

STUDIE

Aufgeheizte Debatte?

Eine Analyse der Berichterstattung
über das Heizungsgesetz – und was wir
politisch daraus lernen können



Executive Summary

Executive Summary

Am 28. Februar 2023 prangte auf der Titelseite der Bild-Zeitung in weißen Lettern auf schwarzem Grund: „Habeck will Öl- und Gasheizungen verbieten“ – ergänzt um den Hinweis: „Schon ab 2024!“. Dieser Artikel, in dem aus einem bis dato unveröffentlichten und geleakten Entwurf für die Novellierung des Gebäudeenergiegesetzes (GEG) zitiert wurde, markierte den Startpunkt einer äußerst emotionalen und bis heute nachwirkenden Debatte über das Gesetz im Speziellen und Klimapolitik im Allgemeinen.

Es folgten ein monatelanger Streit in der Regierung, eine zugespitzte Kampagne der Opposition, Verunsicherung bei den Bürger:innen, eine erfolgreiche Klage der Opposition gegen die Abstimmung des Gesetzes und schließlich dessen Verabschiedung durch den Bundestag im September 2023. Für die Verunsicherung in der Bevölkerung und die sinkende Zustimmung zur Klimapolitik wurde wahlweise eine mediale Kampagne oder schlechte Kommunikation der Regierung verantwortlich gemacht. Weder die Berichterstattung der Medien über das GEG, noch das Agieren der Politik wurden jedoch bisher einer ausführlichen Analyse unterzogen. Diese Lücke soll mit der vorliegenden Studie geschlossen werden.

Analyse der Berichterstattung über das Gebäudeenergiegesetz

Im Rahmen einer quantitativen Inhaltsanalyse wurden 2.036 zwischen Januar und Oktober 2023 veröffentlichte Beiträge aus insgesamt 19 regionalen und überregionalen Medien auf Vielfalt, Ausgewo-

genheit und faktische Richtigkeit untersucht. Die Ergebnisse, die im ersten Kapitel der Veröffentlichung dargelegt werden, verweisen auf eine relativ hohe thematische Vielfalt der Medienberichterstattung. Der Fokus liegt auf dem Gesetzesinhalt, den politischen Prozessen und der technologischen Umsetzbarkeit.

Ausgewogenheit: Das GEG wird in der Medienberichterstattung in allen Aspekten überwiegend negativ bewertet. Insbesondere wird eine mangelnde Vermittlung und geringe Akzeptanz des Gesetzes kritisiert; aber auch die Auswirkungen auf Wirtschaft und Klimaschutz werden negativ eingeschätzt. Besonders kritisch wird das GEG in Medien am rechten und linken Rand des publizistischen Spektrums (auch Extremmedien) und der Bild behandelt, die entsprechende Begriffe in ihrer Berichterstattung verwenden (u. a. „Heizhammer“, „Heizverbot“) und damit die öffentliche Debatte zusätzlich aufheizten.

Akteurinnen und Akteure: Die Berichterstattung konzentriert sich weitestgehend auf politische Akteurinnen und Akteure, was bereits aus früheren Studien bekannt ist. Bürger:innen spielen dagegen kaum eine Rolle. Regierungsparteien – insbesondere Bündnis 90/Die Grünen – stehen im Mittelpunkt der Debatte über das GEG; kleine Oppositionsparteien finden kaum Beachtung. Alle Parteien werden negativ bewertet, wobei die SPD vergleichsweise wenig Kritik erfährt. Die Grünen werden in den untersuchten Lokalmedien im Vergleich zu den anderen Parteien weniger negativ, von der Bild und rechten Publikationen hingegen fast ausschließlich negativ dargestellt.

Richtigkeit: Die Medien berichten insgesamt deutlich mehr richtige als irreführende Informationen zum Austausch bzw. Weiterbetrieb alter Heizungs-systeme. Lediglich die Bild und linke Medien vermitteln in relevantem Maße, rechte Medien sogar überwiegend irreführende Informationen.

Viralität: Artikel von rechten Medien und der Bild werden besonders stark auf Facebook verlinkt und durch Interaktionen mit Nutzenden viral verbreitet. Das ist insofern problematisch, als dass diese Medien nicht nur besonders negativ berichten, sondern auch den höchsten Anteil an irreführende Darstellungen aufweisen.

Insgesamt zeichnen die Ergebnisse der Analyse ein differenziertes Bild der Berichterstattung der deutschen Medien zum GEG – mit einer hohen thematischen Vielfalt und überwiegend korrekten Informationen. Allerdings kann die überwiegend negative Darstellung des Gesetzes und der dafür verantwortlichen politischen Akteurinnen und Akteure langfristig das Vertrauen in demokratische Prozesse schwächen.

Lehren für Politik und Medien

Das GEG gehört zu den unbeliebtesten Projekten der Bundesregierung. Dieses Akzeptanzdefizit bei einem der bedeutendsten Klimaschutzvorhaben der 20. Legislaturperiode muss sich die Bundesregierung in erster Linie selbst ankreiden. Insgesamt ist das GEG ein Beispiel dafür, wie man eine anspruchsvolle Klimaschutzmaßnahme als Regierung *nicht* konzipieren und kommunizieren sollte. Auch die demokratische Opposition wurde ihrer Verantwortung für einen faktenbasierten Diskurs nicht immer gerecht.

Bis heute stellt sich die Frage, welche Lehren sich aus der GEG-Debatte für zukünftige Maßnahmen ziehen lassen, die zur Klimaneutralität bis 2045 beitragen sollen. Das zweite Studienkapitel leistet einen Beitrag zu dieser Aufarbeitung und schlägt erste Ableitungen für die politische Konzeption und

Kommunikation sowie den Journalismus vor:

Politische Konzeption: Erkenntnisse aus der Forschung zu Akzeptanzfaktoren sollten stärker in die Entwicklung von Klimaschutzpolitik integriert werden. Soziale Gerechtigkeit etwa gilt als wichtigster Einzelfaktor für die Akzeptanz. Die Verantwortlichen hätten die soziale Abfederung beim GEG also deutlich früher berücksichtigen müssen (*Förderung vor Forderung*). Die hohen, kurzfristigen Kosten von Klimaschutz sind ein weiterer negativer Akzeptanzfaktor, weswegen eine gesetzlich verankerte *langfristige Kostenperspektive* (z. B. Lebenszykluskosten eines Heizsystems) hilfreich sein kann, wie internationale Beispiele zeigen. Individuumsbezogene Maßnahmen stoßen generell auf weniger Akzeptanz, daher sollten infrastrukturelle Veränderungen (hier: kommunale Wärmeplanung) vorangestellt werden (*Infrastruktur vor Individuum*).

Politische Kommunikation: Aufgrund des Leaks des GEG-Entwurfs erlangte das Wirtschaftsministerium zu keinem Zeitpunkt Deutungshoheit über das eigene Gesetz. Bei kontroversen und interessenbehafteten Klimavorhaben sollte ein Ministerium – bevor das Gesetz das Haus verlässt – in der Öffentlichkeit den ersten Frame setzen (*Frame-Setting*). Auch sollte im Zuge einer frühzeitigen Kommunikation mit den zentralen Fakten und der Sensibilisierung für mögliche Desinformationen präventiv gegen Mythenbildung vorgebaut werden (*Prebunking*). Mit glaub- und vertrauenswürdigen Stimmen aus der Lebenswelt der Menschen (z. B. Handwerk, Energieberatung, Stadtwerke) sollte im Sinne einer Diskursallianz kooperiert werden.

Journalismus: Eine sachliche und ausgewogene Berichterstattung über komplexe klimapolitische Maßnahmen erfordert von Redaktionen eine erhöhte *Transformationskompetenz* über konkrete Instrumente der Dekarbonisierung, den *kritischen Umgang mit Verzögerungstaktiken* (z. B. die fehlenden Voraussetzungen für H2-ready-Heizungen) sowie eine *langfristige Perspektive* bei der Ausübung der Kontroll- und Kritikfunktion.



Inhaltsverzeichnis

I. Inhaltsanalyse der Berichterstattung zum Gebäudeenergiegesetz

Dr. Pablo Jost und Matthias Mack

Einleitung	8
Methode	10
Ergebnisse der Medienanalyse	11
Zusammenfassung und Fazit	19
Fußnoten	21
Über die Autoren	22

II. Lehren aus der Heizungsdebatte für klimapolitische Diskurse

Dr. Johannes Hillje

Politische Konzeption: Akzeptanzfaktoren für Klimapolitik	26
Politische Kommunikation: Prävention gegen Misinformationen	29
Journalismus: Rüstzeug für die Berichterstattung über komplexe Klimaschutzmaßnahmen	31
Fazit	33
Fußnoten	34
Über den Autor	36

Impressum	38
------------------	----



I. Inhaltsanalyse der Berichterstattung zum Gebäudeenergiegesetz

Dr. Pablo Jost und Matthias Mack

Einleitung

Anfang Dezember 2021 verabschiedeten die Ampelparteien ihren Koalitionsvertrag. Darin enthalten ist eine – von der Öffentlichkeit wenig beachtete – Novelle des bereits von der Großen Koalition 2020 beschlossenen Gebäudeenergiegesetzes (GEG): „Zum 1. Januar 2025 soll jede neu eingebaute Heizung auf der Basis von 65 Prozent erneuerbarer Energien betrieben werden“.¹ Dieses Vorhaben sollte knapp eineinhalb Jahre später eine aufmerksamkeitsstarke Debatte in Politik und Medien auslösen.

Die mediale Auseinandersetzung mit dem Gebäudeenergiegesetz begann mit der Veröffentlichung des Gesetzesentwurfs durch die Bild-Zeitung Ende Februar 2023. Infolgedessen kritisierten Opposition, FDP, SPD, Interessenverbände der Immobilien- und Energiewirtschaft sowie Sozialverbände das Vorhaben und adressierten dabei die Partei Bündnis 90/Die Grünen, insbesondere den für das Gesetz federführend verantwortlichen Bundesminister für Wirtschaft und Klimaschutz Robert Habeck. Im Zentrum der Kritik standen eine zu starke Fokussierung auf die Wärmepumpentechnologie, die Forderung nach mehr Technologieoffenheit, die Abfederung von sozialen Härten sowie eine Bevormundung von Bürger:innen. Der Begriff „Heizungsverbot“ wurde zum geflügelten Wort. Ende März 2023 einigten sich die Regierungsparteien nach 30-stündiger Verhandlung darauf, Ausnahmen, Übergangsfristen, umfassende Förderungsmaßnahmen sowie einen technologieoffenen Ansatz in das Gesetz zu integrieren. Als das Kabinett den entsprechenden Gesetzestext Mitte April 2023 beschloss, stimmte Christian Lindner, Bundesminister der Finanzen und Bundesvorsitzender der FDP, weiteren Änderungen am Gesetz nur unter Vorbehalt und ausgedrückt durch eine Pro-

tokollnotiz zu. Auf dem kurz darauf stattfindenden FDP-Parteitag forderten die Delegierten per Antrag die Bundestagsfraktion dazu auf, den Gesetzesentwurf hart nachzuverhandeln. Ende April 2023 erfuhr die Debatte eine neue Wendung als Robert Habeck seinen Mitarbeiter Patrick Graichen – hauptverantwortlich für das Gesetzesvorhaben – im Zuge einer Compliance-Affäre entließ.² In der Zwischenzeit drängten Mitglieder der Grünen auf eine Beschleunigung der parlamentarischen Verfahren; die FDP hingegen stellte 101 Fragen an Robert Habeck, ohne deren Beantwortung sie dem Gesetz nicht zustimmen würde. Nach weiteren Sitzungen und nächtlichen Verhandlungen einigte sich die Koalition Ende Juni 2023 auf einen finalen Gesetzesentwurf. Allerdings verschob sich die Abstimmung über diesen im Bundestag, nachdem der CDU-Abgeordnete Thomas Heilmann Anfang Juli Klage eingereicht hatte. Sein Bedenken, dass ihm als Oppositionspolitiker zu wenig Zeit eingeräumt würde, um sich mit den Gesetzesänderungen vertraut zu machen, wurde vom Bundesverfassungsgericht geteilt. Schon bevor die öffentliche Debatte Fahrt aufnahm, zeigten sich weite Teile der Bevölkerung skeptisch gegenüber den Plänen der Regierung, den Einbau fossiler Heizungssysteme ab 2024 zu verbieten.³ In einer Umfrage im Mai gaben 74 Prozent der Befragten an, sich von der Bundesregierung insgesamt „weniger gut“ oder „gar nicht“ informiert zu fühlen.⁴ Im Juni sank die Zustimmung zur Arbeit der Bundesregierung auf einen vorläufigen Tiefpunkt.⁵ In Erding bei München protestierten gar mehrere Tausend Menschen gegen das Heizungsgesetz. Die ablehnende Haltung der Bevölkerung hielt sich bis zur Verabschiedung des Gesetzes durch den Bundestag im September 2023.

Nicht nur die Regierung und ihr Agieren in Hinblick auf das GEG, sondern auch die mediale Berichterstattung über den Gesetzesentwurf wurde Gegenstand einer kritischen Debatte. Die Medien hätten vor allem in der Anfangsphase der Gesetzesaushandlung (also unmittelbar nach der Veröffentlichung durch die Bild-Zeitung) durch die Verbreitung von Falschinformationen zur Verunsicherung der Bürger:innen und zur Diskreditierung des Gesetzes beigetragen.⁶ Der Bild wird dabei eine besondere Rolle zugeschrieben, da sie durch die Veröffentlichung und eine Vielzahl weiterer polarisierender Artikel die Begrifflichkeiten, Tonalität und Perspektive der folgenden Debatte einseitig geprägt und eine Kampagne gegen die Grünen initiiert habe.⁷ Andere Nachrichtenmedien hätten diese voreingenommene Berichterstattung inklusive der tendenziösen Begriffe (z. B. „Heizungsverbot“) übernommen, so dass die durch Desinformation und Einseitigkeit bestimmte Nachrichtenlage zu einem Akzeptanzverlust und einer Verunsicherung in der Bevölkerung geführt habe.⁸

Bisher wurde diese Beobachtung nicht wissenschaftlich untersucht. Ob die Inhalte der Nachrichtenmedien den Prinzipien der Vielfalt und Ausgewogenheit entsprechen und faktisch wahr sind, ist jedoch aus verschiedenen Perspektiven relevant: In Demokratien wird der medial vermittelten Öffentlichkeit eine entscheidende Rolle bei der aktiven Bildung und Äußerung von Meinungen zugeschrieben. Es ist also davon auszugehen, dass die Meinungen von Bürger:innen zu den Inhalten und Auswirkungen des GEG von der Berichterstattung über das Gesetz entscheidend geprägt wurden. Die Voraussetzung für eine informierte und fundierte Einschätzung der Bürger:innen ist eine möglichst vielfältige Berichterstattung durch die Medien, die darum ein möglichst umfassendes Spektrum an Standpunkten zu unterschiedlichen gesellschaftlich relevanten Themen abbilden sollten.⁹ Darüber hinaus ist es für eine aufgeklärte Meinungsbildung entscheidend, sich auf wahre Informationen und faktisches Wissen stützen zu können. Auch scheint eine wissenschaftlich fundierte Untersuchung der Berichterstattung hilfreich, um die Rol-

le der Medien im und für den Diskurs systematisch zu reflektieren.

