

# Klim[:A:]rtikulieren

Wie kommunizieren wir am besten die Klimakrise?



# Wie kann es sein...

... dass es immer noch Leute gibt, die ihre Augen vor der Klimakrise verschließen und diese sogar leugnen?

... dass ein kleiner Kreis von Klimaleugner:innen mit ihren falschen und laut vorgetragenen Behauptungen so viel Gehör findet?

...dass die größte globale Herausforderung der Menschheit im Alltag nicht ernst genommen wird?



„Viele Menschen sind zu gut erzogen,  
um mit vollem Mund zu sprechen; aber  
sie haben keine Bedenken, dies mit  
leerem Kopf zu tun.“ (Orson Welles)

„Wir glauben nur was wir  
sehen – aber wir sehen nur,  
was wir glauben wollen.“  
(Albert Einstein)

„Wer immer das erste und das letzte  
Wort haben muss, ist mit  
Selbstgesprächen bestens bedient.“  
(Ernst Ferstl)

# Warum Klima-Kommunikation?

Wir befinden uns in einer Zeit, in der Politik und Medien immer weniger von Fakten, sondern mehr von persönlicher Selbstverwirklichung gesteuert werden. Leichtfertig werden dabei wissenschaftliche Tatsachen mit einfachen und meist unsachlichen Aussagen in Zweifel gezogen und geleugnet. Ungefiltert und ohne Chance, diese Behauptungen rechtzeitig richtig zu stellen, verbreiten sie sich im derzeitigen Informationszeitalter rasend schnell und können großen Schaden anrichten.

## **In Worten steckt mehr als wir glauben**

Darum ist Kommunikation rund um das Thema Klimawandel entscheidend. Überzeugungen, Wertvorstellungen, Erfahrungen, Interessen und das soziale sowie digitale Umfeld tragen maßgeblich dazu bei, wie Fakten zum Klimawandel aufgenommen und verarbeitet werden. Es geht darum, zielgruppengerecht, alltags- und praxisnah, klar und einfach zu kommunizieren, Emotionen zu wecken und in Folge den Klimaschutz attraktiver zu machen.

## **Von Falschaussagen zu positiven Geschichten**

Holen wir gemeinsam den Klimawandel aus seiner wissenschaftlichen Schublade heraus und lassen ihn soziale Realität werden. Sprechen wir darüber. Bringen wir ihn in den Alltag. Widerlegen wir Falschaussagen und verknüpfen wir ihn mit positiven Geschichten und Botschaften.

# Das Klimabündnis

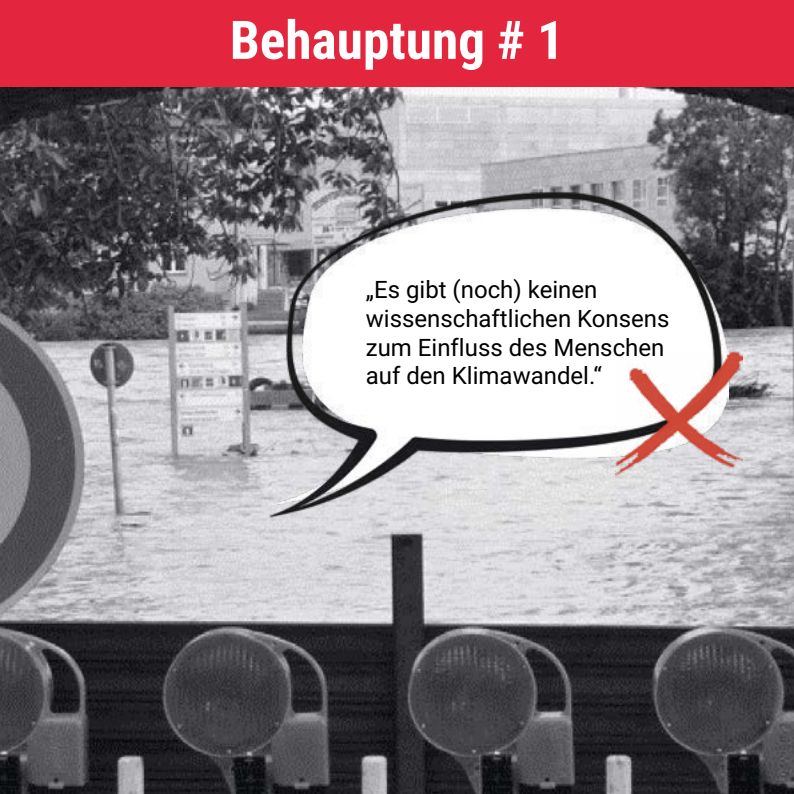
Seit mehr als 30 Jahren sind Öffentlichkeitsarbeit und Bewusstseinsbildung die wichtigsten Bausteine, die das Klimabündnis-Netzwerk in Österreich stetig wachsen ließen. Mittlerweile umfasst es mehr als 2.500 Gemeinden, Bildungseinrichtungen und Betriebe sowie alle 9 Bundesländer. Unser Erfolgsrezept basiert auf drei Schritten:

## **INFORMIEREN – MOTIVIEREN – AKTIVIEREN**

Dieses Heft liefert Ihnen eine Palette an Werkzeugen, um noch besser über Klimawandel und Klimaschutz reden zu können. Mit einem Faktencheck und Tipps zur Klima-Kommunikation können Sie die drei Schritte gezielt in der Praxis anwenden.



# Behauptung # 1



„Es gibt (noch) keinen wissenschaftlichen Konsens zum Einfluss des Menschen auf den Klimawandel.“


# Fakt ist aber...

**Nahezu alle Klimawissenschaftler:innen sind der Überzeugung, dass der Mensch maßgeblich die Klimakrise verursacht.**

- Eine vernachlässigbare Minderheit an Personen, die anderer Meinung ist, ist oft nur auf Nebenschauplätzen der Klimawissenschaften tätig und möchte Verwirrung stiften.
- Nicht eine einzige nationale Wissenschaftsakademie bezweifelt den wissenschaftlichen Konsens rund um die Klimakrise.
- Kritische und teils leugnende Stimmen in der Öffentlichkeit werden häufig von der fossilen Industrie bezahlt und mobilisiert.



## Behauptung # 2

The background of the slide is a black and white photograph of parched, cracked soil. A small, thin plant with several leaves is growing out of a crack in the lower-left area. A white speech bubble with a black outline is positioned in the center-right. The text inside the bubble is in German. A large, thick red 'X' is drawn over the bottom right corner of the speech bubble, indicating that the statement is false or incorrect.

„Die globale Erwärmung ist eine Erfindung, um in der Gesellschaft gezielt Panik zu verbreiten!“




# Fakt ist aber...

**Der menschliche Einfluss auf die Veränderung des Weltklimas ist keine Glaubensfrage, sondern eine wissenschaftliche Tatsache und basiert auf jahrzehntelanger Forschung.**

- Nahezu alle überdurchschnittlich warmen Jahre traten nach der Jahrtausendwende auf.
- In Österreich ist die Temperatur seit 1880 um knapp 2°C gestiegen. Global bereits um 1,2°C.
- Seit Jahrzehnten gab es auf der Erde kein Jahr mehr, das kühler war als der Durchschnitt des 20. Jahrhunderts.



# Behauptung # 3



„Klimatische Veränderungen gab es im Verlauf der Erdgeschichte immer schon: Im Mittelalter war es wärmer als heute!“

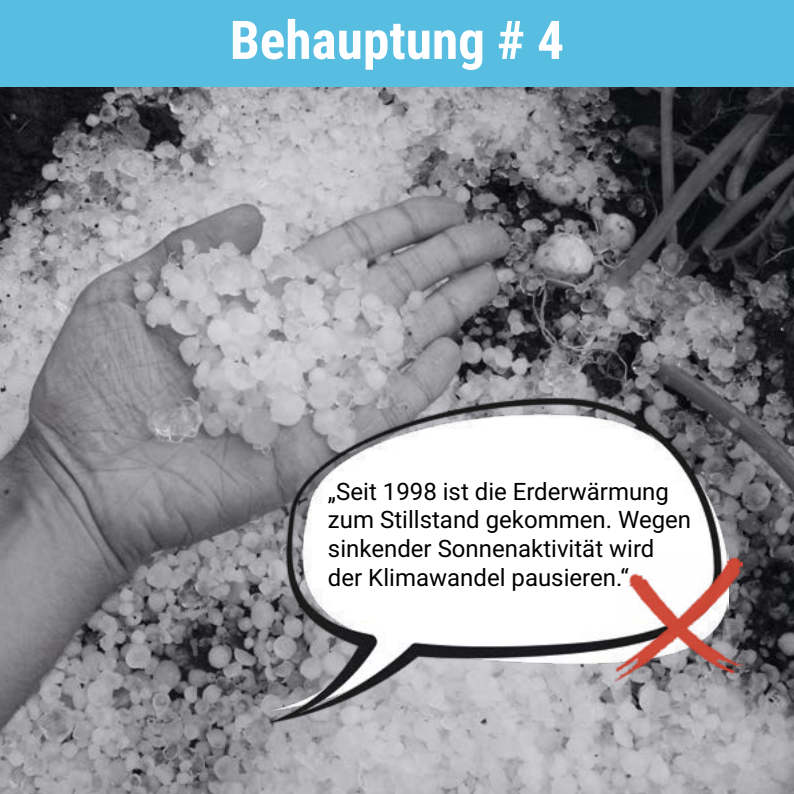
# Fakt ist aber...

