

PUBLIC CLIMATE SCHOOL 2023

Klimakrisenkommunikation
- Ein praktischer Workshop -

Pia Falkenberg & Friederike Barthels



AGENDA

- Kurze Vorstellung von Pia & Friederike
- Theorie: Was ist (gute) Klimakrisenkommunikation?
- Praxis: Gruppenübung mit Pia
- Praxis: Herausforderungen sammeln
- Theorie: Umgang mit Widerständen & Herausforderungen
- Praxis: Gruppenübung mit Pia
- Abschluss und Fragen



KURZE VORSTELLUNG



Pia & Friederike, Psychologists / Psychotherapists 4 Future (u. A.)



THEORIE

WAS IST (GUTE) KLIMAKRISENKOMMUNIKATION?



KLIMAKRISE



Bild von Dominic Wunderlich auf Pixabay

- Die Lage ist ernst!
 - Es muss etwas getan werden – am besten gestern!
 - Es hakt oft nicht an Technik/Geld, sondern am Willen.
-
- Wir müssen reden!
 - ... um die Schweigespirale aufzuhalten
 - ... um die sprechende Mehrheit zu werden
 - ... um mehr Menschen mit ins Boot zu holen
 - Aber wie?

FAKTEN UND EMOTIONEN

- Fakten zur Klimakrise sind hinreichend bekannt, dennoch wird nicht genug getan!
 - An einem Informations- oder Wissensdefizit kann es nicht liegen.
- **PAIN**-Modell: Wann nehmen Menschen etwas als Gefahr/Bedrohung wahr? Wenn etwas ...
 - **Personal**: mich persönlich betrifft
 - **Abrupt**: plötzlich passiert oder eine schnelle Veränderung bewirkt
 - **Immoral**: als unmoralische/verwerfliche Handlung wahrgenommen wird
 - **Now**: jetzt aktuell stattfindet
- Was bedeutet das für gute Klimakrisenkommunikation?
 - Emotionen statt Fakten!
 - Nähe und Bezug des Einzelnen zur Klimakrise (be)greifbar machen.

Die Klimakrise ist nahezu das Gegenteil: Die Wirkung auf mich persönlich ist schwer greifbar, sie passiert (noch) relativ langsam, sie wird nicht so sehr mit konkretem Handeln von Personen assoziiert und wird in vollem Ausmaß erst in fernerer Zukunft Realität.

ZIELE UND ZIELGRUPPEN

- Welcher/welchen Gruppen gehört mein:e Gegenüber an? Welcher/welchen Gruppe(n) gehöre ich an?
 - Soziodemografische Merkmale, aber auch Werte, Hobbys, politische Gesinnung ...
 - Klimakommunikation funktioniert besser, wenn es Gemeinsamkeiten gibt, über die man sich miteinander verbinden kann
- In Deutschland lassen sich Menschen anhand ihrer Haltung zur Klimakrise in sechs Gruppen einteilen:
 - Die „Alarmierten“: sind überzeugt von der Klimakrise, handeln entsprechend.
 - Die „**Besorgten**“: machen sich Sorgen um Umwelt, beginnen Verhalten zu ändern.
 - Die „**Vorsichtigen**“: zweifeln nicht an Klimakrise, erwarten aber keinen zukünftigen Schaden.
 - Die „**Unbekümmerten**“: wissen nicht, was sie glauben sollen, machen sich keine Gedanken um Klimakrise.
 - Die „**Zweifelnden**“: betrachten Debatte als irrelevant, sehen Ursache in natürlichen Faktoren.
 - Die „Ablehnenden“: leugnen Klimakrise, fühlen sich bestens informiert, äußern lautstark ihre Meinung.
- Klimakrisenkommunikation ist nicht in jeder Gruppe zielführend: auf **grün** markierte Zielgruppen fokussieren

ZIELE UND ZIELGRUPPEN

- Was möchte ich erreichen?
 - Am liebsten eine Änderung der Einstellung und des Verhaltens!
 - Beides ist aus psychologischer Sicht aus den verschiedensten Gründen verhältnismäßig schwierig zu erreichen.

