

## Dokumentation

### 2. Bildungsworkshop der KLIMZUG-Verbünde am 18. und 19. Juni 2010 in Eberwalde



## 2. Bildungsworkshop der „KLIMZÜGE“ in Eberswalde

Am 18. und 19. Juni 2010 fand in Eberswalde (Maivilla, Carl von Ossietzky-Straße 7) der zweite Vernetzungsworkshop für die Bereiche Bildung, Kommunikation und Transfer der einzelnen KLIMZUG Projekte statt. Insgesamt kamen ca. 30 KollegInnen zusammen.

Im Februar 2010 fand bereits der erste Workshop mit gleichem Themenbezug in Witzenhau- sen statt. Anknüpfend an die dort formulierten Ideen und Ziele diente auch dieser zweite Workshop dazu, den gemeinsamen Austausch weiterzuentwickeln und zusätzlich neuen In- put durch ExpertInnen zu gewinnen.

### 18. Juni 2010

#### Begrüßung und Auftakt des Workshops



Der Präsident der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswal- de (FH), Prof. Dr. Günther Vahrson, begrüßte die TeilnehmerInnen und gab anhand eines kurzen Überblicks über die Historie der Hoch- schule einen Einblick in die Besonderheiten und Neuerungen der Hochschule in Eberswalde geben.

Anschließend begrüßte Heike Molitor die TeilnehmerInnen und ermu- tigte alle, an den erfolgreichen Workshop im Februar anzuknüpfen und weiter an gemeinsam Ansätzen und Gemeinsamkeiten zu arbeiten. Das Programm des zweitägigen Workshops wurde anschließend kurz erläutert.

#### Vortrag

##### **Dr. Torsten Grothmann (Potsdam Institut für Klimafolgenforschung)**

*Kommunikation von Klimafolgen, Unsicherheit und Anpassung – Erkenntnisse der (Umwelt-)Psychologie*

In seinem Vortrag stellte Torsten Grothmann die psychologische Perspektive auf den Um- gang mit Unsicherheiten dar.

##### **Wahrnehmung von Unsicherheiten**

- Kontrolle ist ein grundsätzliches menschliches Bedürfnis, welches zu Überschätzung eigener Möglichkeiten, Ignoranz oder Abwehr gegenüber unkontrollierbaren Situatio-

nen sowie bei Kontrollverlust zu Depression führen kann. Aus psychologischer Sicht quasi gesund erscheint daher die Ablehnung verstörender Forschungsergebnisse.

- Es ist häufig einfacher, Unsicherheit zu kommunizieren wenn damit klare Win-Win Situationen, Co-Benefits oder No-Regret-Options verbunden werden.
- Persönliche Kommunikation sollte man ausbauen, darüber Glaubwürdigkeit aufbauen und dem „Klimawandel ein Gesicht“ geben.
- Es sollten Möglichkeiten des Umgangs mit Unsicherheiten, z.B. Vorsorge, kommuniziert werden.

### **Wahrnehmung von Komplexität**

Kognitive Heuristiken (intuitive Regeln), Verfügbarkeitsheuristik (gerade Erlebtes wird verallgemeinert), Täuschungen und subjektive Urteilsverzerrung erschweren die Wahrnehmung von Komplexität.

Herr Grothmann zeigte verschiedene Möglichkeiten auf, wie Aufmerksamkeit erzeugt und Komplexität reduziert werden kann:

Fokus auf wenige wichtige Entscheidungen

Neue Gewohnheiten schaffen

Reduzierung d. Anzahl nötiger Entscheidungen

Mainstream nutzen (Mainstreaming)

### **Emotionen und Erfahrungen**

Klimawandel ist ein „relativ emotionsloses“ Thema, i. d. R. existieren keine direkten Erfahrungen und Wahrnehmungen, die mit dem Thema verbunden werden. Umso wichtiger ist es, die Emotionen mit zu berücksichtigen, denn sie können als „Motor der Entscheidungen verstanden“ werden. Je mehr Kontakt man zu einem Thema hat oder je mehr Bewusstsein man für ein bestimmtes Thema besitzt, desto emotionaler reagieren Menschen auf eine Veränderung der bekannten Themen. Dabei ist eine konkrete und lebensnahe Kommunikation, die sich auf die nähere Zukunft bezieht, wünschenswert.