In der vorliegenden Untersuchung analysieren wir daher die journalistische Berichterstattung über das GEG. Hierfür haben wir eine quantitative Inhaltsanalyse von entsprechenden Beiträgen von 19 deutschen Medien durchgeführt. Mit einem auf den Untersuchungsgegenstand zugeschnittenen Analyseinstrument (Codebuch) lassen sich mittels Inhaltsanalyse größtenteils objektive (intersubjektiv überprüfbare) Aussagen über eine Vielzahl von Nachrichtenbeiträgen treffen. Im Fokus der vorliegenden Studie steht dabei die Frage, wie vielfältig und ausgewogen deutsche Nachrichtenmedien über das GEG im Jahr 2023 berichtet haben – und ob und inwiefern sich dies ggf. im Verlauf der Debatte verändert hat.

Aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive ergibt sich der Grad inhaltlicher Vielfalt in der Medienberichterstattung daraus, wie oft beispielsweise unterschiedliche Lebensbereiche, Regionen oder soziale Gruppen in den untersuchten Medien behandelt und wie verschiedene Standpunkte zu oder Perspektiven auf gesellschaftliche Fragestellungen gewichtet werden. Dabei wird die inhaltliche Vielfalt im Wesentlichen über drei Indikatoren abgebildet: Es wird erfasst, wie häufig unterschiedliche Akteure vorkommen (Akteursvielfalt) und wie diese in der Berichterstattung bewertet werden. Außerdem wird über die thematische Vielfalt geprüft, wie häufig bestimmte thematische Aspekte Teil der Berichterstattung sind.

Demnach ergeben sich für diese Studie folgende Forschungsfragen:

- Welche thematischen Schwerpunkte hat die Berichterstattung über das GEG?
- Welche Akteurinnen und Akteure kommen in der Berichterstattung vor und wie werden diese bewertet?
- Wie wird das GEG hinsichtlich verschiedener Dimensionen in den untersuchten Medien be-

wertet?

- Unterscheiden sich die untersuchten Medien in ihrer Berichterstattung?

Methode

Analysiert wurde die Berichterstattung über das Gebäudeenergiegesetz im Zeitraum von Januar bis einschließlich Oktober 2023. Erfasst wurden Inhalte der überregionalen Leitmedien (Frankfurter Allgemeine Zeitung, Welt, Süddeutsche Zeitung, taz, Handelsblatt sowie die Print- und Onlineangebote des Spiegels), des Boulevardmediums Bild inklusive dessen Onlineangeboten, der Onlineauftritte der Tagesschau (tagesschau.de) sowie NTV (ntv.de) sowie sechs regionaler Tageszeitungen (Thüringer Allgemeine, Sächsische Zeitung, Hannoversche Allgemeine Zeitung, Westdeutsche Allgemeine Zeitung, Passauer Presse, Tagesspiegel). Außerdem wurde die Online-Berichterstattung von Medien erfasst, die den linken (Junge Welt, nd-aktuell) sowie rechten Rand (Tichys Einblick, Compact Online) des medialen Meinungsspektrums abdecken (nachfolgend Extremmedien genannt).¹⁰ Berücksichtigt wurden alle Beiträge (Berichte und Kommentare), die in der Überschrift oder im ersten Absatz einen Bezug zum GEG aufweisen.¹¹

Die Codierung erfolgte auf Beitragsebene. Neben einer Reihe formaler Merkmale (u. a. Medium, Datum, Stilform, Quelle) wurden inhaltliche Textmerkmale erfasst, die sich für die Analyse zentraler Kriterien von Medienqualität eignen und in ähnlicher Weise bereits in früheren Studien eingesetzt wurden.¹² Dazu gehören die in der Berichterstattung vorkommenden thematischen Schwerpunkte (Themenvielfalt) sowie Akteurinnen und Akteure (Akteursvielfalt). In Hinblick auf letztere haben wir unterschieden, ob sie im Beitrag nur erwähnt wurden oder selbst zu Wort kamen (Sprecher:innen). Dabei gehen wir davon aus, dass Sprecher:innen eher in der Lage sind, ihre politischen Positionen in der Berichterstattung zu platzieren. Pro Beitrag konnten aus einer Liste

von knapp 100 Akteurinnen und Akteuren (z. B. Politiker:innen, Lobbyverbände usw.) bis zu drei zentrale Akteurinnen bzw. Akteure oder Sprecher:innen erfasst werden. Außerdem haben wir wertende Aspekte der Berichterstattung berücksichtigt. Dazu gehören die Bewertung der Akteurinnen und Akteure und verschiedene Facetten der Bewertung des GEG (z. B. Nutzen beim Klimaschutz, Akzeptanz in der Bevölkerung) ebenso wie die Bewertung verschiedener Heiztechnologien. Die Bewertungskategorien wurden auf fünfstufigen Skalen (beispielsweise von eindeutig positiv bis eindeutig negativ oder von eindeutig wirksam bis eindeutig nicht wirksam) erfasst. Um die Auswertung übersichtlicher zu gestalten, wurden diese Kategorien für die Präsentation auf dreistufige Skalen (positiv, ambivalent, negativ) reduziert. In unseren Analysen geben wir in der Regel den Saldo aus positiven und negativen Beiträgen in Prozent an. Dabei spielt es für die Codierung keine Rolle, ob die Bewertungen direkt von der Autorin bzw. dem Autor stammen oder von Dritten, die im Beitrag zitiert werden. Neben diesen Bewertungen haben wir zudem die Verwendung verschiedener positiv bzw. negativ besetzter Begriffe (z. B. „Heizhammer“, „Wärmewende“) erfasst.¹³ Schließlich haben wir untersucht, ob die Beiträge richtige oder irreführende Aussagen über den Zwang zum (sofortigen) Austausch alter Heizungen enthalten.

Nach diesen Kriterien haben die vier an unserer Untersuchung beteiligten und intensiv geschulten Codierer:innen 2.036 Beiträge analysiert. Die Codierungen erreichten in allen Fällen gute bis sehr gute Reliabilitätswerte (Maß für die Übereinstimmung der Codierer:innen untereinander nach Krippendorff) zwischen 0,70 und 1,00.

Außerdem haben wir die Resonanz der Berichterstattung der überregionalen Medien auf Facebook in den Blick genommen. Dazu haben wir das Netzwerk nach öffentlichen Verlinkungen zu den von uns erhobenen Medienbeiträgen durchsucht und entsprechende Posts und die Zahl der Nutzer:inneninteraktionen erfasst.¹⁴

Ergebnisse der Inhaltsanalyse

Die Menge der Berichterstattung über das GEG schwankt im Untersuchungszeitraum stark. Dabei kann man den Einfluss verschiedener Entwicklungen und Ereignisse auf die mediale Aufmerksamkeit für das Thema gut erkennen. Als Initialzündung lässt sich der Artikel in der Bild-Zeitung vom 28. Februar 2023 ausmachen, wobei die mediale Aufmerksamkeit erst in der zweiten Aprilhälfte nach dem Kabinettsbeschluss ein nennenswertes Niveau erreichte. Ein rapider Anstieg der Berichterstattung beginnt dann mit der Auseinandersetzung innerhalb der Koalition und den teils symbolträchtigen Aktionen der Regierungsparteien im Mai. Auch der von einer Klage begleitete Gesetzgebungsprozess sorgte vor der parlamentarischen Sommerpause für mediale Aufmerksamkeit; diese erlebte zur Verabschiedung des Gesetzes Anfang September ihren letzten Höhepunkt (s. Abbildung 1). Wir haben für jeden untersuchten Medienbeitrag bis zu drei thematische Schwerpunkte ermittelt. Die Analyse der Medienberichterstattung zum GEG offenbart klare Schwerpunkte in den analysierten Beiträgen. Von erheblichem Interesse ist die Diskussion um die *Umsetzbarkeit alternativer Technologien*:

Rund 20 Prozent aller Themennennungen beschäftigen sich mit der Praktikabilität und Durchführbarkeit des GEG und Aspekten, die die erfolgreiche Umsetzung des Gesetzes beeinflussen können (bspw. die Verfügbarkeit von Handwerkerinnen bzw. Handwerkern, Infrastrukturmaßnahmen zur kommunalen Wärmeplanung). Ähnlich viel Raum nimmt das *Handeln politischer Akteurinnen und Akteure* ein: Rund jede fünfte Thematisierung bezieht sich etwa auf die Einigkeit der Regierung und deren Handlungsfähigkeit oder das Verhalten der Opposition. Die *Causa Graichen* macht nur rund ein halbes Prozent aller Themennennungen aus. Den Gesetzgebungsprozess – also der Prozess von der Initiierung des Gesetzes über die parlamentarischen Abstimmungen bis zu seinem Inkrafttreten – betrifft etwa jede sechste Themennennung. Diskutiert werden außerdem die möglichen Folgen des GEG. Die *Konsequenzen des Gesetzes für die Bürger:innen* (bspw. finanzielle Be- und Entlastungen) werden in etwa 15 Prozent der Beiträge und damit am häufigsten beleuchtet, während die *Konsequenzen für die Wirtschaft* (4 Prozent) und den *Klimaschutz* (3 Prozent) deutlich seltener diskutiert werden. Der konkrete Inhalt des Gesetzes (bspw. Regelungen zum Einsatz alternativer Heiztechnologien und Angaben zur finanziellen Förderung) wird in 13 Prozent der Fälle thematisiert. Schließlich rekapituliert die Medienberichterstattung unterschiedliche politische Forderungen und Maßnahmen rund um das GEG – immerhin

Abb. 1: Menge der Berichterstattung im Zeitverlauf (Anzahl der Beiträge)

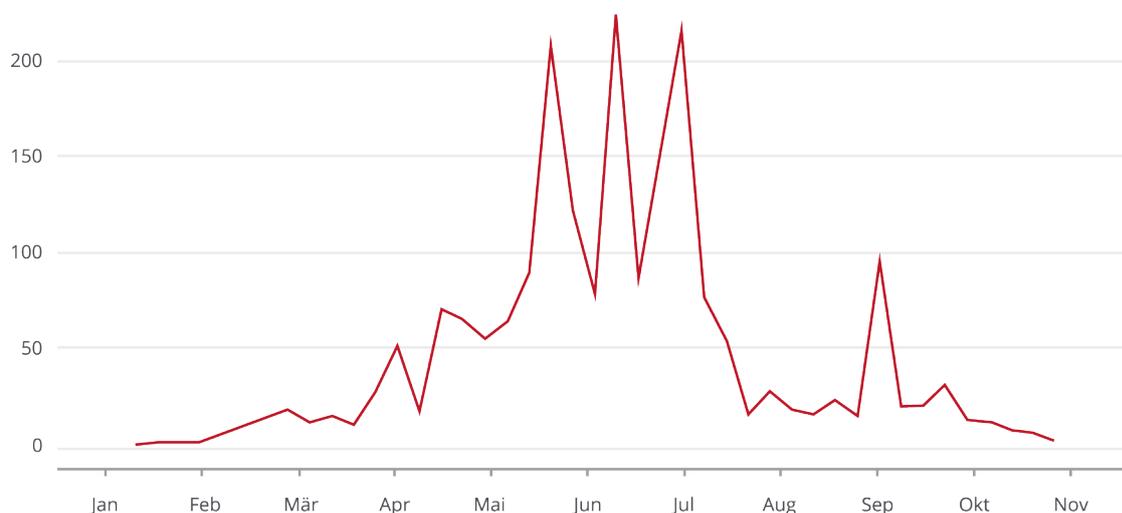
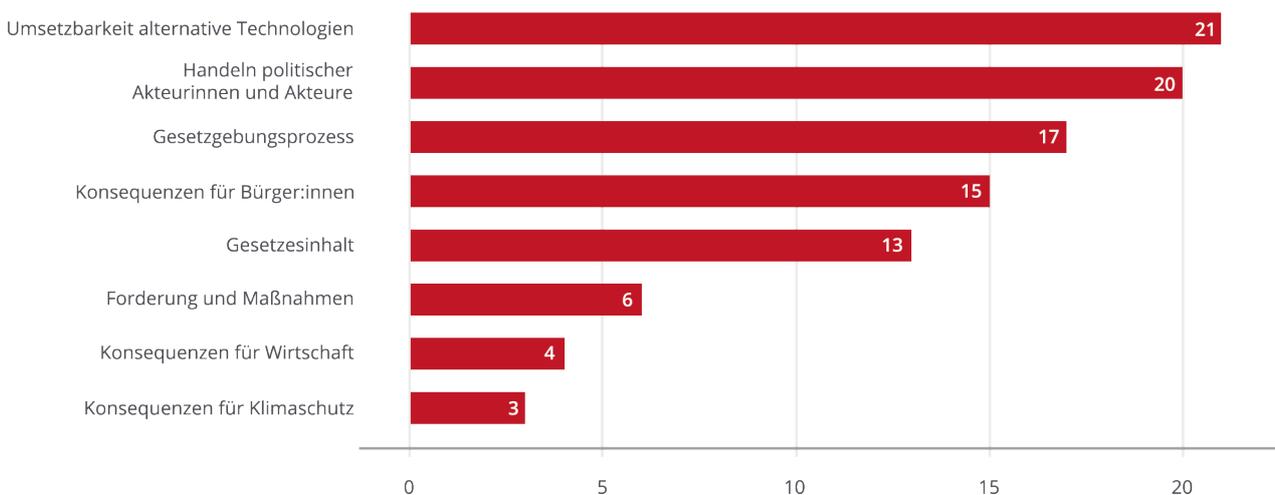


Abb. 2: Thematische Schwerpunkte der Berichterstattung (Anteil an Themennennungen in Prozent)



6 Prozent der Themennennungen entfallen auf Empfehlungen oder konkrete Maßnahmen, die im Zusammenhang mit dem Gebäudeenergiegesetz vorgeschlagen oder diskutiert werden (s. Abbildung 2).

Für jeden Beitrag haben wir bis zu drei Akteurinnen und Akteure erfasst. Darunter fallen Personen oder Gruppen sowie Organisationen, die im Beitrag hauptsächlich erwähnt werden und deren Handeln oder Positionen beschrieben werden. Als Sprecher:innen haben wir hingegen Personen erfasst, die in einem Beitrag direkt oder indirekt zitiert werden. Hier liegt der Fokus darauf zu identifizieren, wer in einem Beitrag zu Wort kommt. Die Analyse offenbart einen klaren Schwerpunkt auf politische Akteurinnen und Akteure: Drei Viertel aller genannten Akteurinnen bzw. Akteure und Sprecher:innen sind Politiker:innen oder Parteien. Interessanterweise repräsentieren Handwerker:innen nur etwa 7 Prozent aller genannten Akteurinnen und Akteure, kommen jedoch in jedem 15. Beitrag direkt oder indirekt zu Wort. Zivilgesellschaftliche Akteure wie Nichtregierungsorganisationen, Gewerkschaften und Arbeitgeberverbände sind in der Berichterstattung zwar selten genannt, kommen jedoch überproportional oft zu Wort. Dabei tritt die Deutsche Umwelthilfe als bedeutende NGO im Umweltbereich mit einem Anteil von rund 0,5 Prozent an allen Akteursnennungen am häufigsten auf. Die Interessen-

vertretungen der erneuerbaren Energien kommen zwar selten, aber immer noch doppelt so häufig wie die der fossilen Industrie als Akteurinnen bzw. Akteure in der Berichterstattung vor; letztere nehmen gleichwohl im Verhältnis zu ihrer bloßen Erwähnung am häufigsten eine Sprechrolle ein. Die Bevölkerung erscheint so häufig in der Berichterstattung wie beide Verbände gemeinsam, kommt aber deutlich seltener zu Wort (s. Tabelle 1).

