



Klima Kompetenz Camps für Zukunftsberufe

Klima und Nachhaltigkeit wirkungsvoll kommunizieren

Zielgruppen kennen und gezielt adressieren

Projekträger:



Kooperationspartner



Gefördert durch:



Die Schwierigkeit der Klimakommunikation



Die Schwierigkeit:

Die Klimakrise als komplexes, langsam voranschreitendes Problem ohne klare Verantwortlichkeiten

Was uns hilft:

Wesentliche wissenschaftliche Fakten und Lösungsideen liegen vor

Was wir brauchen:

Die Übersetzung der wissenschaftlichen in die soziale Realität: neue Wege, um Menschen zielgruppengerecht zu erreichen

Die Schwierigkeit der Klimakommunikation



"Der [IPCC-]Report ist ein extrem wertvolles Dokument, weil er das Weltwissen zum Klimawandel bündelt. Aber die Wissenschaft wird nicht den gesellschaftlichen Willen zur Klimawende produzieren."

klimafakten.de-Chefredakteur Carel Mohn



SOCIAL DRIVERS

Overarching social processes that generate change toward or away from deep decarbonization



UN climate governance



Transnational initiatives



Climate-related regulation



Climate litigation



Journalism



Climate protests and social movements



Knowledge production



Consumption patterns



Corporate responses



Fossil fuel divestment

GLOBAL OPPORTUNITY

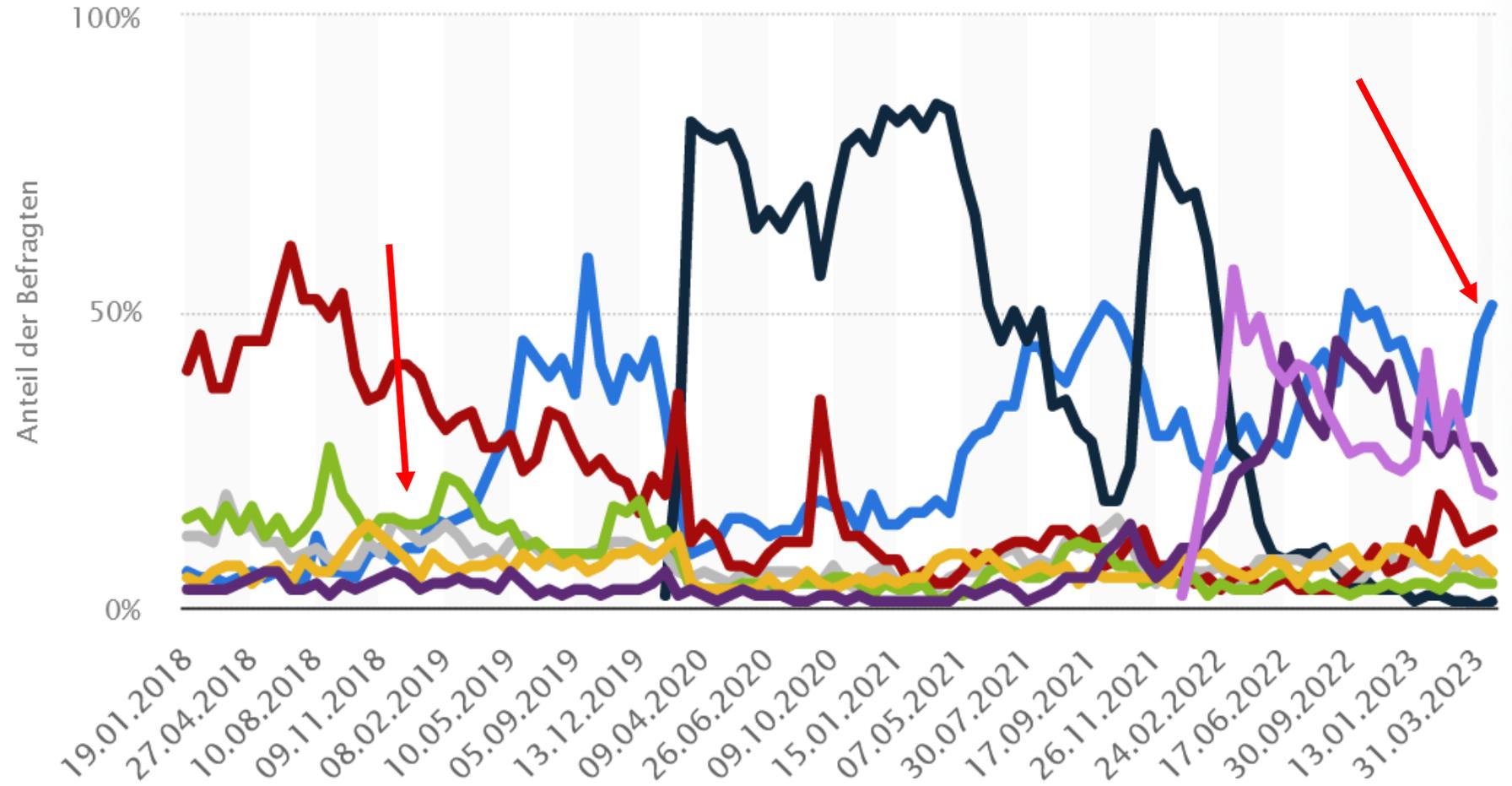
Sum of political, normative and ec

10 gesellschaftliche Treiber für die Klimawende:

- Internationaler Klimaschutz
- Klimaklagen
- Gesetzgebung durch Staaten
- Initiativen über nationale Grenzen hinweg
- Schaffen von Wissen
- Divestment-Bewegung
- **Reaktion der Wirtschaftsbetriebe**
- **Konsumgewohnheiten und –ansprüche der Bürgerschaft**
- Journalismus
- Klimaproteste und soziale Bewegungen

Die Zielgruppe

Wichtigste Probleme in Deutschland 2018-2023, Forschungsgruppe Wahlen



Energie/Versorgung/Klima

Soziales Gefälle

Renten

Kosten/ Löhne/ Preise

Corona

Ausländer/Integration/Flüchtlinge

Politikverdruss

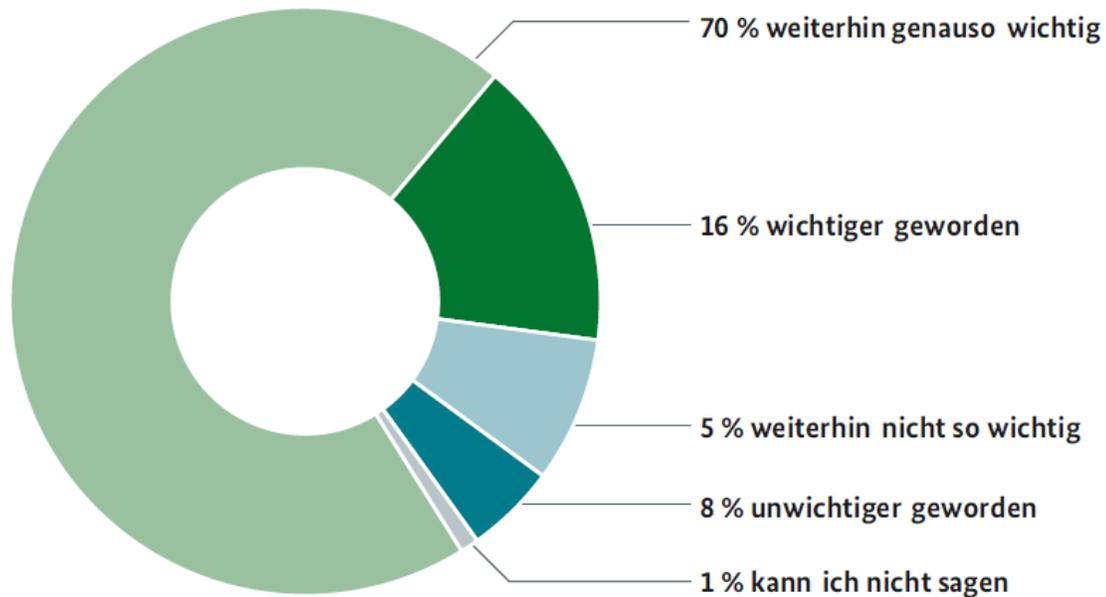
Ukraine/ Krieg/ Russland

Die Zielgruppe(n)