In Bezug auf positive Emotionen können folgende Aspekte einbezogen werden:

- Positive Bilder
- Freude
- Neugier
- Hoffnung
- Stolz

Durch Kommunikation positiver Zukunftsbilder erhöht sich die Motivation, sich für solch eine positive Zukunft einzusetzen. In diesem Rahmen erwähnte Torsten Grothmann als Beispiel die Kopenhagener Kampagne „Swimming in the harbour“.

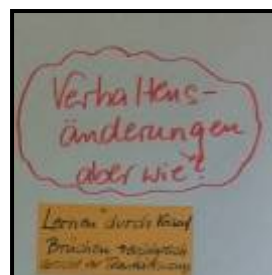
Abschließend lässt sich sagen, dass es keine allgemeingültigen Lösungsansätze gibt, um Klimaanpassung und die damit verbundene Unsicherheiten erfolgreich zu kommunizieren. Zudem gibt es neben psychologischen auch weitere, soziale Einflussfaktoren (Medien, Vorbilder z.B.). Allerdings ist es hilfreich die Hinweise aus der Psychologie mit zu berücksichtigen, um eine möglichst erfolgreiche Kommunikation in dem komplexen Thema zu erreichen.

### **Anschließende Diskussion:**

In der Diskussion wurde erneut die Frage nach dem Umgang mit Unsicherheit und der Begrifflichkeit aufgegriffen.

Da der Umgang mit Unsicherheit nicht in allen Akteurs- und Bevölkerungssegmenten gleich ist, müssen diese Unterschiede in der Kommunikation berücksichtigt werden. Z.B. kann die Kommunikation von „Spannbreiten“ der Klimamodelle den Blick auf mögliche Zukünfte lenken. In jedem Fall sollte man kommunizieren, dass es prinzipiell Unsicherheiten gibt und geben wird. Allerdings kann man vermeiden, vorrangig die Aufmerksamkeit auf die Unsicherheit zu lenken, sondern vielmehr zuerst die wichtigsten Folgen kommunizieren. Kommuniziert man Unsicherheit jedoch nicht, könnte dies dazu führen, dass die Adressaten alle vermittelten Informationen zu Klimawandelfolgen für unglaubwürdig halten bzw. auch die Glaubwürdigkeit der kommunizierenden Stelle anzweifeln und sich vom Thema abwenden. Damit ginge ein Steuerungsverlust einher.

Ferner wurde betont, dass auch die Kommunikation des ökonomischen Nutzens von Anpassung förderlich sein kann, Handlungen zu bewirken.



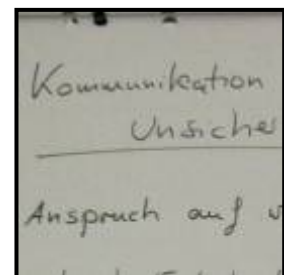
## **Kurz-Input**

**Dr. Claudia Wunram (Climate Service Center Hamburg)**  
*Klimakommunikation eine zentrale Aufgabe am CSC*

Claudia Wunram stellte in ihrem Kurzvortrag ihren Arbeits- und Aufgabenbereich im CSC mit Sitz am GKSS in Hamburg vor. Dabei besteht der Auftrag (Klima-)Wissen zu vermitteln und ggf. bedarfsgerechte Produkte zu entwickeln. Das konkrete Aufgabenspektrum reicht von Beratung über Moderation von Schnittstellenfunktionen hin zu einem Dienstleistungs- und

Informationsangebot. Das Hauptinteresse von Frau Wunram war, sich einen Überblick zu verschaffen, ob das CSC unterstützend für die KLIMZUG Projekte wirken könnte. Sie wollte in Erfahrung bringen, ob Bedarf besteht, eine intensivere Zusammenarbeit und Vernetzung herzustellen.

Aus der anschließenden Diskussion ergab sich, dass eine zukünftige Zusammenarbeit durchaus für möglich und sinnvoll erachtet wird. Von Frau Wunram wurde betont, dass das CSC keine Konkurrenz zu etwas schon Existierendem schaffen, sondern eher eine bessere Vernetzung mit Klimaakteuren herstellen möchte. Es wurde überlegt, in Zukunft vielleicht gemeinsame Workshops durchzuführen, von denen sowohl KLIMZUG Projekte profitieren würden, als auch das CSC. Die Idee, ein umfassendes Informationsportal von Seiten des CSC zu entwickeln, wird von den Anwesenden als sinnvoll angesehen.