Klimaschwankungen gab es auch in vorindustriellen Zeiten. Aber erst seit den 80er Jahren des 20. Jahrhunderts steigt die Temperaturkurve rasant an.

- Die Mittelalterliche Warmzeit war im Gegensatz zu einer globalen Erwärmung regional begrenzt und beschränkte sich vor allem auf bestimmte Gebiete der Nordhalbkugel.
- Alle natürlichen Faktoren, die das Klima beeinflussen, wirken über viel längere Zeiträume und können den raschen Anstieg in den letzten Jahren nicht erklären.
- Bei solchen Argumenten wird die globale Dimension bewusst ausgeklammert.



# Behauptung # 4

A black and white photograph of a hand holding a large quantity of white hailstones. The background is a field of hailstones. A speech bubble with a black outline is overlaid on the lower right, containing a claim. A large red 'X' is drawn over the bottom right corner of the speech bubble, indicating that the claim is false.

„Seit 1998 ist die Erderwärmung zum Stillstand gekommen. Wegen sinkender Sonnenaktivität wird der Klimawandel pausieren.“


# Fakt ist aber...

Es gab und gibt keine „Pause“ der Erderhitzung. Der Langfristtrend ist lediglich durch natürliche Schwankungen überlagert worden. Die Temperaturkurve zeigt nach oben!

- Aufgrund eines starken El Niños war es 1998 im Vergleich zu den Jahren danach sehr warm. Dieses einzelne Ereignis hat nichts mit dem steigenden Langzeittrend zu tun.
- Die Erderhitzung verläuft generell nicht geradlinig. Die Oberflächentemperaturen schwanken von Jahr zu Jahr.
- Schwankungen der Sonneneinstrahlung kommen immer wieder vor. Dabei kann sich die Lufttemperatur kurzfristig ändern.



# Behauptung # 5



„Die Natur setzt viel mehr CO<sub>2</sub> frei als der Mensch. Der menschengemachte Beitrag ist viel zu gering, um Auswirkungen auf das Weltklima zu haben.“

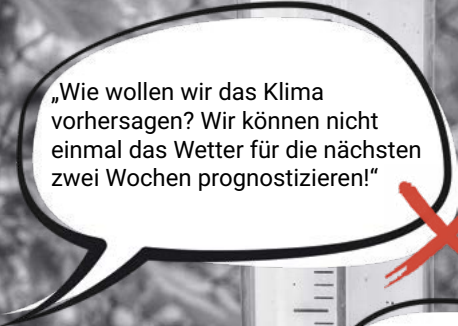
# Fakt ist aber...

Über Jahrtausende gab es bei den CO<sub>2</sub> Konzentrationen in der Atmosphäre natürliche Schwankungen. Erst mit der Verbrennung fossiler Energieträger durch den Menschen, wurde das natürliche Gleichgewicht gestört.


- Der Mensch führt dem natürlichen Kohlenstoffkreislauf der Erde mit der Verbrennung von Kohle, Erdöl und Erdgas jährlich mehrere Milliarden Tonnen CO<sub>2</sub> hinzu.
- Mithilfe von Eisbohrkernen können wir in die Vergangenheit des Weltklimas blicken und haben erkannt: Schon geringe Änderungen der CO<sub>2</sub>-Konzentration beeinflussen das Klimasystem.