Abbildung 1: Wahrnehmung der Bedeutung des Klimaschutzes

Frage: Noch einmal zurück zur Corona-Krise der letzten Wochen und Monate. Wie haben diese Ereignisse die Bedeutung des Klimaschutzes für Sie persönlich verändert?



Repräsentativerhebung bei 2.115 Befragten, Bevölkerung ab 14 Jahren, Angaben in Prozent

Quelle: Umweltbundesamt: Umweltbewusstsein in Deutschland 2020, Januar 2022.

→ Die überwiegende Mehrheit ist dem Thema gegenüber aufgeschlossen!

Was bewegt Menschen zu klimarelevantem und nachhaltigem Handeln?



Sozialer, kultureller, ökonomischer, politischer, infrastruktureller und naturräumlicher Kontext

Auslöser



Problembezogene Überlegungen

Was bedeutet die Klimakrise für mich und für mir wichtige Personen und Dinge?



Handlungsbezogene Überlegungen

Was kann und soll ich tun, um der Klimakrise zu begegnen?



Absicht

Ja, ich werde was tun!



Hintergrund: Emotionen



Verhältnis Verstand und Emotionen:



Emotionen



Welche Emotionen sind
förderlich und welche hinderlich
für klimarelevantes Handeln?

Angst

Ärger und Wut

Frustration und Resignation

Schuld- und
Schamgefühle

Stolz

Hoffnung

Gefühl der mangelnden
Selbstwirksamkeit

Gefühl der Selbstwirksamkeit

Überforderung

Trauer

Zugehörigkeitsgefühl

Emotionen



Welche Emotionen sind förderlich und welche hinderlich für klimarelevantes Handeln?

Angst

Ärger und Wut

Frustration und Resignation

Schuld- und Schamgefühle

Stolz

Hoffnung

Hilflosigkeit

Gefühl der Selbstwirksamkeit

Überforderung

Trauer

Zugehörigkeitsgefühl



Hintergrund: Umgang mit Werten

Werte:

- Gehen über einzelne Situationen hinaus
- Beziehen sich auf erstrebenswerte Ziele
- Dienen als Entscheidungsmaßstab
- Werden von uns gewichtet und bestimmen unser Handeln

→ **Gegenseitige Wert-Schätzung und Gemeinsamkeiten suchen!**

Zum Beispiel:

- Natur schützen und soziale Gerechtigkeit
- Bewahren und Achtung vor der Tradition
- Unabhängigkeit und Freiheit

Was bewegt Menschen zu klimarelevantem und nachhaltigem Handeln?



Sozialer, kultureller, ökonomischer, politischer, infrastruktureller und naturräumlicher Kontext

Übung: klimarelevantes Handeln
In: Über Klima sprechen. Das Handbuch.

Auslöser



Problembezogene Überlegungen

Was bedeutet die Klimakrise für mich und für mir wichtige Personen und Dinge?



Handlungsbezogene Überlegungen

Was kann und soll ich tun, um der Klimakrise zu begegnen?



Absicht

Ja, ich werde was tun!

