mit geringem oder mittlerem Problembewusstsein – kann ein Zugang gut über Tierschutz bzw. eigene Haustiere funktionieren.

4.2 Generelles Problembewusstsein und Motivation für Umwelt- und Naturschutz

Die Fokusgruppen- und Interview-Teilnehmer/innen der Segmente ***Ideologische Skeptische und Ambivalente Zweifelnde*** bewerten den gegenwärtigen Zustand der Natur häufiger positiv. Denn es gehe in ihrer Wahrnehmung seit Jahren tendenziell eher bergauf: Zum einen habe sich während der Corona-Pandemie gezeigt, wie schnell die Natur sich von menschlicher Überbeanspruchung erholen könne. Zum anderen könne man heute, anders als in vergangenen Jahrzehnten, in vielen Flüssen und Gewässern wieder schwimmen. Intensive Landwirtschaft sei zwar schlecht für Umwelt und Natur, aber am Rand von landwirtschaftlichen Nutzflächen seien dank Grünstreifen Korn- und Mohnblumen dennoch wieder zurückgekommen. Nichtsdestotrotz sehen einige Teilnehmer/innen auch Punkte, an denen Natur und Umwelt nicht „gesund“ seien. Diesbezüglich wird das Problem von den beiden Segmenten aber häufig auf eine Müllproblematik reduziert, wobei Vermüllung in erster Linie als ästhetisches Problem definiert wird: Es störe das schöne Landschaftsbild.

Typisch für die beiden Segmente ist: Verantwortlich sind zumeist „die Anderen“, nicht aber das eigene Mobilitätsverhalten oder der persönliche Konsum. Verbunden wird dies häufig mit Kritik an einer zunehmenden Respektlosigkeit oder Verwahrlosung der Gesellschaft. Einzelne thematisieren über Vermüllung hinaus von sich aus auch Trockenheit und Dürre als Probleme für Umwelt und Natur, aber in der Tonalität und Stimmung zeigen sie sich dabei eher lethargisch als engagiert-besorgt.

Alles in allem sehen *Ideologische Skeptische* und *Ambivalente Zweifelnde* im Bereich Umwelt- und Naturschutz keinen großen Problemdruck, sie warnen stattdessen vor Alarmismus. Es könnte zwar noch Verbesserung geben, aber man müsse eher behutsam als übermäßig engagiert vorgehen. Aktuell belaste es vor allem „fleißige“ Bürger/innen. Die großen Probleme und Herausforderungen, die beide Segmente nicht im Bereich Umwelt- und Naturschutz sehen, würden nicht angegangen. Dieser Einwand dient in erster Linie dazu, eigene zu erbringende Anpassungsleistungen abzuwehren. Denn die Akzeptanz beider Segmente für Veränderungen insgesamt fällt letztlich gering aus. Diese anderen großen Probleme und Herausforderungen werden daher mitunter nicht einmal inhaltlich definiert. Aktuell liegt bei beiden Segmenten ein starker Fokus auf Migration, doch darüber hinaus sind die Segmente in der Problemdefinition nicht zwangsläufig deckungsgleich.

Ein anderes Bild zeigt sich in den Diskussionen mit den ***Kostenbewussten Pragmatischen*** und ***Prekären Überzeugten***. Ihre erste Assoziation bei Diskussion der Frage, wie es um Umwelt und Natur in Deutschland steht, sind vor allem mit Klimawandel assoziierte Aspekte. Die Teilnehmer/innen dieser Segmente haben erkannt, dass es zunehmend zu Extremwetterereignissen kommt, beispielsweise Starkregen und Überschwemmungen. Umweltverschmutzungen haben sie durchaus im Blick, sie klagen über einen achtlosen Umgang der Menschheit mit der eigenen Umwelt. Im Zusammenhang mit Achtlosigkeit sprechen sie, anders als die *Ideologischen Skeptischen* und *Ambivalenten Zweifelnden*, nicht nur über Müll und die einzelnen problematisierten Verursacher/innen, sondern vereinzelt auch über exzessiven Freizeitdruck auf Umwelt und Natur, beispielsweise durch immer neue und stark frequentierte Skigebiete in den Bergen.

Für die *Kostenbewussten Pragmatischen* und *Prekären Überzeugten* ist klar, dass Umwelt und Natur in Deutschland bedroht seien. Für im ländlichen Raum lebende Teilnehmer/innen ist das immer wieder sichtbar am Zustand landwirtschaftlicher Nutzflächen: Der Ertrag von Maisfeldern sei niedriger ausgefallen, Haferanbau mache keinen guten Eindruck und auch die Ernte von Obstbäumen leide. Das mit Abstand sichtbarste Zeichen für eine schlechte Verfassung der Natur ist für sie das Waldsterben. Viele

Teilnehmer/innen kennen Bilder aus dem Harz oder anderen Waldgebieten in Deutschland, in denen weite Teile von monokulturellen Fichtenbäumen tot sind oder aussehen. Kahlschlag und zunehmende Sturmschäden sind darüber hinaus sichtbar. Auch hier wird von den Teilnehmer/innen wieder auf den Klimawandel und seine Folgen zurückgeschlossen und die Verbindung zu Umwelt- und Naturschäden hergestellt. Wasserknappheit und Waldsterben werden medial und mitunter im eigenen Alltag wahrgenommen – eine Entwicklung, die mit Sorgen und Ängsten verbunden ist, vor allem auch um die nächsten Generationen.

Alles in allem ist in den Fokusgruppen mit *Kostenbewussten Pragmatischen* und *Prekären Überzeugten* Konsens, dass es mit der Umwelt und Natur aktuell bergab geht. Dieser negativen Einschätzung zum Trotz ist beiden Segmenten der Tenor gemeinsam, dass es immer noch möglich sei, diese Entwicklungen zu stoppen und umzukehren. Zwar werde medial häufig vermittelt, dass es bei Umwelt- und Naturschutz nur noch darum gehe, das Schlimmste zu verhindern, aber zum einen belastet diese Erwartungshaltung beide Segmente stark, zum anderen zweifeln sie dies auch an – entweder, weil sie tatsächlich optimistischer sind oder aber auch als Coping-Strategie für die mentale Belastung dieser Aussicht. Argumentiert wird hier, dass es schon immer Umweltkatastrophen gegeben habe oder aber im Harz neben dem Waldsterben auch neue Natur entstehe. Dennoch ahnt man, dass Klima, Umwelt und Natur nahezu als Ganzes „aus dem Gleichgewicht“ geraten seien, auch wenn es schwerfällt, Zusammenhänge im Detail nachzuzeichnen

Aktivierbare Optimistische und **Progressive Ungeduldige** teilen in ihrer Einschätzung zum Problemdruck im Bereich Umwelt- und Naturschutz die Eindrücke der *Kostenbewussten Pragmatischen* und *Prekären Überzeugten* weitgehend. Sie nehmen drastische negative Veränderungen wahr, wobei ihre Beispiele sich ebenfalls vor allem auf mit dem Klimawandel verbundene Folgen wie Extremwetterereignisse beziehen. Das durch die Moderation eingebrachte Gegenargument, welches in den Gruppen mit den *Ideologischen Skeptischen* und *Ambivalenten Zweifelnden* ins Feld geführt wurde, dass Verbesserungen bei der Wasserqualität in Flüssen das Gegenteil beweisen würden, überzeugt sie nicht. Trotz einzelner Verbesserungen habe sich der Zustand der Umwelt und Natur alles in allem über die letzten Jahre immer weiter verschlechtert. Einzelne Projekte würden zwar angegangen, aber zugleich passiere in anderen Bereichen zu wenig oder es werde sich zu langsam gekümmert. Beispielsweise sind ältere Teilnehmer/innen irritiert, wie man von Verbesserungen sprechen könne, wenn Waldsterben schon wieder Thema sei, wie bereits vor Jahrzehnten im Zuge der Problematik saurer Regen.

Der Tenor beider Segmente ist, dass im Bereich Umwelt- und Naturschutz viel mehr passieren könnte – und müsste. Sie problematisieren, dass es bei vielen Menschen an Bereitschaft fehle, Veränderungen anzunehmen, mitzutragen und nicht nur als Einschränkung zu empfinden. Die *Aktivierbaren Optimistischen* pochen dabei auf ein positives Narrativ: Umwelt und Naturschutz als Verbesserung. Noch sei nichts verloren und eine gute Zukunft mit intakter Umwelt und Natur realistisch möglich. Die *Progressiven Ungeduldigen* wollen diese Wahrnehmung eigentlich gerne teilen und wünschen sich mehr Optimismus. Zugleich haben sie den Eindruck, dass es in einigen Bereichen des Umwelt- und Naturschutzes doch eher um Schadensbegrenzung gehe, nicht mehr um Verbesserungen. Retten, was noch zu retten ist, ist in diesem Fall ihr Credo.

4.3 Verantwortungszuschreibungen für Umwelt- und Naturschutz

Bei der Frage nach Umwelt- und Naturschutz wird in Fokusgruppen und Tiefeninterviews von den Be-

fragten zumeist direkt aufgezählt, was man selbst leiste und bereits im Alltag umsetze. Hier zeigt sich eine hohe soziale Erwünschtheit: Alle geben an, sich umweltfreundlich zu verhalten und wünschen sich, dass die anderen ebenso ihren Teil beitragen. Häufig werden aber lediglich „Selbstverständlichkeiten“ genannt, wie etwa Mülltrennung. Deutlich wird aber: Nachhaltigkeit verfügt über ein positives Image und spielt bei allen (zumindest marginal) eine Rolle.

Die Frage, ob man selbst zukünftig mehr oder weniger für den Umweltschutz machen muss, zeigt in der quantitativen Befragung über die Segmente ein differenzierteres Bild: 44 Prozent kommen zu dem Schluss, dass sie in ihrem Alltag zukünftig genauso viel wie bisher auf Umweltschutz achten müssen. Mit 43 Prozent sagen ähnlich viele aber auch, dass sie eigentlich mehr als bisher darauf achten müssen. Dass sie selbst weniger als bisher machen müssten, sagt mit 12 Prozent nur eine Minderheit.

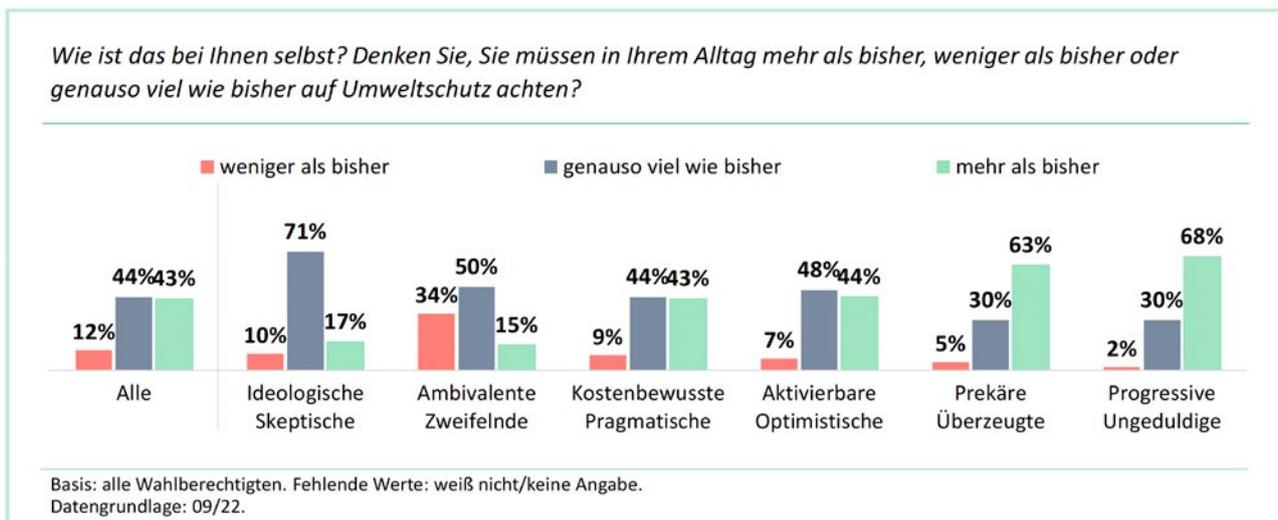


Abbildung 16: Eigene Veränderungsbereitschaft für Umweltschutz – Segmentauswertung.

Der Blick auf die Segmente zeigt das zu erwartende Muster entlang des Problembewusstseins. Vor allem die *Prekären Überzeugten* und *Progressiven Ungeduldigen* geben an, dass auch sie selbst eigentlich in ihrem Alltag mehr auf Umweltschutz achten müssen. *Kostenbewusste Pragmatische* und *Aktivierbare Optimistische* geben genauso häufig an, dass sie mehr als bislang tun müssen oder genauso viel wie bisher. *Ideologische Skeptische* und *Ambivalente Zweifelnde* erwarten von sich mehrheitlich genauso viel Umweltschutz wie bislang, jede/r dritte *Ambivalente Zweifelnde* sogar weniger als bisher.

Auch in den Diskussionen der verschiedenen Fokusgruppen sowie in den Tiefeninterviews wird die Frage, wer primär Verantwortung trägt, je nach Segment unterschiedlich beantwortet. *Ideologische Skeptische* setzen vor allem auf Eigenverantwortung ohne staatliche Vorgaben, ohne gesetzliche Regeln und Verbote. Dabei meint Eigenverantwortung aber eher, dass zunächst andere tätig werden sollen und man für sich selbst keinen Veränderungsbedarf sieht. Der reine Fokus auf Eigenverantwortung begründet sich nicht zuletzt in der Ablehnung, den eigenen Lebensstil oder das eigene Verhalten anzupassen. Denn einerseits kritisieren sie zwar Konsumverhalten und Überfluss als Problem für Umwelt und Natur, aber zielen damit häufig nur auf andere ab. Der eigene Zweitwagen ist im Zweifel ein hart erarbeiteter Luxus, der einem zusteht – dafür zahle man schließlich auch Steuern. Die Forderung nach Eigenverantwortung stützt sich aber auch auf das ausgeprägte Misstrauen gegenüber Politik und die Ablehnung kollektiver Verantwortung. Wenn politische Steuerung überhaupt gewünscht oder zumindest akzeptiert wird, dann

über positive Anreize. Alleine das Wort „Verbot“ triggert *Ideologische Skeptische* so sehr, dass sie sich mitunter in absurden Argumentationslinien verstricken, um die generelle Schädlichkeit von Verboten zu beweisen. Im Extremfall wird von *Ideologischen Skeptischen* sogar diskutiert, ob die Anschnallpflicht, als Beispiel für ein sinnvolles Verbot, nicht letztlich zu mehr Verkehrstoten geführt habe, als wenn es jeder Person freistehen würde, eigenverantwortlich zu entscheiden. Ihre Haltung gegenüber Verboten ist ideologisch und mitunter auch faktenresistent begründet. Die *Ideologischen Skeptischen* sind, im Gegensatz zu den anderen Segmenten, im Kontext von Maßnahmendebatten durchaus bereit, das Ausmaß von Problemen zu negieren bis hin zu bspw. der Leugnung von Wasserknappheit oder der Bezweiflung des Waldsterbens.

Die drei Segmente mit geringerer Ressourcenausstattung – *Ambivalente Zweifelnde*, *Kostenbewusste Pragmatische* sowie *Prekäre Überzeugte* – machen Wirtschaft und Industrie als Hauptverursacher/innen aus, die daher auch primär Veränderungen umsetzen müssten. Dennoch ziehen diese Segmente selten den Schluss, dass Wirtschaft und Industrie dadurch entstehende Kosten weitergeben und sie selbst dann indirekt auch belastet werden könnten. Falls der Schluss gezogen wird, fordern die *Kostenbewussten Pragmatischen* und *Prekären Überzeugten* politische Lösungen, damit entstehende oder weitergegebene Kosten gerecht verteilt werden. Sie nehmen Politik in der Pflicht, Rahmenbedingungen zu schaffen, sodass alle ihren Teil beitragen können. Alle müssten befähigt werden, etwa durch finanzielle Unterstützung von Menschen mit geringem Einkommen. Eine Motivation in der Forderung nach Eigenverantwortung liegt in dem Wunsch, Anerkennung für die eigenen Bemühungen im Bereich Umwelt und Natur zu bekommen. Beide Segmente sind eher ressourcenschwach und wünschen sich, dass ihre Leistung bzw. ihr Beitrag im Rahmen ihrer Möglichkeiten wahrgenommen wird. *Ambivalente Zweifelnde* haben jedoch ein derart geringes Vertrauen in Politik, dass die Problematik der weitergegebenen Kosten bei ihnen nicht in eine politische Forderung münzt, sondern eher ihr Dilemma offenbart: Sie selbst können nicht handeln, weil sie wenig Ressourcen haben, und wollen dies auch nicht, weil sie nicht Verursacher/in sind. Zugleich glauben sie aber auch nicht, dass Politik in der Lage sei, Industrie und Wirtschaft zum Handeln zu bringen, diese aber auch nicht von alleine handeln würden. Angesichts dieses kaum aufzulösenden Dilemmas richten sie sich in ihrer Ohnmacht ein. Während *Ambivalente Zweifelnde* gar nicht eigenverantwortlich handeln wollen, haben *Kostenbewusste Pragmatische* und *Prekäre Überzeugte* durchaus Motivation zu (mehr) eigenverantwortlichem Handeln – sie müssen dazu aber stärker in die Lage versetzt werden.

Die *Aktivierbaren Optimistischen* und *Progressiven Ungeduldigen* fordern sowohl Eigenverantwortung, aber auch politische Vorgaben und verbindliche Regeln für Bürger/innen genauso wie für Wirtschaft und Industrie, weil es ohne diese ihrer Ansicht nach nicht funktioniere. Eigenverantwortung sei notwendig, weil es für sie eine Gemeinschaftsaufgabe ist, die daher auch gesamtgesellschaftliche Anstrengungen brauche. Die Begründung dafür ist eher eine moralische als zielorientierte: Alle Menschen seien verantwortlich, respektvoll, sorgfältig und nachhaltig mit Umwelt und Natur umzugehen. Dass die Begründung vor allem eine moralische ist, zeigt sich insofern, dass die Teilnehmer/innen dieser Segmente betonen oder zumindest schnell zustimmen, dass die Probleme im Bereich Umwelt- und Naturschutz eigentlich viel größer sind und damit letztlich nicht im Spielraum einzelner Bürger/innen liegen. Gerade die *Aktivierbaren Optimistischen*, die auch selbst die Forderung stellen, es sei die Pflicht jedes Menschen, sind mitunter genervt von einem empfundenen moralischen Zeigefinger und Schuldzuweisungen – wobei sie sich hier viel auf Klimaschutz beziehen und diesen Eindruck auf Umwelt- und Naturschutz übertragen. Darüber hinaus merken vor allem die *Progressiven Ungeduldigen* an, dass zwar alle Bürger/innen eine

Pflicht hätten, aber nicht alle auch den gleichen Beitrag leisten müssten. Begründet wird dies nicht mit dem Verursacherprinzip, sondern mit der Frage nach Leistungsfähigkeit. Menschen wie sie wären in der Lage, sich ein E-Auto zu kaufen, sich eine Wärmepumpe oder eine Photovoltaikanlage anzuschaffen und ähnliches, aber viele andere Bürger/innen würde dies finanziell überfordern. Sie verbinden ihre Forderung daher mit Fragen sozialer Gerechtigkeit und Umverteilung. Im Unterschied zu den *Ideologischen Skeptischen* und *Ambivalenten Zweifelnden*, aber übereinstimmend mit den *Kostenbewussten Pragmatischen* und *Prekären Überzeugten*, fordern diese beiden Segmente, dass Politik verbindliche Vorgaben für Wirtschaft und Bürger/innen machen sollte, wobei Verbote genauso wie Anreize und Subventionen ins Repertoire gehören. Sie zeigen wenig Verständnis, warum Maßnahmen wie ein Tempolimit auf Autobahnen nicht einfach umgesetzt und wie diese als Freiheitseinschränkung geframt werden können. Sie kritisieren, dass Politik zu wenig in der Praxis für Umwelt- und Naturschutz umsetze. Teilnehmende *Progressive Ungeduldige* bemängeln mit Nachdruck, dass die Bundesregierung in ihrer Wahrnehmung bereits das Pariser Abkommen „über Bord geworfen“ habe.