- Wie und wodurch ändern sich Menschen?
 - **Betroffenheit** (Erinnerung: PAIN-Modell) → sog. “teachable moments“
 - Ein lohnenswertes Ziel vor Augen zu haben (**Vision**)
 - Sozial und persönlich beliebte **Vorbilder** und gesellschaftliche Normen → “social tipping points“ – 3,5% reichen!
 - Bedenke: Veränderung geschieht **langsam** und allmählich

- Was ist also realistisch? Völlige Änderung? → Wohl eher nicht.
- Womit kann ich rechnen? Kleine Schritte in die richtige Richtung? → Ja!



Bild von Gerd Altmann auf Pixabay

KOMMUNIKATIONSFORM IM PERSÖNLICHEN GESPRÄCH



Bild von Tumisu auf Pixabay

Konfliktmodus / Kampfmodus aus

- Ich möchte etwas durchsetzen
- Ich möchte eine deutliche Ansage machen
- Ich möchte eindeutig Stellung beziehen

- Nützlich für öffentliche Kommunikation
 - Rede auf Demo
 - Forderungen an die Politik

Kontaktmodus / Freundschaftsmodus an

- Ich möchte etwas mitteilen
- Ich möchte, dass meine Botschaft ankommt
- Ich möchte eine gute Beziehung nutzen/erhalten

- Nützlich im persönlichen Gespräch
 - Jemanden persönlich gewinnen/überzeugen
 - Denkprozess in Gang setzen

ZIELE IM KONTAKTMODUS

Verstehen und
verstanden werden

Gemeinsame
Wahrheiten
finden

Ein gutes Gefühl
hinterlassen



Bild von Peggy und Marco Lachmann-Anke auf Pixabay

Horizont erweitern durch
gewinnbringenden Austausch von
Informationen

Positive
Kommunikations-
strategie

EIN GUTES KLIMAGESPRÄCH FÜHREN

- Situation bewusst wählen
 - Innere und äußere Stimmigkeit
 - im Zweifel lieber verzichten
 - Möglichst kein Zeitdruck / nicht unter Stress / in angespannter Atmosphäre
- Vor dem Gespräch: bewusst in den Kontaktmodus gehen
 - Von eigener Sichtweise berichten und versuchen, die des anderen zu verstehen
 - Auf Augenhöhe in einen gemeinsamen Austausch kommen
- Das Gespräch beginnen
 - Was ist mir wichtig? Was macht mir aktuell Sorgen?
 - Offene Fragen stellen, um Interesse zu signalisieren
 - „Was denkst du über die Klimakrise?“
 - „Wie gehst du mit der Klimakrise um?“

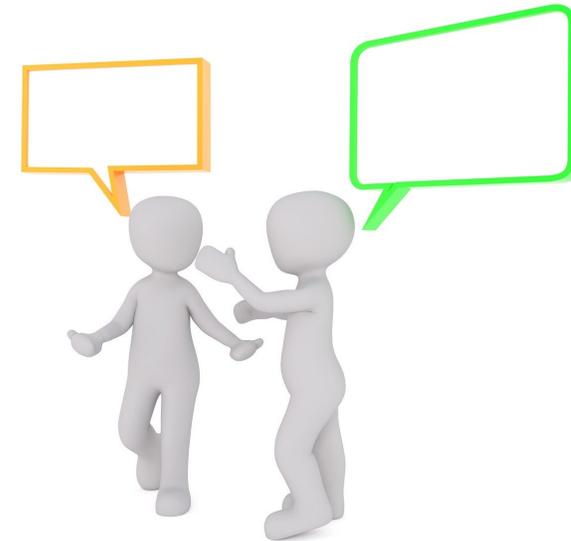


Bild von Peggy und Marco Lachmann-Anke auf Pixabay

EIN GUTES KLIMAGESPRÄCH FÜHREN

- Während des Gesprächs
 - Zuhören! Zuhören! Zuhören!
 - Von eigenen Gedanken und Gefühlen erzählen: Vulnerabilität zulassen
 - Gemeinsamkeiten finden (z. B. Liebe zur Natur, Gerechtigkeit, Sicherheit etc.)
 - Zustimmung, aber auch widersprechen und Fakten einbringen, wenn passend
 - Fokus auf lösungsorientierte Fragen:
 - „Was würde es dir leichter machen, weniger Auto zu fahren?“
 - „Was meinst du, wie könnte es klappen, dass mehr Menschen vegane Alternativen wählen?“
- Wenn die Stimmung kippt
 - Gespräch lieber zu einem anderen Zeitpunkt fortsetzen
- Am Ende des Gesprächs
 - Den Austausch würdigen „Das war wirklich ein interessantes Gespräch!“
 - Dank und Freude ausdrücken „Danke, dass du dir die Zeit genommen hast!“
- Wenn es schwierig war: dich selber loben, dich ggf. unterstützen lassen