Tab. 1: Akteurinnen bzw. Akteure und Sprecher:innen in der Berichterstattung (Anteil an Nennungen in Prozent)

Gruppe	Akteur	Sprecher
Bevölkerung	2	1
Politik	79	73
Handwerk	7	13
Medien	1	2
NGOs	2	4
staatl. Institutionen	5	4
Verbände erneuerbare Energien	2	3
Verbände fossile Energien	1	2

Betrachtet man die deutschen Politiker:innen und Parteien, zeigt sich insgesamt ein Fokus der Berichterstattung auf die Regierungsparteien. Die SPD wird in 11 Prozent der Berichterstattung als Akteur genannt, wobei Bundeskanzler Scholz in 4 Prozent der

Fälle genannt wird und ebenso häufig direkt oder indirekt zu Wort kommt. Auf die Grünen entfallen 16 Prozent der Akteursnennungen, wobei Wirtschaftsminister Habeck mit einer Akteurspräsenz von 25 Prozent und einer Sprecherpräsenz von 14 Prozent deutlich hervorsticht. Die FDP weist eine Nennung von 20 Prozent auf und Aussagen ihrer Politiker:innen werden ebenso häufig direkt oder indirekt referenziert. Finanzminister Lindner tritt in 3 Prozent der Fälle als Akteur und Sprecher in Erscheinung. CDU/CSU haben eine kombinierte Nennung von 18 Prozent, wobei ihr Personal im Verhältnis zu seinem Vorkommen als Akteurinnen bzw. Akteure überproportional häufig zitiert wird (23 Prozent). Die kleinen Oppositionsparteien erscheinen selten in den Medien. Nur rund 2 Prozent der Akteursnennungen entfallen auf die Linke, die immerhin 4 Prozent der Sprecher:innen ausmacht. Mit jeweils 1 Prozent Anteil an Akteurinnen bzw. Akteuren und Sprecher:innen bzw. Sprechern hat die AfD die geringste mediale Präsenz im Kontext der Berichterstattung über das GEG (s. Tabelle 2).

Tab. 2: Politische Akteurinnen bzw. Akteure und Parteien (Anteil an Nennungen in Prozent)

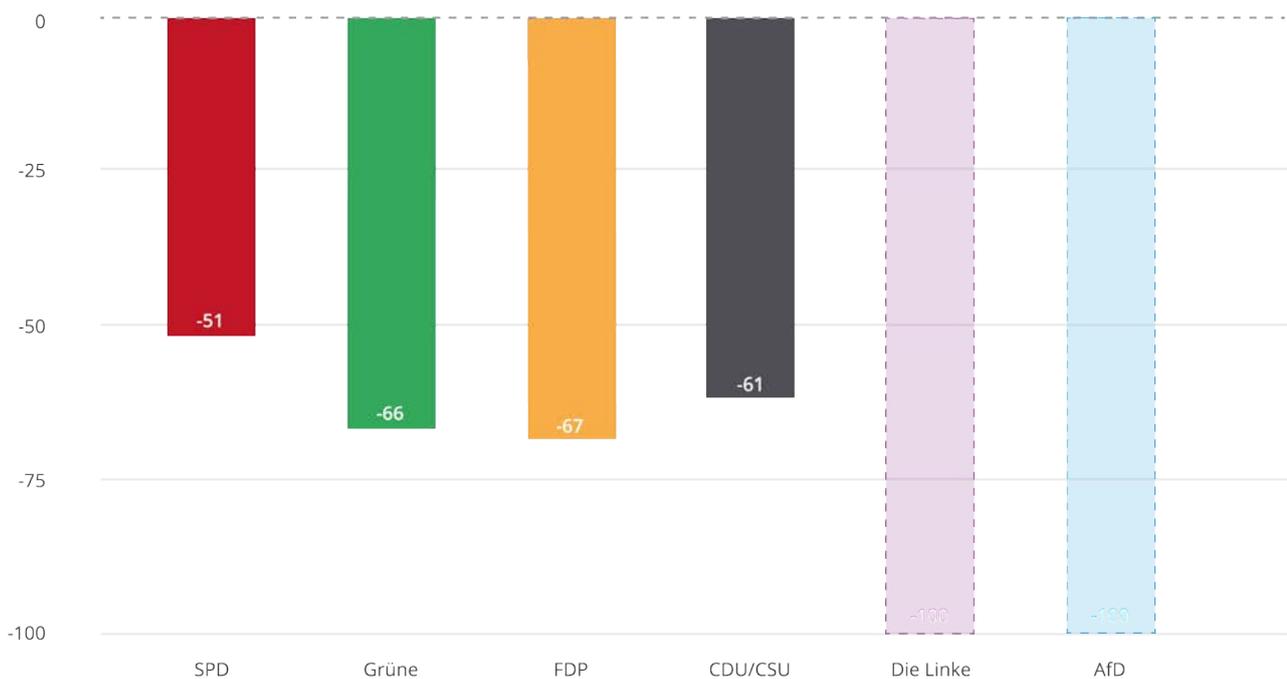
Gruppe	Akteur	Sprecher
SPD	6	17
Scholz	4	4
Grüne	41	16
Habeck	25	14
FDP	23	20
Lindner	3	3
CDU/CSU	18	23
Linke	2	4
AfD	1	1

Nach der Identifikation jeder erfassten Akteurin bzw. jedes erfassten Akteurs erfolgte die Einstufung ihrer/seiner Bewertung im Medienbeitrag auf einer fünfstufigen Skala (von eindeutig positiv bis eindeutig negativ). Die Tendenz der Akteursdarstellung konzentriert sich darauf, welchen Gesamteindruck jeder der zuvor codierten Akteurinnen bzw. Akteure im Beitrag hinterlässt. In der Gesamtbetrachtung

zeigt sich eine durchweg negative Darstellung aller Parteien – einschließlich ihrer Spitzenvertreter:innen. In keinem Fall ist ein Überhang positiver Bewertungen (also ein positiver Saldo) zu erkennen. Besonders auffällig ist dabei, dass Die Linke (7 Prozent) und die AfD (15 Prozent) nicht nur kaum präsent sind, sondern auch sehr selten und wenn dann ausschließlich negativ bewertet werden (beide Saldo von -100 Prozent). Mit einem Saldo von -51 Prozent wird die SPD etwas weniger negativ beurteilt als ihre Koalitionspartner FDP (-67 Prozent) und Grüne (-66 Prozent). Die Union (-61 Prozent) liegt dazwischen. Sonst zeigen sich keine nennenswerten Unterschiede im Gesamtbild zwischen den einzelnen Parteien. Gleichwohl finden sich Unterschiede zwischen den verschiedenen Medien: Die liberalen, überregionalen Medien taz und SZ neigen dazu, die SPD und die Grünen etwas weniger negativ zu bewerten (beide -42 Prozent) als die Union und die FDP (beide -75 Prozent). Daneben ergeben sich erhebliche Unterschiede in der Berichterstattung und Bewertung der Grünen über verschiedene Medien hinweg: Während sie in den Regionalmedien mit einem negativen Saldo von -28 Prozent weniger negativ als alle anderen Parteien bewertet werden, werden sie in der Bild-Zeitung fast ausschließlich negativ bewertet (-91 Prozent); nur die Medien des rechten Rands bewerten die Grünen noch negativer (-95 Prozent; s. Abbildung 3).

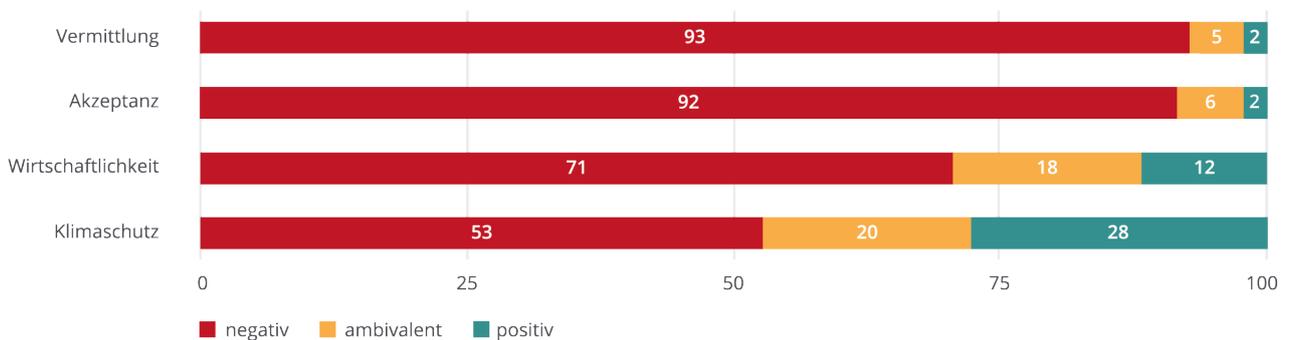
Neben der Bewertung der politischen Akteurinnen und Akteure haben wir untersucht, wie das GEG selbst und seine potenziellen Auswirkungen beurteilt wurden. Wie eingangs beschrieben wurden in der öffentlichen Debatte die wirtschaftlichen Erwägungen ebenso wie der positive Beitrag zum Klimaschutz angezweifelt und die mangelnde Vermittlung der Gesetzesinhalte sowie die daraus resultierende geringe Akzeptanz in der Bevölkerung angeprangert. Wir haben die Bewertung dieser Dimensionen auf fünfstufigen Skalen erfasst und anschließend auf drei Stufen verdichtet. Über alle Dimensionen hinweg wird das GEG überwiegend negativ dargestellt. Kritisiert wird vor allem die mangelnde Vermittlung und die fehlende Akzeptanz in der Bevölkerung (bei-

Abb. 3: Bewertung politischer Akteurinnen und Akteure nach Parteienamen (Saldo in Prozent)



Die Bewertungssaldi der Linken sowie der AfD basieren auf sehr geringen Fallzahlen.

Abb. 4: Bewertung des Gesetzes (in Prozent)



de Dimensionen mit mehr als 90 Prozent negativen Bewertungen). Die Auswirkungen auf die Wirtschaft werden ebenso überwiegend negativ betrachtet. Negative Aspekte des GEG – wie eine potenzielle Verschlechterung der Wettbewerbsbedingungen – wurden häufiger vorgebracht als positive, etwa die Schaffung neuer Arbeitsplätze. Relativ gesehen wird die Bedeutung des GEG für den Klimaschutz am wenigsten negativ dargestellt; dennoch wird in etwas mehr als der Hälfte der Bewertungen das Potenzial des GEG als Beitrag zum Erreichen der nationalen bzw. internationalen Klimaziele infrage gestellt (s. Abbildung 4).

Für die Untersuchung von Bewertungsunterschieden zwischen den Medientypen haben wir äquivalent zur Bewertung der Akteurinnen und Akteure ein Saldo gebildet und über alle Skalen hinweg zusammengefasst. Dabei zeigt sich, dass die negativen Bewertungen über alle Medientypen hinweg deutlich überwiegen. Als besonders kritisch zeigt sich die Berichterstattung in den Medien am rechten Rand des publizistischen Spektrums (-89 Prozent), gefolgt von dem Boulevardmedium Bild-Zeitung (-84 Prozent). Auch die Artikel der überregionalen Tageszeitungen (-70 Prozent) enthalten mehr kritische Aspekte als die Beiträge der regionalen Tageszeitungen (-59

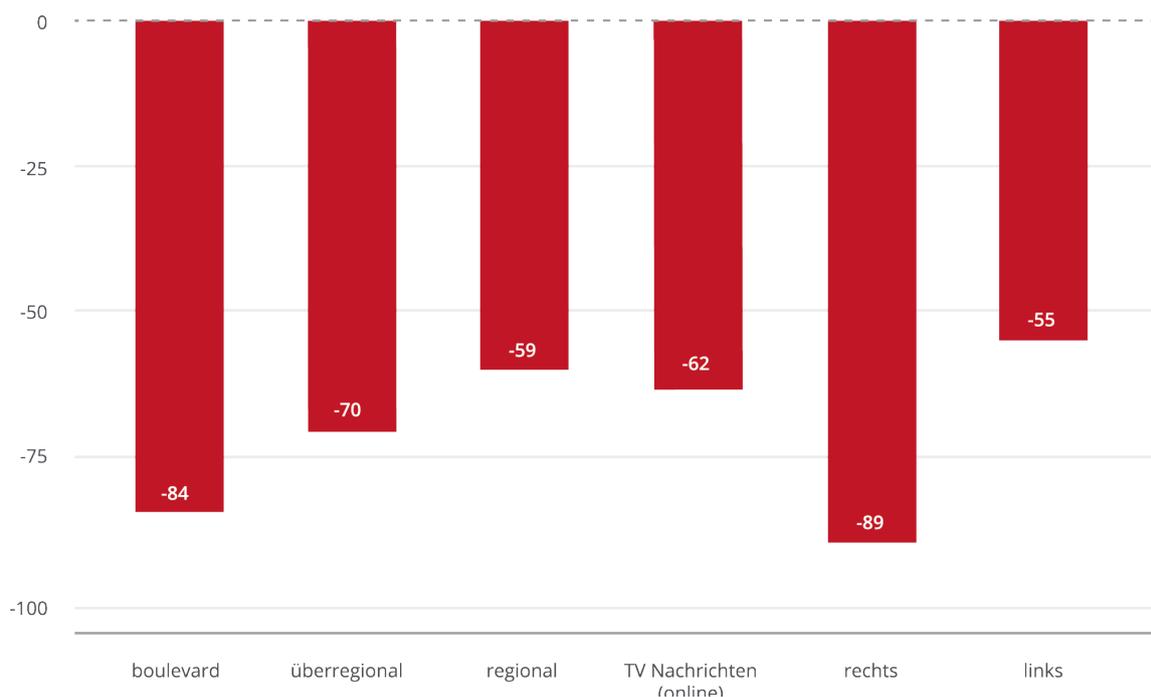
Prozent) und der Webseiten der TV-Nachrichten (-62 Prozent). Am wenigsten negativ – und dennoch mit einem Saldo von -55 Prozent – berichteten die linken Medien (s. Abbildung 5).

An die Kritik anschließend haben wir außerdem analysiert, welche politischen Vorschläge und Forderungen im Rahmen der Berichterstattung aufgegriffen wurden. In rund einem Viertel der Beiträge wurden allgemeine und eher unspezifische Forderungen nach einer Nachbesserung des Gesetzes formuliert. Die Abfederung sozialer Härten für die Bevölkerung wurde in gut einem Fünftel der Beiträge (21 Prozent) geäußert, während die Abfederung wirtschaftlicher Härten für Unternehmen kaum eine Rolle in der Berichterstattung spielte (3 Prozent). In rund 9 Prozent aller Beiträge wurde schließlich die Einhaltung der parlamentarischen Prozesse und Fristen angemahnt, die für die Verabschiedung von Gesetzestexten vorgesehen sind. Schließlich wurden in rund 6 Prozent der Beiträge Forderungen nach verlängerten Übergangsfristen für den Austausch von Heizungen erhoben und in 3 Prozent der Beiträge eine umfassendere Aufklärung über die Gesetzesinhalte und deren Konsequenzen durch die Regierenden gefordert. Rücktrittsforderungen spielten in der

Berichterstattung über das GEG kaum eine Rolle (s. Abbildung 6).