Auch quantitativ wurde erhoben, wer aus Sicht der Bürger/innen zukünftig mehr, weniger oder genauso viel wie jetzt für den Umweltschutz machen muss. Am stärksten in der Verantwortung sehen die Bürger/innen hier insgesamt Wirtschaft und Industrie. Mit 73 Prozent sagen fast drei Viertel der Bürger/innen, dass diese mehr für Umweltschutz machen müssten. Nur 17 Prozent finden, dass Wirtschaft und Industrie weiter machen könnten wie bisher, gerade einmal 7 Prozent sagen, dass sie weniger tun müssten. Ähnlich groß ist die Verantwortung, die der Politik zugeschrieben wird. 69 Prozent sehen hier Bedarf für mehr Umweltschutz, lediglich 17 Prozent finden das Niveau ausreichend.

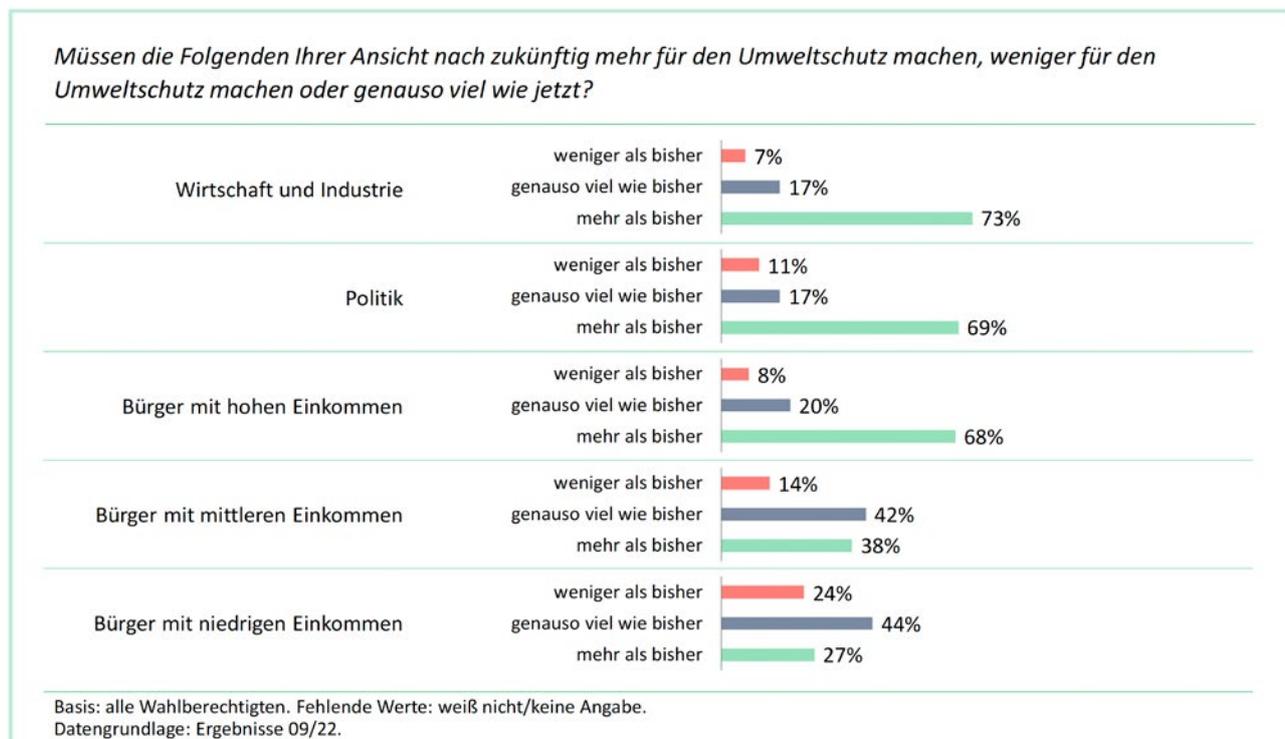


Abbildung 17: Veränderungsbedarf für Umweltschutz.

Inwiefern Bürger/innen mehr für Umweltschutz unternehmen müssen, wird von den Bürger/innen selbst auch am jeweiligen Einkommen festgemacht. Mit 68 Prozent stimmt eine deutliche Mehrheit zu,

dass Bürger mit hohem Einkommen mehr für Umweltschutz machen müssten. Von Bürgern mit mittlerem Einkommen hingegen fordern nur noch 38 Prozent ein stärkeres Handeln. Die relative Mehrheit von 42 Prozent ist der Ansicht, dass Bürger/innen dieser Einkommensgruppe zukünftig genauso viel für Umweltschutz leisten sollten wie bislang. Ähnlich ist es bei Bürger/innen mit niedrigem Einkommen – von diesen fordern 44 Prozent das gleiche Engagement wie bislang. Nur 27 Prozent fordern, dass diese Bürger/innen mehr machen müssten. Sie sind die einzige Gruppe, der mit 24 Prozent sogar fast genauso viele zugehen, dass sie zukünftig weniger für Umweltschutz leisten müssten als bislang.

Dabei zeigen sich Unterschiede zwischen den Segmenten, vor allem entlang der Problembewusstseinsdimension. *Ideologische Skeptische* und *Ambivalente Zweifelnde* fordern beide von Wirtschaft und Industrie mehr Verantwortungsübernahme beim Umweltschutz. Hinsichtlich der Verantwortung von Politik zeigen sich beide Segmente gespalten. Jeweils mehr als ein Drittel beider Segmente fordert hier mehr Umweltschutz von der Politik. Wobei die Fokusgruppen zeigen, dass damit vor allem gemeint ist, dass Politiker/innen ihr Verhalten ändern und weniger, dass sie eine ambitioniertere Umweltpolitik beschließen sollten. Letzteres erklärt, warum zugleich etwa ein Drittel beider Segmente weniger Umweltschutz von der Politik fordert. Beide Segmente lehnen weitgehend ab, dass Politik Bürger/innen hinsichtlich Umweltschutz Vorschriften mache oder ordnungspolitisch eingreife. Während *Ambivalente Zweifelnde* von Bürger/innen mit hohem Einkommen mit relativer Mehrheit mehr Umweltschutz erwarten, tun *Ideologische Skeptische* dies nicht – auch weil sie selbst häufig zu dieser Gruppe gehören und eigene Verhaltensänderungen ablehnen. Beiden Segmenten gemeinsam ist wiederum, dass sie von Bürger/innen mit mittlerem Einkommen genauso viel wie bislang erwarten und von Bürger/innen mit niedrigem Einkommen häufig sogar weniger. Vor allem die *Ambivalenten Zweifelnden* fallen hier auf. Mit 47 Prozent gibt fast jede/r Zweite an, dass Bürger/innen mit niedrigem Einkommen weniger für Umweltschutz tun müssen. Ursächlich dafür ist auch die eigene subjektive und objektive sozioökonomische Verortung in dieser Gruppe und der Eindruck, selbst bereits finanziell und kognitiv an der Kapazitätsgrenze zu sein.

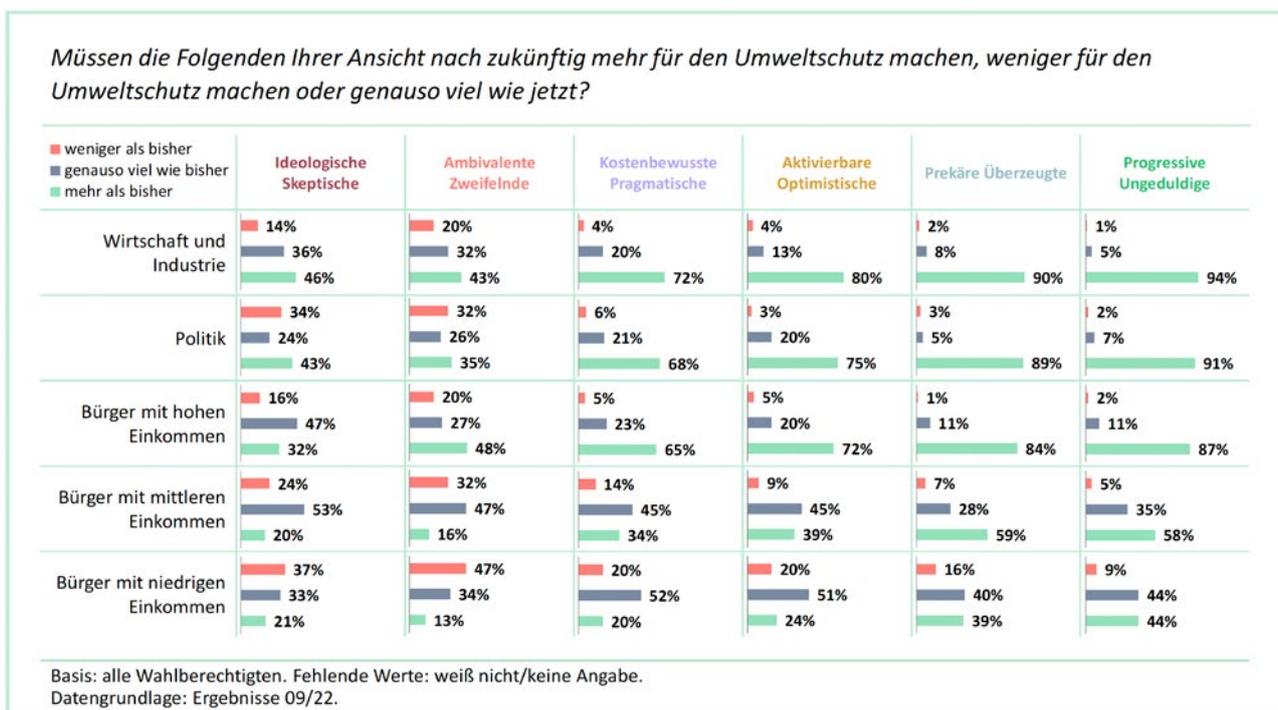


Abbildung 18: Veränderungsbedarf für Umweltschutz – Segmentauswertung.

Kostenbewusste Pragmatische und *Aktivierbare Optimistische* erwarten mehrheitlich in erster Linie von Wirtschaft und Unternehmen, Politik sowie Bürger/innen mit hohem Einkommen mehr Umweltschutz. Von Bürger/innen mit mittleren und niedrigen Einkommen erwarten sie zumeist genauso viel Engagement beim Umweltschutz wie bislang, tendenziell eher noch mehr.

Prekäre Überzeugte und *Progressive Ungeduldige* erwarten von allen abgefragten Gruppen mehr Handeln beim Umweltschutz – konsistent zu ihrem ausgeprägten Problembewusstsein. Nur hinsichtlich Bürger/innen mit niedrigem Einkommen erwarten sie genauso häufig Handeln auf dem gleichen Niveau wie bislang und stärkeres Handeln als bislang.

5 Wahrnehmung und Bewertung von Umwelt- und Naturschutzpolitik

Häufig findet in der Wahrnehmung der Fokusgruppen- und Interviewteilnehmer/innen keine Verbindung zwischen Umwelt- und Naturschutz und konkreter Politik statt. Es gibt in Fokusgruppen und Tiefeninterviews nur wenige politische Maßnahmen, welche den Bürger/innen ungestützt einfallen. Genannt werden vor allem Mülltrennung und Plastikvermeidung. Die Wirksamkeit von Politik (und eigenem Handeln) wird durch den Vergleich mit Ländern wie China und Polen, in denen Umwelt- und Naturschutz eine geringere Rolle spielen würde, häufig relativiert. In der gestützten Diskussion erweitern einige Fokusgruppenteilnehmenden den Kreis der politischen Verantwortungsträger/innen von der Bundesebene auf Länder und Kommunen. Dies ist insofern auffällig, als das bei anderen Politikbereichen fast immer an die Bundesebene appelliert wird, selbst wenn es gar nicht in die Zuständigkeit des Bundes fällt. Bei Umwelt- und Naturschutz scheint das anders zu sein, auch weil Umwelt und Natur lokal sichtbar, spürbar und erlebbar sind. Da scheint es den Teilnehmenden nur logisch, dass auch Länder und Kommunen tätig werden könnten und sollten. Vereinzelt sind auch Beispiele kommunaler Umwelt- und Naturschutzmaßnahmen bekannt, als Treiberinnen werden diese aber momentan nicht wahrgenommen.

5.1 Umwelt- und Naturschutzpolitik der Bundesregierung

Im vorhergehenden Forschungsprojekt lag ein stärkerer Fokus auf Klima- statt auf Umwelt- und Naturschutz. Daher wird seit 2019 in den quantitativen Befragungen getrackt, ob die Bürger/innen die Anstrengungen der Bundesregierung beim Klimaschutz als zu groß, zu gering oder aber genau richtig einschätzen. Daraus lassen sich aber auch Aussagen zur Umwelt- und Naturschutzpolitik ableiten, wie im Folgenden gezeigt wird.

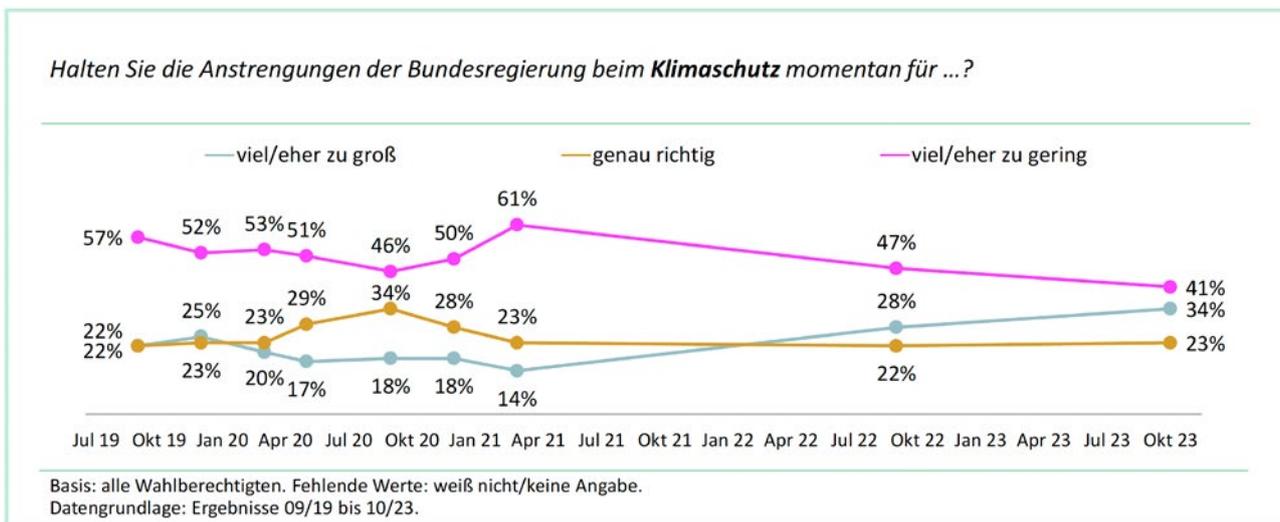


Abbildung 19: Anstrengungen der Bundesregierung beim Klimaschutz - Zeitreihe.

2021 war die Einschätzung, dass die Anstrengungen der Bundesregierung beim Klimaschutz zu gering seien, mit 61 Prozent auf einem bisherigen Höhepunkt. 23 Prozent empfanden die Bemühungen zu diesem Zeitpunkt als genau richtig, lediglich 14 Prozent als zu groß. Die Veränderungen zur darauffolgenden Erhebung im Oktober 2023 haben sich als Trend weiter fortgesetzt: Der Anteil derjenigen, die Anstrengungen der Bundesregierung als zu gering einschätzen, hat sich von 47 Prozent im September 2022 weiter reduziert auf nur noch 41 Prozent im Oktober 2023. Mit 28 Prozent hatte sich der Anteil derjenigen,

die die Anstrengungen als zu groß bewerten, im Vergleich zum vorherigen Messzeitpunkt im September 2022 bereits verdoppelt. Der Anteil ist im Oktober 2023 auf 34 Prozent weiter angestiegen. Im selben Zeitraum von 2021 bis 2023 schätzen konstant zwischen 22 und 23 Prozent der Bürger/innen die Anstrengungen der Bundesregierung als genau richtig ein.

Unter den westdeutschen Befragten finden nach wie vor mehr Bürger/innen die Anstrengungen zu gering (43 Prozent) als zu groß (32 Prozent). In Ostdeutschland zeigt sich ein gegenteiliges Bild: Nur 31 Prozent dieser Befragten schätzen die Anstrengungen beim Klimaschutz als zu gering ein. Mit 41 Prozent kommen mehr Bürger/innen in Ostdeutschland zu dem Schluss, die Anstrengungen seien zu groß.

Die dargestellten Veränderungen decken sich inhaltlich mit dem Gesamtbild, dass viele Bürger/innen sich gegenwärtig überfordert fühlen und das Gefühl haben, ihnen werde zu viel zugemutet. Auch hier zeigten sich stärkere Zustimmungswerte in Ostdeutschland. Dieser Eindruck spiegelt sich auch in der Einschätzung zu Anstrengungen der Bundesregierung beim Klimaschutz wider.

Aus den qualitativen Forschungsmodulen mit Fokusgruppen und Tiefeninterviews ist bekannt, dass viele Bürger/innen gedanklich und argumentativ nicht zwischen Klimaschutz einerseits sowie Umwelt- und Naturschutz andererseits trennen – außer man fragt gezielt nach. Dementsprechend korrelieren auch Einstellungen und Bewertungen diesbezüglich. Dieser Befund findet Bestätigung, wenn man neben die Einschätzung zu den Anstrengungen der Bundesregierung beim Klimaschutz die Einschätzung zu den Anstrengungen im Bereich Umwelt- und Naturschutz legt. Bis auf wenige Prozentpunkte decken sich die Ergebnisse. Die relative Mehrheit von 42 Prozent hält die Anstrengungen beim Umwelt- und Naturschutz für zu gering, 31 Prozent für zu groß und 25 Prozent zeigen sich zufrieden.

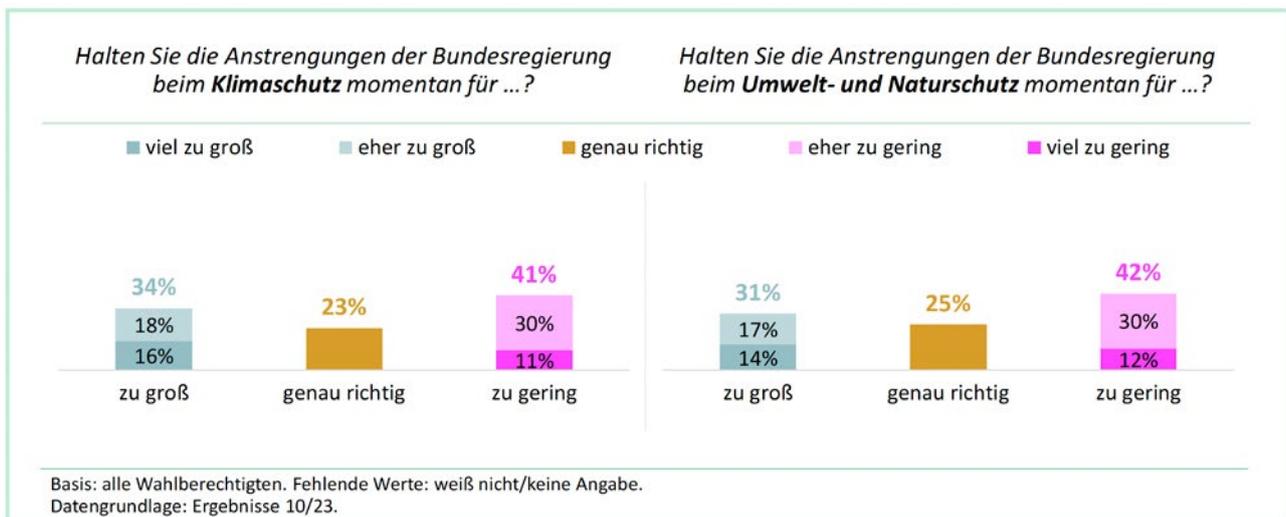


Abbildung 20: Anstrengungen der Bundesregierung beim Klimaschutz und beim Umwelt- und Naturschutz.

Derzeit liegt für die Bewertung der Anstrengungen der Bundesregierung beim Umwelt- und Naturschutz nur ein Messzeitpunkt vor, sodass hier keine zeitlichen Entwicklungen und Veränderungen erkennbar sind. Aber die fehlende gedankliche und argumentative Trennung zwischen Klimaschutz auf der einen Seite und Umwelt- sowie Naturschutz auf der anderen Seite bedeutet, dass sich weiter sinkende Akzeptanz für eine ambitionierte Klimapolitik letztlich auch negativ auf die Akzeptanz gegenüber umwelt- und naturschutzpolitischen Maßnahmen auswirken kann.

