



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**

The screenshot shows a blue-themed website interface. At the top left is a logo with a speech bubble and a leaf. The main text is in white on a dark blue background. Below the text are three menu items, each with a circular icon: a question mark for 'ÜBER DAS PROJEKT', an open book for 'EINLEITUNG', and a lightbulb for 'I. VOR-DENKEN'. At the bottom, there are three circular illustrations: a person under a rain cloud with a lightning bolt, a person standing next to a tree, and a person talking on a mobile phone with a location pin.

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."



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

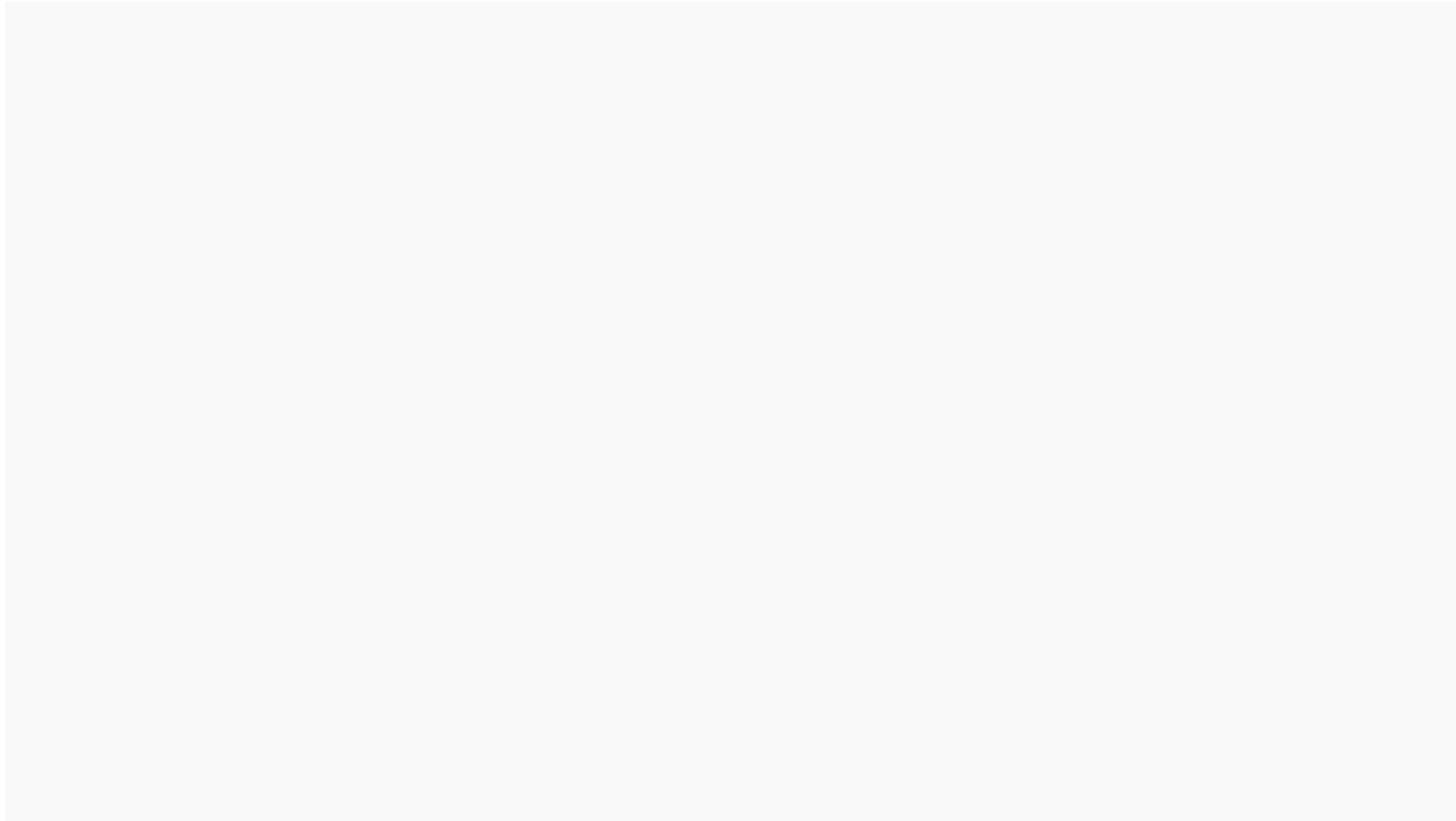
10 gesellschaftliche Treiber für die Klimawende:

- 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

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“

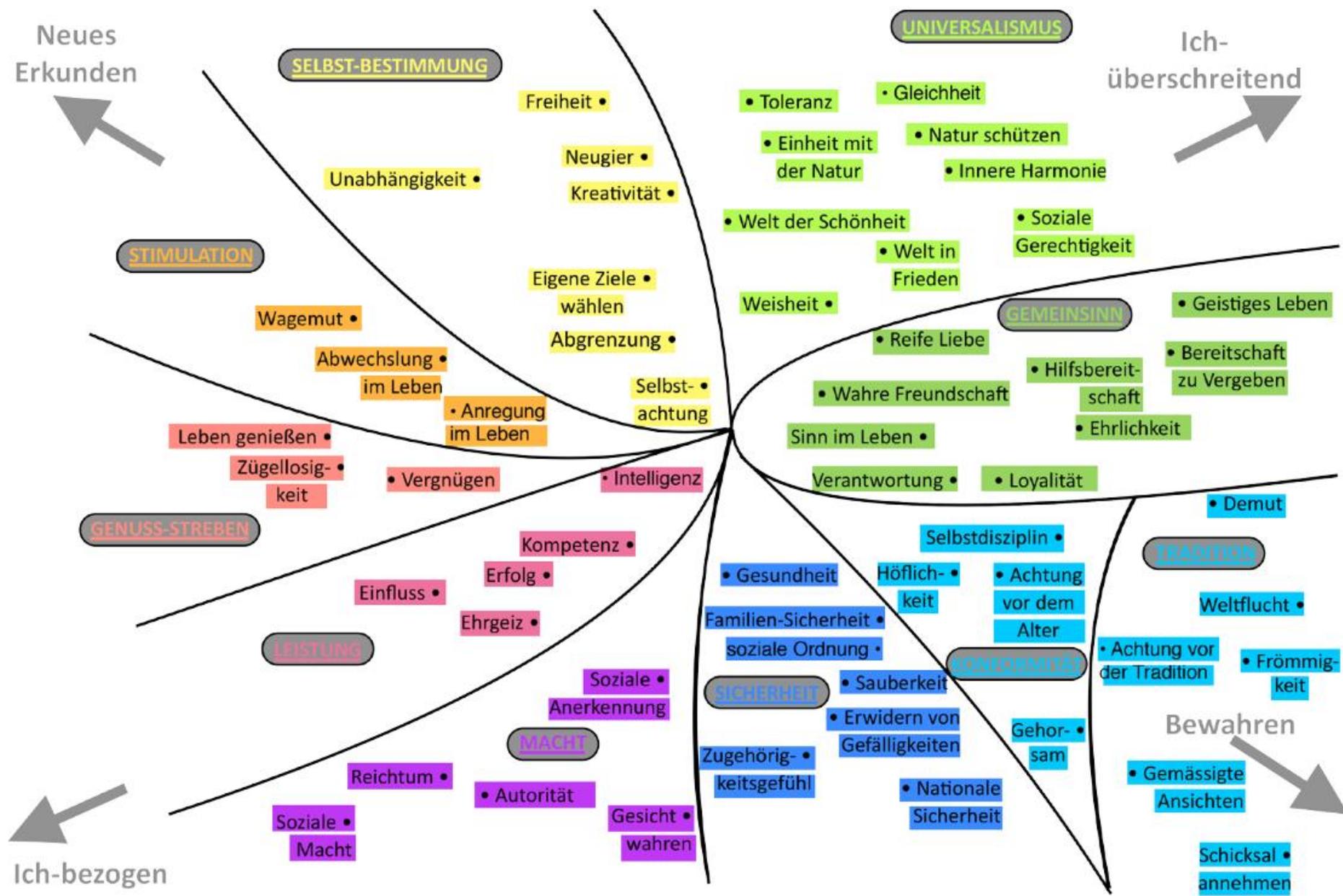
Hintergrund: Umgang mit Werten



- Freiheit
- Toleranz
- Gleichheit
- Neugier
- Einheit mit der Natur
- Natur schützen
- Innere Harmonie
- Kreativität
- Welt der Schönheit
- Soziale Gerechtigkeit
- Welt in Frieden
- Eigene Ziele wählen
- Weisheit
- Reife Liebe
- Geistiges Leben
- Abgrenzung
- Wahre Freundschaft
- Hilfsbereitschaft
- Bereitschaft zu Vergeben
- Anregung im Leben
- Selbstachtung
- Ehrlichkeit
- Vergnügen
- Intelligenz
- Sinn im Leben
- Verantwortung
- Loyalität
- 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

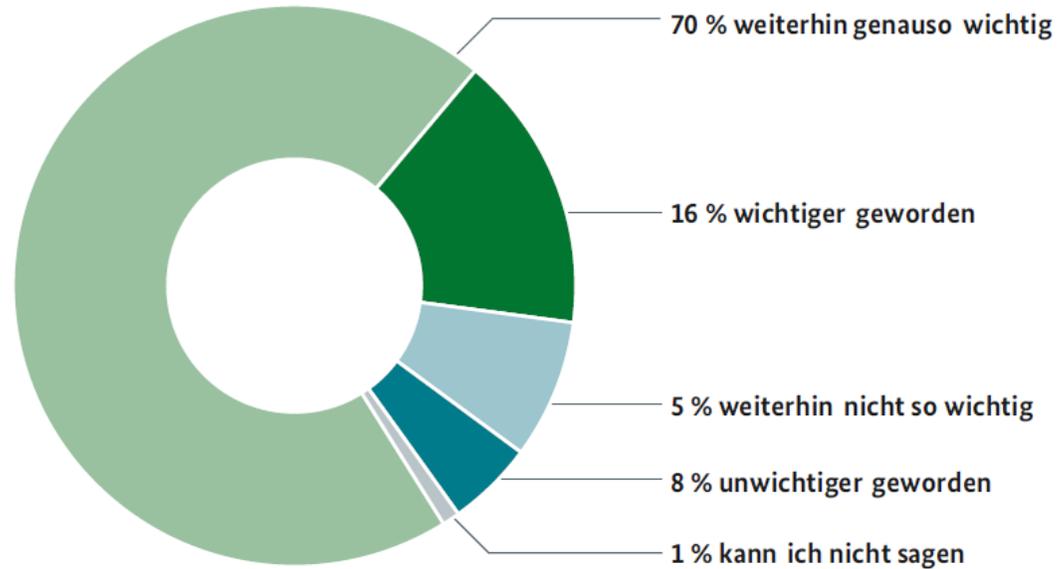
Übung: Universelle Werte

Das Publikum



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?



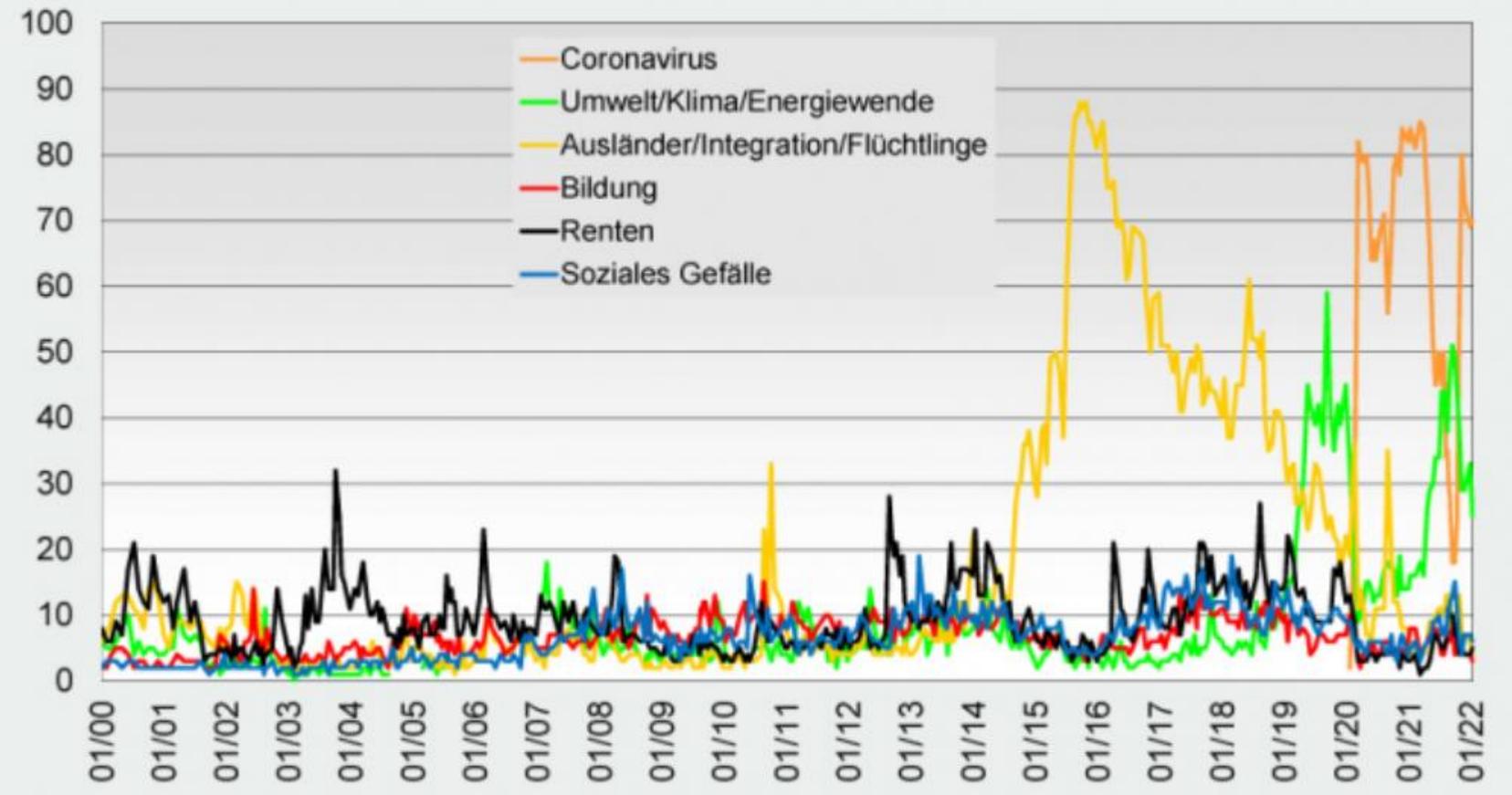
Repräsentativerhebung bei 2.115 Befragten, Bevölkerung ab 14 Jahren, Angaben in Prozent

