

KURZDOSSIER AUS DER FACHTAGUNGSREIHE „PSYCHOLOGIE & TRANSFORMATION“

# Emotionen und ihre Rolle in der politischen Kommunikation der Klimakrise

Erkenntnisse aus der psychologischen Forschung für die Nachhaltigkeitspraxis zum Thema „Emotionen“

Katja Thiele, Steffen Krenzer

## Zusammenfassung

Welche Rolle spielen Emotionen in Bezug auf eine angestrebte Transformation der Gesellschaft in Richtung mehr sozialer Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit? Wie lassen sich die Erkenntnisse für die Praxis nutzen? Aufbauend auf der [Fachtagungsreihe „Psychologie & Transformation“](#) fassen wir in diesem Kurzossier Erkenntnisse aus der psychologischen Forschung für Entscheidungsträger:innen in der Praxis zusammen und leiten Handlungsempfehlungen daraus ab. Die anschließenden Kapitel geben einen tieferen Einblick in die dahinterliegende Forschung. Am Ende des Kurzossiers befindet sich außerdem eine Übersicht mit Leitfragen für den Transfer wissenschaftlicher Befunde in die Praxis.

### Key Takeaways:

1. **Emotionen spielen eine große Rolle dabei, wie Menschen Politik wahrnehmen und ob und wie sie politisch handeln.** Herausforderungen, die mit der Transformation verbunden sind, lösen oft starke Gefühle aus. Diese können sowohl Treiber der Transformation sein, aber auch Widerstände nähren. Manche Akteur:innen versuchen durch populistische Strategien bewusst Gefühle auszulösen und so zu lenken, dass sie Transformationsbestrebungen verhindern. Praktiker:innen sollten sich dieser Dynamiken bewusst sein, um sich erstens vor Überraschungen schützen zu können und um zweitens Gefühle bei der Planung und Umsetzung mitzudenken, ernst zu nehmen und zu thematisieren. Drittens sollten politisch wirkende Praktiker:innen Emotionen gezielt adressieren. Dazu können sie bewusst kommunizieren, positive Geschichten und Visionen anbieten und die Ansprache von Gefühlen in ihre Strategien einbeziehen, ohne dabei populistisch zu werden.
2. **Emotionen sind keine rein individuellen Phänomene: Sie können ausgelöst, verstärkt oder verändert werden - durch kollektive Erzählungen und öffentliche Debatten.** In den Medien und der Öffentlichkeit wird auf unterschiedliche Art über politische Themen gesprochen. Dies beeinflusst, wie Menschen den Themen gegenüber empfinden. Innerhalb kurzer Zeit können sich dadurch starke Widerstände gegenüber bestimmten Maßnahmen entwickeln. Entscheidungsträger:innen sollten in öffentlichen Debatten präsent sein und eigene Geschichten und Deutungen anbieten.
3. **Es gibt keine einfachen Zusammenhänge zwischen Auslösern, Emotionen und Handeln. Es hängt vom Kontext, aber auch von Persönlichkeitsmerkmalen – wie etwa den intrinsischen Motiven einer Person – ab, welche Emotionen ausgelöst werden und zu welchem Handeln sie führen.** Die gleichen Ereignisse können je nach Kontext und der Art und Weise, wie wir darüber sprechen, zu unterschiedlichen Emotionen führen. Gleichzeitig können dieselben Emotionen aktivierend und motivierend oder aber hemmend sein. In der Praxis sollte versucht werden, auf die Werte und Eigenschaften der Zielgruppe einzugehen. Passgenaue Ansätze sind vielversprechender als Pauschallösungen. Hier bieten öffentliche Begegnungs- und Austauschräume sowie Instrumente der Beteiligung Möglichkeiten, in Kontakt zu kommen und herauszufinden, welche Werte und Bedürfnisse Zielgruppen haben.

## Impressum

### Autor:innen:

Dr. Katja Thiele, Steffen Krenzer

### Unter Mitarbeit von:

Luisa Wotruba

### Redaktion:

Nikola Klein

### Herausgeber:

Germanwatch e.V.

Büro Bonn:

Dr. Werner-Schuster-Haus

Kaiserstr. 201

D-53113 Bonn

Telefon +49 (0)228 / 60 492-0, Fax -19

Büro Berlin:

Stresemannstr. 72

D-10963 Berlin

Telefon +49 (0)30 / 5771328-0, Fax -11

Internet: [www.germanwatch.org](http://www.germanwatch.org)

E-Mail: [info@germanwatch.org](mailto:info@germanwatch.org)

Dezember 2024

### Zitiervorschlag:

Thiele, K., Krenzer, S., 2024, Emotionen und ihre Rolle in der politischen Kommunikation der Klimakrise

Diese Publikation kann im Internet abgerufen werden unter:

**[www.germanwatch.org/de/91859](http://www.germanwatch.org/de/91859)**

Sofern keine anderen Copyright-Hinweise vorliegen, stehen Abbildungen dieser Publikation unter der Lizenz [CC BY-NC-ND 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/). Der Urhebervermerk lautet bei Weiterverwendung: Germanwatch e.V. 2024 | CC BY-NC-ND 4.0.



Bundesministerium für  
wirtschaftliche Zusammenarbeit  
und Entwicklung



STIFTUNG UMWELT  
UND ENTWICKLUNG  
NORDRHEIN-WESTFALEN

Mit finanzieller Unterstützung von Engagement Global mit Mitteln des BMZ sowie gefördert von der Stiftung Umwelt und Entwicklung Nordrhein-Westfalen. Für den Inhalt ist alleine Germanwatch verantwortlich.

# Inhalt

<b>1</b>	<b>Der Einfluss von Emotionen auf die Nachhaltigkeitstransformation .....</b>	<b>5</b>
<b>2</b>	<b>Emotionen in der klimapolitischen Kommunikation .....</b>	<b>8</b>
<b>3</b>	<b>PSI-Theorie: Erkenntnisse und Implikationen.....</b>	<b>11</b>
<b>4</b>	<b>Handlungsanregungen für die Praxis.....</b>	<b>14</b>
4.1	Klare und sensible Ansprache von Zielgruppen .....	15
4.2	Veränderung braucht Zeit und Raum .....	16
4.3	Impulse aus den Bereichen transformative Bildung und transformatives Engagement.....	18
<b>5</b>	<b>Leitfaden für die Praxis .....</b>	<b>21</b>

# 1 Der Einfluss von Emotionen auf die Nachhaltigkeitstransformation

Die Transformation hin zu einer sozial-gerechten und ökologisch tragfähigen Gesellschaft ist ein steiniger Weg. Das liegt daran, dass für den Wandel nicht *ein* einziger Prozess gelingen muss, sondern viele kleine Transformationsprozesse in verschiedenen Subsystemen der Gesellschaft (z. B. Politik, Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft) angestoßen werden müssen.<sup>1</sup> Durch die unterschiedlichen (und sich teilweise auch widersprechenden) Funktionslogiken dieser Subsysteme kann es zu Widersprüchen und Brüchen kommen. Das Gefühlsspektrum, das bei diesen Prozessen angesprochen wird, ist groß (siehe Kasten). Die erwartbaren Folgen der Klimakrise und die damit verbundenen weiteren globalen Krisen (z. B. Ressourcenknappheit, Versorgungsengpässe, soziale Spaltung) lösen bei vielen Menschen starke Gefühle wie Angst, Wut, Ärger oder Trauer aus.<sup>2</sup> Dies erschwert den Klimaschutz erheblich und drängende politische Entscheidungen sind immer schwerer zu erreichen. Die Frage, wie wir diesen Herausforderungen begegnen können, ist daher grundlegend und existenziell. Der Umgang mit Emotionen spielt darin eine wichtige Rolle.

## Klimaangst und Wandelmut

Die Angst vor den Folgen des Klimawandels kann lähmend wirken. Um aktiv ins Handeln zu kommen und gemeinsam mit anderen die Transformation zu gestalten, braucht es aktivierende Gefühle. Hier kommt der *Wandelmut* ins Spiel – die Fähigkeit, trotz Angst und Unsicherheit, aktiv zu werden. Wandelmut entsteht durch positive Emotionen wie Hoffnung und Zuversicht. Diese Gefühle motivieren Menschen, sich für nachhaltige Lösungen einzusetzen und kollektives Handeln zu fördern. In der Nachhaltigkeitstransformation geht es darum, eine Balance zwischen Klimaangst und Wandelmut zu finden. Nur so können wir als Gesellschaft gemeinsam den notwendigen Wandel gestalten.



Abb. 1: Perspektivwechsel von Klimaangst zu Wandelmut. Illustration: Benjamin Bertram

<sup>1</sup> Göpel, M., Remig, M.C., 2014, Vordenker einer nachhaltigen Gesellschaft. Karl Polanyi und die „Große Transformation“. GAIA, Ecological Perspectives for Science and Society, 23(1), S. 70.

<sup>2</sup> Hermwille, L. et. al, 2023, Of hopeful narratives and historical injustices– An analysis of just transition narratives in European coal regions. Energy Research & Social Science, 104, S. 103263; Heitfeld, M., Reif, A., 2020, Transformation gestalten lernen. Mit Bildung und transformativem Engagement gesellschaftliche Strukturen verändern. Hintergrundpapier von Germanwatch e.V.

## Wichtige psychologische Faktoren

### Gefühlsspektrum im Kontext der Transformation

**Es gibt eine große Vielfalt von Emotionen, die im Kontext von Transformation ausgelöst werden können, z. B. Wut, Trauer, Angst und Hoffnung.** 76 % der Deutschen haben Sorgen bezüglich des Klimawandels, und zwar über alle Altersklassen hinweg. Es sind also nicht nur junge Menschen betroffen, obwohl Studien zeigen, dass 84 % der Jugendlichen weltweit sich wegen der Folgen des Klimawandels sorgen.<sup>3</sup>

Die Forschung beschreibt **einige Emotionen, die spezifisch für das Themenfeld sind:**

- **Ökologische Trauer (ecological grief):** Gefühl des Verlustes, das durch das Erleben von Umweltzerstörung oder Klimawandel entsteht.
- **Umweltangst (eco-anxiety):** Psychosomatische Belastung oder starke Emotionen aufgrund akuter oder voraussichtlicher Folgen von ökologischen Krisen.
- **Soliphilia:** Positives Gefühl für die Umwelt, in der Menschen leben, einhergehend mit Verantwortung für deren Bewahrung.
- **Solastalgia:** Belastendes Gefühl des Verlustes von Heimat und geliebtem Lebensraum aufgrund der Veränderung oder Zerstörung, z. B. durch Klimawandeleinflüsse.