Bild von Peggy und Marco Lachmann-Anke auf Pixabay

EIN GUTES KLIMAGESPRÄCH FÜHREN – INHALTE

- Mut zur Darstellung der eigenen Perspektive
 - „Die Erderwärmung ist menschengemacht. Ich setze mich aktiv für die Veränderung ein.“
- Toleranz und Verständnis anderer Perspektiven
 - „Ich verstehe, dass du gerade sehr gestresst bist.“
- Lösung nicht als einfach darstellen sondern als komplexes Problem, das es gemeinsam zu lösen gilt.
 - „Ich weiß auch noch nicht, wie man das am besten lösen kann, vielleicht kommen wir gemeinsam auf eine gute Idee.“
- Der Klimakrise entgegen zu steuern bringt Sicherheit und Stabilität. Sie zu ignorieren führt zu Chaos und Leid.
 - „Ich weiß, dass es sich echt gruselig anfühlt, darüber zu sprechen. Aber wenn wir gemeinsam anpacken...“
- Wir können und müssen nicht die perfekte Lösung wissen, um über die Klimakrise zu sprechen.
 - „Natürlich schaffe ich es auch nicht immer, nachhaltige Entscheidungen zu treffen. Ich arbeite dran!“
- Fokus auf positive Zukunftsbilder. Nicht: was werden wir verlieren, sondern: was werden wir gewinnen!
 - „Klar, manchmal nervt es, Bahn zu fahren. Aber stell dir nur eine Stadt ohne Abgase vor!“
- Rechthaben um jeden Preis
 - „Kapier das doch endlich.“
- Einknicken bei Widerstand
 - „Da kann man wohl nichts machen.“



EIN GUTES KLIMAGESPRÄCH FÜHREN

DO

- Entspannte Atmosphäre
- Klare Position und Haltung vertreten
- Zuhören, Verständnis zeigen
- Eigene Geschichte erzählen
- Offene Fragen stellen
- Lösungen fokussieren

DON'T

- Zeitdruck, Stress, schlechte Stimmung
- Katastrophisieren
- Belehren, urteilen, anklagen
- Mit Fakten um sich werfen
- Geschlossene Fragen stellen
- Probleme fokussieren



*„Effektive Kommunikation besteht nicht darin, die anderen zu den eigenen Werten zu bekehren, sondern sie basiert auf den **Werten, die man gemeinsam hat**. Deswegen ist **Zuhören** so wichtig – denn wenn du Leuten zuhörst, fängst du an, sie zu **respektieren und zu mögen**.“*

George Marshall (Climate Outreach), K3-klimakongress.org

→ NIEMAND WIRD GERNE MISSIONIERT!

PRAXIS: GRUPPENÜBUNG MIT PIA



Bild von truthseeker08 auf Pixabay

WINDOW OF TOLERANCE / LERNFENSTER

Nach Daniel Siegel





IST DOCH EIGENTLICH GANZ EINFACH, ODER?

Welchen Herausforderungen seid ihr schon begegnet, wenn ihr über die Klimakrise gesprochen habt?



WELCHEN HERAUSFORDERUNGEN SEID IHR BEGEGNET?

WAS HAT DIE SITUATION HERAUSFORDERND GEMACHT?



THEORIE

UMGANG MIT WIDERSTÄNDEN UND HERAUSFORDERUNGEN

KLIMALÜGEN – KLIMALEUGNUNG

„Die Sonne verursacht die globale Erwärmung.“



Bild von John Iglar auf Pixabay

„Der natürliche Klimawandel in der Erdgeschichte legt nahe, dass die jetzige Erwärmung auch ein natürlicher Vorgang ist.“

“Vulkane stoßen mehr CO₂ aus als wir!”