## Vortrag

**Dr. Silke Kleinhüchelkotten (ECOLOG – Institut gGmbH Hannover)**  
*Milieuspezifische Kommunikation und Klimafolgenanpassung*

Silke Kleinhüchelkotten gab zunächst einen Überblick über aktuelle Studien, die sich mit den Einstellungen zum Klimawandel in der deutschen Bevölkerung befassen. Alle Untersuchungen zeigen, dass das Problembewusstsein in Bezug auf den Klimawandel insgesamt hoch ist. Es gibt aber Unterschiede zwischen verschiedenen soziodemografischen Segmenten: Besonders ausgeprägt ist das Problembewusstsein bei Befragten mit hohen Bildungsabschlüssen, hohem beruflichen Status und in der Altersgruppe der 25-29jährigen (Eurobarometer 2009). Weit mehr und deutlichere Differenzierungen zeigen sich zwischen verschiedenen sozialen Milieus. Soziale Milieus fassen Menschen zusammen, die sich in ihrer Lebensauffassung, ihren Wertprioritäten, ihren Verhaltensweisen sowie ihren alltagsästhetischen Stilen und Präferenzen ähneln. Der Ansatz der sozialen Milieus berücksichtigt neben soziodemografischen Merkmalen auch Wertorientierungen und Lebensstile.

