

Dos und Don'ts der Klimakommunikation

Dos	Don'ts
Machen Sie den Klimawandel konkret: Verdeutlichen Sie die Auswirkungen auf das tägliche Leben der Menschen. Verwenden Sie konkrete Beispiele und lokale Ereignisse, um die Dringlichkeit zu betonen.	Katastrophismus: Vermeiden Sie übertriebene Darstellungen und Schreckensszenarien, die Resignation oder Angst auslösen können. Setzen Sie auf realistische Darstellungen, die zu positivem Handeln anregen.
Bleiben Sie positiv – sowohl im Ton wie im Inhalt: Betonen Sie positive Entwicklungen und Erfolge im Klimaschutz. Vermeiden Sie eine düstere oder pessimistische Darstellung, um die Motivation zu erhalten.	Wissenschaftsjargon: Verwenden Sie eine einfache und verständliche Sprache. Vermeiden Sie Fachbegriffe und komplizierte Erklärungen, die Nicht-Wissenschaftlerinnen und -Wissenschaftler abschrecken könnten.
Zeigen Sie Handlungsoptionen und Lösungen auf: Bieten Sie praktische und umsetzbare Lösungen an, die Menschen in ihrem Alltag integrieren können. Informieren Sie über erfolgreiche Projekte und Initiativen, die bereits positive Ergebnisse gezeigt haben.	Vorsicht mit umstrittenen Methoden: Verwenden Sie keine Kommunikationsmethoden, die ethisch fragwürdig oder wissenschaftlich umstritten sind. Setzen Sie auf Transparenz und Ehrlichkeit, um Vertrauen aufzubauen.
Erzählen Sie Geschichten: Nutzen Sie persönliche Geschichten und Erfahrungsberichte, um eine emotionale Verbindung herzustellen. Geschichten bleiben länger im Gedächtnis und können komplexe Themen verständlicher machen.	Schulduweisungen: Beschuldigen oder belehren Sie Ihre Zielgruppe nicht – dies kann Widerstand hervorrufen. Stattdessen sollten Lösungen angeboten werden.
Nutzen Sie Bilder – aber wählen Sie sie mit Bedacht aus: Verwenden Sie aussagekräftige und emotionale Bilder, um die Botschaft zu unterstützen. Achten Sie darauf, dass die Bilder die Realität korrekt darstellen und keine Angst oder Panik schüren.	Überforderung durch Komplexität: Vermitteln Sie Informationen in überschaubaren Einheiten; vermeiden Sie es, zu viele Details oder komplexe Zusammenhänge auf einmal darzustellen.

Dos	Don'ts
Nutzen Sie Spiele, Kunst, Literatur und Humor: Integrieren Sie kreative Ansätze wie Kunstprojekte, Spiele oder humorvolle Elemente, um das Thema zugänglicher zu machen. Verschiedene Medien können unterschiedliche Zielgruppen erreichen und ansprechen.	Abstrakt bleiben: Vermeiden Sie rein theoretische oder globale Darstellungen des Klimawandels – diese wirken oft distanziert und wenig greifbar.
Überlegen Sie genau, wie Sie mit Emotionen umgehen: Nutzen Sie Emotionen gezielt, um Aufmerksamkeit zu erzeugen, aber vermeiden Sie es, überwältigend zu wirken. Balancieren Sie zwischen Hoffnung und Dringlichkeit, um die Menschen zu motivieren, aktiv zu werden.	Fokus auf Verbote: Vermitteln Sie nicht ausschließlich Einschränkungen oder Verbote; betonen Sie stattdessen positive Alternativen (z. B., was gewonnen werden kann).
Betonen Sie Co-Benefits: Heben Sie zusätzliche Vorteile von Klimaschutzmaßnahmen hervor (z. B. bessere Luftqualität, Gesundheit, soziale Gemeinschaft). Dies kann helfen, Widerstände abzubauen und Unterstützung zu gewinnen.	Einmalaktionen ohne Nachwirkung: Stellen Sie sicher, dass Kampagnen nachhaltig wirken und nicht nur kurzfristig Aufmerksamkeit erzeugen.
Kommunizieren Sie lokal: Beziehen Sie sich auf lokale Beispiele, Ereignisse oder Projekte, die für die Zielgruppe direkt relevant sind.	
Schaffen Sie Transparenz: Zeigen Sie klar auf, welche Schritte unternommen werden und wie Bürger*innen aktiv eingebunden werden können.	
Führen Sie Testläufe durch: Testen Sie Ihre Kommunikationsstrategie und Botschaften vorab mit einer kleinen Zielgruppe, um sicherzustellen, dass sie verstanden werden und die gewünschte Wirkung erzielen. Nutzen Sie das Feedback, um Ihre Kommunikation zu optimieren, bevor Sie sie breit streuen.	