

## INTERVIEW



Lorenz Meister, Doktorand in der Infrastruktureinrichtung Sozio-oekonomisches Panel (SOEP) im DIW Berlin

# „Verteilungsaspekte von Klimapolitik anzugehen, entkräftet polarisierende Narrative“



1. **Herr Meister, Sie haben untersucht, wie sich Narrative zur Klimapolitik auf populistische Einstellungen auswirken. Wie sind Sie dabei vorgegangen?** Uns hat interessiert, welche Narrative zu Klimapolitik und den damit verbundenen Kosten im Umlauf sind. Dazu haben wir 1500 Menschen gefragt, was sie an Klimapolitik besonders ungerecht finden. Dabei haben sich drei Narrative herauskristallisiert: Erstens das Einkommensnarrativ, wonach vor allem ärmere Haushalte durch Klimapolitik belastet werden. Zweitens das Unternehmensnarrativ, wonach sich Unternehmen ihrer Verantwortung entziehen können. Drittens das Wirtschaftsnarrativ, wonach die deutsche Volkswirtschaft leidet, während andere Länder außen vor sind. Im Rahmen des Experiments haben wir dann Teilnehmende zufällig den drei unterschiedlichen Narrativen ausgesetzt und untersucht, wie die Narrative die Einstellungen zu Populismus im Allgemeinen und die Einstellungen zu Klimapopulismus im Speziellen verändern.
2. **Wie definieren Sie Populismus?** Populismus ist ein Begriff, der in öffentlichen Debatten vielseitig verwendet wird. In der Wissenschaft gibt es einen starken Konsens, dass Populismus eine politische Rhetorik ist, die das einfache Volk den korrupten Eliten gegenüberstellt und drei Elemente hat: Anti-Pluralismus, Anti-Elitismus und Souveränität des Volkes. Klimapopulismus im Speziellen bedeutet, dass Klimapolitik als ein Projekt der korrupten Eliten dargestellt wird, das auf Kosten der einfachen Menschen geht.
3. **Wie wirken sich die von Ihnen getesteten Narrative auf Ihre Testpersonen aus?** Alle drei Narrative verstärken klimapopulistische Einstellungen. Wir haben keine Effekte auf allgemeine populistische Einstellungen gefunden. Das Einkommensnarrativ hat zusätzlich einen negativen Effekt auf die Zufriedenheit mit der Demokratie in Deutschland.
4. **Wie wirken sich die Narrative auf die verschiedenen Wähler\*innengruppen in Deutschland aus?** Hier haben wir unterschieden zwischen linken und rechten Wähler-

milieus, also links und rechts der Mitte. Wir finden, dass die linke Wählerschaft am stärksten auf das Unternehmensnarrativ reagiert und die rechte Wählerschaft am stärksten auf das Einkommens- und das Wirtschaftsnarrativ.

5. **Warum und wie werden klimapolitische Narrative von Populist\*innen instrumentalisiert?** Politische Debatten fußen nicht immer nur auf Zahlen und Fakten. Narrative, also Geschichten, die komplexe Zusammenhänge vereinfachen, sind ein beliebtes Mittel im politischen Diskurs. Gerade Populist\*innen nutzen Narrative, um ihre Argumente zuzuspitzen und gesellschaftliche Spaltungen voranzutreiben und davon zu profitieren.
6. **Gibt es einen Zusammenhang zwischen Klimaskepsis und populistischer Grundhaltung?** Populismus geht nicht immer mit Klimaskepsis einher. Aber es gibt klare Muster, nach denen die Wählerschaft der großen populistischen Parteien in Deutschland, die Alternative für Deutschland (AfD) und das Bündnis Sahra Wagenknecht (BSW), die geringsten Sorgen ums Klima zeigen. Sie haben auch die geringste Bereitschaft, ihren Konsum nachhaltig auszurichten durch weniger Fleisch, weniger Fliegen und weniger Heizen.
7. **Wie ließe sich polarisierenden Narrativen entgegenwirken?** Es ließe sich diesen Narrativen entgegenwirken, wenn man Klimapolitik nicht nur sozial gerecht und aufmerksam ausgestaltet, sondern auch transparent kommuniziert und vor allem Verteilungsaspekte nicht ausklammert, sondern offen adressiert. Sorgen, die die Wählerschaft in Bezug auf Klimapolitik hat, sollten angesprochen werden. Es sollte offen damit umgegangen werden, wie Klimapolitik sozial ausgestaltet werden kann.

Das Gespräch führte Erich Wittenberg.



Das vollständige Interview zum Anhören finden Sie auf [www.diw.de/interview](http://www.diw.de/interview)



DIW Berlin — Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e. V.  
Anton-Wilhelm-Amo-Straße 58, 10117 Berlin

[www.diw.de](http://www.diw.de)

Telefon: +49 30 897 89-0 E-Mail: [kundenservice@diw.de](mailto:kundenservice@diw.de)

92. Jahrgang 24. September 2025

#### Herausgeber\*innen

Prof. Anna Bindler, Ph.D.; Prof. Dr. Tomaso Duso; Sabine Fiedler; Prof. Marcel Fratzscher, Ph.D.; Prof. Dr. Peter Haan; Prof. Dr. Claudia Kemfert; Prof. Dr. Alexander S. Kritikos; Prof. Dr. Alexander Kriwoluzky; Prof. Karsten Neuhoﬀ, Ph.D.; Prof. Dr. Sabine Zinn

#### Chefredaktion

Prof. Dr. Pio Baake; Claudia Cohnen-Beck; Sebastian Kollmann;  
Kristina van Deuverden

#### Lektorat

Prof. Dr. Lukas Menkhoff; Till Köveker

#### Redaktion

Rebecca Buhner; Dr. Hella Engerer; Petra Jasper; Adam Mark Lederer;  
Frederik Schulz-Greve; Sandra Tubik

#### Gestaltung

Roman Wilhelm; Stefanie Reeg; Eva Kretschmer, DIW Berlin

#### Umschlagmotiv

© imageBROKER / Steffen Diemer

#### Satz

Satz-Rechen-Zentrum Hartmann + Heenemann GmbH & Co. KG, Berlin

Der DIW Wochenbericht ist kostenfrei unter [www.diw.de/wochenbericht](http://www.diw.de/wochenbericht) abrufbar. Abonnieren Sie auch unseren Wochenberichts-Newsletter unter [www.diw.de/wb-anmeldung](http://www.diw.de/wb-anmeldung)

ISSN 1860-8787

Nachdruck und sonstige Verbreitung – auch auszugsweise – nur mit Quellenangabe und unter Zusendung eines Belegexemplars an den Kundenservice des DIW Berlin zulässig ([kundenservice@diw.de](mailto:kundenservice@diw.de)).