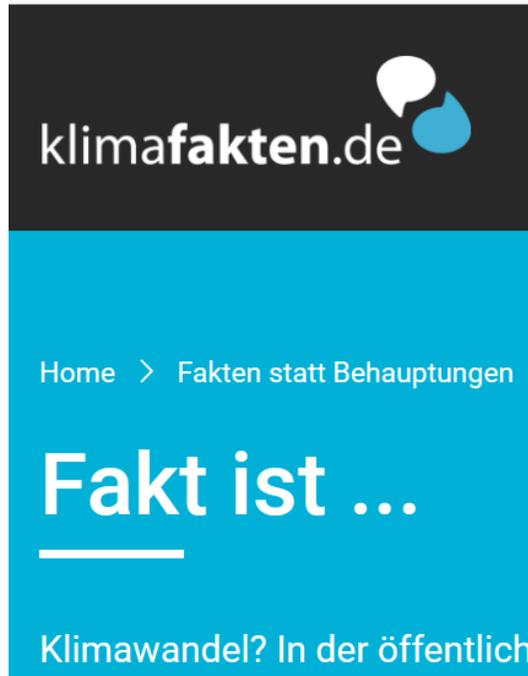


1. Überlege dir eine konkrete Person deiner Zielgruppe.
2. Gehe die verschiedenen Faktoren der Grafik durch: An welchem Punkt ist deine Person? Wo erwartest du Hindernisse und wie lassen sich diese vielleicht umgehen?

Ablehnung



Ablehnung



Umgang mit der Leugnung der Klimakrise:

<https://www.psychologistsforfuture.org/umgang-mit-leugnern-der-klimakrise/>



Faktensammlung:

<https://www.klimafakten.de/fakten-statt-behauptungen/fakt-ist>

Workshopangebot „Wie gehen wir mit Klimawandelleugner*innen um?“

<https://kipppunkt-kollektiv.de/klimawandelleugnerinnen/>



Missverständnisse zum Klimawandel aufgeklärt: <https://www.youtube.com/watch?v=QWfzim9Ttyc>

Auslöser





Themen-Botschafter*innen

„Die meisten Menschen [...] treffen ein soziales Urteil darüber, wen sie für vertrauenswürdig erachten – und kein wissenschaftliches Urteil, was sie für wahr halten.“

In: Über Klima sprechen. Das Handbuch.

Vertrauen durch Themen-Botschafter*innen

- Kommunikation in bestimmte Gruppen hinein jeweils durch Vertrauenspersonen passend zur Zielgruppe



Material:
Doktor Watson

<https://www.youtube.com/watch?v=u67tj6bf0Ls>

Geschichten, Kunst, Literatur, Spiele



Über Klima sprechen.
DAS HANDBUCH



13.

DU MUSST NICHT IMMER REDEN – SPIELE, KUNST, LITERATUR ETC.

Zum Textabschnitt springen:

[Die Funktion der Kunst](#) | [CliFi-Literatur](#) | [Film](#) | [Musik](#) | [Humor](#)
| [Spiele](#) | [Wenn und Aber](#) | [Fazit](#)



Material: Über Klima sprechen,
[Kapitel 13](#) (und [11](#): Geschichten)

von: Klimafakten.de

Bilder



Collections



Visualizing Climate Change



Climate Causes



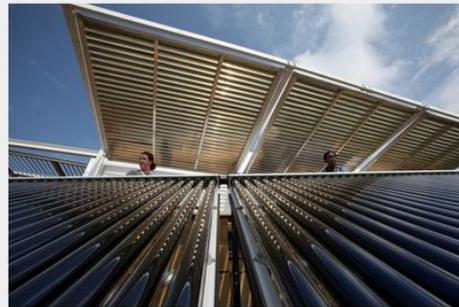
Climate Impacts



Climate Solutions



Climate Visuals' Principles



Special Projects



Getty Images Climate Visuals Grant Recipients

Material: Climate Visuals

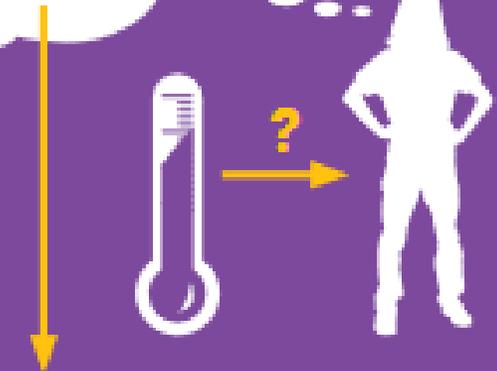
<https://climatevisuals.org/collections/>

