



Herzlich Willkommen!

Praxisworkshop zur Solarkampagne

Kerstin Lopau
Dr. Christian Gutsche



Vorstellungs-Runde im Chat

Wo arbeite ich?

Was ist mein beruflicher Schwerpunkt bzgl. Klimaschutz?

Was erwarte ich vom Workshop?

Über uns



Kerstin Lopau

- Ingenieurin (Erneuerbare Energien)
- Klimakommunikations-Trainerin
- Solar-Selbstbau (SoLocal Energy, Kassel)



Christian Gutsche

- Promovierter Physiker (Ern. Energien)
- Klimakommunikations-Trainer
- Solar-Selbstbau (Bremer SolidarStrom)

Die Essenz

Die Kernfrage: Was motiviert mich/Dich
zu klimafreundlichem Handeln?

Das Werkzeug: Zuhören, Wertschätzen, Fühlen

Die Aspekte: Ziele & Zielgruppen
Emotionen & Handeln
Fakten
Umgang mit Widerständen



Klima-Kommunikation ...

- Behandelt das WIE, nicht das WAS
- Setzt am einzelnen Menschen an
- Funktioniert auf allen Ebenen

Ziele & Zielgruppen



Maßnahmen & Ziele

- **Klarheit** über Ziel & Zielgruppe
 - **Anpassen** der Maßnahme
 - Höhere **Erfolgsquote**

- Ziel-Formulierung:
 - S**pezifisch
 - M**essbar
 - A**ttaktiv
 - R**ealistisch
 - T**erminiert

Wer spricht?

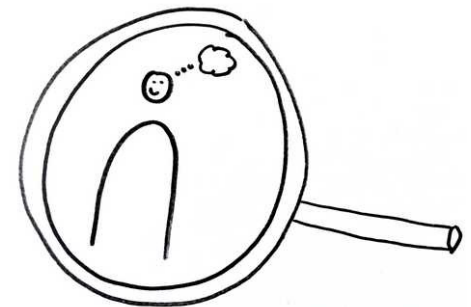
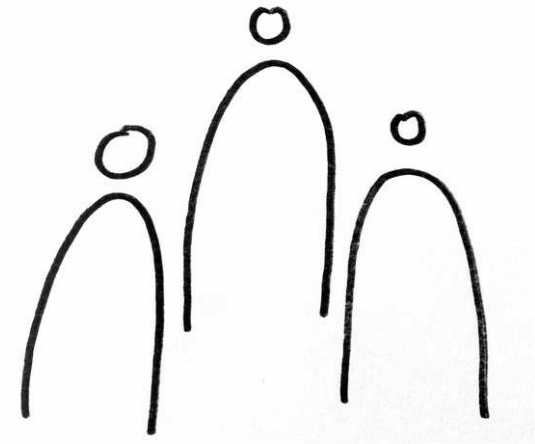


„Klimaschutz kann nur funktionieren, wenn in jeder sozialen Gruppe die **jeweiligen Meinungsführer*innen** ihre **eigene Version** von Klimaschutz verbreiten.“

- George Marshall -

Zielgruppen

- Möglichst eingegrenzte **Kern-Zielgruppe**:
 - Alter & Geschlecht,
 - Ort & Familie
 - Job & Hobbies,
 - Werte,
 - Sympathien & Antipathien
- Fiktive „**Personas**“ machen Zielgruppe spürbarer



Wertschätzung

„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**.“

→ Niemand wird gerne missioniert!

