



Klima Kompetenz Camps für Zukunftsberufe

ES GEHT NICHT MEHR NUR UM EISBÄREN

Wie können wir wirkungsvoll über die Klimakrise reden?

Projekträger:



Kooperationspartner



Gefördert durch:



Agenda



<https://klimakommunikation.klimafakten.de/>

→ Wie können wir mehr Menschen mit dem Thema Klimaschutz erreichen?

**Über Klima sprechen.
DAS HANDBUCH**

Wir haben genug Klimafakten, um endlich zu handeln. Offenbar aber brauchen Politik und Gesellschaft etwas anderes. Woran also fehlt es in der Debatte um Klimaschutz? Das erfahren Sie in diesem Handbuch.

Die Kapitel erscheinen etappenweise. Melden Sie sich [hier für den Newsletter an](#), um auf dem Laufenden zu bleiben.

- ÜBER DAS PROJEKT
- EINLEITUNG
- I. VOR-DENKEN

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

Hintergrund: Stolpersteine im Denken



Verhältnis Verstand und Emotionen:



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!

Übung: Universelle Werte

Übung nach Broschüre von „Die gemeinsame Sache“

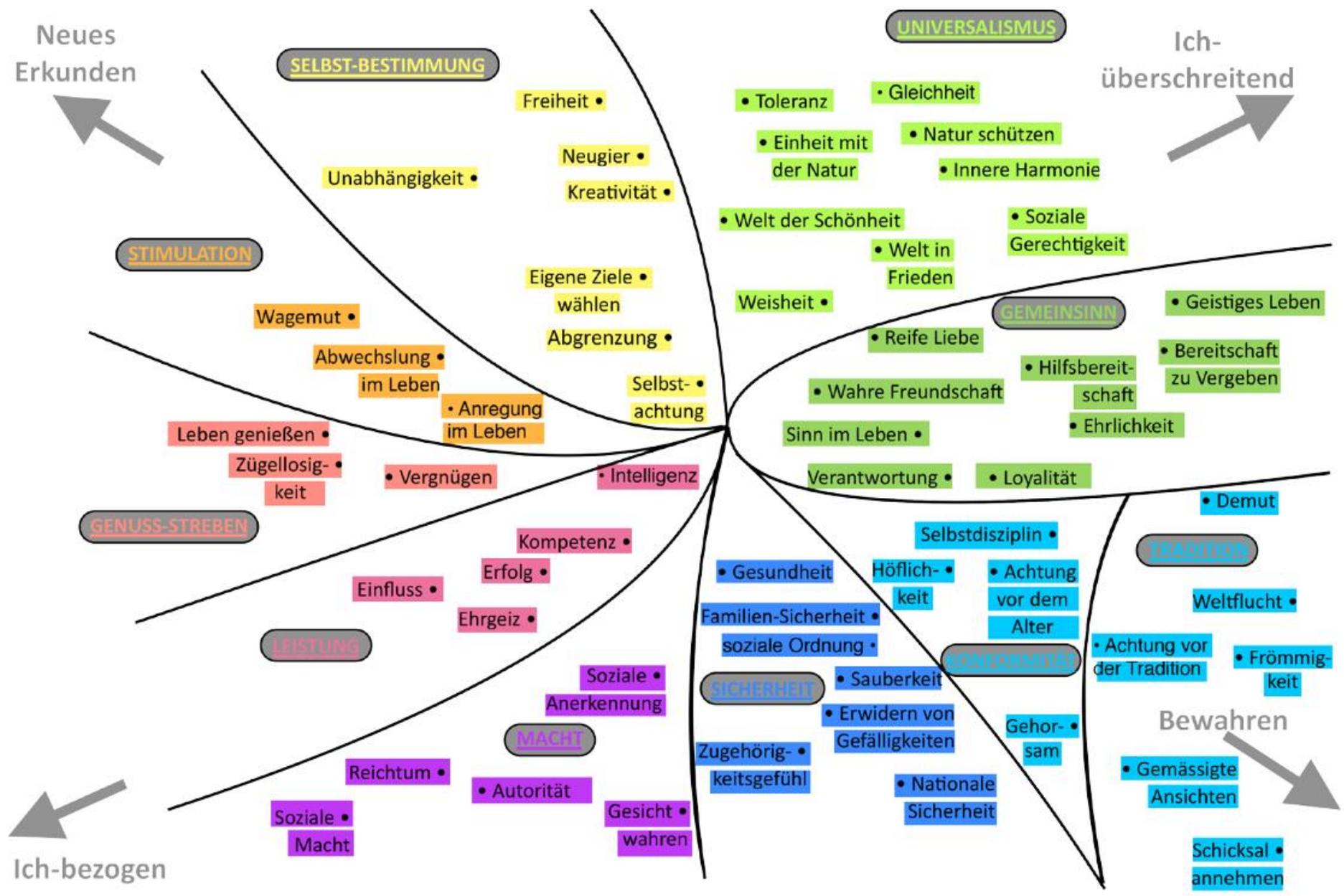
Hintergrund: Umgang mit Werten



- Freiheit
- Toleranz
- Gleichheit
- Neugier
- Einheit mit der Natur
- Natur schützen
- Kreativität
- Innere Harmonie
- Welt der Schönheit
