

Über Klima sprechen. Das Handbuch

Materialsammlung und Arbeitsblätter

Inhalt

- Arbeitsblatt 2-1: Übung zu **Cultural Cognition**
Bekommen Sie heraus, welcher Eingriff wirkt?
- Arbeitsblatt 2-2: Übung zu **häufigen Denkfehlern**
Welcher Effekt passt nicht hierher?
- Arbeitsblatt 3-1: Übung zu **Ansatzpunkten in komplexen Systemen (Leverage)**
Wohin gehören klimapolitische Initiativen?
- Arbeitsblatt 3-2: Übung zu **universellen Werten (Definitionen)**
Welche Werte sind Ihnen wichtig?
- Arbeitsblatt 3-3: Übung zu **universellen Werten (Karten)**
Welche Werte sind Ihnen wichtig und wie hängen sie zusammen?
- Arbeitsblatt 4-1: Grafik zur **Verhaltenssteuerung**
Was bewegt Menschen zum Handeln angesichts des Klimawandels?
- Arbeitsblatt 4-2: Übung zu **Wenn-Dann-Regeln**
Selbstgesetzte Regeln fürs Alltagsverhalten
- Arbeitsblatt 5-1: Übung zu **Sinus-Milieus**
Woran lassen sich verschiedene Milieus erkennen?
- Arbeitsblatt 5-2: Übung zu **Motivationstypen**
Welches Briefing richtet sich an welche Gruppe?
- Arbeitsblatt 6-1: Übung zum **Framing**
Teekesselchen – Spiel mit doppelter Bedeutung
- Arbeitsblatt 6-2: Liste **verbreiteter Frames**
Sind diese Bedeutungsrahmen geeignet für die Klimakommunikation?
- Arbeitsblatt 8-1: Übung zu **Nähe und Distanz**
Welche Folgen von Klimakrise und Klimaschutz sind Ihnen besonders wichtig?
- Arbeitsblatt 10-1: Übung zu **Lösungsansätzen (Drawdown-Projekt)**
Was bringt wie viel in Sachen Klimaschutz
- Arbeitsblatt 13-1: Spiel **Klima-Bingo**
- Arbeitsblatt 19-1: Übung zum **Umgang mit Desinformation**
Wie denken die Erfinder von *Fake News*?
- Arbeitsblatt 19-2: Übung zum **effektiven Widerlegen von Desinformation**
Das Debunking-Sandwich

Arbeitsblatt Nr. 2-1

Übung zu Cultural Cognition

Bekommen Sie heraus, welcher Eingriff wirkt?

Test einer Hautcreme	Hautausschlag ist zurückgegangen	Hautausschlag ist stärker geworden
Testgruppe: Patienten, die neue Hautcreme benutzt haben	223	75
Kontrollgruppe: Patienten, die Placebo-Hautcreme benutzt haben	107	21

Waffengesetze	Verbrechenszahl ist gestiegen	Verbrechenszahl ist gesunken
Testgruppe: Städte, die das Tragen von Waffen verboten haben	105	312
Kontrollgruppe: Städte, die das Tragen von Waffen weiter zulassen	29	150

CO2-Abgabe	CO2-Ausstoß ist zurückgegangen	CO2-Ausstoß zeigt keinen Trend
Kontrollgruppe: Firmen, die keine interne CO2-Abgabe eingeführt haben	91	18
Testgruppe: Firmen, die eine interne CO2-Abgabe eingeführt haben	190	64

Impfpflicht	Impfquote ist zurückgegangen	Impfquote ist gestiegen
Kontrollgruppe: Landkreise, die Impfpflicht beibehalten	12	35
Testgruppe: Landkreise, die stattdessen Masern-Information stärken	3	16

Arbeitsblatt Nr. 2-2

Übung zu häufigen Denkfehlern

Welcher Effekt passt nicht hierher?

Name:	Bestätigungs-Fehler
Englisch:	<i>Confirmation Bias</i>
Beschreibung:	Tendenz, nur jene Information wahr- und aufzunehmen, die die eigenen Einstellungen stützt, und Daten, die ihr widersprechen, zu ignorieren oder abzuwerten.
Effekt:	Das Weltbild bleibt intakt. Andere Erklärungen für Fakten werden nicht erwogen.
Verwandt mit:	Vogel-Strauß-Effekt, <i>Assimilation Bias</i> , <i>Congruence Bias</i>
Gegenmittel:	Aktiv Fehler im eigenen Denkgebäude suchen.
	Link

Name:	Survivorship Bias
Englisch:	<i>Survivorship Bias</i>
Beschreibung:	Zur Entscheidung werden nur Informationen herangezogen, die eine Hürde übersprungen haben, zum Beispiel weil der bevorzugte Nachrichtenkanal darüber berichtet hat (aber über anderes nicht).
Effekt:	Die Auswahl der Fakten, die man in Betracht zieht, ist eingeschränkt, ohne dass die Kriterien dafür hinterfragt werden. Faktoren für Fehler und Misserfolg werden nicht erkannt.
Verwandt mit:	Bestätigungsfehler, nur dass die Wahrung der eigenen Einstellung an andere delegiert wird.
Gegenmittel:	Aktiv die Quellen diversifizieren und die Kriterien für Fakten, die man selbst berücksichtigt, explizit machen.
	Link

Name:	Optimismus-Fehler
Englisch:	<i>Optimism Bias</i>
Beschreibung:	Der Glaube, dass es – vor allem für einen selbst – schon nicht so schlimm kommen wird.
Effekt:	Warnungen werden nicht ernst genommen, Verhalten wird nicht geändert.
Verwandt mit:	Pessimismus-Fehler
	Link

Name:	Verfügbarkeits-Heuristik
Englisch:	<i>Availability Bias</i>
Beschreibung:	Entscheidungen werden aufgrund leicht verfügbarer Informationen, Erinnerungen oder eigener Erlebnisse getroffen. Die Leichtigkeit, mit der Informationen zu beschaffen sind, kann dabei zu einem Qualitätskriterium werden.
Effekt:	Die Wahrscheinlichkeit für Ereignisse wird stark verzerrt wahrgenommen. Dann spielen seltene Ereignisse eine größere Rolle als häufige, erst recht, wenn erstere positiv oder bestätigend sind, zweitens aber negativ oder widersprechend.
Verwandt mit:	Vorstellbarkeits-Fehler der Kreationisten: Was ich mir nicht vorstellen kann, ist auch nicht real; <i>Survivorship Bias</i>
Gegenmittel:	Aktiv Quellen diversifizieren und die Kriterien, die die bisher meist verwendeten Quellen für ihre Auswahl benutzen, hinterfragen.
	Link

Name:	Gesunde-Arbeiter-Effekt
Englisch:	<i>Healthy Worker Effect</i>
Beschreibung:	Bezeichnet ursprünglich das Phänomen, dass Beschäftigte, die mit Schadstoffen umgehen, gesünder sein können als die Allgemeinbevölkerung. Besonders kranke und schwache Menschen würden für die Arbeit nämlich gar nicht angestellt.
Effekt:	Wenn man Ergebnisse aus einer Stichprobe beurteilt, kann man vergessen, dass die Gruppe eine Eigenschaft hat, die die Fragestellung beeinflusst.
Verwandt mit:	<i>Base-rate Neglect</i> , der zum Beispiel die Interpretation von Fehlern bei der Krebs-Früherkennung verzerren kann.
	Link

Name:	Falsche Mehrheit
Englisch:	<i>False Consensus</i>
Beschreibung:	Neigung, die eigene Ansichten und Verhaltensweise als normal und von einer Mehrheit geteilt zu sehen.
Effekt:	Man muss sich nicht für Einstellungen rechtfertigen, und wenn man auf andere Meinungen trifft, ist es leichter, deren Vertreter als „irgendwie komisch“ oder gar minderwertig abzutun.
Verwandt mit:	Verfügbarkeits-Heuristik, Mitläufer-Effekt, Zuschauer-Effekt; das Gegenteil ist die pluralistische Ignoranz.
Gegenmittel:	Wirkliche Verhältnisse, zum Beispiel mittels Meinungsumfragen, explizit und zum Thema machen.
	Link

Name:	Schuss-geht-nach-hinten-los-Effekt
Englisch:	<i>Backfire Effect</i>
Beschreibung:	Das Widerlegen eines Mythos führt dazu, dass der Glaube daran gestärkt wird oder nicht wesentlich abnimmt.
Effekt:	Eine Gefahr beim naiven Debunking. Wenn die falsche Information tief mit wichtigen Werten verknüpft ist, setzt die Person alle Methoden des <i>motivated reasoning</i> (siehe Lauftext) ein, um den Angriff auf die Identität abzuwehren.
Verwandt mit:	Reaktanz
Gegenmittel:	Beim Widerlegen aktiv versuchen, die Werte und die falsche Information zu entkoppeln.

[Link](#)

Name:	Nicht-hier-erfunden-Syndrom
Englisch:	<i>Not invented here Syndrome</i>
Beschreibung:	Was außerhalb der eigenen Gruppe erdacht oder produziert wurde, unterliegt einem Generalverdacht.
Effekt:	Mögliche Verbesserungen werden vorschnell vom Tisch gewischt.
Verwandt mit:	Ikea-Effekt
Gegenmittel:	Den Aufwand bewusst treiben, Gedanken- oder Designschritte Anderer nachzuvollziehen. Das verzögert die Fertigstellung des eigenen Projekts, kann aber auch zu besseren Lösungen führen.

[Link](#)

Name:	Reaktanz
Englisch:	<i>Reactance</i>
Beschreibung:	Reaktion auf vermeintliche Einschränkung von (Entscheidungs-) Freiheit. Das löst dann eine Neigung aus, das Gegenteil von dem zu tun, was angeordnet wird, zum Beispiel Verbote zu brechen und einen Verstoß als Akt eines Freiheitskampfs zu überhöhen.
Effekt:	Weil dieses Verhalten weit verbreitet ist, können Vorschläge zur Verhaltensänderung als Verbote diffamiert und so im Keim erstickt werden (siehe Veggieday). Auch Versuche, <i>Framing</i> oder <i>Nudging</i> zu nutzen, lassen sich so als Manipulation ächten.
Verwandt mit:	<i>Backfire Effect</i> , Trotz
Gegenmittel:	Sehr bewusste Kommunikation

[Link](#)

Name:	Mitläufer-Effekt
Englisch:	<i>Bandwagon Effect</i>
Beschreibung:	Tendenz, sich nach der (subjektiv empfundenen) Mehrheit zu richten. Das betrifft Entscheidungen, Einstellungen und Verhalten.
Effekt:	Verhaltensweisen, die deskriptiven sozialen Normen entsprechen, entwickeln Eigendynamik. Aber das Umgekehrte gilt auch. Dass „man etwas nicht (mehr) macht“, lässt sich bloß schwerer bewerben. – Kann nach Prognosen oder Umfragen die Stimmabgabe beeinflussen, weil Menschen sich als Gewinner fühlen möchten.
Gegenmittel:	Wie fast immer kann es helfen, sich als Betroffene:r die Wirkung bewusst zu machen. Wegen des Effekts auf Wahlen dürfen Prognosen in manchen Ländern eine Woche vor dem Termin nicht mehr veröffentlicht werden.

[Link](#)

Name:	Dunning-Kruger-Effekt
Englisch:	<i>Dunning-Kruger Effect</i>
Beschreibung:	Weniger kompetente Menschen überschätzen ihre eigenen Fähigkeiten und ignorieren eigene Defizite. Sie treten entsprechend zuversichtlich auf. Umgekehrt erkennen Expert:innen die Grenzen ihres Wissens und neigen dazu, reflektiert und zurückhaltend über ihre Erkenntnisse zu sprechen.
Effekt:	Die zur Schau getragene Selbstsicherheit kann im umgekehrten Verhältnis zur Qualität der Argumente stehen.
Verwandt mit:	Fluch des Wissens
Gegenmittel:	<i>Lead with what you know</i> – Beginnen Sie mit den gesicherten Erkenntnissen, lautet der Ratschlag für IPCC-Autor:innen bei öffentlichen Vorträgen. Für Einschränkungen ist später Zeit.

[Link](#)

Name:	Pluralistische Ignoranz
Englisch:	<i>Pluralistic Ignorance</i>
Beschreibung:	Viele Menschen, deren Position eigentlich die Mehrheits-Meinung ist, halten sich für Mitglieder einer (kleinen) Minderheit.
Effekt:	Verhindert, dass sich die Mehrheit organisiert, setzt eine Schweigespirale in Gang. Wird von Interessengruppen ausgenutzt, um Widerspruch zu unterdrücken.
Verwandt mit:	Falsche Mehrheit, Zuschauer-Effekt
Gegenmittel:	Wirkliche Verhältnisse, zum Beispiel mittels Meinungsumfragen, explizit und zum Thema machen.

[Link](#)

Name:	Anker-Effekt
Englisch:	<i>Anchoring fallacy</i>
Beschreibung:	Bei der Angabe von Zahlen, zum Beispiel Preisen oder Spenden, lassen sich Menschen von einer Vorgabe beeinflussen, und zwar oft umso mehr, je spezifischer die Zahl zu sein scheint (zum Beispiel 38,50 statt 40).
Effekt:	Je höher man zum Beispiel in einer Spendenkampagne den Anker setzt (Wären sei bereit, 25 Euro zu geben?), desto höher kann auch die Bereitschaft zu einer Zahlung sein.
Gegenmittel:	Wer den Effekt kennt, kann sich auch seiner Wirkung besser entziehen
Link	

Name:	Zuschauer-Effekt
Englisch:	<i>Bystander Effect, Genovese-Syndrome</i>
Beschreibung:	In einer größeren Gruppe von Menschen, die ein Ereignis beobachten, warten alle darauf, dass jemand anders eingreift. Das liegt oft daran, dass sich alle unsicher sind, was zu tun ist, und in der Umgebung nach Hinweisen suchen, die aber niemand gibt.
Effekt:	Führt dazu, dass niemand den ersten Schritt macht und viele die Situation weniger ernst nehmen, als sie ist: Wenn es ein Notfall wäre, hätte doch wohl schon jemand eingegriffen, oder?
Verwandt mit:	Pluralistische Ignoranz, Mitläufer-Effekt, Reaktanz
Gegenmittel:	Gegenmittel: Einzelne Helfer oder die „Opfer“ in einer Notsituation sollten diese laut zum Notfall erklären, einzelne Zuschauer gezielt ansprechen und ihnen konkrete Aufgaben geben.
Link	

Name:	Ikea-Effekt
Englisch:	<i>Ikea Effect</i>
Beschreibung:	Man misst selbst entworfenen oder (zusammen-)gebauten Produkten höheren Wert zu als fremden.
Effekt:	Sich von derart emotional aufgeladenen Dingen oder Ideen zu verabschieden, oder sie vergleichend zu bewerten, fällt schwer.
Verwandt mit:	Besitztumseffekt (da geht es einfach um etwas, das man schon hat, vgl überhöhte E-Bay-Sofort-Kaufen-Preise); Nicht-hier-erfunden-Syndrom
Gegenmittel:	Werturteile von Freunden einholen und berücksichtigen.
Link	

Name:	Fluch des Wissen
Englisch:	<i>Curse of Knowledge</i>
Beschreibung:	Neigung, spezielle Kenntnisse, die man selbst erworben hat, als weit verbreitet und leicht nachzuvollziehen einzuschätzen.
Effekt:	Kommunikation scheitert, die Weitergabe von Wissen misslingt, wenn man sich nicht erinnert, wie schwer es einem selbst gefallen ist, alles zu verstehen. Nur in der Rückschau erscheint es einfach.
Verwandt mit:	Dunning-Kruger-Effekt
Gegenmittel:	Besonders das Material für die Kommunikation und Kampagnen sollte man vorab intensiv testen (siehe auch Kapitel 21).