„Dieser Sommer war gar nicht so warm, das spricht doch gegen den Klimawandel!“

KLIMALÜGEN – KLIMALEUGNUNG

- Strategie benennen, z. B. logischer Trugschluss
- Wissenschaftlichen Fakt nennen, ggf. wiederholen
 - Faktenchecks: z. B. [scientists4future.org](https://www.scientists4future.org), www.klimafakten.de
- Gegenfragen stellen
- Nicht verunsichern lassen! → Üben

- Lebensnahe Analogien helfen:

„Ich glaube nicht an den Klimawandel.“ ist so was wie ...

„Ich glaube nicht an Schwerkraft.“

„Ich glaube nicht, dass Pflanzen Wasser brauchen.“



<https://skepticalscience.com>

→ Basale Klimafakten auswendig lernen!

PSYCHOLOGISCHE (ABWEHR)MECHANISMEN ALS URSACHEN FÜR WIDERSTÄNDE UND HERAUSFORDERUNGEN

- Gefahrenwahrnehmung: **PAIN**-Modell
 - Alltägliche Dinge erscheinen viel wichtiger als globale Bedrohung unserer Lebenswelt.
 - *„Klar ist es dramatisch, wenn in Bangladesch Tausende sterben. Aber ich muss ja auch meinen Alltag geregelt bekommen.“*
- Verantwortungsdiffusion: globaler Bystander-Effekt
 - Bewusst oder unbewusst hoffen Menschen, dass sich andere schon um das Problem kümmern werden.
 - *„Warum sollte ausgerechnet ich weniger Fleisch essen? Das können doch die anderen genau so gut machen.“*
- Kognitive Dissonanz
 - Sie entsteht, wenn unser Verhalten im Widerspruch mit unseren Werten und Zielen ist
 - Sehen wir keine Möglichkeit, unser Verhalten anzupassen, passen wir unsere Werte an
 - *„Klimaschutz ist mir wirklich wichtig. Aber ob ich jetzt einmal mehr oder weniger mit dem Auto fahre, ist doch auch egal.“*
- Selbstwertdienliche Verzerrung
 - Klimaschädliche Verhaltensweisen werden mit Verweis auf klimafreundliches Verhalten gerechtfertigt
 - *„Ich mach‘ doch schon genug!“*

PSYCHOLOGISCHE (ABWEHR)MECHANISMEN ALS URSACHEN FÜR WIDERSTÄNDE UND HERAUSFORDERUNGEN

- Bestätigungsfehler
 - Neigung, diejenigen Informationen verstärkt wahrzunehmen, die die eigenen Erwartungen bestätigen
 - *„Letztens hat jemand im Fernsehen gesagt, der Sommer war gar nicht so heiß. Sag ich doch, dass es den Klimawandel nicht gibt!“*
- Schuldverschiebung
 - Verantwortung für eigenes Verhalten wird bei anderen verortet, um Schuldgefühle abzuwehren.
 - *„Wenn in Asien so viel CO₂ in die Luft geblasen wird, bringt das doch eh nichts, wenn wir hier darauf verzichten.“*
- Soziale Normen
 - Das Verhalten anderer setzt einen Maßstab, an dem wir uns orientieren
 - *„Alle meine Freund:innen fliegen in den Urlaub, ich natürlich auch, das ist doch ganz normal.“*
- Erlernete Hilflosigkeit
 - Überzeugung, nichts tun zu können, obwohl es objektiv gesehen möglich wäre
 - *„Die Klimakrise ist schon so lange ein Problem, da kann ich es auch gleich lassen.“*
- Und noch einige weitere: Optimistische Verzerrung, Vermeidung, Verlustaversion, Psychologische Distanz

WAS HABEN ABWEHRMECHANISMEN GEMEINSAM?

Abwehrmechanismen ...

- helfen uns, unangenehme Gedanken und Gefühle von uns fern zu halten
- stellen eine (dys)funktionale Bewältigungsstrategie dar
 - funktional: es geht uns oberflächlich besser
 - dysfunktional: ich tue nichts / weniger
- sind keine böse Absicht sondern normale psychische Prozesse
 - verhindern allerdings, dass wir ins Handeln kommen
- Daher ist es gut, sich dessen bewusst zu werden und sie gemeinsam im Gespräch zu hinterfragen.