- Soziale Gerechtigkeit
- Welt in Frieden
- Eigene Ziele wählen
- Weisheit
- Reife Liebe
- Geistiges Leben
- Abgrenzung
- Selbstachtung
- Wahre Freundschaft
- Hilfsbereitschaft
- Bereitschaft zu Vergeben
- Anregung im Leben
- Sinn im Leben
- Ehrlichkeit
- Vergnügen
- Verantwortung
- Loyaltät
- Demut
- Kompetenz
- Selbstdisziplin
- Erfolg
- Gesundheit
- Höflichkeit
- Achtung vor dem Alter
- Weltflucht
- Ehrgeiz
- Familien-Sicherheit
- soziale Ordnung
- Sauberkeit
- Achtung vor der Tradition
- Frömmigkeit
- Soziale Anerkennung
- Erwidern von Gefälligkeiten
- Gehorsam
- Zugehörigkeitsgefühl
- Nationale Sicherheit
- Gemässigte Ansichten
- Reichtum
- Autorität
- Gesicht wahren
- Soziale Macht
- Schicksal annehmen

Übung: Universelle Werte

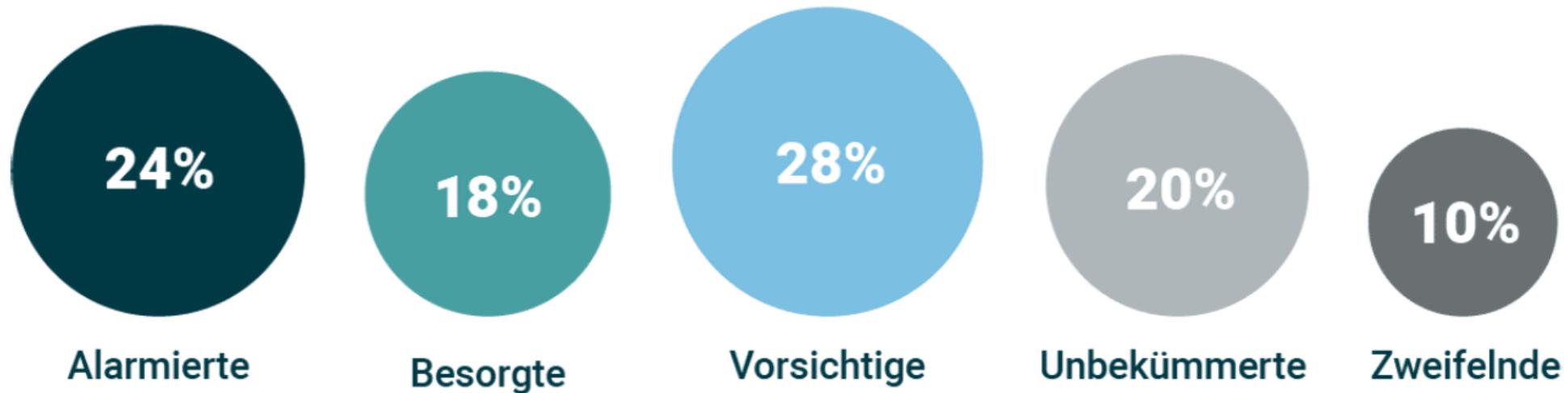
Aufgabe:
Welche 5 Werte sind dir besonders wichtig?
(kreise sie ein)



Wertestruktur nach Schwartz

Übung: Universelle Werte

Das Publikum



Deutschland und der Klimawandel: Fünf verschiedene Teilöffentlichkeiten (Quelle: [Metag et al. 2015](#))
Grafik in: Über Klima sprechen. Das Handbuch.

→ Die überwiegende Mehrheit ist dem Thema gegenüber aufgeschlossen!

Was bewegt Menschen zu klimarelevantem Handeln?