Eine zentrale Frage der Umweltpsychologie ist, was Menschen dazu motiviert, sich für Nachhaltigkeit in ihrem Umfeld und darüber hinaus einzusetzen und unter welchen Umständen Menschen sich umwelt- bzw. klimafreundlich verhalten. Für den Transfer vom Wissen zum Handeln werden verschiedene psychologische Faktoren als ausschlaggebend diskutiert. Dazu gehören vor allem psychologische Distanz, Verantwortungsgefühl und Wirksamkeitserwartung.

- **Die psychologische Distanz (bzw. Nähe) beschreibt, wie (zeitlich und räumlich) nah Menschen Phänomene wie z. B. die Klimakrise und ihre Auswirkungen empfinden.** Viele gesellschaftliche und politische Phänomene der Gegenwart sind dadurch gekennzeichnet, dass sie nicht aus einem großen, klar erkennbaren Einzelereignis bestehen, sondern schleichende Entwicklungen und Zusammenhänge im Hintergrund darstellen. Im Alltag scheint z. B. die Klimakrise etwas zu sein, was erst in der Zukunft oder nur andernorts stattfindet. Dadurch kann sie relativ leicht verdrängt werden. Das kann Menschen vom Handeln abhalten. Dies trifft umso mehr zu, da Menschen unterschiedlich stark betroffen sind von den Auswirkungen der Krise(n) und sich Privilegierte noch nicht so stark damit befassen müssen.<sup>4</sup>
- Ein weiterer Einflussfaktor dafür, ob und inwiefern Menschen handeln, ist das **Verantwortungsgefühl, also inwieweit sich ein Mensch für die negativen Auswirkungen seines klimaschädlichen Verhaltens verantwortlich fühlt.**<sup>5</sup> Das Verantwortungsgefühl hängt mit den persönlichen Werten und deren Entwicklung sowie mit der sozialen Identität zusammen.

<sup>3</sup> Albrecht, G. et al. (2007), *Solastalgia: The Distress Caused by Environmental Change*. Australasian Psychiatry, 15(1\_suppl), S. 95-98; Allianz, 2023, *Allianz Climate Literacy Survey 2023: Climate fatigue* (zuletzt abgerufen: 06.11.2024); Hickman, C. et al., 2021, Climate anxiety in children and young people and their beliefs about government responses to climate change: a global survey. The Lancet Planetary Health, 5(12), S. e863-e873; Ojala, M. et al., 2021, *Anxiety, Worry, and Grief in a Time of Environmental and Climate Crisis: A Narrative Review*. Annual Review of Environment and Resources, 46(1), S. 35-58.

<sup>4</sup> Heitfeld, M., Reif, A., 2020, *Transformation gestalten lernen. Mit Bildung und transformativem Engagement gesellschaftliche Strukturen verändern*. Hintergrundpapier von Germanwatch e.V.

<sup>5</sup> Schwartz, S., 1977, Normative influences on altruism. In: Berkowitz, L. (Hrsg.), *Advances in experimental social psychology*, 10, Academic Press, New York, S. 222-280.; Steg, L., De Groot, J., 2010, *Explaining prosocial intentions: Testing causal relationships in the norm activation model*. British Journal of Social Psychology, 49, S. 725-743.

Diese Zusammenhänge werden in Kapitel 3 sowie ausführlich im Kurzdossier „[Politische Meinungsbildung und Einstellungsänderung zu Klimapolitik](#)“ erläutert.<sup>6</sup>

- **Die Annahme einer Person, selbst etwas zur Veränderung eines Zustands beitragen zu können, wird auch Selbstwirksamkeitserwartung genannt.** Dafür wird die grundsätzliche Überzeugung, dass eine Situation überhaupt veränderbar ist, vorausgesetzt. **Je höher die Selbstwirksamkeitserwartung ist, desto eher kommt es zum Engagement** im Bereich Nachhaltigkeit **bzw. zur Akzeptanz und Unterstützung von konkreten Maßnahmen.**<sup>7</sup> Neben der Selbstwirksamkeitserwartung spielt auch die kollektive Wirksamkeitserwartung eine Rolle. Damit ist die Überzeugung gemeint, als Teil einer Gruppe oder Gemeinschaft etwas bewirken zu können.<sup>8</sup> Die kollektive Wirksamkeitserwartung hat sogar einen noch stärkeren Einfluss auf nachhaltiges Verhalten als die individuelle Selbstwirksamkeitserwartung. Dies ist naheliegend, da globale Krisen zu groß sind für individuelle Lösungen.<sup>9</sup> Die kollektive Wirksamkeitserwartung und die Möglichkeiten der Partizipation sollten gefördert werden. Das schließt die Erkenntnis ein, „dass der eigene Beitrag zum Erreichen des Gruppenziels essentiell ist bzw. einen signifikanten Unterschied macht“<sup>10</sup> (siehe Kapitel 4).

**Ein wichtiger Aspekt im Umgang mit Emotionen ist Resilienz. Mit dem Begriff wird die Fähigkeit eines Systems (bspw. Gesellschaften, Ökosysteme, Infrastrukturen, Individuen) beschrieben, „seine Funktionsfähigkeit auch unter hoher Stressbelastung aufrecht zu erhalten oder kurzfristig wiederherzustellen“.**<sup>11</sup> Im Kontext der Klimakrise heißt das, sich von Auswirkungen des Klimawandels zu erholen, sich an veränderte Bedingungen anzupassen und darauf zu reagieren, um die negativen Folgen in der Zukunft zu minimieren. Gesellschaftliche Resilienz ist als dynamisches Konzept zu verstehen und wird beeinflusst durch drei Faktoren: a) die Flexibilität der handelnden Akteur:innen und Organe einer Gesellschaft, b) die Möglichkeiten der aktiven Teilhabe der Bevölkerung an wichtigen Entscheidungsprozessen und c) das Verständnis für und die Akzeptanz der Wirksamkeit von Maßnahmen und Rahmenbedingungen.<sup>12</sup> Dabei lässt sich zwischen kurzfristigen (u. a. Notfall- und Katastrophenschutzpläne) und langfristigen Resilienz-Strategien (u. a. Anpassung der Landwirtschaft, nachhaltige Stadtentwicklungskonzepte) unterscheiden. **Resilienz umfasst zudem die Fähigkeit, mehrdeutige Situationen und widersprüchliche Handlungsweisen von Anderen zu verstehen und zu akzeptieren (Ambiguitätstoleranz).** Damit einher geht – neben der Akzeptanz von Maßnahmen – auch die Akzeptanz des eigenen begrenzten Wirkungsradius und das Vertrauen in das Handeln Anderer, die als Expert:innen in diesen Bereichen agieren. Der Umgang mit herausfordernden Gefühlen wird in den letzten Jahren zunehmend auch als Teil der Klima-Resilienz diskutiert. **Damit Menschen sich langfristig für Klimaschutz einsetzen können, muss es ihnen im Engagement gut gehen und sie brauchen die psychische Widerstandskraft und das Vertrauen, um Herausforderungen zu meistern** (siehe Kapitel 4).

<sup>6</sup> U. a. Röpcke, A.-K. et al., 2018, [Get together, feel together, act together: International personal contact increases identification with humanity and global collective action](#). Journal of Theoretical Social Psychology, S. 1-14; Reese, G. et al., 2015, [Identification with all humanity: The role of self-investment and self-definition](#). European Journal of Social Psychology, 45(4), S. 426-440.

<sup>7</sup> Bandura, A., 1977, [Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change](#). Psychological review, 84(2), S. 191-215.

<sup>8</sup> Grund, J.; Brock, A., 2019, [Why We Should Empty Pandora's Box to Create a Sustainable Future: Hope, Sustainability and Its Implications for Education](#). Sustainability 11(3), S. 893.

<sup>9</sup> Homburg, A., Stolberg, A., 2006, [Explaining pro-environmental behavior with a cognitive theory of stress](#). Journal of Environmental Psychology, 26, S. 1-14.

<sup>10</sup> Van Zomeren, M. et al., 2013, [Believing in "making a difference" to collective efforts: Perceived efficacy beliefs as a unique predictor of collective action](#). Group Processes & Intergroup Relations 16(5), S. 618-634.

<sup>11</sup> acatech et al., 2017, [Das Energiesystem resilient gestalten. Maßnahmen für eine gesicherte Versorgung](#). Schriftenreihe zur wissenschaftsbasierten Politikberatung (zuletzt abgerufen: 29. November 2024).; Wissenschaftsplattform Klimaschutz (WPKS), 2023, [Resilienz und Klimaschutz: Herausforderungen für Wissenschaft und Politik](#), Hintergrundpapier des Lenkungsreises der Wissenschaftsplattform Klimaschutz, S. 7 (zuletzt abgerufen: 29. November 2024).

<sup>12</sup> Ebd.