Bild von Peggy und Marco Lachmann-Anke auf Pixabay

UMGANG MIT WIDERSTÄNDEN UND HERAUSFORDERUNGEN

KURZE PHRASEN – KURZE ANTWORTEN

„Es ist schon zu spät.“ → Nein! Besser spät als nie.

„Es ist zu teuer.“ → Nein! Es entstehen z. B. viele neue Jobs im Klima-/Nachhaltigkeitsbereich.

„Es ist technisch nicht machbar.“ → Doch! Es gibt bereits gute Techniken und Alternativen.

„Es gibt Nachteile.“ → Die gibt es immer! Doch die Vorteile überwiegen.

„Technische Lösungen alleine werden es richten.“ → Nein! Wir brauchen auch gesellschaftliche Mehrheiten.

„Andere sollen anfangen.“ → Nein! Verantwortung verschwindet nicht, nur weil man sie teilt.



Bild von Gerd Altmann auf Pixabay

UMGANG MIT WIDERSTÄNDEN UND HERAUSFORDERUNGEN KOMMUNIKATIONSSTRATEGIEN



- **Zuhören! Zuhören! Zuhören!** → Sorgen, Bedenken, Ängste, Unsicherheiten ernst nehmen
- **Gefühle sind wichtiger als Wissen**
 - Was berührt mein:e Gegenüber und motiviert sie/ihn zum Handeln?
 - Was berührt mich/motiviert mich zum Handeln? Was sind meine Ängste in Bezug auf die Klimakrise?
- **Ruhig bleiben, nicht zum Gegenangriff übergehen!** → wir brauchen Verbündete!
 - Es stimmt, dass sich die Strukturen ändern müssen und einzelne Menschen nur bedingt etwas ausrichten können
 - Aber aus einzelnen Menschen können ganz viele werden und dabei helfen, die Strukturen zu ändern!
- ggf. **Abwehrmechanismen aufgreifen und konkret darauf eingehen**
 - *„Ich verstehe, dass du dich hilflos fühlst [Erlernte Hilflosigkeit], insbesondere, wenn sich alle um dich herum so verhalten, als gäbe es die Klimakrise gar nicht [soziale Normen], das geht mir auch oft so. Aber gerade deshalb versuche ich, aktiv zu werden und im Rahmen meiner Möglichkeiten klimafreundlich zu handeln. Das gibt mir das Gefühl, etwas tun zu können und vielleicht kann ich ja sogar jemanden inspirieren.“*
- **Motivation zum Handeln liefern**
 - Positive Zukunftsbilder und Visionen! ■ Handabdruck statt Fußabdruck



Bild von Carla Bosteder auf Pixabay

HANDABDRUCK STATT FUSSABDRUCK



Bild von Frauke Riether auf Pixabay

Der Handabdruck

- versinnbildlicht die Wirkung einer Aktivität auf die Rahmenbedingungen von nachhaltigem Handeln anderer Menschen
 - veranschaulicht vermiedene CO₂-Emissionen
 - Beispiel: für mehr Klimaschutz auf die Straße gehen
- fokussiert Aktivität und Handeln
- ist motivierend und lösungsorientiert
- fördert kollektive Selbstwirksamkeit

HANDLUNGSMÖGLICHKEITEN

Beispiele Handlungsmöglichkeiten

-  Vorstellungskraft trainieren: Informieren, lesen, darüber sprechen
-  Selbst Vorbild sein und Emissionen reduzieren
-  Klima in Bezugsgruppen immer wieder zum Thema machen (Arbeitsplatz, Sportverein, Kirchengemeinde, Freundeskreis, Familie,...)
-  Sich Klimagruppen anschließen und dranbleiben
-  Eigene Ideen in Klimagruppen umsetzen
-  Wirtschaftliche Boykottaktionen unterstützen
-  Klimastreiks / Demonstrationen unterstützen
-  Einer Partei beitreten
-  Gewaltfreier ziviler Ungehorsam
-  Petitionen starten / unterstützen (z.B. #KlimaVor8)
-  Leser*innenbriefe schreiben, Redaktionen kontaktieren
-  Strategische Nutzung sozialer Medien und des WhatsApp Status, Beteiligung an virtuellen Protestaktionen
-  Accounts melden, Gegenrede
-  Um Hilfe bitten, Verantwortung übernehmen und übertragen, anderen helfen
-  Vor Gericht klagen
-  Direkte Demokratie: Bürger*innenbegehren, Volksbegehren, Bürger*innenversammlungen
-  Große Visionen, Mut, eigene Ängste konfrontieren