[Link](#)

Name:	Ausgleich-Heuristik
Englisch:	<i>Balancing Heuristic</i>
Beschreibung:	Im sozialen Verhalten kann man oft schlechte Taten mit guten ausgleichen. Das übertragen Menschen auf Umweltverhalten. Dort zählt aber nicht der Durchschnitt, sondern die Summe.
Effekt:	Wer am Wochenende mal schnell nach Mallorca fliegt, versucht das vor sich selbst oft anderen ökologischen Verhaltensweisen zu rechtfertigen, zum Beispiel damit, dass sie oder er Müll trennt. Die „gute“ Tat wiegt aber in der Realität die Umweltschäden der „schlechten“ nicht auf.
Verwandt mit:	<i>Moral Licensing</i> , Spillover-Effekt (siehe Kapitel 10)
Gegenmittel:	Umweltbilanzen mit offenen Augen studieren.

[Link](#)

Name:	Verlust-Aversion
Englisch:	<i>Loss Aversion</i>
Beschreibung:	Neigung, Verluste mehr zu fürchten und sich darüber zu ärgern, als man einen gleich großen Gewinn ersehnt und sich darüber freut. Kann auch dazu führen, dass ein Gewinn, der nicht früheren oder äußeren Erwartungen entspricht, enttäuschend ist.
Effekt:	Wird klimagerechtes Verhalten mit Verzicht und Verlust gleichgesetzt, führt es zu einer Vermeidungsreaktion. Das lässt sich auch nicht mit der Aussicht auf Gewinne – besonders künftige – ausgleichen.
Verwandt mit:	Zeitpräferenz für sofortigen Konsum gegenüber künftigem
Gegenmittel:	Sehr bewusst darauf achten, ob etwas als Gewinn oder Verlust dargestellt oder <i>geframt</i> wird.

[Link](#)

Arbeitsblatt Nr. 3-1

Übung zu **Ansatzpunkten in komplexen Systemen**

Wohin gehören klimapolitische Initiativen?

Bitte ordnen sie diese Entwicklungen, Reformideen und Vorschläge nach den Kriterien von Donella Meadows' *Leverage*-Liste ein:

- CO₂-Steuer
- Parteien nach ihrer Position in der Klimapolitik wählen
- Stromspeicher für Wind- und Solarstrom
- Lobbyregister beim Bundestag
- Attraktivität von Führerschein und Auto sinkt bei jungen Menschen in der Stadt
- Bio-VeggieDay in Kantinen
- bedingungsloses Grundeinkommen
- Verzicht auf Flughafenausbau
- Berichtspflicht großer Firmen über Klimarisiken durch und für ihr Geschäftsmodell
- Wochenend-Flüge, Zweit-Urlaube, konventionell erzeugtes und Billigfleisch sowie *Fast Fashion* sind so angesehen wie öffentliches Nasebohren
- grünes Wiederaufbau-Programm nach Corona
- Smart-Meter-Stromzähler mit monatlicher Information und anonymisiertem Vergleich mit den Nachbarn werden standardmäßig installiert
- Meeresdüngung mit gemahlenem Gesteinsstaub, damit der Ozean mehr CO₂ bindet
- neuer Wachstumsbegriff: Es wird nicht mehr in BIP gemessen, sondern als Wachstum bezogen auf zu fördernde und schädliche Wirtschaftssektoren
- Kaufprämien für Elektroautos
- Gemeinwohl als explizites Wirtschaftsziel fördern
- Vorrang für Fahrradverkehr in der Stadt
- Verkaufshindernisse und kein H-Kennzeichen für Gebrauchtwagen im Alter von mehr als 12 Jahren und mit mehr als 80 PS
- „mit weniger besser leben“ wird als Ideal gesehen

Falls Sie sich nicht recht entscheiden können, auf welche Stufe eine dieser Entwicklungen oder Ideen gehört, hilft es vielleicht, den Blickwinkel umzukehren. Schließlich ist der Widerstand von Interessengruppen oder sogar der gesamten Gesellschaft in der Regel umso größer, je mehr eine Reform verändern könnte, je weiter oben sie also auf der Skala steht.

Die Auflösung finden Sie auf der nächsten Seite. In etlichen Fällen stehen dort mehrere Zahlen: Dann kommt es auf die Rahmenbedingungen oder Argumentationsmuster an. Aber es gibt dann zumindest immer das Potential, dass die Idee auf der höheren Stufe (also der mit der niedrigeren Zahl) wirkt. Bitte bedenken Sie, dass meine Einordnung notwendigerweise auch subjektiv ist. Aber wenn Sie mehr als zwei Stufen von meiner Antwort entfernt liegen, müssten wir wohl beide noch einmal nachdenken...

Übung zur Hierarchie der Ansatzpunkte in komplexen Systemen nach Donella Meadows	
Reformidee	Auflösung
CO ₂ -Steuer	12, aber es stärkt auch die negative Rückkopplung: 8
Parteien nach ihrer Position in der Klimapolitik wählen	5 und 6
Stromspeicher für Wind- und Solarstrom	11
Lobbyregister beim Bundestag	6, damit auch 8; vielleicht 5
Attraktivität von Führerschein und Auto sinkt bei jungen Menschen in der Stadt	5 oder sogar 3
Bio-VeggieDay in Kantinen	4 (stärkere Nachfrage nach Produkten), 7 (Menschen sehen, was vegetarische Kost bedeuten kann)
bedingungsloses Grundeinkommen	3, vielleicht auch 2 (Logik des Konsums lässt sich aushebeln)
Verzicht auf Flughafenausbau	7 (Wachstum wird gemindert), 10
Kohleausstiegsgesetz	5, 8, 12
Berichtspflicht großer Firmen über Klimarisiken durch und für ihr Geschäftsmodell	6, damit auch 8
Wochenend-Flüge, Zweit-Urlaube, konventionell erzeugtes und Billigfleisch sowie <i>Fast Fashion</i> sind so angesehen wie öffentliches Nasebohren	3
grünes Wiederaufbau-Programm nach Corona	12, hat aber Elemente von 9 oder 7 (beschleunigt laufende Prozesse) und 5 oder 3 (Ziele werden zu Gesetzen)
Smart-Meter-Stromzähler mit monatlicher Information und anonymisiertem Vergleich mit den Nachbarn	6, aber über den Vergleich auch 3 (Ziel, zusammen weniger zu verbrauchen, wird etabliert)
Meeresdüngung mit gemahlenem Gesteinstaub, damit der Ozean mehr CO ₂ bindet	7 (bremst die positive Rückkopplung, dass wärmeres, saureres Wasser immer weniger CO ₂ bindet)
Neuer Wachstumsbegriff: Es wird nicht mehr als BIP gemessen, sondern als Wachstum bezogen auf zu fördernde und schädliche Wirtschaftssektoren	2 oder 4, geht nicht ohne 5 und 6
Kaufprämien für Elektroautos	7
Gemeinwohl als explizites Wirtschaftsziel fördern	2
Vorrang für Fahrradverkehr in der Stadt	4 oder sogar 3; 7 und 10
Verkaufshindernisse und kein H-Kennzeichen für Gebrauchtwagen im Alter von mehr als 12 Jahren und mit mehr als 80 PS	9
„mit weniger besser leben“ wird als Ideal gesehen	2 oder 3

Arbeitsblatt Nr. 3-2

Übung zu **universellen Werten**

Welche Werte sind Ihnen wichtig?

Werte kurz definiert (nach „Die Gemeinsame Sache“), alphabetische Reihenfolge

Abgrenzung	das Recht auf Privatsphäre
Abwechslung im Leben	von Herausforderungen, Neuem und Wandel geprägt
Achtung vor dem Alter	Respekt für die ältere Generation
Achtung vor der Tradition	Erhaltung des Alten und Ehrwürdigen
Anregung im Leben	aufregende Erfahrungen machen
Autorität	das Recht, Menschen zu führen und Dinge anzuordnen
Bereitschaft zu vergeben	willens, anderen zu verzeihen
Demut	bescheiden, zurückhaltend
Ehrgeiz	fleißig, strebsam
Ehrlichkeit	aufrichtig, echt
eigene Ziele wählen	die eigenen Absichten verfolgen
Einfluss	auf Menschen und Ereignisse einwirken können
Einheit mit der Natur	den Platz in der Natur finden
Erfolg	die eigenen Ziele erreichen
Erwiderung von Gefälligkeiten	nicht in jemandes Schuld stehen
Familien-Sicherheit	Geborgenheit für die Angehörigen
Freiheit	Freiheit des Gedankens und der Tat
Frömmigkeit	mit Überzeugung gläubig sein
Gehorsam	Pflichtbewusstsein und -erfüllung
geistiges Leben	vorrangig geistige, nicht materielle Ziele verfolgen
gemäßigte Ansichten	Extreme im Fühlen und Handeln vermeiden
Gesicht wahren	ein Image aufbauen und schützen
Gesundheit	nicht körperlich oder seelisch erkrankt sein
Gleichheit	gleiche Chancen und Möglichkeiten für alle

Hilfsbereitschaft	sich für das Wohl anderer einsetzen
Höflichkeit	Anstand, gutes Benehmen
innere Harmonie	im Reinen mit sich selbst sein
Intelligenz	logisch und überlegt
Kreativität	Einzigartigkeit und Einfallsreichtum
Kompetenz	fähig, wirkmächtig und effizient
Leben genießen	Essen, Sex, Freizeitspaß etc.
Loyalität	Freunden und Bezugsgruppen treu sein
nationale Sicherheit	Schutz des eigenen Landes vor Feinden
Natur schützen	die natürliche Umwelt erhalten
Neugier	forschend, an allem interessiert
Reichtum	Geld und materieller Besitz
reife Liebe	tiefe emotionale und spirituelle Vertrautheit
Sauberkeit	reinlich und ordentlich
Schicksal annehmen	sich seinen Lebensumständen fügen
Selbstachtung	an den eigenen Wert glauben
Selbstdisziplin	Selbstbeschränkung, Versuchungen widerstehen
Sinn im Leben	einen Lebensinhalt haben
soziale Anerkennung	Respekt und Zustimmung von anderen
soziale Gerechtigkeit	Ungerechtigkeit beseitigen, sich um Schwächere kümmern
soziale Macht	Kontrolle und Dominanz über andere
soziale Ordnung	Stabilität der Gesellschaft
Toleranz	aufgeschlossen für andere Ideen und Überzeugungen
Unabhängigkeit	selbstständig, autark
Verantwortung	verlässlich, zuverlässig
Vergnügen	Befriedigung von Wünschen und Begierden
Wagemut	Abenteuer und Risiko suchend
wahre Freundschaft	gute, unterstützende Freunde haben
Weisheit	ein gereiftes Verständnis des Lebens
Welt der Schönheit	Schönheit in Natur und Kunst genießen
Welt in Frieden	Freiheit von Krieg und Auseinander setzungen
Weltflucht	weltlichen Belangen entsagen
Zugehörigkeitsgefühl	das Gefühl, dass sich andere um mich sorgen
Zügellosigkeit	in genussvollen Erfahrungen schwelgen

Arbeitsblatt Nr. 3-2

Welche Werte sind Ihnen wichtig und wie hängen sie zusammen?

Übung zu universellen Werten

Schritt 1



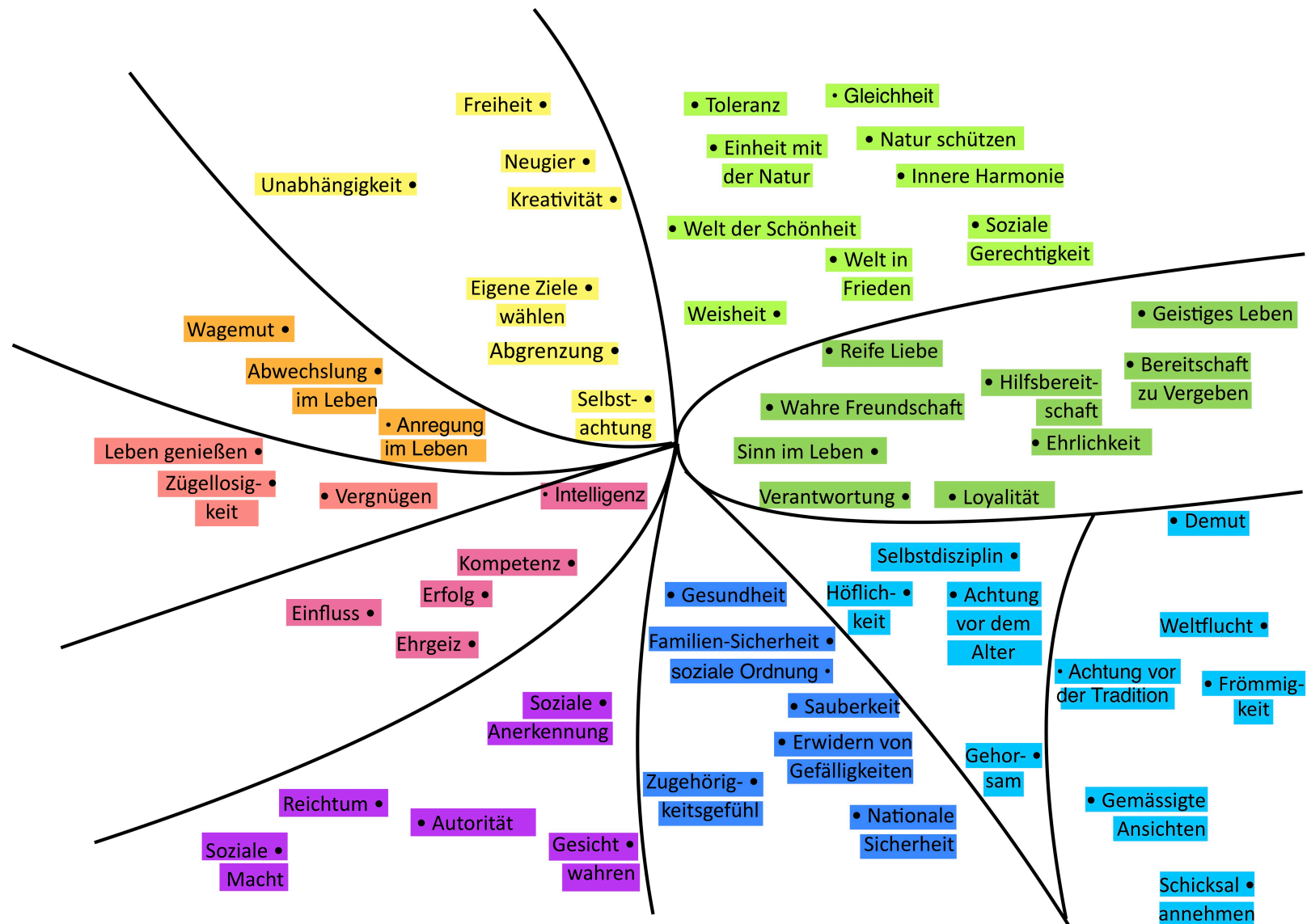
Welche Werte sind Ihnen wichtig und wie hängen sie zusammen?

