

Konzept & Text	Marie Heitfeld (Germanwatch e. V.)
Redaktion	Daniela Baum, Tobias Rinn und Stefan Rostock (alle Germanwatch e. V.)
Gestaltung	Julian & Hendrik Klein (superkolor) Collagen: Lucas Mayer
Herausgeber	Germanwatch e. V.
Büro Bonn	Büro Berlin
Kaiserstr. 201	Stresemannstr. 72
D-53113 Bonn	D-10963 Berlin
+49 (0)228 / 60 492-0	+49 (0)30 / 5771 328-0
Internet	www.germanwatch.org
E-Mail	info@germanwatch.org

Einzelne Inhalte bauen auf Methoden von folgenden Organisationen auf:
Bürgerlobby Klimaschutz e. V., Psychologists for Future, klimafakten.de,
wort_wechsel e. V., Reinventing Societies, netzwerk n e. V.

Dezember 2023

Bestellnummer: 23-6-02

Diese Publikation kann im Internet abgerufen werden unter:
www.germanwatch.org/de/89456

Gefördert von der



sowie von der



Für den Inhalt dieser Publikation ist allein Germanwatch verantwortlich.

Liebe Engagierte,

dieser ausfüllbare Projektkalender soll Euch über ein Jahr hinweg in eurem Engagement für eine sozial gerechte und ökologisch nachhaltige Gesellschaft begleiten und unterstützen. Ihr findet darin Methoden, Checklisten, Tipps, Ideen und Platz zum Pläne schmieden für Eure Projekte.

Der Projektkalender baut auf unseren Erfahrungen in dem Programm „**Handwerkszeug für Zukunftshandeln**“ auf. Im Rahmen des Programms haben wir fünf Gruppen für zwölf Monate in ihrem transformativen Engagement für eine gute Zukunft für alle begleitet. In dieser Zeit haben wir – zusammen mit verschiedenen Expert:innen – bei den fünf Gruppen vor Ort jeweils individuelle Workshops durchgeführt, die sich an ihren jeweiligen fachlichen, strategischen oder organisatorischen Fragen orientierten. Weitere Inhalte im Projektkalender resultieren aus unserer langjährigen Arbeit mit dem Bildungs- und Engagementkonzept des Handabdrucks.

Germanwatch ist unabhängige Entwicklungs- und Umweltorganisation, die sich für eine zukunftsfähige globale Entwicklung einsetzt. Zukunftsfähig heißt für uns, die planetaren Grenzen zu schützen, soziale Gerechtigkeit zu sichern und nachhaltig zu wirtschaften. Im Bereich Bildung für nachhaltige Entwicklung bei Germanwatch zeigen wir wirksame Handlungsoptionen für jede:n Einzelne:n auf: Was können wir Gutes im Sinne sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit hinterlassen? Mit dem Handabdruck legen wir dabei den Fokus auf Strukturveränderungen statt Konsumtipps: Wie können wir Rahmenbedingungen in unserem jeweiligen Umfeld so gestalten, dass Nachhaltigkeit zum neuen Standard wird?

Auch diesem Kalender liegt die Idee zugrunde, Menschen dabei zu unterstützen, in ihrem Verein, ihrer Schule / Hochschule, an ihrem Arbeitsplatz, in ihrer Stadt, Kommune oder in ihrem Bundesland strategisch dauerhaft bleibende Veränderungen für eine nachhaltigere Gesellschaft zu verankern. Dabei wünschen wir Euch Mut, Ausdauer, Zuversicht und treue Verbündete, wenn’s mal schwierig wird.

Transformative Grüße,


Marie Heitfeld
Bereich Bildung für nachhaltige Entwicklung
Germanwatch e. V.

Mehr über den Handabdruck erfahren,
theoretische Debatten und praktische
Materialien entdecken:
www.handprint-hub.de


Deinen Hebel beim Handabdruck-Test
finden: www.handabdruck.eu




Träumen

Utopisches Aufladen	1 + 2	Wochen	
Unsere Welt neu denken	9 + 10		
In Zukunftsvisionen eintauchen	17 + 18		
„Utopia Stories“ erraten	25 + 26		
Sich inspirieren lassen	33 + 34		
Von der Vision zur Umsetzung kommen	41 + 42		
Über sich hinaus wachsen	49 + 50		


Planen

Wirkungsvolle Handabdruck-Hebel finden	3 + 4	Wochen	
Ziele und Hebelpunkte priorisieren	11 + 12		
Sich mit anderen verbünden	19 + 20		
Eine Theorie des Wandels entwickeln	27 + 28		
Sich auf die Zielgruppen einstellen	35 + 36		
Argumente entwickeln und erwidern	43 + 44		
Unerwünschte Nebeneffekte vermeiden	51 + 52		

Handeln

Die eigenen Handlungsspielräume ausloten	5 + 6	Wochen	
Mit Verzögerungsstrategien umgehen	13 + 14		
Kommunikationsstrategien entwickeln	21 + 22		
Mit Entscheidungsträger:innen sprechen	29 + 30		
Wichtige Gespräche vor- und nachbereiten	37 + 38		
Sich ins Gespräch trauen	45 + 46		
Eine Rede schreiben	53		

Feiern

Die eigenen Stärken reflektieren	7 + 8	Wochen	
Im Engagement resilient bleiben	15 + 16		
Gut mit anderen zusammenarbeiten	23 + 24		
Erfolge feiern	31 + 32		
Geschichten des Scheiterns erzählen	39 + 40		
Kontakte knüpfen, Netzwerke bilden	47 + 48		