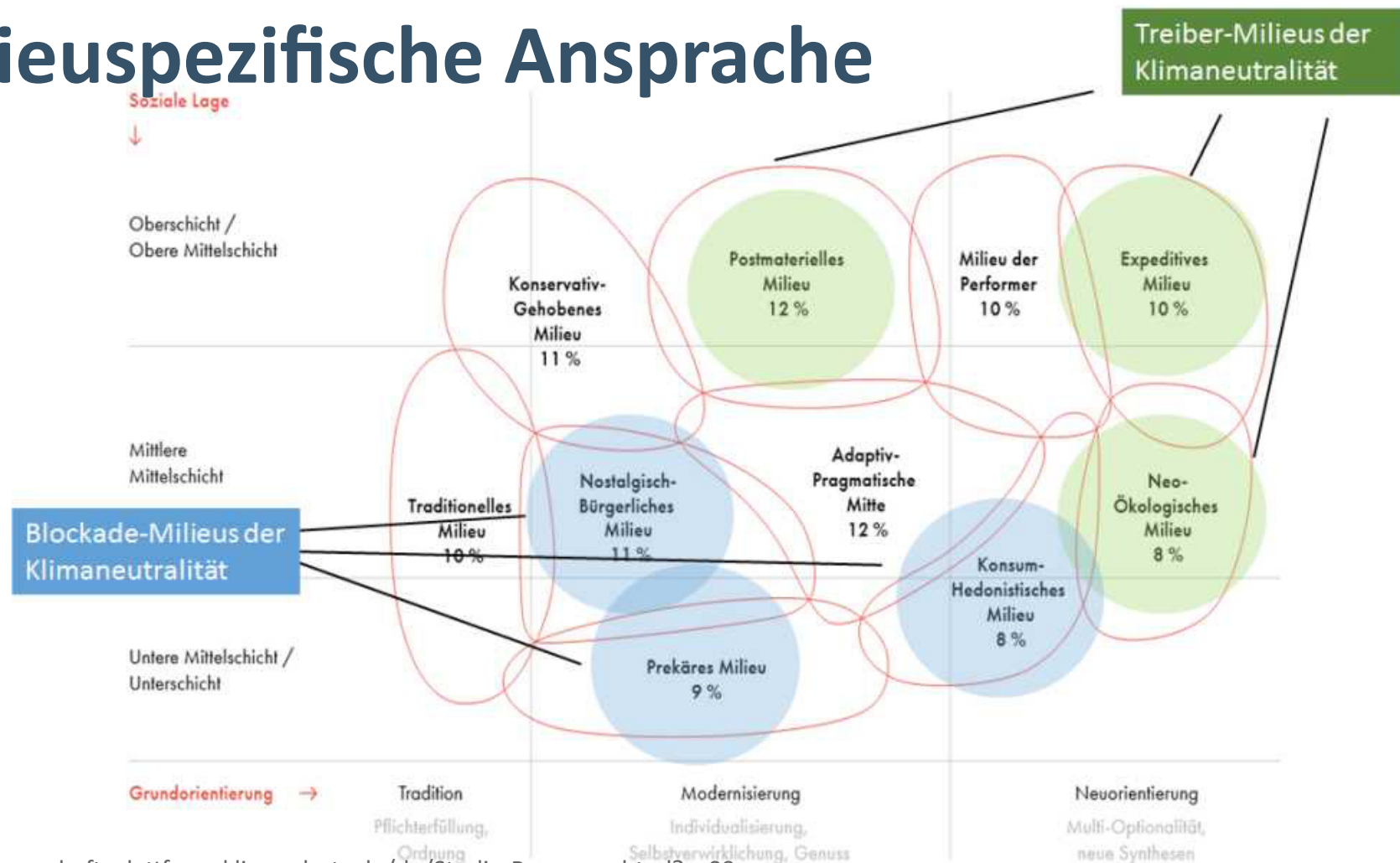


Fragen für Zielgruppen

- Welche **Vorteile** kann ich benennen, die ihr wichtig sind?
- Welche (berechtigten?) **Einwände** gibt es in der Gruppe?
- Hören sie mir zu? Wie erlange ich deren **Respekt**?
→ Mein Auftreten, meine Sprache.
- Mit **Brückenbauer*innen** aus ihrer Community zusammen arbeiten



Milieuspezifische Ansprache



Ökologische Gender Gap



- Studie: Angst bei Männern, dass ökologisches Verhalten / Vegetarismus als **unmännlich** wahrgenommen wird
→ andere Vorbilder!

Für Kinder & Eltern



Emotionen & Handeln



J.-P. Jans



Gefühl wichtiger als Wissen

Was berührt mich/Dich &
motiviert zum Handeln?

Für Gespräche & Maßnahmen



Genießen statt Nerven

Fühlen & Feilen

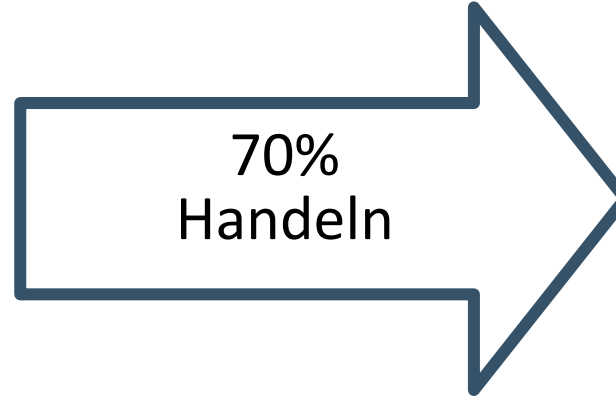
Gute Klimakommunikation ist
ehrlich & motivierend,
authentisch & empathisch.