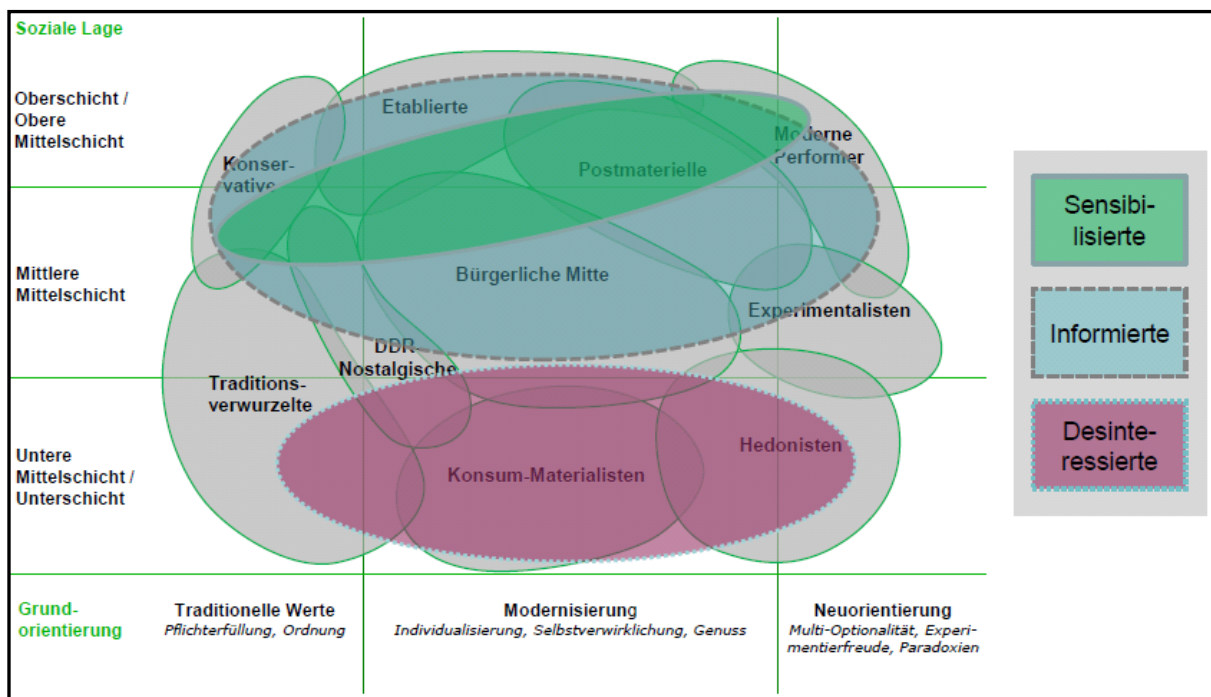


Abbildung: Klimawandel-Bewusstsein in den sozialen Milieus

Die vorgestellten milieudifferenzierten Daten aus der Umweltbewusstseinsstudie 2008 (s. Präsentation) lassen sich wie folgt interpretieren: Das Problembewusstsein ist in dem gut gebildeten und kritischen sozialen Milieu der Postmateriellen besonders hoch. Auch in den beiden anderen sogenannten gesellschaftlichen Leitmilieus, Etablierte und Moderne Performer, sowie im gehobenen traditionellen Milieu der Konservativen und bei DDR-Nostalgischen findet sich ein höherer Anteil Sensibilisierter. In diesen Milieus sowie in dem modernen Mainstream-Milieu der Bürgerlichen Mitte, in Teilen des jungen und urbanen Milieus der Experimentalisten und in Teilen des Traditionsverwurzelten Milieus gibt es zudem viele, die als grundsätzlich informiert gelten können, deren Problembewusstsein aber nicht so stark ausgeprägt ist. Insbesondere in den beiden modernen Unterschicht-Milieus mit niedriger formaler Bildung und geringem sozialem Status überwiegen diejenigen, die vielleicht den Klimawandel nicht grundsätzlich in Frage stellen, z.T. auch die Folgen sehen, sich aber damit nicht weiter befassen wollen und ihn am liebsten weit von sich schieben würden.

Die Kommunikation zum Klimawandel und seinen Folgen muss, will sie erfolgreich sein, den unterschiedlichen Einstellungen in den verschiedenen sozialen Milieus Rechnung tragen und den jeweiligen Informationsstand und die Informationsbereitschaft berücksichtigen. Dabei ist nicht nur zu überlegen, was genau in der jeweiligen Zielgruppe erreicht werden soll, sondern auch wie die Zielgruppe anzusprechen ist. Die kommunikativen Präferenzen, u.a. in Bezug auf Ansprechweise, Darstellung der Inhalte und Kommunikationskanäle, unterscheiden sich zwischen den sozialen Milieus z.T. erheblich.

Anschließend wurde darüber diskutiert, ob und in welchen Fällen sich das Modell der sozialen Milieus als Instrument für die (zielgruppengerechte) Kommunikation eignet und wie milieugerechte Kommunikationsmaßnahmen umgesetzt werden können. Es wurde festgehalten, dass der Milieu-Ansatz einen Wechsel der Perspektive, vom Sender zum Adressaten, ermöglicht, und es auf dieser Grundlage gelingen kann, gezielt bestimmte Bevölkerungsgruppen oder Akteure entsprechend ihrer Interessen anzusprechen.

## Abendprogramm

### Gemeinsames Kochen (Nordflügel des städtischen Museums)

Im städtischen Museum klang der Arbeitstag dann gemütlich aus. Beim gemeinsamen Zubereiten des Essens im Innenhof des Museums konnte man in entspannter Atmosphäre plaudern und sich weiter austauschen. Besonders die aufgebaute Essenstafel inmitten den Chagall Lithografien der aktuellen Ausstellung, bildeten eine schöne Kulisse während des Essens.



**19. Juni 2010**

## Werkstattbericht

Um in Zukunft eine Dokumentation zu beginnen, die von allem KLIMZUG Projekten mit entwickelt wird, galt es zuvor das Ziel und die Darstellungsformen dieser Arbeit zu diskutieren. Nachdem eine Veränderung des Begriffes, von Publikation hin zu Werkstattbericht vereinbart wurde, war die Frage der Form zu klären. Es wird als gemeinsames Produkt angesehen, und soll eine Bündelung der Workshopthemen in schriftlicher Form darstellen. Der Werkstattbericht stellt eine Reflexion, Vertiefung und Systematisierung dar, um an die in den Workshops stattfindenden Diskussion anzuknüpfen und die bisherigen Erkenntnisse zu sichern.

Dabei sollten Themen wie die Schwierigkeiten innerhalb der Projekte, die zu Herausforderungen führen, verdeutlicht werden und es kann aufgezeigt werden welchen Stellenwert die Bereiche Bildung und Kommunikation haben. Primär dient der Werkstattbericht intern für die KollegInnen der Arbeitsbereiche Bildung, Kommunikation und Transfer selbst. Wie in Zukunft eine Veröffentlichung entstehen könnte, wird sich ggf. zeigen.