## 2 Emotionen in der klimapolitischen Kommunikation

Gefühle beeinflussen, was Menschen wahrnehmen und wie sie handeln – in unserem Alltag und in der Politik. Gerade in Bezug auf das Thema Klimawandel bzw. Klimaschutz lässt sich eine große Emotionalität und Polarisierung beobachten, wobei sowohl Wut als auch Hoffnung entstehen können.<sup>13</sup>

Neben den unmittelbaren Effekten von Gefühlen auf Menschen spielt auch eine Rolle, wie im gesellschaftlichen Diskurs über Gefühle gesprochen wird – zum Beispiel, um das eigene Handeln zu begründen oder die Motivation anderer Akteur:innen zu deuten. Denn Emotionen sind nicht nur Ausdruck der Persönlichkeitsstruktur von Menschen (siehe Kapitel 3) und damit individuelle Erfahrungen. Sie sind auch sozial konstruiert, eingebettet in gesellschaftliche Diskurse und somit kontextabhängig. Mit anderen Worten: Die Art, wie wir Geschichten erzählen, formt unsere Wahrnehmung, unsere politische Meinungsbildung und unser Handeln. Insbesondere politische und mediale Narrative beeinflussen, wie wir Klimathemen wahrnehmen und bewerten (siehe Kurzossier [„Politische Meinungsbildung und Einstellungsänderung zu Klimapolitik“](#)). Zum Beispiel verwenden Bürger:innen in Bezug auf Themen wie Stromnetzausbau oder die Energiewende eine sehr emotionalisierte Sprache, um ihre Betroffenheit zu verdeutlichen.<sup>14</sup> Das Thema der „politischen Gefühle“ erfährt in den letzten Jahren zunehmend Aufmerksamkeit in der Psychologie sowie in den Sozial- und Raumwissenschaften, etwa durch das Buch „Radikal emotional“ von Maren Urner.<sup>15</sup>

### Hürden für die Transformation: Individueller vs. gesellschaftlicher Fokus

**In den Medien, aber auch in der Psychologie und den Kommunikations- und Bildungswissenschaften werden im Umgang mit dem Thema Emotionen zur Klimakrise oft psychologische Hindernisse für nachhaltiges Verhalten betont.** Dies kann problematisch sein: Dadurch wird häufig der Eindruck vermittelt, dass bisher nicht umgesetzte, aber notwendige Veränderungen (zum Beispiel eine Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen auf Netto-Null) vor allem durch die menschliche Psyche erklärbar seien. **Die Analyse der sogenannten „psychological barriers“ kann zwar helfen, Verhaltensschwierigkeiten zu verstehen. Der Fokus auf individuelles Verhalten kann aber auch dazu beitragen, den Blick auf relevante strukturelle Faktoren zu verstellen, z. B. falsche Preisanreize im bestehenden Wirtschaftssystem. Das verdeckt einerseits die Verantwortung von Entscheidungsträger:innen in Politik und Wirtschaft und andererseits das Potenzial der Zivilgesellschaft, durch kollektives Engagement strukturelle Veränderungen zu bewirken.** Der strukturelle Blick ermöglicht es, gesellschaftliche Alternativen zu sehen und stärkt das Engagement für Klimaschutz.<sup>16</sup>

<sup>13</sup> Siehe Fußnote 3.

<sup>14</sup> Fink, S. et al., 2023, [Emotional citizens, detached interest groups? The use of emotional language in public policy consultations](#). Policy Sciences 56, S. 469-497.

<sup>15</sup> Urner, M., 2024, Radikal Emotional - Wie Gefühle Politik machen. Droemer Verlag, München.

<sup>16</sup> Ginn, J., Lickel, B., 2020, [A motivated defense of meat: Biased perceptions of meat's environmental impact](#). Journal of Social Issues, 76, S. 54-69; Hamann, K. R. S., Reese, G., 2020, [My influence on the world \(of others\): Goal efficacy beliefs and efficacy affect predict private, public, and activist pro-environmental behavior](#). Journal of Social Issues, 76, S. 35-53; Schmitt, M. et al., 2020, [The perils of explaining climate inaction in terms of psychological barriers](#). Journal of Social Issues, 76, S. 123-135.



Eine Reihe von Phänomenen und Schlagworten zeigen, dass Emotionalität in den gesellschaftlichen und medialen Debatten mittlerweile allgegenwärtig ist: „Wutbürger“, „Neiddebatte“, „Abstiegsängste“, „Hate Speech“ (hasserfüllte Sprache im Internet). Ob die Zuschreibungen jeweils zutreffend sind, lässt sich wissenschaftlich nicht immer klären. Sie haben jedoch eine politische Funktion und Wirkung. Vor dem Hintergrund der wachsenden Bedeutung von Emotionen in der politischen Kommunikation sind einerseits emotional bedeutsame Geschichten notwendig, um Menschen für den Klimaschutz zu erreichen. Sie bieten Orientierung und motivieren Menschen. Andererseits besteht die Herausforderung, der Komplexität des Themas gerecht zu werden und gleichzeitig klare, emotional bedeutsame Botschaften zu vermitteln. Die Herausforderungen werden nachfolgend beschrieben.

### Politische „Geschichten“ sind eine Orientierung für politische Gefühle

Gefühle im politischen Kontext sind nicht einfach Ausdruck von individuellen Bewertungen der Politik. Vielmehr sind sie sozial konstruiert und kontextabhängig. Das heißt auch, dass emotionale Appelle immer in sozialen und kulturellen Konstellationen auftreten. Oft bekommen politische Themen erst durch „emotional aufgeladene Geschichten“<sup>17</sup> eine Bedeutung. Die Geschichten sind ein Schlüssel dafür, wie Menschen sich ein Bild von der Welt machen und sich im politischen Prozess orientieren. Besonders in Krisenzeiten ist der Bedarf für solche Geschichten sehr groß, da sie Sicherheit und Orientierung vermitteln. Dabei herrscht ein Konflikt über die Deutungshoheit, also die Frage, welche Geschichte sich durchsetzt. Politische Akteur:innen versuchen gezielt der Gesellschaft ihre Deutungen nahezulegen. Populist:innen arbeiten dabei sehr erfolgreich durch gezielte Ansprache starker Gefühle wie Wut, Angst oder Stolz. Dies gilt insbesondere auch in Bezug auf Fragen der Transformation.

### Wechselwirkung zwischen Kommunikation und Gefühlen

Gefühle beeinflussen, wie Menschen politische Themen oder Akteur:innen bewerten und sich ihnen gegenüber verhalten. Es gilt aber auch umgekehrt: Die Art, wie über Themen gesprochen wird, kann Gefühle auslösen, verstärken oder verändern.<sup>18</sup> Das gilt für Deutungen in den Medien und dem öffentlichen Diskurs. Es gilt aber auch für persönliche Äußerungen. Studien deuten z. B. darauf hin, dass nach Wahlentscheidungen die Emotionen von Wähler:innen durch die emotionalen Appelle der gewählten Partei beeinflusst wurden.<sup>19</sup> Dies könnte einer der Gründe sein, warum Fragen von Identität und Polarisierung eine starke Rolle für die Transformation spielen.

### Normalität, Identität, Polarisierung: Transformation als Kulturkampf

Wenn Menschen sich in ihrem Umfeld gegenseitig die Richtigkeit ihrer Gefühle gegenüber bestimmten Themen bestätigen, verstärken sich die Gefühle. Die Gruppenzugehörigkeit wird gestärkt über die geteilten Einstellungen zu politischen Themen. Umgekehrt wird die Bindung an die Gruppe zum wesentlichen Bestandteil der Identität und mit starken Emotionen verknüpft.<sup>20</sup> Alles was mit der „Outgroup“, also anderen sozialen Gruppen verbunden wird, wird dagegen pauschal abgelehnt. So werden emotional Themen miteinander verwoben, die eigentlich unabhängig voneinander sind (z. B. Gendern & Klimaschutz). Diese Dynamik spielt im Hintergrund für die Transformation eine große Rolle.

<sup>17</sup> Jones, M.D. et al., 2023, *The Narrative Policy Framework*. In: Weible, C. (Hrsg.), *Theories Of The Policy Process*. Routledge, London.

<sup>18</sup> Bonansiga, D., 2022, *Insecurity narratives and implicit emotional appeals in French competing populisms*. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 35(1), S. 86-106.

<sup>19</sup> Adena, M., Huck, S., 2024, *Support for a right-wing populist party and subjective well-being: Experimental and survey evidence from Germany*. *PLOS ONE*, 19(6), S. e0303133.

<sup>20</sup> Mason, L., 2018, *Uncivil Agreement: How Politics Became Our Identity*. The University of Chicago Press, Chicago.

## Widerstand gegen die Transformation(en)

Viele Menschen sind krisen- und veränderungsmüde. Die Entwicklungen der vergangenen Jahre (u. a. die Corona-Krise) haben z. B. auch junge Menschen stark verunsichert, die mit Fridays for Future vor einigen Jahren noch wesentliche Treiber einer Nachhaltigkeitstransformation waren. Immer mehr junge Menschen leiden an psychischen Erkrankungen.<sup>21</sup> Transformationsprozesse brauchen zeitliche und psychische Kapazitäten. Im permanenten Krisenmodus sind diese oft nicht vorhanden. Häufig werden Transformationsprozesse als zusätzlich verunsichernd und anstrengend und nicht als entlastend empfunden. Zudem steht das Thema immer in (vermeintlicher) Konkurrenz zu anderen wichtigen Themen, die Aufmerksamkeit erfordern.<sup>22</sup> Akteur:innen der Transformation tun gut daran, hier positive Erzählungen in den Vordergrund zu stellen (siehe Kapitel 4). Eine Rolle für die Befürwortung der Transformation spielen schließlich auch die Wahrnehmung und Verarbeitung von Ungleichheit und Ungerechtigkeit.<sup>23</sup>

## Leugnung und Verdrängung als Umgang mit kognitiver Dissonanz

Ein Thema, das eng mit dem Widerstand gegen Transformation(en) verbunden ist, ist die emotionale Leugnung und Verdrängung des Problems. Obwohl z. B. Klimawandelfolgen im Alltag immer sichtbarer werden, haben z. B. Parteien, die gegen Klimaschutzpolitik sind, weltweit Zulauf. Eine Erklärung dafür ist das Phänomen der „kognitiven Dissonanz“. Der Begriff beschreibt, dass Menschen es als unangenehm erleben, wenn ihre Überzeugungen oder die Werte ihrer sozialen Bezugsgruppe und ihre eigenen Handlungen oder Beobachtungen nicht in Einklang stehen.<sup>24</sup> Die Auflösung dieser Spannung kann in zwei Richtungen geschehen: Durch eine Änderung des Verhaltens oder eine Änderung der Einstellung. Ist die Änderung des Verhaltens aus irgendwelchen Gründen nicht möglich oder sehr aufwändig, ändern Menschen ihre Einstellung. Wenn z. B. das eigene Handeln der Umwelt schadet und gleichzeitig die sichtbaren Folgen des Klimawandels nahelegen, die Umwelt zu schützen, können Menschen diese Dissonanz dadurch auflösen, dass sie beginnen, das Wissen um die Klimakrise zu verdrängen oder zu leugnen. Auf diese Weise befreien sie sich selbst vom Zwang, ihr Handeln zu ändern. Dieses Phänomen führt dazu, dass paradoxerweise auch in Regionen, die besonders vom Klimawandel betroffen sind, politische Einstellungen geteilt werden, die Klimaschutz entgegenstehen. Negative Emotionen im Zusammenhang mit der Zerstörung des eigenen Lebensraumes werden so unterdrückt.<sup>25</sup>

## Starke Einflüsse des Kontextes

Je nach Kontext zeigen sich starke Unterschiede darin, welche Emotionen in Bezug auf Transformations-themen aufkommen und zu welchem Handeln sie führen. Während z. B. im Globalen Norden in der Kommunikation der Klimabewegung versucht wird, Emotionen wie Wut, Schuld und Angst zu vermeiden, sind diese im Globalen Süden wesentlich für die Bildung von Gemeinschaften und die Motivation für Engagement.<sup>26</sup> Unterschiedliche gesellschaftliche Gruppen haben ganz verschiedenartige Zugänge zum Thema. Auch wenn Akteur:innen der Transformation sich prägnante Empfehlungen wünschen, so ist das Thema dafür zu komplex und pauschale Aussagen sind schwer zu treffen.