# Behauptung # 6



„Wie wollen wir das Klima vorhersagen? Wir können nicht einmal das Wetter für die nächsten zwei Wochen prognostizieren!“



„Ein kalter Winter lässt mich schon zweifeln, ob die globale Erwärmung überhaupt stattfindet!“




# Fakt ist aber...

Der Vergleich ist unzulässig. Das Wetter ist der kurzfristige und chaotische Zustand der Atmosphäre. Das Klima bezieht sich hingegen auf lange Zeiträume von mindestens 30 Jahren.

- Ein kalter Winter ändert nichts am langfristigen Trend der Erderhitzung. Punktuelle Kälterekorde sind weiterhin möglich, aber im letzten Jahrzehnt fiel auf: Es gab doppelt so viele Hitze- wie Kälterekorde.
- Kurzfristige Kälte- und Hitzeperioden können wir fühlen. Langfristige Temperaturänderungen können wir Menschen nur schwer wahrnehmen.



# Behauptung # 7



„Der Klimawandel ist doch gar nicht so schlimm. Er kann auch positive Auswirkungen haben.“


# Fakt ist aber...

**Zweifellos werden die negativen Auswirkungen der Klimakrise auf unsere Umwelt, Landwirtschaft, Gesundheit und Ökonomie viel schlimmer sein als die möglichen positiven Folgen.**

- **Bessere Bedingungen für die Landwirtschaft und niedrigere Heizkosten wären nur Momentaufnahmen.**
- **Chaotische Wetterabläufe werden durch den Temperaturanstieg unabsehbare Folgen haben. Besonders klimatische Grenzregionen werden mit den Folgen zu kämpfen haben.**
- **Durch unseren Lebensstil ist die Überbelastung der Ökosysteme schon heute spürbar.**



# Behauptung # 8



„Wenn die großen Staaten wie die USA und China nichts für den Klimaschutz tun, dann macht es auch keinen Sinn, sich in Österreich zu engagieren.“

# Fakt ist aber...

**Klimaschutz darf nicht länger als Last wahrgenommen werden. Legen wir die Opferrolle ab. Klimaschutz ist eine Chance, Entwicklungen früh zu erkennen und ein Vorbild für andere zu sein.**

- Emissionen zu senken ist möglich, ohne dass die Wirtschaft in den Ruin getrieben wird. Ganz im Gegenteil: Klimaschutz und wirtschaftlicher Erfolg gehen Hand in Hand.
- Staaten werden unabhängiger von Energieimporten. Mit dem Ausstieg aus fossilen Energieträgern wird die Energieversorgung billiger und sicherer.
- Jene, die Klimaschutzinnovationen forcieren, sind global besser aufgestellt.



# Tipps für eine optimale Bildsprache

## DOS

- Es braucht authentische Bilder, die konkrete Handlungsmöglichkeiten vermitteln. Vermitteln Sie eine positive Zukunftsvision und zeigen Sie Personen, die anpacken anstatt sich dem Klimawandel geschlagen zu geben.
- Bilder von Extremwetterereignissen wirken zwar beeindruckend, jedoch können sie auch Ohnmachtsgefühle auslösen. Ergänzen Sie solche Bilder mit praxisnahen Klimaschutzaktivitäten, um der Ohnmacht entgegenzuwirken.
- Zeigen Sie lokale Klimawandelfolgen in der näheren Umgebung anstatt Eisbären auf sinkenden Eisschollen.
- Verwenden sie realistische, glaubwürdige Bilder, um eine emotionale Bindung zu den Betrachter:innen herzustellen. Eine Anpassung an die Zielgruppe kann hierbei entscheidend sein.

## DONT'S

- Verzichten Sie darauf einzelne Personen als „Klimasünder:innen“ abzubilden. Bilder von fleischessenden oder autofahrenden Menschen lösen eher eine Trotzhaltung aus.
- Vermeiden Sie Bilder von Hände schüttelnden Politiker:innen bzw. von Vertragsunterzeichnungen.
- Bilder von Klimaprotesten können auf Skepsis und Ablehnung stoßen.
- Vermeiden Sie gestellte Hochglanzbilder mit beispielsweise lächelnden PV-Installateur:innen.

# So wird's gemacht



Für die Energiewende packen alle mit an!



Lokaler Spielplatz unter Wasser.