Problembezogene Überlegungen

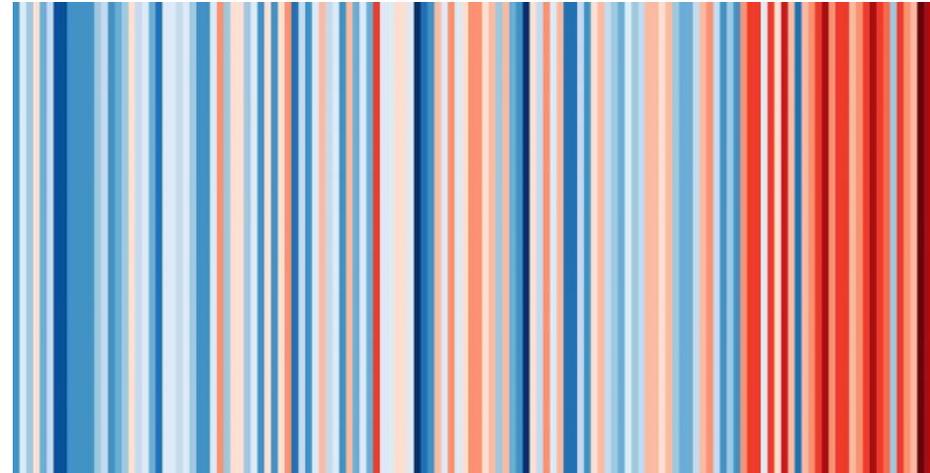
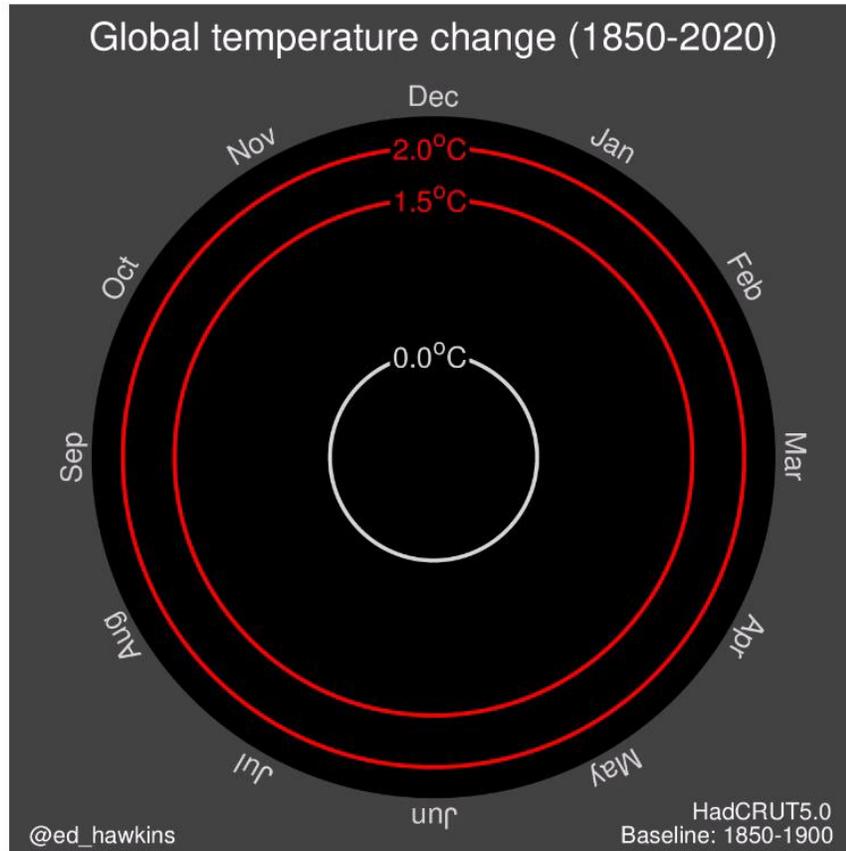


Problembezogene Überlegungen

Was bedeutet die Klimakrise für mich und für mir wichtige Personen und Dinge?