Schritt 2



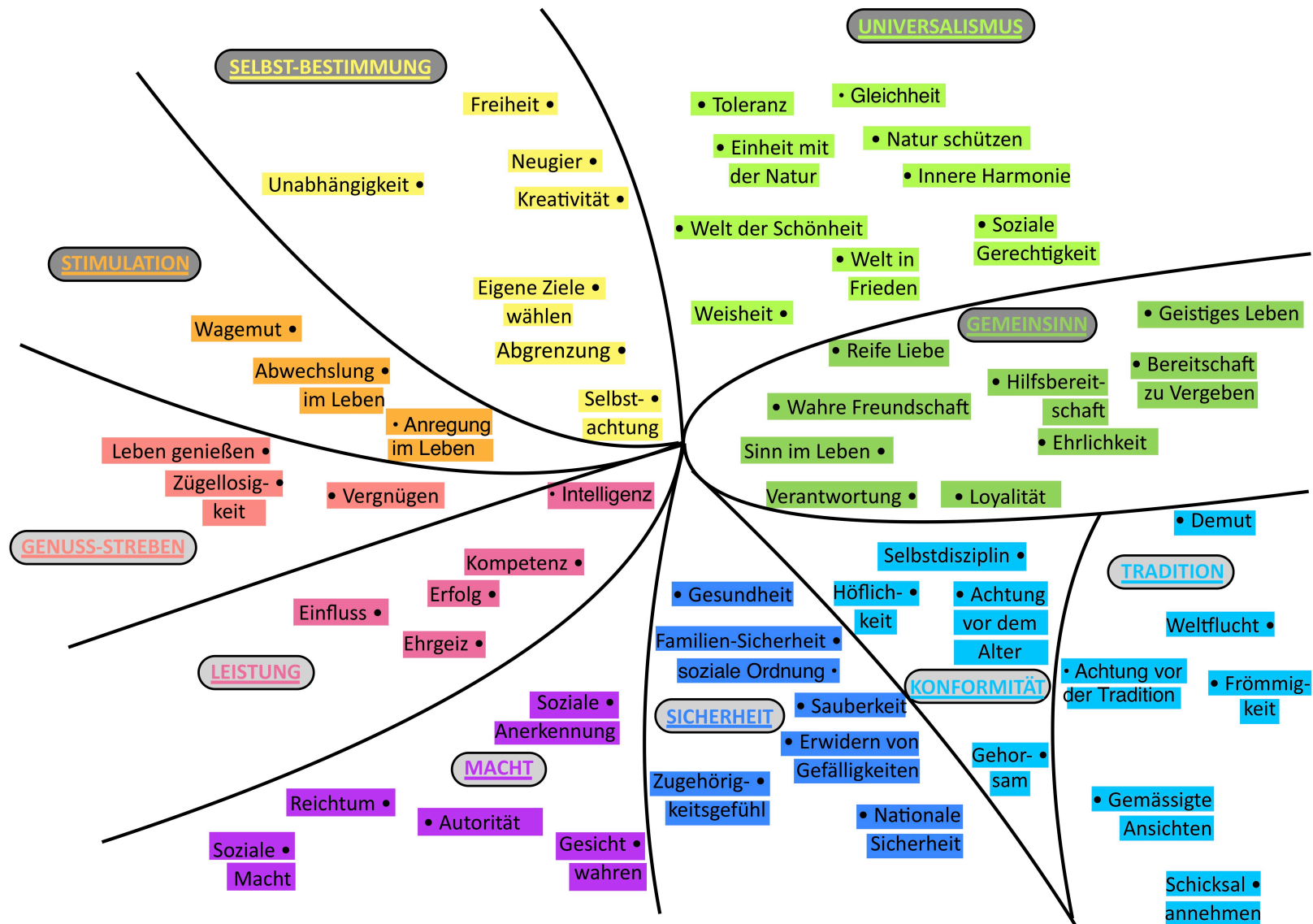
Welche Werte sind Ihnen wichtig und wie hängen sie zusammen?

Schritt 3



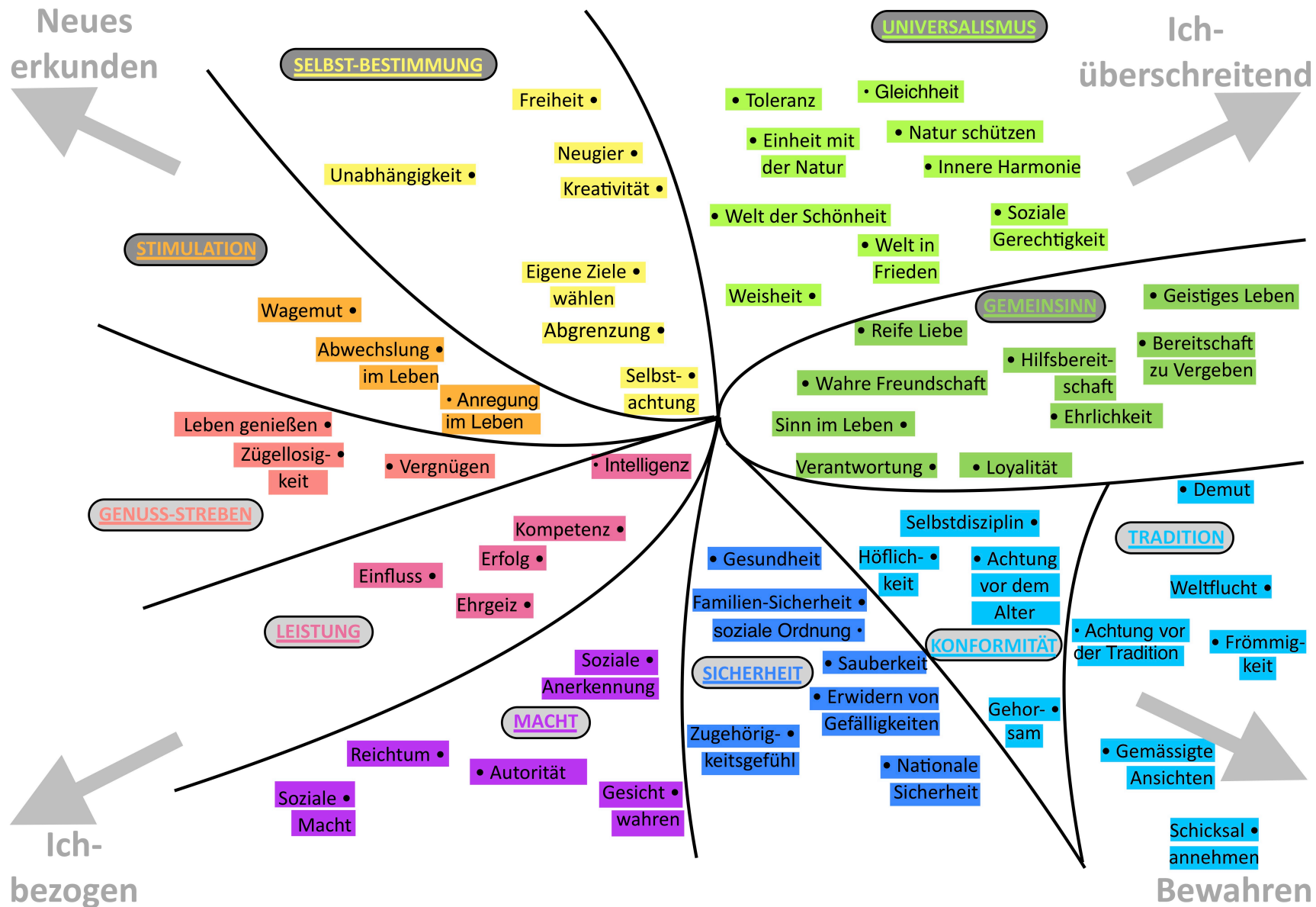
Welche Werte sind Ihnen wichtig und wie hängen sie zusammen?

Schritt 4



Welche Werte sind Ihnen wichtig und wie hängen sie zusammen?

Schritt 5



Arbeitsblatt Nr. 4-1

Was bewegt Menschen zum Handeln angesichts des Klimawandels?

Reine Wissensvermittlung reicht nicht

Wissen allein führt selten zu Klimahandeln - also Aktivitäten, die Klimaschutz oder Klimaanpassung voranbringen. Viele andere Faktoren beeinflussen, ob Menschen sich zu Klimahandeln motivieren lassen. Diese Infografik gibt einen Überblick.

Konzept & Text: Torsten Grothmann/klimafakten.de
Gestaltung: kalischdesign.de

■ Persönliche Face-to-Face-Kommunikation ist zur Handlungsmotivation oft wirksamer als unpersönliche schriftliche Informationen.

■ Informationen zu Klimaproblemen sollten in einem Gleichgewicht zu handlungsbezogenen Informationen stehen, um Ohnmachtsgefühle zu verhindern.

■ Nicht jede Handlungsabsicht wird sofort in die Tat umgesetzt. Oft müssen innere und äußere Handlungsbarrieren überwunden werden.

■ Vielfältige Kontextfaktoren können das Klimahandeln unterstützen oder behindern.

Sozialer, kultureller, ökonomischer, politischer, infrastruktureller und naturräumlicher Kontext

Auslöser



Auslöser für Überlegungen zum Klimawandel sind vielfältig. Dabei nehmen die folgenden Auslöser nicht in der gezeigten Reihenfolge Einfluss, sondern rufen Überlegungen einzeln oder kombiniert hervor.

Nicht-persönliche Wissensvermittlung (z. B. auf Webseiten)

Persönliche Wissensvermittlung (z. B. durch „trusted messengers“)

Lernen von Vorbildern

Lernen durch Erfahrung

Persönlichkeitsfaktoren

Identitätsvorstellungen

Problembezogene Überlegungen

Was bedeutet der Klimawandel für mich und für mir wichtige Personen und Dinge?



Wie die Frage von einer Person beantwortet wird, hängt von den folgenden psychologischen Faktoren ab. Dabei nehmen die Faktoren nicht in der hier gezeigten Reihenfolge Einfluss, sondern beeinflussen die Überlegungen meist ungeordnet und unsystematisch.

Wissen zu Klimawandel und Klimafolgen

Vertrauen in Medien und Klimawissenschaften

Problem- und Risikowahrnehmung

Erinnerung an persönliche Schäden durch Klimawandel

Emotionen

Wertvorstellungen

Handlungsbezogene Überlegungen

Was kann und soll ich tun, um dem Klimawandel zu begegnen?



Wie die Frage von einer Person beantwortet wird, hängt von den folgenden psychologischen Faktoren ab. Dabei nehmen die Faktoren nicht in der hier gezeigten Reihenfolge Einfluss, sondern beeinflussen die Überlegungen meist ungeordnet und unsystematisch.

Handlungswissen zu Klimaschutz und Klimaanpassung

Überzeugungen zu Handlungsmöglichkeiten und -wirksamkeiten

Kosten-/Nutzen-Überlegungen

Wahrgenommene Barrieren

Emotionen und Einstellungen

Soziale, Gruppen- und personale Normen

Wertvorstellungen

Absicht

Ja, ich werde was tun!



Ob eine Absicht in Klimahandeln umgesetzt wird, hängt von dem wiederum ungeordneten und unsystematischen Einfluss der folgenden Faktoren ab.

Klarheit und Stärke der Absicht

Günstige Gelegenheit

Innere und äußere Handlungsbarrieren

Emotionen

Gewohnheiten

Soziale Unterstützung

Klimahandeln

Sozialer, kultureller, ökonomischer, politischer, infrastruktureller und naturräumlicher Kontext

Arbeitsblatt Nr. 4-2

Übung zu **Wenn-Dann-Regeln**

Selbstgesetzte Regeln fürs Alltagsverhalten

Guten Vorsätzen auch tatsächlich zu folgen, fällt uns häufig schwer. Zu hoch sind die Hürden des Alltags, zu oft ist man abgelenkt oder unaufmerksam, zu sehr haben sich alte Gewohnheiten eingeschliffen.

Psycholog:innen haben einen Rat: Um nicht immer wieder zu scheitern, sollte man sich für typische Alltagssituationen vorher überlegen, wie man reagieren will. Und sich diese konkreten Regeln genau einprägen. Dann braucht man nicht immer wieder neu mit sich zu ringen – erst recht in Situationen, in denen man unter Zeitdruck steht.

Auf der folgenden Seite haben wir einige Beispiele für solche Wenn-Dann-Regeln notiert. Aber, huch, die sind irgendwie durcheinandergeraten. Sortieren Sie die Halbsätze so, dass sie Sinn ergeben. Welcher Satzanfang gehört zu welchem Satzende, welcher Buchstabe zu welcher Zahl?

Unten auf dieser Seite finden Sie eine Auflösung.

Auflösung: A-7, B-11, C-14, D-9, E-2, F-4, G-12, H-6, I-15, J-13, K-3, L-1, M-10, N-8, O-5

A	Wenn es regnet ...	... dann freue ich mich, dass meine Espressomaschine den Kaffee billiger und umweltfreundlicher macht.	1
B	Wenn ich es eilig habe ...	... dann lasse ich sie hängen und beschwere mich beim Filialleiter.	2
C	Wenn es abends spät werden könnte ...	... dann nehme ich mir etwas Zeit und rede ich mit den Parteivertretern gezielt über Klimaschutz.	3
D	Wenn der Benzinpreis sinkt ...	... dann schraube ich einen LED-Strahler ein.	4
E	Wenn die lustigen T-Shirts nur 3 Euro kosten ...	... dann nehme ich mir die Zeit, sie auszufüllen, und lasse dafür notfalls andere Mails liegen.	5
F	Wenn die Glühbirne kaputt geht ...	... dann versuche ich, besser zu trennen und weniger Müll zu produzieren.	6
G	Wenn ich die Mehrweg-Beutel vergessen habe ...	... dann packe ich die Regenhose aus, die ich jetzt immer in meiner Tasche habe.	7
H	Wenn die Müllgebühr steigt ...	... dann verlasse ich das Geschäft, ohne etwas zu kaufen.	8
I	Wenn es regionale Äpfel nur in Plastik, aber konventionelle lose gibt...	... dann interessiert mich das gar nicht, ich fahre trotzdem weiter Rad.	9
J	Wenn sich der Nachbar einen SUV kauft ...	... dann mache ich mir ein Plakat und gehe natürlich mit.	10
K	Wenn es in der Fußgängerzone einen Wahlkampfstand gibt ...	... dann lasse ich trotzdem das Auto stehen, denn bin ich mit den öffentlichen Verkehrsmitteln vermutlich sowieso schneller.	11
L	Wenn die Kaffeekapseln im Sonderangebot sind ...	... dann kaufe ich neue, falls es welche gibt.	12
M	Wenn <i>Fridays for Future</i> zum Klimastreik aufruft ...	... dann blockiere ich seinen Parkplatz mit meinem Fahrradanhänger.	13
N	Wenn gemischtes Hackfleisch nur 2,99 Euro das Kilo kostet ...	... dann nehme ich eher ein Taxi als vorsorglich mit dem eigenen Auto zu fahren.	14
O	Wenn die nächste Mail mit einem Aufruf zu einer politischen Petition kommt ...	... dann entscheide ich mich für die Früchte ohne Plastik.	15

Arbeitsblatt Nr. 5-1

Übung zu Sinus-Milieus

Woran lassen sich verschiedene Milieus erkennen?

Unten aufgelistet finden Sie eine Reihe von Aussagen und Begriffen, Verhaltensweisen oder Einstellungen, die jeweils typisch für eines oder einige der zehn Sinus-Milieus sind. Zur Erinnerung: Diese waren (in der Grafik auf Seite 94/ Kapitel 5 von links unten nach rechts oben): Traditionelle, Prekäres Milieu, Hedonisten, Bürgerliche Mitte, Adaptiv-Pragmatische, Konservativ-Etablierte, Sozialökologische, Liberal-Intellektuelle, Performer, Expeditiv.

Ordnen Sie bitte jede Zeile einem oder mehreren der zehn Milieus zu – eine Auflösung finden Sie auf der folgenden Seite.