→ Die überwiegende Mehrheit ist dem Thema gegenüber aufgeschlossen!

Das Publikum



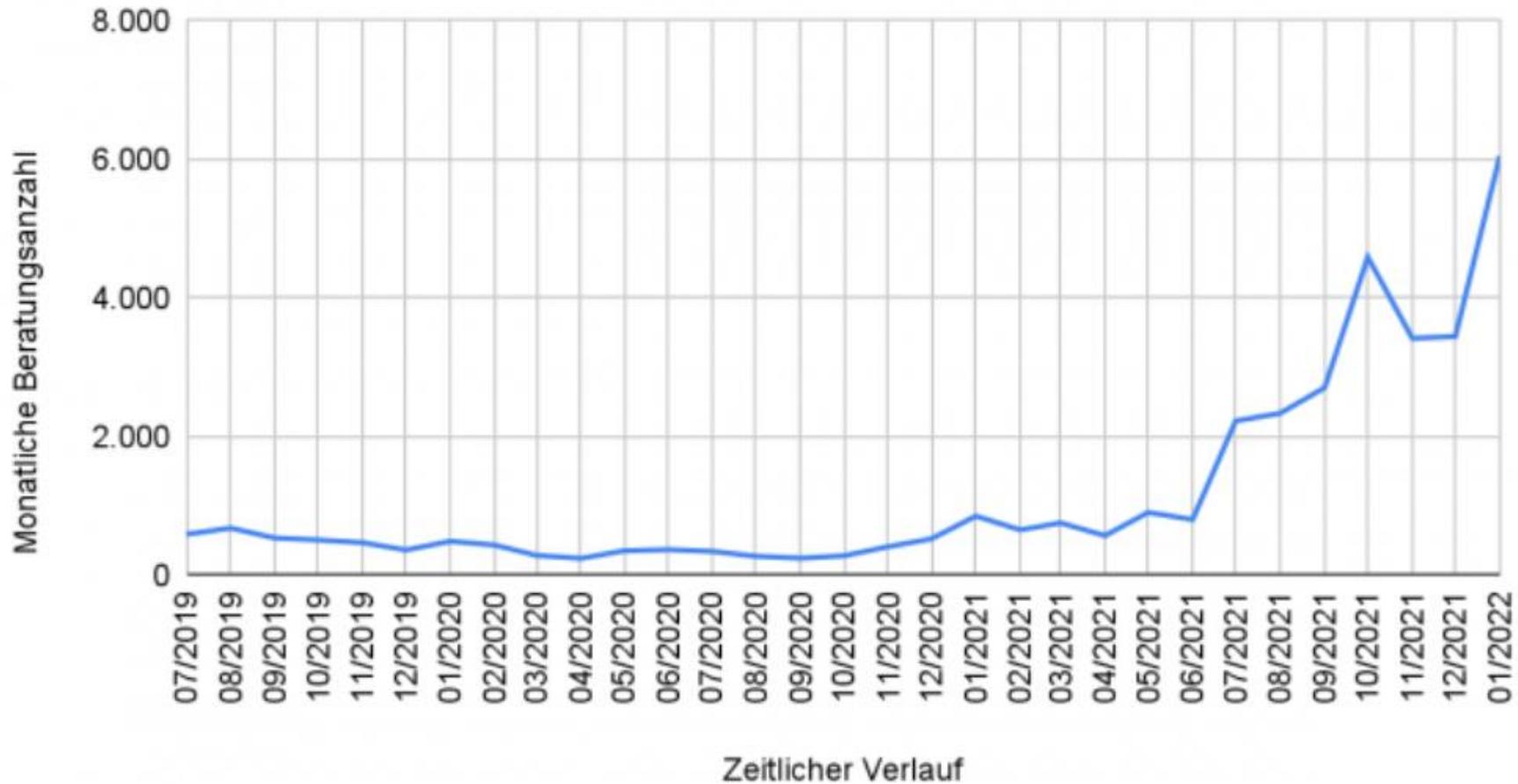
Wichtige Probleme in Deutschland – I seit 01/2000 (max. zwei Nennungen)