Ideologische Skeptische stehen Anstrengungen in beiden Bereichen gleichermaßen kritisch gegenüber. Jeweils zwei Drittel halten diese für zu groß. Bei *Ambivalenten Zweifelnden* hingegen halten 69 Prozent die Anstrengungen hinsichtlich Klimaschutz für zu groß, aber nur 59 Prozent im Bereich Umwelt- und Naturschutz. Dafür halten hier 28 Prozent das Bemühen der Bundesregierung für genau richtig, während es bei Klimaschutz nur 18 Prozent sind. Bei *Kostenbewussten Pragmatischen* halten 38 Prozent die Anstrengungen im Klimaschutz für ausreichend, aber nur 20 Prozent bei Umwelt- und Naturschutz. Hier schätzen 38 Prozent der *Kostenbewussten Pragmatischen* die Anstrengungen als zu gering ein, bei Klimaschutz sind es nur 27 Prozent. *Aktivierbare Optimistische* zeigen sich bei Umwelt- und Naturschutz zufriedener als bei Klimaschutz: 40 Prozent halten die Anstrengungen bei ersterem genau richtig, aber nur 29 Prozent bei letzterem. Mit 30 Prozent geben sie bei Klimaschutz häufiger an, die Anstrengungen für zu groß zu halten, als bei Umwelt- und Naturschutz mit 23 Prozent. *Prekäre Überzeugte* und *Progressive Ungeduldige* zeigen im Antwortverhalten zwischen beiden Bereichen keine bemerkenswerten Unterschiede. Dies deckt sich ebenfalls mit Befunden aus Fokusgruppen und Tiefeninterviews.

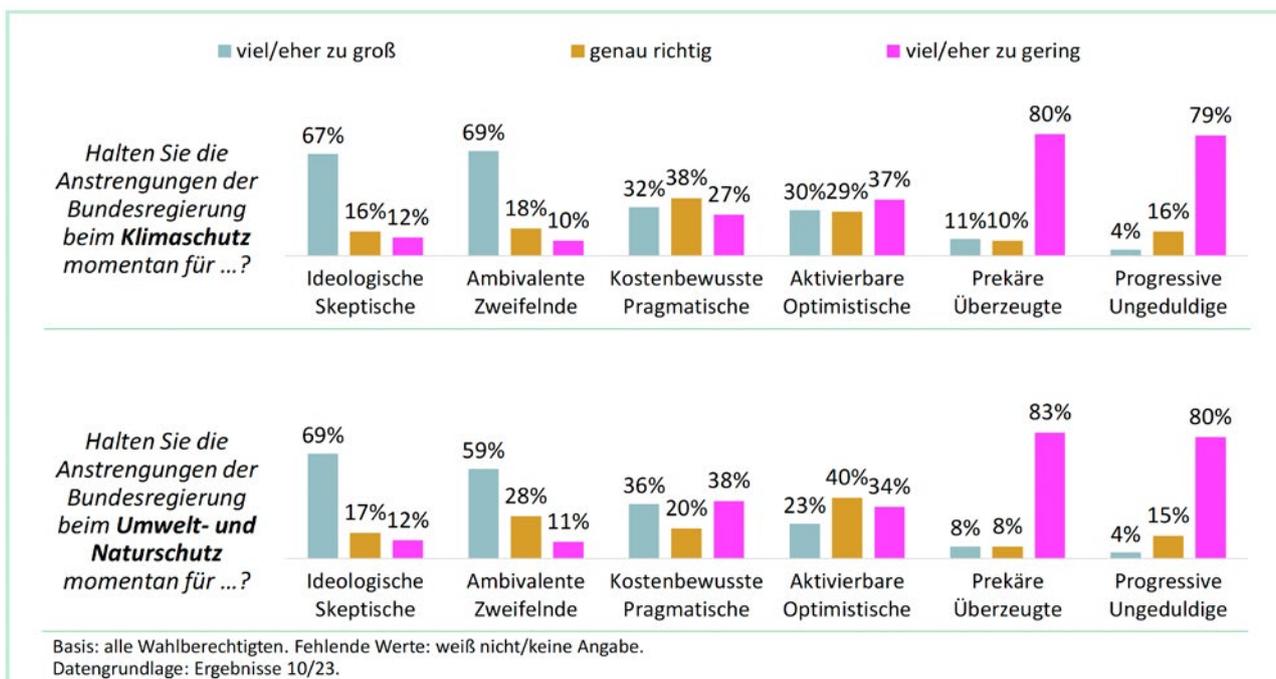


Abbildung 21: Anstrengungen der Bundesregierung beim Klimaschutz und beim Umwelt- und Naturschutz – Segmentauswertung.

Darüber hinaus zeigt sich bei der Segmentauswertung, dass die Akzeptanz und Bereitschaft für Klimaschutz insbesondere in den beiden mittleren Segmenten – *Kostenbewusste Pragmatische* und *Aktivierbare Optimistische* – im Oktober 2023 deutlich zurückgegangen sind. Diese beiden Segmente machen zusammen den größten Anteil der drei zentralen Ansprachesegmente für das BMUV aus, weshalb dieser Befund besonders hervorzuheben ist. Dass 27 Prozent der *Kostenbewussten Pragmatischen* die Anstrengungen für zu gering halten, ist ein um 13 Prozentpunkte geringerer Wert als noch im September 2022. Der Wert von 37 Prozent bei den *Aktivierbaren Optimistischen* ist 9 Prozentpunkte niedriger als im Vorjahr. Für Umwelt- und Naturschutz liegen keine Vergleichszahlen aus dem Vorjahr vor, aber die dargelegte häufige Gleichsetzung mit Klimaschutz gibt keinen Anlass für die Annahme, dass sich der Befund hier substantiell unterscheidet.

5.2 Staatliche Ausgaben für Umwelt- und Naturschutz

Die Fokusgruppen und Tiefeninterviews zeigen, dass Umwelt- und Naturschutz dann strittig wird, wenn auch Kosten, mögliche Einschränkungen oder Zielkonflikte herausgestellt werden. Daher wurden in der repräsentativen Umfrage die Bürger/innen gefragt, ob Deutschland ihrer Ansicht nach zukünftig mehr Geld, weniger Geld oder genauso viel Geld wie bislang für Umwelt- und Naturschutz ausgeben sollte. Um die Ergebnisse besser einordnen zu können, wurden drei weitere Bereiche abgefragt, die als Benchmark dienen sollen. Berücksichtigt werden muss, dass die Erhebung vor dem Urteil des Bundesverfassungsgerichtes zum Klima- und Transformationsfonds erfolgte. Es ist davon auszugehen, dass die Werte vor diesem Hintergrund verändert ausgefallen wären.

Drei von vier Bürger/innen geben an, dass mehr Geld für Bildung ausgegeben werden sollte. 19 Prozent halten das aktuelle Volumen für ausreichend. Mit 4 Prozent gibt fast niemand an, dass in diesem Bereich gespart und weniger Geld ausgegeben werden sollte. Damit kann Bildung als obere Benchmark dienen.

Die untere Benchmark bilden Ausgaben für Sozialpolitik. Mit 43 Prozent will nur eine relative Mehrheit, dass Deutschland prinzipiell mehr Geld für diesen Bereich ausgibt. Rund je ein Viertel halten das aktuelle Volumen für ausreichend oder aber präferieren, dass weniger Geld dafür ausgegeben werden sollte.

Im Vergleich rangiert Umwelt- und Naturschutz auf dem dritten Platz, deutlich unter der oberen Benchmark Bildung. Mit 47 Prozent gibt knapp jede/r Zweite an, dass Deutschland hier mehr Geld ausgeben soll. 30 Prozent möchten das derzeitige Ausgabenaufkommen beibehalten und 22 Prozent halten es für zu groß.

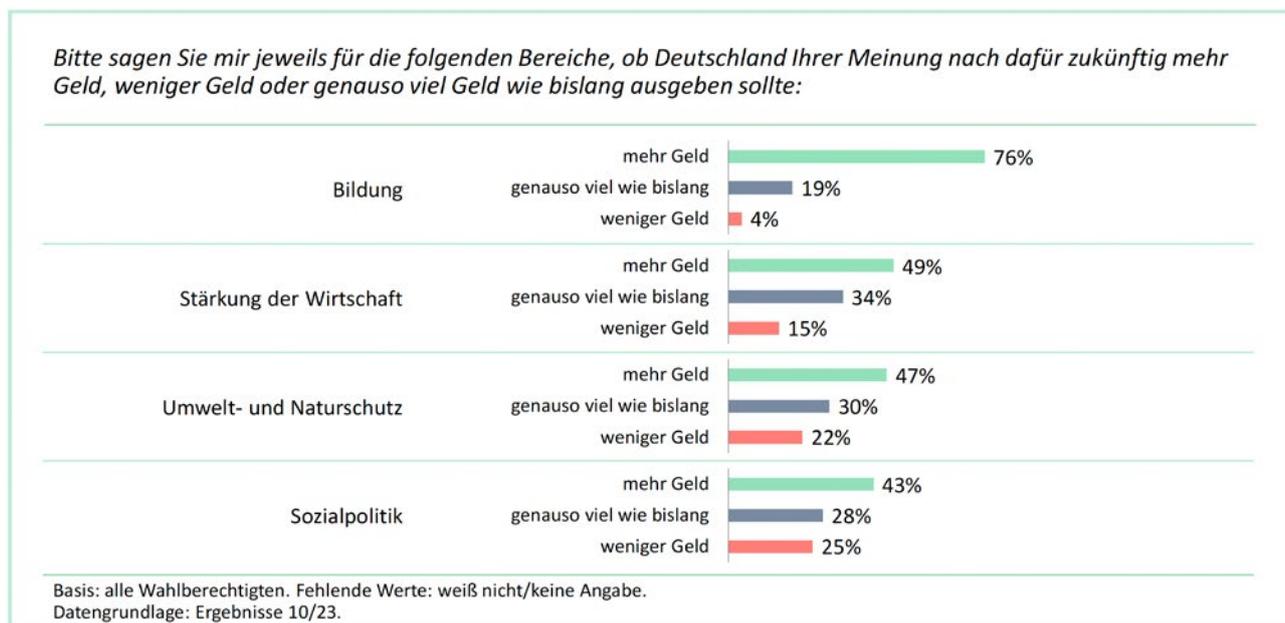


Abbildung 22: Ausgabenpräferenzen.

Um eindeutige Präferenzen herauskristallisieren zu können, wurden die Befragten zusätzlich aufgefordert, sich für einen dieser Bereiche zu entscheiden, in den der Staat zukünftig mehr Geld als bislang investieren sollte. Das Ergebnis ist konsistent: Mit 44 Prozent entscheiden sich mit Abstand die meisten Bürger/innen für Bildung, gefolgt von Stärkung der Wirtschaft mit 20 Prozent sowie Umwelt- und Naturschutz mit 19 Prozent. Sozialpolitik bildet auch hier mit 13 Prozent der Nennungen die untere Benchmark.

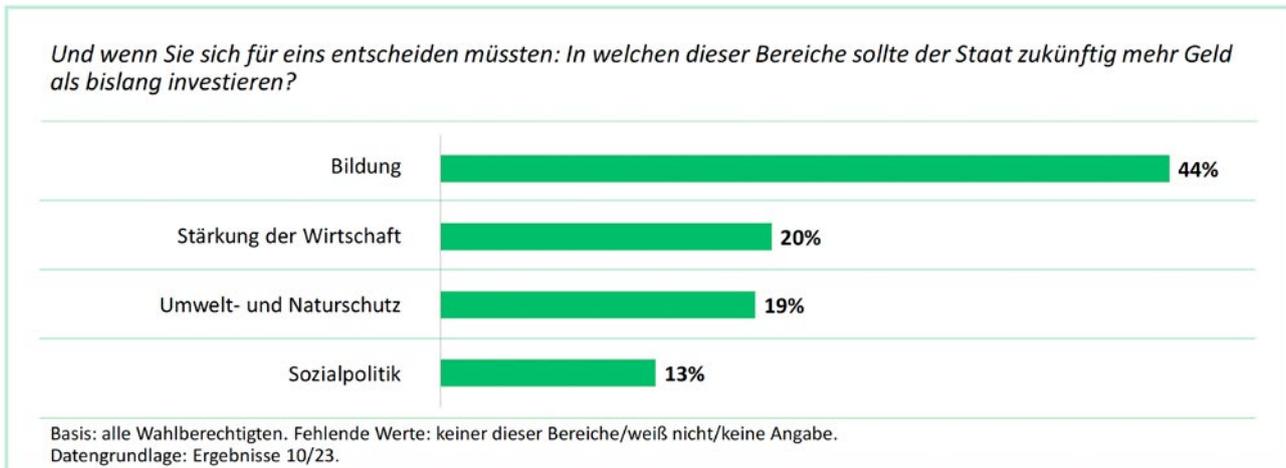


Abbildung 23: Wichtigster Ausgabenbereich.

Auch hier lassen sich Ost-West-Unterschiede erkennen: Unter den westdeutschen Befragten entscheiden sich 21 Prozent für Umwelt- und Naturschutz als wichtigsten Investitionsbereich. In Ostdeutschland sind es dagegen 11 Prozent.

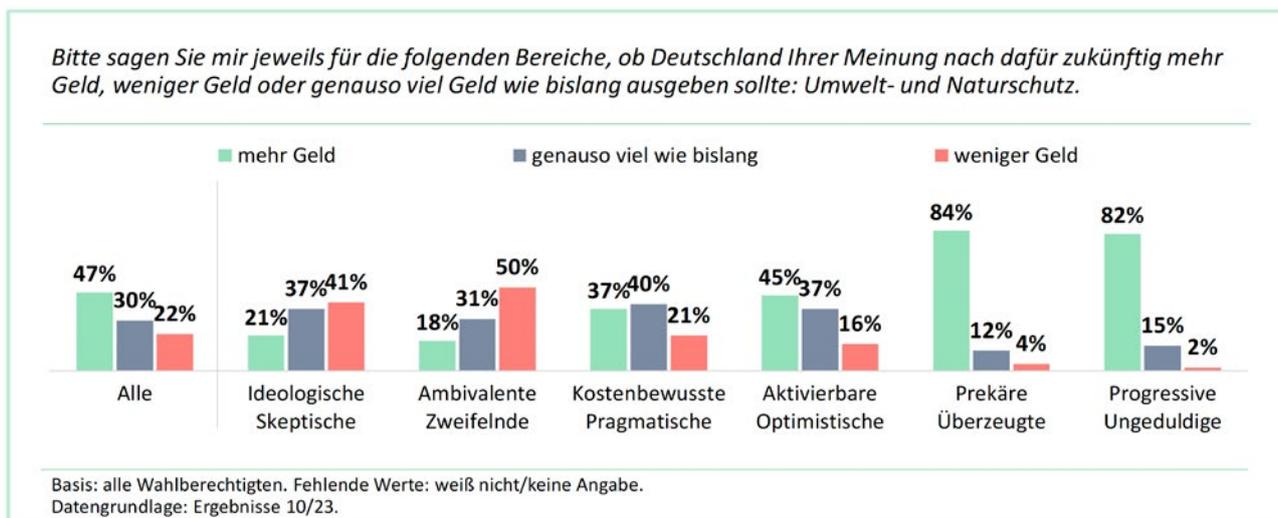


Abbildung 24: Ausgaben für Umwelt- und Naturschutz – Segmentauswertung.

Betrachtet man die präferierten Ausgaben bezüglich des Umwelt- und Naturschutzes nochmals im Segmentvergleich, zeigt sich ein deutlicher Zusammenhang mit dem Problembewusstsein. Innerhalb der Segmente mit niedrigem Problembewusstsein für Umwelt- und Naturschutz, den *Ideologischen Skeptischen* und *Ambivalenten Zweifelnden*, präferieren die meisten Bürger/innen, dass Deutschland zukünftig weniger Geld für Umwelt- und Naturschutz ausgeben sollte. Die wenigsten Bürger/innen dieser Segmente fordern Mehrausgaben.

Ein anderes Bild zeigt sich bei den Segmenten mit mittlerem Problembewusstsein, den *Kostenbewussten Pragmatischen* und *Aktivierbaren Optimistischen*: Innerhalb dieser Segmente will nur ein kleiner Teil die Ausgaben für Umwelt- und Naturschutz reduzieren. Bei den *Kostenbewussten Pragmatischen* sprechen sich mit 40 Prozent etwas mehr für die Beibehaltung des bisherigen Niveaus aus als für eine Erhöhung – diese fordern 37 Prozent. Bei den *Aktivierbaren Optimistischen* geht die Tendenz bereits in die andere

Richtung. Hier fordern 37 Prozent eine Beibehaltung des gegebenen Niveaus, mit 45 Prozent die meisten jedoch eine Erhöhung.

Das klarste Bild zeigen die beiden Segmente mit hohem Problembewusstsein – *Prekäre Überzeugte* (84 Prozent) und *Progressive Ungeduldige* (82 Prozent) sprechen sich mit deutlicher Mehrheit klar für mehr Ausgaben im Bereich Umwelt- und Naturschutz aus.

5.3 Finanzierung von Umwelt- und Naturschutz

Die Bewertung zu verschiedenen Finanzierungsmöglichkeiten von Umwelt- und Naturschutz wurde sowohl 2022 als auch 2023 erhoben, sodass Veränderungen abgebildet werden können. Zwingend berücksichtigt werden muss aber, dass die Erhebung vor dem Urteil des Bundesverfassungsgerichtes zum Klima- und Transformationsfonds erfolgte.



Abbildung 25: Finanzierung von Umwelt- und Naturschutz – Jahresvergleich.

Mit 72 Prozent wird der Vorschlag, Umwelt- und Naturschutz über höhere Steuern und Abgaben für Besserverdienende zu finanzieren, am häufigsten als gut bewertet – hier sind keine substantiellen Veränderungen zum Vorjahr zu erkennen. Die zweite Möglichkeit, höhere Steuern und Abgaben für umweltschädliche Produkte und umweltschädliches Verhalten zur Finanzierung zu nutzen, befürworten 67 Prozent. Auch dieser Wert ist im Vergleich zum Vorjahr mit nur 4 Prozentpunkten weniger auf einem ähnlichen Niveau. Beide Vorschläge sind damit weiterhin die am besten bewerteten Vorschläge. Aus den Fokusgruppen wird deutlich, dass die Zustimmung häufig dann sinkt, wenn Bürger/innen in Betracht ziehen, dass sie selbst betroffen sein könnten.

Den Vorschlag der Kürzung von anderen Staatsausgaben zur Finanzierung von Umwelt- und Naturschutz fanden 2022 54 Prozent der Bürger/innen gut, im Folgejahr 2023 kommen sogar 63 Prozent zu diesem Urteil. Verglichen mit den anderen abgefragten Möglichkeiten ist dies die größte Veränderung seit 2022. Auch hier muss berücksichtigt werden, dass unspezifiziert bleibt, welche Staatsausgaben gekürzt werden sollten – und somit auch, inwiefern Bürger/innen bzw. die befragte Person davon selbst betroffen

sein könnten. Staatsschulden werden mit 62 Prozent und höhere Steuern und Abgaben für alle mit 79 Prozent noch etwas deutlicher abgelehnt als zuletzt.



Abbildung 26: Finanzierung von Umwelt- und Naturschutz – Segmentauswertung.

Die Segmentauswertung zeigt, dass die Zustimmung sowohl zu höheren Steuern und Abgaben für Besserverdienende als auch für umweltschädliche Produkte und umweltschädliches Verhalten mit dem Problembewusstsein der Segmente ansteigt. Die jeweils niedrigste Zustimmung weisen *Ideologische Skeptische* und *Ambivalente Zweifelnde* auf, vor allem hinsichtlich der Besteuerung von Produkten und Verhalten. Die höchste Zustimmung zeigen *Progressive Ungeduldige*. Die Zustimmungswerte für Kürzung von Staatsausgaben bewegen sich in allen Segmenten zwischen 59 Prozent und 67 Prozent, ohne das ein Zusammenhang mit Problembewusstseins- oder Ressourcendimension erkennbar ist. Zusätzliche Staatsschulden werden in keinem der Segmente mehrheitlich befürwortet. Noch deutlicher abgelehnt wird der Vorschlag höherer Steuern für alle.

5.4 Soziale Gerechtigkeit im Bereich Umwelt- und Naturschutz

Im Rahmen der quantitativen Befragung wurde die Zustimmung zu Statements zu Umweltschutz und sozialer Gerechtigkeit gemessen. Mit jeweils 77 Prozent stimmt in beiden Erhebungsjahren, 2022 und

2023, eine breite Mehrheit zu, dass vor allem Reiche und Vermögende ihr Verhalten ändern müssten, um einen Beitrag zum Umweltschutz zu leisten. Ebenfalls 74 Prozent Zustimmung bekommt die noch weiter gefasste Aussage, dass vor allem die wohlhabendste Hälfte der Bevölkerung ihr Verhalten ändern müsse. Diese Zustimmung 2023 ist etwas geringer 2022, als noch 79 Prozent Zustimmung gemessen wurden.