Nr	Aussage, Begriff, Verhaltensweise oder Einstellung	Milieu(s)
1	Klimaschutz ist uncool, eine Spaßbremse	
2	Angst vor höheren Preisen	
3	Fokus auf Alltag, „kann sowieso nichts machen“	
4	Downsizing, Degrowth, Suffizienz	
5	Klimaschutz ist Fortschritt	
6	Second-Hand-Kauf als Lebenshaltung	
7	Anschaffungen müssen lange halten	
8	Bloß keine Ideologie, sondern pragmatische Lösungen	
9	Es muss in den Alltag passen	
10	Umweltschutz bedeutet Lebensqualität	
11	Verantwortung für kommende Generationen	
12	Schnelle, kreative, unkonventionelle Aktionen	
13	„2100? Ich lebe heute!“	
14	Moorfutures kaufen, Atmosfair nutzen	
15	„Welche Vor- oder Nachteile hat das für mich?“	
16	Optimale Ansprache ist anklagend, weist Verantwortung zu	
17	„Was habe ich mit Natur zu tun?“	
18	Angst vor einem „Müsli-Image“	
19	„Machen die Anderen auch mit?“	
20	„Diese Ökos wissen immer alles besser“	
21	„Bessere Produkte genügen nicht“	
22	Konkrete, anschauliche, einfache Lösungen	
23	Optimale Ansprache ist herzlich, freundlich, wertschätzend	
24	„Klimaschutz ist jetzt Mode“	
25	Sachliche, seriöse Ansprache	
26	Saugen Nachrichten über die Zerstörung der Natur auf	
27	„Mit Klimaschutz müssen soziale Ungerechtigkeiten ausgeglichen werden“	
28	Technik im Vordergrund	
29	Optimale Ansprache ist witzig, originell, futuristisch	
30	„Da muss die Politik ran und erst mal die großen Klimasünder regulieren. Mein Beitrag zum Klimawandel ist doch klein!“	

Nr	Aussage, Begriff, Verhalten, Einstellung	Milieu(s)
1	Klimaschutz ist uncool, eine Spaßbremse	Hedonisten
2	Angst vor höheren Preisen	Bürgerliche Mitte
3	Fokus auf Alltag, „kann sowieso nichts machen“	Prekäres Milieu
4	Downsizing, Degrowth, Suffizienz	Sozialökologische
5	Klimaschutz ist Fortschritt	Performer
6	Second-Hand-Kauf als Lebenshaltung	Expeditive
7	Anschaffungen müssen lange halten	Traditionelle
8	Bloß keine Ideologie, sondern pragmatische Lösungen	Konservativ-Etablierte
9	Es muss in den Alltag passen	Adaptiv-Pragmatische
10	Umweltschutz bedeutet Lebensqualität	Liberal-Intellektuelle, Konservativ-Etablierte
11	Verantwortung für kommende Generationen	Konservativ-Etablierte
12	Schnelle, kreative, unkonventionelle Aktionen	Expeditive
13	„2100? Ich lebe heute!“	Hedonisten
14	Moorfutures kaufen, Atmosfair nutzen	Liberal-Intellektuelle
15	„Welche Vor- oder Nachteile hat das für mich?“	Adaptiv-Pragmatische
16	Optimale Ansprache ist anklagend, weist Verantwortung zu	Eigentlich niemand, höchstens Sozialökologische
17	„Was habe ich mit Natur zu tun?“	Prekäres Milieu, Hedonisten
18	Angst vor einem „Müsli-Image“	Performer
19	„Machen die Anderen auch mit?“	Bürgerliche Mitte
20	„Diese Ökos wissen immer alles besser“	Traditionelle
21	„Bessere Produkte genügen nicht“	Sozialökologische
22	Konkrete, anschauliche, einfache Lösungen	Bürgerliche Mitte, Adaptiv-Pragmatische, Traditionelle, Prekäres Milieu
23	Optimale Ansprache ist herzlich, freundlich, wertschätzend	Alle, besonders: Traditionelle, Bürgerliche Mitte, Prekäres Milieu
24	„Klimaschutz ist jetzt Mode“	Hedonisten, Performer, Expeditive
25	Sachliche, seriöse Ansprache	Konservativ-etablierte, Bürgerliche Mitte, Performer, Traditionelle
26	Saugen Nachrichten über die Zerstörung der Natur auf	Liberal-Intellektuelle, Sozialökologische
27	„Mit Klimaschutz müssen soziale Ungerechtigkeiten ausgeglichen werden“	Prekäres Milieu (wenn dort einem überhaupt jemand etwas glaubt), Liberal-Intellektuelle, Konservativ-Etablierte
28	Technik im Vordergrund	Performer, Konservativ-Etablierte, Adaptiv-pragmatische
29	Optimale Ansprache ist witzig, originell, futuristisch	Expeditive, Performer, Hedonisten
30	„Da muss die Politik ran und erst mal die großen Klimasünder regulieren. Mein Beitrag zum Klimawandel ist doch klein!“	Adaptiv-pragmatische, Bürgerliche Mitte, Traditionelle, Prekäres Milieu, Hedonisten

Arbeitsblatt Nr. 5-2

Übung zu Motivationstypen

Welches Briefing richtet sich an welche Gruppe?

Diese Übung beruht auf dem Videoprojekt *Green movie. Green media*, das die Tropenwaldstiftung *OroVerde* mit jungen Filmschaffenden gemacht hat. Die kurzen Texte sollten die Teams auf einen der vier Motivationstypen einstimmen und ihnen helfen, in Stil und Tonalität einzutauchen und die „Emotionswelten“ kennenzulernen. Inhaltlich ging es um Papierverbrauch und Recycling. Ihre Aufgaben hier sind:

- Lesen Sie die Texte durch. Welches Briefing richtet sich an welchen Motivationstyp?
- Unterstreichen Sie jeweils die für den Typ motivierenden Wörter.

Kampagne 1 „Altpapier recyceln – Waldzerstörung stoppen!“

Für diese Kampagne plant Ihr Filmclips, die zeigen, wie wichtig es ist, Recyclingpapier anstelle von Frischfaserpapier zu nutzen, um die Wälder der Erde zu schützen. Denn es ist erschreckend, aber wahr: Wir verbrauchen mehr Papier als Afrika und Südamerika zusammen. Täglich benutzen wir diesen Rohstoff in Massen – ohne darüber nachzudenken, dass auch Zellstoff, aus dem Papier hergestellt wird, nachwachsen muss. Eukalyptusbäume werden in großen Plantagen angepflanzt, wo früher einmal Regenwald stand. Jeder fünfte Baum wird für Papier gefällt. Dabei ist es leicht, Bäume zu sparen: Schulhefte, Drucker- und Faxpapier, Taschentücher oder Toilettenpapier – das alles lässt sich aus Recyclingpapier kaufen.

Kampagne 2 „Von hier bis zum Mond“

Kaum zu glauben: Rechnet man den Jahrespapierverbrauch aller Deutschen in einen Stapel Schreibpapier um, so reicht dieser locker von der Erde bis zum Mond! Irre, oder? Für diese Kampagne entwickelt Ihr kurze Filmclips, die auf eine pfiffige Weise darstellen, dass Recyclingpapier hilft, die Vielfalt der Regenwälder zu retten. Ihr begeistert eure Follower, selber aktiv zu werden. Ganz ohne belehrenden Zeigefinger, im Gegenteil: Seid witzig, überraschend, lebendig und spritzig. Seid kreativ rund um das Thema Recyclingpapier!

Kampagne 3 „Mach mit!“

Nur gemeinsam können wir viel erreichen! Daher entwerft Ihr einen Filmclip, der alle ins Boot holt: eure Freunde, eure Familie, eure Nachbarschaft. Das Ziel: Die Heimat von Orang-Utan, Schimpanse & Co. beschützen. Wie das gehen kann? Keine Sorge, es ist nicht schwer. Recyclingpapier zu nutzen und behutsam mit Papier umzugehen ist bereits ein erster, guter Schritt, zu dem ihr einladen könnt! Schließlich besteht Papier aus Bäumen. Und wir alle brauchen Bäume. Für das Klima, für die Luft, für das Wasser. Für uns und für künftige Generationen.

Kampagne 4 „Die starke Seite der Dinge“

Für diese Kampagne entwerft Ihr einen Filmclip, der das Thema Recyclingpapier auf den Punkt bringt. Eine echte Herausforderung. Was macht Recyclingpapier so „stark“? Was ist der Nutzen, der die Augen eines jeden Managers zum Glänzen bringt? Denkt in alle möglichen Richtungen: Was kann man durch den Einsatz von Recyclingpapier alles erreichen? Wie kann man mit Recyclingpapier hervorstechen? Wodurch sieht der, der Recyclingpapier nutzt, besonders gut aus? Streicht alles Negative aus dem Kopf und verführt zu mehr Recyclingpapier!

Auflösung:

Kampagne 1 „Altpapier recyceln – Waldzerstörung stoppen!“

Motivationstyp: Bewahrer

Für diese Kampagne plant Ihr Filmclips, die zeigen, wie wichtig es ist, Recyclingpapier anstelle von Frischfaserpapier zu nutzen, um die Wälder der Erde zu schützen. Denn es ist erschreckend, aber wahr: Wir verbrauchen mehr Papier als Afrika und Südamerika zusammen. Täglich benutzen wir diesen Rohstoff in Massen – ohne darüber nachzudenken, dass auch Zellstoff, aus dem Papier hergestellt wird, nachwachsen muss. Eukalyptusbäume werden in großen Plantagen angepflanzt, wo früher einmal Regenwald stand. Jeder fünfte Baum wird für Papier gefällt. Dabei ist es leicht, Bäume zu sparen: Schulhefte, Drucker- und Faxpapier, Taschentücher oder Toilettenpapier – das alles lässt sich aus Recyclingpapier kaufen.

Kampagne 2 „Von hier bis zum Mond“

Motivationstyp: Neugierige

Kaum zu glauben: Rechnet man den Jahrespapierverbrauch aller Deutschen in einen Stapel Schreibpapier um, so reicht dieser locker von der Erde bis zum Mond. Irre, oder? Für diese Kampagne entwickelt Ihr kurze Filmclips, die auf eine pfiffige Weise darstellen, dass Recyclingpapier hilft, die Vielfalt der Regenwälder zu retten. Ihr begeistert eure Follower, selber aktiv zu werden. Ganz ohne belehrenden Zeigefinger, im Gegenteil: Seid witzig, überraschend, lebendig und spritzig. Seid kreativ rund um das Thema Recyclingpapier!

Kampagne 3 „Mach mit!“

Motivationstyp: Harmonisierer

Nur gemeinsam können wir viel erreichen! Daher entwerft Ihr einen Filmclip, der alle ins Boot holt: eure Freunde, eure Familie, eure Nachbarschaft. Das Ziel: Die Heimat von Orang-Utan, Schimpanse & Co. beschützen. Wie das gehen kann? Keine Sorge, es ist nicht schwer. Recyclingpapier zu nutzen und behutsam mit Papier umzugehen ist bereits ein erster, guter Schritt, zu dem Ihr einladen könnt! Schließlich besteht Papier aus Bäumen. Und wir alle brauchen Bäume. Für das Klima, für die Luft, für das Wasser. Für uns und für künftige Generationen.

Kampagne 4 „Die starke Seite der Dinge“

Motivationstyp: Performer

Für diese Kampagne entwerft Ihr einen Filmclip, der das Thema Recyclingpapier auf den Punkt bringt. Eine echte Herausforderung. Was macht Recyclingpapier so „stark“? Was ist der Nutzen, der die Augen eines jeden Managers zum Glänzen bringt? Denkt in alle möglichen Richtungen: Was kann man durch den Einsatz von Recyclingpapier alles erreichen? Wie kann man mit Recyclingpapier hervorstechen? Wodurch sieht der, der Recyclingpapier nutzt, besonders gut aus? Streicht alles Negative aus dem Kopf und verführt zu mehr Recyclingpapier!

Arbeitsblatt Nr. 6-1

Übung zum *Framing*

Teekesselchen – Spiel mit doppelter Bedeutung

Um den Blick für die Wirkung von *Framing* und Bedeutungsrahmen zu schärfen, ist hier eine Übung, die an das Kinderspiel Teekesselchen angelehnt ist. Sie behandelt Ausdrücke und Begriffe, die verwandt sind, aber je nach Zusammenhang unterschiedliche Bedeutung haben oder sich je nach verfolgter Absicht einsetzen oder austauschen lassen. Auflösungen folgen jeweils auf der nächsten Seite (für den Fall, dass Sie dieses Arbeitsblatt doppelseitig ausdrucken möchten).

Aufgabe 1: Tendenziöse Wörter

Zunächst geht es darum, die Wirkung von *Framing* zu erkennen. Von den folgenden Begriffen und Formulierungen passt jeweils eine sehr viel besser zur vorgegebenen Position eines Sprechers oder einer Sprecherin als die andere Vorgabe. Wählen Sie bitte aus, ob sich Option 1 oder Option 2 besser eignet, die Botschaft zu unterstützen.

Thema	Option 1	Option 2
Wer...	sagt eher ...	oder formuliert es so ...
gegen Abtreibung ist,	Baby	Fötus
Migration begrenzen will,	Flucht vor Armut und Aussichtslosigkeit, Terror und Krieg,	Wirtschaftsflüchtling, illegale Einreise
Steuersenkungen fordert,	Leistungsträger melken	gerechter Beitrag Wohlhabender für Gemeinschaftsaufgaben
Anhänger:in von Che Guevara ist,	Terrorist	Freiheitskämpfer
mehr Klimaschutz fordert,	höhere Kosten für Unternehmen	Versicherung und Schutz der Wirtschaft
Hartz-IV-Sätze kürzen möchte,	soziale Hängematte	Teilhabe am gesellschaftlichen Leben
mit Verweis auf die Veröffentlichung interner Forscher-E-Mails im Jahr 2009 Zweifel an der Klimaforschung wecken will,	E-Mail-Diebstahl	<i>Climategate</i>
billige T-Shirts bekämpft,	Mode, die sich jede:r leisten kann	Wegwerfware, die unter unmenschlichen Bedingungen hergestellt wird
in der Eisenbahn gern 1. Klasse fährt,	Privileg	Komfort
sich Kinder wünscht,	unerwartete Schwangerschaft	ungeplante Schwangerschaft

Auflösung zu Aufgabe 1: Tendenziöse Wörter

Abtreibung: 1

Migration: 2

Steuern: 1

Che Guevara: 2

Klimaschutz: 2

Hartz-IV: 1

Forscher-E-Mails: 2

T-Shirts: 2

Eisenbahn: 2

Kinderwunsch: 1

Selbstverständlich ist es möglich, dass Ihr Sprachverständnis in einem oder mehreren Fällen etwas anders funktioniert.

Aufgabe 2: Es kommt darauf an

Je nach Zusammenhang kann ein Ausdruck sehr unterschiedliche Bedeutung entwickeln. Hier geht es jetzt darum, sich gedanklich aus einem vorgegebenen Zusammenhang zu befreien und eine Idee zu entwickeln, wie man einen Begriff auch ganz anders verstehen könnte. Bitte suchen Sie nach der passenden Erklärung 2 – auch hier kann es übrigens passieren, dass Ihre Gedanken in eine andere Richtung weisen als die Auflösung.

Begriff	Bedeutung 1	Bedeutung 2
Jemand sagt oder spricht über...	dann geht es um oder handelt es sich um...	Aber in welchem Zusammenhang oder aus welcher Haltung heraus könnte dieser Ausdruck ebenfalls verwendet werden?
es geht bergab	Wirtschaftsaussichten	
Spritze	eine Impfung	
fertigmachen	Kampfsport	
„das hat X verdient“	Strafe	
Freiheit	grundsätzliche Erlaubnis, alles zu tun	
Spiegel	reflektierende Oberfläche	
Ampel	ein Verkehrszeichen	
Leitung	Geschäftsführung, Chefinnen, Manager	
Spiritualität	Glauben an übersinnliche Wesen oder Phänomene und Esoterik	
isolieren	Das Gute soll drinnen bleiben: zum Beispiel Häuser gegen das Entweichen von Wärme abdichten	

Auflösung zu Aufgabe 2: Es kommt darauf an

Begriff	Bedeutung 1	Bedeutung 2
Jemand sagt oder spricht über...	dann geht es um oder handelt es sich um...	Aber in welchem Zusammenhang oder aus welcher Haltung heraus könnte dieser Ausdruck ebenfalls verwendet werden?
es geht bergab	Wirtschaftsaussichten	bei der Radtour ist die Passhöhe erreicht
Spritze	eine Impfung	ein Zuschuss
fertigmachen	Kampfsport	Studienabschluss
„das hat X verdient“	Strafe	Belohnung
Freiheit	grundsätzliche Erlaubnis, alles zu tun	frei sein von Risiken, Bedrohungen und dem Recht des Stärkeren
Spiegel	reflektierende Oberfläche	Anteil eines Stoffes in einem anderen, wie Alkoholspiegel im Blut oder CO ₂ -Spiegel in der Atmosphäre
Ampel	ein Verkehrszeichen	eine Regierungskoalition
Leitung	Geschäftsführung, Chefinnen, Manager	Stromkabel oder Gaspipeline
Spiritualität	Glauben an übersinnliche Wesen oder Phänomene und Esoterik	Bedürfnis von Menschen, über Sinn und Werte jenseits der materiellen Wirklichkeit zu reflektieren
isolieren	Das Gute soll drinnen bleiben: zum Beispiel Häuser gegen das Entweichen von Wärme abdichten	Das Schlechte muss raus: zum Beispiel Menschen abweichender Meinung aus der Gemeinschaft drängen

Aufgabe 3: Wie *Framing* wirkt

Hier versuchen Sie bitte, einem vorgegebenen Bedeutungsrahmen zu entkommen. Dazu sollten Sie einen *Frame* aufzubauen, eine andere Formulierung dagegensetzen, eine andere Assoziation wecken, das Publikum auf andere Gedanken bringen und es so vielleicht auf Ihre Seite ziehen. Bitte finden Sie jeweils den Begriff 2 – dabei ist es natürlich wiederum möglich, dass Sie auf andere Ideen kommen als unten in der Auflösung gezeigt.