In der Debatte um das GEG wurde immer wieder geäußert, dass falsche oder irreführende Informationen zur Verunsicherung der Bürger:innen beigetragen hätten. Zur Bestimmung von faktisch richtigen und irreführenden oder gar falschen Aussagen ist es notwendig, dass es sich bei den untersuchten Aussagen um Tatsachen und nicht um Interpretationen oder Meinungen handelt und dass die faktische Gültigkeit der Aussagen sich im Untersuchungszeitraum nicht ändert. Im Kontext des GEG bieten sich diesbezüglich Aussagen zum Austausch und Weiterbetrieb von Heizsystemen an. Als irreführend haben wir jene Aussagen codiert, die verkürzt von einem Verbot von Öl- und Gasheizungen berichteten und dies im Beitrag nicht weiter präzisiert wurde oder gar ein verpflichtender Austausch aller Heizungen in Rede stand; als korrekte Aussagen wurden jene codiert, die eine Reparatur und einen Weiterbetrieb alter Heizungssystemen auch nach 2024 als möglich beschrieben. Insgesamt wurden in 378 Medienbeiträgen entsprechende Informationen vermittelt. Der Analyse zufolge überwiegen die richtigen Aussagen die irreführenden um ein Vielfaches: Rund 6

Abb. 5: Bewertung des Gesetzes nach Medien (Saldo Bewertungen in Prozent)



Prozent aller untersuchten Berichte enthalten eine korrekte Darstellung über den Weiterbetrieb fossiler Heizungssysteme, während nur in jedem 200. Beitrag (0,5 Prozent) eine irreführende Aussage zu finden ist. Betrachtet man nur die Berichte, in denen Informationen zum Weiterbetrieb alter Heizungssysteme vermittelt wurden, so kommt man auf einen Anteil von 7 Prozent irreführender und 93 Prozent zutreffender Aussagen. Um Aussagen über die Vermittlung richtiger und irreführender Aussagen im Zeitverlauf untersuchen zu können, haben wir die Daten nach Quartalen aufgeschlüsselt. Da-

bei zeigt sich, dass der Anteil an irreführenden oder falschen Informationen im Trend abnimmt und im Oktober ausschließlich richtige Informationen vermittelt werden. Gleichwohl fällt auf, dass im Zeitraum der Verabschiedung des Gesetzes tatsächlich jede zehnte Aussage zum Austausch alter Heizungssysteme zumindest irreführend war (s. Abbildung 7).

Vergleicht man den Anteil korrekter und irreführender Informationen zum Heizungstausch zwischen den analysierten Medienangeboten, offenbaren sich teils frappierende Unterschiede: In den Berich-

Abb. 6: Politische Forderungen (Anteil an Beiträgen in Prozent)

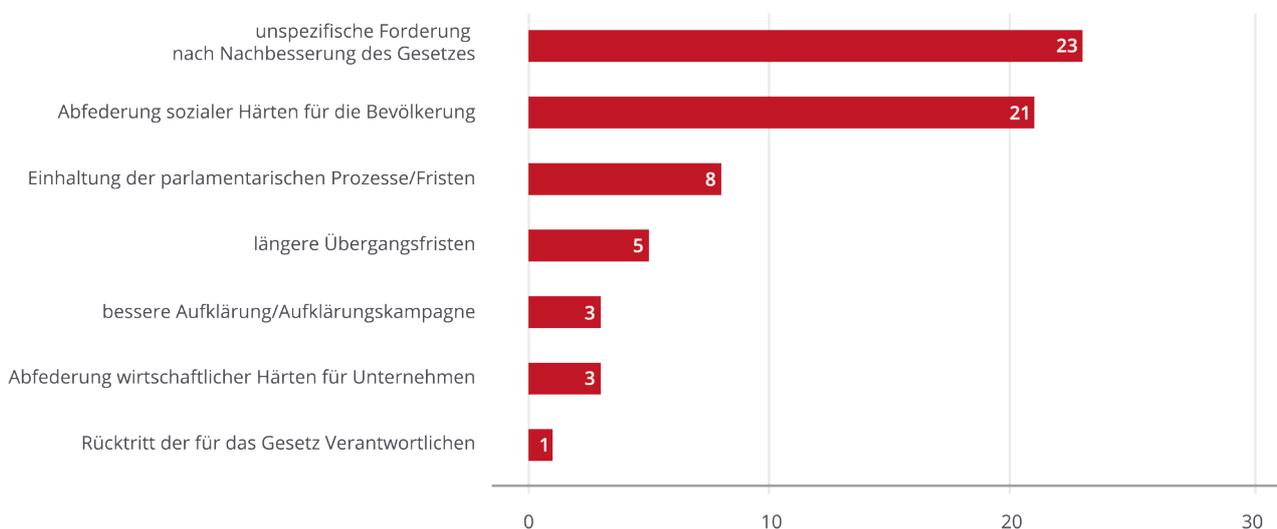


Abb. 7: Aussagen zum Heizungstausch im Zeitverlauf (Anteil in Prozent)

Abb. 7 Richtigkeit der Aussagen zum Heizungstausch im Zeitverlauf

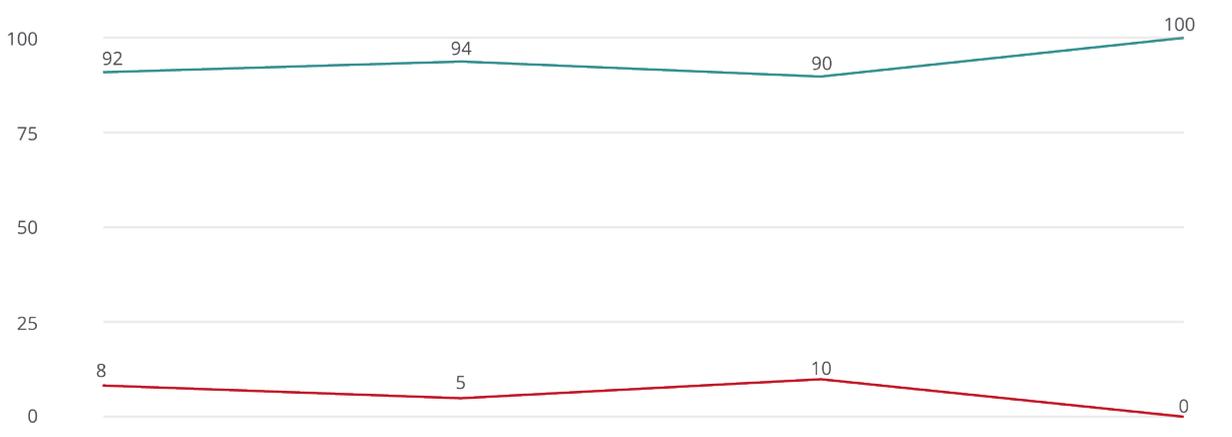
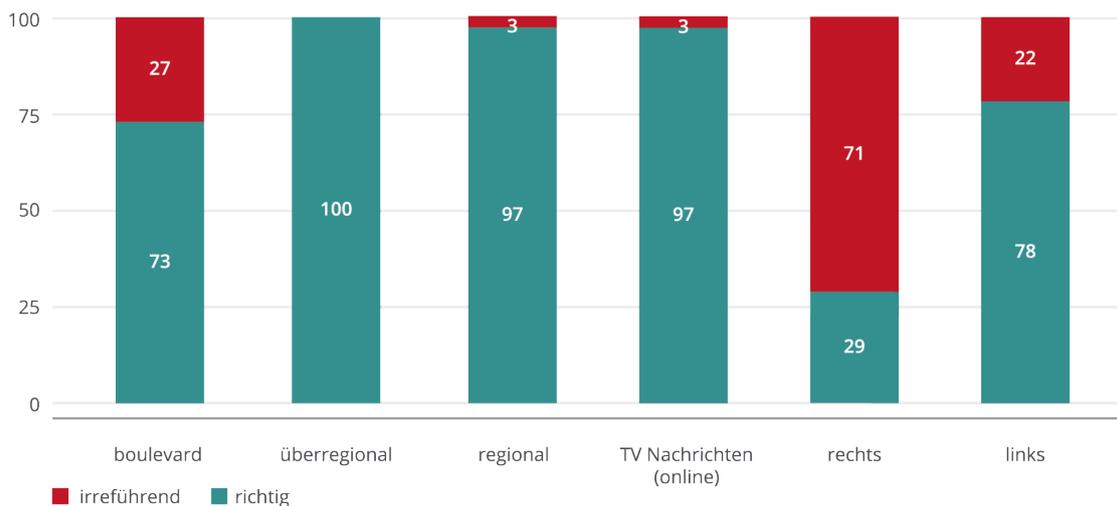


Abb. 8: Aussagen zum Heizungstausch nach Medien (Anteil in Prozent)



ten der überregionalen und lokalen Tageszeitungen sowie auf den Webseiten der TV-Nachrichten wird bzw. werden durchweg ein hoher Anteil an korrekten Aussagen und keine oder kaum irreführende Informationen vermittelt. Ein anderes Bild ergibt sich bei Betrachtung der anderen Medien: Zwar vermitteln linke Extremmedien in rund drei Viertel der Fälle korrekte Information, gleichwohl werden auch in etwa jedem fünften Fall irreführende Informationen berichtet. Die Bild-Zeitung vermittelt in ähnlichem Maße irreführende Informationen. Ein auffälliges Muster zeigt sich bei den rechten Extremmedien: Diese vermitteln deutlich häufiger zumindest irreführende Aussagen zum Austausch alter Heizungssysteme (71 Prozent; s. Abbildung 8).

Über die Verwendung spezifischer Begriffe kann der Interpretationsrahmen für gesellschaftliche Streitfragen geprägt werden. Daher kann eine Analyse der in der Berichterstattung verwendeten Begriffe Aufschluss darüber geben, welche Konnotationen und Interpretationsmuster inwiefern die mediale Debatte geprägt haben. Dabei zeigt sich, dass fast ausschließlich die Bild-Zeitung den von ihr geschaffenen und stark irreführenden Begriff „Heizungsverbot“ verwendet (in 20 Prozent der Artikel enthalten). Das gleiche Muster ergibt sich für den emotionalisierenden und skandalisierenden Begriff „Heiz(ungs)hammer“, der im Großteil der Bild-Artikel vorkommt (59 Prozent), in den anderen Printmedien jedoch kaum in Erscheinung tritt. Der neutrale

Begriff „Heizungsgesetz“ (30 Prozent) und die eher positiv konnotierte „Wärmewende“ (18 Prozent) finden in der Bild-Zeitung dagegen weniger Verwendung. Zwischen den überregionalen und regionalen Medienangeboten ergeben sich keine Unterschiede bezüglich der Begriffsverwendung. Beide Medientypen vermeiden größtenteils die Begriffe „Heizungshammer“ und „Heizungsverbot“ und verwenden überwiegend den Begriff „Heizungsgesetz“, gefolgt von der „Wärmewende“ (s. Abbildung 9).

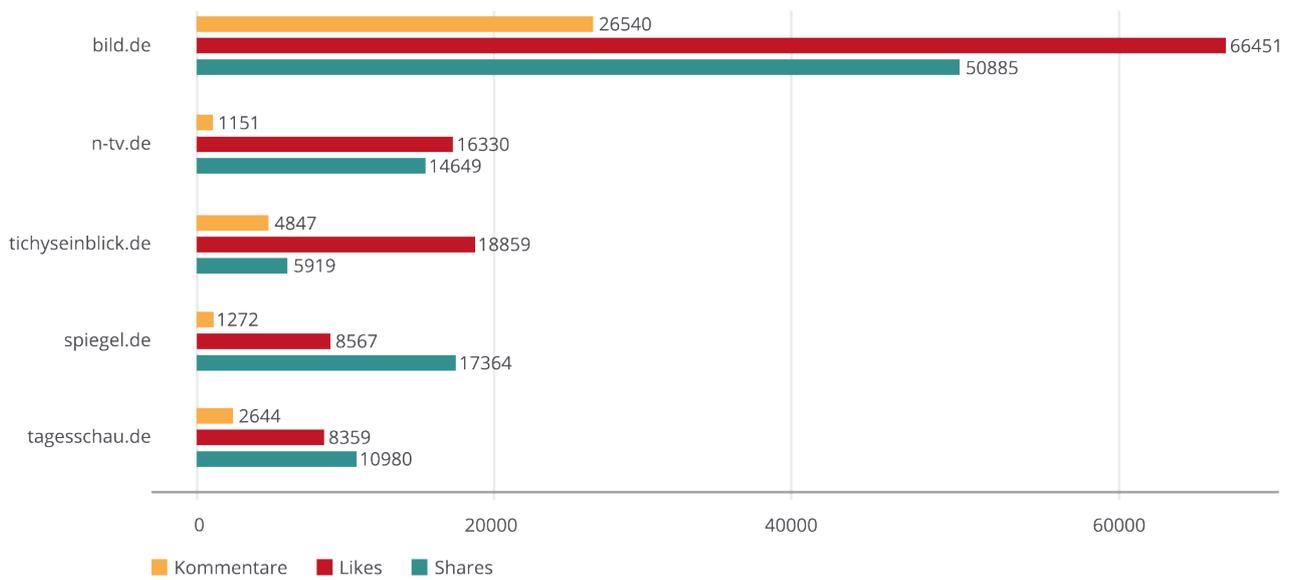
Um die Resonanz der Berichterstattung in den sozialen Medien zu untersuchen, haben wir ausgewertet, wie oft die Onlineversionen der von uns analysierten Artikel überregionaler Medien auf Facebook von öffentlich zugänglichen Profilen bzw. in öffentlichen Gruppen verlinkt wurden. Die Analyse offenbart eine klare Dominanz der Berichterstattung der Bild-Zeitung zum GEG in dem sozialen Netzwerk; die entsprechenden Artikel-URLs wurden in etwa 1.000 Posts aufgegriffen. Dahinter rangiert auf Platz zwei Tichys Einblick mit etwa 500 Verweisen. Deutlich weniger Verlinkungen erzielen Spiegel, NTV (jeweils ca. 270) und Tagesschau (ca. 150 Verlinkungen).

Der prägende Einfluss der Bild-Zeitung auf die Debatte zeigt sich auch mit Blick auf die Interaktionen in dem sozialen Netzwerk. Die Posts, in denen ein Bild-Artikel verlinkt war, werden mit Abstand am häufigsten kommentiert, geliked und geteilt. Am zweithäufigsten werden Posts mit einer Verlinkung

Abb. 9: Prägendes Vokabular (Anteil der Beiträge in Prozent)



Abb. 10: Resonanz und Interaktion auf Facebook (Anzahl; ausgewählte Online-Medienangebote)



zu Tichys Einblick geteilt und geliked. Die Verweise auf NTV, Spiegel und Tagesschau erhalten zwar mehr Kommentare, verbuchen allerdings weniger Likes und deutlich weniger Shares (s. Abbildung 10).