Tiefeninterviews und Fokusgruppen haben gezeigt, dass diese Zustimmung in der Regel nicht durch ein Verursachungsprinzip, sondern durch das Leistungsprinzip getragen wird. In den qualitativen Modulen war den Bürger/innen kaum bewusst, dass die wohlhabendste Hälfte der Bevölkerung oder Reiche und Vermögende mehr Umweltbelastungen verursachen. Aber sie werden finanziell als leistungsfähiger eingeschätzt und sollten daher einen größeren Beitrag leisten. Die Fokusgruppen zeigen, dass Verhaltensänderungen im Bereich Umwelt- und Naturschutz häufig auf Mülltrennung und -vermeidung reduziert und nicht in Zusammenhang gebracht werden mit Lebensstilen, die sich nur Menschen mit viel Geld leisten können, wie beispielsweise Nutzung von Privatjets, Yachten, Zweit- und Drittwohnungen etc. Sie werden ferner eher mit Kosten und nicht mit Einsparungen assoziiert.

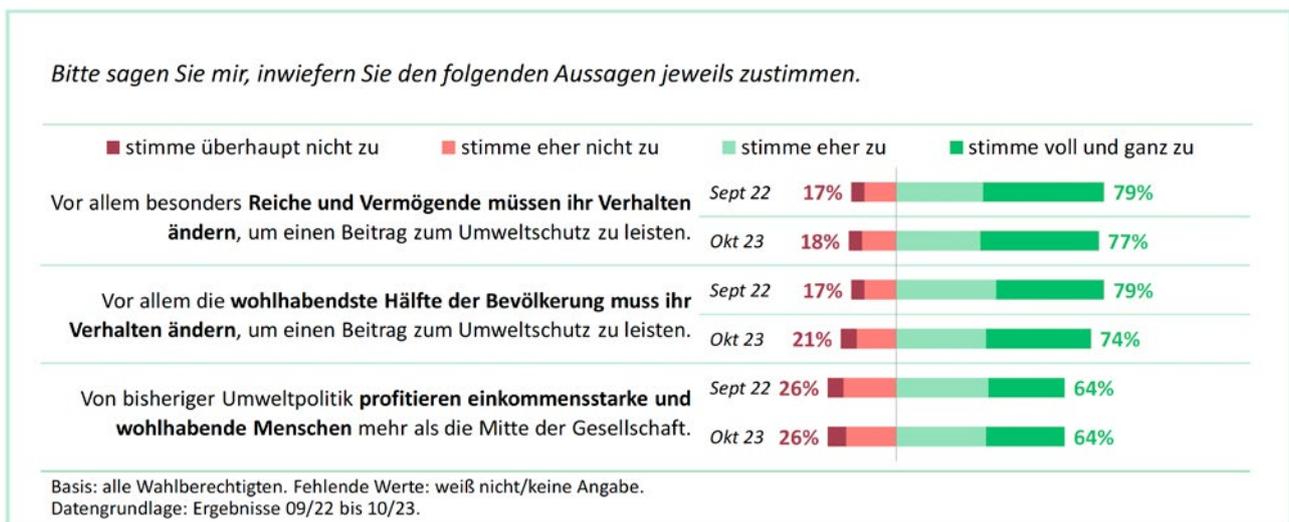


Abbildung 27: Umweltschutz und soziale Gerechtigkeit – Jahresvergleich.

Trotz Zustimmung, dass vor allem Reiche und Vermögenden bzw. die wohlhabendste Hälfte der Bevölkerung mehr leisten müssen, findet zugleich eine Abgrenzung und Abwertung nach „unten“ statt. So entlädt sich die Krise derzeit in deutlichen Verteilungskonflikten: Man selbst, so die Wahrnehmung vieler Bürger/innen, müsse sich anstrengen, während Sozialhilfeempfänger/innen oder wahlweise auch Migrant/innen vermeintlich Zuwendungen erhalten, ohne Leistungen vorweisen zu müssen. Grenzen werden hier zwischen Erwerbstätigen bzw. Rentner/innen einerseits und Erwerbslosen sowie Geflüchteten andererseits gezogen. Damit einher geht in den Fokusgruppen dann mitunter auch die geäußerte Annahme, dass Erwerbslose und Bürger/innen mit niedrigen Einkommen aufgrund geringer Kaufkraft umweltschädlicher konsumieren und leben würden als Vermögende. Beispiele, die genannt werden, sind der Konsum von „Billigfleisch“, das Fahren älterer Autos etc.

Die Kritik, dass vor allem einkommensstarke und wohlhabende Menschen von bisheriger Umweltpolitik profitiert haben, teilt 2023 mit 64 Prozent Zustimmung eine ähnliche Mehrzahl der Bürger/innen wie schon 2022. Weiterhin widersprechen nur 26 Prozent dieser Kritik. Einschränkend erwähnt werden muss, dass diese Kritik weder in den Fokusgruppen noch in den Tiefeninterviews ungestützt artikuliert

wurde. Gezielt danach gefragt, konnte die Kritik, auch wenn Teilnehmer/innen der Fokusgruppen oder Interviewte ihr zustimmten, kaum mit Beispielen unterfüttert werden.

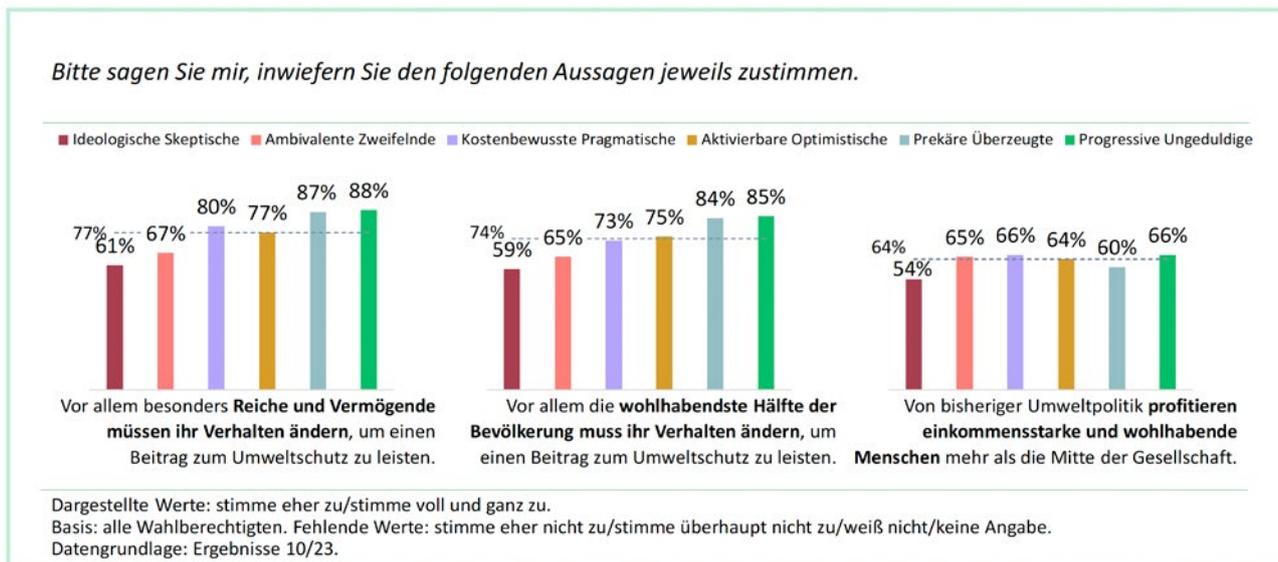


Abbildung 28: Umweltschutz und soziale Gerechtigkeit – Segmentauswertung.

Die Segmentauswertung zeigt, dass die *Ideologischen Skeptischen* und *Ambivalenten Zweifelnden* den beiden Aussagen, dass vor allem Reiche und Vermögende bzw. die wohlhabendste Hälfte der Bevölkerung ihr Verhalten ändern muss, unterdurchschnittlich häufig zustimmen. Deutlich überdurchschnittlich fällt die Zustimmung unter *Prekären Überzeugten* sowie *Progressiven Ungeduldigen* aus, hier ist sie mit 84 bis 88 Prozent fast schon Konsens.

Die Kritik, dass von bisheriger Umweltpolitik vor allem wohlhabende Menschen profitierten, erhält ebenfalls unter *Ideologischen Skeptischen* die geringste Zustimmung. Deutlich überdurchschnittlich hoch ist die Zustimmung in keinem der anderen Segmente.

5.5 BMUV-Schwerpunktthemen

In verschiedenen, vor allem den qualitativen Forschungsmodulen, wurde untersucht, wie Bürger/innen der unterschiedlichen Segmente auf aktuelle Schwerpunktthemen des BMUV schauen: Welches Wissen ist vorhanden? Welche Dringlichkeit wird gesehen? Wie lassen sich die Themen kommunizieren? Im Fokus standen dabei natürlicher Klimaschutz, Klimaanpassung, Biodiversität und das Artenaussterben sowie die Wasserstrategie.

Natürlicher Klimaschutz

Zumeist trennen die Befragten wie bereits erwähnt nicht bewusst zwischen Klimaschutz einerseits und Umwelt- sowie Naturschutz andererseits. Nur bei gezielter Nachfrage durch Moderation oder Interviewer/in wird eine Unterscheidung getroffen. Bis auf einzelne Ausnahmen haben die Befragten noch nicht von Natürlichem Klimaschutz gehört und wissen nicht, was dahintersteckt. Ohne (Vor-)Wissen klingt Natürlichem Klimaschutz für sie aber erst einmal positiv, vor allem wegen des Attributs „natürlich“. „Natürlich“ klingt für die Teilnehmenden nach etwas Schönerem, Effektivem, Autonomem, das keine menschlichen Anstrengungen abverlangt. Für die meisten Teilnehmenden klingt natürlicher Klimaschutz eher nach etwas, von dem sie selbst direkt profitieren und das sich eher positiv auf ihre Lebensqualität aus

wirkt. Nicht einschätzen können sie dabei, wie viel Natürlicher Klimaschutz zum Klimaschutz insgesamt beizutragen vermag. Nach der Erklärung, was unter Natürlichem Klimaschutz verstanden wird, fällt die Bewertung mehrheitlich positiv aus: selbst bei Klimaskeptiker/innen wegen der Komponente Natur- und Umweltschutz.

Einige Befragte berichten in Fokusgruppen und Tiefeninterviews davon unabhängig zwar von der CO₂-Speicherfähigkeit von Algen oder Mooren. Aber auch sie stellen bei der Frage nach Natürlichem Klimaschutz die Verknüpfung zwischen dieser Fähigkeit und der Nutzung bei Natürlichem Klimaschutz nicht direkt her. Wissen zu Mooren als CO₂-Speicher haben sie entweder durch Moorprojekte in der eigenen Region, von Infotafeln auf Wanderungen in Moorgebieten oder aus Dokumentationen (Arte sowie Quarks und Co. werden genannt). Der Begriff CO₂-Senken findet keine Verwendung und wird nicht verstanden, auch nicht von denjenigen mit Vorwissen zu CO₂-Speicherfähigkeiten von Mooren und Algen. Für Verwirrung sorgt die Verwechslung von „Senken“ mit dem Verb „senken“. Der Begriff sollte in der Kommunikation vermieden werden. CO₂-Speicher ist als Begriff hingegen unmissverständlich.

Befragte, die zuvor nichts über die Speicherfähigkeit von Mooren oder Seegraswiesen wussten, haben in der Regel ungestützt wenig Vorstellung, wie Umwelt- und Naturschutz dazu beitragen kann, Klimaschutz zu betreiben. Nach CO₂-Speichern gefragt, denken sie am ehesten noch an technische Lösungen zur Speicherung, bspw. am Meeresgrund, nicht aber an natürliche.

Angesichts der Unbekanntheit von Natürlichem Klimaschutz verwundert es nicht, dass in der Regel keine Akteur/innen in diesem Bereich wahrgenommen werden. Wer von Moorprojekten in seiner Region mitbekommen hat, nimmt hier Landkreise oder Kommunen als Akteur/in wahr. Ansonsten wird am ehesten vermutet, dass sich Naturschützer/innen und Naturschutzorganisationen kümmern, vereinzelt, dass Unternehmen tätig sind – bei letzterem begleitet von Kritik des „Green Washings“.

Ideologische Skeptische stoßen sich mitunter generell an Klimaschutz. Hinzu kommt fehlendes Zutrauen in Politik. Ihre zunächst positive Bewertung rührt auch daher, dass „natürlich“ für sie danach klingt, dass Menschen, so ihre Annahme, selbst nichts dafür tun müssten. Die positive Bewertung der *Ambivalenten Zweifelnden* und *Kostenbewussten Pragmatischen* fußt auf ähnlichen Vorstellungen. Werden mögliche Kosten aufgezeigt und liegt der Fokus nicht auf dem reinen Benefit, fällt die Bewertung schon skeptischer aus. Die *Aktivierbaren Optimistischen* stehen Natürlichem Klimaschutz positiv gegenüber, wobei auch hier einzelne hinsichtlich Kosten-Nutzen-Rechnungen Bedenken äußern und eine „not in my backyard“-Mentalität zeigen. Stärkste Befürwortung zeigen *Prekäre Überzeugte* und *Progressive Ungeduldige* aufgrund des hohen Stellenwerts, den sie Klimaschutz insgesamt zuschreiben. Vereinzelt gibt es Skepsis an der Stärke des möglichen Effekts, aber ihre Forderung bleibt: Alles, was irgendwo hilft, muss getan werden.

Konkrete Kosten und mögliche Zielkonflikte sind bei dieser Bewertung allerdings noch nicht eingepreist. Natürlicher Klimaschutz ist aktuell gut kommunizierbar, weil er im Gegensatz zu anderen Klimaschutzmaßnahmen (noch) nicht mit Einschränkungen, Verboten und (finanziellen) Belastungen verbunden wird. Das kann sich ändern, sobald das Thema medial präsenter und von unterschiedlichen Akteur/innen politisiert und geframt wird. Das sollte in der Themenvermittlung antizipiert werden. Die Kommunikation über doppelten Mehrwert bietet sich an: Schutz von Natur und Lebensräumen für Tiere *und* Klimaschutz. Vorteile sollten gegenüber möglichen Nachteilen wie Kosten kommunikativ hervorgehoben werden.

Klimaanpassung

Für die Fokusgruppen- und Tiefeninterview-Teilnehmenden der meisten Segmente geht es bezüglich der Klimakrise in erste Linie um Klimaschutz, nicht um Klimaanpassung. Die meisten Teilnehmenden haben dabei eine umfassende Vorstellung von den Folgen der Klimaerwärmung. Dass es beim Klimaschutz aber um eine Begrenzung der Folgen des Klimawandels geht und nicht um eine Rückkehr zu einem vergangenen Status Quo, wird ungestützt nicht thematisiert. Auf diese Irreversibilität angesprochen, vermitteln einige Teilnehmende den Eindruck, dies zum ersten Mal zu realisieren. Eine bewusste Vorstellung der Irreversibilität gibt es aktuell noch nicht, sie wird aber auch nicht infrage gestellt – selbst von *Ideologischen Skeptischen* und *Ambivalenten Zweifelnden* nicht, die den menschlichen Einfluss auf den Klimawandel hingegen sehr wohl infrage stellen.

Die Befragten haben von Klimaanpassung noch nichts gehört und verfügen über wenig oder gar kein Wissen hierzu. Je nach Problembewusstsein hinsichtlich des Klimawandels und den Assoziationen, was sich hinter Klimaanpassung verbirgt, reicht das erste Bauchgefühl von positiv bis apokalyptisch. Für manche Befragte klingt Klimaanpassung danach, dass der Mensch versuche, das Wetter mit technischen Mitteln anzupassen, um Folgen des Klimawandels abzumildern. Dies klingt für einige interessant, für die meisten aber bedenklich. Andere assoziieren, dass Menschen ihr Verhalten an die Folgen des Klimawandels anpassen (kürzer duschen, tagsüber nicht in der Sonne aufhalten etc.) oder aber, dass die Menschheit sich mithilfe von Technik anpasst (Klimaanlagen). Manche vermuten sogar, dass Klimaanpassung bedeutet, dass sich Mensch und Umwelt quasi evolutionär an ein neues Klima anpassen. Nur für einzelne Teilnehmende klingt Klimaanpassung – auch begründet durch ihr fehlendes Bewusstsein für die Irreversibilität – nach Aufgeben und gescheitertem Klimaschutz.

Auch ohne auf Klimaanpassung als Konzept zu referieren, sind den Teilnehmenden in Fokusgruppen und Tiefeninterviews Klimaanpassungsmaßnahmen mitunter bekannt und werden in anderen Zusammenhängen ungestützt thematisiert., bspw. Begrünung von Dächern, Verringerung von Flächenversiegelung, vereinzelt auch Hochwasserschutz. Nach der Erklärung durch Moderation oder Interviewer/in, was das Ziel von Klimaanpassung ist, beschränken sich die Ideen der Befragten zumeist auf technische Lösungen wie Dämme, Frühwarnsysteme für Extremwetterlagen oder Klimaanlagen. Der Fokus liegt hier dabei vor allem auf Maßnahmen gegen Hitze und weniger auf Maßnahmen zum Schutz vor anderen Extremwetterereignissen oder Wassermangel. Außerdem wird die Notwendigkeit für Hitzeschutz vor allem in Ländern des globalen Südens gesehen. Generell nehmen die meisten Teilnehmenden an, dass sich der globale Süden schneller und umfassender anpassen muss als der globale Norden. Folgen des Klimawandels für Deutschland werden zwar gesehen, aber im Vergleich zu anderen Ländern und Regionen nach wie vor deutlich geringer eingeschätzt

Nach der Erklärung, wie Umwelt und Natur zur Klimaanpassung genutzt werden sollen, fällt die abschließende Bewertung in Fokusgruppen und Tiefeninterviews eher positiv aus, selbst bei denjenigen, die anfangs ein eher ungutes Bauchgefühl beim bloßen Stichwort Klimaanpassung hatten. Vor allem das Vorsorge-Argument ist für viele überzeugend.

Die konkreten Maßnahmen und ihre nicht intendierten Folgen stoßen in der Diskussion aber auf durchaus unterschiedliche Akzeptanz, wobei sowohl die eigenen Ressourcen entscheidend sind als auch wie ausgeprägt das Problembewusstsein hinsichtlich des Klimawandels ist. Bei den Segmenten zeigen sich zwei Seiten. Auf der einen Seite stehen *Ideologische Skeptische* und *Ambivalente Zweifelnde*, die zum Teil mindestens skeptisch hinsichtlich menschengemachtem Klimawandel sind. Sie finden Klimaanpas

sung daher mitunter sogar sinnvoller als Klimaschutz. Denn in ihrer Logik kann Klimaanpassung als Argument gegen Klimaschutz verwendet werden. Zwar wurde dies in den Interviews nicht explizit gemacht, aber das Fundament für das Argument ist gelegt: Warum etwas schützen, dessen Veränderung man – aus ihrer Perspektive – vielleicht nicht einmal verursacht hat, wenn man sich stattdessen anpassen kann? Auf der anderen Seite stehen *Progressive Ungeduldige* mit dem höchsten Problembewusstsein für Klimaschutz. Teilweise haben diese Befragten zunächst ein eher ungutes Gefühl bei Klimaanpassung. Es macht ihnen erneut präsent, was auf uns zukommt und wovor sie sich bereits stark sorgen. Sie hegen mitunter Bedenken, dass Klimaanpassung auf Kosten von Klimaschutz gehen könne. Sie wollen starken Klimaschutz, aber tragen letztlich auch Klimaanpassung weitreichend mit.

Die insgesamt eher positive Bewertung von Klimaanpassung hängt auch damit zusammen, dass Kosten und als negativ empfundene Effekte noch nicht präsent sind. Hinzu kommt, dass Klimaanpassung in der Breite noch nicht politisiert und geframt ist. Dass sich das verändern kann, muss in der eigenen Kommunikationsarbeit antizipiert werden. Schon jetzt merken einzelne Befragte an, Klimaanpassung dürfe „nicht zu krass“ vorangetrieben werden, da gleichzeitig der Schutz nicht aus den Augen verloren werden sollte.