Thema	Begriff 1	Begriff 2
Die Diskussion geht um...	und jemand sagt oder spricht über...	Mit welcher Formulierung bringen Sie einen anderen Blickwinkel hinein?
Kriminalität	rücksichtsloses Verhalten Einzelner	
bedingungsloses Grundeinkommen	Voraussetzung für Kreativität und soziales Engagement	
Kernkraft	Restrisiko (mit der Betonung auf „Rest“)	
Lohnerhöhungen im öffentlichen Dienst	Kostenbelastung für Städte und Gemeinden	
Gleichstellung	jede:r bekommt die gleichen Chancen	
die Verhältnisse in der Gesellschaft	Wettbewerb und Konkurrenz	
Angestellte in einem Unternehmen	Arbeitnehmer	
Windkraft	klimaschonende Energieformen	
Videoschiedsrichter bei Bundesliga-Fußballspielen	zusätzliche Unterbrechungen des Spielflusses	
Bio-Lebensmittel	landwirtschaftliche Produktion mit Rücksicht auf die Natur	

Auflösung zu Aufgabe 3: Wie *Framing* wirkt

Thema	Begriff 1	Begriff 2
Die Diskussion geht um...	und jemand sagt oder spricht über...	Mit welcher Formulierung bringen Sie einen anderen Blickwinkel hinein?
Kriminalität	rücksichtsloses Verhalten Einzelner	gesellschaftliches Problem
bedingungsloses Grundeinkommen	Voraussetzung für Kreativität und soziales Engagement	Einladung zur Faulheit
Kernkraft	Restrisiko (mit der Betonung auf „Rest“)	Restrisiko (mit der Betonung auf „Risiko“) und natürlich Begriffe wie Kernschmelze, verstrahlte Landschaften etc
Lohnerhöhungen im öffentlichen Dienst	Kostenbelastung für Städte und Gemeinden	Inflationsausgleich für Beschäftigte
Gleichstellung	jede:r bekommt die gleichen Chancen	weil eben nicht alle die gleichen Voraussetzungen mitbringen, um Chancen auch zu nutzen, muss man Vorteile für Benachteiligte gewähren
die Verhältnisse in der Gesellschaft	Wettbewerb und Konkurrenz	Solidarität und Gemeinsinn
Angestellte in einem Unternehmen	Arbeitnehmer (betont Hierarchie)	Mitarbeiter (betont gemeinsame Aufgaben)
Windkraft	klimaschonende Energieformen	Verspargelung der Landschaft
Videoschiedsrichter bei Bundesliga-Fußballspielen	zusätzliche Unterbrechungen des Spielflusses	Korrektur falscher Entscheidungen des Schiedsrichters
Bio-Lebensmittel	landwirtschaftliche Produktion mit Rücksicht auf die Natur	überteuerte Luxuswaren für Großstadt-Hipster

Arbeitsblatt Nr. 6-2

Liste verbreiteter Frames

Sind diese Bedeutungsrahmen geeignet für die Klimakommunikation?

Hier ist eine Liste übergreifender *Frames*, in die Nachrichten und Entwicklungen im Zusammenhang mit Klimawandel und Klimakrise gestellt worden sind. Sie können dieses Arbeitsblatt als Übung bearbeiten und/oder die Seiten 2 und 3 als Referenzmaterial für Ihre eigenen zukünftigen Kampagnen aufheben. In der Tabelle II unten erklärt die zweite Spalte jeweils, ob die *Frames* geeignet sind für eine wirksame Klimakommunikation, welche Bedingungen sie erfüllen oder wann und warum wir sie besser vermeiden sollten. Hier aber, als Übung, zunächst nur die erste Spalte:

Tabelle I: Frame	Geeignet?
Konflikt und Strategie	
menschliche Geschichten	
Verantwortung übernehmen // Moral und Ethik	
Fairness, Mäßigung, Verschwendung vermeiden	
anthropogener Klimawandel	
Menschheit muss Erde klug bewahren, nicht sich „untertan“ machen	
Herausforderung für Regierung, Verantwortung für Zukunft zu zeigen	
ökonomische Folgen	
Autoritäten gehorchen, Reinheit der Natur verteidigen, Patriotismus	
Risiko und Disaster, Extremwetter	
Kipppunkte: Eisschilde, Amazonas, Permafrost etc	
wissenschaftliche Ungewissheit	
Pandoras Box	
die Wissenschaft ist sich einig	
Rolle der Wissenschaft („Politik richtet sich nach der Wissenschaft“)	
ideologischer Kampf um die Deutung	
Klimawandel als Chance	
Fortschritt (bei Umstellung auf LEDs, Elektroautos, Erneuerbare)	
technische Herausforderung / Grund für Optimismus	
technisches Risiko, ob Umbau der Energiewirtschaft gelingt	
Politik der Industrieländer, Vorbildfunktion	
Politik der Schwellenländer (ohne Blick auf die Vergangenheit)	
Nachhaltigkeit	
globaler Dialog über Ökologie nötig; globale Ungerechtigkeit	
Klimakrise ist Risiko für arme Länder // Chance für sozialen Fortschritt	
übermäßiger Konsum, Welterschöpfungstag	
Kommunikationsversagen	
Marktversagen, weil externe Kosten der Allgemeinheit zu Last fallen	
Klimawandel hat vor allem natürliche Ursachen	
Klimakrise als Gesundheitsrisiko, Klimapolitik als Chance	
Migration / Klimakrise als Risiko für die (inter-)nationale Sicherheit	
Es ist eilig, noch 15 Jahre, Kohlenstoffbudget	
Vergleich des eigenen Energieverbrauchs in einer sozialen Gruppe	

Tabelle II: Frame	Geeignet für Klimakommunikation?
--------------------------	---

Konflikt und Strategie	Eher nicht, verankert Klimapolitik im grundsätzlichen politischen Streit; begünstigte als journalistischer Frame die <i>false balance</i> .
menschliche Geschichten	Ja, Beispiele von Betroffenen und Vorbildern können viel bewirken; gängige journalistische Form.
Verantwortung übernehmen // Moral und Ethik	Ja, wenn den Menschen zugleich gezeigt wird, dass und wie sie handeln können.
Fairness, Mäßigung, Verschwendung vermeiden	Ja, das kann ein geeigneter Frame für ein eher konservatives Publikum sein.
anthropogener Klimawandel	Jein, Grundvoraussetzung jeder Klimapolitik, könnte aber Konsens infrage stellen. Nach dem Motto: Muss man das immer noch beweisen?
Menschheit muss Erde klug bewahren, nicht sich „untertan“ machen	Ja, für eher religiöse Menschen; Stewardship-Gedanke.
Herausforderung für Regierung, Verantwortung für Zukunft zu zeigen	Ja, aber fokussiert die Verantwortung weg von Einzelnen, die ja auch politische Regelungen einfordern und mittragen müssen; kann in beide Richtungen ausgelegt werden: versagen und wahrnehmen.
ökonomische Folgen	Ja, ist aber ist mehrdeutig: Es kann um Kosten von Klimaschutz oder fehlendem Klimaschutz oder um wirtschaftliche Chancen durch grüne Technologie gehen. Bietet Chance, Argumente von Gegnern umzuinterpretieren.
Autoritäten gehorchen, Reinheit der Natur verteidigen, Patriotismus	Ja, kann für Konservative geeignet sein (Studie stammt aus den USA); kann gleichzeitig bei großer Polarisierung zum Bumerang-Effekt führen und die ablehnende Haltung zu Klimaschutz verstärken.
Risiko und Disaster, Extremwetter	Ja, kann psychologische Distanz in Zeit und Raum verringern. Gefahr, dass Leute Angst bekommen. Am besten mit einer Lösung kombinieren.
Kipppunkte: Eisschilde, Amazonas, Permafrost etc	Jein. Kipppunkte sind wissenschaftlich eher vage. Lenkt Aufmerksamkeit auf Verantwortung, aber kann Distanz verstärken.
wissenschaftliche Ungewissheit	Nein, das wird bis heute von konservativen Gegnern einer klaren Politik genutzt.
Pandoras Box	Ja, kann als Reaktion auf Ungewissheit verwendet werden. Gefahr: siehe Risiko und Disaster
die Wissenschaft ist sich einig	Ja, kann als Reaktion auf Ungewissheit verwendet werden. Kann motivierend auf Zögerer wirken, wenn man es mit Lösungsansätzen kombiniert.
Rolle der Wissenschaft („Politik richtet sich nach der Wissenschaft“)	Jein, zwiespältig: Nährt Hoffnung auf mehr Rationalität. Blendet aus, dass konkrete Lösungen demokratisch verankert sein müssen. Angreifbar durch Klagen, dass Forscher:innen nicht demokratisch legitimiert sind.
ideologischer Kampf um die Deutung	Eher nein, lenkt Fokus auf Weltanschauungen und erzwingt womöglich ein Bekenntnis.

(fortgesetzt) Frame	Geeignet für Klimakommunikation?
Klimawandel als Chance	Zwiespältig: Darin können Gegner des heutigen Kapitalismus die Chance sehen, die Wirtschaft umzubauen. Aber es liegt auch der Gedanke nahe, Folgen des Klimawandels könnten erwünscht sein : weniger kalte Winter, Merlot aus Deutschland, Schifffahrt in der Nord-Ost-Passage.
Fortschritt (bei Umstellung auf LEDs, Elektroautos, Erneuerbare)	Ja, für Menschen, die in neuer Technologie (für den eigenen Gebrauch) die Lösung sehen und daran interessiert sind.
technische Herausforderung / Grund für Optimismus	Ja, für Menschen, die in neuer Technologie (für das Energiesystem, für die wirtschaftliche Entwicklung armer Länder) die Lösung sehen und daran interessiert sind. Kann aber dazu führen, dass eigene Beiträge reduziert werden.
technisches Risiko, ob Umbau der Energiewirtschaft gelingt	Nein, eher ein Frame für Gegner der Klimapolitik. Trotzdem sollte niemand technische Probleme kleinreden.
Politik der Industrieländer, Vorbildfunktion	Ja, für Menschen, die an Fragen internationaler Gerechtigkeit und historischer Verantwortung interessiert sind.
Politik der Schwellenländer (ohne Blick auf die Vergangenheit)	Nein, wird eher von Menschen benutzt, die von der Rolle des eigenen Landes ablenken wollen.
Nachhaltigkeit	Ja, um Klimapolitik in eine Bewegung einzubetten, die weitere Veränderungen fordert; zum Beispiel bei Personen, für die Biodiversität oder Artenschutz zentral sind.
globaler Dialog über Ökologie nötig; globale Ungerechtigkeit	Ja, aber vor allem für Menschen, die an Fragen der internationalen Gerechtigkeit interessiert sind.
Klimakrise ist Risiko für arme Länder // Chance für sozialen Fortschritt	-“-
übermäßiger Konsum, Welterschöpfungstag	Vorsicht, lenkt die Aufmerksamkeit schnell in Richtung Konsumverzicht – Weihnachtsgeschenke und vieles andere, was man „danach“ kauft, sind „nicht mehr drin“.
Kommunikationsversagen	Ja, aber nur für Wissenschaftler:innen, Aktivist:innen, Klimaschutzbeauftragte etc.
Marktversagen, weil externe Kosten der Allgemeinheit zu Last fallen	Eher intellektuelles Argument, müsste mit kräftigen Formulierungen wie „Atmosphäre als Müllkippe nutzen, ohne dafür zu zahlen“ kombiniert werden.
Klimawandel hat vor allem natürliche Ursachen	Nein, denn es stimmt ja nicht. Auch Leugner haben <i>Frames</i> , weitere zählen wir hier aber nicht auf.
Klimakrise als Gesundheitsrisiko, Klimapolitik als Chance	Ja, vor allem für Menschen, die dem Thema Klimakrise ideologisch eher fern stehen.
Migration / Klimakrise als Risiko für (inter-)nationale Sicherheit	Ja, eher für Konservative, die solche Fragen bewegen; könnte aber einen Grenzen-dicht-machen-Fokus setzen.
Es ist eilig, noch 15 Jahre, Kohlenstoffbudget	Eher nein, weil es kaum in Handlungsoptionen für Einzelne übersetzt werden kann. Geeignet, wenn es um die Unterstützung ehrgeiziger Politik geht.
Vergleich des eigenen Energieverbrauchs in einer sozialen Gruppe	Ja, aber kann nach hinten losgehen, wenn die Zielpersonen schon besser als der Durchschnitt sind.

Arbeitsblatt Nr. 8-1

Übung zu Nähe und Distanz

Welche Folgen von Klimakrise und Klimaschutz sind Ihnen besonders wichtig?

Bitte bringen Sie diese Klimawandelfolgen sowie Konsequenzen der Klimapolitik in eine Reihenfolge: Je höher sie stehen, desto näher an Ihrem eigenen Leben und desto wichtiger sind sie Ihnen. Es geht dabei nur um ihre persönliche, subjektive Einstellung – richtig oder falsch gibt es hier nicht. Um Sie nicht übermäßig zu beeinflussen, stehen die Begriffe hier anfangs in alphabetischer Reihung. Die Buchstaben in der ersten Spalte sollen Ihnen helfen, ihre Prioritätsliste zu notieren und vielleicht mit anderen zu vergleichen.

↑ Sehr wichtig und nah an meinem Leben

	Priorität	Folgen der Klimakrise
A		am Horizont stehen jetzt Windräder
B		auf dem Firmengelände installiert man Ladesäulen
C		Computerspiele und Internetsurfen brauchen viel Strom
D		Dauerregen lässt Fluss in ihrer Heimatstadt über die Ufer treten
E		die Bedingungen für Kaffee- und Kakaoanbau werden schlechter
F		Eisbären sterben aus
G		Eisschelfe in der Antarktis brechen
H		Eiswein wird es bald nicht mehr geben
I		Feinstaub durch Autoverkehr belastet meine Gesundheit
J		Gletscher in Grönland schmelzen
K		häufiger extremes Niedrigwasser am Rhein
L		in den Bergen fällt immer weniger Schnee
M		in Schlossgärten sterben Bäume durch die Dürre
N		Krankenkassen warnen vor Hitzegefahren für alte Menschen
O		Lebenschancen der Kinder eingeschränkt
P		Meereis in der Arktis schrumpft
Q		mehr Waldbrände Brandenburg
R		Ozeane schwellen an, Deiche werden erhöht
S		Parkplätze verschwinden, stattdessen entstehen neue Fahrradwege
T		Preise für Bier steigen, weil Gerstenernte knapper wird
U		Regenwald in Brasilien wird für Soja-Exporte gerodet
V		Sommer in den Großstädten werden immer heißer
W		Südseeinseln werden unbewohnbar, weil Trinkwasserquellen versalzen
X		tropische Früchte kann man wegen Transportemissionen nicht kaufen
Y		Urlaubsflüge werden teurer
Z		verheerende Brände in der sibirischen Taiga, Permafrost taut auf

↓ Nicht so wichtig, nicht so nah an meinem Leben

Arbeitsblatt Nr. 10-1

Übung zu Lösungsansätzen und dem *Drawdown Project*

Was bringt wie viel in Sachen Klimaschutz?