Das Publikum



ModernisierungsCheck auf co2online.de



Das Publikum



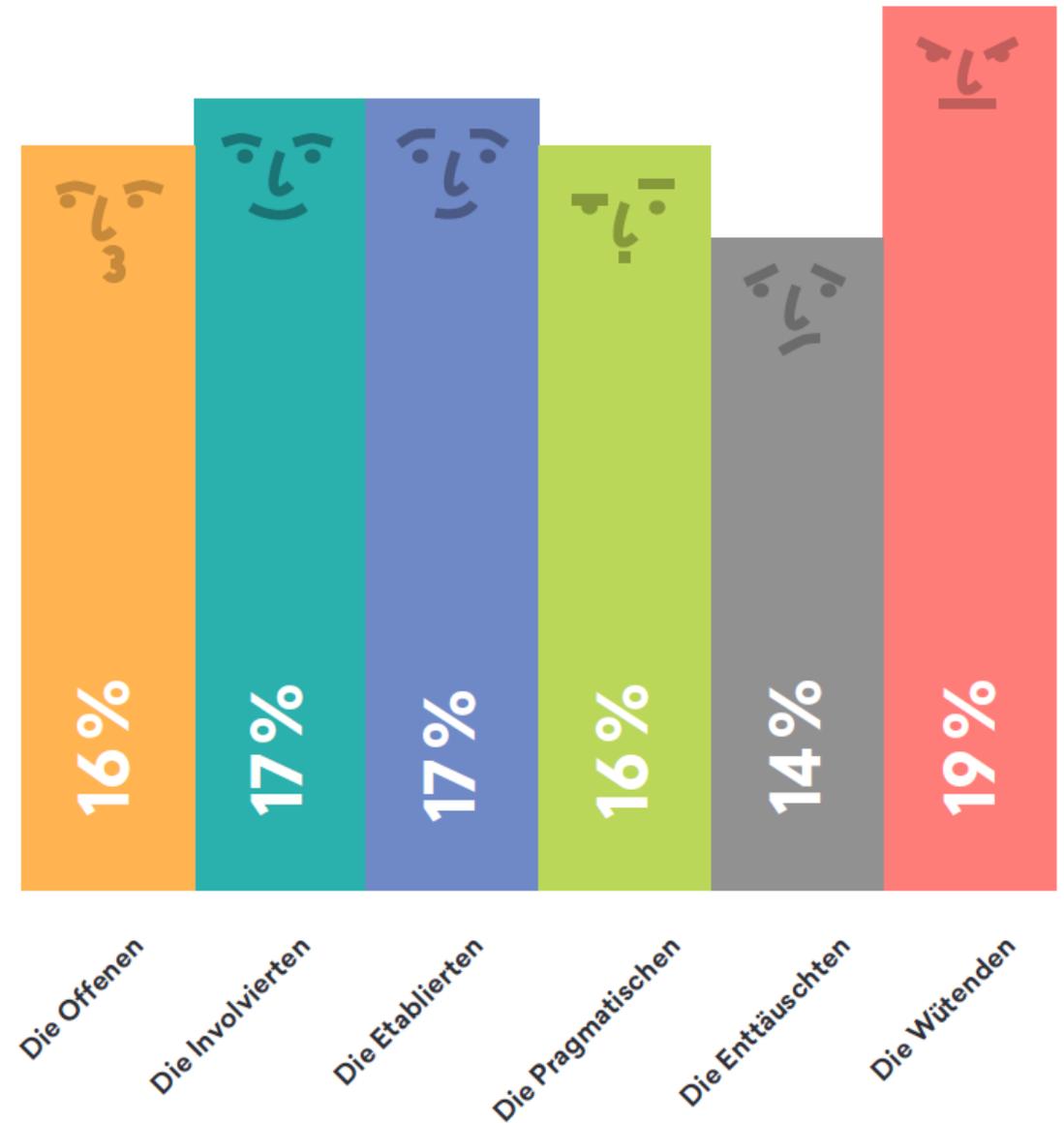
Abbildung 15: Vorstellung der Umweltbewusstseinstypen anhand ausgewählter Merkmale

„Umwelt- und Klimaschutz ...“	Altersdurchschnitt	Anteil Frauen	Anteil (sehr) hohe Bildung	Anteil (sehr) niedriger ökonomischer Status	Anteil Großstadt	Anteil West
Die Ablehnenden 8 %  „Das ist grundsätzlich nichts für mich.“	53 Jahre	24 %	21 %	39 %	34 %	64 %
Die Skeptischen 18 %  „Ich bin nicht sicher, ob ich was tun kann, und es ist mir auch nicht wichtig.“	52 Jahre	37 %	16 %	26 %	26 %	89 %
Die Unentschlossenen 22 %  „Kann sein, dass man was tun müsste, bei mir geht das aber nicht.“	49 Jahre	40 %	23 %	38 %	23 %	85 %
Die Aufgeschlossenen 25 %  „Ich sehe das Problem, kann aber im Moment nicht entsprechend handeln, möchte dies gerne in der Zukunft.“	46 Jahre	64 %	41 %	41 %	31 %	86 %
Die Orientierten 13 %  „Für die Umwelt bin ich schon aktiv, mehr geht nicht.“	51 Jahre	60 %	28 %	35 %	35 %	82 %
Die Konsequenten 14 %  „Mache ich alles bereits und in Zukunft sogar noch mehr.“	48 Jahre	64 %	60 %	43 %	40 %	89 %
Repräsentativerhebung bei 2.115 Befragten, Bevölkerung ab 14 Jahren, Angaben in Prozent						

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

Das Publikum

Abbildung 1: Die sechs gesellschaftlichen Typen



Typen-Selbsttest:

<https://www.dieandereteilung.de/>

Was bewegt Menschen zu klimarelevantem und nachhaltigem Handeln?