Zusammenfassung und Fazit

Die Ergebnisse der Untersuchung lassen sich wie folgt zusammenfassen: In Bezug auf die Vielfalt der Themen und Forderungen zeigt sich eine recht hohe thematische Bandbreite in der Berichterstattung – wobei der Fokus vor allem auf dem politischen Prozess und der technologischen Umsetzbarkeit des Gesetzes liegt. Die Diskussion um die Causa Graichen spielt hingegen eine eher randständige Rolle. Auch die Forderungen beziehen sich überwiegend auf die Belange der Bevölkerung, während Rücktrittsforderungen kaum thematisiert werden.

Hinsichtlich der Akteursvielfalt lässt sich ein Fokus auf politische Akteurinnen und Akteure erkennen. Insbesondere Regierungsparteien dominieren die Berichterstattung. Besonders häufig sind Politiker:innen der Grünen Gegenstand der Berichterstattung und kommen ebenfalls häufig zu Wort, was kaum verwundert – liegt die Verantwortung des GEG doch wesentlich im grün geführten Ministerium für Wirtschaft und Klimaschutz. Die kleineren Oppositionsparteien sind in der medialen Debatte um das GEG kaum präsent – und wo doch, werden sie ausschließlich negativ bewertet. Zudem zeigt sich, dass Lobbyinteressen nicht einseitig abgebildet werden: Sowohl die Vertreter:innen der Verbände der fossilen wie auch der erneuerbaren Energien kommen in ähnlichem Maße als Akteurinnen und Akteure in der Berichterstattung vor und zu Wort.

Mit Blick auf Ausgewogenheit und Einseitigkeit haben wir uns die Bewertungen der Akteurinnen und Akteure und des Gesetzes angesehen. Grundsätzlich ist eine durchgehend negative Bewertung der

politischen Akteurinnen und Akteure zu beobachten, wie sie sich auch in themenübergreifenden Untersuchungen politischer Berichterstattung zeigt.¹⁵ Unterschiede zeigen sich im Ausmaß der Negativität und zwischen den Medien. Die SPD, die in der Auseinandersetzung innerhalb der Regierung eine eher zurückhaltende Rolle einnahm, wird weniger negativ bewertet als die anderen Parteien. Die Grünen kommen zwar in den Regionalmedien vergleichsweise positiv weg, werden aber von der Bild-Zeitung und Medien am rechten Rand des publizistischen Spektrums nahezu ausschließlich negativ dargestellt.

Die Bewertung des GEG selbst ist überwiegend negativ. Kritisiert wird insbesondere die mangelnde Vermittlung und geringe Akzeptanz des Gesetzes in der Bevölkerung. Dabei berichten alle Medien tendenziell negativ – gleichwohl ist die Berichterstattung in rechten Extremmedien und der Bild in besonderem Maße negativ. Die überwiegend ablehnende Haltung gegenüber dem GEG drückt sich auch in der Verwendung eindeutig negativ konnotierter Begriffe wie „Heizhammer“ oder inhaltlich irreführende Verkürzungen wie „Heizungsverbot“ aus, die vor allem von der Bild verwendet und von anderen Medien kaum aufgegriffen werden.

In Bezug auf Faktizität und Richtigkeit haben wir die Aussagen mit Bezug zum Austausch alter Heizungssysteme untersucht. Hier überwiegen die richtigen Aussagen deutlich, irreführende oder gar unzutreffende Aussagen kommen sehr selten vor. Die Untersuchung im Zeitverlauf zeigt, dass der Anteil an irreführenden Informationen diesbezüglich kontinuierlich abnimmt und am Ende des Untersuchungszeitraums ausschließlich korrekte Informationen vermittelt werden. Allerdings sind teilweise enorme Unterschiede zwischen den Medien augenfällig: Während überregionale Printmedien ausschließlich und regionale Printmedien sowie die Online-Ableger der TVNachrichtenformate nahezu ausschließlich korrekte Informationen vermitteln, werden in linken Extremmedien sowie in der Bild in relevantem Maße irreführende Informationen vermittelt. Die Berichterstattung rechter Extremmedien enthält sogar in deutlich überwiegendem Maße

irreführende Informationen.

Die Link-Analyse der überregionalen Medienangebote zeigt schließlich, dass Inhalte von Medien mit einem überwiegend negativen Tenor und einem vergleichsweise hohen Anteil an verkürzten und irreführenden Darstellungen – v. a. Bild-Zeitung und Tichys Einblick – auf Facebook in besonderem Maße weiterverbreitet werden.

Bei der Interpretation der Ergebnisse müssen gleichwohl einige Einschränkungen beachtet werden. Um den Umfang der zu untersuchenden Inhalte für eine manuelle Inhaltsanalyse handhabbar zu halten, haben wir nur solche Artikel berücksichtigt, in denen bestimmte Schlüsselbegriffe bereits in der Überschrift oder im ersten Absatz vorkamen. Dabei gehen wir davon aus, dass wir so insbesondere Beiträge berücksichtigen, deren inhaltlicher Schwerpunkt auf dem GEG liegt. Gleichwohl können wir nicht ausschließen, dass einige Artikel zu spezifischen Facetten des Themas (bspw. zur Causa Graichen) in unseren Daten systematisch unterrepräsentiert sind. Zudem wurde bzw. wurden nur eine begrenzte Auswahl von Printmedien bzw. deren Online-Präsenzen sowie die digitalen Ableger klassischer TV-Nachrichten untersucht; andere Formate wie Talkshows wurden in der Analyse nicht berücksichtigt, obwohl sie ebenfalls ein relevanter Teil des öffentlichen Diskurses sind und davon auszugehen ist, dass sie Einfluss auf die Meinungsbildung der Bürger:innen haben. Zudem haben wir uns bei der Bestimmung von richtigen und irreführenden Informationen auf Aussagen zum Austausch bzw. Weiterbetrieb alter Heizungssysteme beschränkt. Zum einen war dies ein zentraler Streitpunkt in der öffentlichen Debatte und zum anderen vergleichsweise eindeutig überprüfbar. Gleichwohl ist es möglich, dass in der Berichterstattung eine Vielzahl anderer falscher und korrekter Informationen vermittelt wurde (bspw. zum Preis der Umrüstung von Heizungssystemen), die wir in unserer Untersuchung nicht erfasst haben.

Trotz dieser methodischen Einschränkungen zeichnen die Ergebnisse ein differenziertes Bild der Be-

richterstattung der deutschen Medien über das GEG. Positiv hervorzuheben sind die Themenvielfalt und die überwiegend korrekten Informationen, die für eine insgesamt solide Leistung der untersuchten Medien sprechen. Die Berichterstattung gibt den Bürgerinnen und Bürgern prinzipiell die Möglichkeit, sich umfassend über das GEG zu informieren.

Bemerkenswert sind insgesamt die weit überwiegend negativen Bewertungen der politischen Akteurinnen und Akteure und des Gesetzes. Damit kommen die Medien zwar ihrer Kritik- und Kontrollfunktion nach; den Bürgerinnen und Bürgern wird aber gleichwohl der Eindruck vermittelt, Regierung und Opposition fehle es an Kompetenz, um eine Lösung für ein drängendes gesellschaftliches Problem zu finden. Langfristig kann eine solche Darstellung das Vertrauen in demokratische Prozesse schwächen.

Der insgesamt dennoch eher positive Eindruck der Berichterstattung in Bezug auf Themenvielfalt und sachliche Korrektheit gilt jedoch nicht für alle Medien gleichermaßen. Gerade rechte Extremmedien – und in weniger drastischer Form auch die Bild und linke Extremmedien – schaffen mit ihren verkürzten Darstellungen Raum für Fehlwahrnehmungen und zeichnen im Vergleich zu den anderen Medien ein noch negativeres Bild des GEG und der verantwortlichen Akteurinnen und Akteure. Da diese Inhalte auf Facebook eine große Resonanz erfahren, wird hier der Eindruck einer unfähigen politischen Klasse insbesondere den Bürgerinnen und Bürgern vermittelt, die ihre Informationen über diese Plattform beziehen. Vor allem Personen mit einer ablehnenden Haltung gegenüber dem Gesetz und den verantwortlichen politischen Akteurinnen und Akteuren könnten sich durch das den digitalen Raum dominierende negative Framing in ihrer Haltung bestärkt gefühlt haben.¹⁶ In Hinblick auf die von Zuspitzung und teils irreführenden Informationen geprägte und resonanzstarke Berichterstattung von Bild und rechten Medien kann damit insbesondere im digitalen Raum von einer aufgeheizten Debatte die Rede sein.

Fußnoten

- 1 Das ursprünglich für 2025 geplante Inkrafttreten des GEG wurde kurz nach dem Überfall Russlands auf die Ukraine um ein Jahr auf 2024 vorgezogen.
- 2 Richter, N. (2023, 20. Mai). Der Realitätsschock der Grünen. *Süddeutsche Zeitung*. | <https://www.sueddeutsche.de/meinung/gruene-habeck-heizung-graichen-filz-kommentar-1.5869453>
- 3 Forschungsgruppe Wahlen (2023, 31. März). Politbarometer März III 2023. | https://www.forschungsgruppe.de/Umfragen/Politbarometer/Archiv/Politbarometer_2023/Maerz_III_2023
- 4 infratest dimap (2023, Juni). ARD-DeutschlandTREND Juni 2023. | <https://www.infratest-dimap.de/umfragen-analysen/bundesweit/ard-deutschlandtrend/2023/juni/>
- 5 Forschungsgruppe Wahlen (2023, 16. Juni). Politbarometer Juni I 2023. | https://www.forschungsgruppe.de/Umfragen/Politbarometer/Archiv/Politbarometer_2023/Juni_I_2023/
- 6 Büüsker, A. (2023, 27. Juni). Mediale Mythen zum Heizungsgesetz. *Deutschlandfunk*. | <https://www.deutschlandfunk.de/heizungsgesetz-medien-heizhammer-bild-spiegel-100.html>
- 7 Brück, A. & Kollruß, A. (2023, 11. Dezember). Wärmepumpen und Co: Was bringt das neue Heizungsgesetz? *Norddeutscher Rundfunk*. | <https://www.ardmediathek.de/video/Y3jpZDovL25kci5kZS9wcm9wbGFuXzE5NjM0ODE0N19nYW56ZVNIbmR1bmc>
- 8 Giese, S. (2023, 12. Dezember). Meinung: Heizungsgesetz – teure Panik. *SWR Aktuell*. | <https://www.swr.de/swraktuell/heizungsgesetz-neue-oelheizungen-kolumne-100.html>
- 9 Stark, B., Riedl, A., Eisenegger, M., Schneider, J., Udris, L., & Jandura, O. (2021). Qualität des politischen Nachrichtenangebots in Deutschland: Empirische Kernbefunde aus dem Projekt "Media Performance and Democracy." *Media Perspektiven*. | https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2021/2109_Stark_u.a.pdf
- 10 Die Materialbeschaffung der überregionalen und regionalen Tageszeitungen, der Bild sowie des Spiegels und ihrer Online-Ausgabe erfolgte über die Datenbank Factiva. Die Materialbeschaffung der Frankfurter Allgemeinen Zeitung erfolgte über das FAZ-Archiv online. Die Beiträge von tagesschau.de, ntv.de, Tichys Einblick, Compact Online, Junge Welt und nd-aktuell wurden über die jeweiligen Online-Auftritte der Angebote erfasst, wobei diese mit entsprechenden Suchstrings durchsucht wurden.
- 11 Bei Printmedien, die über Datenbanken erfasst wurden, erfolgte eine Vorauswahl der Beiträge über die Suchstrings „GEG“, „Gebäudeenergiegesetz“, „Heizungsgesetz“, „Heiz*Hammer“, „Wärmewende“, „Wärmepumpe+Gesetz“. Dabei muss mindestens einer der Suchstrings in der Überschrift oder dem ersten Absatz vorkommen. Bei den Medien, deren Artikel manuell über die Webpräsenz codiert werden, erfolgt die Auswahl über die Stichwortsuche mit den gleichen Suchstrings. Auch hier wird als Bedingung für die Codierung überprüft, ob die Suchstrings in der Überschrift oder in dem ersten Absatz vorkommen.
- 12 Maurer, M., Kruschinski, S., & Jost, P. (2024). Fehlt da was? Perspektivenvielfalt in den öffentlich-rechtlichen Nachrichtenformaten. *Stiftung Mercator*. | https://www.polkom.ifp.uni-mainz.de/files/2024/01/pm_perspektivenvielfalt.pdf
- 13 Die Präsenz dieser Begriffe wurde automatisiert jedoch nur für die regionalen und überregionalen Tageszeitungen erhoben, die über die Datenbank Factiva erfasst wurden (s. Fußnote 10).
- 14 Über die Google-Suche konnten so 641 Links zu Beiträgen zweifelsfrei identifiziert werden. Anschließend haben wir öffentliche Beiträge, die diese Links enthielten, sowie die dazugehörigen Nutzer:innen-Interaktionen über die Crowdtangle Api identifiziert.
- 15 Maurer, M., Kruschinski, S., & Jost, P. (2024). Fehlt da was? Perspektivenvielfalt in den öffentlich-rechtlichen Nachrichtenformaten. *Stiftung Mercator*. | https://www.polkom.ifp.uni-mainz.de/files/2024/01/pm_perspektivenvielfalt.pdf
- 16 Slater, M. D. (2007). Reinforcing Spirals: The Mutual Influence of Media Selectivity and Media Effects and Their Impact on Individual Behavior and Social Identity. *Communication Theory*, 17(3), 281–303. | <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2007.00296.x>

Über die Autoren



Dr. Pablo Jost ist Kommunikationswissenschaftler am Institut für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz, wo er 2022 zu „Popularitätsindikatoren in der politischen Kommunikationsforschung“ promovierte. Aktuell vertritt er die Professur für Medienrezeption und Medienwirkungen am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der LMU München. Als Mitbegründer und strategischer Berater der Bundesarbeitsgemeinschaft »Gegen Hass im Netz« untersucht er die Kommunikation radikaler und extremistischer Protestbewegungen auf digitalen Plattformen und deren Offline-Effekte. Zu seinen Forschungsinteressen gehören außerdem die mediale Darstellung gesellschaftlicher Kontroversen, die Kommunikation politischer Akteurinnen und Akteure sowie deren Anpassung an die Bedingungen der Digitalisierung.



Matthias Mack ist Kommunikationswissenschaftler am Institut für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Er arbeitet im DFG Projekt „Konstruktiver Journalismus. Empirische Analysen zum Wirkungspotenzial einer neuen Journalismusform“ sowie im vom BMWK geförderten Projekt ENVIKO „Partizipative Energiewende-Visualisierung und Kommunikation“. Nach seinem Studium an der JMU Würzburg, der JGU Mainz und der Karls-Universität Prag war Mack als Research-Consultant in der Meinungs- und Medienforschung tätig. In seiner Forschung beschäftigt er sich mit den Themen Klimakommunikation, den Inhalten und der Wirkung von konstruktivem Journalismus sowie immersiver Medien.