<sup>21</sup> Hansen, J. et al., 2024, *Gesundheit und Gesundheitsverhalten von Kindern und Jugendlichen in Deutschland – Ausgewählte Ergebnisse des Präventionsradar 2023/2024*, IFT-Nord, Kiel.; siehe auch Fußnote 40.

<sup>22</sup> Statista, 2024, *Umfrage zu den wichtigsten Problemen in Deutschland 2019-2024* (zuletzt abgerufen: 06. November 2024).

<sup>23</sup> Siehe hierzu auch *Kurzdossier „Wahrnehmung und Akzeptanz von Klimapolitik in Deutschland“* und *Kurzdossier „Politische Meinungsbildung und Einstellungsänderung zu Klimapolitik“*

<sup>24</sup> Harmon-Jones, E., Mills, J., 2019, An introduction to cognitive dissonance theory and an overview of current perspectives on the theory. In: Harmon-Jones, E. (Hrsg.), *Cognitive dissonance: Reexamining a pivotal theory in psychology*, 2. Auflage, American Psychological Association, S. 3-24.

<sup>25</sup> Hochschild, A.R., 2016, *The Ecstatic Edge of Politics: Sociology and Donald Trump*. Contemporary Sociology, 45(6), S. 683-689.; Norgaard K. M., 2011, *Living in denial: Climate change, emotions, and everyday life*. MIT Press, Cambridge, Massachusetts.

<sup>26</sup> Kleres, J., Wettergren, Å., 2017, *Fear, hope, anger, and guilt in climate activism*. Social Movement Studies, 16(5), S. 507-519.

### 3 PSI-Theorie: Erkenntnisse und Implikationen

In der (Umwelt-)Psychologie gibt es zahlreiche Ansätze, die sich mit der Frage beschäftigen, wie Emotionen auf das Verhalten von Menschen wirken und welche Faktoren entscheidend dafür sind, dass Menschen den Transfer vom Wissen zum Handeln vollziehen. Aus den zahlreichen Modellen, die im Forschungsfeld diskutiert werden, wird an dieser Stelle das Modell der Persönlichkeits-System-Interaktionen (PSI-Theorie) als ein sehr umfassendes Modell der Persönlichkeitspsychologie hervorgehoben. Die PSI-Theorie geht zurück auf Prof. Dr. Julius Kuhl<sup>27</sup> und ist eine Meta-Theorie. Sie beschreibt die Funktionsweise und Interaktion von sieben Systemebenen der Persönlichkeit. Sie integriert damit Persönlichkeitstheorien von diversen Psycholog:innen (u. a. Skinner, Freud, Jung, Eysenck, McClelland, Kelly, Rogers, Deci & Ryan) und verbindet sie mit Erkenntnissen der Neurowissenschaften.

**Vier zentrale Annahmen des Modells sind:**

1. **Persönlichkeit entsteht durch die Interaktion und Wechselwirkung psychischer Systeme.** Diese sogenannten Persönlichkeitssysteme haben je bestimmte Aufgaben, Stärken und Schwächen, d. h. jedes System stellt eine Systemebene in den Vordergrund: a) Gewohnheit und automatische Steuerung (Lernen), b) Temperament (Aktivierung und Erregung), c) Affekt und Anreizmotivation, d) Stressbewältigung (Progression und Regression), e) Basismotive, f) kognitive Ziele (Denken vs. Fühlen) und g) Bewusstsein und Wille (Selbstkontrolle, Selbstregulation, Selbstbestimmung).
2. **Die Dynamik und Interaktion der Systeme wird durch äußere und innere Einflüsse moduliert** (Modulationsannahme), d. h., dass Faktoren wie Umweltbedingungen, persönliche Erfahrungen und biologische Prozesse die Funktionsweise und Wechselwirkungen der Systeme beeinflussen.
3. **Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Unterscheidung zwischen der Fähigkeit, prospektiv (zielorientiert) und reaktiv (nach einem Misserfolg) zu handeln.**
4. **Außerdem beeinflussen vier grundlegende Motive** – auch Basismotive genannt – **das Verhalten und die Persönlichkeitsentwicklung** (Beziehung, Kompetenz, Macht & Selbstverwirklichung).

---

<sup>27</sup> Siehe hierzu u. a. Kuhl, J.; Beckmann, J., 1994, Volition and Personality. Action versus state orientation. Hogrefe und Huber, Göttingen.; Kuhl, J., 2001, Motivation und Persönlichkeit. Interaktionen psychischer Systeme. Hogrefe, Göttingen.; Quirin, M., & Kuhl, J., 2009, Die Theorie der Persönlichkeits-System-Interaktionen (PSI). In: Brandstätter, V. & Otto, J.-H. (Hrsg.), Handbuch der Allgemeinen Psychologie: Motivation und Emotion. Hogrefe, Göttingen.

**Diese Annahmen helfen zu verstehen, wie verschiedene psychologische Prozesse zusammenwirken und erklären individuelle Unterschiede in der Persönlichkeitsstruktur:**

- Die Persönlichkeit von allen Menschen setzt sich aus allen Systemen zusammen. **Gemeinhin tendieren Menschen je nach Erfahrungen, situativen Einflüssen und Entwicklungsdynamiken dazu, ein (oder zwei) System(e) zu nutzen.** Nichtsdestoweniger beeinflusst jedes System und insbesondere die Interaktion zwischen diesen Systemen menschliche Verhaltens- und Erlebensprozesse.
- Wichtige Anforderungen im Leben (z. B. Lernen, Veränderung anstoßen und aushalten zu können) erfordern einen Wechsel zwischen den Systemen. **Flexibel und selbstbestimmt zwischen den Systemen wechseln zu können, ist daher eine wichtige Fähigkeit, die im Rahmen der Persönlichkeitsentwicklung (weiter-)entwickelt werden kann.**
- **Menschen haben Motive, die ihnen besonders wichtig sind und nach deren Erfüllung sie streben.** Diese Motive sind entscheidend dafür, was Menschen zum Handeln motiviert.
  - a. **Beziehung (Anschlussmotiv):** Das Bedürfnis nach sozialer Interaktion und Bindung
  - b. **Kompetenz (Leistungsmotiv):** Der Wunsch, Kompetenzen und Fähigkeiten zu entwickeln und Erfolge zu erzielen
  - c. **Macht (Machtmotiv):** Das Streben nach Einfluss, Geltung und Kontrolle
  - a. **Autonomie (Freiheitsmotiv):** Der Antrieb, persönliche Potenziale zu entfalten und zu verwirklichen und selbstbestimmt Entscheidungen zu treffen

**Die gleiche Handlung kann bei unterschiedlichen Menschen durch unterschiedliche Motive begründet sein.**

Der Umstieg vom PKW auf das Fahrrad kann bei einer anschlussmotivierten Person dadurch motiviert sein, dass sie morgens mit ihren Arbeitskolleg:innen zur Arbeit radeln kann, statt allein im Auto zu sitzen. Für eine leistungsmotivierte Person würde eher der eigene Vorsatz, sportliche Leistung zu bringen, motivierend wirken (bspw. durch die Teilnahme an einem Radwettbewerb). Eine machtmotivierte Person wiederum könnte die Anerkennung motivieren, die sie dafür bekommt, konsequent das Klima zu schützen, obwohl es Verzicht auf Bequemlichkeit bedeutet.

**Aufbauend auf dem PSI-Modell lassen sich verschiedene Phänomene für den Kontext der Transformation untersuchen und besser verstehen.**

Beispiele für so aus Studien gewonnene Erkenntnisse sind: 1) Bildung kann dazu beitragen, Zusammenhänge in Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft besser nachzuvollziehen. Aufklärung gilt als ein zentrales politisches Instrument im Rahmen der Nachhaltigkeitswende. Dabei zeigt sich aber, dass emotionale Betroffenheit von der Klimakrise (d. h. Ängste, Gefühl der Lähmung) ein wichtiger moderierender Faktor ist. Menschen, die sich persönlich betroffen erleben, versuchen nach Aufklärung stärker nachhaltig zu leben, als solche Menschen, die sich wenig betroffen fühlen. 2) Menschen mit einem hohen Machtmotiv, die zugleich wenig anschlussmotiviert sind, zeigen signifikant weniger Anstrengungen, den eigenen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zu reduzieren, als Menschen mit einem niedrigen Machtmotiv oder solche mit einem hohen Machtmotiv, aber zugleich einem hohen Anschlussmotiv.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> Siehe Fußnote 26.

**Auch wenn das Modell wissenschaftlich noch umfassend erforscht und diskutiert werden muss**, da es sehr viele unterschiedliche Perspektiven zu integrieren versucht, **findet es in der Praxis erfolgreich Anwendung, zum Beispiel im Bereich der Arbeits- und Organisationspsychologie.**

Das liegt daran, dass Personalentwickler:innen in ihrer Arbeit häufig mit der Frage konfrontiert sind, wie qualifizierte Mitarbeiter:innen für Veränderungen motiviert werden können. In diesem Zusammenhang nutzen Psychotherapeut:innen sowie Berater:innen und Trainer:innen die PSI-Funktionsanalyse erfolgreich als Werkzeug.<sup>29</sup>

#### Implikationen des PSI-Modells

**Transformation ist ein anspruchsvoller Prozess, der psychische Herausforderungen mit sich bringt und hohe Anforderungen an die Motivation sowie Selbstregulation stellt.** Um diese zu meistern müssen Menschen flexibel alle Persönlichkeitssysteme nutzen können. **Durch konkrete Übungen und Interventionen können Menschen darin unterstützt werden.**

**Lernprozesse und innere Veränderungsprozesse wie z. B. Wertewandel finden dann statt, wenn das System des „Selbst“ involviert ist. Dazu benötigt es Zeit, Raum und Ruhe.** Im Dauerkrisenmodus („Empfindung“) kann keine Integration stattfinden, da das System kurzfristig und eng fokussiert funktioniert. Um Menschen zu ermöglichen, sich konstruktiv mit der Transformation auseinanderzusetzen, ist es deshalb wichtig, Räume bereitzustellen, in denen eine Auseinandersetzung in Ruhe stattfinden kann. Konkret kann das z. B. bedeuten, einem fachlichen Austausch einen Raum für emotionalen Austausch vorzuschalten. **Es ist hilfreich, für das Arbeiten zur Unterstützung der Transformation die unterschiedlichen Motive von Menschen mitzudenken und möglichst Wege zu finden, diese anzusprechen.** Nur dann werden Menschen wirklich motiviert, die jeweiligen Umstellungen in ihrem Handeln vorzunehmen.