Biodiversität

In Fokusgruppen und Tiefeninterviews ist den meisten Befragten Artenaussterben in Form von Insektensterben bekannt, vor allem Bienensterben. Darüber hinaus geht es eher um nicht-heimische Tiere, die vom Aussterben bedroht sind, die die Teilnehmenden eher aus dem Zoo oder Fernsehen kennen wie Pandabären, Eisbären oder Orang-Utans. Das Insektensterben nehmen die Befragten häufig auch im eigenen Alltag wahr (weniger tote Insekten auf der Windschutzscheibe des Autos, weniger Schmetterlinge im Garten), das Aussterben anderer Arten aber meist nur aus den Medien. Präsenz erhält das Thema vor allem durch Dokumentationen und mediale Berichterstattung. Aufmerksamkeit bekommt es bei den Befragten auch, weil es stark emotionalisiert.

Als verantwortlich für das Artenaussterben wird alles in allem der Mensch ausgemacht. Den meisten ist bewusst, dass es sich nicht um einen „natürlichen“ Prozess handelt. Ursachen, die genannt werden, sind der menschengemachte Klimawandel, Raum- und Landnahme durch Freizeitmöglichkeiten und Infrastruktur, Landwirtschaft und Pestizide sowie durch Menschen eingebrachte Neozoen, die Gleichgewichte stören. Verschmutzung wird hier kaum thematisiert.

Die Folgen des Artenaussterbens sind für die Befragten meist schwer abzuschätzen. Beim Bienensterben leuchtet ihnen ein, dass es für die Bestäubung von Pflanzen wichtig ist. Bei anderen Arten, insbesondere Nicht-Insekten, ist die Begründung häufig schwierig und bleibt oft emotional-moralisch. Diffus und unkonkret argumentieren einige, dass es um Kreisläufe und Gleichgewichte geht, die auch für den Menschen bedeutsam sind. Konkretes Wissen bildet die Ausnahme. Wie groß das Problem eingeschätzt wird, korreliert mit dem generellen Problembewusstsein für Umwelt- und Naturschutz.

Konkrete Maßnahmen gegen das Artenaussterben sind wenig bekannt. Zumeist geht es in Fokusgruppen und Tiefeninterviews dann um Grünstreifen an Rändern landwirtschaftlicher Nutzfläche oder in Gärten und um geschützte Rückzugsorte für Tiere und Insekten. Auch die Akzeptanz und Unterstützung für Maßnahmen korreliert mit der generellen Akzeptanz und Unterstützung für Umwelt- und Naturschutz.

Während den *Ideologischen Skeptischen* das Problem des Artenaussterbens am wenigsten präsent ist,

wird es von den *Ambivalenten Zweifelnden* durchaus problematisiert. Allerdings unterschätzen sie das Ausmaß und verorten es nicht als ein Problem in bzw. für Deutschland. Die *Kostenbewussten Pragmatischen* und *Aktivierbaren Optimistischen* thematisieren das Problem zum Teil auch ungestützt. Erstere vor allem emotional-moralisch, letztere mitunter auch als existenzielle Bedrohung. Die Einordnung als Krise wird von diesen Segmenten in der Regel nur vereinzelt gewählt. Mitunter wird das Problem auch von *Kostenbewussten Pragmatischen* und *Aktivierbaren Optimistischen* eher in anderen Teilen der Welt verortet oder als überspitzt dargestellt empfunden - aber weniger intensiv als bei den *Ambivalenten Zweifelnden*. Die *Prekären Überzeugten* und *Progressiven Ungeduldigen* thematisieren das Artenaussterben im Segmentvergleich am ehesten als Krise und Katastrophe, sie sehen es auch am ehesten als konkrete Bedrohung für Menschen in Deutschland. Der Wissenstand ist in diesen Segmenten vergleichsweise am höchsten.

Insgesamt kann in der Kommunikation wenig Vorwissen zu Ursachen und Folgen vorausgesetzt werden, sie muss möglichst niedrigschwellig erfolgen. Begriffe wie Biodiversität, Biotop und Ökosystem werden von den meisten Befragten als Fachsprache empfunden und von vielen auch gar nicht verstanden, im Einzelfall sogar als nicht barrierefrei kritisiert. Biologische Vielfalt oder Artenvielfalt werden in der Breite deutlich besser verstanden. Selbst wenn sie selten im aktiven Wortschatz sind, können sich die Befragten darunter intuitiv etwas vorstellen. Der Krisenframe kommt in den Segmenten unterschiedlich gut an und ist daher nicht zur Ansprache aller geeignet.

Wasserstrategie

Mit Blick auf den Themenbereich Wasser besteht prinzipiell ein Problembewusstsein. Intuitiv wird mit dem Thema Wasser zum Zeitpunkt der entsprechenden Fokusgruppen, bei denen das Thema zentral diskutiert wurde und die im Sommer durchgeführt wurden, primär Knappheit verbunden. Mediale Darstellungen während dieser Zeit untermauern den Punkt. Überschwemmungen (sowie diesbezügliche Maßnahmen wie Risikokarten) waren zum Forschungszeitpunkt vergleichsweise weniger präsent und werden primär in den Gruppen mit *Progressiven Ungeduldigen* oder *Prekären Überzeugten* mit Verweis auf das Ahrtal oder die Überschwemmungen 2023 in Slowenien benannt. Der konkrete Bezug zu Maßnahmen sowie zu Natur und Umwelt fehlt dabei jedoch häufig – die Nennungen verstärken eher den diffusen Eindruck, dass etwas grundlegend falsch laufe.

Dagegen sind mit Blick auf den Wassermangel grundlegende Informationen vorhanden, z. B. dass es auch in Deutschland bereits Orte gibt, an denen Wasser zwischenzeitlich rationiert wurde. Vereinzelt sind hier konkrete Maßnahmen bekannt. So werden beispielsweise ungestützt die Wasserampeln oder aber auch das Fehlen einer nationalen Wasserstrategie angesprochen und teilweise erste Regelungen aus dem eigenen Landkreis, wie bspw. Bewässerungsverbote, Aufrufe zum Wassersparen oder weitere Sensibilisierungsmaßnahmen debattiert.

Dennoch ist das Ausmaß dessen aktuell nur bedingt greifbar. Insbesondere im Gespräch mit *Ideologischen Skeptischen* und *Ambivalenten Zweifelnden*, aber teilweise auch mit *Kostenbewussten Pragmatischen*, stellt man sich etwa die Frage, wie Wassermangel sowie Starkregen in anderen Gebieten eigentlich zusammenpassen. Verweise auf den 2023 als „verregnet“ empfundenen Sommer, meist in Gruppen mit *Ideologischen Skeptischen* sowie *Ambivalenten Zweifelnden*, trivialisieren den Wassermangel kommunikativ. Mit Ausnahme der *Ideologischen Skeptischen* lässt dies jedoch nicht auf eine Leugnung des Problems schließen – sondern zeigt vielmehr ein gewisses Unverständnis.

Gruppenübergreifend besteht eine vage Hoffnung auf „einfache“ Lösungen, wie etwa eine „bessere geografische Verteilung des Wassers“ zwischen verschiedenen Regionen. Erwähnt wird auch der Wunsch nach einem besseren Ausgleich zwischen regenreichen und wasserarmen Regionen oder Besserungen durch neue technische Möglichkeiten, wie einfachere Aufbereitung von Abwasser o. ä. Diese quasi-technischen Alternativen bis hin zum Umbau der Infrastruktur wird zur Wunschvorstellung. Denn dann, so die dahinterliegende Annahme, müsse das individuelle Verhalten nicht geändert werden. Kosten und massive Widerstände bei der Umsetzung analog zur Wärmewende werden hier mit Ausnahme von *Aktivierbaren Optimistischen* und *Progressiven Ungeduldigen* weitgehend ausgeblendet und sind erst gestützt durch die Moderation nachvollziehbar.

Mit Blick auf Maßnahmen rund um die Wasserknappheit und konfrontiert mit der Verteilungsfrage reagieren insbesondere *Ideologische Skeptische* sowie *Ambivalente Zweifelnde* stark ablehnend. Insbesondere mögliche Einschränkungen bzw. Verzicht bei persönlichen Lebensstandards stoßen auf ungehaltene Reaktionen, vereinzelt sogar bis hin zur Leugnung jeglicher Bedarfe für Umwelt- und Naturschutzmaßnahmen bzw. von Wasserknappheit im Speziellen. Schließlich habe man sich das Recht auf Wassernutzung erarbeitet oder sei diesen Standard gewöhnt. Sparmaßnahmen werden damit zur politischen Gängelung. Lieber flüchtet man sich in Alternativen, ob technischer Art oder spricht sich (bei den *Ideologischen Skeptischen*) für eine Preissteigerung aus. Jegliche Einigung auf eine verbindliche Verteilungsfrage fällt in diesen Gruppen mit niedrigem Problembewusstsein schwer. Nur angesprochen auf Extremfälle gelingt den meisten Teilnehmenden dieser Segmente die Verständigung darauf, dass im Zweifelsfall Luxuskonsum sowie Industrie weniger relevant seien als die Versorgung der Bevölkerung mit Wasser.

Dies gilt zu einem geringeren Grad auch für andere Segmente, aber hier ist eine prinzipielle Einigung auf den Verzicht von „Luxusgütern“ (wie Pool-Befüllung, regelmäßige Autowäsche oder das Bewässern von Rasenflächen) sowie die Bereitschaft zum persönlichen Verzicht im Ernstfall dennoch möglich. Im Zweifelsfall kann man sich hier auf das Credo „Leben geht vor Wirtschaft“ einigen. Als häufige Bedingung wird dabei jedoch auch, insbesondere von *Kostenbewussten Pragmatischen* und *Prekären Überzeugten*, ein Verzicht der Industrie gefordert, die in vielen Fällen auch als Verursacher benannt werden (beispielsweise Tesla in Brandenburg, die von Intel geplante Chipfabrik oder die Abzapfung von Wasservorkommen durch Coca-Cola) – zumal man selbst bereits so gut wie möglich auf den eigenen Wasserverbrauch achte (auch kostenbedingt). Im Zweifelsfall spricht man sich hier für Einschränkungen bei Bürger/innen und nicht system-kritischen Bereichen aus, nachdem jedoch zunächst Großkonzerne in die Verantwortung genommen werden sollen. Zumindest gestützt wird dabei zugestimmt, dass eine Preissteigerung nicht mit sozialer Gerechtigkeit sowie den individuellen Lebensumständen zu vereinbaren wäre.

Im Gespräch über Risikokarten für Starkregen und Überschwemmungen zeigt sich eine ähnliche Dynamik. Diesbezügliche Maßnahmen sind noch unbekannt, werden aber im ersten Moment von allen Segmenten positiv und wirkungsvoll aufgefasst. Allerdings ändert sich die Haltung bei *Ideologischen Skeptischen* sowie bei *Ambivalenten Zweifelnden*, wenn mögliche Folgen dieser Risikokarten mit Bezug auf Wohlstand, Wertverlust von Grundstücken oder aber die Selbstbestimmung von Personen und Gemeinden angerissen werden. Insbesondere *Ideologische Skeptische* fühlen sich damit an „Regulierungswut“, „Enteignung“ oder eine übersteigerte Risikominimierung erinnert – bis hin zu Argumentationen für „ein Recht auf Leben mit Risiken“. Dabei ist jedoch auch festzuhalten, dass diese möglichen Folgen, wie etwa das Ansteigen von Versicherungskosten oder weitere finanziellen Konsequenzen, ungestützt wenig präsent sind.

Sowohl bei Gruppen mit *Kostenbewussten Pragmatischen* und *Prekären Überzeugten* sowie bei *Aktivierbaren Optimistischen* und *Progressiven Ungeduldigen* besteht nach kurzer Begriffserklärung der Risikokarten grundsätzlich Verständnis für notwendige Schutzbereiche. Insbesondere die Ereignisse im Ahrtal werden hier als überzeugende Begründung herangezogen. Statt Gängelung wird hier eher eine Art staatlicher Vorsicht gesehen.

Mit Blick auf ein „zu viel“ an Wasser und mögliche Überschwemmungen wird darüber hinaus in allen Gruppen die Renaturierung von Flussverläufen ungestützt erwähnt, teilweise sogar mit Wissen zu notwendigen Überschwemmungsflächen. Hier besteht segmentübergreifend großer Zuspruch, zumal diese Maßnahme primär mit einer Wiederherstellung des ursprünglichen Zustands und damit gefühlt weder mit Mehrkosten noch mit „Verbotkultur“ verknüpft wird. Mögliche Kosten werden ungestützt nicht gesehen und entwickeln keine negative Überzeugungskraft, da die Sinnhaftigkeit der Maßnahme nicht infrage gestellt wird: Vielmehr müsse man hier wieder richten, was man eben zuvor auch falsch gemacht habe.

6 Akzeptanz, Narrative und Argumente im Bereich Umwelt- und Naturschutz

Klima- und Umweltschutz haben auf der Themenagenda an Priorität eingebüßt – in Zeiten, in denen die Transformationsbereitschaft zugleich gesunken und Verteilungskonflikte zugenommen haben. Fast jede/r dritte Bürger/in kritisiert die Anstrengungen der Bundesregierung im Bereich Umwelt- und Naturschutz zudem als zu groß. Eine erfolgreiche und wirksame Kommunikation von umwelt- und naturschutzpolitischen Maßnahmen und BMUV-Vorhaben muss diesen Herausforderungen begegnen, wenn sie die eigenen, zum Teil noch wenig präsenten Schwerpunkte präsenter machen und zugleich Akzeptanz erhalten oder generieren will. Daher hat das Forschungsprojekt einen Fokus auf den Status Quo der Akzeptanz, aber auch auf mögliche Narrative und Argumentationen für die Kommunikationen gelegt.

6.1 Akzeptanz von Umwelt- und Naturschutz in Konfliktfeldern

In den qualitativen Forschungsmodulen hat sich gezeigt, dass die meist positive Bewertung der Vorhaben Natürlicher Klimaschutz und Klimaanpassung auch damit zusammenhängt, dass konkrete Kosten und mögliche Zielkonflikte noch nicht präsent und daher auch noch nicht eingepreist sind. In der repräsentativen Befragung 2023 wurde die Zustimmung zu Umwelt- und Naturschutzmaßnahmen im Konfliktfall gemessen: Stadtbäume zu Ungunsten von Parkplätzen, Wiedervernässung von Mooren auf Kosten landwirtschaftlicher Nutzfläche, Naturschutzgebiete statt neuer Umgehungsstraßen, verlängerte Dauer von Bauvorhaben durch Rücksichtnahme auf Umwelt und Natur und Vorrang privater Wassernutzung bei Wasserknappheit. In allen Konflikten stimmt die deutliche Mehrheit der Bürger/innen dem Vorrang von Umwelt- und Naturschutz theoretisch zu. Am stärksten werden Bäume und Stadtgrün auch auf Kosten von Parkplätzen befürwortet – hier stimmt fast jede/r Zweite auch voll und ganz zu. Auch bei der Wiedervernässung von Mooren ist die Zustimmung sehr deutlich: 43 Prozent stimmen hier voll und ganz zu.

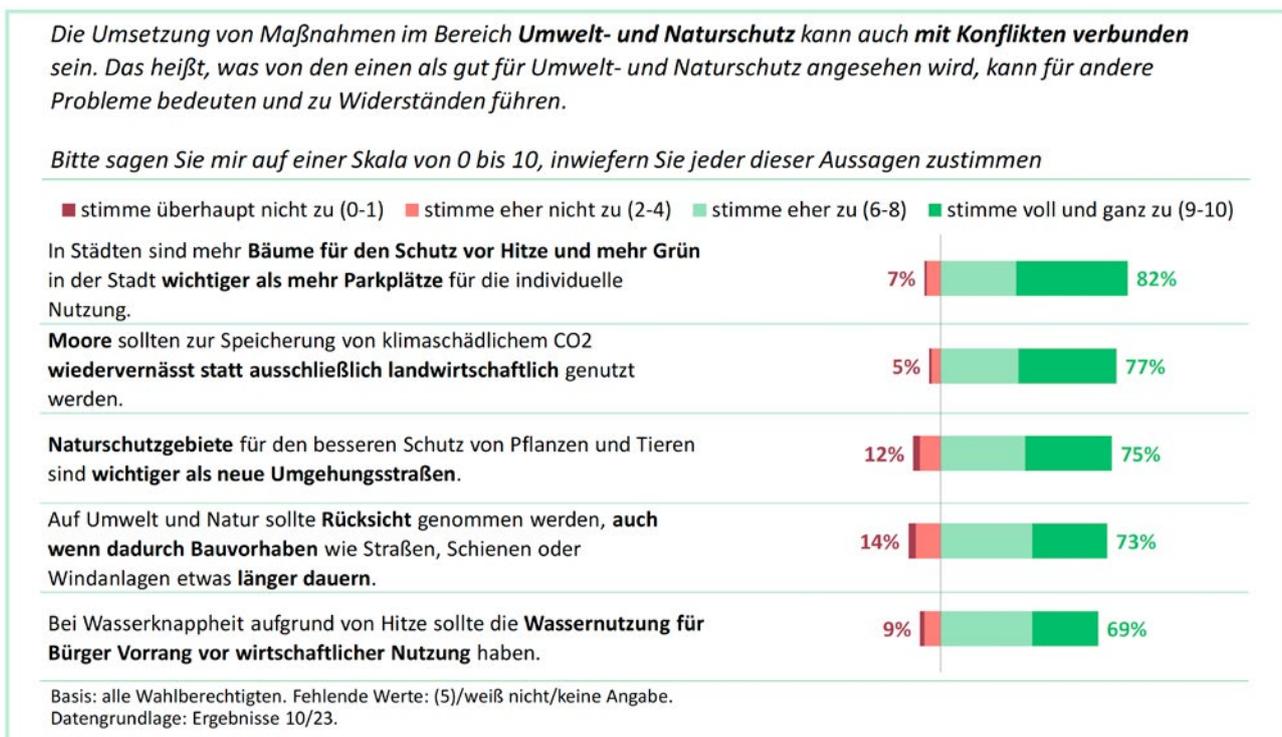


Abbildung 29: Akzeptanz von Umwelt- und Naturschutz in Konfliktfeldern.

Die Segmentauswertung zeigt deutliche Zusammenhänge mit dem jeweiligen Problembewusstsein. Dem Item Bäume und Stadtgrün auf Kosten von Parkplätzen stimmen nur etwas mehr als ein Viertel der *Ambivalenten Zweifelnden* voll und ganz zu. Unter *Ideologischen Skeptischen*, als zweitem Segment mit niedrigem Problembewusstsein, sind es immerhin 41 Prozent. Auffällig ist, dass die beiden Segmente mit mittlerem Problembewusstsein – *Kostenbewusste Pragmatische* und *Aktivierbare Optimistische* mit 44 Prozent und 45 Prozent eine kaum deutlichere Unterstützung zeigen. Im Kontrast dazu ist die Zustimmung in den Segmenten mit hohem Problembewusstsein sehr deutlich: Zwei Drittel der *Prekären Überzeugten* und drei Viertel der *Progressiven Ungeduldigen* stimmen voll und ganz zu und signalisieren so eine klare Präferenz.