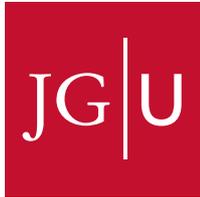
 [@uni_mainz](#)

 [@ifp_mainz](#)

 [Uni Mainz](#)

 [@unimainz.bsky.social](#)

Über die JGU Mainz



JOHANNES GUTENBERG
UNIVERSITÄT MAINZ

Die Johannes Gutenberg-Universität Mainz gehört mit rund 30.000 Studierenden, 12.000 Mitarbeitenden und etwa 100 Instituten und Kliniken zu den zwanzig größten Universitäten in Deutschland. Gegründet im Jahr 1477 ist sie darüber hinaus eine der ältesten Universitäten Deutschlands. Die JGU Mainz bietet ein breites Spektrum an Studienmöglichkeiten in den Geistes-, Sozial-, Natur- und Lebenswissenschaften sowie in der Medizin. Sie zeichnet sich durch ihre herausragende Forschung, exzellente Lehre und interdisziplinäre Zusammenarbeit aus.



II. Lehren aus dem Heizungsgesetz für klimapolitische Diskurse

Dr. Johannes Hillje

Einleitung

Die Novelle des Gebäudeenergiegesetzes (GEG) ist im März 2024, also kurz nach ihrem Inkrafttreten, das unbeliebteste Projekt der Bundesregierung: In einer repräsentativen Befragung gaben 69 Prozent aller Wahlberechtigten dem Gesetz eine schlechte Bewertung.¹⁷ Trotz zahlreicher Änderungen während des Gesetzgebungsverfahrens – etwa der Verlängerung von Übergangsfristen für Bestandsgebäude und der Erhöhung finanzieller Zuschüsse für Privathaushalte – hat es die geringste Akzeptanz im Vergleich zu anderen Maßnahmen der Regierungskoalition aus SPD, Grünen und FDP. Obgleich die Wirkung der frühzeitigen, irreführenden und viralen Berichterstattung der Bild über das GEG nicht unterschätzt werden sollte, hat die Inhaltsanalyse (Kapitel I) den Medien in der Gesamtschau eine solide Leistung bescheinigt. Das Akzeptanzdefizit bei einem der bedeutendsten Klimaschutzvorhaben der Legislaturperiode muss sich die Bundesregierung – im Speziellen das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) und das Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen (BMWSB) – somit in erster Linie selbst ankreiden. Insbesondere das BMWK hat offenbar die Risikopotenziale dieser Reform, die sowohl persönliche Ängste als auch mächtige Geschäftsinteressen betreffen, aber auch bezüglich *koalitionsinterner Risiken* wie der Weitergabe von Gesetzentwürfen an die Presse dramatisch unterschätzt. Bis heute stellt sich die Frage nach den Lehren aus der GEG-Debatte für zukünftige Maßnahmen, die zur Klimaneutralität bis 2045 beitragen sollen. Nach der vorangegangenen Medienanalyse wird in diesem Kapitel hauptsächlich das Verhalten der politischen Seite betrachtet und folgende Frage ins Zentrum gestellt: *Wie kann in dem heutigen emotional aufgeladenen Kommunika-*

tionsumfeld eine Klimapolitik gelingen, die nicht allein aus langfristigen, abstrakten Reduktionszielen besteht, sondern relativ kurzfristiges und konkretes Handeln von Menschen erfordert?

Auch wenn sich dieses Kapitel schwerpunktmäßig der politischen Konzeption und Kommunikation widmet, soll auch die Rolle der Medien erneut beleuchtet werden. Der Befund der Medienanalyse, dass verkürzte und irreführende Darstellungen in der GEG-Debatte eine besondere (digitale) Verbreitung fanden, wirft auch Fragen für den Journalismus auf. Daher wird zum Abschluss dieses Kapitels diskutiert, welche Schlüsse sich aus der GEG-Debatte für die journalistische Auseinandersetzung mit der Klimapolitik ziehen lassen.

Politische Konzeption: Akzeptanzfaktoren für Klimapolitik

In der Berichterstattung wurde die Akzeptanz des GEG in der Bevölkerung nach der kommunikativen Vermittlung des Gesetzes am negativsten bewertet. Meinungsumfragen aus der ersten Jahreshälfte 2023 bestätigen, dass je nach Fragestellung eine knappe bis große Mehrheit das Gesetz ablehnte.¹⁸ Dass sich die Bundesregierung bei diesem Gesetz in besonderem Maße um die Zustimmung der Bevölkerung bemühen musste, kam allerdings nicht überraschend: Die Ariadne-Studie zeigte im Jahr 2021 – also noch vor dem Ukraine-Krieg – dass weniger

als 30 Prozent ein Einbauverbot von Gaskesseln befürworten.¹⁹ Im Juni 2022 ergab auch der Planetary Health Action Survey (PACE) der Universität Erfurt, dass gegenüber einem zukünftigen Neueinbauverbot von Öl- und Gasheizungen eine hohe Skepsis in der Bevölkerung bestand.²⁰ Diese Daten hätten die zuständigen Ministerien als ein Warnsignal verstehen sollen.

Es scheint, als habe sich die Bundesregierung mit Fragen klimapolitischer Akzeptanz vor dem ersten GEG-Entwurf zu wenig beschäftigt. Dabei gibt es mittlerweile eine instruktive, wenn auch nicht lückenlose Forschungsempirie zu den Einflussfaktoren auf die Akzeptanz von Klimaschutzmaßnahmen.²¹ In einem Bericht für den Klima- und Umweltausschuss des britischen Oberhauses haben Forschende im September 2022 sechs Faktoren herausgearbeitet, die für die Akzeptanz von Klimaschutz maßgeblich sein sollen: „Es gibt einige konsistente Befunde, wonach menschliches Verhalten durch die Faktoren Wissen, Werte, soziale Normen, Preis, Umsetzbarkeit, Effektivität motiviert wird“, heißt es in dem Bericht.²² An diesen sechs Faktoren entscheidet sich den Expertinnen und Experten zufolge, ob ein Klimaschutzinstrument auf Akzeptanz treffen wird oder in den Graben zwischen theoretischer *Klimaschutz-Befürwortung* und tatsächlichem *Klimaschutz-Verhalten* der Gesellschaft fällt (*Attitude-Behaviour-Gap*). Eine andere internationale Meta-Studie kommt zu dem Ergebnis, dass die wahrgenommene soziale Gerechtigkeit der wichtigste Einzelfaktor für die Akzeptanz klimapolitischer Maßnahmen ist.²³ Hierbei geht es häufig darum, ob die mit der Maßnahme verbundenen Kosten fair auf unterschiedliche sozioökonomische Gruppen in der Gesellschaft verteilt werden. In der GEG-Debatte wurde zudem eine zu starke Fokussierung auf die Wärmepumpe kritisiert und eine Ausweitung der (technologischen) Umsetzungsmöglichkeiten für die Bürger:innen als akzeptanzfördernd vermutet – allerdings liefert die Forschung dafür bislang keine Belege.²⁴ Eindeutiger erscheint die Lage bei den anderen genannten Faktoren, sodass die Lehren für die Klimapolitik an dieser Stelle zu drei Punkten verdichtet werden können:

Förderung vor Forderung

Jenseits der Dramatisierung („Habecks Heiz-Hammer würde uns 590.000 Euro kosten“) und Emotionalisierung („Wir haben Angst um unser Zuhause“) in der Bild-Berichterstattung ist die Heizungsumrüstung tatsächlich mit erheblichen Kosten für den Einzelnen verbunden.²⁵ Der Wucht des Kostenfaktors und seinem Dramatisierungspotenzial wurde in der Entwicklung des Gesetzes nicht ausreichend Rechnung getragen. Während die Forderung nach Heizungsumrüstung von Beginn an konkret war, blieb der Umfang der finanziellen Förderung monatelang unklar. Zwar wurden die Einbaukosten neuer Wärmepumpen bereits ab dem 1. Januar 2023 mit bis zu 40 Prozent staatlich bezuschusst; allerdings räumte Wirtschaftsminister Habeck am 21. März 2023 in den ARD-Tagesthemen ein, dass diese Förderung noch nicht sozial ausbalanciert sei und ergänzte: „Also müsste es noch mehr werden für diejenigen, die sich heute keine Wärmepumpen kaufen wollen. Wie man es genau macht [...], das wird man sehen.“²⁶ Es dauerte dann bis kurz vor Weihnachten, bis die neue Förderrichtlinie mit allen Details fertiggestellt war. Einkommensschwache Haushalte können seit dem 1. Januar 2024 mit einer Förderung von bis zu 70 Prozent rechnen. Aber eben das blieb viel zu lange unklar. Mit anderen Worten: In dem Moment, in dem die GEG-Debatte mit den Kosten als zentrales Thema heiß lief, konnte die Bundesregierung nichts Genaueres über die staatliche Förderung sagen. Diese Klarheitslücke vergrößerte den Resonanzraum für Angst- und Enteignungserzählungen. Die wichtigste Lehre für die Politik sollte sein, derartigen materiellen Ängsten keine Entfaltunggrundlage zu bieten. Sinnvoller wäre: Erst die Förderung beschließen, dann die Forderung verkünden.

Langfristige Kostenperspektive

Der Akzeptanzfaktor Kosten ist auch deshalb so bedeutsam, weil er die Wahrnehmung anderer Faktoren beeinflusst – allen voran die Effektivität der Maßnahme. Dazu erfährt man in der PACE-Studie, dass diejenigen, die den Klimaschutz für eine Ver-

schlechterung der persönlichen finanziellen Lage verantwortlich machen, die dazugehörigen Maßnahmen auch hinsichtlich der CO₂-Reduktion für unwirksamer halten. Andersherum halten die Menschen die Maßnahmen für wirksamer, deren finanzielle Situation durch den Klimaschutz unverändert oder sogar besser geworden ist. Somit hängt die Bewertung der Wirksamkeit von Klimapolitik weniger vom tatsächlichen Nutzen für die Eindämmung der Erderhitzung ab, sondern vielmehr vom Saldo im eigenen Geldbeutel. Dieser Befund steht im Zusammenhang mit einem strukturellen Problem des Klimaschutzes, das auch beim GEG zum Tragen kam: Dem mittel- und langfristigen Kostenvorteil durch die Maßnahme (z. B. durch einen steigenden CO₂-Preis) steht häufig ein kurzfristiger, durchaus beträchtlicher Investitionsbedarf gegenüber. Auf diese Anschaffungskosten wurde stets rekuriert – obgleich vielmals übertrieben – wenn über die befürchtete finanzielle Überforderung von Menschen berichtet wurde.

Wie zusätzlich zur angemessenen sozialen Abfederung dem Gefühl des finanziellen Nachteils intelligent entgegengewirkt werden kann, zeigt eine Vorlage für eine Volksabstimmung im Schweizer Kanton Zürich. Dort wurde im November 2021 über die Frage abgestimmt, ob Öl- und Gasheizungen am Ende ihrer Lebensdauer verpflichtend durch eine klimaneutrale Alternative ersetzt werden müssen. Der Clou an dem Vorschlag: Dieser Umstieg soll nur dann verpflichtend sein, wenn die Kosten für das klimaneutrale System über die gesamte Lebensdauer nicht mehr als fünf Prozent teurer sind als ein fossiles System.²⁷ Dazu wurde eine standardisierte *Lebenszykluskostenbestimmung* eingeführt, die sich aus den jährlichen Energie- und Betriebskosten sowie den Investitionskosten zusammensetzt.²⁸ Die Vorlage wurde mit einer überraschend hohen Zustimmung von 63 Prozent angenommen.²⁹ Auch das GEG hätte man mit einer solchen Berechnungsbestimmung ausstatten können. Sie hätte nüchterne Zahlen geliefert und für die allermeisten Menschen die positive Nachricht ergeben, dass sich die klimafreundliche Heizung über den Lebenszyklus des Geräts lohnt. Der Umstieg wäre dann eine Entschei-

dung der ökonomischen Rationalität.

Infrastruktur vor Individuum

Das Gesetz und die Debatte um den Heizungswechsel drehten sich lange Zeit primär um den individuellen Haus- oder Wohnungsbesitzenden. Es kamen häufig Personen zu Wort, die über finanzielle, technische und praktische Hürden der Umsetzung klagten. Wie oben erwähnt, ist die Umsetzbarkeit ein zentraler Akzeptanzfaktor. Wahrgenommene Kostenüberlastung und Umsetzbarkeitshürden führten zu einem Gefühl der Überforderung, aus dem wiederum eine Abwehrhaltung entstand, die man als Variante von *NIMBY* (Not in my backyard) verstehen könnte: Not in my Heizkeller – Klimaschutz ja, aber nicht in meinen eigenen vier Wänden. Im Allgemeinen gilt, dass die Zustimmung zu individuumsbezogenen Maßnahmen systematisch geringer ausfällt als zu strukturellen Veränderungen.³⁰ Auch beim Heizen gibt es eine Dualität von individuellem und strukturellem Heizsystem. Das Thema der kommunalen Wärmeplanung fand jedoch erst im Sommer 2023 Einzug in die GEG-Debatte. Erst dann schien manch einem in der Bundesregierung einzuleuchten: Das Gesetz zur kommunalen Wärmeplanung hätte kommen müssen, *bevor* einzelnen Hauseigentümerinnen und -eigentümern der Umbau auf klimafreundliche Heizungen verordnet wird. Wenn Kommunen ein Nahwärmenetz schaffen oder Fernwärme ausbauen, dann werden komplette Quartiere in den Blick genommen, nicht der einzelne Haushalt. In den Leitplanken der Ampel-Fraktionen aus dem Juni 2023 heißt es, dass die kommunale Wärmeplanung der zentrale Bezugspunkt für verpflichtende Maßnahmen im Gebäudebestand sein sollte.³¹ Bis spätestens 2028 müssen Kommunen nun die Wärmeplanung vorlegen, erst dann greifen die neuen Regelungen für Bestandsgebäude. Zwar führt das nun zu einer leichten Verzögerung der Wärmewende, aber es entlastet das Individuum und nimmt zunächst die Gemeinschaft in die Pflicht – also jene Ebene, auf der ohnehin der größere Hebel für den Klimaschutz liegt. Aus strategischer Perspektive erscheint es im Rückblick äußerst unglück-

lich, dass die Reihenfolge von Wärmeplanungs- und Heizungsgesetz vertauscht wurde. Die Bürger:innen trauen ihren Mitmenschen ohnehin weniger individuellen Klimaschutz zu als diese tatsächlich bereit sind umzusetzen.³² Diese pessimistische Sicht auf die Gemeinschaft senkt wiederum die eigene Motivation zum Handeln, das schließlich nur im Konzert der Vielen die notwendige Wirksamkeit ergibt. Für zukünftige, ähnlich gelagerte klimapolitische Vorhaben sollte daher gelten: strukturelle vor individuellen Veränderungen.