---

<sup>29</sup> Als Spin-off der Universität Osnabrück entstand auf der Basis der Arbeiten von Prof. Dr. Julius Kuhl bereits 1999 die IMPART GmbH. Diese wurde gegründet, um die Persönlichkeitsanalysen und die funktionsanalytische Betrachtung und Förderung von Entwicklungs- und Veränderungsprozessen in die Praxis zu tragen und dort zu erproben. Auf ihrer [Website](#) stellt sie neben Informationen zur Anwendung der PSI-Theorie auch Weiterbildungsangebote und kostenlose Angebote zur Beratung zur Verfügung.

## 4 Handlungsanregungen für die Praxis

Entscheidungsträger:innen und Praktiker:innen, die Maßnahmen im Bereich Nachhaltigkeit und Klimaschutz umsetzen, sollten sich mit den Wirkungen ihrer Klimakommunikation und der Gestaltung der Maßnahmen bzw. deren Umsetzung befassen. Dabei hilft es, zunächst das bisherige Handeln zu reflektieren. Der Schlüssel für das Gelingen zukünftiger Maßnahmen ist Klarheit darüber, was bisher schiefgelaufen ist und welche Stärken und Schwächen bisherige Maßnahmen in der Umsetzung hatten. **Die dargestellten Forschungserkenntnisse lassen folgende Schlüsse für die Förderung der Akzeptanz von Klimaschutzmaßnahmen und die (emotionale) Begleitung von transformativem Engagement zu:**

- **Gruppendynamiken und soziale Normen dürfen nicht unterschätzt werden:** Menschen sind soziale Wesen und nehmen Krisen und Bewältigungsoptionen aus der Perspektive ihrer sozialen Identität wahr. Um Menschen mit anderen Ansichten besser verstehen und mit ihnen in einen Dialog treten zu können, hilft es, sich deren angenommene soziale Normen und dahinterliegende Bedürfnisse vor Augen zu führen.
- **Austausch und globale Identität fördern Verständnis und Verantwortungsgefühl:** Neben der stärkeren Herausstellung von aktuellen und lokalen Auswirkungen der Krisen und ihrer Einbettung in globale Krisen kann die Förderung einer globalen Identität bei Menschen psychologische Distanz zur Klimakrise reduzieren. Das stärkt auch das Verantwortungsgefühl für die Ursachen und Folgen. Positivbeispiele von Menschen, die sich mit einer globalen Perspektive für andere einsetzen (bspw. durch Filme, die Geschichten von verschiedenen Orten der Erde erzählen), tragen zu einem gesteigerten Verantwortungsgefühl bei.<sup>30</sup>
- **Gemeinschaft und positive Momente fördern Identifikation:** Für die meisten Menschen sind die gemeinschaftlichen Momente und positiven Erlebnisse in Gruppen die stärksten Motivatoren, um sich dauerhaft – auch über punktuellen Protest hinaus – für Nachhaltigkeit und Klimaschutz zu engagieren. Menschen, die sich sehr stark mit einer Gruppe und deren Zielen identifizieren, geben auch nach Rückschlägen nicht auf. Gerade für ein Engagement, das häufig Ausdauer über längere Zeit erfordert, ist die Pflege eines guten Gruppengefühls und positiver Gruppendynamiken wichtig: Dies wird gefördert durch eine wertschätzende Kommunikationskultur, das gemeinsame Feiern von kleinen Erfolgen und spaßige Momente mit der Gruppe.
- **Die kollektive Wirksamkeitserwartung lässt sich durch das Setzen gemeinsamer Ziele und das Erleben gemeinsamer Aktionen stärken.** Die Ziele sollten nicht zu klein sein – es sollen ja wirksame Effekte entstehen – aber auch nicht zu groß. Denn wenn Ziele nicht erreichbar sind, setzt Frustration ein. Stattdessen können langfristige Gesamtziele und kurz- bzw. mittelfristige Zwischenziele gesetzt werden. Auch ein langes Verharren in der Planungsphase, bevor man ins Handeln kommt und erste Zwischenziele erreichen kann, verhindert motivierende Gruppenerlebnisse.
- Akteur:innen der Transformation sollten versuchen **Deutungsangebote zu machen, die es Menschen ermöglichen, so komplexe Themen wie den Klimawandel lokal und global einzuordnen.** Darüber hinaus kann ein Blick in bildungswissenschaftliche Erkenntnisse helfen zu erkennen, mit welchen Instrumenten sich die Akzeptanz für Klimaschutzmaßnahmen und langfristiges transformatives Engagement fördern lassen.

<sup>30</sup> Loy, L.S., Spence, A., 2020, [Reducing and bridging the psychological distance of climate change](#), Journal of Environmental Psychology, 67, S. 101388.; siehe hierzu auch Heitfeld, M., Reif, A., 2020, [Transformation gestalten lernen. Mit Bildung und transformativem Engagement gesellschaftliche Strukturen verändern](#), Hintergrundpapier von Germanwatch e.V.

## 4.1 Klare und sensible Ansprache von Zielgruppen

**Das reine Präsentieren von Fakten kann Verunsicherung schaffen** und hinterlässt eine diskursive Leerstelle, die dann z. B. von Populist:innen gefüllt werden kann. Stattdessen gilt es, die Bedeutung der Fakten zu vermitteln. Dabei besteht die Herausforderung, das Thema einfach darzustellen und Komplexität zu reduzieren, ohne Tatsachen zu verzerren oder Wesentliches zu vernachlässigen.<sup>31</sup> Nach wie vor teilen breite Teile der Bevölkerung die Sorge vor dem Klimawandel und die Ansicht, dass mehr zum Schutz der Umwelt getan werden muss.<sup>32</sup> Dabei unterscheiden sich die Werte, Weltbilder und Informationskanäle. Eine zielgruppengerechte Ansprache ist daher elementar. **Um gute Klimakommunikation in der Praxis umzusetzen, sollten zunächst das Kommunikationsziel definiert und geeignete Methoden ausgewählt werden. Ebenso wichtig ist es, zu bedenken, wie die Botschaften möglicherweise von der jeweiligen Zielgruppe aufgenommen werden und inwiefern sie unbeabsichtigte Bedeutungen transportieren.**<sup>33</sup>

Ein weiterer Hebel für die Erhöhung der Reichweite ist die Suche nach wirkungsvollen Themen-Botschafter:innen.<sup>34</sup> Weitere praktische Tipps, eine Materialsammlung und Arbeitsblätter rund um das Thema Klimakommunikation, inklusive eines Handbuchs „Über Klima sprechen“, bietet die Website [www.klimafakten.de](http://www.klimafakten.de). In diesem Handbuch werden folgende zentrale **Kommunikationsregeln besprochen, die Praktiker:innen bei der Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen als Leitfaden für die eigene Kommunikation mit ihren Zielgruppen nutzen können:**<sup>35</sup>

- Mach‘ den Klimawandel konkret
- Bleibe positiv – sowohl im Ton wie im Inhalt
- Zeige Handlungsoptionen und Lösungen auf
- Erzähle Geschichten
- Nutze Bilder – aber wähle sie mit Bedacht aus
- Du musst nicht immer reden: Spiele, Kunst, Literatur und Humor
- Überlege genau, wie Du mit Emotionen umgehst
- Meide Katastrophismus
- Benutze Vergleiche mit der Corona-Krise sparsam und zielgenau
- Vorsicht mit umstrittenen Methoden
- Meide Wissenschaftsjargon
- Gehe richtig mit Zweifeln und Falschinformationen um
- Erwarte Trauer, und lasse sie zu

Hamann und Kolleg:innen<sup>36</sup> zeigen, dass es zudem sinnvoll sein kann, **moralische Überzeugungen für das Engagement im Klimaschutz nutzbar zu machen**. Dafür arbeiten sie folgende vier Strategien heraus, die sich im Kontext von Klimaprotest und Engagement als wirksam erweisen:

- **Die Kraft von Wut nutzen:** Indem die Aufmerksamkeit auf Ungerechtigkeit und die dafür Verantwortlichen gelenkt wird, können gezielt Wut oder Schuldgefühle ausgelöst werden.

<sup>31</sup> Siehe hierzu auch Kurzossier „Politische Meinungsbildung und Einstellungsänderung zu Klimapolitik“

<sup>32</sup> Levi, S., Wolf, I. & Sommer, S., 2023, [Geographische und zeitliche Unterschiede in der Zustimmung zu Klimaschutzpolitik in Deutschland im Zeitverlauf](#). Kopernikus-Projekt Ariadne, Potsdam (zuletzt abgerufen: 21. November 2024).

<sup>33</sup> Hamann, K. et al., 2024, Klimabewegt. Die Psychologie von Klimaprotest und Engagement, oekom Verlag, München.; siehe hierzu auch Kurzossier „Politische Meinungsbildung und Einstellungsänderung zu Klimapolitik“

<sup>34</sup> Schrader, C.; [www.klimafakten.de](http://www.klimafakten.de), 2022, Über Klima sprechen - Das Handbuch. Oekom Verlag, München, S. 143-379.; weitere Anregungen finden sich in einer Zusammenfassung von Prof. Dr. Maike Sippel (Sippel, M., 2022, [Besser übers Klima reden: 10 wissenschaftlich belegte Regeln](#) (zuletzt abgerufen: 21. November 2024)).

<sup>35</sup> Die aufgeführten Punkte sind Teil des Handbuchs „Über Klima sprechen“. Auf der [Website](#) gibt es sie auch als [Podcasts](#) zu hören.

<sup>36</sup> Siehe Fußnote 33.

Diese sind wichtige Treiber für soziale Bewegungen. Diese strategische Form der Kommunikation kann im Rahmen von Kampagnen und Botschaften eingesetzt werden.