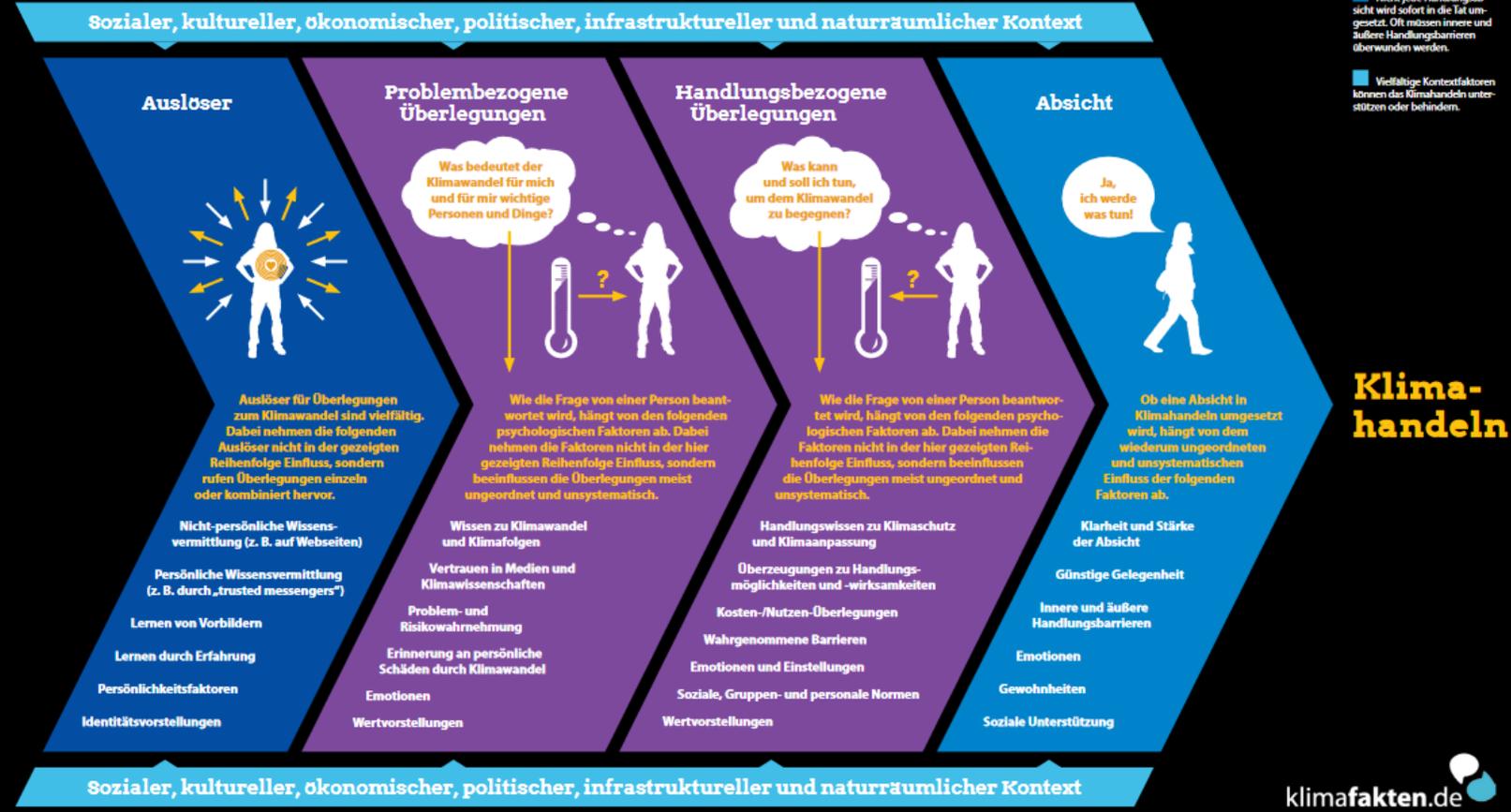


Was bewegt Menschen zum Handeln angesichts des Klimawandels?

Reine Wissensvermittlung reicht nicht

Wissen allein führt selten zu Klimahandeln - also Aktivitäten, die Klimaschutz oder Klimaanpassung voranbringen. Viele andere Faktoren beeinflussen, ob Menschen sich zu Klimahandeln motivieren lassen. Diese Infografik gibt einen Überblick.