Politische Kommunikation: Prävention gegen Misinformationen

Die Vermittlung des Heizungsgesetzes wurde in der Berichterstattung – neben der Akzeptanz in der Bevölkerung – am stärksten kritisiert (siehe Kapitel I). Die Bundesregierung, im Besonderen der Grüne Koalitionspartner, musste feststellen, dass Klimaschutz zwar im Allgemeinen unterstützt wird, der Weg dorthin aber sehr umstritten ist und schwierige Maßnahmen auch deshalb nicht einfach vermittelt werden können, weil es an einem positiven Leitbild der klimaneutralen Gesellschaft weiterhin mangelt.³³ Mit Blick auf das GEG fehlte es dem BMWK ganz offensichtlich an strategischer, das heißt langfristig ansetzender Kommunikation. Im Folgenden werden drei Instrumente diskutiert, die bei der öffentlichen Vermittlung womöglich hilfreich gewesen wären:

Frame-Setting

Am 28. Februar 2023 machte die Bild auf ihrem Titelblatt den ersten Aufschlag in der GEG-Debatte: „Habeck will Öl- und Gasheizungen verbieten“ – ergänzt um den Hinweis „Schon ab 2024!“³⁴ Diese Schlagzeile war durch die Auslassung des zentralen

Faktums, dass der *Neueinbau* und nicht jeglicher Betrieb von Öl- und Gasheizungen untersagt werden soll, mindestens irreführend. Dadurch, dass die Bild dem Heizungsgesetz als erstes großes Medium eine Titelgeschichte widmete, konnte sie sich einen enormen Deutungseinfluss für dieses Thema aneignen. In den Tagen nach dem ersten Artikel bediente sie beständig das Thema (z. B. am 1. März 2023: „So trifft SIE der Heizungshammer“) und prägte dabei manchen Schlüsselbegriff (u. a. *Heizungsverbot*, *Heizungshammer*) für die sich entfaltende öffentliche Debatte.³⁵ Die Bild hatte das erste Wort und setzte den Ton der Debatte, was man kommunikationswissenschaftlich als *Frame-Setting* bezeichnet.³⁶ Analog zum Agenda-Setting, bei dem ein Thema in der öffentlichen Debatte neu etabliert wird, wird beim Frame-Setting ein bestimmter Deutungsrahmen für ein Thema gesetzt. Der Deutungsrahmen der Bild zum GEG ist eine besonders emotionale Form des Verlust-Framings. Mit „Heizungsverbot“ ist die Assoziation verbunden, dass die Tage des häuslichen Wärmespenders gezählt sein könnten, der Verlust eines warmen Zuhauses wird evoziert. Generell wird menschliches Verhalten häufig von einer Verlustaversion geleitet; in den kalten Tagen Anfang März 2023 (vielerorts zeigten die Außenthermometer noch Minusgrade) dürfte sie sich in eine Angst vor dem Frieren gesteigert haben. Der *Hammer* als Sprachbild des Brachialen und Unausweichlichen – wenig später ergänzt von anderen Medien und der Opposition mit der invasiv-aggressiven *Brechstanke* – zeichnet zudem einen Staat und im Speziellen einen Wirtschafts- und Klimaschutzminister, der sich gewaltsam Zugang zum Privatraum der Bürger:innen verschafft. Mit Hammer und Brechstanke in einem Heizungsraum wurde Habeck auch am 20. Mai 2023 in einer Zeichnung auf dem Cover des Spiegels dargestellt.³⁷

Das erste Framing der Bild entfaltete auch deshalb eine hohe Prägungskraft, weil es zu diesem Zeitpunkt nahezu konkurrenzlos auf dem Meinungsmarkt angeboten werden konnte. Die beiden federführenden Ministerien erlangten zu keinem Zeitpunkt eine Deutungshoheit über ihr eigenes Gesetz, weil sie offenkundig von der Weitergabe

des Gesetzentwurfs an die Presse im Stadium der regierungsinternen Frühkoordinierung überrascht wurden. Öffentliche Kommunikation gab es von den beiden Häusern zu dem Vorhaben bis dato kaum. Nun sind derartige Durchstechereien (*Leaks*) jedoch keine Neuheit – ebenso wenig wie eine gesteigerte Konkurrenzmentalität innerhalb der Ampelkoalition, die ein solches Verhalten wahrscheinlicher macht. Nur mangelte es allen voran dem BMWK an strategischer Kommunikation. Zu einem wichtigen Instrument gehört dabei das *Preemptive Framing*, also ein vorsorglich frühzeitiges Framing eines bedeutsamen Themas. Der Kognitionswissenschaftler George Lakoff definiert das präemptive Framing mit einem simplen Leitsatz: „Frame an issue before other people get a chance to“. Insbesondere bei klimapolitischen Vorhaben, bei denen um die Akzeptanz der Bevölkerung intensiv geworben werden muss, sollte eine Regierung ihr Anliegen frühzeitig effektiv erklären, bevor es andere tun. Dabei den ersten Frame zu setzen, gehört zu den wichtigsten Mitteln einer vorausschauenden Kommunikation. Dies hätte Minister Habeck beispielsweise in einem ausführlichen Interview tun können, als der Gesetzentwurf sein Ministerium verließ.

Prebunking

Misinformationen sind an der Tagesordnung in einer hybriden, fragmentierten, teils kaum regulierten und zunehmend gatekeeperlosen Medienöffentlichkeit, in der eine Vielzahl (pseudo-)journalistischer und parteiischer Akteurinnen und Akteure Inhalte verbreiten. Die Medienanalyse hat gezeigt, dass das Verhältnis von irreführenden zu korrekten Informationen zum Heizungsgesetz in rechten Extremmedien (u. a. Tichys Einblick) rund 70:30 beträgt. Den zweithöchsten Anteil an irreführenden Aussagen zum Heizungstausch verzeichnet die Bild und auch die Beiträge vom linken Rand des Medienspektrums fallen durch vermehrte Misinformationen negativ auf. Letztere fanden allerdings keine hohe Verbreitung auf Social Media, während Bild und Tichys Einblick die höchste Viralität entfalteten. Dass eine einzelne Misinformation mehr Menschen erreicht

als ihre Richtigstellung ist mittlerweile hinlänglich belegt.³⁸ Zu einer frühzeitigen und vorsorglichen politischen Kommunikation – insbesondere zu emotionalisierbaren und polarisierungsfähigen Themen – sollte daher auch das sogenannte *Prebunking* gehören. Im Gegensatz zum Debunking setzt es nicht nach der Verbreitung von Misinformationen mit einer Richtigstellung an, sondern bereits bevor diese ihren Weg zu einem größeren Publikum gefunden haben. Die Desinformationsexpertin Beth Goldberg definiert es als „eine wissenschaftlich erforschte Kommunikationstechnik, die Menschen dabei hilft, künftige Versuche, sie mit falschen Informationen zu manipulieren, zu erkennen und zurückzuweisen“.³⁹ Voraussetzung ist dafür eine Antizipationsfähigkeit, die sich durch längerfristige Beobachtung und Analyse von Akteurinnen bzw. Akteuren und Diskursen in den (sozialen) Medien aneignen lässt. Sowohl Angriffe auf den Klimaschutz im Allgemeinen – von fossilen Interessenverbänden bis hin zu Verschwörungserzählungen („Great Reset“) in rechten Extremmedien – als auch gezielte Desinformation über Grüne Politiker:innen sind spätestens seit dem Bundestagswahlkampf 2021 bekannte Phänomene.⁴⁰

Irreführende Darstellungen des Heizungstausches zum Heizungsgesetz fielen somit nicht vom Himmel und fügten sich in bestehende Narrative ein, die in ihrer harmloseren Form aus politischen Zuspitzungen und in ihrer gefährlicheren Variante aus eindeutigen Falschbehauptungen über Klimapolitik bestehen. In solchen Fällen setzt der *Prebunking*-Ansatz darauf, die Öffentlichkeit bereits vor einer erwartbaren Desinformationswelle gegen Manipulationsversuche zu immunisieren. Die Wirksamkeit der Methode ist mittlerweile wissenschaftlich belegt.⁴¹ Dabei werden Menschen für Misinformationsmechanismen sensibilisiert und mit Fakten ausgerüstet. Regierungsvertreter:innen sollten zwar keine präventiven Unterstellungen gegenüber bestimmten Akteurinnen und Akteuren vornehmen. Aber neben einer gut begründeten, allgemeinen Warnung vor Desinformation, kann vor allem das Vorbauen mit Fakten eine effektive Strategie gegen Falschinformationen sein.⁴² Im Falle des GEG hätten

etwa Rechenbeispiele für die tatsächlichen Umrüstkosten typischer Wohnszenarien, interaktive Tools zur Eignungsprüfung der eigenen Wohnsituation für die Umrüstung auf eine Wärmepumpe oder Informationen zum Produktionshochlauf der Wärmepumpenindustrie genutzt und verbreitet werden können. Weil es aber an solchen Informationen mangelte, konnten andere Akteurinnen und Akteure das Faktenvakuum mit Mythen und Angstmache füllen. In Teilen gehörte dazu auch die CDU-Kampagne #fairheizen, die mit überzogenen Kostenkalkulationen arbeitete.⁴³

Diskursallianzen

Zeitweise sah es so aus, als würde das BMWK in der GEG-Debatte ziemlich alleine dastehen. Nicht nur die Kritik der Opposition und einzelner Medien schien vernichtend, auch zahlreiche Interessenverbände meldeten ihre Bedenken an. Befürwortende Stimmen waren kaum zu hören. Machtpolitisch ist das bei einer Reform, bei der es für lobbystarke Akteurinnen und Akteure wie den Gasnetzbetreibern um Milliarden geht, eine äußerst nachteilige Lage. Was dem Ministerium ganz offenbar fehlte, war eine Allianz von Verbündeten aus Wirtschaft und Gesellschaft, die das Heizungsgesetz zumindest im Grundsatz unterstützen und auch öffentlich verteidigten. Akteurinnen und Akteure, die dafür infrage kommen, wurden wohl ebenfalls von der Berichterstattung der Bild kalt erwischt, die Hauptverantwortung für die frühzeitige Information und Einbindung liegt jedoch bei den zuständigen Ministerien. Eine breite Einbindung sollte im frühen Stadium der Entwicklung des Gesetzes in den Ministerien erfolgen. Neben dem fachlichen Input für die Ausgestaltung des Gesetzes wären aus kommunikationsstrategischer Sicht für die öffentliche GEG-Debatte vor allem Stimmen aus dem Handwerk, der Energieberatung und den Stadtwerken relevant gewesen. Als bekannte Ansprechpersonen aus der Lebenswelt von Menschen erscheinen sie vielen als besonders glaub- und vertrauenswürdig. Vereinzelt gab es Medienberichte über die Arbeit der Energieberatung, z. B. in der Süddeutschen Zeitung schilderten Be-

rater:innen, wie die Debatte um das Heizungsgesetz „losgelöst von der Wirklichkeit“ verlaufe und sie in ihrer Arbeit „Halbwahrheiten, Falschaussagen, Ängste“ entkräften müssten.⁴⁴ Eine frühzeitige, proaktive Kommunikationsanstrengung hätte solchen Stimmen eine große Bühne bereiten können, nicht zuletzt weil sie über eine Ressource verfügen, an der es der Politik häufig mangelt: Vertrauen. Stattdessen lief auch die offizielle Anhörung von Verbänden im Bundestag in einem insgesamt sehr holprigen Gesetzgebungsverfahren alles andere als optimal, da den Expertinnen und Experten der 110-seitige Text erst 72 Stunden vor der Anhörung geschickt wurde, die auf einen Montag fiel. Dieser Umstand sorgte für weiteren Unmut und Misstrauen.

Journalismus: Rüstzeug für die Berichterstattung über komplexe Klimaschutzmaßnahmen

Neben der Kritik am politischen Handwerk und der Kommunikation muss im Sinne einer Gesamtbeurteilung der GEG-Debatte auch gefragt werden, ob die ausgewogene Berichterstattung der Mehrheit der Medien ein ausreichendes Gegengewicht zur irreführenden Berichterstattung einer Minderheit bilden konnte. Kritik an der Berichterstattung zum GEG kam auch aus dem Journalismus selbst. Ende Mai 2023 sagte der *Table.Media*-Journalist Malte Kreuzfeldt: „Wenn so viele Falschannahmen sich so lange in der Öffentlichkeit halten, dann spricht das dafür, dass die Berichterstattung nicht optimal ist.“⁴⁵ Tatsächlich setzte das Gros der Berichterstattung erst mehrere Wochen nachdem die Bild mit einer kampagnenförmigen Taktung losgelegt hatte ein (vgl. Kapitel I). Halbwahrheiten und Mythen hatten somit einen Verbreitungsvorsprung. Inhaltlich wurde – wenngleich dieser Befund nicht neu ist – intensiv über machtpolitische Aspekte wie die Streitigkeiten innerhalb der Regierung und das taktische Verhalten der Opposition berichtet, was ins-

besondere bei einem emotionalen und interessenbehafteten Thema wie dem Heizen Verunsicherung verstärken kann, statt für Klarheit zu sorgen. In der Gesamtschau lassen sich drei Punkte herausarbeiten, die als Vorschlag für die journalistischen Schlüsse aus der GEG-Debatte zu verstehen sind: Erstens scheint es so, dass sich manche Mythen wie die angebliche Notwendigkeit einer Fußbodenheizung für Wärmepumpen oder stark übertriebene Kosten für den Einbau dieser Technologie auch deswegen hartnäckig halten konnten, weil nicht bei allen berichtserstattenden Journalistinnen und Journalisten das nötige Fachwissen für die unverzügliche Aufklärung solcher irreführender Darstellungen von Beginn an vorhanden war. Nun ist es allerdings ein strukturelles Merkmal von politischen Journalistinnen und Journalisten, dass sie eine breite Palette von Themen abdecken müssen und dementsprechend nicht für alle Gesetze von vornherein ein hohes Maß an Fachexpertise mitbringen können. Gleichwohl ist die Dekarbonisierung sämtlicher gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Bereiche seit langem als Ziel definiert und auch die Novellierung des GEG wurde im Vorjahr ein weiteres Mal angekündigt. In Deutschland wie auch in Europa und darüber hinaus stehen also mehrere Jahrzehnte eines umfangreichen Umbaus hin zur Klimaneutralität an. Um diesen Prozess im Dienste einer informierten und kritischen Öffentlichkeit begleiten zu können, benötigt der Journalismus heute eine Transformationskompetenz. Gemeint ist damit eine Wissensgrundlage über technische, regulatorische, ökonomische und soziale Faktoren der Dekarbonisierung einzelner Bereiche. Schon seit einigen Jahren fordern Medienexperten wie Wolfgang Blau, dass Redaktionen Klima als Querschnittsthema betrachten und „die Berichterstattung über den Klimawandel [...] möglichst alle Teams einer Redaktion einbeziehen“ sollten. Neben diesem horizontalen Mainstreaming der Klimaberichterstattung über alle Ressorts einer Redaktion hinweg sollte zusätzlich auf einer vertikalen Achse die *Transformationskompetenz* innerhalb des einzelnen Fachgebiets (z. B. Sport, Kultur, Immobilien, Mode, Finanzen etc.) gestärkt werden.