- **Kommunizieren, dass andere ähnliche Bedürfnisse und Gefühle haben:** Soziale Normen beeinflussen, was wir und Andere fühlen und tun oder nicht. Dadurch können Empfindungen geteilt werden und die Verbindung zu den eigenen Werten sowie die Verbindung zwischen Menschen gestärkt werden. Diese Erkenntnis kann ebenfalls im Rahmen von Kampagnen hilfreich sein, aber auch für Begegnungs- und Dialogformate genutzt werden.
- **Moral-Empathie-Lücke verkleinern:** Im Kontext von Klimaschutz und Nachhaltigkeit geht es häufig um moralische Entscheidungen. Das führt dazu, dass wir Entscheidungen in entweder richtig oder falsch unterscheiden. Dadurch fällt es unter Umständen schwerer, sich für die Perspektive des Gegenübers zu öffnen. Diese Moral-Empathie-Lücke kann verkleinert werden, indem der direkte Austausch von Menschen gefördert wird. Begegnung und Dialog in öffentlichen Räumen fördern das Verständnis zwischen Menschen, die Toleranz gegenüber Andersdenkenden sowie Zusammenhalt und das Vertrauen in kollektive Strukturen, bspw. demokratische Institutionen.<sup>37</sup>
- **Moralisches Selbstbild herausfordern, aber nicht gefährden:** Wenn starke moralische Überzeugungen infrage gestellt werden, kann dies auch starke Abwehrreaktionen auslösen. Dahinter steht zum Beispiel die Sorge, dass – ausgelöst durch Scham- oder Schuldgefühle – das eigene Selbstbild bedroht ist. Um in solchen Fällen die Akzeptanz von Maßnahmen zu fördern, ist es wichtig, zwischen dem Menschen und seinen Handlungen zu unterscheiden und keine Schuldgefühle hervorzurufen. Hierbei helfen positive Konzepte wie der Handabdruck (siehe Kasten) sowie Ansätze der Gewaltfreien Kommunikation und des aktiven Zuhörens.

**Eine sehr große Herausforderung im Umgang mit Emotionen im realpolitischen Diskurs ist die zunehmende Polarisierung von Einstellungen, die Praktiker:innen sowohl bei der Umsetzung vor Ort als auch im digitalen Raum begegnet.** Auf die daraus entstehenden schwer versöhnlichen Konflikte zwischen Gruppen und ihre Ursachen wurde bereits **im Kurzossier „Politische Meinungsbildung und Einstellungsänderung zu Klimapolitik“** eingegangen. Im Fokus stand die Frage, unter welchen Umständen Menschen ihre Einstellungen verändern oder eine gemäßigte Haltung entwickeln. Das Dossier **hat zwei Aspekte benannt, die in der Praxis helfen können: Erstens kann die Förderung der kognitiven Flexibilität** dazu beitragen, dass Menschen toleranter werden und alternative Lösungswege in Betracht ziehen. Zweitens ist es sinnvoll, die in der **eigenen Kommunikation genutzten „frames“ (Definitionsrahmen) zu reflektieren und bewusst(er) zu wählen.** Dadurch lässt sich zu einer positiveren Einschätzung von Veränderungsfähigkeit beitragen.

## 4.2 Veränderung braucht Zeit und Raum

Die Erkenntnis, dass Veränderung Zeit und Raum braucht, trifft im Kontext von Polykrisen<sup>38</sup> auf die Problematik, dass Zeit knapp ist. **Doch obwohl die Zeit begrenzt ist, müssen wir sie uns trotzdem nehmen.** Denn die Gefahr von Erschöpfungssymptomen, Burn-out und psychischen Erkrankungen (u. a. Depressionen) sind in der Nachhaltigkeitstransformation groß.<sup>39</sup> Basierend auf der Forschung

<sup>37</sup> Manthe, R., 2024, Demokratie fehlt Begegnung. Über Alltagsorte des sozialen Zusammenhalts. transcript, Bielefeld, S. 23-54.; Thiele, K., 2021, Öffentliche Bibliotheken zwischen Digitalisierung und Austerität Kommunale Strategien und ihre Implikationen für die Bildungsgerechtigkeit, transcript, Bielefeld, S. 43-78.

<sup>38</sup> Der Begriff Polykrise beschreibt die Existenz mehrerer parallellaufender Krisen, die sich gegenseitig beeinflussen und verstärken, wobei die Klimakrise eine besonders wirkmächtige Krise darstellt (siehe hierzu Fußnote 11).

<sup>39</sup> Bundesministerium (BMUV), 2024, Klimawandel und mentale Gesundheit (zuletzt abgerufen: 07.11.2024); Bundes Psychotherapeuten Kammer (BPTK), 2023, Klimakrise und psychische Gesundheit: Informationen und politischer



von Panu Pihkala<sup>40</sup> hat das Climate Mental Health Network das Klima-Gefühlsrad als visuelles Tool entwickelt (siehe Abb. 2). Es kann Menschen dabei helfen, ihre Gefühle besser zu verstehen. **Die Beschäftigung mit den eigenen und kollektiven Gefühlen und Bedürfnissen stärkt langfristig die Resilienz. Denn Menschen, die in der Lage sind, ihre mitunter herausfordernden Klimagefühle zu regulieren und ihre emotionalen und psychischen Ressourcen zu schonen bzw. sie an entsprechender Stelle zu mobilisieren, können besser mit den Belastungen umgehen.**

Studien zeigen zwar, dass wir in den letzten Jahrzehnten gesellschaftlich sensibler geworden sind für Verletzlichkeiten und den Schutz von Individuen. Das bedeutet jedoch nicht, dass es diese Sensibilität nun nicht mehr braucht. **Vielmehr ist es gerade für eine robuste Gesellschaft wichtig, die Resilienz von Individuen und der Gesellschaft weiter zu fördern.**<sup>41</sup> Die Psychologists for Future haben in diesem Kontext eine Übersicht zu Strategien zum emotionalen Umgang mit der Klimakrise veröffentlicht, die Engagierten helfen, an der Klimakrise zu wachsen (statt zu verzweifeln).<sup>42</sup> Dazu gehört, neben dem Erlernen von Methoden zur Akzeptanz und Verarbeitung von Gefühlen, auch die Klarheit über die eigenen Werte und der Aufbau von Netzwerken und Gemeinschaften, die das Individuum in Krisenzeiten auffangen. Zur Stärkung der kollektiven Resilienz empfiehlt die Wissenschaftsplattform Klimaschutz, Zielkonflikte, die durch unterschiedliche Betroffenheiten von den Krisen entstehen, klar zu identifizieren, offen und ungeschönt anzusprechen sowie sachgerechte und ethisch vertretbare Kompromisse einzugehen. Auch wird die Notwendigkeit betont, dass relevante Stakeholder und die betroffene Bevölkerung in die Abwägung von Zielkonflikten einbezogen werden müssen, um zeitnah gemeinsame und akzeptierte Lösungen zu finden.<sup>43</sup>



Abb. 2: Klima-Gefühlsrad. Quelle: [Climate Mental Health Network 2024](#)

[Handlungsbedarf](#) (zuletzt abgerufen: 07. November 2024); Gebhardt, N. et al., 2023, [Scoping Review zu Klimawandel und psychischer Gesundheit in Deutschland – Direkte und indirekte Auswirkungen, vulnerable Gruppen, Resilienzfaktoren](#). Journal of Health Monitoring 8(S4), S. 132-161; Umweltbundesamt (UBA), 2023, [Klimawandel und psychische Gesundheit](#) (zuletzt abgerufen: 07. November 2024).

<sup>40</sup> Pihkala, P., 2022, [Toward a Taxonomy of Climate Emotions](#), Froniers in Climate, Volume 3 - 2021.

<sup>41</sup> Rostalski, F., 2024, Die vulnerable Gesellschaft. Die neue Verletzlichkeit als Herausforderung der Freiheit. Edition Mercator, Essen & C. H. Beck Verlag, München.

<sup>42</sup> Psychologists for Future, 2020, [Klima-Resilienz fördern: 14 Strategien zum emotionalen Umgang mit der Klimakrise](#) (zuletzt abgerufen: 06. November 2024); siehe hierzu auch Dohm, L., Schulze, M., 2022, Klimagefühle. Wie wir an der Umweltkrise wachsen, statt zu verzweifeln, Droemer Knaur, München.

<sup>43</sup> Siehe Fußnote 11.

## 4.3 Impulse aus den Bereichen transformative Bildung und transformatives Engagement

**Die Erkenntnisse der Klima-Kommunikation schließen an Erkenntnisse in den Bereichen transformatives Lernen und Engagement** an – genauer an bildungswissenschaftliche Erkenntnisse zum lebenslangen Lernen, zu Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) sowie zu den diversen Feldern der (entwicklungs-)politischen Bildung. Eine politische Bildung für nachhaltige Entwicklung bereitet den Boden für nachhaltiges Verhalten im Privatbereich der Lernenden. Sie bereitet jedoch auch auf die aktive Teilhabe an den „notwendigen strukturelle[n] gesellschaftliche[n] Veränderungen“ vor.<sup>44</sup> Denn Räume für Begegnung und Mitgestaltung zu eröffnen sowie Verantwortungsübernahme im realen politischen Raum zu fördern, ist wichtig für den gesellschaftlichen Zusammenhalt und das gemeinsame Entwerfen nachhaltiger Zukünfte.

Die Frage, wie transformative Bildung Menschen bestärken und befähigen kann, sich wirkungsvoll und nachhaltig für ihre Werte und Visionen zu engagieren, ist daher zwangsläufig verbunden mit der Frage nach dem Umgang mit Emotionen. **In Bildungskontexten sollten Gefühle nicht ignoriert werden. Alle Gefühle haben ihre Berechtigung.** Gerade ein Gefühl wie „Angst“ kann langfristig Erschöpfungssymptome und psychische Erkrankungen verursachen.<sup>45</sup> **Bildungsangebote müssen daher Räume öffnen, in denen Emotionen Platz haben (dürfen) und aufgefangen werden (können).** Dies kann in vier Schritten erfolgen:

1. **Gefühle mitdenken:** Menschen sind emotionale und soziale Wesen, keine rein rationalen Akteure. Deshalb lohnt es sich immer zu fragen: Welche Emotionen löst unser Vorhaben bei unterschiedlichen Menschen (möglicherweise) aus (bspw. Stolz, Vorfreude, Wut, Angst, Schuld).
2. **Gefühle ernst nehmen und reflektieren:** Niemand mag es, als irrational abgetan zu werden. Welche Möglichkeiten gibt es, starke Gefühle anzuerkennen und zu verstehen und gleichzeitig Fakten und andere Sichtweisen nicht aus dem Blick zu verlieren?
3. **Gefühle thematisieren und kommunizieren:** Mit ausgesprochenen Gefühlen lässt sich leichter arbeiten als mit solchen, die im Hintergrund wirken. Die Frage, welche Räume es gibt, um in einen Austausch zu kommen, ist daher sehr relevant.
4. **Gefühle adressieren:** Die Gefühle, die im Zuge einer Maßnahme angesprochen werden sollen, müssen schließlich explizit adressiert werden, d. h. Praktiker:innen müssen sich fragen: Wie können wir Emotionen verstehen, einbinden und nutzen?