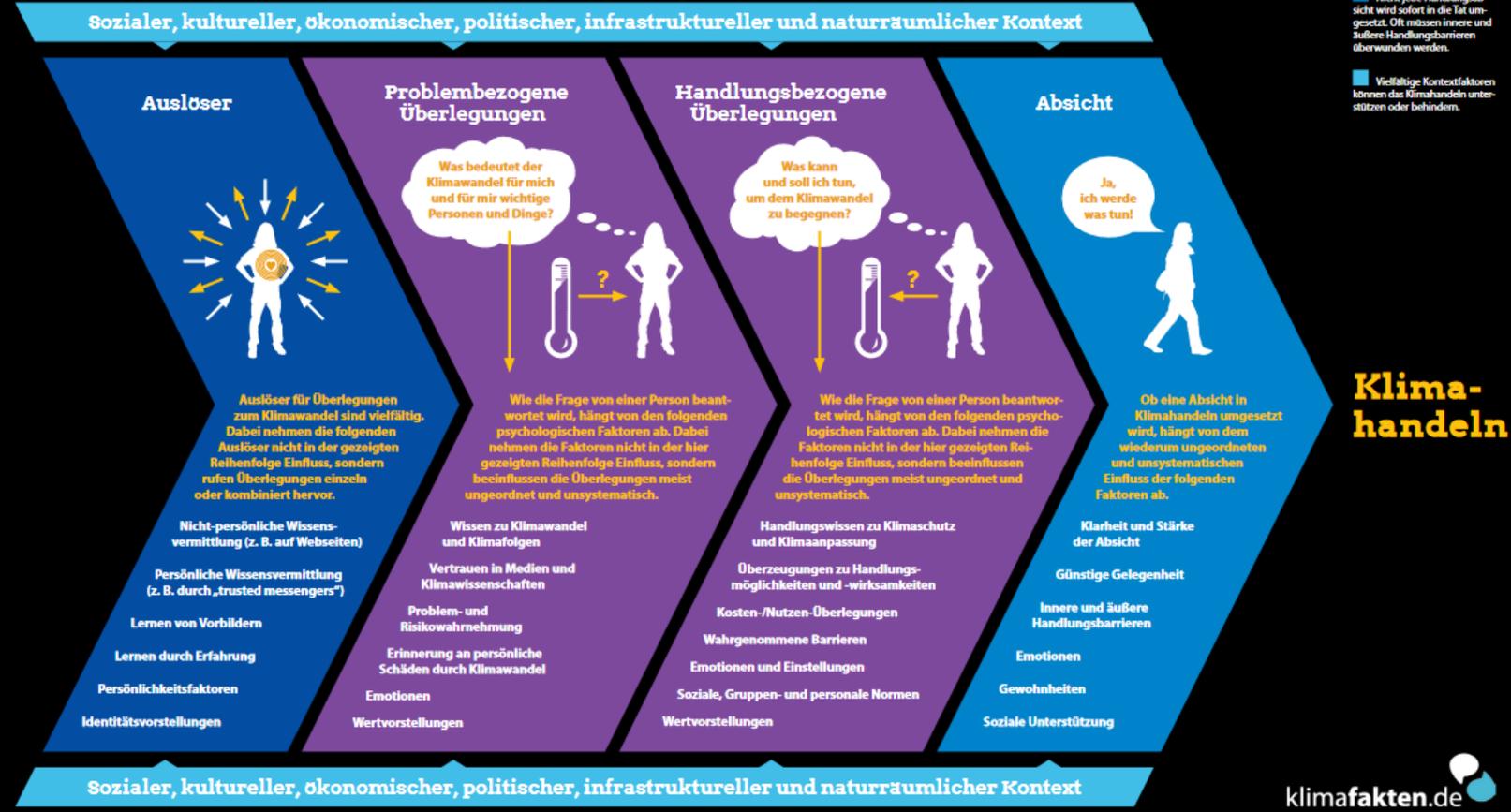


Was bewegt Menschen zum Handeln angesichts des Klimawandels?

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



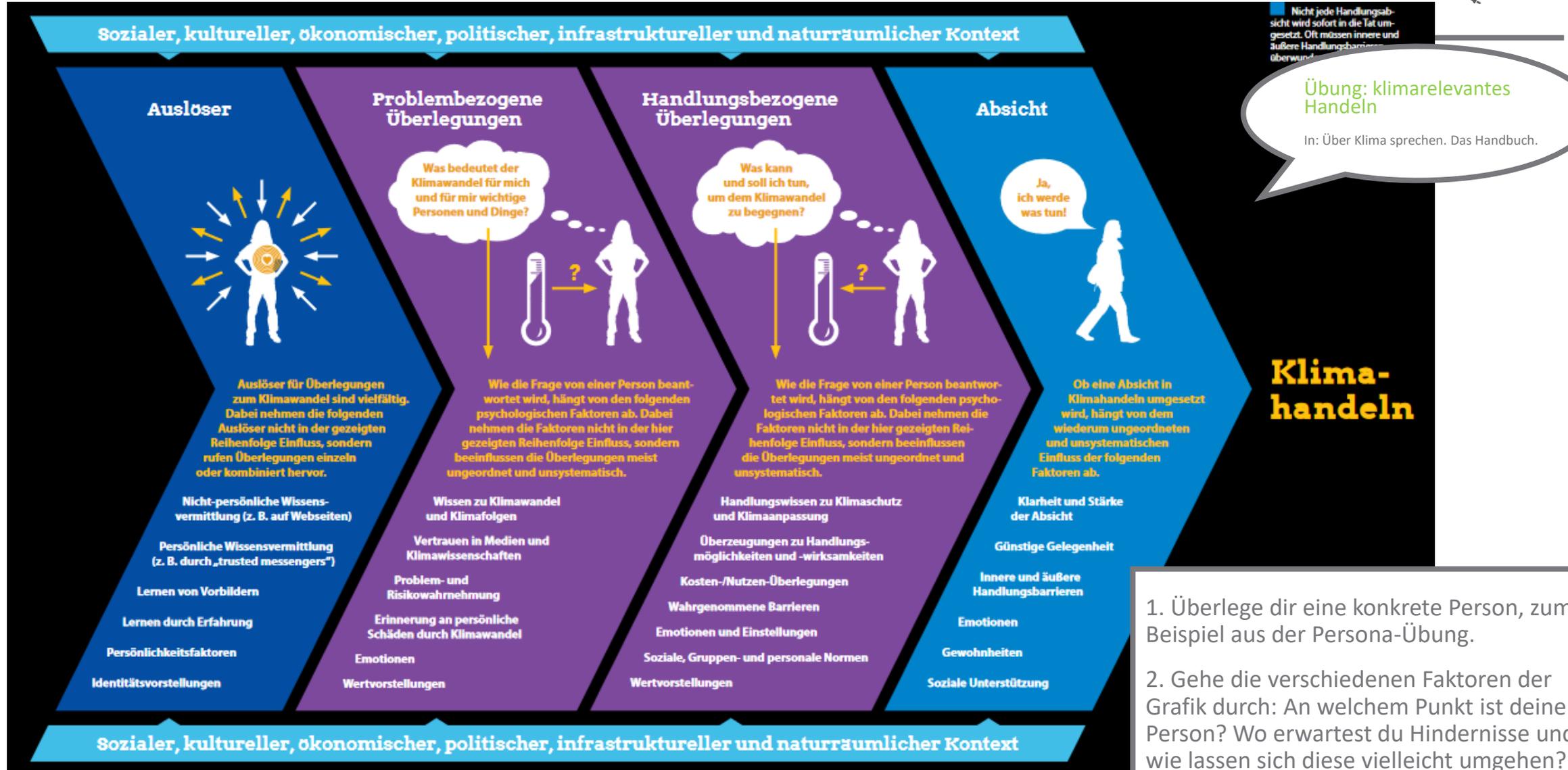
■ Persönliche Face-to-Face-Kommunikation ist zur Handlungsmotivation oft wirksamer als unpersonliche schriftliche Informationen.

■ 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 und nachhaltigem Handeln?