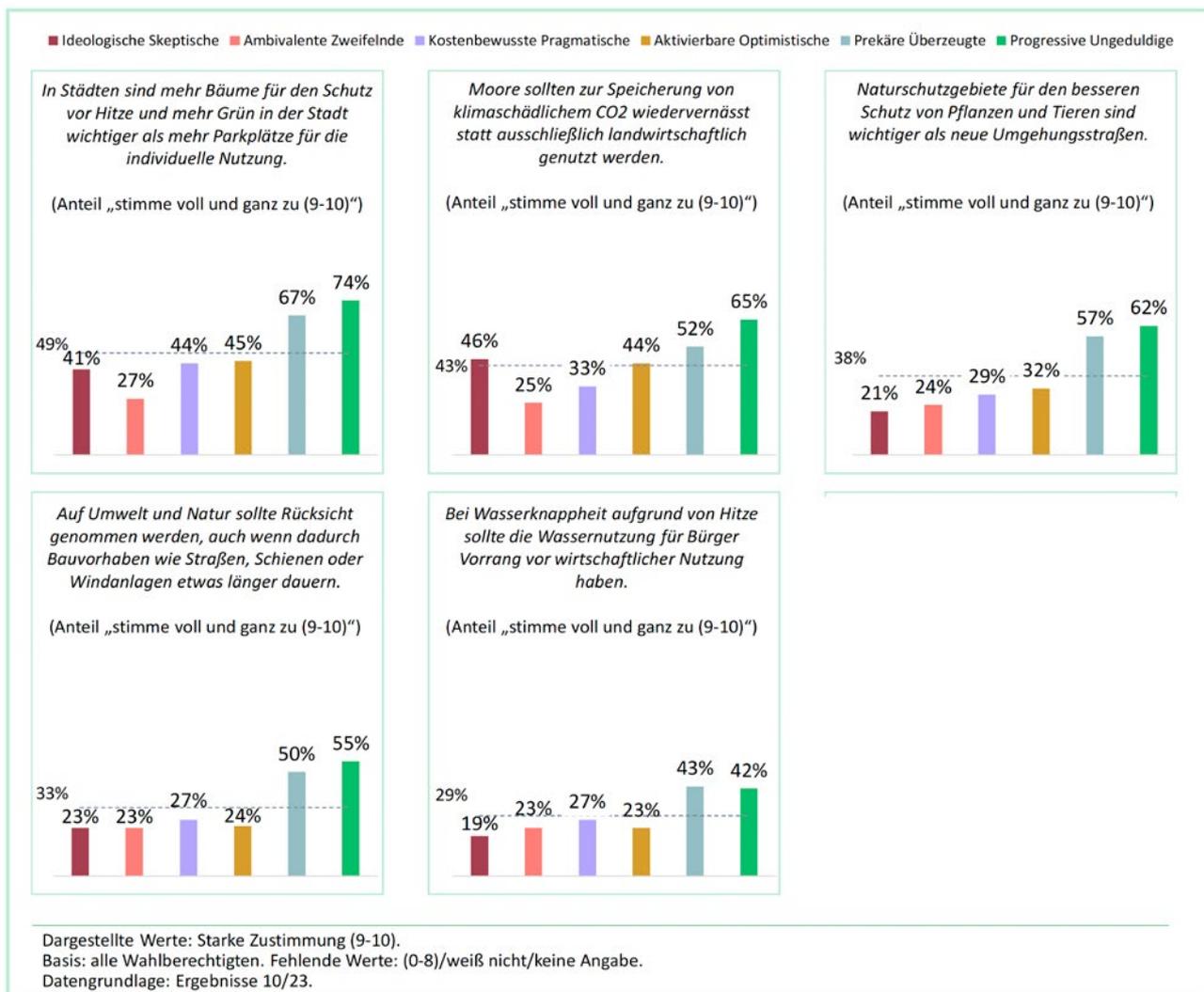


Abbildung 30: Akzeptanz von Umwelt- und Naturschutz in Konfliktfeldern – Segmentauswertung.

Bei der Wiedervernässung von Mooren auch auf Kosten landwirtschaftlicher Nutzfläche ist das Muster sehr ähnlich: Mit 25 Prozent ist der Anteil der starken Zustimmung unter *Ambivalenten Zweifelnden* am geringsten und mit 65 Prozent unter *Progressiven Ungeduldigen* am höchsten. Auffällig ist hier aber die Zustimmung der *Ideologischen Skeptischen*, die mit 46 Prozent hier sogar über oder auf ähnlichem Niveau liegt wie das der *Kostenbewussten Pragmatischen* mit 33 Prozent, der *Aktivierbaren Optimistischen* mit 44 Prozent und der *Prekären Überzeugten* mit 52 Prozent.

Bei den anderen drei Konfliktfeldern liegt der Anteil starker Zustimmung der Segmente mit niedrigem und mittlerem Problembewusstsein immer zwischen 19 Prozent und 32 Prozent – und damit vergleichsweise nah beieinander. Die *Prekären Überzeugten* und *Progressiven Ungeduldigen*, die sich durch ihr hohes Problembewusstsein kennzeichnen, liegen jeweils deutlich darüber mit Werten von 50 Prozent bis 62 Prozent starker Zustimmung. Ausnahme bildet der Vorrang privater Wassernutzung: Hier liegt ihre starke Zustimmung zwar auch deutlich über den Werten der anderen Segmente, ist mit 42 Prozent bis 43 Prozent aber der für diese Segmente geringste Wert.

6.2 Narrative und Framing

Nicht alle Teilnehmenden der Fokusgruppen und Tiefeninterviews finden es zutreffend hinsichtlich Umwelt und Natur aktuell von einer Krise zu sprechen. Die Einordnung als Krise erreicht vor allem die Teilnehmenden, die bereits von der Dringlichkeit von Natur- und Umweltkrise überzeugt sind und schreckt jene Teilnehmenden in der Diskussion ab, die aktiviert oder überzeugt werden müssen. Zudem stört der Krisenframe ein mögliches positives Narrativ (siehe unten).

Aktivierbare Optimistische und *Progressive Ungeduldige* bewerten die Folgen von Natur- und Umweltzerstörung als so starke Gefährdung für die menschliche Existenz, dass es für sie keinesfalls Alarmismus ist, von einer Umweltkrise zu sprechen – auch nicht im Vergleich zu anderen gegenwärtigen Krisen. Vereinzelt wird aber kritisiert, der Begriff Krise signalisiere, dass es sich um ein zeitlich begrenztes Problem handle. Dabei sehen *Aktivierbare Optimistische* und *Progressive Ungeduldige* Umwelt und Naturschutz als langfristige Herausforderung und Aufgabe.

Auch die ressourcenschwächeren Segmente *Kostenbewusste Pragmatische* und *Prekäre Überzeugte* erkennen Natur- und Umweltprobleme als Krise an und wollen die damit verbundenen Risiken und negativen Auswirkungen nicht kleinreden. Dennoch sind – insbesondere für *Kostenbewusste Pragmatische* – andere Krisen gegenwärtig präsenter und haben einen direkteren Bezug zu ihrer Lebenswelt. Für diese Segmente gibt es durchaus die Sorge, dass Umwelt- und Naturschutz für sie selbst eine finanzielle Belastung sein kann. Beiden Segmenten ist daher wichtig, dass die Politik soziale Fragen und Umwelt- und Naturschutz zusammen denkt. Insbesondere *Kostenbewusste Pragmatische* betonen, dass sie nicht den eigenen hart erarbeiteten, bereits nicht üppigen Lebensstandard aufgeben möchten und wenig Verständnis dafür aufbringen können, wenn Probleme der letzten Jahre gefühlt auf ihrem Rücken ausgetragen werden.

Für *Ideologische Skeptische* und *Ambivalente Zweifelnde* stellen Natur- oder Umweltprobleme in Deutschland noch keine Krise dar. Vielmehr sei die aktuelle gesellschaftliche Darstellung von einem starken moralischen Zeigefinger geprägt und der Krisenframe medial aufgebauscht.

Ein positives Narrativ von Umwelt- und Naturschutz überzeugt Teilnehmende aller Segmente aktuell mehr. Positives Framing funktioniert hier als Motivator. Gerade in bzw. nach Krisenzeiten sehnen sie sich nach „Positivnachrichten“ – denn viele ziehen sich aktuell von den „normalen“, in den letzten Jahren als negativ empfundenen Nachrichten, bewusst zurück. Die positive Einordnung funktioniert besonders bei Dingen, die wie Umwelt und Natur per se schon positiv besetzt sind. Zudem können Maßnahmen des Umwelt- und Naturschutzes, gerade in Segmenten mit geringerer Ressourcenausstattung, das momentan eher gestörte Gefühl von Selbstwirksamkeit stärken. Dies funktioniert, wenn Maßnahmen sichtbare Effekte haben und die Möglichkeit besteht auch ohne viele (finanzielle) Ressourcen zu handeln oder zu

profitieren. Erfolge motivieren und sind hier schneller und unmittelbarer sichtbar als beispielsweise beim Klimaschutz.

Für viele Teilnehmende muss Umwelt- und Naturschutz nicht per se Belastung sein, sondern kann mitunter sogar Entlastung sein, insbesondere für *Aktivierbare Optimistische* und *Progressive Ungeduldige*: Nicht finanziell, aber kognitiv, indem sichtbare Handlungen, Fortschritte und Erfolge die gegenwärtige Krisenstimmung mindern. Teilnehmende berichten begeistert von ihnen bekannten Fällen, beispielsweise von der Renaturierung von Torfmooren oder der Rettung von Korallenriffen. Der Fokus der Kommunikation sollte daher auch auf den Zielen und Erfolgen liegen, nicht nur auf den Problemen und Hürden. Erfolgsgeschichten motivieren zusätzlich.

6.3 Überzeugungsstärke von Pro- und Contra-Argumenten

In Fokusgruppen wurde durch zunächst getrennte Erarbeitung von Argumenten in Arbeitsgruppen und anschließende gemeinsame Diskussion im Rahmen eines fiktiven Szenarios die Überzeugungsstärke von Argumenten für und gegen Umwelt- und Naturschutz untersucht. Im Diskussionsverlauf der einzelnen Gruppen zeigt sich, dass *Prekäre Überzeugte* und *Progressive Ungeduldige* beim Thema Umwelt- und Naturschutz nach wie vor Überzeugungskraft für *Aktivierbare Optimistische* und *Kostenbewusste Pragmatische* haben. Durch die Moderation eingebrachte Gegenargumente aus anderen Fokusgruppen und Tiefeninterviews mit *Ideologischen Skeptischen* und *Ambivalenten Zweifelnden* hatten wenig Überzeugungskraft. Auf der anderen Seite lässt sich beobachten, dass *Ideologische Skeptische* und *Ambivalente Zweifelnde* in homogenen Diskussionsrunden sich wechselseitig in ihrer ablehnenden Haltung gegenüber Maßnahmen ver- und bestärken.

Natur- und Umweltschutz wurde in diesen Fokusgruppen bei der Sammlung von Pro-Argumenten in erster Linie zumeist als Faktor für Lebensqualität gesehen, vor allem hinsichtlich Erholungs- und Freizeitmöglichkeiten. Generationengerechtigkeit war ein weiteres, häufig angeführtes Argument. Auch Gesundheit wurde ungefragt angeführt, wobei die Teilnehmer/innen darunter sowohl physische als auch psychische Gesundheit fassen. Weitere Argumente mussten zumeist durch die Moderation aktiv mit eingebracht werden, wurden dann aber in der Regel als überzeugend aufgenommen: bspw. das Recht auf Zugang zu sauberem Wasser, sauberer Luft und intakter Natur oder der Schutz vor Hitze, Dürre, Unwetter und Klimawandelfolgen.

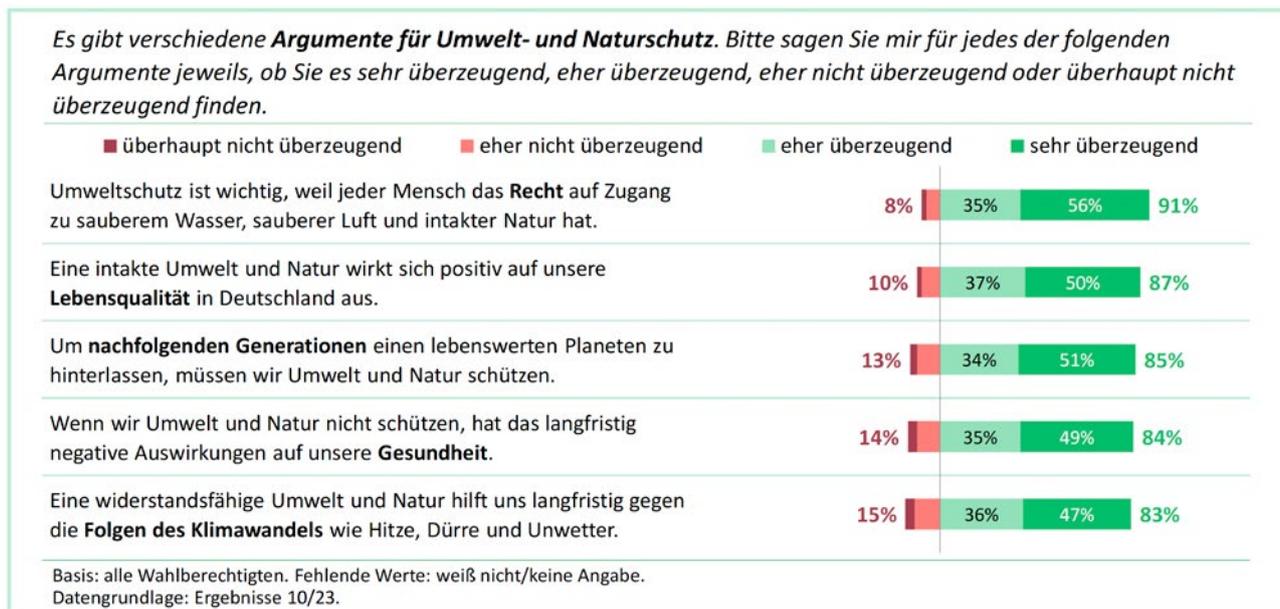


Abbildung 31: Überzeugungsstärke von Argumenten für Umwelt- und Naturschutz.

Im Rahmen der repräsentativen Befragung 2023 wurden die Befunde dann validiert und quantifiziert. Ins Auge springt zunächst, dass alle fünf untersuchten Pro-Argumente von einer breiten Mehrheit als überzeugend eingestuft werden, wobei zwischen 47 Prozent und 56 Prozent die jeweiligen Argumente dabei auch als sehr überzeugend bewerten. Dies deckt sich mit den qualitativen Befunden insofern, als dass auch in den dementsprechenden Fokusgruppen diese Argumente inhaltlich gar nicht angezweifelt wurden, vielmehr wurde im Fall der Gegenrede versucht, die Gegen-Argumente als gewichtiger zu präsentieren.

Auffällig ist, dass das Argument, jeder Mensch habe das Recht auf sauberes Wasser, saubere Luft und intakte Natur, mit 56 Prozent am häufigsten als sehr überzeugend bewertet wird. Schon in den entsprechenden Fokusgruppen wurde dieses Argument von einigen mit enthusiastischem Kopfnicken quittiert – aber es wurde von den Teilnehmer/innen in keiner der sechs Gruppe ungestützt genannt und auch nach Einbringen durch die Moderation im Rahmen des fiktiven Szenarios von der Gruppe, die für Umwelt- und Naturschutz argumentieren sollte, nie eigenständig verwendet.

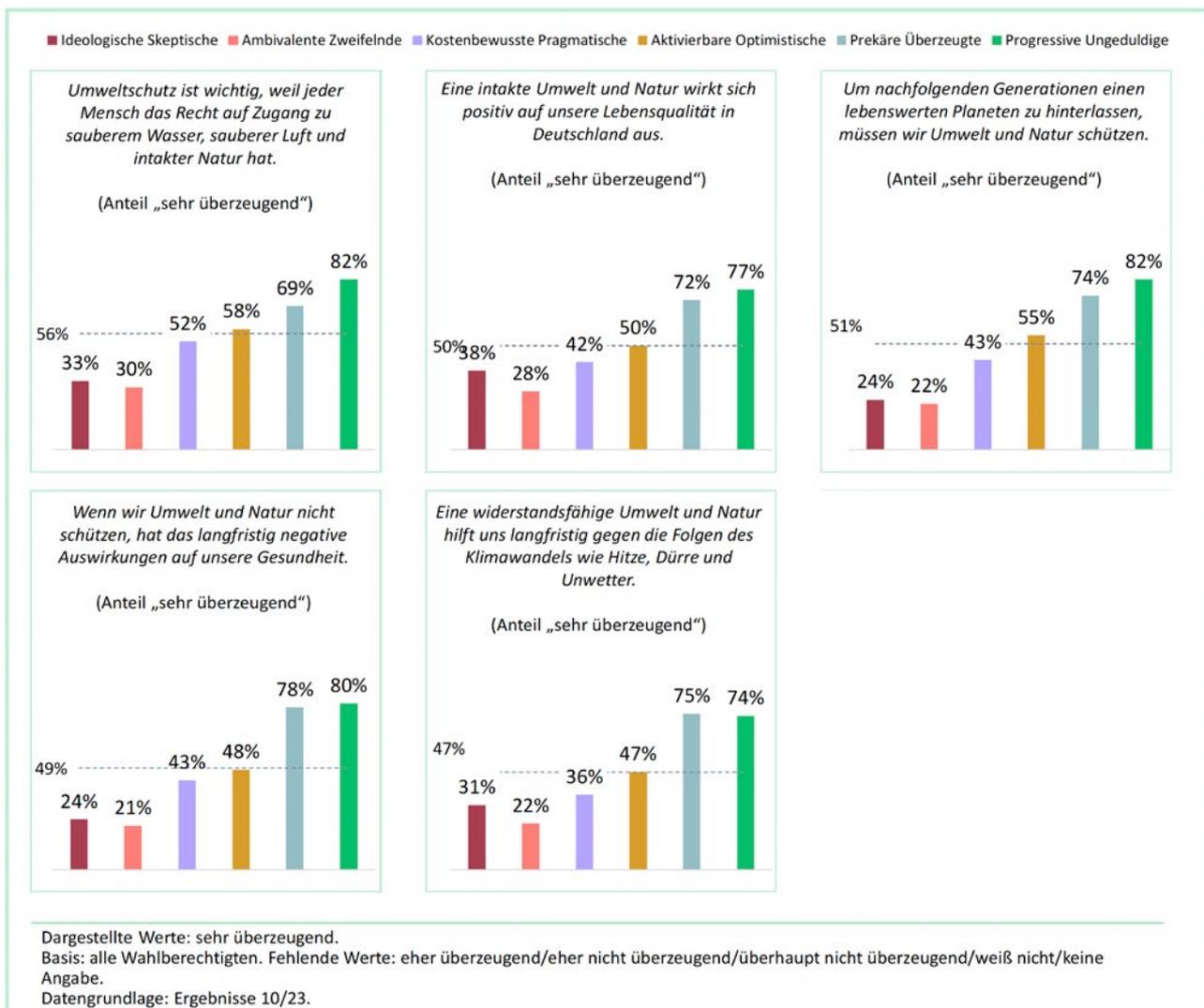


Abbildung 32: Überzeugungsstärke von Argumenten für Umwelt- und Naturschutz – Segmentauswertung.

Der Blick auf die Segmentauswertung zeigt das zu erwartende Muster entlang der Problembewusstseinsdimension: Je ausgeprägter das Problembewusstsein eines Segmentes, desto höher ist der Anteil derjenigen, die das jeweilige Argument als sehr überzeugend einschätzen. Unter *Ideologischen Skeptischen* und *Ambivalenten Zweifelnden* – beide Segmente mit niedrigem Problembewusstsein – liegt der Anteil jeweils zwischen 21 Prozent und 38 Prozent. Bei den „mittleren“ Segmenten – *Kostenbewusste Pragmatische* und *Aktivierbare Optimistische* – liegt er zwischen 36 Prozent und 58 Prozent. Bei den *Prekären Überzeugten* und *Progressiven Ungeduldigen* liegt er entsprechend ihres ausgeprägten Problembewusstseins jeweils zwischen 69 Prozent und 82 Prozent.

In den entsprechenden Fokusgruppen fällt zudem auf, dass vor allem *Kostenbewusste Pragmatische* und *Prekäre Überzeugte*, zwei ressourcenschwache Segmente, das Argument von Selbstwirksamkeit und eigener Handlungsmacht mit aufnehmen. Teilnehmende berichten teilweise enthusiastisch von Baumpflanz- oder Müllsammelaktionen, die ihr Gemeinschaftsgefühl stärkten und sie aus einer gefühlten Ohnmacht holten.

In den Fokusgruppen griffen die Teilnehmer/innen in erster Linie auf Contra-Argumente und -Narrative zurück, die aus dem Diskurs um Klimawandel und -schutz bereits bekannt sind. Die Trennung zwischen Klima einerseits sowie Umwelt und Natur andererseits wurde im Diskussionsverlauf obsolet. Als Argumente wurden finanzielle Kosten und Einschränkungen prominent nach vorne gestellt. Viele Maßnahmen wurden als Bevormundung oder Gängelung von Bürger/innen geframt und ihre Wirksamkeit in Frage gestellt. Umwelt- und Naturschutz wurde als Nachteil für den Wirtschaftsstandort Deutschland gewertet, der eine Deindustrialisierung in Zeiten wirtschaftlicher Herausforderungen durch internationale Konkurrenz befördere.