Lea Dohm, PsychologistsForFuture (2020) Future (2020)

daskannstdu tun

[Home](#) [Psychologie](#) [Aktiv Werden](#) [Konkrete Schritte](#)

In 9 Schritten nachhaltig aktiv werden

Indem wir uns aktiv für Veränderung einsetzen, vergrößern wir unseren **Handabdruck**: Unseren positiven Einfluss auf Gesellschaft, Politik und Wirtschaft. Hier zeigen wir dir, was dein Engagement unterstützt und deine Batterien auflädt.



sich bewusst werden

Wir Menschen haben eine besondere Fähigkeit...

EIGENE WERTE REFLEKTIEREN

Ein möglicher nächster Schritt...

sich austauschen

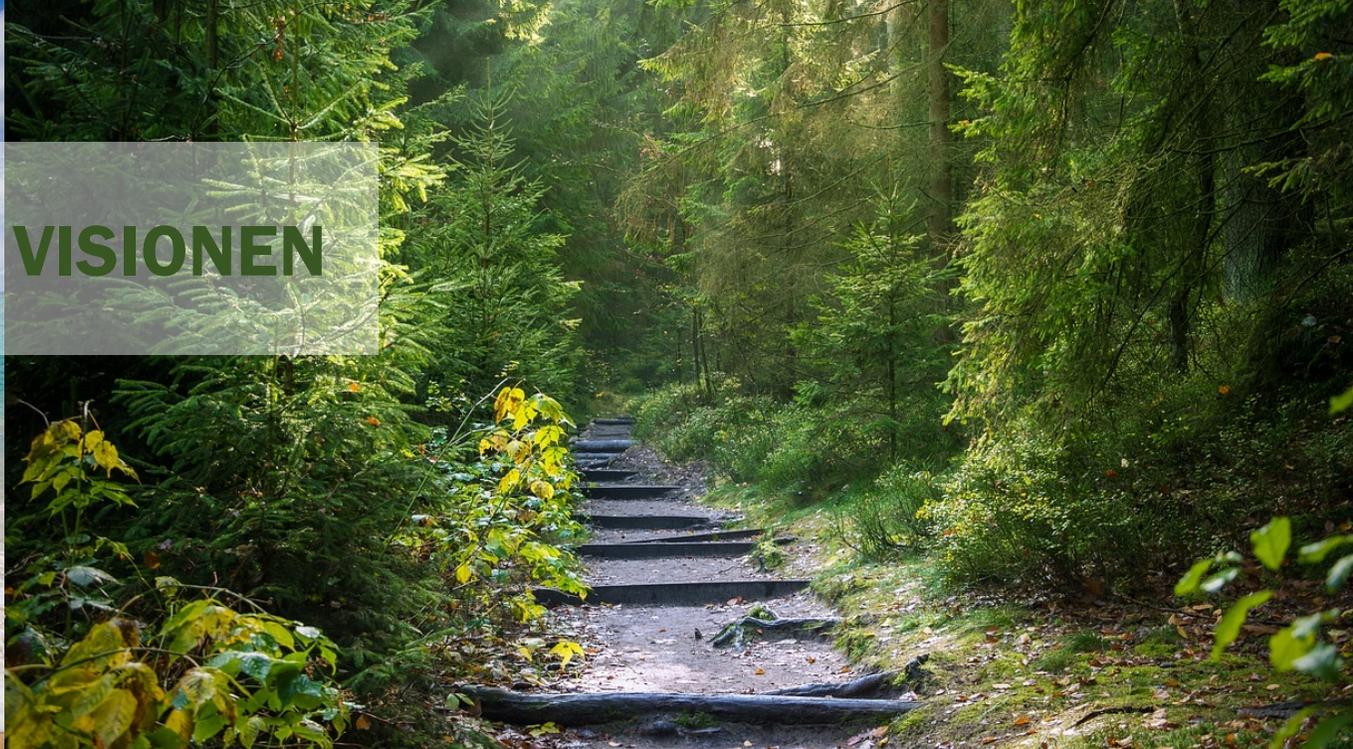
Mit bedrückenden Gedanken...