# Framing

Unser Denken ist nur zu etwa 2 Prozent ein bewusster Prozess. 98 Prozent finden außerhalb unserer bewussten Wahrnehmung statt. Weniger die Fakten, sondern gedankliche Deutungsrahmen („frames“) sind entscheidend. Sie verleihen den Worten erst Bedeutung.

„Frames“ sind sprachliche und bildliche Konstruktionen, die bestimmte Sichtweisen fördern oder unterdrücken können. Sie können politische Debatten und Entscheidungen prägen und beeinflussen.

## Die richtigen Worte

In Worten steckt also viel mehr als wir glauben. Worte aktivieren in unserem Gehirn ganze Vorratslager abgespeicherten Wissens, wie zum Beispiel Bewegungsabläufe, Gefühle, Gerüche, visuelle Erinnerungen. In der Politik werden manche Frames ganz bewusst eingesetzt, andere wiederum ausgeklammert. Speziell mit Metaphern wird versucht die eigene Ideologie sprachlich und symbolisch zu festigen. Begriffe wie Steuerlast, Steueroase oder Flüchtlingsflut kommen hier beispielsweise häufig zum Einsatz.

Je öfter wir Worte und Sätze hören, die bestimmte Ideen miteinander verbinden, desto eher werden sie Teil unseres alltäglichen Denkens.



# Was hat das mit dem Klima zu tun?

Folgender Frame wird mit dem Begriff **Klimaschutz** aktiviert:

1. Es gibt eine Gefahr (sie bleibt unbekannt)
2. Jemand kann Schaden nehmen (das Klima)
3. Jemand greift schützend ein (der Mensch).

Es wird aber ausgeblendet, von wem die Gefahr ausgeht. Denn das Klima ist im weiteren Sinne nicht das Opfer und ihm dürfte es egal sein, was mit ihm passiert. Der Mensch wird in diesem Frame nur als schützender Held aktiviert, obwohl von ihm die Gefahr ausgeht und er auch die Konsequenzen trägt. Bei Verwendung dieses Begriffs sollten wir immer auch den Frame im Hinterkopf behalten.

## Welche Begriffe sollten Sie (nicht) verwenden?

**Klimawandel:** Ein Wandel kann gut und schlecht sein, es geht auf und ab – ein Zustand verändert sich ein. Mit den Worten **Klimakrise** oder **Klima-Notstand** wird ein ganz anderer Sachverhalt vermittelt. Die Dringlichkeit und die Schwere der aktuellen Situation werden klar betont. Der Begriff Klimawandel kann jedoch im naturwissenschaftlichen Kontext weiterhin eingesetzt werden.

**Globale Erwärmung, Erderwärmung und Klimaerwärmung** sind ebenfalls Spitzenreiter in der wörtlichen Fehlbesetzung. Wärme ist ein durchwegs positiv besetztes Konzept (Emotion, Raumwärme).

Die Worte **Hitze** oder **Erhitzung** sind daher geeigneter.

# Reden wir über Lösungen

Konkrete Lösungsvorschläge und Handlungsmöglichkeiten helfen dabei, vom Denken ins Handeln zu kommen.

Gemeinschaftliche Aktionen und Tätigkeiten sind hilfreich und regen zum Mitmachen an. Der Mensch ist ein soziales Wesen.

Fragen Sie nach dem „Wofür“ statt nach dem „Wogegen“.

Erzählen Sie neue Geschichten. Stellen Sie die „Sinnhaftigkeit“ der Tätigkeit in den Vordergrund.

Holen Sie Personen vor den Vorhang, die tolle Projekte umgesetzt haben.

# Welche Geschichten brauchen wir?

Es bringt nichts, auf Menschen solange einzureden, bis sie die Fakten akzeptieren. Es ist wichtig zu versuchen, die Informationen in einen anderen Rahmen zu fassen, sodass der Mensch eine Erzählung über die Klimakrise hört, die ihn einbezieht und sein Werteverständnis widerspiegelt.

## Der Mensch hinter der Diskussion

Es ist ratsam, in einem Gespräch über die Klimakrise erstmal die Personen gegenüber kennenzulernen und zu fragen, wer sie sind, was ihnen wichtig ist und woran ihr Herz hängt. Ohne diese Fragen könnte das Thema überfordern und zu einer Art Bedrohung der Identität führen. Die innersten Überzeugungen sind evolutionär sehr gut abgesichert und es gäbe wenig Chance, ein konstruktives Gespräch entstehen zu lassen.