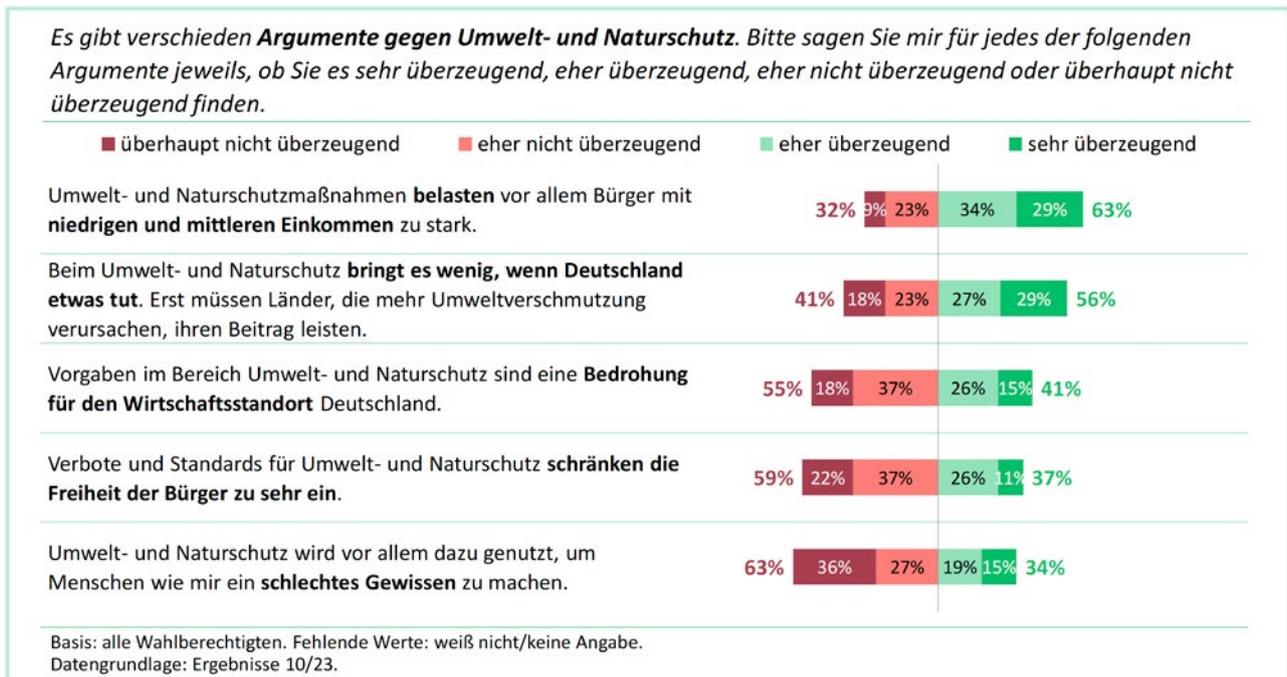


Abbildung 33: Überzeugungsstärke von Argumenten gegen Umwelt- und Naturschutz.

Auch in der quantitativen Befragung ist das stärkste Argument, dass Umwelt- und Naturschutzmaßnahmen Bürger/innen mit niedrigen und mittleren Einkommen zu stark belasten würden. Insgesamt 63 Prozent finden dies überzeugend, 29 Prozentpunkte davon sogar sehr überzeugend. Das Argument, dass es nichts bringt, wenn Deutschland im Alleingang etwas mache, ist aus dem Kontext Klimaschutz bekannt und überzeugt auch hinsichtlich Umwelt- und Naturschutz immerhin 56 Prozent, 29 Prozentpunkte davon sogar sehr. Die anderen drei abgefragten Argumente können segmentübergreifend mehrheitlich nicht überzeugen. Insbesondere das Argument des „schlechten Gewissens“ wird von 36 Prozent sogar als überhaupt nicht überzeugend gewertet.

Erwartungsgemäß zeigt sich in der Segmentauswertung, dass unter *Ideologischen Skeptischen* und *Ambivalenten Zweifelnden* der Anteil derjenigen am größten ist, welche die jeweiligen Gegenargumente als sehr überzeugend werten. Das Argument, dass Umwelt- und Naturschutzmaßnahmen Bürger/innen mit niedrigen und mittleren Einkommen zu stark belasten, finden jedoch *Kostenbewusste Pragmatische* mit 38 Prozent ähnlich häufig sehr überzeugend wie *Ideologische Skeptische* und *Ambivalente Zweifelnde*. Mit 27 Prozent bei den *Prekären Überzeugten* und 20 Prozent unter *Aktivierbaren Optimistischen* hat es zudem bereits eine gewisse Überzeugungskraft auch in den anderen beiden für das BMUV zentralen Ansprachesegmenten. Mit diesem Argument können *Ideologische Skeptische* und *Ambivalente Zweifelnde* daher Anschluss finden, um gegen Umwelt- und Naturschutzmaßnahmen zu überzeugen. Das Argument,

Deutschland alleine könne nichts erreichen, überzeugt in den beiden Segmenten der *Ideologischen Skeptischen* und *Ambivalenten Zweifelnden* selbst aber deutlich mehr: Etwa jede/r Zweite findet dieses Argument sehr überzeugend. Die weiteren Argumente – Umwelt- und Naturschutz als Bedrohung für den deutschen Wirtschaftsstandort, als Freiheitseinschränkung oder aber als moralischer Zeigefinger um Bürger/innen ein schlechtes Gewissen zu machen – überzeugen tatsächlich ausschließlich in diesen beiden Segmenten einen substantziellen Anteil an Bürger/innen auch sehr.

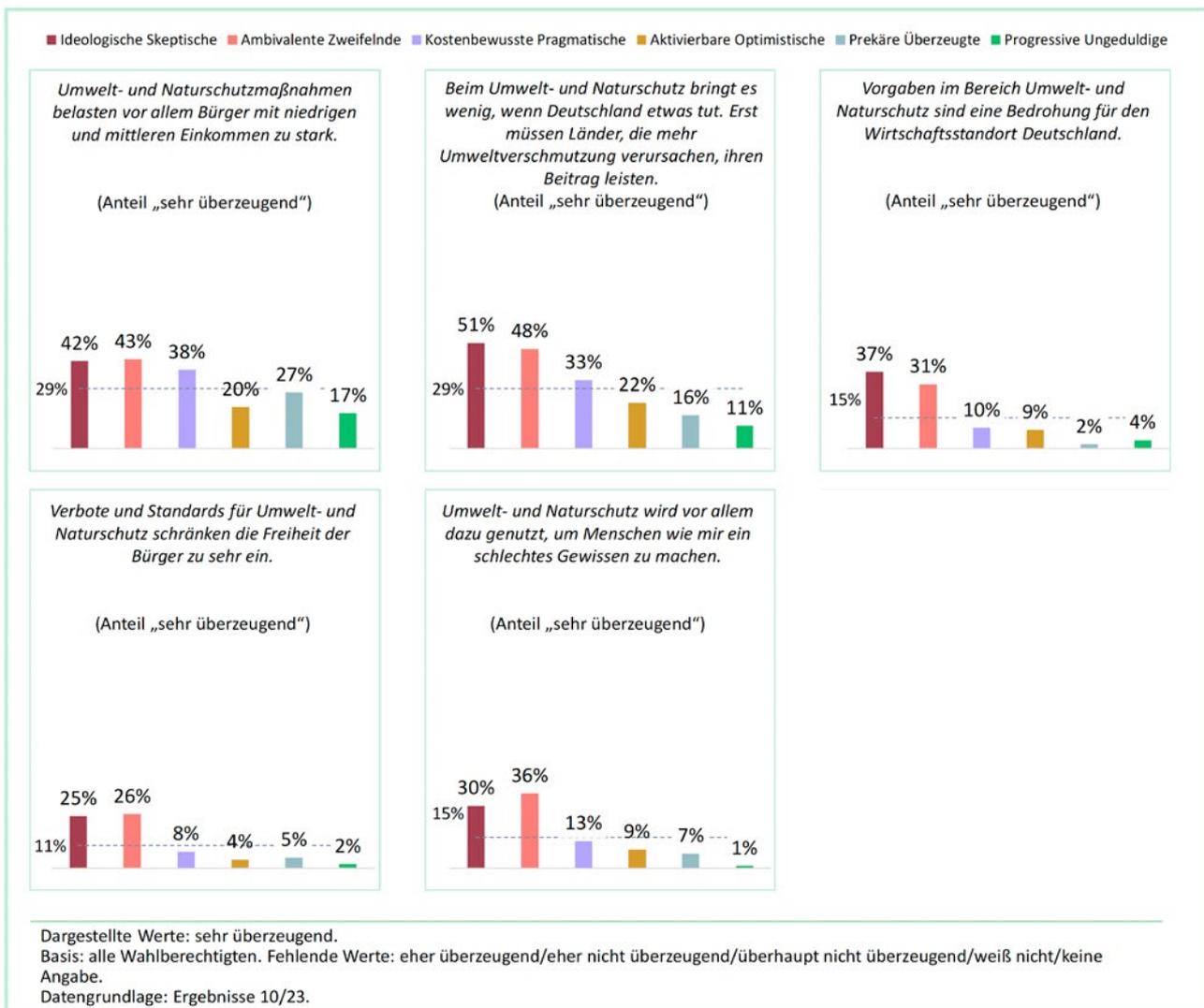


Abbildung 34: Überzeugungsstärke von Argumenten gegen Umwelt- und Naturschutz – Segmentauswertung.

Schon in entsprechenden Fokusgruppen hat das Argument der Gängelung und Freiheitseinschränkung in der gemeinsamen Diskussion vor allem bei *Ideologischen Skeptischen* und *Ambivalenten Zweifelnden* überzeugt. In der Breite entfaltete dieses Contra-Argument wenig Wirkung, dafür ist das Problembewusstsein, dass gehandelt werden muss, einfach zu groß. Bemerkenswert ist in den Fokusgruppen zudem, dass die *Ideologischen Skeptischen* und *Ambivalenten Zweifelnden* die gesammelten Contra-Argumente und -Narrative auch für die gesellschaftliche Mehrheitsmeinung halten. Die *Kostenbewussten Pragmatischen* und *Prekären Überzeugten* hingegen erschrecken fast davor, wie leicht es ihnen fällt, Contra-Positionen einzunehmen. Die *Aktivierbaren Optimistischen* und *Progressiven Ungeduldigen*

sträuben sich zwar anfangs davor, negative Argumente zu sammeln, recht schnell zeigt sich aber, dass ihre Abwehrhaltung vor allem moralisch begründet ist und der Aufrechterhaltung ihres eigenen Selbstbildes dient.

Die Pro-Argumente entfalteteten in den entsprechenden Fokusgruppendifkussionen vor allem dann Wirkung, wenn sie von starken progressiven Sprecher/innen eingebracht wurden. Das soziale Setting, in dem Meinungsbildung in der Realität erfolgt und welches die Fokusgruppenmodule simulieren, ist in den Ergebnissen der repräsentativen Befragung nicht eingepreist. Die Befürworter/innen von Umwelt- und Naturschutz sind in den Fokusgruppendifkussionen vor allem erfolgreich, wenn sie Sorgen als unbegründet abräumen oder Gegenargumente als nicht überzeugend widerlegen. Die Strategie einer eigenen positiven Zukunftserzählung hingegen wird kaum gewählt. Vielmehr versuchen sie pragmatischere, kleinere, alltäglichere Dinge als Benefit nach vorne zu stellen, beispielsweise ein für Kinder kostenloses Freibad als Ausgleich zum Pool-Verbot bei Wasserrationierung.

7 Zusammenfassung, Handlungsempfehlungen und Ausblick

Für das Forschungsprojekt wurde eine von pollytix erarbeitete gesellschaftspolitische Segmentierung für das BMUV repliziert. Aus der Kombination einer Problembewusstseins- und einer Ressourcendimension lassen sich sechs Segmente ermitteln, die unterschiedliche Einstellungen und Zugänge zu Umwelt- und Naturschutzpolitik aufweisen und daher auf unterschiedliche Art bei der Kommunikation angesprochen werden müssen.

Segment und typische Aussage	Kurzbeschreibung
<p>Ideologische Skeptische</p> <p><i>„Jeder Mensch sollte aus seinem Leben machen können, was er möchte. Da gehören Kreuzfahrten dazu und auch mal einen schlechten CO2-Abdruck zu hinterlassen, einfach für eine gewisse Lebensqualität.“</i></p>	<p>Häufig ältere Männer, eher hoch gebildet und mit hohen Einkommen. Mitunter Problembewusstsein für Umwelt- und Naturschutz vorhanden – ohne größeren Handlungsdruck. Fokus auf Selbstverantwortung und Ablehnung von Verboten und Vorschriften, insbesondere wenn durch diese Veränderungen, Einschränkungen oder Einschnitte erwartet werden, die auch die persönliche Situation betreffen.</p>
<p>Ambivalente Zweifelnde</p> <p><i>„Ich bin kein Klimawandelleugner oder so. Aber ich glaube, so akut, wie das teilweise kommuniziert wird, ist es nicht.“</i></p>	<p>Eher jünger, häufig Eltern, durchschnittliches Bildungsniveau, eher unterdurchschnittliche Einkommen. Positives Verhältnis zu Natur und Umwelt als Heimatort, mitunter generelles Problembewusstsein, Ausmaß der Belastung von Umwelt und Klima wird gering eingeschätzt. Höhere Akzeptanz von Maßnahmen, wenn der eigene Lebensstil nicht in Frage gestellt wird/ die persönliche Betroffenheit gering ist.</p>
<p>Kostenbewusste Pragmatische</p> <p><i>„Geld ist momentan wirklich ein großes Thema. Ich weiß nicht, wo mein Geld bleibt. Also das ist schneller weg, als ich gucken kann. Diese finanzielle Sorge ist tatsächlich da.“</i></p>	<p>Häufig Frauen mittleren Alters, eher niedrige formale Bildung, geringe Einkommen und Empfinden großen finanziellen Drucks. Problembewusstsein für Umwelt- und Naturschutz vorhanden trotz eines gering eingeschätzten Ausmaßes der Belastung von Umwelt und Klima und fehlender Alltagsrelevanz. Sehen Politik in der Verantwortung und haben Sorge, dass Maßnahmen zu Lasten von Erwerbstätigen mit geringem bis mittlerem Einkommen gehen.</p>
<p>Aktivierbare Optimistische</p> <p><i>„In der Politik werden immer einzelne Probleme betrachtet und für einzelne Probleme wird versucht eine Lösung zu suchen. Mir fehlt, wie die Zahnräder ineinandergreifen. Das finde ich unfassbar anstrengend.“</i></p>	<p>Eher ältere Männer und Frauen über 60, hohe Bildung, kaum finanzielle Sorgen. Optimistischer Habitus, durchaus Bereitschaft, bei Umwelt- und Naturschutz Verantwortung zu übernehmen, auch Sorge vor Wohlstandsverlust und zu großen Einschnitten. Höhere Akzeptanz von Maßnahmen, die als pragmatisch und effektiv empfunden werden und in größere Erzählung eingebettet sind.</p>
<p>Prekäre Überzeugte</p> <p><i>„Die Welt braucht den Menschen nicht, aber der Mensch braucht die Welt, also die Natur, die Umwelt. Da würde ich mir wünschen, dass die Politik viel mehr eingreift, durchgreift.“</i></p>	<p>Überwiegend Frauen unter 60, häufig Mütter, zum Teil alleinerziehend. Mittlere bis niedrige formale Bildung und niedrige Einkommen. Der Alltag ist von finanziellen Sorgen und Stress geprägt. Häufig werden Natur und Umwelt als Zufluchtsorte vor eigenen Sorgen gesehen. Starkes Problembewusstsein und Verantwortungsgefühl. Große Bereitschaft, Maßnahmen und Einschnitte mitzutragen, aber Sorge vor zu starken Belastungen. Forderung an Politik, für gerechte Rahmenbedingungen zu sorgen.</p>
<p>Progressive Ungeduldige</p> <p><i>„Die Natur ist so großartig und fordert keinen Applaus. Das ist so ein riesiges Geschenk. (in dem Moment, wo ich mich einfach darin bewege, ist es an mir, das zu betrachten, zu erfahren – und zwar mit allen Sinnen.“</i></p>	<p>Häufiger weiblich, eher älter und mit formal hoher Bildung. Durchschnittliche Einkommen, nur selten finanzielle Sorgen. Ausgeprägtes Umweltbewusstsein, viel Wissen zu Umwelt- und Naturschutz, hoher Handlungsdruck bis hin zu Angst vor weiterer Umwelt- und Naturzerstörung. Häufig Individualisierung von Verantwortung, aber auch deutliche Forderungen an Politik nach mehr Umwelt- und Naturschutz.</p>

Im Rahmen des Forschungsprojektes wurden die drei Segmente Aktivierbare Optimistische, Kostenbewusste Pragmatische und Prekäre Überzeugte als zentrale Ansprachesegmente für das BMUV definiert.

Stimmung und Transformationsbereitschaft

Anfängliche Krisenmüdigkeit hat sich während des Forschungszeitraums bei vielen Bürger/innen in eine Krisenerschöpfung gesteigert: Umwelt- und Naturschutzpolitik findet gegenwärtig in einer gesamtgesellschaftlichen Stimmung statt, die geprägt ist von Zukunftspessimismus, Unsicherheiten und (Abstiegs-) Ängsten. Diese Stimmung wird von den Bürger/innen nicht nur auf die Krisen selbst, sondern auch auf den Umgang der Politik damit zurückgeführt. In der Konsequenz resultiert daraus bei vielen ein geringes Vertrauen in die Handlungs- und Problemlösungsfähigkeit von Politik und Demokratie. Begleitet wird dieser Vertrauensverlust zudem von dem weit verbreiteten Eindruck, dass Politik Bürger/innen derzeit zu viel zumutet. Jede/r zweite Bürger/in fühlt sich von Veränderungen in Gesellschaft und Politik derzeit überfordert, die Veränderungsbereitschaft ist entsprechend gering.

Themenrelevanz von Klima- und Umweltschutz

Auf der politischen Themenagenda gab es während des Forschungszeitraums zuletzt signifikante Verschiebungen: Offen nach den größten Herausforderungen für Deutschland in den nächsten 10 bis 20 Jahren gefragt – also ohne vorgegebene Antwortkategorien –, nennen im Oktober 2023 nur noch 29 Prozent Klima- und Umweltschutz im Vergleich zu 40 Prozent im September 2022. Das ist der geringste Wert seit Erhebungsbeginn 2019. Zum ersten Mal liegt mit 9 Prozentpunkten Abstand ein Thema deutlich darüber: Migration.

Zugang zu Umwelt und Natur

Umwelt und Natur sind in der Wahrnehmung der Bürger/innen positiv besetzt. Beinahe alle Befragten haben individuelle, alltägliche Berührungspunkte mit Umwelt und Natur: Erholungs- und Ruheorte, Freizeitaktivitäten, aber auch emotionale oder ästhetische Zugänge. Diese Aspekte erweisen sich als kommunikative Hebel, die auf breite Zustimmung stoßen und Menschen unterschiedlicher Hintergründe ansprechen. Insgesamt zeigt sich, dass ein vielfältiger und positiver Zugang zu Umwelt und Natur in der Bevölkerung besteht.

Problembewusstsein, Handlungsdruck und Verantwortlichkeit

Ideologische Skeptische und *Ambivalente Zweifelnde* empfinden hinsichtlich Umwelt- und Naturschutz keinen großen Problemdruck, sie warnen vor Alarmismus und haben das Gefühl, es geht mit Umwelt und Natur eher bergauf. Bedingt durch den geringen Handlungsdruck zeigen sie wenig Akzeptanz für Veränderungen und für eine engagierte Umwelt- und Naturschutzpolitik. *Ideologische Skeptische* sehen Umwelt- und Naturschutz in erster Linie als Eigenverantwortung, wobei dieser Fokus sich vor allem in der Ablehnung begründet, den eigenen Lebensstil oder das eigene Verhalten zu verändern. Politische Steuerung wird von ihnen, wenn überhaupt, über ein Anreizsystem gefordert. *Ambivalente Zweifelnde* hingegen machen Wirtschaft und Industrie als hauptverantwortlich aus. Diese werden aus ihrer Sicht ohne politisches Eingreifen nicht handeln, zugleich glauben *Ambivalente Zweifelnde* aber nicht, dass Politik zu einer effektiven Umwelt- und Naturschutzpolitik in der Lage ist.

Kostenbewusste Pragmatische und *Prekäre Überzeugte* nennen bei Umwelt- und Naturschutz vor allem mit Klimawandel assoziierte Aspekte. Ihr Eindruck ist, dass sich der Zustand von Umwelt und Natur zunehmend verschlechtert. Vor der weiteren Entwicklung haben sie Sorge. Wirtschaft und Industrie sehen

auch sie als hauptverantwortlich und fordern diesbezüglich politisches Eingreifen. Sie nehmen Politik darüber hinaus in die Pflicht, Rahmenbedingungen zu schaffen, die es allen ermöglichen, ihren Teil zum Schutz von Umwelt und Natur beizutragen.