Möglichkeiten
Gute Gefühle
Gemeinsam Handeln
Wertschätzung



10%
Problem



20%
Vision / Vorbild

Konkret & berührend
(zeitliche, örtliche,
emotionale Nähe)
Angst, Lähmung, Verdrängung

Nimmt Angst & motiviert
Vorteile & Werte
Lösung & Umsetzung

Was motiviert Menschen?

- Positive Gefühle
- Vorteile
- Werte
- Beziehung
- Attraktives Handeln
- Erfolg





“Du kannst nicht durch einen einzigen Tag kommen, ohne einen Einfluss auf die Welt um Dich herum zu haben.

Was Du tust, macht einen Unterschied.

Und Du musst entscheiden, welche Art von Unterschied Du machen willst.”

(Jane Goodall)

Widerstände (Übersicht)



Widerstände

1. **Ziel & Zielperson** klar haben.
 - Man muss nicht mit jedem reden.
 - Agieren statt reagieren. Roten Faden behalten.
 - Pragmatisch bleiben. Vorteile & Werte benennen.
2. **Emotionen:** Dialog statt Schlagabtausch.
 - Zuhören, Fragen, Wertschätzen, Gemeinsamkeiten, Beziehung, Situation.
3. **Strategien,** Logikfehler, Klima-ABC. Selbstsicherheit.
4. **Üben hilft!**

Ursachen von Widerständen

- Man glaubt eher Dinge, die zum **eigenen Weltbild** passen & in der **Peer Group** angesagt sind.
- **Postfaktisch**: Meinung über Fakten, sprunghaft, kein Vertrauen in Wissenschaft, logische Fehler, Übervereinfachung, Selbstüberschätzung. → Klarheit über das eigene Ziel!
- **Berechtigte Einwände** & nervige Ökos.

Best of Phrasen

- **Es ist schon zu spät.**
→ Nein. Besser spät als nie.
- **Es ist zu teuer.**
→ Nein. Klima-Jobs.
- **Es ist technisch nicht machbar.**
→ Nein. Schon lang erwiesen.
- **Es gibt Nachteile.**
→ Die Vorteile überwiegen.
- **Technische Lösungen alleine werden es richten.**
→ Nein. Gesellschaftliche Mehrheiten.
- **Andere sollen anfangen!**
→ Verantwortung verschwindet nicht, nur weil man sie teilt.



3 Tipps von Ingrid Brodnig

- Nicht gleich zum Gegenangriff übergehen. **Ruhe** bewahren und **Fragen stellen**. Dann hört der Gegenüber eher zu.
- Wichtige Fakten immer wieder **wiederholen**.
- **Humor** hilft. Redet miteinander, gerade auch wenn die Meinungen auseinander gehen. Davon lebt **Demokratie**.

INGRID
BRODNIG

EINSPRUCH!

Verschwörungsmythen
und **Fake News** kontern –
in der Familie, im
Freundeskreis und online



++ STRATEGIEN UND TIPPS, DAMIT FAKTEN WIRKEN ++



Die Essenz

- Klarheit über **Ziel & Zielgruppe** erhöht die Wirkung.
 - Die Kraft **positiver Emotionen** nutzen, um sich und andere zum Handeln zu motivieren! Authentisch sein: Was Sie berührt, könnte auch bei anderen funktionieren. (*Fühlen & Feilen*)
 - Relevante **Fakten** verständlich und berührend kommunizieren.
 - Strategien hinter **Widerständen** erkennen und angemessen reagieren.
- Zuhören, wertschätzen, fühlen.
- Üben, üben, üben!

Lust auf mehr?

- **Christian Gutsche** /  Bremer SolidarStrom
 - Newsletter: klimacoach-gutsche.de/newsletter/
 - Facebook.com/KlimaCoach
 - Twitter.com/ChrisGutsche
- **Kerstin Lopau** / 
 - Newsletter: solocal-energy.de/newsletter
 - Facebook.com/SoLocalEnergy
 - Twitter.com/SoLocalEnergy
- **Workshop / Beratung?**
 - Fragen Sie uns gerne an.