Konzept & Text: Torsten Grothmann/klimafakten.de
Gestaltung: kalischdesign.de



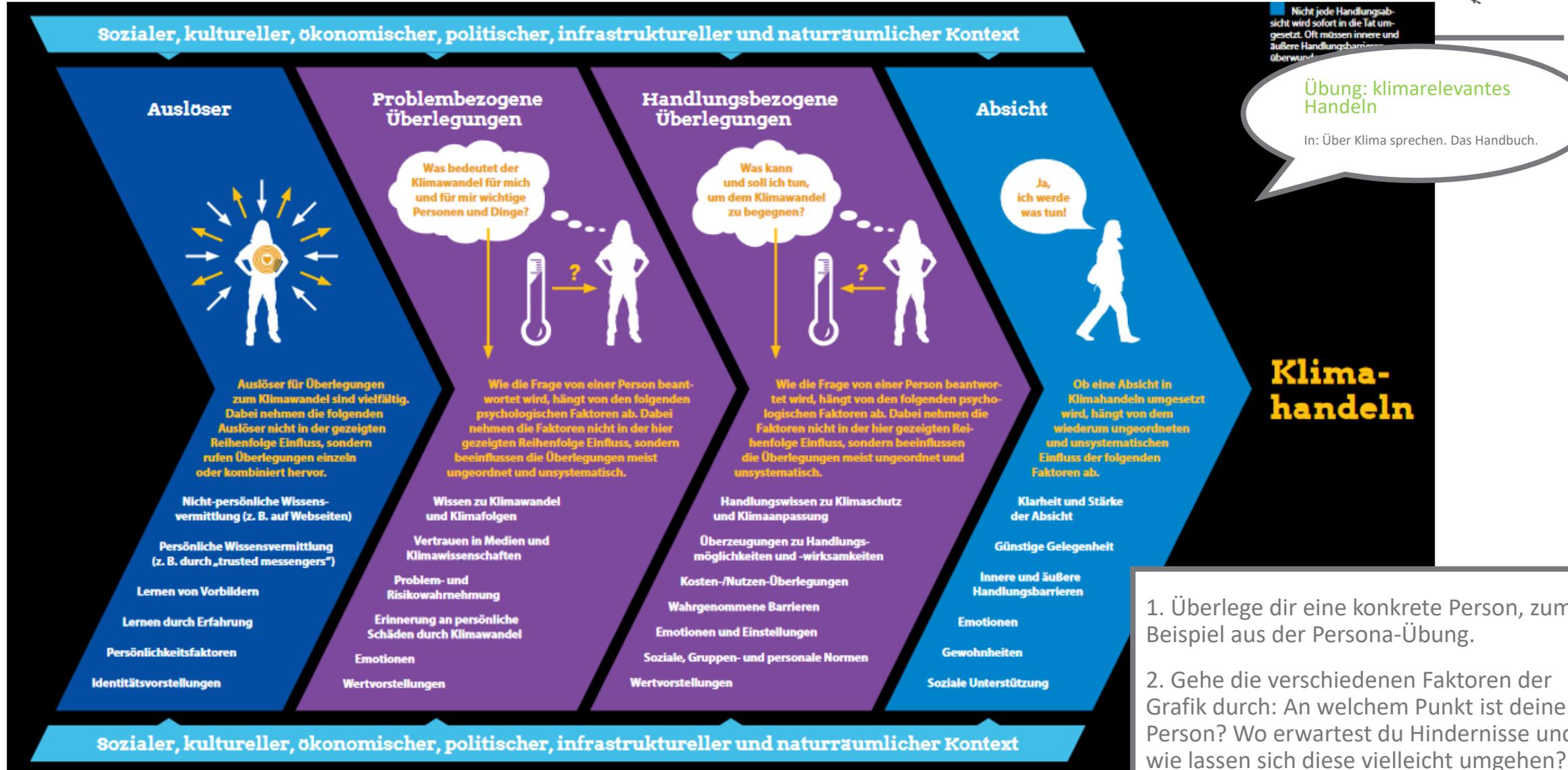
■ Persönliche Face-to-Face-Kommunikation ist zur Handlungsmotivation oft wirksamer als unpersönliche schriftliche Informationen.

■ Informationen zu Klimaproblemen sollten in einem Gleichgewicht zu handlungsbezogenen Informationen stehen, um Ohnmachtsgefühle zu verhindern.

■ Nicht jede Handlungsabsicht wird sofort in die Tat umgesetzt. Oft müssen innere und äußere Handlungsbarrieren überwunden werden.

■ Vielfältige Kontextfaktoren können das Klimahandeln unterstützen oder behindern.