Auslöser



Auslöser für Überlegungen zum Klimawandel sind vielfältig. Dabei nehmen die folgenden Auslöser nicht in der gezeigten Reihenfolge Einfluss, sondern rufen Überlegungen einzeln oder kombiniert hervor.

Nicht-persönliche Wissensvermittlung (z. B. auf Webseiten)

Persönliche Wissensvermittlung (z. B. durch „trusted messengers“)

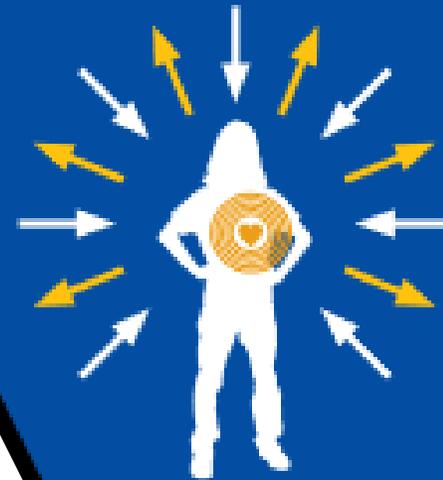
Lernen von Vorbildern

Lernen durch Erfahrung

Persönlichkeitsfaktoren

Identitätsvorstellungen

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

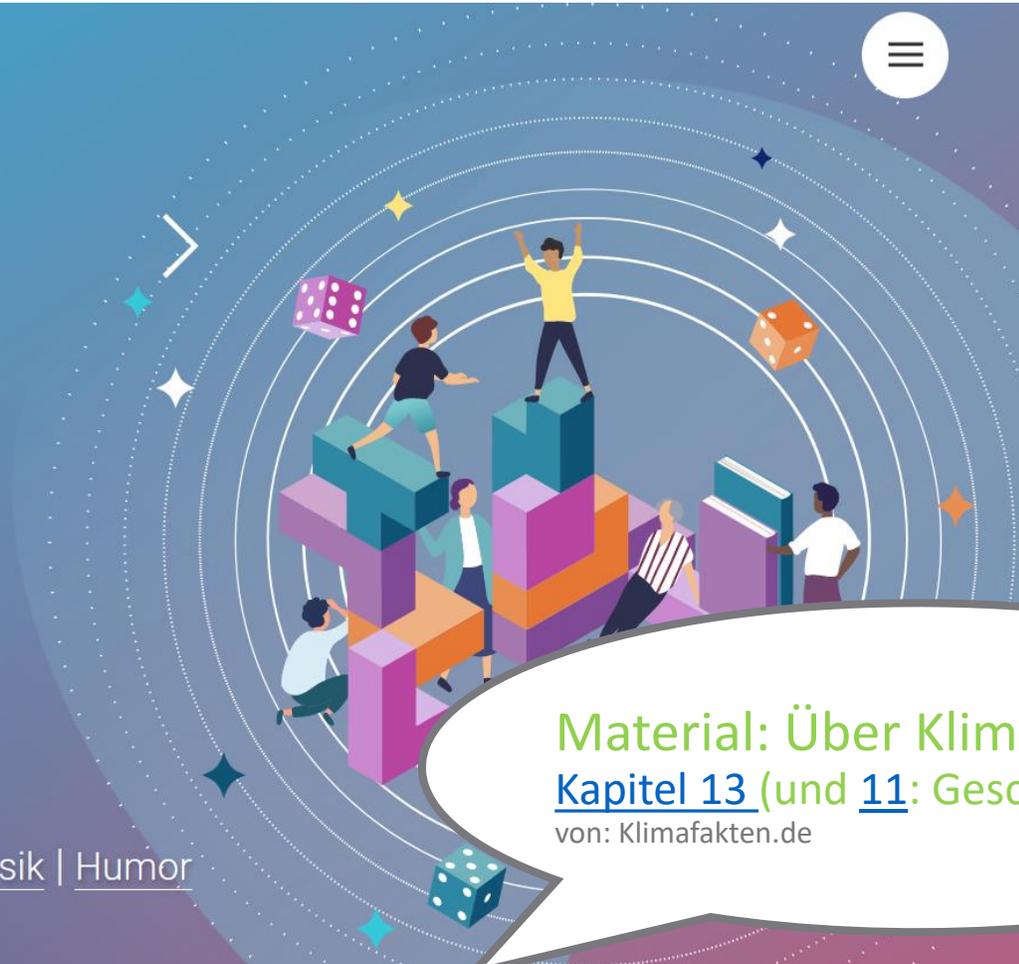


13.

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



Was ist die unterschwellige
Botschaft?

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

Bilder



Collections



Visualizing Climate Change



Climate Causes



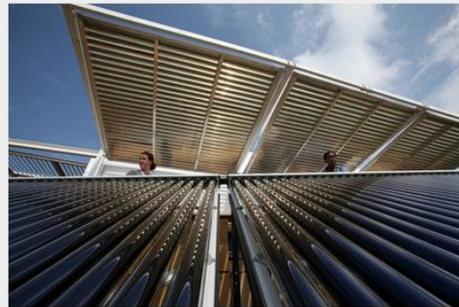
Climate Impacts



Climate Solutions



Climate Visuals' Principles



Special Projects



Getty Images Climate Visuals Grant Recipients

Material: Climate Visuals

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

Problembezogene Überlegungen



Wie die Frage von einer Person beantwortet wird, hängt von den folgenden psychologischen Faktoren ab. Dabei nehmen die Faktoren nicht in der hier gezeigten Reihenfolge Einfluss, sondern beeinflussen die Überlegungen meist ungeordnet und unsystematisch.