Geplant sind zukünftig mehrere Werkstattberichte, die sich alle durch eine unterschiedliche Zielausrichtung und theoretische Ausrichtung unterscheiden. Die Koordination der ersten Ausgabe des Werkstattberichtes übernehmen Nina Katz, Heike Molitor und Christoph Porschke von KLIMZUG-NORD, Nina Katz wird mit konkreten Aufgabenpaketen auf die TeilnehmerInnen zu kommen.

Pro KLIMZUG Team werden 1,5 Seiten verfasst und an Nina Katz per Email versendet.

**Die erste Deadline für die erste Version ist der 29. August 2010 (s. Zeitpläne unten)**

Nach dem Bündeln der einzelnen Beiträge geht eine Version an die Autoren zurück, 2 weitere Kommentierungsrunden schließen sich an und es wird eine Endversion am nächsten KLIMZUG Workshop (19. / 20. November 2010) besprochen. Die folgenden Zeitpläne stellen den Ablauf zusammengefasst dar:

Auftrag für <i>alle</i> KLIMZUG Teams	Datum der Abgabe
Erste Version anfertigen	<b>29.08.2010</b>
1. Kommentierungsrunde	<b>22.09.2010</b>
2. Kommentierungsrunde	<b>12.10.2010</b>
Finale Abstimmung / letzte Kommentierungsrunde	<b>24.10.2010</b>

Auftrag <i>nur</i> für KLIMZUG-NORD	Datum der Abgabe
Zusammenstellung der 1. gebündelten Version erstellen	<b>14.09.2010</b>
Generierung der 2. Version	<b>04.10.2010</b>
Erstellen der 1. Endvision	<b>17.10.2010</b>
Erstellen der Endversion	<b>03.11.2010</b>

## Arbeitsgruppen

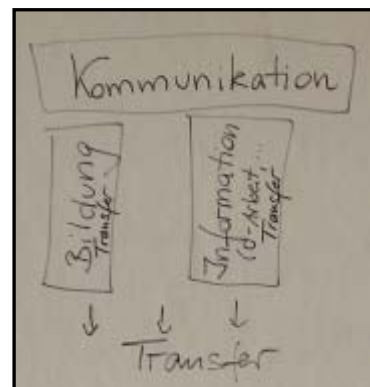
Zur Bearbeitung der folgenden Themen wurden zwei Arbeitsgruppen gebildet:

- 1) **Bildungsmaßnahmen**
- 2) **Kommunikationsformate**

Es wurde vereinbart, die angesetzte dritte Arbeitsgruppe, Governance, nicht zu besetzen, sondern das Thema vielmehr jeweils in den Arbeitsgruppen mitzudenken.

### zu 1) Bildungsmaßnahmen

In der Arbeitsgruppe Bildungsmaßnahmen wurde zunächst die Diskussion um den Zusammenhang von Kommunikation, Bildung, Information und Transfer grafisch festgehalten (siehe Abbildung) und der Begriff Bildung daraufhin näher bestimmt: Bildung hat in Erweiterung zu Kommunikation das Ziel der Persönlichkeitsentwicklung, außerdem ist durch den dialogischen Prozess schon ein Transfer angelegt.



Das Ziel von Bildungsarbeit zu Klimawandelanpassung ist, Menschen zu befähigen, sich über zu erwartende Änderungen auszutauschen, ihr Bewusstsein zu erweitern, Handlungsoptionen zu diskutieren und zu handeln. Dies impliziert eine Wertediskussion über Zukunftsbilder, dieser Diskussionsprozess sollte auch durch Bildung befördert werden.

Damit hebt sich der Anspruch der Bildungsarbeit explizit von reiner Aufklärung ab. Außerdem ist eine Besonderheit, dass die Maßnahmen sozusagen eine Vorbereitung auf kommende Veränderung sind und dadurch die Arbeit vergleichsweise hypothetischen Charakter bekommt.

Das Verständnis der AG von Bildungsarbeit zu Klimawandelanpassung entspricht den Grundsätzen der BNE, die Besonderheit ist aber, dass bezüglich der Anpassung regionale Zusammenhänge betrachtet werden.