PRAXIS: GRUPPENÜBUNG MIT PIA



Bild von truthseeker08 auf Pixabay

POSITIVE ZUKUNFTSBILDER UND VISIONEN



UMGANG MIT WIDERSTÄNDEN UND HERAUSFORDERUNGEN FÜRSORGE UND SELBSTFÜRSORGE

(Selbst)mitgefühl

Nimm deine Gefühle und die des/der anderen wahr und akzeptiere sie wohlwollend.

Mache dir deine Ziele bewusst

Für dich individuell und gesamtgesellschaftlich

Kleine Schritte

Nimm Spielräume und Grenzen wahr. Fang klein an und schaffe somit Erfolgserlebnisse.



Bewusstsein schaffen

Kümmere dich um dich. Grenze dich ab, wenn dir Klimagespräche nicht gut tun.

Vernetze dich

Komm vom Sprechen ins Handeln und engagiere dich möglichst in Gruppen

GUTE KLIMAKRISEN- KOMMUNIKATION



Bild von Gerd Altmann auf Pixabay

- ... passt zur Zielgruppe
- ... findet im Freundschaftsmodus statt
- ... basiert auf Verständnis und Zuhören
- ... stellt Emotionen über Fakten
- ... ist positiv und lösungsorientiert
- ... findet gemeinsame Werte und Visionen
- ... schont deine Ressourcen und die der anderen



QUELLEN UND WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN

- Bildquellen Zukunftsvisionen: Wald: Bild von Sven Lachmann, Stadt: Bild von Jude Joshua, Biene: Bild von Dirk Daniel Mann, Meer: Bild von Somchai Sumnow, alle auf Pixabay
- Barbara Funk (Psychologists4Future), interne Fortbildung für Klimakommunikation, Teil 1 und 2
- Postkarten Psychologische Mechanismen, Psychologists4Future
- Maria Stich, 12 typische Argumente gegen Klimaschutz – und was du darauf antworten kannst, perspective-daily.de/article/2004/zmLDUIm7
- Kerstin Lopau und Dr. Christian Gutsche, Workshop „Wie geht gute Klimakommunikation?“, <https://www.solocal-energy.de>
- Christopher Schrader, Über Klima sprechen – Das Handbuch, herausgegeben von [klimafakten.de](https://www.klimafakten.de)
- <https://daskannstdutun.de>
- <https://skepticalscience.com/factmythfallacy.php?l=6>
- <https://klimakommunikation.klimafakten.de>
- <https://www.klimafakten.de/meldung/handabdruck-statt-fussabdruck-ein-konzept-fuer-mehr-optimismus-im-klimaschutz>

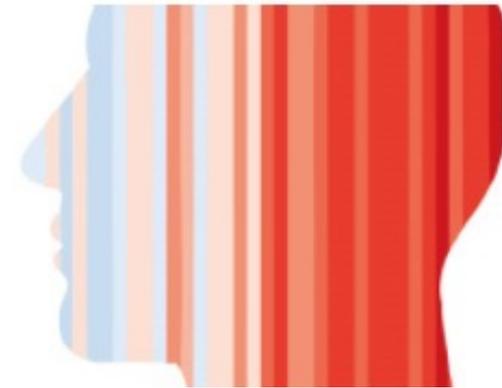


PSYCHOLOGISTS/PSYCHOTHERAPISTS FOR FUTURE E.V.



„Climate change is a
psychological crisis,
whatever else it is.“

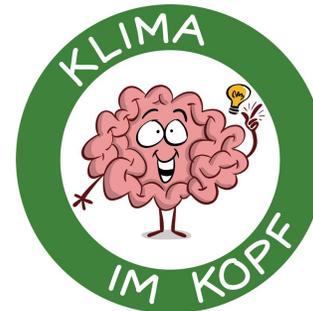
– Poulsen, 2018 –



Website: <https://www.psy4f.org>



Podcast: Klima im Kopf



Twitter/X: @Psychologists4F



Instagram: @psychologists4future



YouTube: Psychologists for Future Germany