Wissen zu Klimawandel und Klimafolgen

Vertrauen in Medien und Klimawissenschaften

Problem- und Risikowahrnehmung

Erinnerung an persönliche Schäden durch Klimawandel

Emotionen

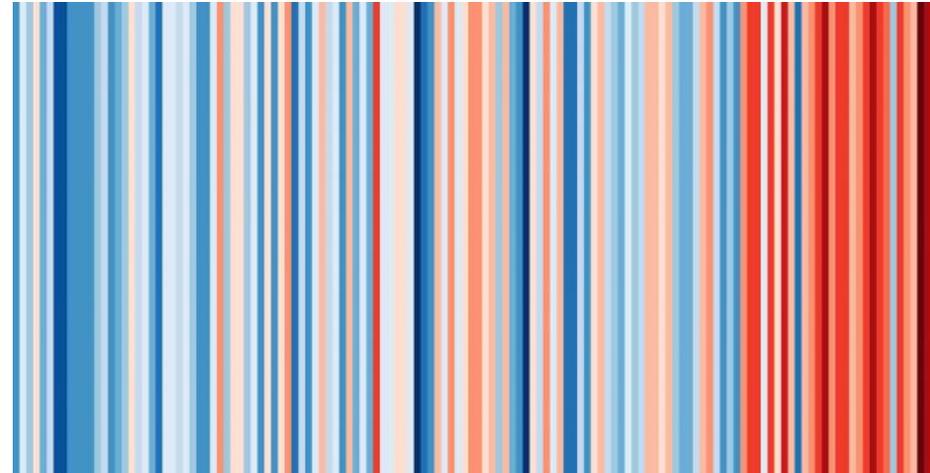
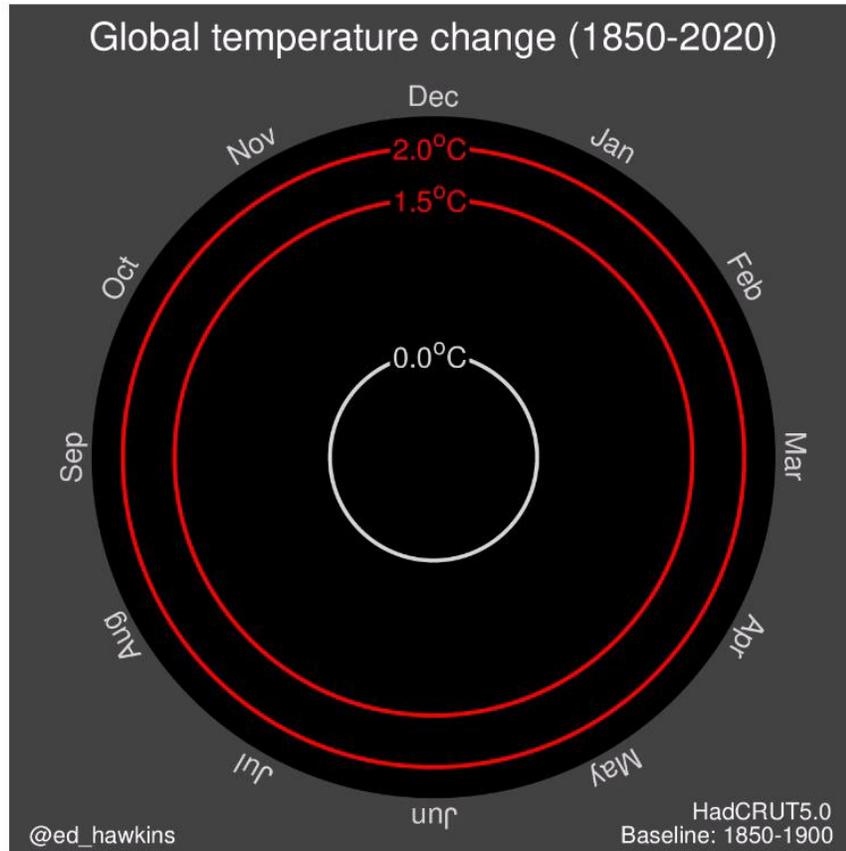
Wertvorstellungen

Problembezogene Überlegungen

Was bedeutet der Klimawandel 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

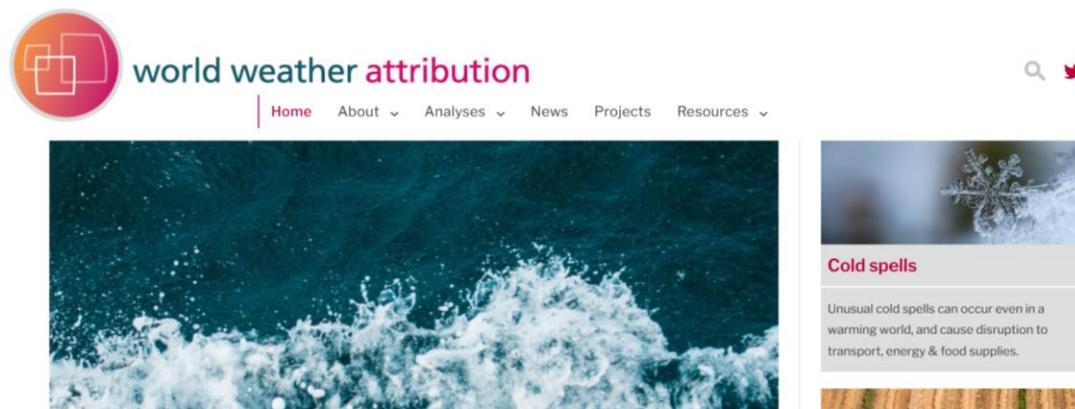


Konkrete, nahe Klimawandelfolgen:

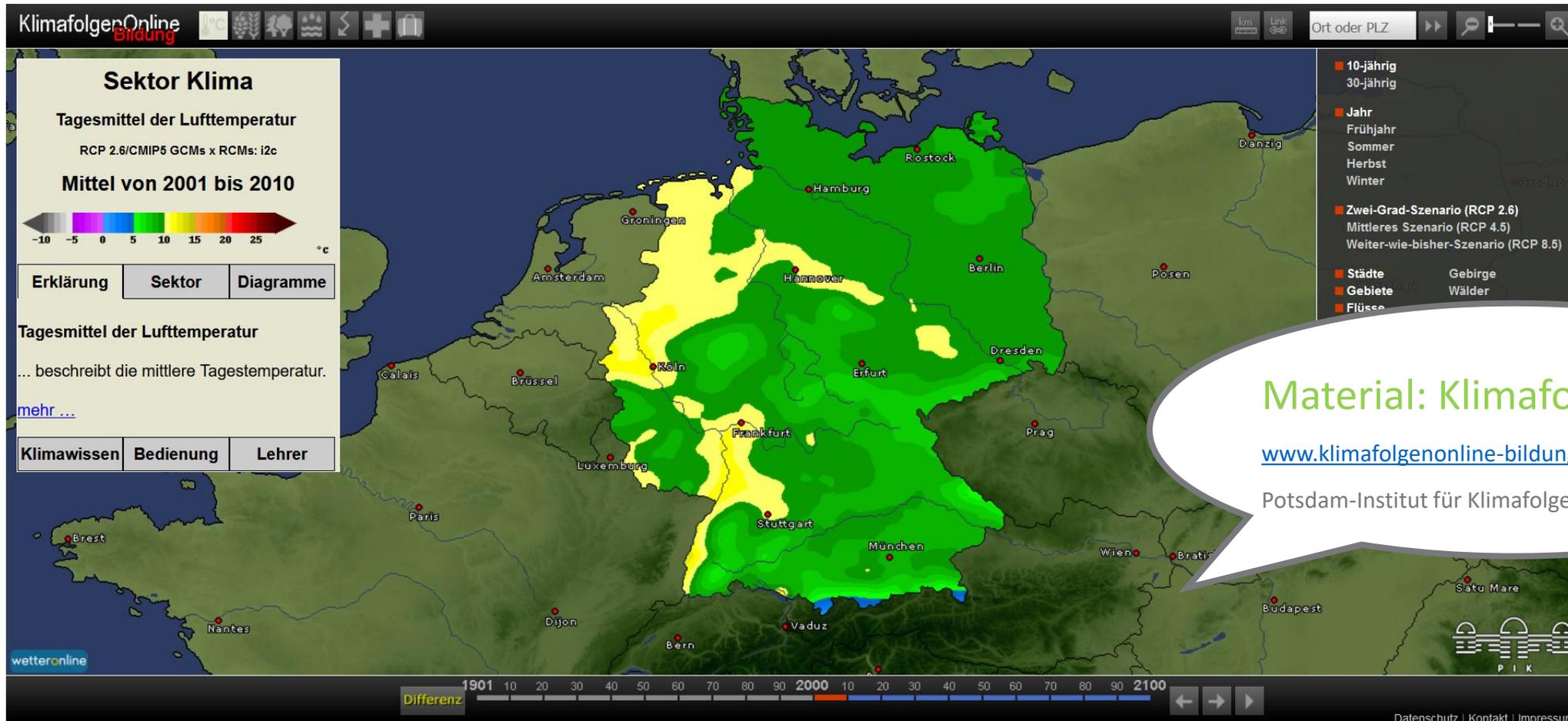
- Extremwetterereignisse wie Starkregen und Überschwemmungen
- Extremwetterereignisse wie Hitze- und Dürresommer in Deutschland
- Veränderungen in der Natur (Blütezeiten, Schneefall, Vogelzug)
- Gesundheit (Allergien, Hitzetote, Krankheiten)
- Sport
- Ernährung