Strategie der Bildungsmaßnahmen sollte sein, das Thema an andere Themen anzudocken, weil Klimawandelanpassung an sich kaum Interesse weckt. Es müssen Multiplikatoren angesprochen, Netzwerke genutzt und zielgruppenspezifische Angebote erarbeitet werden.



## zu 2) Kommunikationsformate

In der Arbeitsgruppe Kommunikationsformate dienten folgende Fragen zur Diskussionsgrundlage:

*Was verstehen wir unter Kommunikation?*

*Welche Ziele verfolgt eine Kommunikation zur regionalen Klimaanpassung?*

*Was sind relevante Inhalte für welche Zielgruppe?*

*Welche Kommunikationsformate sind für wen und was geeignet?*

*Was gilt es bei der Kommunikation von unsicherem Wissen zu beachten?*

Zur Beantwortung der ersten Frage, ergab sich ein Brainstorming zum Verständnis von Kommunikation in den verschiedenen Verbänden. Die folgende Grafik verdeutlicht wie unterschiedlich die persönlichen Assoziationen mit dem Begriff Kommunikation in der Gruppe verstanden werden.

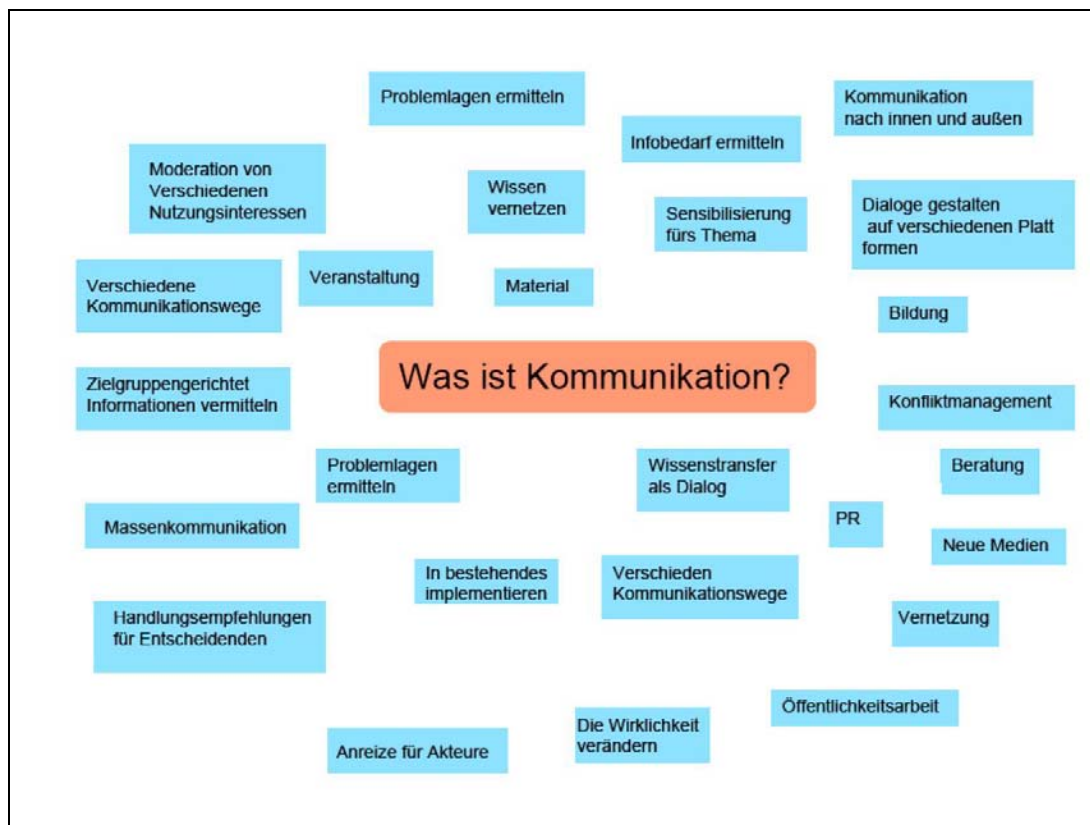


Abbildung: Brainstorming zum Begriff *Kommunikation*

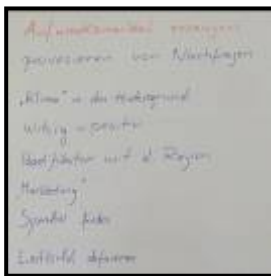
Als ein konkretes Kommunikationsbeispiel wurde das Roll-Up des KLIMZUG Projektes Nordhessen diskutiert. Es zeigt die Identifikationsfigur der Region Kassels, Herkules, der durch farbliche verfremdet dargestellt ist.