Die Zahl der Vorschläge, was man zum Schutz des Klimas tun könnte oder müsste, ist schier unendlich groß. Aber was würden die einzelnen Maßnahmen eigentlich bringen? Ist es insgesamt überhaupt (technisch und wirtschaftlich) möglich, die Treibhausgasemissionen so stark zu senken, dass die Erderhitzung unter 1,5 Grad Celsius bleibt? Und welche Maßnahmen bringen am meisten?

Mit diesen Fragen beschäftigt sich unter anderem das internationale *Project Drawdown* (zu Deutsch etwa: „Projekt Absenkung“). Es hat durchgerechnet, welche Lösungsansätze auf globaler Ebene wie viel bringen würden – und die Ergebnisse sind erstaunlich. Manche intensiv diskutierte Maßnahme hätte demnach eine ziemlich begrenzte Wirkung für das Klima. Und umgekehrt sind viele sehr wirksame Maßnahmen in der öffentlichen und politischen Debatte stark unterbelichtet.

Auf Basis der Drawdown-Daten können wir jetzt ein bisschen spielen. In der unten stehenden Liste finden sie 16 Klimaschutzmaßnahmen in alphabetischer Reihenfolge. Versuchen Sie bitte, diese in die richtige Reihenfolge zu bringen: zuerst die Maßnahmen mit dem weltweit größten Potenzial, die Treibhausgasemissionen zu senken, am Schluss die mit dem geringsten.

Die Auflösung finden Sie auf der folgenden Seite. Die dort angegebenen Werte möglicher Emissionsminderungen stammen aus dem *Drawdown*-Szenario 1, bei dem sich die Erde um ungefähr zwei Grad bis 2100 erhitzen würde. In der Auflösung finden Sie auch Links zu den Detailseiten auf drawdown.org.

Ihr Tipp	Buchstabe	Lösungsansatz
	A	Begrünte Dächer
	B	Elektro- und Hybrid-Autos
	C	Ernährung auf Pflanzenbasis umstellen
	D	Familienplanung und Ausbildung global gewährleisten
	E	Isolation von und innovatives Glas an Gebäuden
	F	Kernkraftwerke bauen und ans Netz nehmen
	G	LED-Beleuchtung installieren
	H	Neue Kältemittel benutzen und gebrauchte besser managen
	I	Saubere Kochherde v.a. im globalen Süden einführen
	J	Solarzellen auf allen Dächern von Häusern
	K	Solarzellen im Kraftwerk-Maßstab
	L	Verschwendung von Lebensmitteln verringern
	M	Videokonferenzen und andere Formen der <i>Telepresence</i>
	N	Wiederherstellung von aufgegebenem Farmland, Mooren, Feuchtgebieten an Küsten sowie Aufforstung von ausgelaugtem Land und Wäldern in gemäßigten Breiten und den Tropen
	O	Windkraft offshore
	P	Windkraft onshore

Rang	Buchstabe	Lösungsansatz	Einsparpotential (2020 bis 2050 in Gigatonnen CO ₂ -Äquivalente; zum Vergleich, der weltweite Ausstoß beträgt zurzeit etwa 40 Gto CO ₂ -eq)
1	N	Wiederherstellung von aufgegebenem Farmland , Mooren , Feuchtgebieten an Küsten sowie Aufforstung von ausgelaugtem Land und Wäldern in gemäßigten Breiten und den Tropen	134,6 (davon Tropenwälder: 54,5 Moore: 25,4)
2	H	Neue Kältemittel benutzen und gebrauchte besser managen	99,9
3	L	Verschwendung von Lebensmitteln verringern	88,5
4	C	Ernährung auf Pflanzenbasis umstellen	78,3
5	D	Familienplanung und Ausbildung global gewährleisten	68,9
6	O	Windkraft onshore	47,0
7	K	Solarzellen im Kraftwerk-Maßstab	40,8
8	I	Saubere Kochherde v.a. im globalen Süden einführen	31,4
9	J	Solarzellen auf allen Dächern von Häusern	26,7
10	E	Isolation von und innovatives Glas an Gebäuden	24,2
11	G	LED-Beleuchtung installieren	14,5
12	P	Windkraft offshore	10,2
13	B	Elektro- und Hybrid-Autos	9,3
14	F	Kernkraftwerke bauen und ans Netz nehmen	3,2
15	M	Videokonferenzen und andere Formen der <i>Telepresence</i>	2,6
16	A	Begrünte Dächer	0,5

Bei Interesse: Hier ist die [gesamte Tabelle](#) (Stand Ende Juni 2022).

Arbeitsblatt Nr. 13-1

Beispiel zum Thema **Spiele**

Klimabingo

Auf den folgenden Seiten finden Sie sieben Einzelblätter (Bingo-Spielkarten mit unterschiedlicher Anordnung der jeweiligen Einträge). Damit können Sie zum Beispiel ein Kennenlern-Spiel für eine größere Runde starten, etwa zum Start eines Seminars. Drucken Sie zur Vorbereitung so viele (verschiedene!) Blätter aus, wie Sie Teilnehmer:innen erwarten

- 1) Jede:r bekommt ein Blatt und einen Stift.
- 2) Ziel des Spieles ist es, auf seinem Blatt fünf Kreuze in gerader Linie zu haben – waagerecht, senkrecht oder auch diagonal.
- 3) Alle laufen auf einer größeren Fläche durcheinander und stellen jeder Person, die sie treffen, eine Frage: Dazu wird **eines** der Kästchen auf dem Blatt ausgewählt, vorgelesen und das Gegenüber gefragt, ob dieser Eintrag aufs Gegenüber zutrifft. Dann beantwortet jede:r selbst eine Frage des Gegenübers.
Bei einem „Ja“ kreuzt man das Feld an – und notiert sich den Namen der anderen Person. Nach einer solchen Fragerunde, egal ob die Fragen bejaht oder verneint wurden, muss man sich jemanden Neues suchen.
- 4) *Mögliche Variante:* Hört man ein „Ja“, darf man weiterfragen.
- 5) Man kann natürlich, wenn sich schon ein Muster auf dem Blatt abzeichnet, gezielt nach dem Verhalten fragen, das in einem der noch für eine Reihe benötigten Kästchen steht.
- 6) Wer zuerst eine Fünfer-Reihe (waagerecht, senkrecht oder diagonal) voll hat, ruft „Bingo!“ Die Gewinner:in liest dann ihre Einträge vor und sagt jeweils den Namen der Person, für die das Kreuz gemacht wurde.

Klima-Bingo

<i>Ich habe schon mal Secondhand-Klamotten gekauft.</i>	<i>Ich kann erklären, was der Treibhauseffekt ist.</i>	<i>Ich fahre meistens mit dem Fahrrad, Bus oder Zug oder laufe zur Arbeit.</i>	<i>Ich interessiere mich dafür, wenn im TV oder Internet über den Klimawandel berichtet wird.</i>	<i>Ich kenne einige Ursachen des Klimawandels.</i>
<i>Zu meinem letzten Urlaubsort bin ich nicht geflogen.</i>	<i>Ich esse nicht jeden Tag Fleisch oder Wurst.</i>	<i>Ich habe Ideen, wie man sich für den Klimaschutz engagieren kann.</i>	<i>Mein aktuelles Handy besitze ich seit mindestens drei Jahren.</i>	<i>Beim Einkaufen kaufe ich keine extra Plastiktüte.</i>
<i>Ich war schon einmal auf einer Klima- oder Umwelt-Demo.</i>	<i>Wenn ich Elektrogeräte gerade nicht brauche, schalte ich sie aus.</i>	<i>Ich besuche Konferenzen wie die K3.</i>	<i>Die meisten Lampen in meiner Wohnung haben LED-Birnen oder Leuchtmittel.</i>	<i>Ich kaufe Gemüse und Obst auf dem Wochenmarkt.</i>
<i>Es ist mein Beruf, mit Leuten über den Klimawandel zu sprechen.</i>	<i>Meine Familie und ich besitzen kein Auto.</i>	<i>Ich habe ein Blockheizkraftwerk oder eine Wärmepumpe für die Heizung.</i>	<i>Ich war schon einmal auf einer Klima- oder Umwelt-Demo.</i>	<i>Ich gehe wählen und achte bei meiner Entscheidung vor allem auf Klimapolitik.</i>
<i>Ich kompensiere alle Flugreisen.</i>	<i>Ich habe Solarzellen oder Solarthermiedmodule auf dem Dach.</i>	<i>Ich habe einen Ökostromtarif.</i>	<i>Ich bevorzuge Bio-Lebensmittel.</i>	<i>Ich habe schon einmal meinen CO₂-Fussabdruck berechnet.</i>

Klima-Bingo

<i>Ich kompensiere alle Flugreisen.</i>	<i>Ich habe einen Ökostromtarif.</i>	<i>Ich habe Solarzellen oder Solarthermiedmodule auf dem Dach.</i>	<i>Ich bevorzuge Bio-Lebensmittel.</i>	<i>Ich habe schon einmal meinen CO2-Fussabdruck berechnet.</i>
<i>Ich habe schon mal Secondhand Klamotten gekauft.</i>	<i>Ich fahre meistens mit dem Fahrrad, Bus oder Zug oder laufe zur Arbeit.</i>	<i>Ich kann erklären, was der Treibhauseffekt ist.</i>	<i>Ich interessiere mich dafür, wenn im TV oder Internet über den Klimawandel berichtet wird.</i>	<i>Ich kenne einige Ursachen des Klimawandels</i>
<i>Zu meinem letzten Urlaubsort bin ich nicht geflogen.</i>	<i>Ich habe Ideen, wie man sich für den Klimaschutz engagieren kann.</i>	<i>Ich esse nicht jeden Tag Fleisch oder Wurst.</i>	<i>Mein aktuelles Handy besitze ich seit mindestens drei Jahren.</i>	<i>Beim Einkaufen kaufe ich keine extra Plastiktüte.</i>
<i>Es ist mein Beruf, mit Leuten über den Klimawandel zu sprechen.</i>	<i>Ich habe ein Blockheizkraftwerk oder eine Wärmepumpe für die Heizung.</i>	<i>Meine Familie und ich besitzen kein Auto.</i>	<i>Ich war schon einmal auf einer Klima- oder Umwelt-Demo.</i>	<i>Ich gehe wählen und achte bei meiner Entscheidung vor allem auf Klimapolitik.</i>
<i>Ich war schon einmal auf einer Klima- oder Umwelt-Demo.</i>	<i>Ich besuche Konferenzen wie die K3.</i>	<i>Wenn ich Elektrogeräte gerade nicht brauche, schalte ich sie aus.</i>	<i>Die meisten Lampen in meiner Wohnung haben LED-Birnen oder Leuchtmittel.</i>	<i>Ich kaufe Gemüse und Obst auf dem Wochenmarkt.</i>

Klima-Bingo

<i>Ich bevorzuge Bio-Lebensmittel.</i>	<i>Ich habe Solarzellen oder Solarthermiedmodule auf dem Dach.</i>	<i>Ich habe einen Ökostromtarif.</i>	<i>Ich kompensiere alle Flugreisen.</i>	<i>Ich habe schon einmal meinen CO2-Fussabdruck berechnet.</i>
<i>Ich interessiere mich dafür, wenn im TV oder Internet über den Klimawandel berichtet wird.</i>	<i>Ich kann erklären, was der Treibhauseffekt ist.</i>	<i>Ich fahre meistens mit dem Fahrrad, Bus oder Zug oder laufe zur Arbeit.</i>	<i>Ich habe schon mal Secondhand Klamotten gekauft.</i>	<i>Ich kenne einige Ursachen des Klimawandels</i>
<i>Die meisten Lampen in meiner Wohnung haben LED-Birnen oder Leuchtmittel.</i>	<i>Wenn ich Elektrogeräte gerade nicht brauche, schalte ich sie aus.</i>	<i>Ich besuche Konferenzen wie die K3.</i>	<i>Ich war schon einmal auf einer Klima- oder Umwelt-Demo.</i>	<i>Ich kaufe Gemüse und Obst auf dem Wochenmarkt.</i>
<i>Ich war schon einmal auf einer Klima- oder Umwelt-Demo.</i>	<i>Meine Familie und ich besitzen kein Auto.</i>	<i>Ich habe ein Blockheizkraftwerk oder eine Wärmepumpe für die Heizung.</i>	<i>Es ist mein Beruf, mit Leuten über den Klimawandel zu sprechen.</i>	<i>Ich gehe wählen und achte bei meiner Entscheidung vor allem auf Klimapolitik.</i>
<i>Mein aktuelles Handy besitze ich seit mindestens drei Jahren.</i>	<i>Ich esse nicht jeden Tag Fleisch oder Wurst.</i>	<i>Ich habe Ideen, wie man sich für den Klimaschutz engagieren kann.</i>	<i>Zu meinem letzten Urlaubsort bin ich nicht geflogen.</i>	<i>Beim Einkaufen kaufe ich keine extra Plastiktüte.</i>

Klima-Bingo

<i>Ich war schon einmal auf einer Klima- oder Umwelt-Demo.</i>	<i>Die meisten Lampen in meiner Wohnung haben LED-Birnen oder Leuchtmittel.</i>	<i>Ich besuche Konferenzen wie die K3.</i>	<i>Wenn ich Elektrogeräte gerade nicht brauche, schalte ich sie aus.</i>	<i>Ich kaufe Gemüse und Obst auf dem Wochenmarkt.</i>
<i>Ich kompensiere alle Flugreisen.</i>	<i>Ich bevorzuge Bio-Lebensmittel.</i>	<i>Ich habe einen Ökostromtarif.</i>	<i>Ich habe Solarzellen oder Solarthermiedmodule auf dem Dach.</i>	<i>Ich habe schon einmal meinen CO2-Fussabdruck berechnet.</i>
<i>Es ist mein Beruf, mit Leuten über den Klimawandel zu sprechen.</i>	<i>Ich war schon einmal auf einer Klima- oder Umwelt-Demo.</i>	<i>Ich habe ein Blockheizkraftwerk oder eine Wärmepumpe für die Heizung.</i>	<i>Meine Familie und ich besitzen kein Auto.</i>	<i>Ich gehe wählen und achte bei meiner Entscheidung vor allem auf Klimapolitik.</i>
<i>Ich habe schon mal Secondhand-Klamotten gekauft.</i>	<i>Ich interessiere mich dafür, wenn im TV oder Internet über den Klimawandel berichtet wird.</i>	<i>Ich fahre meistens mit dem Fahrrad, Bus oder Zug oder laufe zur Arbeit.</i>	<i>Ich kann erklären, was der Treibhauseffekt ist.</i>	<i>Ich kenne einige Ursachen des Klimawandels</i>
<i>Zu meinem letzten Urlaubsort bin ich nicht geflogen.</i>	<i>Mein aktuelles Handy besitze ich seit mindestens drei Jahren.</i>	<i>Ich habe Ideen, wie man sich für den Klimaschutz engagieren kann.</i>	<i>Ich esse nicht jeden Tag Fleisch oder Wurst.</i>	<i>Beim Einkaufen kaufe ich keine extra Plastiktüte.</i>

Klima-Bingo

<i>Ich kaufe Gemüse und Obst auf dem Wochenmarkt.</i>	<i>Die meisten Lampen in meiner Wohnung haben LED-Birnen oder Leuchtmittel.</i>	<i>Ich war schon einmal auf einer Klima- oder Umwelt-Demo.</i>	<i>Ich besuche Konferenzen wie die K3.</i>	<i>Wenn ich Elektrogeräte gerade nicht brauche, schalte ich sie aus.</i>
<i>Ich gehe wählen und achte bei meiner Entscheidung vor allem auf Klimapolitik.</i>	<i>Ich war schon einmal auf einer Klima- oder Umwelt-Demo.</i>	<i>Es ist mein Beruf, mit Leuten über den Klimawandel zu sprechen.</i>	<i>Ich habe ein Blockheizkraftwerk oder eine Wärmepumpe für die Heizung.</i>	<i>Meine Familie und ich besitzen kein Auto.</i>
<i>Ich kenne einige Ursachen des Klimawandels</i>	<i>Ich interessiere mich dafür, wenn im TV oder Internet über den Klimawandel berichtet wird.</i>	<i>Ich habe schon mal Secondhand Klamotten gekauft.</i>	<i>Ich fahre meistens mit dem Fahrrad, Bus oder Zug oder laufe zur Arbeit.</i>	<i>Ich kann erklären, was der Treibhauseffekt ist.</i>
<i>Beim Einkaufen kaufe ich keine extra Plastiktüte.</i>	<i>Mein aktuelles Handy besitze ich seit mindestens drei Jahren.</i>	<i>Zu meinem letzten Urlaubsort bin ich nicht geflogen.</i>	<i>Ich habe Ideen, wie man sich für den Klimaschutz engagieren kann.</i>	<i>Ich esse nicht jeden Tag Fleisch oder Wurst.</i>
<i>Ich habe schon einmal meinen CO₂-Fussabdruck berechnet.</i>	<i>Ich bevorzuge Bio-Lebensmittel.</i>	<i>Ich kompensiere alle Flugreisen.</i>	<i>Ich habe einen Ökostromtarif.</i>	<i>Ich habe Solarzellen oder Solarthermiemodule auf dem Dach.</i>