Aktivierbare Optimistische und *Progressive Ungeduldige* nehmen drastische Verschlechterungen in Zusammenhang mit dem Zustand von Umwelt und Natur wahr. *Aktivierbare Optimistische* pochen auf ein positives Narrativ von Umweltschutz. *Progressive Ungeduldige* wollen dieses teilen, haben aber eigentlich das Gefühl, es geht primär nur noch um Schadensbegrenzung. Beide Segmente fordern prinzipiell sowohl Eigenverantwortung, als auch politische Vorgaben und verbindliche Regeln für Bürger/innen, Wirtschaft und Industrie gleichermaßen.

Anstrengungen der Bundesregierung

Der Anteil derjenigen, die sich von den Bundesregierungen mehr Anstrengungen im Klimaschutz wünschen, ist in den letzten drei Jahren von 61 Prozent auf 41 Prozent gesunken. Der Anteil derjenigen, die diese als zu groß kritisieren, hat sich im selben Zeitraum von 14 auf 34 Prozent mehr als verdoppelt. Die Bewertungen zu den Anstrengungen der Bundesregierung beim Umwelt- und Naturschutz fallen analog aus, weil Bürger/innen in der Regel nicht zwischen Klimaschutz einerseits sowie Umwelt- und Naturschutz andererseits trennen. Eine negative Wahrnehmung von Klimaschutzpolitik färbt dadurch auch auf die Bewertung und Akzeptanz von Umwelt- und Naturschutzpolitik ab.

Ausgaben und Finanzierung von Umwelt- und Naturschutz

In der repräsentativen Umfrage, die im September 2023 und damit vor dem Gerichtsurteil des Bundesverfassungsgerichtes zum zweiten Nachtragshaushalt stattfand, sprach sich knapp die Hälfte der Befragten dafür aus, künftig mehr Geld für den Umwelt- und Naturschutz auszugeben. Ähnlich viele wollten mehr Geld für die Stärkung der Wirtschaft ausgeben. Mit über drei Viertel waren deutlich mehr der Meinung, es solle mehr Geld für Bildung ausgegeben werden. Generell sollte der Umwelt- und Naturschutz aus Sicht von drei Viertel der Bürger/innen über Steuern für Besserverdienende sowie Steuern auf umweltschädliches Verhalten und Produkte finanziert werden. Höhere Steuern für alle Bürger/innen lehnen über drei Viertel der Befragten ab. Begründet wird dies in erster Linie durch ein Leistungs- nicht durch ein Verursacherprinzip. Rund 60 Prozent unterstützen eine Finanzierung über die Kürzung anderer Staatsausgaben, rund 35 Prozent unterstützen höhere Schulden. Diese Ergebnisse wurden vor dem Urteil des Bundesverfassungsgericht zum zweiten Nachtragshaushalt 2021 und vor den Protestenlässlich der Kürzung von Subventionen für Agrardiesel seit Anfang 2024 gewonnen.

Schwerpunktthemen des BMUV

Das Forschungsprojekt hat Wissen, Einstellungen und Akzeptanz von Maßnahmen zu vier aktuellen Schwerpunktthemen des BMUV untersucht: Natürlicher Klimaschutz, Klimaanpassung, Biodiversität, Wasserstrategie. Bis auf wenige Ausnahmen haben die meisten noch nicht von Natürlichem Klimaschutz gehört oder gelesen. Wegen des Attributs „natürlich“ wird unbekannterweise vor allem Positives damit assoziiert. Bürger/innen leiten davon ab, dass sie selbst von natürlichem Klimaschutz profitieren und dieser positive Auswirkungen für die eigene Lebensqualität hat. Nach eigenen Ideen zur CO₂-Speicherung gefragt, werden vorwiegend technische Lösungen genannt statt natürlicher CO₂-Senken. Der Begriff Senken sorgt für Verwirrung und sollte vermieden werden. Die Kommunikation kann den doppelten Mehrwert fokussieren: gut für den Klimaschutz einerseits, gut für Umwelt und Natur andererseits.

Klimaanpassung ist in der Breite noch sehr unbekannt, auch weil die Irreversibilität des Klimawandels nicht präsent genug ist. Ohne Vorwissen reichen die Assoziationen zu dem Begriff Klimaanpassung von positiv bis apokalyptisch. Auch hier werden ohne Vorwissen als Möglichkeit zur Klimaanpassung in erster Linie technische Lösungen genannt, beispielsweise Klimaanlagen gegen Hitze. Nach einer Erklärung, was unter Klimaanpassung zu verstehen ist, fällt die Bewertung vornehmlich positiv aus. Segmente mit hohem Problembewusstsein haben zum Teil die Sorge, dass Klimaanpassung auf Kosten des Klimaschutzes geht. Segmente mit niedrigem Problembewusstsein finden Anpassung mitunter gar sinnvoller und spielen diese gegen Klimaschutz aus.

Biodiversität ist vor allem durch Insekten- und Bienensterben ein Thema. Insgesamt haben die Bürger/innen wenig Wissen zum Ausmaß und den tatsächlichen Folgen des Artenaussterbens. Problematisierung erfolgt vor allem emotional-moralisch. Die Kommunikation zu diesem Thema kann kein Vorwissen voraussetzen und sollte Fachbegriffe wie Biodiversität vermeiden.

Prinzipiell gibt es ein breites Problembewusstsein dafür, dass es regional und zeitlich zunehmend Probleme mit Wasserknappheit einerseits und zu viel Wasser, beispielsweise durch Starkregenereignisse, andererseits gibt. Das tatsächliche Ausmaß ist für viele zugleich aber nicht greifbar. Es gibt bei einigen die vage Hoffnung auf einfache Lösungen, wie eine bessere geografische Verteilung von Wasser bei regionaler Knappheit. Fairness ist aus Sicht aller Segmente bei möglicher Wasserregulierung äußerst wichtig für die Akzeptanz: Einschränkungen für Bürger/innen und nicht systemkritische Bereiche sollten erst nach Regulierungen für „Großkonzerne“ und Wirtschaft erfolgen.

Akzeptanz in Konfliktfeldern

In der Theorie bekommt Umwelt- und Naturschutz häufig Zustimmung, weil Kosten und mögliche Zielkonflikte nicht direkt präsent sind. Im Rahmen der Forschung zeigt sich hohe Zustimmung für Umwelt- und Naturschutzvorhaben auch in Konfliktfeldern, aber diese sind forschungsbedingt nach wie vor theoretische Szenarien. Gleichzeitig zeigt die Forschung auch eine ausgeprägte „not in my backyard“-Haltung vieler Bürger/innen, die in der Praxis definitiv Auswirkungen auf die tatsächliche Akzeptanz hat.

Narrative

Die Vermittlung des Zustands von Umwelt und Natur als Krise erreicht vor allem diejenigen, die bereits von der Dringlichkeit von Natur- und Umweltkrise überzeugt sind. Diejenigen aber, die es zu aktiveren oder überzeugen gilt, sind angesichts ihrer Krisenmüdigkeit und der gesellschaftlichen Stimmung von der Kommunikation als Krise abgeschreckt. Ein positives Narrativ hingegen überzeugt die meisten und motiviert. Sichtbare Effekte von Umwelt- und Naturschutz stärken das Selbstwirksamkeitsgefühl und Erfolge motivieren. Daher sollte die Kommunikation den Fokus auf zu erreichende, positive Ziele und bereits erreichte Erfolge legen. So knüpft sie an die positiven Zugänge zu Umwelt und Natur an.

Pro Argumente

Als Argumente für Umwelt- und Naturschutzvorhaben funktionieren vor allem Erhalt und Steigerung von Lebensqualität, Generationengerechtigkeit und Gesundheit in den Fokusgruppen. Insgesamt erhalten die Pro-Argumente auch in der repräsentativen Befragung hohe Zustimmungswerte. In Gruppendiskussionen werden die Argumente weniger inhaltlich infrage gestellt, als vielmehr durch Gegenrede versucht, Gegenargumente als gewichtiger zu präsentieren.

Contra-Argumente

Bei Argumenten gegen Umwelt- und Naturschutz wird in den Fokusgruppen häufig auf Gegenargumente zurückgegriffen, die aus dem Diskurs um Klimaschutzmaßnahmen bekannt sind: Belastung von Menschen mit niedrigem Einkommen, Einschränkungen, Wirksamkeit nationalen Handelns bei einem globalen Problem, Gefahr für Wirtschaft und Wohlstand.

7.1 Forschungsbasierte Empfehlungen

Vorhandene Zugänge zu Umwelt und Natur als kommunikative Anknüpfungspunkte nutzen, Fakten- und Handlungswissen ausbauen

Alltägliche Zugänge zum Thema Natur und Umwelt sind in allen Segmenten vorhanden. Umwelt- und Naturschutz wird (in unterschiedlichem Ausmaß) als Problem anerkannt. Gesundheit, Erholungs- und Freizeitwert sowie Flora und Fauna als schützenswerte Güter sind kommunikative Hebel, die alle ansprechen. Positive Erfahrungen, etwa durch Freizeitangebote in der Natur, steigern die Wahrnehmung von Nutzen und Wert von (intakter) Natur und Umwelt. Bei einigen – insbesondere den Segmenten mit geringem oder mittlerem Problembewusstsein – kann ein Zugang gut über Tierschutz bzw. eigene Haustiere funktionieren.

Der Wissensstand zu den Schwerpunktthemen des BMUV ist in der Breite derzeit (noch) gering. Dies kann als Chance verstanden werden, da die Themen daher noch nicht stark politisiert sind und bei vielen Menschen der Meinungsbildungsprozess noch offen ist. Die Chance, Grundlagen zum Thema zu vermitteln, ist vorhanden und sollte genutzt werden. Stark vereinfachte Aufklärungskampagnen können ein nützliches Instrument sein. Sinnvoll ist es, Themen mit persönlichen Geschichten zu verknüpfen und auf die vorhandenen Zugänge und kommunikativen Hebel zurückzugreifen, Formate wie Reportage oder „Dokumentation“ zu bedienen und dabei die Sprache der Zielgruppe zu sprechen. Es sollte zudem auf eine Medienvielfalt gesetzt werden, also auch Publikumszeitschriften, Privatsender und soziale Medien bespielt werden, sodass alle Segmente dort abgeholt werden, wo sie sich primär (aktiv oder passiv) informieren. Durch umweltpolitische Bildungsangebote kann gleichzeitig Wissen vermittelt und weiteres Interesse geweckt werden.

Einfache Sprache, kein Vorwissen voraussetzen

In der Kommunikation kann wenig Vorwissen zu Ursachen und Wirkungsmechanismen im Bereich Umwelt- und Naturschutz vorausgesetzt werden. Begriffe wie Biodiversität, Biotop und Ökosystem werden als Fachsprache empfunden und nicht verstanden. Die Kommunikation sollte daher möglichst niedrigschwellig erfolgen, wenig voraussetzungsvoll sein und auf Fachtermini weitgehend verzichten.

Handlungsdruck unterstreichen ohne Ängste und Krisenstimmung zu schüren

Das Forschungsprojekt zeigt, dass mittels einer positiven Erzählung mehr Bürger/innen erreicht werden als mit der Beschreibung der Lage als Krise. Intakte Umwelt und Natur sind ein Mehrwert. Auf Nachfrage werden zum Teil mehr Lebensqualität und mehr Gesundheit, aber auch gesteigerte Selbstwirksamkeit und mentale Entlastung als positive Zugewinne aufgeführt. Dieser Ausblick kann motivieren. Insbesondere der Faktor Lebensqualität kann für einige ein zusätzlicher Motivator sein.

Angesichts der Krisenmüdigkeit, gesunkener Veränderungsbereitschaft und dem verbreiteten Gefühl der Überforderung und Ohnmacht ist es für die Akzeptanz von Umwelt- und Naturschutzpolitik essenziell,

dazu nicht beizutragen. Die Kommunikation sollte neben positiven Zugewinnen auch die möglichen Verluste und Risiken klar kennzeichnen. Um keine Sorgen und Ängste zu schüren, sollten Problemlagen aber in Kombination mit deren Lösbarkeit und entsprechenden Lösungen kommuniziert werden.

Diskurshoheit behalten und Themendominanz zurückgewinnen

Umwelt – und Klimaschutz wurde über einen mehrjährigen Zeitraum von den meisten Bürger/innen als wichtigste Herausforderung der nächsten 10 bis 20 Jahre gesehen. Dass Migration als Herausforderung Umwelt- und Klimaschutz auf Platz eins der Nennungen im Oktober 2023 nun abgelöst hat, ist auch darauf zurückzuführen, dass Diskurse aus dem rechten Spektrum in der gesellschaftlichen Mitte anschlussfähig geworden sind. Da rechtspopulistische und -radikale Einstellung stark mit einer ablehnenden Haltung gegenüber Umwelt- und Klimaschutz korrelieren, bleibt eine Diskurshoheit rechter Akteure nicht ohne Folgen für die Akzeptanz von Umwelt- und Naturschutzmaßnahmen. Dem muss kommunikativ bereits jetzt etwas entgegengesetzt werden, insbesondere mit Blick auf die drei für das BMUV zentralen Segmente: *Aktivierbare Optimistische* sind zermürbt von dem Eindruck einer reaktiven statt agierender Politik und haben einen ausgeprägten Wunsch nach einer sich stärker erklärenden und einordnenden Politik, die ihnen Sicherheit und Handlungsorientierung bietet. Diese Bedürfnisse und ihr Wunsch nach Anerkennung der eigenen Leistungen müssen fokussiert werden. *Kostenbewussten Pragmatischen* und *Prekären Überzeugten* muss deutlich gemacht werden, dass kein Umweltschutz für sie belastender ist als Umwelt- und Naturschutzmaßnahmen. Auch sie brauchen zugleich Anerkennung und Wertschätzung sowie Orientierung.

Langfristig Vertrauen in Politik und politische Handlungsfähigkeit stärken

Um das Vertrauen in die politische Lösungsfähigkeit zu stärken, ist es wichtig, den Menschen immer wieder zu demonstrieren, dass durch politische Entscheidungen bei Umwelt- und Naturthemen Erfolge erzielt werden, ohne dass diese zur Belastung von Bürger/innen oder Wohlstandsverlusten führen. Beispiele reichen von der Einführung des Katalysators, welcher der deutschen Automobilindustrie nicht geschadet hat, bis zum Ausbau der Erneuerbaren Energien, der nicht auf Kosten der Versorgungssicherheit ging, während ihr Anteil an der Stromerzeugung allgemein sogar unterschätzt wird. Zudem hängt die Akzeptanz, insbesondere der *Aktivierbaren Optimistischen*, stark von der Einbettung in einen größeren Rahmen ab, der Orientierung und Sicherheit gibt.

Das Wozu und Warum in den Fokus der Maßnahmenkommunikation stellen

Eine starke Abwehrhaltung gegenüber Maßnahmen findet sich bei den Segmenten mit niedrigem Problembewusstsein *Ideologische Skeptische* und *Ambivalente Zweifelnde*. Menschen, die diesen Segmenten zuzuordnen sind, spitzen ihre Kritik an der Umweltpolitik teilweise so stark zu, dass sie behaupten – und ggf. sogar tatsächlich glauben – dass die Regierung ihnen das Autofahren und Fleischessen verbieten wollte. Bei Segmenten, die eigentlich ein hohes Problembewusstsein und Interesse an wirksamen Umwelt- und Naturschutzmaßnahmen haben, besteht statt einer prinzipiellen Abwehrhaltung eher Skepsis gegenüber der Wirksamkeit von Maßnahmen. In Kombination mit einer „Loss-Aversion“ – das heißt, Verluste wiegen in der Abwägung schwerer als Gewinne – führt das dazu, dass die Akzeptanz von Umwelt- und Naturschutzmaßnahmen um ihrer selbst willen gering ist. Erst der Nutzen für Umwelt und Natur, aber auch die Benefits für jeden Einzelnen und das übergeordnete Ziel verleihen den Maßnahmen in den Augen der Bürger/innen Legitimität und sollten daher in der Kommunikation nach vorne gestellt werden.

Auch Funktion und Wirkungsweise werden oft nicht verstanden und stehen Akzeptanz im Weg. Dies verdeutlicht, dass bei der Kommunikation der Maßnahmen immer zugleich auch das „Warum“ erläutert und betont werden sollte.

Multiplikator/innen für Pro-Argumente stärken, Gegenargumente antizipieren

Die Durchschlagskraft von Argumenten für Umwelt- und Naturschutz erweist sich in der Forschung als abhängig von starken Fürsprecher/innen als Absender/in. Außerdem zeigt sich, dass Argumente, die starke Zustimmung erhalten, von Bürger/innen nicht auch automatisch in die eigene Argumentation übernommen und verinnerlicht werden. Um die Pro-Argumente sichtbarer zu machen und langfristig zu verankern, ist es sinnvoll, (auch weniger politische) Multiplikator/innen zu nutzen und Argumente über längere Zeit konsistent zu spielen.

Gegenargumente stammen häufig aus dem Diskurs um Klimaschutzmaßnahmen, sind damit bereits „gelernt“ und haben zudem starke Anknüpfungspunkte an die gegenwärtige politische Stimmung. Auch wenn einige Argumente in der Breite (noch) keine Überzeugungskraft haben, muss eine mögliche Veränderung bereits antizipiert und eine kommunikative Gegenstrategie mitgedacht werden. Natürlicher Klimaschutz und Klimaanpassung sind aktuell noch nicht stark politisiert, bieten aber breite Angriffsflächen für Gegenargumentationen. Klimaanpassung kann und wird sogar als Argument gegen Klimaschutz instrumentalisiert.

Hinzukommt, dass Gegenargumente meist auf einen unmittelbaren Nachteil abzielen und die Pro-Argumentation zumeist auf langfristigen Vorteilen beruht. Hinsichtlich einer verbreiteten „Loss-Aversion“ – das heißt, Verluste wiegen in der Abwägung schwerer als Gewinne – ist es sinnvoll, in der Kommunikation auch Argumente zu spielen, die vermeintlich unmittelbare Nachteile entkräften oder ihnen entgegenwirken, die nicht zwangsläufig mit dem Ziel Umwelt- und Naturschutz verbunden sein müssen, sondern auch nicht-intendierte Folgen oder „Nebenwirkungen“ sein können.

7.2 Weiterer Forschungsbedarf

Das Tracking der Daten über den bisherigen Zeitverlauf von mehreren Jahren hat ergeben, dass sich die Akzeptanz und Bedeutung von Umwelt- und Naturschutz in den Augen von Bürger/innen unterschiedlicher Segmente deutlich verändern können – bis zum Zeitpunkt der letzten Erhebung dieses Forschungsprojektes ist sie deutlich gesunken. Die öffentliche Meinung in Deutschland befindet sich derzeit in einer hochdynamischen Phase, die durch „externe Schocks“ und populistische Diskurse gekennzeichnet ist. Inwiefern sich die Bereitschaft, Maßnahmen zum Umwelt- und Naturschutz mitzutragen, weiter verändern wird, ist noch nicht final abzusehen. Die kommunikative Begleitung und Vermittlung von umwelt- und naturschutzpolitischen Maßnahmen muss strategisch stetig neu ausgerichtet werden.

Die untersuchten BMUV-Schwerpunktthemen sind den Bürger/innen zudem in der Breite derzeit noch nicht präsent und entsprechend wenig politisiert. Um die Chance, die das zugleich eröffnet, effektiv und strategisch nutzen zu können, braucht es ein tiefergehendes Verständnis und Beobachtung, wie sich Einstellungs- und Argumentationsmuster hier in der beschriebenen dynamischen Phase verändern. Mögliche negative Entwicklungen lassen sich durch Forschung mitunter antizipieren, um frühzeitig zu reagieren.

Insbesondere Klimaschutzmaßnahmen sind derzeit stark politisiert und umstritten. Vor dem Hintergrund, dass Bürger/innen in der Regel nicht zwischen Umwelt- und Naturschutz einerseits und Klimaschutz andererseits trennen, ist nicht absehbar, wie sich das Verhalten und Akzeptanz gegenüber Umwelt- und Naturschutzmaßnahmen im weiteren Zeitverlauf verändern werden. Ein weiteres Monitoring der Akzeptanz von Umwelt- und Naturschutzmaßnahmen in der Bevölkerung ist auch daher dringend geboten.

Das Urteil des Bundesverfassungsgerichtes zum Klima- und Transformationsfonds hat unlängst dazu beigetragen, dass im politischen Diskurs staatliche Ausgabenprioritäten neuverhandelt werden. Zugleich werden Verteilungs- und Gerechtigkeitsfragen nach mehreren Krisenjahren in der Bevölkerung wieder lauter gestellt. Um auch hier sich verändernde Einstellungen und Stimmungen zu beobachten, zu analysieren und verstehen zu können, besteht weiterer Forschungsbedarf dazu, ob und welche Ansätze einer sozial ausgestalteten Umweltpolitik in der Bevölkerung mehr Akzeptanz erlangen können.