Da es zudem keinen Automatismus zwischen Emotion und Handlung gibt, **hängt es vom Kontext und der Einbettung von Emotionen ab, wie wir handeln.** Angst als Emotion ist zum Beispiel eine natürliche Reaktion auf eine Bedrohung und somit sehr legitim im Kontext der Klimakrise. Der Austausch mit anderen Menschen, die ähnliche Sorgen haben, kann Menschen dabei helfen, die Ängste abzubauen und in konstruktiver Weise ins Handeln zu kommen. Sowohl aus negativen Emotionen (Wut, Ärger oder Trauer) als auch aus positiven Emotionen (Hoffnung, Begeisterung für eine positive Zukunftsvision) kann Handlungsmotivation entstehen. **Wir müssen also bewusst über Emotionen sprechen und die Sorgen und Ängste ernst nehmen. Gerade dadurch können eine sachliche Auseinandersetzung mit den eigenen Emotionen und das Verständnis gegenüber Anderen, die in Bezug auf nachhaltige Entwicklung andere Meinungen haben, gefördert werden.**<sup>46</sup>

**In diesem Zusammenhang sollte auch die unterschiedliche Betroffenheit von Klimagefühlen und die Gerechtigkeitsdimension von psychischer Belastung infolge der Klimakrise thematisiert**

<sup>44</sup> BMBF, 2024, [Das UNESCO-Programm „BNE 2030“ in Deutschland \(2020 - 2030\)](#) (zuletzt abgerufen: 16.11.2024).

<sup>45</sup> Siehe Fußnote 39.

<sup>46</sup> Siehe Fußnote 3.

**werden.** Neuere Studien zeigen deutlich, dass die Betroffenheit von der Klimakrise in enger Wechselwirkung zur Betroffenheit von anderen Faktoren des sozialen und gesellschaftlichen Umfeldes (u. a. geografische Nähe, soziale Nähe, Alter) steht.<sup>47</sup>

Besonders hoch ist die Vulnerabilität bei Kindern und Jugendlichen – jungen Menschen sowie bei Menschen in stärker direkt betroffenen Ländern und deren familiären Umfeld.<sup>48</sup> Für das Gespräch mit Kindern und Jugendlichen gilt selbstverständlich besondere Rücksichtnahme und Vorsicht. Es ist jedoch zugleich wichtig, den Mut für Ernsthaftigkeit und Klarheit aufzubringen – sowohl in Bezug auf die Fragen und Sorgen der jungen Menschen, als auch in Bezug auf die Verantwortung für die Klimakrise und unseren Umgang damit. Diese liegt nicht bei Kindern und Jugendlichen.<sup>49</sup>

Um Lernenden aufzeigen, wo die strukturellen Ursachen für eine nicht-nachhaltige Entwicklung liegen, und mit ihnen gemeinsam eigene Handlungsoptionen und Projektideen zu entwickeln, die ihnen Hoffnung geben, hat Germanwatch das Konzept des nachhaltigen, strukturverändernden Handabdrucks etabliert. **Als Bildungs- und Engagementansatz für die nachhaltige Transformation ermutigt der Handabdruck Menschen ins systemische Handeln für eine sozial, ökonomisch und ökologisch gerechte Zukunft zu kommen. Der Handabdruck stärkt Selbstwirksamkeit und kollektive Wirksamkeit** (siehe Kasten auf Seite 20).

Theoretische Grundlagen und zahlreiche praktische Tools für verschiedene Zielgruppen gibt es auf folgenden Seiten:



Website: <https://www.germanwatch.org/de/handprint>



Blog zum Handabdruck: <https://www.handprint-hub.de>

<sup>47</sup> Crandon, T. J. et al., 2022, [A social-ecological perspective on climate anxiety in children and adolescents](#), Nature Climate Change 12(2), S. 123–131.

<sup>48</sup> Clayton, S. D. et al., 2023, [Psychological and Emotional Responses to Climate Change among Young People Worldwide: Differences Associated with Gender, Age, and Country](#), Sustainability, 15(4), Article 4.; Solmi, M. et al., 2022, [Age at onset of mental disorders worldwide: Large-scale meta-analysis of 192 epidemiological studies](#), Molecular Psychiatry, 27(1), S. 281–295.

<sup>49</sup> Psychologists/Psychotherapists for Future e.V., 2022, [Mit Kindern über die Klimakrise reden](#), (zuletzt abgerufen: 21. November 2024).



### Der Handabdruck als zukunftsgerichtetes und mutmachendes Narrativ

Die Handlungsoptionen sowie der Fokus auf negative Konsumauswirkungen, die das Konzept des ökologischen Fußabdrucks bietet, sind der Größe der globalen Nachhaltigkeitskrise(n) nicht angemessen und können die persönliche Handlungsmotivation hemmen. **Der Handabdruck dagegen macht Menschen Mut, sich aktiv für eine sozial und ökologisch gerechte Zukunft einzusetzen.** Er hilft zu erkennen, welche gesellschaftlichen und politischen Strukturen jede:r von uns bleibend nachhaltiger gestalten kann. Mit ihm befähigen wir Bürger:innen, über den eigenen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck hinaus zu denken und gesellschaftliche Strukturen so zu verändern, dass Nachhaltigkeit keine Individualentscheidung bleibt.

### Folgende Aspekte machen den Handabdruck aus: Er ...

- vermittelt eine **positive Perspektive auf Handlungsoptionen**: Wo kann ich etwas Gutes hinterlassen?
- **befähigt zur aktiven politischen Mitgestaltung** der Gesellschaft hin zur Nachhaltigkeit.
- **versteht Lernende** nicht als reine Konsument:innen, sondern **als Gestalter:innen ihrer direkten Umgebung und der Gesellschaft**.
- **gibt Lernenden** das Gefühl, ernst genommen zu werden. Diese entwickeln dadurch eine **größere Wirksamkeitserwartung und -erfahrung**.
- **bietet Handlungsoptionen, die zur Problemgröße passen** („Epistemic-Fit“).
- **hat ein größeres transformatives Wirkpotenzial**, um nachhaltiges Verhalten für viele Menschen einfacher zu machen und in der Gesellschaft zu verankern.
- **bietet handlungsorientierte Andockmöglichkeiten** an Transformationsmodelle.
- **stärkt demokratische Grundpfeiler** (u. a. Lernen am Aushandlungsprozess, Begegnung und Austausch, Mitgestaltungs- und Partizipationszugänge, Repolitisierung nicht nur junger Menschen, Bezüge zu politisch legitimierten Rahmenwerken, Revitalisierung von Debattenkultur, Zukunftsvisionen).<sup>50</sup>

<sup>50</sup> Grund, J., Brock, A., 2018, [Why We Should Empty Pandora's Box to Create a Sustainable Future: Hope, Sustainability and Its Implications for Education](#). Sustainability 2019, 11(3), S. 893.; Heitfeld, M., Reif, A., 2020, [Transformation gestalten lernen. Mit Bildung und transformativem Engagement gesellschaftliche Strukturen verändern](#). Hintergrundpapier von Germanwatch e.V.

# 5 Leitfaden für die Praxis

(Politische) Maßnahme / Projekt / Vorhaben:			
Zielgruppe:	Ziel:	Kontext, Zeitrahmen & Kooperationspartner:innen:	
Emotionen: Wie prägen Gefühle unser politisches Denken und Handeln? Wie beeinflussen sie die Meinungsbildung, Nachhaltigkeitsdebatten & Transformationsprozesse?			
<b>1. Gefühle mitdenken</b> Menschen sind emotionale und soziale Wesen, keine rein rationalen Akteure. Deshalb lohnt es sich immer zu fragen: <b>Welche Emotionen löst unser Vorhaben bei unterschiedlichen Menschen (möglicherweise) aus?</b> (Stolz; Vorfreude; Wut, Angst, Schuld usw.)	<b>3. Gefühle ernst nehmen – und reflektieren</b> Niemand mag es allerdings, als irrational abgetan zu werden. <b>Welche Möglichkeiten gibt es, starke Gefühle anzuerkennen und zu verstehen und gleichzeitig Fakten und andere Sichtweisen nicht aus dem Blick zu verlieren?</b>	<b>5. Sprache &amp; Kommunikationskanäle</b> Wie sprechen die Menschen, die ich erreichen will? Meinen wir das Gleiche mit Begriffen? Gibt es „Reizworte“, die starke Gefühle hervorrufen? <b>Wie, wann und wo kann ich mein Anliegen so formulieren, dass es an die Alltagskommunikation der Zielgruppe anknüpft?</b>	<b>7. Verantwortung &amp; Wirksamkeit</b> Kann die Zielgruppe klare Ziele und eine wirksame Strategie erkennen? Liegt die (gefühlte) Verantwortung für Handeln bei der Zielgruppe? <b>Wie können Menschen sich als aktiv und handlungsfähig erleben statt Ohnmacht, Überforderung und das Gefühl von Fremdbestimmtheit zu empfinden?</b>
<b>2. Gefühle thematisieren/kommunizieren</b> Mit ausgesprochenen Gefühlen lässt sich leichter arbeiten als mit solchen, die im Hintergrund wirken. <b>Welche Räume gibt es, in einen Austausch zu kommen?</b>	<b>4. Gefühle adressieren</b> Alle Gefühle haben ihre Berechtigung. Es gibt keinen Automatismus zwischen Emotion und Handlung. Wie wir handeln hängt vom Kontext und der Einbettung von Emotionen ab. <b>Wie können wir Emotionen verstehen, einbinden und nutzen?</b>	<b>6. Vertrauen</b> Die beste Botschaft nutzt nichts, wenn sie vom „falschen“ Sender kommt. Wie nimmt uns die Zielgruppe wahr? <b>Wie können wir Vertrauen bei der Zielgruppe herstellen?</b> Gibt es Menschen, die eine Brücke bauen?	<b>8. Ungleichheit &amp; Gerechtigkeit</b> Adressieren unsere Maßnahmen soziale Ungleichheit? Werden sie als gerecht wahrgenommen? <b>Wie kann das Projekt diese Themen stärker einbeziehen?</b>
<b>9. Der passende Modus</b> Die menschliche Psyche hat unterschiedliche Modi. Braucht es aktuell Energie und Aktivität oder eher Ruhe und Planung? <b>Wie schaffen wir es, flexibel zu bleiben und uns auf die jeweiligen Anforderungen gut einzustellen?</b>		<b>10. Identität &amp; Echte Wertschätzung</b> Der politische Diskurs ist oft geprägt von Polarisierung. <b>Wie können wir konstruktive Resonanzräume schaffen, in denen Menschen mit unterschiedlicher Identität sich willkommen fühlen und gemeinsame Visionen entwickeln können?</b> Respekt kann Gräben überwinden: Was schätzen wir aneinander, obwohl wir so unterschiedlich sind?	
<b>11. Vorstellbarkeit &amp; psychologische Nähe</b> Die Folgen unseres Handelns – im Guten wie im Schlechten – sind (emotional) oft weit weg. Gefühle sind umso stärker, je „näher“ etwas kommt. <b>Wie können wir komplexe Zusammenhänge und positive Visionen in den Raum holen?</b> Wie können wir eine ganzheitliche Betrachtung von Risiken, Kosten und Nutzen fördern?		<b>12. Nachhaltiger Aktivismus</b> An der Transformation zu arbeiten ist für alle emotional herausfordernd. <b>Wie sorgen wir dafür, dass wir nicht durch Burnout oder Misserfolge aufgegeben werden, sondern langfristig aktiv bleiben können</b> (u.a. positive Erfahrungen, Selbstwirksamkeit, Frustrationstoleranz)? Wie können wir unsere Erfolge feiern?	