Was bewegt Menschen zu klimarelevantem Handeln?



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 Whatson

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

Themen-Botschafter*innen



- Vielfalt der Themenbotschafter*innen

Material: KlimaGesichter

klimagesichter.de

The screenshot shows the website 'KlimaGesichter' with a navigation menu at the top right: Start | Über uns | Angebote | Downloads | Kontakt. The main content area is titled 'KLIMAGESICHTER' and 'KlimaFilmSpots – Zeugen unserer Zeit'. It features a grid of four video thumbnails, each with a play button icon. Below each thumbnail is the country name and a short description of the video content.

Country	Description
Indonesien	Eine Frau aus Indonesien spricht über den Klimawandel im Heimatland, über ihre Erfahrungen, die sichtbaren Auswirkungen und ihre Wünsche für eine Veränderung.
Haiti	Ein Mann aus Haiti spricht über den Klimawandel im Heimatland, über seine Erfahrungen, die sichtbaren Auswirkungen und seine Wünsche für eine Veränderung.
Ukraine	Ein Mann aus der Ukraine spricht über den Klimawandel im Heimatland, über seine Erfahrungen, die sichtbaren Auswirkungen und seine Wünsche für eine Veränderung.
Madagaskar	Ein Mann aus Madagaskar spricht über den Klimawandel im Heimatland, über seine Erfahrungen, die sichtbaren Auswirkungen und seine Wünsche für eine Veränderung.

On the right side of the website, there is a sidebar with the following sections:

- Start
- Über uns
 - klimagesichter
 - Kooperationen
- Angebote
 - Umweltbildungsworkshops
 - Qualifizierung
 - Bildungstour
 - KlimaFilmSpots
 - Abschlussveranstaltung
- Downloads
- Kontakt
 - Kontaktfragen
 - Ehrenamt

Geschichten, Kunst, Literatur, Spiele



Über Klima sprechen.
DAS HANDBUCH

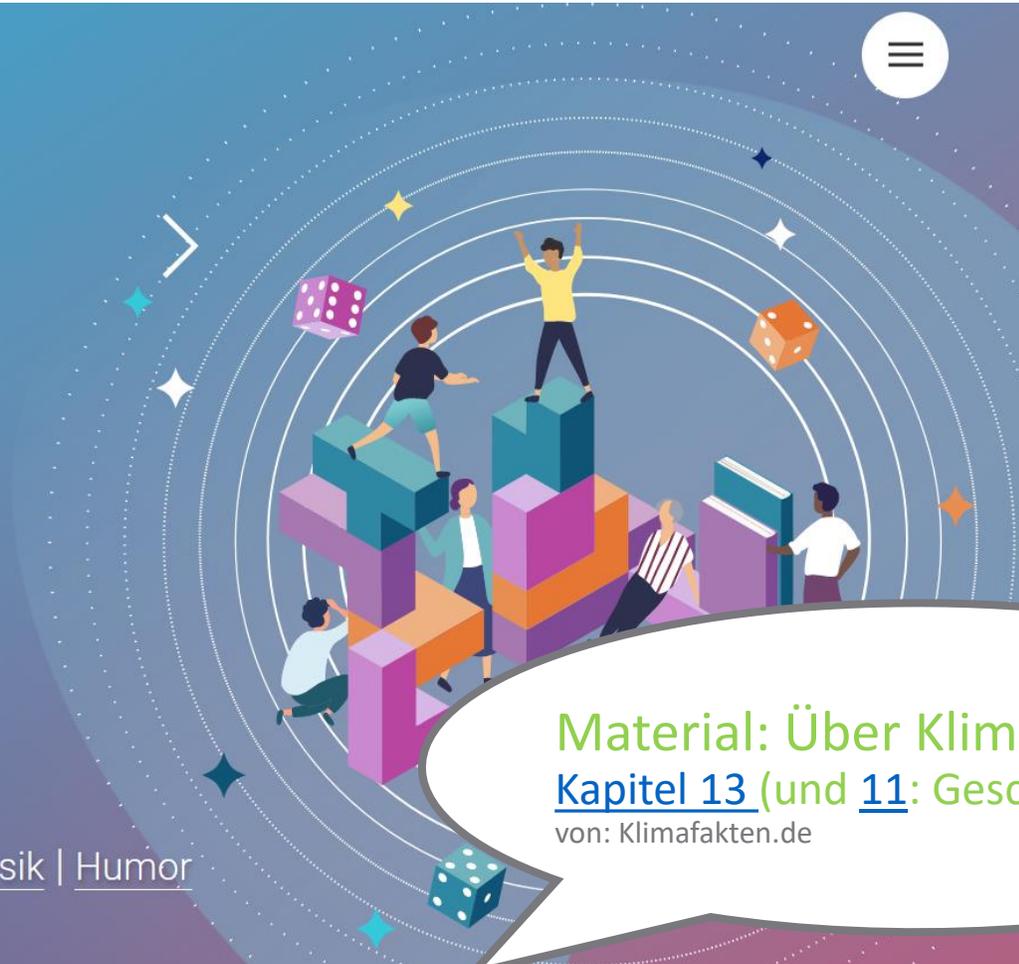


13.