Material:
Attributsforschung

worldweatherattribution.org



Nähe schaffen mit konkreten Klimawandelfolgen



Material: Klimafolgenforschung

www.klimafolgenonline-bildung.de

Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung (PIK)

Handlungsbezogene Überlegungen



Wie die Frage von einer Person beantwortet wird, hängt von den folgenden psychologischen Faktoren ab. Dabei nehmen die Faktoren nicht in der hier gezeigten Reihenfolge Einfluss, sondern beeinflussen die Überlegungen meist ungeordnet und unsystematisch.

Handlungswissen zu Klimaschutz und Klimaanpassung

Überzeugungen zu Handlungsmöglichkeiten und -wirksamkeiten

Kosten-/Nutzen-Überlegungen

Wahrgenommene Barrieren

Emotionen und Einstellungen

Soziale, Gruppen- und personale Normen

Wertvorstellungen

Handlungsbezogene Überlegungen

Was kann und soll ich tun, um dem Klimawandel zu begegnen?



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/>



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 ©

Beispielmaterial Regenerative Energien



Start Themen Nachschlagen Engagement vor Ort Projekt



Scientists for Future

Präsentationssammlung

[zurück zur Übersichtsseite](#)

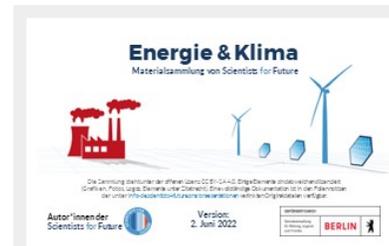
52. Energiesystem

ALLGEMEINE HINWEISE:

Einige Sammlungen können Zielgruppe ("Einsteiger" / "Fortgeschrittene" / "Sonstige") aufgeteilt sein. Hierbei Die Folien in Einsteiger und Fortgeschrittene sind häufig in großen Teilen identisch. Die Sammlung "Sonstig

Die verschiedenen Formate (PPTX/PDF/ODP) sind nicht gleichwertig. Am sichersten ist Powerpoint: Dies ist eine Konvertierung. Bitte LibreOffice ab Version 7 verwenden (auch hier gibt es noch Kompatibilitätsprobleme). Animationen (d.h. stufenweise aufgebaute Folieninhalte) sind auf mehrere PDF-Seiten verteilt; daher

Energie und Klima (S4F-Sammlung)



Version: 2022-06-04
Folien: 127

[Powerpoint \(original\)](#) (7.25 MB)

[PDF \(ohne Bewegtinhalte\)](#) (4.75 MB)

[LibreOffice \(bedingt kompatibel\)](#) (4.89 MB)

[Folienübersicht](#)

Quellen

Oben: <https://www.energie-macht-schule.de/themen/>

Rechts: https://files.scientists4future.org/index.php?path=52_Energiesystem

Beispielmaterial Regenerative Energien



SOLARWENDE BERLIN

Leichte Sprache | Presse



Heute schon das Wissen für morgen vermitteln
Solarenergie für Bildungsträger und Lehrkräfte

Bild: ipegerhand via iStock

WÄRMEPUMPE
HEIZEN IM GRÜNEN BEREICH A+++

MENÜ

- Startseite
- › Einführung
- › 1. Grundlagen
- › 2. Die Wärmepumpe (WP)
- › 3. Die Wärmequellenanlage (WQA)
- › 4. Die Wärmenutzungsanlage (WNA)
- › 5. Effizienz von Wärmepumpen

Wärmepumpen-Führerschein

Wärmepumpen-Online-Training - Grundlagen der Wärmepumpentechnik I



WP-Online

Grundlagen der Wärmepumpentechnik I
Helden der Energiewende
Start

Ein E-Learning Angebot des
bwp Bundesverband Wärmepumpe e.V.

Quellen

Oben: <https://www.solarwende-berlin.de/startseite/solarenergie-fuer-bildungseinrichtungen>

Rechts: <https://www.waermepumpe.de/fuer-handwerker/training/>

Absicht



Ob eine Absicht in Klimahandeln umgesetzt wird, hängt von dem wiederum ungeordneten und unsystematischen Einfluss der folgenden Faktoren ab.

Klarheit und Stärke der Absicht

Günstige Gelegenheit

Innere und äußere Handlungsbarrieren

Emotionen

Gewohnheiten

Soziale Unterstützung

Absicht

**Ja,
ich werde
was tun!**



Emotionen



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

Angst

Ärger und Wut

Frustration und Resignation

Schuld- und Schamgefühle

Stolz

Hoffnung

Gefühl der mangelnden Selbstwirksamkeit

Gefühl der Selbstwirksamkeit

Überforderung

Trauer

Zugehörigkeitsgefühl