Klima-Bingo

<i>Ich fahre meistens mit dem Fahrrad, Bus oder Zug oder laufe zur Arbeit.</i>	<i>Ich kenne einige Ursachen des Klimawandels</i>	<i>Ich interessiere mich dafür, wenn im TV oder Internet über den Klimawandel berichtet wird.</i>	<i>Die meisten Lampen in meiner Wohnung haben LED-Birnen oder Leuchtmittel.</i>	<i>Ich kann erklären, was der Treibhauseffekt ist.</i>
<i>Ich besuche Konferenzen wie die K3.</i>	<i>Ich kaufe Gemüse und Obst auf dem Wochenmarkt.</i>	<i>Beim Einkaufen kaufe ich keine extra Plastiktüte.</i>	<i>Ich war schon einmal auf einer Klima- oder Umwelt-Demo.</i>	<i>Wenn ich Elektrogeräte gerade nicht brauche, schalte ich sie aus.</i>
<i>Ich habe ein Blockheizkraftwerk oder eine Wärmepumpe für die Heizung.</i>	<i>Ich gehe wählen und achte bei meiner Entscheidung vor allem auf Klimapolitik.</i>	<i>Ich war schon einmal auf einer Klima- oder Umwelt-Demo.</i>	<i>Es ist mein Beruf, mit Leuten über den Klimawandel zu sprechen.</i>	<i>Meine Familie und ich besitzen kein Auto.</i>
<i>Ich habe Ideen, wie man sich für den Klimaschutz engagieren kann.</i>	<i>Ich habe einen Ökostromtarif.</i>	<i>Mein aktuelles Handy besitze ich seit mindestens drei Jahren.</i>	<i>Zu meinem letzten Urlaubsort bin ich nicht geflogen.</i>	<i>Ich esse nicht jeden Tag Fleisch oder Wurst.</i>
<i>Ich habe schon mal Secondhand Klamotten gekauft.</i>	<i>Ich habe schon einmal meinen CO₂-Fussabdruck berechnet.</i>	<i>Ich bevorzuge Bio-Lebensmittel.</i>	<i>Ich kompensiere alle Flugreisen.</i>	<i>Ich habe Solarzellen oder Solarthermiedmodule auf dem Dach.</i>

Klima-Bingo

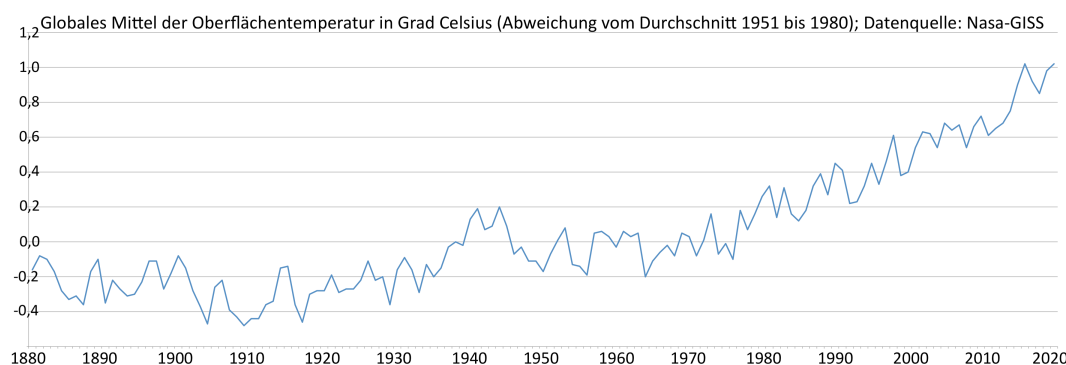
<i>Ich kann erklären, was der Treibhauseffekt ist.</i>	<i>Ich war schon einmal auf einer Klima- oder Umwelt-Demo.</i>	<i>Ich gehe wählen und achte bei meiner Entscheidung vor allem auf Klimapolitik.</i>	<i>Es ist mein Beruf, mit Leuten über den Klimawandel zu sprechen.</i>	<i>Meine Familie und ich besitzen kein Auto.</i>
<i>Ich fahre meistens mit dem Fahrrad, Bus oder Zug oder laufe zur Arbeit.</i>	<i>Ich interessiere mich dafür, wenn im TV oder Internet über den Klimawandel berichtet wird.</i>	<i>Ich kenne einige Ursachen des Klimawandels</i>	<i>Die meisten Lampen in meiner Wohnung haben LED-Birnen oder Leuchtmittel.</i>	<i>Ich kompensiere alle Flugreisen.</i>
<i>Ich besuche Konferenzen wie die K3.</i>	<i>Ich habe einen Ökostromtarif.</i>	<i>Ich kaufe Gemüse und Obst auf dem Wochenmarkt.</i>	<i>Ich war schon einmal auf einer Klima- oder Umwelt-Demo.</i>	<i>Wenn ich Elektrogeräte gerade nicht brauche, schalte ich sie aus.</i>
<i>Ich habe Ideen, wie man sich für den Klimaschutz engagieren kann.</i>	<i>Mein aktuelles Handy besitze ich seit mindestens drei Jahren.</i>	<i>Ich habe ein Blockheizkraftwerk oder eine Wärmepumpe für die Heizung.</i>	<i>Zu meinem letzten Urlaubsort bin ich nicht geflogen.</i>	<i>Ich esse nicht jeden Tag Fleisch oder Wurst.</i>
<i>Ich habe schon mal Secondhand Klamotten gekauft.</i>	<i>Ich bevorzuge Bio-Lebensmittel.</i>	<i>Ich habe schon einmal meinen CO₂-Fussabdruck berechnet.</i>	<i>Beim Einkaufen kaufe ich keine extra Plastiktüte.</i>	<i>Ich habe Solarzellen oder Solarthermiedmodule auf dem Dach.</i>

Arbeitsblatt Nr. 19-1

Beispiel zum Umgang mit Desinformation

Wie denken die Erfinder von *Fake News*?

Ich möchte Sie hier um etwas bitten, das Ihnen vermutlich fern liegt: Denken Sie sich Mythen aus! Ihr Ziel ist es in dieser Übung, damit Zweifel am menschengemachten Klimawandel zu verbreiten, vielleicht sogar an der Erderhitzung an sich. Sie können sich dazu zum Beispiel auf diese Grafik der globalen Mitteltemperaturen für die Zeit von 1880 bis 2020 stützen (die [Daten stammen von der Nasa](#)):



Lassen Sie gern Ihre Fantasie spielen: Nichts ist verboten, nichts zu blöd, um nicht in irgendeinem Internet-Forum als schlüssige Widerlegung der gesamten Klimaforschung Verbreitung zu finden. Es geht hier nicht um Logik oder wissenschaftliche Stringenz, sondern vor allem darum, auf irgendeine Art und Weise Zweifel bei einem unbedarften Publikum zu wecken und vielleicht – als Bonus – einer Wissenschaftlerin oder einem Forscher die Zeit zu rauben, die sie oder er für eine Richtigstellung aufwenden muss.

Möchten Sie diese Übung dagegen etwas geregelter machen, blättern Sie bitte auf die nächste Seite um.

Auflösung:

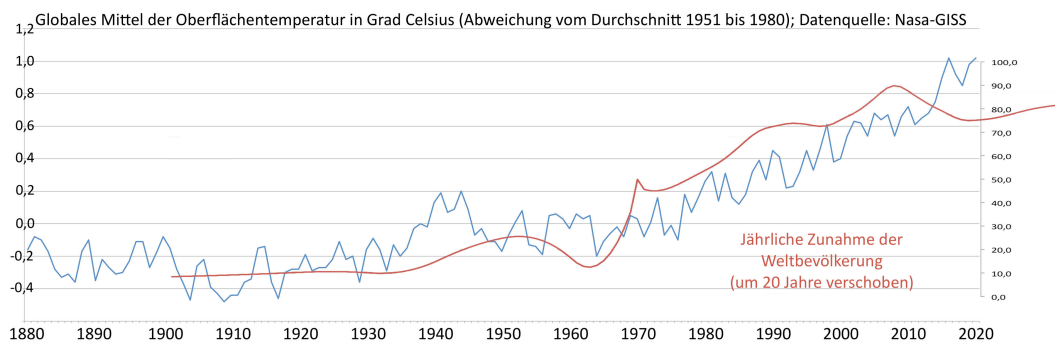
8	E	d und a
7	A	e
6	D	b
5	G	c
4	B	g
3	I	f
2	F	a
1	H	b

Ansonsten:

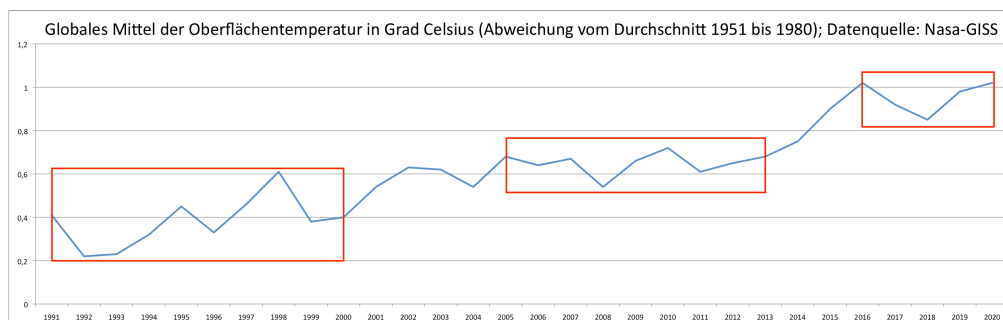
C geht als Antwort immer, besonders wenn man keine Details weiß.

Falls Sie noch Skrupel haben oder die Logik in ihrem Kopf nicht schnell genug abschalten können, ist hier eine Auswahl möglicher (und teils verbreiteter) **Mythen**.

1. Die Daten stammen von der Nasa. Ist doch klar, dass die so etwas sagen, damit sie weiter Geld für ihre Satelliten bekommen, mit denen sie uns überwachen.
2. Wenn sich die Erde wirklich erwärmt, warum ist dann nicht wirklich jedes einzelne Jahr wärmer als der vorherige?
3. Klar, es liegt an der Menschheit, aber nicht an den Treibhausgasen. Hier ist eine Grafik, die genau zeigt, dass die Zunahme der Weltbevölkerung (Quelle: ourworldindata.org) mit 20 Jahren Verzögerung die Temperatur-Entwicklung vorhersagt. Demnach werden sich die Temperaturen bald stabilisieren.



4. Die Daten werden mit vollkommen undurchsichtigen statistischen Verfahren aufbereitet. Da kann doch jeder alles herauslesen, was er will. Viele Experten kritisieren das.
5. Die Zunahme kann nicht stimmen. In unserem Heimatverein ist einer, der misst seit 30 Jahren immer morgens die Temperatur auf seiner Terrasse, da tut sich gar nichts.
6. Die Nasa hat sich mit den Abstürzen ihrer Raumfähren und Marssonden komplett blamiert: Wie kann man der irgendwas glauben?
7. Bevor wir uns über den angeblichen Anstieg der letzten Jahrzehnte unterhalten, müssten wir doch erstmal klären, wodurch der Buckel mit den Teufelshörnern in den 1940er-Jahren entstanden ist.
8. Wenn man genau hinschaut, ist die Temperatur in 24 der vergangenen 30 Jahre überhaupt nicht gestiegen. Erst zehn Jahre lang, dann neun Jahre lang, und zuletzt schon wieder fünf Jahre lang.



Okay, genug Spaß gehabt. Jetzt kommen einige grundsätzliche **Erwiderungen** und später noch Details dazu. Versuchen Sie doch bitte, die richtigen Antworten auf die Mythen zu finden.

-
- A. Das ist eine Blendgranate (englisch: *Red Hering*), bei dem man die Aufmerksamkeit auf ein Detail richtet, um vom großen Ganzen abzulenken.
-
- B. Hier soll eine Pseudodebatte vom Zaun gebrochen werden, indem man auf vermeintliche Experten mit einer anderen Meinung verweist, ohne deren Qualifikation oder Anzahl genauer zu erklären.
-
- C. Ich kann die Details Ihres Einwandes nicht beurteilen. Aber er widerspricht dem überwältigenden Grundkonsens in der jahrzehntelangen Klimaforschung, wonach die Menschheit eindeutig die Hauptursache dafür ist, dass sich die Erde gefährlich aufheizt.
-
- D. Das ist eine *Ad Hominem*-Attacke – dabei wird eine Person angegriffen, damit man sich nicht mit ihren Argumenten (oder Daten) auseinandersetzen muss.
-
- E. Was hier gemacht wird, nennt man Rosinenpickerei. Dabei werden nur jene Daten ausgewählt, die eine vorgefasste Meinung stützen. Oft ist das gepaart mit einer Faultier-Argumentation, bei der man unbequeme Daten ignoriert und das Denken abbricht, sobald man zum gewünschten Ergebnis gekommen ist.
-
- F. Hier werden unerfüllbare Erwartungen formuliert – also wird etwas verlangt, was ein wissenschaftlicher Beweis niemals erbringen kann oder was in der Realität gar nicht existiert.
-
- G. Das ist ein klassisches Beispiel für einen falschen Experten, der nicht annähernd die Kompetenz hat, einem wissenschaftlichen Befund zu widersprechen. Außerdem soll eine einzelne Anekdote die Gesamtheit der globalen Datenauswertung in Frage stellen.
-
- H. Klassischer Verschwörungsmythos, der letztlich nicht zu widerlegen ist. Selbst wenn keinerlei Anzeichen dafür vorliegt, dass es die Verschwörung tatsächlich gibt, sagen die Anhänger einer solchen Verschwörungserzählung einfach, die Verschwörung sei so mächtig und gut, dass sie alle Beweise geheim halten kann.
-
- I. Hier wird durch übermäßige Vereinfachung eine einzige Ursache für einen komplexeren Zusammenhang konstruiert und daraus dann sogar eine wissenschaftlich unbegründete Prognose abgeleitet.
-

Hier sind außerdem noch einige **Details und Erklärungen** zu den einzelnen Mythen. (Ich habe das getrennt, damit die Zuordnung nicht zu einfach wird.)

-
- a. Auch auf einer sich erwärmenden Erde gibt es natürliche, zufällige Schwankungen zwischen einzelnen Jahren. Wenn es zeitweise auch mal weniger heiß wird oder sogar kurzfristig wieder etwas kühler, [ändert das nichts am generellen Trend der Erhitzung](#).

 - b. Die Nasa hat eine sehr gute Bilanz beim Start und Betrieb ihrer Erdbeobachtungssatelliten, deren Daten im Übrigen in vielen Details [mit Messungen aus anderen Quellen](#), auf dem Boden oder von europäischen oder japanischen Satelliten, übereinstimmen.

 - c. Selbst wenn der Nachbar sorgfältig und regelmäßig messen würde, hätten seine Daten und die darauf basierende Statistik nur Aussagekraft für seine Terrasse – [nicht für einen weltweiten Trend](#). Es ist bereits zweifelhaft, ob die Messungen etwas über die Temperaturen in seinem Heimatort oder der Region aussagen. Vielleicht werden die Daten dadurch beeinflusst, dass die Terrasse über dem stets beheizten und schlecht isolierten Badezimmer des Hauses liegt.