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



Was ist die unterschwellige
Botschaft?

Foto: [Alfred-Wegener-Institut](#) / Stefan Hendricks / [CC BY 4.0](#)

Bilder



Collections



Visualizing Climate Change



Climate Causes



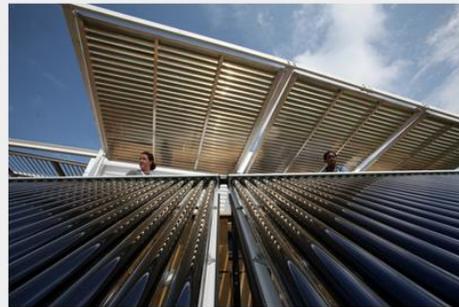
Climate Impacts



Climate Solutions



Climate Visuals' Principles



Special Projects



Getty Images Climate Visuals Grant Recipients

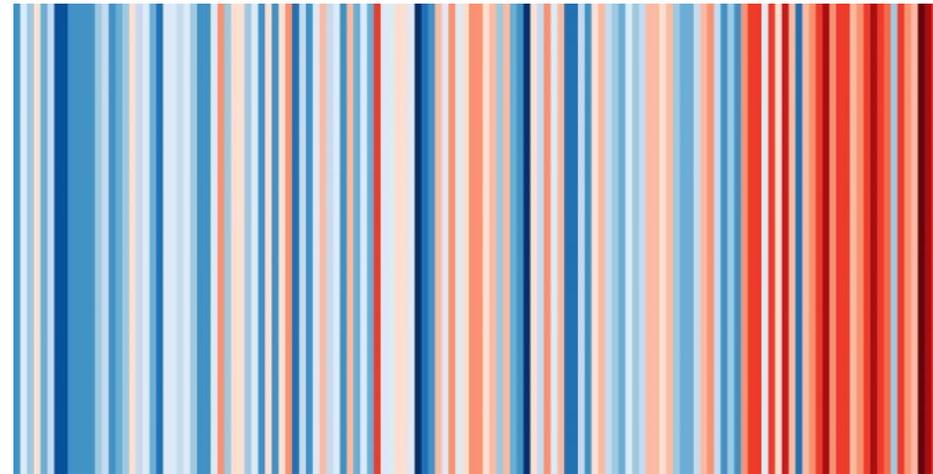
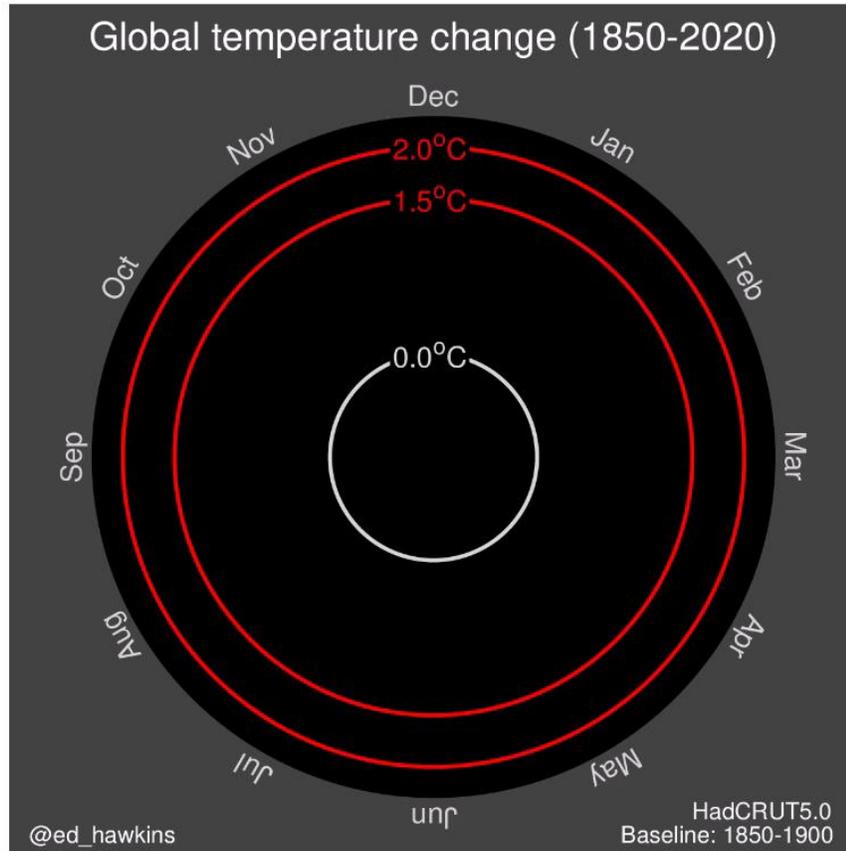
Material: Climate Visuals