Grafiken



[#ShowYourStripes](#)

Material: Erderhitzung als Spirale
und als „warming stripes“

<http://www.climate-lab-book.ac.uk/spirals/>

Ed Hawkins, CC BY SA

Nähe schaffen mit konkreten Klimawandelfolgen

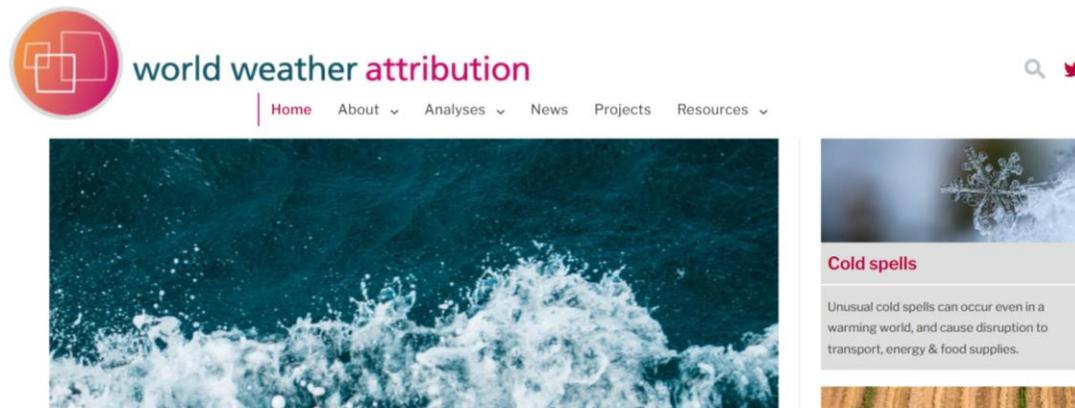


Konkrete, nahe Klimawandelfolgen:

- Extremwetterereignisse wie Starkregen und Überschwemmungen
- Extremwetterereignisse wie Hitze- und Dürresommer in Deutschland
- Veränderungen in der Natur (Blütezeiten, Schneefall, Vogelzug)
- Gesundheit (Allergien, Hitzetote, Krankheiten)
- Sport
- Ernährung

Material:
Attributsforschung

worldweatherattribution.org



Nähe schaffen mit konkreten Klimawandelfolgen



KLIMAFOLGEN ONLINE About Data Germany Climate Action ClimXtreme Stellungnahme

Klimafolgen in Deutschland

Diese Seite veranschaulicht die historischen und möglichen zukünftigen Auswirkungen des Klimawandels auf Deutschland für die Sektoren Klima, Land- und Forstwirtschaft, Wasser, Energie, Tourismus und Gesundheit. Bitte wählen Sie einen Sektor aus und erkunden die Klimafolgen für Deutschland!

- Klima**
Veranschaulicht die Verteilungen wichtiger klimatischer Größen.
- Landwirtschaft**
Veranschaulicht Parameter der Lebensmittelerzeugung
- Wald**
Veranschaulicht Parameter der Forstwirtschaft und Waldvegetation.
- Wasser**
Veranschaulicht Parameter des Wasserkreislaufs
- Energie**
Veranschaulicht Beispiele erneuerbarer
- Gesundheit**
Veranschaulicht

Imprint Privacy

Material: Klimafolgenforschung

www.KlimafolgenOnline-Bildung.de

Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung (PIK)

<https://klimabildung-pik.de/>

Bildungsmaterial zur interaktiven Plattform, auch explizit für Berufsschulen

Handlungsbezogene Überlegungen



Positive Kommunikation



- ✓ Gute Lösungen
- ✓ Gute Gefühle, die sich mit den Lösungen verbinden

Positive Kommunikation

- ✓ Freundlich und zuversichtlich
- ✓ „wir“ statt „ihr/Sie“
- ✓ Keine einzelnen Personen anprangern
- ✓ Begriff „Leugner*in“ vermeiden