 - d. Betrachtet man den Verlauf über die ganze Kurve, gibt es [keinerlei Zweifel, dass die Temperaturen ansteigen](#).

 - e. Der „Buckel“ in den 1940er-Jahren wurde von der Forschung [längst schlüssig erklärt](#). Er ist entstanden, weil „dahinter“ bzw. danach die Erwärmungswirkung der zunehmenden Treibhausgase durch einen anderen Faktor überlagert wurde: Die vielen Luftschadstoffe, die während des weltweiten Wirtschaftsaufschwungs in den 1950er- und 1960er-Jahren aus Kohlekraftwerken, Fabriken und Autoauspuffen in die Luft gelangten, haben die Atmosphäre gekühlt und damit den weiteren Anstieg der Temperaturen maskiert. Daneben gab es auch damals natürliche Schwankungen zwischen den einzelnen Jahren; dort „Teufelshörner“ zu sehen, ist jedoch reine Einbildung.

 - f. Die Zunahme der Bevölkerung hat sicherlich etwas mit der Temperaturentwicklung zu tun, aber nur indirekt. Menschen sind schließlich für den Ausstoß von Treibhausgasen verantwortlich. Außerdem wurde hier die rote Kurve verschoben und verzerrt, bis es optisch passt. Das ist willkürlich.

 - g. Die [Einwände gegen die statistischen Verfahren sind weitgehend verstummt](#). Sie kamen fast immer nur von einzelnen Vertretern von Lobbygruppen. Als ein ernstzunehmendes Forschungsteam aus Berkeley, das solche Temperaturkurven skeptisch gesehen hatte, die Analyse selbst wiederholte, erzielte es sehr ähnliche Ergebnisse wie die zuvor kritisierten Kolleg:innen. Es gibt außerdem mindestens vier unabhängige Arbeitsgruppen, die verschiedene Sets von Rohdaten der Temperaturen auswerten und bis auf kleine Details die gleichen Resultate zur Erderhitzung erhalten.
-

Aus diesen drei Elementen – Mythos, Erwiderung, Erklärung – können Sie jetzt kleine Pakete schnüren. Nach dem Muster: Zahl – großer Buchstabe – kleiner Buchstabe. Allerdings gibt es nicht von allen drei Kategorien gleich viele Vorgaben; vielleicht finden Sie trotzdem eine sinnvolle Aufteilung. Die Auflösung stand schon auf der ersten Seite.

Arbeitsblatt Nr. 19-2

Übung zum effektiven Widerlegen von Desinformation

Das Debunking-Sandwich

Wenn man Falschmeldungen und Desinformation widerlegen will, sollte man darauf achten, die Mythen und Fehlannahmen nicht noch unbeabsichtigt tiefer im Gedächtnis des Publikums zu verankern. Das *Debunking Handbook* empfiehlt deshalb eine feste Struktur, der man folgen sollte. Es ist eine Art Sandwich mit folgenden vier Schichten:

1. **Fakten** (schon in der Überschrift)
2. **Warnung vor dem Irrglauben** (nur hier wird er paraphrasiert)
3. **Widerlegung** (Details und Argumente)
4. **Fakten** (abschließender Eindruck, bleibt im Gedächtnis)

Diese Struktur können Sie mit diesem Arbeitsblatt einüben. Sie bekommen zunächst eine **naive Form des Debunking** (engl. für „widerlegen“, „entlarven“) zu lesen. Einige der Sätze daraus tauchen weiter unten wieder auf – und können, womöglich in anderer Reihenfolge, auch in der Sandwich-Struktur verwendet werden.

Danach folgt **eine Art Multiple-Choice-Test**. Sie können aus Listen auswählen, welche Formulierungen bei einer Sandwich-Widerlegung in den einzelnen Schichten vorkommen sollten. Bis auf die Überschrift haben Sie hier stets die Möglichkeit, mehrere der angebotenen Aussageoptionen zu wählen und die Reihenfolge zu bestimmen. Sätze aus den beiden Fakten-Schichten stehen in beiden Auswahllisten, sollten aber natürlich, wenn überhaupt, nur einmal vorkommen. Ein Satz steht sogar in drei Schichten zur Auswahl.

Ihre Aufgabe ist nun, aus den von Ihnen ausgewählten Sätzen einen Widerlegungstext zusammenzubauen. Lassen Sie sich dabei bitte nicht von sprachlichen Finessen wie passenden Übergängen ablenken; der Inhalt ist in dieser Übung das Entscheidende. Wichtig: Nicht alle Sätze müssen vorkommen; im Gegenteil, es gibt sogar Sätze, die Sie wirklich aussortieren sollten, und einige Sätze habe ich eingestreut, die Sie ablenken und auf falsche Fährten führen könnten.

Tipp: Sie können das Arbeitsblatt ausdrucken bzw. kopieren und dann zerschneiden, sodass die einzelnen Sätze auf je einem Papierstreifen sind – dann ist das Auswählen und Hin- und Herschieben einfacher.

Zum Schluss können Sie Ihre Widerlegung mit einer **Musterlösung** vergleichen. Diese ist sicherlich nicht die einzig mögliche Form des *Debunkings*, wie einige **Hinweise** am Schluss erklären. Dort erläutere ich auch, warum manche Sätze keinen Platz in der Widerlegung bekommen sollten.

Als Spielmaterial nehmen wir keine Klimameldung, sondern die auch hierzulande breit diskutierten Vorgänge um die US-Präsidentenwahl im Herbst 2020 und die von Donald Trump und seinen Anhängern verbreiteten Mythen und Verschwörungserzählungen. Los geht's!

I. Naives Debunking

Muss die Wahl zum US-Präsidenten wiederholt werden?

Anhänger und Mitarbeiter von US-Präsident Donald Trump behaupten seit Wochen, es habe in vielen der besonders umkämpften Bundesstaaten Manipulationen bei der Stimmabgabe und -auszählung gegeben. Sie sprechen von „The Big Steal“ – der große Diebstahl.

Trumps Kampagnenteam hat nun fünf Beispiele vorgelegt, in denen es angeblich Unregelmäßigkeiten gab. Da wurde vermeintlich für Verstorbene abgestimmt, Menschen seien zweimal zur Wahl gegangen, und Ergebnisse eher konservativer Stadtteile wurden angeblich nicht richtig gezählt. Weitere Nachprüfungen, so das Wahlkampfteam der Kampagne Trump/Pence, würden von Behörden behindert, die die Demokratische Partei kontrolliert.

Doch die Ergebnisse der US-Wahl wurden in allen Bundesstaaten von den zuständigen Behörden bestätigt. Deren Leiter sind zum Teil, etwa in Georgia, Republikaner und haben sich trotz massiven Drucks von Donald Trump geweigert, nachträglich Wahlergebnisse zu ändern. Überwachte Nachzählungen haben in einigen Staaten keine Belege für die Behauptungen der Republikaner erbracht. Gerichte haben ihre Klagen mangels Beweisen abgewiesen. Es gibt keinen Beleg, dass einzelne Unregelmäßigkeiten eine systematische Verzerrung des Wahlergebnisses bedeuten.

II. Empfohlenes Debunking nach dem Sandwich-Prinzip

Bitte wählen Sie passende Sätze für jede der vier Schichten aus.

1. Schicht: Fakten

1.1: Überschrift

-
- a. Muss die Wahl zum US-Präsidenten wiederholt werden?
 - b. Joe Biden hat die Wahl zum US-Präsidenten ordnungsgemäß gewonnen
 - c. Gerichte weisen die Klagen von Trump-Team gegen Wahlergebnis ab
-

1.2: Erste Sätze

-
- d. Es gibt keinen Beleg, dass einzelne Unregelmäßigkeiten eine systematische Verzerrung des Wahlergebnisses bedeuten.
 - e. Es gibt nach einer intensiven Prüfung der Ergebnisse, bei der die Republikaner und ihr Kandidat Trump jede Möglichkeit des Einspruchs ausgeschöpft haben, keine vernünftigen Zweifel, dass der Amtsinhaber die Wahl klar verloren hat.
 - f. Bidens Vizepräsidentin Kamala Harris kann in Zukunft bei einem Patt im Senat die entscheidende Stimme abgeben.
 - g. Donald Trump ist vom amerikanischen Volk nicht wiedergewählt worden.
 - h. Die Bürgerinnen und Bürger haben sich mit großer Mehrheit für den Kandidaten der Demokratischen Partei, Joe Biden, als nächsten Präsidenten entschieden.
-

2. Schicht: Warnung vor dem Irrglauben

-
- i. Anhänger und Mitarbeiter von US-Präsident Donald Trump behaupten seit Wochen, es habe in vielen der umkämpften Bundesstaaten Manipulationen bei der Stimmabgabe und -auszählung gegeben.
 - j. Sie nennen das „The Big Steal“ – der große Diebstahl.
 - k. Das Kampagnenteam hat nun fünf Beispiele vorgelegt, in denen es angeblich Unregelmäßigkeiten gab.
 - l. Da wurde vermeintlich für Verstorbene abgestimmt, Menschen seien zweimal zur Wahl gegangen, und Ergebnisse eher konservativer Stadtteile wurden angeblich nicht richtig gezählt.
 - m. Weitere Nachprüfungen, so das Wahlkampfteam der Kampagne Trump/Pence, würden von Behörden behindert, die die Demokratische Partei kontrolliert.
 - n. Das Kampagnenteam hatte schon vor dem Wahltermin damit begonnen, eine solche Verschwörungserzählung zu verbreiten.
-

-
- o. Zu Trumps engstem Kreis zählen viele Menschen, die große Expertise darin haben, glaubwürdige Lügen zu erzählen.
-
- p. Von solchen ausgesuchten Details auf das ganze Bild zu schließen, ist Rosinenpickerei.
-

3. Schicht: Widerlegung

-
- d. Es gibt keinen Beleg, dass einzelne Unregelmäßigkeiten eine systematische Verzerrung des Wahlergebnisses bedeuten.
-
- q. Die Ergebnisse der US-Wahl wurden in allen Bundesstaaten von den zuständigen Behörden bestätigt.
-
- r. Ihre Leiter sind zum Teil, wie zum Beispiel in Georgia, Republikaner und haben sich trotz des massiven Drucks von Donald Trump geweigert, nachträglich Wahlergebnisse zu ändern.
-
- s. Überwachte Nachzählungen haben in einigen Staaten keine Belege für die Behauptungen der Republikaner erbracht.
-
- t. Gerichte haben Klagen des Trump-Teams mangels Beweisen abgewiesen.
-
- u. Anders als Trump im Jahr 2016 hat Biden neben der klaren Mehrheit im Wahlmännergremium auch die meisten Stimmen bei der Abstimmung selbst bekommen.
-

4. Schicht: Fakten

-
- d. Es gibt keinen Beleg, dass einzelne Unregelmäßigkeiten eine systematische Verzerrung des Wahlergebnisses bedeuten.
-
- e. Es gibt nach einer intensiven Prüfung der Ergebnisse, bei der die Republikaner und ihre Kandidat Trump jede Möglichkeit des Einspruchs ausgeschöpft haben, keine vernünftigen Zweifel, dass der Amtsinhaber die Wahl klar verloren hat.
-
- f. Bidens Vizepräsidentin Kamala Harris kann in Zukunft bei einem Patt im Senat die entscheidende Stimme abgeben.
-
- g. Donald Trump ist vom amerikanischen Volk nicht wiedergewählt worden.
-
- h. Die Bürgerinnen und Bürger haben sich mit großer Mehrheit für den Kandidaten der Demokratischen Partei, Joe Biden, als nächsten Präsidenten entschieden.
-

III. Ergebnis/Musterlösung: Empfohlenes Debunking nach dem Sandwich-Prinzip

1. Schicht: Fakten

(b) Joe Biden hat die Wahl zum US-Präsidenten ordnungsgemäß gewonnen.

(e) Es gibt nach einer intensiven Prüfung der Ergebnisse, bei der die Republikaner und ihr Kandidat Trump jede Möglichkeit des Einspruchs ausgeschöpft haben, keine vernünftigen Zweifel, dass der Amtsinhaber die Wahl klar verloren hat.

2. Schicht: Warnung vor dem Irrglauben

(i) Anhänger und Mitarbeiter von US-Präsident Donald Trump behaupten seit Wochen, es habe in vielen der umkämpften Bundesstaaten Manipulationen bei der Stimmabgabe und -auszählung gegeben. (n) Das Kampagnenteam hatte schon vor dem Wahltermin damit begonnen, eine solche Verschwörungserzählung zu verbreiten. (k) Das Kampagnenteam hat nun fünf Beispiele vorgelegt, in denen es angeblich Unregelmäßigkeiten gab. (p) Von solchen ausgesuchten Details auf das ganze Bild zu schließen, ist Rosinenpickerei.

3. Schicht: Widerlegung

(d) Es gibt keinen Beleg, dass einzelne Unregelmäßigkeiten eine systematische Verzerrung des Wahlergebnisses bedeuten. (q) Die Ergebnisse der US-Wahl wurden in allen Bundesstaaten von den zuständigen Behörden bestätigt. (r) Ihre Leiter sind zum Teil, wie zum Beispiel in Georgia, Republikaner und haben sich trotz des massiven Drucks von Donald Trump geweigert, nachträglich Wahlergebnisse zu ändern. (s) Überwachte Nachzählungen haben in einigen Staaten keine Belege für die Behauptungen der Republikaner erbracht. (t) Gerichte haben Klagen des Trump-Teams mangels Beweisen abgewiesen.

4. Schicht: Fakten

(g) Donald Trump ist vom amerikanischen Volk nicht wiedergewählt worden.

(h) Die Bürgerinnen und Bürger haben sich mit großer Mehrheit für den Kandidaten der Demokratischen Partei, Joe Biden, als nächsten Präsidenten entschieden.

IV. Hinweise/Erläuterungen

Die Sätze (e) sowie (g) und (h) in der ersten und letzten Schicht haben ähnlichen Inhalt, erfüllen eine ähnliche Funktion und könnten in Prinzip ausgetauscht werden.

Die Sätze (n) und (p) in der zweiten Schicht erklären, welche Methode von Desinformation jeweils angewendet wurde, und gehören an passender Stelle in die Warnung von dem Irrglauben.

Die Sätze (q) bis (t) und (d) standen zusammen im dritten Absatz beim naiven *Debunking* (Teil I). Sie stellen eine gute Widerlegung dar und könnten auch in anderer Reihenfolge stehen. Es müssen nicht alle davon verwendet werden.

Dabei ist (d) eine Zusammenfassung der Widerlegung und könnte in der Schicht 3 am Anfang oder Ende stehen. Für die Schichten 1 und 4, in denen er auch zur Auswahl stand, ist der Satz zu detailliert.

Unbrauchbare Sätze :

(a) Eine Frage als Überschrift ist zu unentschieden. Zudem deutet sie hier eine Möglichkeit an, die überhaupt nicht gerechtfertigt ist.

(c) Das mag eine gute Nachrichtenüberschrift sein, aber sie stellt nicht klar, was stimmt und was nicht.

(f), (o) und (u) enthalten unnötige Zusatzinformationen; sie standen nur zur Verwirrung in den Listen.

(j) Da wird der Slogan der Kampagne wiederholt. Wegen des schädlichen *Framings* unbedingt vermeiden.

(l) und (m) sind umstrittene oder sogar falsche Details, die bei der knappen Wiedergabe des zu widerlegenden Mythos nicht nötig sind oder sogar stören.

Zusätzliche, verwendete Sätze gegenüber der naiven Widerlegung:

(b) Neue Überschrift mit der Bekräftigung der Richtigstellung

(g) und (h) Abschließende Zusammenfassung der korrekten Darstellung. Darin könnte (h) auch alleine stehen.

(n) Ergänzung, dass der Manipulationsversuch des Trump-Teams auf einer Verschwörungserzählung beruht.

(p) Ergänzung, dass das Aufzählen einzelner, ausgewählter Beispiel Rosinenpicken bedeutet.