Zweitens ist eine solche Transformationskompetenz

auch eine wichtige Voraussetzung, um den *Kräften der Verzögerung* kritisch zu begegnen. Heutzutage werden das Faktum des menschengemachten Klimawandels und die Notwendigkeit der Dekarbonisierung kaum noch geleugnet. Wer das tut, disqualifiziert sich für eine seriöse Debatte. Präsentier sind hingegen Stimmen, die Instrumente vorschlagen, die noch nicht vollständig entwickelt und deren Beitrag für die Klimaneutralität eines Sektors unklar ist. Mit Blick auf das GEG gilt das insbesondere für das Heizen mit Wasserstoff und die sogenannte H₂-ready-Heizung, die auf Bestreben der FDP im Gesetz gestärkt wurde. Die bundesweite Interessenvertretung der Energieberatenden sagt zum finalen Beschluss: „Das Märchen vom Heizen mit Wasserstoff wird Gesetz“.⁴⁷ Begriffe wie Technologieoffenheit klingen intuitiv richtig, es muss aber stets hinterfragt werden, ob hinter ihnen nicht eine Verzögerungstaktik zugunsten von unsicheren Technologien steht, die bestimmten Geschäftsmodellen aus der fossilen Industrie eine Lebensverlängerung beschert.

Drittens fällt bei der Themenauswahl der Medien in ihrer GEG-Berichterstattung die seltene Erwähnung des Klimaschutzes – dem Anlass des Gesetzes – auf. Das verwundert deshalb, weil der Klimawandel von der Bevölkerung als zentrales Problem empfunden wird, sodass dieser Bezug vor allem auch aus Publikumperspektive relevant ist. In der Berichterstattung zeigt sich hingegen eine Dominanz der kurzfristigen Sicht: Es ist zwar nachvollziehbar und gut begründet, dass die Umsetzbarkeit und Kosten des Heizungswechsels prominent thematisiert werden, allerdings führt die gleichzeitige weitgehende Ignoranz der *langfristigen Perspektive*, also der langfristigen Kostenwirkung wie auch des Beitrags zum Klimaschutz zu einem Ungleichgewicht, das der Gesamtkomplexität des Themas nicht gerecht wird. Der Medienwissenschaftler Bernhard Pörksen spricht in diesem Zusammenhang von „Nachhaltigkeit als Nachrichtenwert“ und fordert im Journalismus ein stärkeres Denken in längeren Linien.⁴⁸

Fazit

Das Heizungsgesetz ist kein gelungenes Beispiel dafür, wie man eine anspruchsvolle Klimaschutzmaßnahme als Regierung konzipieren und kommunizieren (und als eine die Klimaschutzziele unterstützende Opposition kritisieren) sollte. Zu recht beanstandeten die Medien die mangelnde Akzeptanz des GEG in der Bevölkerung (politische Konzeption) und die schlechte Vermittlung des Vorhabens (politische Kommunikation). Eine kritische politische Analyse der GEG-Debatte ist daher für die zukünftige Klimapolitik von großer Bedeutung. Als Anstoß einer solchen Aufarbeitung wurden in diesem Kapitel mehreren Lehren aus der GEG-Debatte mit Blick auf die Akzeptanz (*Förderung vor Forderung, langfristige Kostenperspektive und Infrastruktur vor Individuum*) und die strategische Kommunikation (*Frame-Setting, Prebunking und Diskursallianzen*) umrissen. Auch der Journalismus wurde durch die Komplexität des Gesetzes herausgefordert. Eine sachliche und ausgewogene Berichterstattung über Klimapolitik erfordert von Redaktionen eine erhöhte Transformationskompetenz, den kritischen Umgang mit Verzögerungstaktiken sowie eine langfristige Perspektive auf ein Thema, in dessen Kern es um Nachhaltigkeit geht.

Die Empfehlungen in diesem Kapitel sollten keinesfalls als abschließende Liste verstanden werden, sondern vielmehr als Bausteine für eine Debatte über die Anforderungen an Politik und Medien in Hinblick auf den Klimaschutz und dessen Gelingen, das von seiner konkreten und konsequenten Umsetzung abhängt.

Fußnoten

- 17 Jürgensen P., Menzel-Meyer, M. (2024). Wähler:innenpotenzialanalyse: So schaut die Bevölkerung derzeit auf die Ampel-Regierung. Das Progressive Zentrum. | <https://www.progressives-zentrum.org/waehlerinnenpotenzialanalyse-so-schaut-die-bevoelkerung-derzeit-auf-die-ampel-regierung/>
- 18 Infratest dimap (2023). ARD-DeutschlandTREND Juni 2023. <https://www.infratest-dimap.de/umfragen-analysen/bundesweit/ard-deutschlandtrend/2023/juni/>
- 19 Ariadne-Projekt (2022). So wird geheizt – Ergebnisse des Wärme- und Wohnen-Panels 2021. | <https://ariadneprojekt.de/publikation/waermepanel21/>
- 20 Betsch, C. et al. (2022). Planetary Health Action Survey der Universität Erfurt. Welle 2 bis 4 (17.06.2022). | https://projekte.uni-erfurt.de/pace/_files/PACE_W02-04.pdf
- 21 Ein aktueller Überblick findet sich in diesem Journalaufsatz: Heyen, D. A./Wicki, M. (2024). Increasing public support for climate policy proposals: A research agenda on governable acceptability factors, in: Climate Policy. | <https://doi.org/10.1080/14693062.2024.2330390>
- 22 House of Lords Environment and Climate Change Committee (2022). In our hands: behaviour change for climate and environmental goals. | <https://committees.parliament.uk/publications/30146/documents/174873/default/>
- 23 Bergquist, M., Nilsson, A., Harring, N., & Jagers, S. C. (2022). Meta-analyses of fifteen determinants of public opinion about climate change taxes and laws. Nature Climate Change, 12(3), 235–240. | <https://doi.org/10.1038/s41558-022-01297-6>
- 24 Entgegen des oft geäußerten Vorwurfs kannte schon der Referentenentwurf des GEG nicht nur die Wärmepumpe, sondern insgesamt sechs sogenannte „Erfüllungsoptionen“ (<https://table.media/wp-content/uploads/2023/03/GEG-070323.pdf>), die später noch erweitert wurden.
- 25 Franzke Jr., K. (2023). Habecks Heiz-Hammer würde uns 590 000 Euro kosten. | <https://www.bild.de/ratgeber/2023/ratgeber/3-haeuser-3-schicksale-das-wuerde-uns-der-heiz-hammer-von-habeck-kosten-83362426.bild.html> und o. A. (2023). Wir haben Angst um unser Zuhause. <https://www.bild.de/bild-plus/news/inland/news-inland/sanierungs-wahnsinn-deutsche-haben-angst-um-ihr-zuhause-83261626.bild.html>
- 26 ARD (2022, 21. März). Tagesthemen-Interview mit Robert Habeck. | <https://www.tagesschau.de/multimedia/sendung/tagesthemen/video-1171935.html>
- 27 SRF (2021, 8. November). Zürich will Öl- und Gasheizungen aus den Gebäuden verbannen. | <https://www.srf.ch/news/abstimmungen-28-november-2021/kantone-und-gemeinden/abstimmung-kanton-zuerich-zuerich-will-oel-und-gasheizungen-aus-den-gebaeuden-verbannen>
- 28 Klimareporter (2022, 25. Juni). Die mediale Macht des Heizhammers. | <https://www.klimareporter.de/gesellschaft/die-mediale-macht-des-heizhammers>
- 29 SRF (2021, 28. November). Öl- und Gasheizungen gehören bald der Geschichte an. | <https://www.srf.ch/news/abstimmungen-28-november-2021/kantone-und-gemeinden/abstimmung-kanton-zuerich-oel-und-gasheizungen-gehoe-ren-bald-der-geschichte-an>
- 30 Betsch, C. et al. (2022). Planetary Health Action Survey der Universität Erfurt. Welle 2 bis 4 (17.06.2022). | https://projekte.uni-erfurt.de/pace/_files/PACE_W02-04.pdf
- 31 Leitplanken der Ampel-Fraktionen zur weiteren Beratung des Gebäudeenergiegesetzes, 13.06.2023, | <https://www.klimareporter.de/images/dokumente/2023/06/koa-geg-papier.pdf>
- 32 Betsch, C. et al. (2022). Planetary Health Action Survey der Universität Erfurt. Welle 2 bis 4 (17.06.2022). | https://projekte.uni-erfurt.de/pace/_files/PACE_W02-04.pdf
- 33 Hillje, J. (2023). Scholz braucht eine bessere Botschaft – diese könnte funktionieren. | https://www.n-tv.de/politik/politik_kommentare/Von-Ludwig-Erhard-lernen-Scholz-braucht-eine-bessere-Botschaft-diese-koennte-funktionieren-article24301259.html
- 34 Schäfer, J. (2023, 28. Februar): Habeck will Öl- und Gas-Heizungen verbieten, Bild | <https://www.bild.de/bild-plus/geld/wirtschaft/politik-inland/habeck-will-oel-und-gas-heizungen-verbieten-schon-ab-2024-83042714.bild.html>
- 35 Schäfer, J. (2023, 01. März): So trifft SIE der Heizungshammer, Bild | <https://www.bild.de/bild-plus/politik/inland/politik-inland/habeck-will-gas-und-oel-heizungen-verbieten-ab-wann-sie-das-verbot-trifft-83049988.bild.html>
- 36 Oswald, M. (2019). Strategisches Framing. Springer-Verlag.
- 37 Der Spiegel (2023). Operation Wärmepumpe. Ausgabe 21/2023. | <https://www.spiegel.de/spiegel/print/index-2023-21.html>
- 38 Sänglerlaub, A. (2018). Feuerwehr ohne Wasser? Möglichkeiten und Grenzen des Fact-Checkings als Mittel gegen Desinformation. Stiftung Neue Verantwortung. | https://www.stiftung-nv.de/sites/default/files/grenzen_und_moeglichkeiten_fact_checking.pdf

- 39 Goldberg, B. (2023), zitiert nach Klicksafe (2023). Prebunking-Kampagne sensibilisiert für Desinformation. | <https://www.klicksafe.de/news/prebunking-kampagne-sensibilisiert-fuer-desinformation>
- 40 Institute for Strategic Dialogue (2022). Bundestagswahl 2021 – Digitale Bedrohungen und ihre Folgen. | <https://isdgermany.org/bundestagswahl-2021/>
- 41 Linden, S. (2022). Misinformation: susceptibility, spread, and interventions to immunize the public. *Nature*. | <https://www.nature.com/articles/s41591-022-01713-6>
- 42 Zusätzlich können Ministerien in Hintergrundgesprächen mit seriösen Medien ihre Erkenntnisse über Desinformationsstrategien teilen und damit einen indirekten Beitrag zu einer resilienten Öffentlichkeit beitragen.
- 43 Bäunker, L. (2023). Anatomie einer Kampagne: Die Union gegen das Heizgesetz. *Krautreporter*. | <https://krautreporter.de/klimakrise-und-losungen/5136-anatomie-einer-kampagne-die-union-gegen-das-heizgesetz>
- 44 Hummel, T. (2023). Energieberatung: Im Kampf gegen Heiz-Mythen. *Süddeutsche-Zeitung*. | <https://www.sueddeutsche.de/politik/energie-wende-heizung-energieberatung-waermepumpen-mythen-1.5848847>
- 45 Übermedien (2023). Wie und warum schüren Medien Angst vor dem geplanten Heizungsgesetz? | <https://uebermedien.de/84671/wie-und-warum-schueren-medien-angst-vor-dem-geplanten-heizungsgesetz/>
- 46 Blau, W. (2021). Jeder wird bald Klimareporter sein. *Journalist*. | <https://www.journalist.de/startseite/detail/article/jeder-wird-bald-klimareporter-sein>
- 47 GIH Bundesverband (2023). Das Märchen vom Heizen mit Wasserstoff wird Gesetz. | <https://www.gih.de/blog/das-maerchen-vom-heizen-mit-wasserstoff-wird-gesetz/>
- 48 Pörksen, B. (2021). Neue Zeithorizonte – Neue Perspektiven. *Deutschlandradio*. | <https://www.deutschlandradio.de/gastbeitrag-bernhard-poerksen-102.html>

Über den Autor



Dr. Johannes Hillje ist Politik- und Kommunikationsberater in Berlin und Brüssel. Er berät Institutionen, Parteien, Politiker, Unternehmen und Verbände in Fragen der strategischen Kommunikation. Zuvor war er als Wahlkampfmanager (Europäische Grüne Partei), im Kommunikationsbereich der UN in New York und in der heute.de-Redaktion des ZDF tätig. Er ist Policy Fellow bei Das Progressive Zentrum und Autor mehrerer Sachbücher. 2022 erschien sein Buch „Das 'Wir' der AfD - Kommunikation und kollektive Identität im Rechtspopulismus“ (Campus-Verlag) und 2017 „Propaganda 4.0“ (Dietz-Verlag). Hillje hat an der London School of Economics einen Masterabschluss in Politics and Communication, an der Universität Mainz einen Magister in Politikwissenschaft und Publizistik und an der Universität Kassel eine Promotion in Politikwissenschaft abgelegt.

 @JHillje

 Johannes Hillje

 @jhillje.bsky.social

Über uns

DAS
PROGRESSIVE
ZENTRUM

Das Progressive Zentrum ist ein unabhängiger und als gemeinnützig anerkannter Berliner Think Tank. Seit dem Jahr 2007 setzt die Organisation mit Studien, Publikationen und Veranstaltungen Impulse für den gesellschaftlichen Fortschritt. Ihr Ziel ist es, Orientierung in politischen Debatten zu stiften und mit ihrem Netzwerk eine Plattform für Progressive aus Deutschland, Europa und Nordamerika zu bieten – und so einer zukunftsfähigen Gesellschaft ein Stück näherzukommen, die allen gleiche und gute Lebenschancen ermöglicht.

Partnervermerk

Die Studie „Aufgeheizte Debatte? Eine Analyse der Berichterstattung über das Heizungsgesetz – und was wir politisch daraus lernen können“ wurde von Campact in Auftrag gegeben und von Das Progressive Zentrum unter Beteiligung der Uni Mainz erstellt.

Zitationsvorschlag

Jost, P. und M. Mack; J. Hillje (2024). Aufgeheizte Debatte? Eine Analyse der Berichterstattung über das Heizungsgesetz – und was wir politisch daraus lernen können. Das Progressive Zentrum. progressives-zentrum.org

Impressum

Alle Rechte vorbehalten. Abdruck oder vergleichbare Verwendung von Arbeiten des Progressiven Zentrums auch in Auszügen ist nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung gestattet.

© Das Progressive Zentrum e. V., 2024
Veröffentlicht im April 2024

V.i.S.d.P.:

Dominic Schwickert

c/o Das Progressive Zentrum e. V.

Werftstraße 3, 10577 Berlin

Vorstand:

Prof. Dr. Wolfgang Schroeder, Judith Siller,
Joachim Knodt

Geschäftsführer:

Dominic Schwickert

Vorsitzende des wissenschaftlichen Beirats:

Prof. Dr. Anke Hassel

Redaktion:

Maria Menzel-Meyer

Lektorat:

Maria Menzel-Meyer, Stefanie Barth

Layout und Satz:

Greta Fleck

www.progressives-zentrum.org
mail@progressives-zentrum.org

Das Titelbild der vorliegenden Studie wurde mithilfe einer KI-Technologie generiert.

 @DPZ_Berlin

 Das Progressive Zentrum

 @dpz_berlin

 @dpzberlin.bsky.social

www.progressives-zentrum.org