In der Diskussion des Beispiels sind folgende Stichworte genannt und notiert worden:

- Provozieren von Nachfrage
- Thema „Klima“ rückt in den Hintergrund
- witzig – positiver Effekt
- Identifikation mit der Region
- Marketing
- Symbol finden
- Anlässe zur Diskussion schaffen
- Leitbild für Regionen finden

In der anschließenden Diskussion wurde klar, dass ein Marketing-Konzept, das mit Anzeigen, Plakaten, etc. arbeitet, machbar wäre, aber enorme Kosten mit sich bringen könnte. Außerdem würden vielleicht Erwartungen geweckt, die von den KLIMZUG-Akteuren nicht erfüllt werden können. Die Komplexität scheint eine Hürde zu sein, die es schwer macht unterschiedlichen Akteuren (Privat, Politik, Medien) das Wissen zu vermitteln. Folgende Aussagen waren Kern der Diskussion:

- Anspruch auf wissenschaftliche Absicherung der KLIMZUG-Akteure relativieren
- unterschiedliche Entscheidungsgeschwindigkeiten der Akteure berücksichtigen
- Aushandlungsprozess initiieren (auf verschiedenen gesellschaftlichen Ebenen)
- Probleme aus verschiedenen Perspektiven analysieren
- Prozesshaftigkeit darstellen
- Grenzen darstellen



## DUBOL 2035

**Ruth Wacker** (Leuphana Universität Lüneburg)

Um eine Möglichkeit aufzuzeigen, wie man komplexe Themen für SchülerInnen aufbereiten kann, wurde das Spiel *DUBOL 2035. Dein Land liegt in Deiner Hand.* kurz vorgestellt. Dabei befindet man sich während des Spiels im Jahre 2035 in Mecklenburg-Vorpommern und kann mit Hilfe von Aktions-, Spiel- oder Ereigniskarten das Bundes-



land durch unterschiedliche Methoden retten. Das Spiel entstand im Rahmen des interdisziplinären Nebenfaches Nachhaltige Entwicklung als abschließendes Projekt dreier Studierender an der Leuphana Universität Lüneburg.

Beeindruckt hat die berichtete Wirkung der Methode: Der spielerische und emotionale Zugang führte zur Fesselung der Teilnehmer, die positiven Rückmeldungen kamen von Schülerinnen wie auch LehrerInnen. Für die Planung seien sehr viel Zeit, ein kreatives Team und Evaluation von außen entscheidend gewesen. Mindestens der Verbund KLIMZUG Nord will diese Methode in seine Arbeit einbauen.

## Ausblick

### Gemeinsames Aktionsfeld 2012 (bundesweit)

Manuela Nutz (KLIMZUG Nordhessen) hat vorgeschlagen eine bundesweite Kultur-Klimaveranstaltung zu organisieren, an der sich die verschiedenen KLIMZÜGE beteiligen. Wenn sich dafür die geeignete mediale Unterstützung ergibt, könnte an einem Tag bundesweit solch ein Projekt entstehen.

### Einbeziehung von externen Teilnehmern

Um die Synergieeffekte nutzen zu können, kann es je nach Situation in Zukunft eine engere Zusammenarbeit mit dem CSC bzw. dem IGB geben. Dann könnten punktuelle Themen gesondert angesprochen werden und würden nicht im üblichen KLIMZUG Vernetzungsworkshop stattfinden.

### Nächster Workshop



Der nächste Vernetzungsworkshop wird vom Team des KLIMZUG Projektes nordwest2050 organisiert. Bei einem kurzen Brainstorming wurde deutlich, dass es wünschenswert wäre, praktische Beispiele in den Workshop einzubeziehen. Ab September wird es eine Anfrage per Mail geben, wo Wünsche zu aktuellen Themenfeldern, externem Input usw. von jedem KLIMZUG Team geäußert werden können.

Als Termin für das Treffen in Bremen wurde der **19. und 20. November 2010 (Freitag und Samstag)** festgehalten.