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

Problembezogene Überlegungen



Grafiken



Material: Erderhitzung als Spirale
und als „warming stripes“

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

Ed Hawkins, CC BY SA

Beispielmaterial Nachhaltiges Wirtschaften



SDG-Würfel



Planspiel Rohstoffabbau - Bergbau im Nebelwald?



Quelle: <https://germanwatch.org/de/17399>

Quelle: <https://www.germanwatch.org/de/20047>

Nähe schaffen mit konkreten Klimawandelfolgen

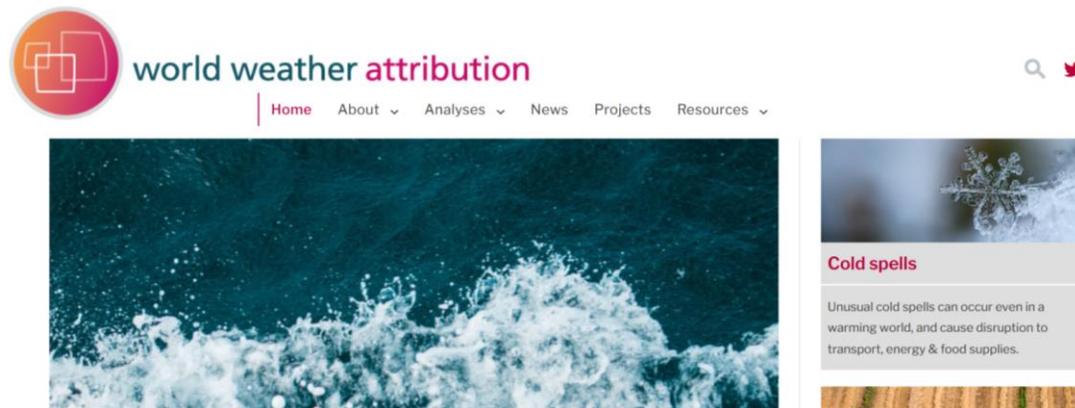


Konkrete, nahe Klimawandelfolgen:

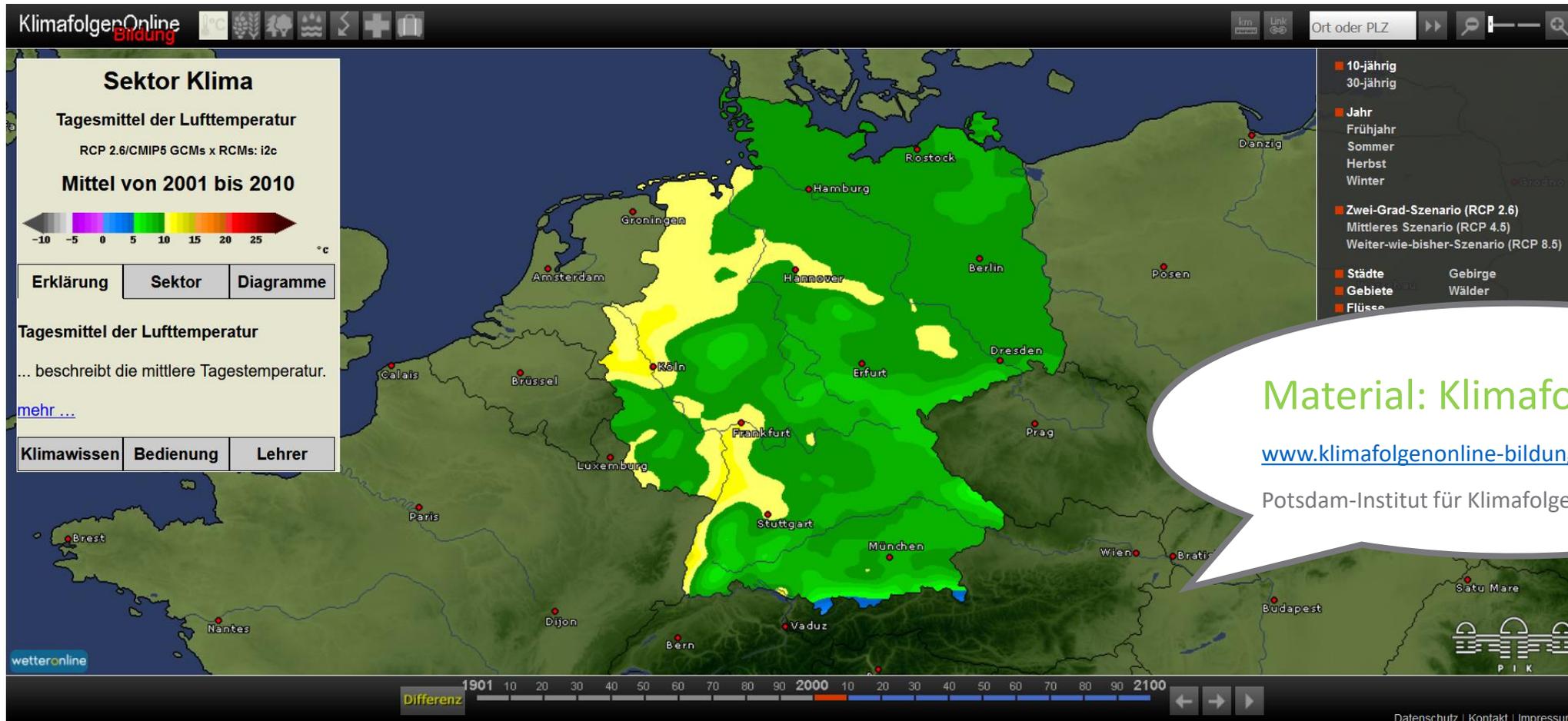
- Extremwetterereignisse wie Starkregen und Überschwemmungen
- Extremwetterereignisse wie Hitze- und Dürresommer in Deutschland
- Veränderungen in der Natur (Blütezeiten, Schneefall, Vogelzug)
- Gesundheit (Allergien, Hitzetote, Krankheiten)
- Sport
- Ernährung

Material:
Attributsforschung

worldweatherattribution.org



Nähe schaffen mit konkreten Klimawandelfolgen



Material: Klimafolgenforschung

www.klimafolgenonline-bildung.de

Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung (PIK)

Handlungsbezogene Überlegungen



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



**GEZRAWH
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/>

Botschaften und versteckte Bedeutungen



Versteckte Bedeutungen in Formulierungen

- Assoziationen, die mit gedacht werden
- Beispiel: Klimawandel – Klimakrise
- Beispiel: Erderwärmung – Erderhitzung

- Beispiel: Verluste, Verbote – Gewinne

Material:
Visionswerkstätten Toolbox

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



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

Beispielmaterial Nachhaltiges Wirtschaften



C2C-GRUNDWISSEN

Zum Einstieg (ohne Vorwissen): Zukunftsvisionen nach C2C

>> Nachrichten aus der Zukunft

Zeitungsschlagzeilen zu Entwicklungen, wie sie in einer C2C-Zukunft denkbar wären

- ab 12 Jahre
- Dauer ab 30 Minuten



>> Zukunftsreise

(Vor-)Lesetext, der eine C2C-Welt mit ihren verschiedenen



C2C-AUFBAUWISSEN

Produkte nach C2C-Kriterien denken:

>> Mit der C2C-Brille sehen

Mit spielerischer Anleitung ein Alltagsprodukt nach C2C-Kriterien analysieren und Ansätze einer eigenen Produkt-Idee entwickeln.

- ab 10 Jahre
- Dauer ab 45 Minuten



Absicht



Beispielmaterial Nachhaltiges Wirtschaften



Quelle: <https://circularclassroom.com/>

Emotionen



Übung: Welche Emotionen sind förderlich und welche hinderlich für die Klimakommunikation?

Ärger und Wut

Frustration und Resignation

Angst

Schuld- und Schamgefühle

Stolz

Hoffnung

Gefühl der mangelnden Selbstwirksamkeit

Gefühl der Selbstwirksamkeit

Überforderung

Trauer

Zugehörigkeitsgefühl