## Einen Lebensbezug schaffen

Wir dürfen die Klimakrise sozial und kulturell nicht mehr nur als Umweltthema präsentieren. Sie ist mittlerweile in so vielen unserer Lebensbereiche präsent. Finden Sie eine Mischung aus Fakten und Emotionen und verpacken Sie diese in Geschichten, die mit dem direkten Umfeld der Leute zu tun haben. Die Nähe zum Alltag ist wohl der wichtigste Schritt zum Erfolg.

# Wie Falschmeldungen das Klima vergiften



Falschmeldungen haben eine starke Wirkung. Erstens erfahren viele Menschen nie, dass sie auf eine irreführende Aussage hineingefallen sind. Zweitens halten sich Falschmeldungen vor allem bei jenen Personen hartnäckig, die generell viele Gerüchte lesen. Je öfter solche falschen Behauptungen in der eigenen „digitalen Echokammer“ zirkulieren, desto vertrauter scheint einem diese Aussage und umso eher sind Menschen geneigt, selbst skurrile Aussagen zu glauben.

# Wie man Fake News erkennt

## Indikatoren

- Reißerische Titel
- Stark aufgeregter und emotionaler Sprachgebrauch
- Quellenangaben fehlen
- Der Gebrauch von Kampfbegriffen wie „Lügenpresse“ und „Fake News“
- Verwendung von schockierenden und offensiven Fotos
- Verschwörungstheorien werden als Tatsachen dargestellt

## Reaktionen

- Überprüfen Sie die Quelle: Oft wird mit Quantität über die fehlende Qualität einer Information hinweggetäuscht. Lesen Sie bei Verdacht nicht alles bis zum Schluss. Suchen Sie im Web nach Erfahrungsberichten zur Quelle
- Überprüfen Sie das Impressum: Unseriöse Seiten weisen oft ein eigenartiges Impressum auf und geben nicht die Betreiber bekannt
- Nutzen Sie die Faktenchecker-Seite [mimikama.at](http://mimikama.at)
- Nutzen Sie den österreichischen Medien-Watchblog [kobuk.at](http://kobuk.at)
- Achten Sie darauf, dass vor allem bei neuen, alternativen Social Media Plattformen vielfach sehr einseitige, skeptische Ansichten zum menschengemachten Klimawandel kursieren

# Weitere Tipps und Tricks...

Stellen Sie die korrekten Fakten immer an den Anfang einer Argumentation.

Wiederholen Sie keine Mythen. So verhindern Sie eine tiefere Verankerung im Bewusstsein.

Nach der Widerlegung eines Mythos sollten Sie möglichst schnell die entstandene Lücke im Kopf wieder füllen.

Drei (schlüssige) Argumente sind besser als zwölf.

# ...zur Klima-Kommunikation

Beginnen Sie mit dem, was Sie wissen, und nicht mit dem, was Sie nicht wissen.

Argumentieren Sie mit lebensnahen Vergleichen!

Vermeiden Sie Katastrophenschilderungen. Liefern Sie stets Handlungs- und Lösungsmöglichkeiten.

Die Klimakrise ist keine Glaubensfrage. Sie ist Realität. Und zwar schon JETZT und nicht erst in der Zukunft.



**KLIMA  
BÜNDNIS**

ÖSTERREICH

[www.klimartikulieren.at](http://www.klimartikulieren.at)

**Impressum:**

Klimabündnis Österreich, 1040 Wien;

Redaktion: Tristan Brucker, Isolde Baumgartner;

Druck: Donau Forum Druck GmbH; © Wien 2023

[www.klimabuendnis.at/klimartikulieren-booklet](http://www.klimabuendnis.at/klimartikulieren-booklet)

Fotos: Creative Commons CC0 – [www.pixabay.com](http://www.pixabay.com); Canva.com.



Gedruckt nach der Richtlinie des  
Österreichischen Umweltzeichens  
„Druckerzeugnisse“,

Donau Forum Druck GmbH, UW 785

Diese Publikation wurde mit der Unterstützung des Bundesministeriums für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie (BMK), Sektion VI, Abt. 1 entwickelt.