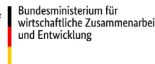
Eine Veranstaltung von:



In Kooperation mit dem Zentrum für Transformationsforschung und Nachhaltigkeit der Bergischen Universität Wuppertal:



Gefördert von Engagement (Logo) bal mit Mitteln des BMZ:



Sowie gefördert von:



## Über uns

### Germanwatch

Germanwatch ist eine unabhängige Umwelt-, Entwicklungs- und Menschenrechtsorganisation, die sich für eine zukunftsfähige globale Entwicklung einsetzt. Zukunftsfähig, das heißt für uns sozial gerecht, ökologisch verträglich und ökonomisch tragfähig. Wir schauen auf mehr als 30 Jahre und über 650 erfolgreich abgeschlossene Projekte zurück. In dieser Zeit haben wir uns als wirkungsvoller Akteur der Zivilgesellschaft etabliert. So mancher klima- und entwicklungspolitische Meilenstein wäre ohne Germanwatch später oder vielleicht auch gar nicht erreicht worden. Unsere Themen: Klimaschutz, Klimaanpassung, Schäden und Verluste; Unternehmensverantwortung; Welternährung, Landwirtschaft und Handel; Nachhaltige und demokratiefähige Digitalisierung; Bildung für nachhaltige Entwicklung; Sustainable Finance; Klima- und Menschenrechtsklagen.

### Transzent (Zentrum für Transformationsforschung und Nachhaltigkeit)

Mit der Einrichtung des Zentrums verfolgt die Bergische Universität Wuppertal (BUW) die Zielsetzung, ein auf internationalem Niveau sichtbares Kompetenzzentrum für die Erforschung von Transformationsprozessen zu schaffen und vorhandene Kompetenzen in der Nachhaltigkeitsforschung an der BUW sowie in der Region zu bündeln. Das Zentrum ist überwiegend forschungsorientiert. Im Sinne der transformativen Wissenschaft und transdisziplinärer Forschung schlägt das Zentrum zudem die Brücke von der Universität zur Zivilgesellschaft, Politik und Wirtschaft Wuppertals und der Region. Hierfür geht das Zentrum Forschungs Kooperationen mit lokalen und regionalen Praxispartnern ein. Es organisiert gemeinsame Veranstaltungen, um Forschungsprozesse und -ergebnisse mit Bürgerinnen und Bürgern zu diskutieren.

## Über das Projekt

Obwohl Ansätze für eine sozial und ökologisch zukunftsfähigere Gestaltung unserer Gesellschaft zunehmend bereit liegen, stoßen viele Akteur:innen bei der Umsetzung dieser Ansätze auf Hindernisse sozialer und psychologischer Art. Vor diesem Hintergrund möchten wir den Austausch über Erkenntnisse aus sozial-, kognitions- und umweltspsychologischer Forschung fördern.

Dazu organisieren wir, die NGO Germanwatch, in Kooperation mit dem Zentrum für Transformationsforschung und Nachhaltigkeit (transzent) der Bergischen Universität Wuppertal eine Reihe von drei Fachtagungen in 2024 und einer Fachkonferenz in 2025. Wir bringen renommierte Wissenschaftler:innen aus Psychologie, Verhaltens- und Kommunikationswissenschaften zusammen mit Praktiker:innen, die Transformationsprozesse in Politik, Verwaltung, Wirtschaft und Zivilgesellschaft vorantreiben.

Ziel der Reihe „Psychologie & Transformation“ ist es, Einblicke in relevante Forschungsergebnisse aus der Psychologie und daran angrenzenden Wissenschaften zu geben und die Anwendung in der Entwicklung, Durchführung und Kommunikation von Nachhaltigkeitsprojekten zu fördern. Dabei geht es um die Erklärung von Zusammenhängen zwischen menschlicher Wahrnehmung, Kognition, Emotion, Motivation und Verhalten im Umgang mit Nachhaltigkeitskrisen und -Lösungsansätzen. Außerdem sollen relevante Themen und Forschungsfragen aus der Praxis an die psychologische Nachhaltigkeitsforschung zurückgespiegelt werden. Die Reihe richtet sich an Entscheidungsträger:innen und Praktiker:innen aus Politik, Verwaltung, Zivilgesellschaft und Wirtschaft, die daran arbeiten Transformationsprozesse (Agrarwende, Energiewende, Mobilitätswende etc.) in ihrem jeweiligen Umfeld voranzutreiben.

*Dieses Kurzdossier fasst zentrale Aspekte aus der Fachtagungsreihe „Psychologie & Transformation“ für Entscheidungsträger:innen in der Praxis zusammen und erhebt nicht den Anspruch, den gesamten Forschungsbereich darzustellen.*

## Fundierte Arbeit braucht ein solides Fundament.

Wir stellen unsere Veröffentlichungen zum Selbstkostenpreis zur Verfügung, zum Teil auch unentgeltlich. Dafür spielen Spenden und Mitgliedsbeiträge eine ungemein wichtige Rolle: Diese sichern unsere Unabhängigkeit und ermöglichen uns auch in Zukunft wissenschaftsbasiert und fundiert zu dringenden Themen zu arbeiten. Helfen auch Sie mit!

**Einfach Online Spenden:** [www.germanwatch.org/spenden](http://www.germanwatch.org/spenden)



**Spendenkonto:** IBAN: DE95 3702 0500 0003 2123 23, BIC/Swift: BFSWDE33XXX

**Fördermitgliedschaft:** Eine der wirksamsten Arten zu helfen ist die regelmäßige Unterstützung von Vielen. Sie sichern Planbarkeit und den langen Atem unseres Engagements. Dazu erwarten Sie spannende Hintergrundberichte und aktuellste Nachrichten zur Arbeit von Germanwatch.

[www.germanwatch.org/foerdermitglied-werden](http://www.germanwatch.org/foerdermitglied-werden)



Bei Rückfragen sind wir jederzeit gerne für Sie da:  
Telefon: 0228/604920, E-Mail: [info@germanwatch.org](mailto:info@germanwatch.org)

# Germanwatch

Germanwatch ist eine unabhängige Umwelt-, Entwicklungs- und Menschenrechtsorganisation, die sich für eine zukunftsfähige globale Entwicklung einsetzt. Zukunftsfähig, das heißt für uns sozial gerecht, ökologisch verträglich und ökonomisch tragfähig.

Unsere Organisation gibt es seit über 30 Jahren. In dieser Zeit haben wir uns als wirkungsvoller Akteur der Zivilgesellschaft etabliert. So mancher klima- und entwicklungspolitische Meilenstein wäre ohne Germanwatch später oder vielleicht auch gar nicht erreicht worden.

Unsere Themen:

- Klimaschutz, Klimaanpassung, Schäden und Verluste
- Unternehmensverantwortung
- Welternährung, Landwirtschaft und Handel
- Nachhaltige und demokratiefähige Digitalisierung
- Bildung für nachhaltige Entwicklung
- Sustainable Finance
- Klima- und Menschenrechtsklagen

Germanwatch finanziert sich aus Mitgliedsbeiträgen, Spenden und Zuschüssen der Stiftung Zukunftsfähigkeit sowie aus Projektmitteln öffentlicher und privater Zuschussgeber.

Möchten Sie die Arbeit von Germanwatch unterstützen? Wir sind hierfür auf Spenden und Beiträge von Mitgliedern und Förderern angewiesen. Spenden und Mitgliedbeiträge sind steuerlich absetzbar.

Einfach online spenden:

[www.germanwatch.org/spenden](http://www.germanwatch.org/spenden)

Fördermitgliedschaft:

[www.germanwatch.org/foerdermitglied-werden](http://www.germanwatch.org/foerdermitglied-werden)

## **Bankverbindung / Spendenkonto:**

Bank für Sozialwirtschaft AG,  
IBAN: DE95 3702 0500 0003 2123 23,  
BIC/Swift: BFSWDE33XXX

Weitere Informationen erhalten Sie unter

**[www.germanwatch.org](http://www.germanwatch.org)**

oder bei einem unserer beiden Büros:

## **Germanwatch – Büro Bonn**

Dr. Werner-Schuster-Haus  
Kaiserstr. 201, D-53113 Bonn  
Telefon +49 (0)228 / 60492-0, Fax -19

## **Germanwatch – Büro Berlin**

Stresemannstr. 72, D-10963 Berlin  
Telefon +49 (0)30 / 5771 328-0, Fax -11

E-Mail: [info@germanwatch.org](mailto:info@germanwatch.org)



**Hinsehen. Analysieren. Einmischen.**

Für globale Gerechtigkeit und den Erhalt der Lebensgrundlagen.