Positive Debatte

- ✓ Nicht: Problembehebung, Verbote, Scheitern
- ✓ Sondern: eine bessere Zukunft
- ✓ Co-Benefits betonen
- ✓ Aber: keine falsche Hoffnung wecken

Material:
Visionswerkstätten Toolbox

v.a. Modul „Entwerfen“, von: BEACON / UfU ©

Konkrete Lösungen und Good-Practice-Beispiele



Material: Handbuch Klimaschutz

Von: Mehr Demokratie e.V. und BürgerBegehren Klimaschutz e.V.

Material: Klimawende von unten

Von: Mehr Demokratie e.V.; Umweltinstitut München
[Link](#)

Material: Das Klimabuch

Von: Esther Gonstalla, 11 Doppelseiten zu Lösungen

Material: Zukunftsarchiv

Von: Stiftung FuturZwei
[Link](#)



**ZUKUNFTS-
ARCHIV**
GESCHICHTEN DES GELINGENS



**GEZIRAH
TTT**



Ökologischer Handabdruck



Dein Handabdruck

Finde deinen Hebel für Veränderung!

Wie kannst du deinen Handabdruck vergrößern? Finde es heraus im Test!



Hier geht's los!

Was ist der Handabdruck?



Alle Hebel auf einen Blick



FAQ - Eure häufigsten Fragen.



Material: Ökologischer Handabdruck

Von: Germanwatch ©



Ausprobieren? <https://www.handabdruck.eu/handabdruck-test/>

Beispielmaterial Nachhaltig Wirtschaften (Modebranche)



DiTex Fact Sheets

<https://www.ditex-kreislaufwirtschaft.de/publikationen/>

Textile Zukunft

[Link](#)

TEXTILE ZUKUNFT

Informationen – Hintergründe – Strategien zum Umgang mit Alttextilien



GEMEINSCHAFT
FÜR TEXTILE
ZUKUNFT

Beispielmaterial Nachhaltig Wirtschaften (Modebranche)



KLEIDER mit HAKEN

Fallstudie zur globalen
Umweltanspruchnahme durch die
Herstellung unserer Kleidung

UBA Fallstudie
Kleider mit Haken

[Link](#)

Fashion Changers

<https://fashionchangers.de/>



JANA BRAUMÜLLER VRENI JÄCKLE NINA LORENZEN

Fashion CHANGERS

WIE WIR MIT FAIRER MODE
DIE WELT VERÄNDERN KÖNNEN

KNESEBECK

MIT FOTOGRAFIEN
VON LENA SCHERER

Beispielmaterial Nachhaltig Wirtschaften (Modebranche)



01.12.2022 | Thema des Monats

Der wahre Preis der Mode



Foto: ILO Asia-Pacific / Flickr.com / CC BY-NC-ND 2.0

Mode ändert sich ständig, und viele Menschen legen Wert darauf, sich öfter neue modische Kleidung zu kaufen. Doch die Herstellung von Textilien ist mit Belastungen für die Umwelt sowie teilweise menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen verbunden. Wie hängt unser Umgang mit Mode mit diesen Problemen zusammen? Und wie lassen sich die Produktionsbedingungen von Textilien verbessern?



Unterrichtsmaterial für die
Ausbildung im Einzelhandel mit
dem Schwerpunkt Textilien

Umwelt im Unterricht

[https://www.umwelt-im-
unterricht.de/wochenthemen/der-
wahre-preis-der-mode](https://www.umwelt-im-unterricht.de/wochenthemen/der-wahre-preis-der-mode)

EPIZ

[http://berufeglobal.de/bg21/wp-
content/uploads/2012-Mode-
und-Textil.pdf](http://berufeglobal.de/bg21/wp-content/uploads/2012-Mode-und-Textil.pdf)

Absicht



Absicht

Ja, ich
werde was
tun!