Transformationsmodelle, Platz für Notizen, Jahresübersicht und Impulse zum Mitnehmen

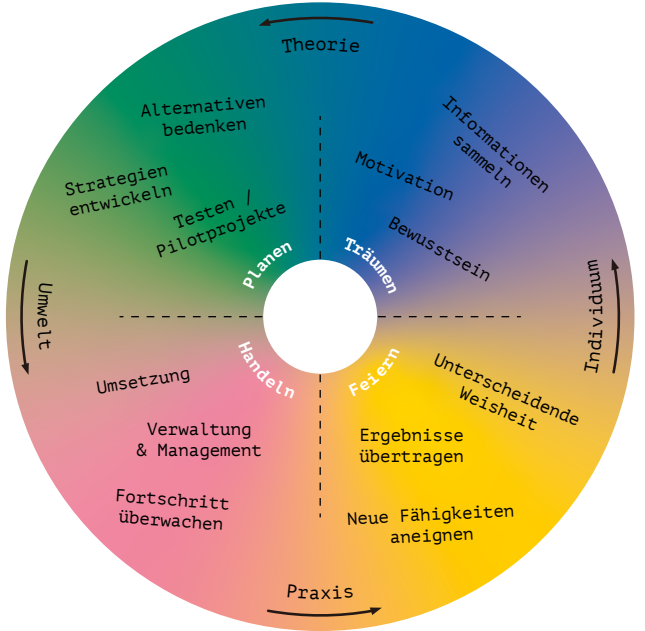
Lese- und Gebrauchsanleitung

Dieser Projektkalender ist ein Wochenkalender, der fortlaufend genutzt werden kann. Das heißt, er ist nicht an ein bestimmtes Jahr gebunden. Du kannst außerdem zu jedem Zeitpunkt des Jahres beginnen, den Kalender zu füllen – die erste Woche im Kalender muss also nicht die erste Woche im Januar sein. Du kannst den Kalender also auch von Anfang Mai eines Jahres bis Ende April des nächsten Jahres für Dein Projekt nutzen.

Der Aufbau des Kalenders orientiert sich am Projektrad des „Dragon Dreaming“, einer ganzheitlichen Herangehensweise an Projekte und die Zusammenarbeit in Gruppen. Aufbauend auf einer indigenen Philosophie aus Australien hat das Projektrad zwei Achsen – eine zwischen Theorie und Praxis und eine zwischen Umwelt und Individuum: Ein Individuum trägt seine Träume und Ideen in eine Gruppe, diese werden in der Gruppe ergänzt und zum Individuum zurückgespiegelt. Im Wechselspiel zwischen Theorie und Praxis können theoretische Ideen ausprobiert, angepasst und durch stetige Wiederholung weiterentwickelt werden.

Darüber hinaus unterscheidet das Projektrad vier Phasen, die ineinander übergehen können und alle wichtig sind: Das Träumen, Planen, Handeln und Feiern. In westlich geprägten Gesellschaften sind wir mit dem Planen und Handeln häufig gut vertraut, während das Träumen und Feiern oft etwas zu kurz kommt.

Dieser Kalender orientiert sich an den vier Phasen des „Dragon Dreamings“: **Jeweils zwei Kalenderwochen hintereinander sind einer Phase gewidmet.** So wiederholen sich im Jahresverlauf abwechselnd die Phasen des Träumens, Planens, Handelns und Feierns. Dadurch möchten wir Dir im Projektverlauf immer wieder Impulse für die Reflektion, Planung, Umsetzung und Wertschätzung Deines Nachhaltigkeitsengagements mitgeben.



Projektrad: eigene Darstellung basierend auf www.dragondreaming.org/de

Utopisches Aufladen

Das „Utopische Aufladen“ ist eine Methode von Reinventing Societies e. V., um mit einer Gruppe gemeinsam utopische Potenziale einer Projektidee zu ergründen und kreativ zu erweitern:

Das geschieht durch aufeinander aufbauende Ideen. Dazu „werfen“ die Teilnehmenden in schneller Abfolge ihre Ideen in den Raum. Entscheidend ist, ohne lange nachzudenken den Prozess am Laufen zu halten. Die Übung beginnt immer mit der Frage nach dem größten utopischen Potenzial von etwas: „Was ist das größte utopische Potenzial von ... (zum Beispiel unserer Projektidee / unserer Initiative / unserer Situation / unserer Veranstaltung / unserer Organisation usw.)?“

Darauf aufbauend werden spontan Ideen generiert. Die Ideen müssen nicht realistisch sein, es geht darum, utopisches Potenzial aufzudecken, wofür phantastische Ideen hilfreich sein können. Die Ideen können aufeinander aufbauen, müssen sie aber nicht. Sobald die Gruppe den Eindruck hat, es sind alle Ideen gesagt worden, beendet sie gemeinsam das „Utopische Aufladen“.

Grundprinzip: Ja, und ...

Die Übung basiert auf der „Ja, und ...“-Methode aus dem Improvisationstheater. Dabei geht es darum, auf dem vorherigen Beitrag aufzubauen und eine Idee weiterzuentwickeln. Das wird durch spontanes „Reinrufen“ weitergetrieben. Dabei wird explizit das vorher Gesagte als gegeben angenommen und nicht kritisiert. Deshalb beginnt jeder Satz mit „Ja, und ...“, gefolgt von einer individuellen Ergänzung.

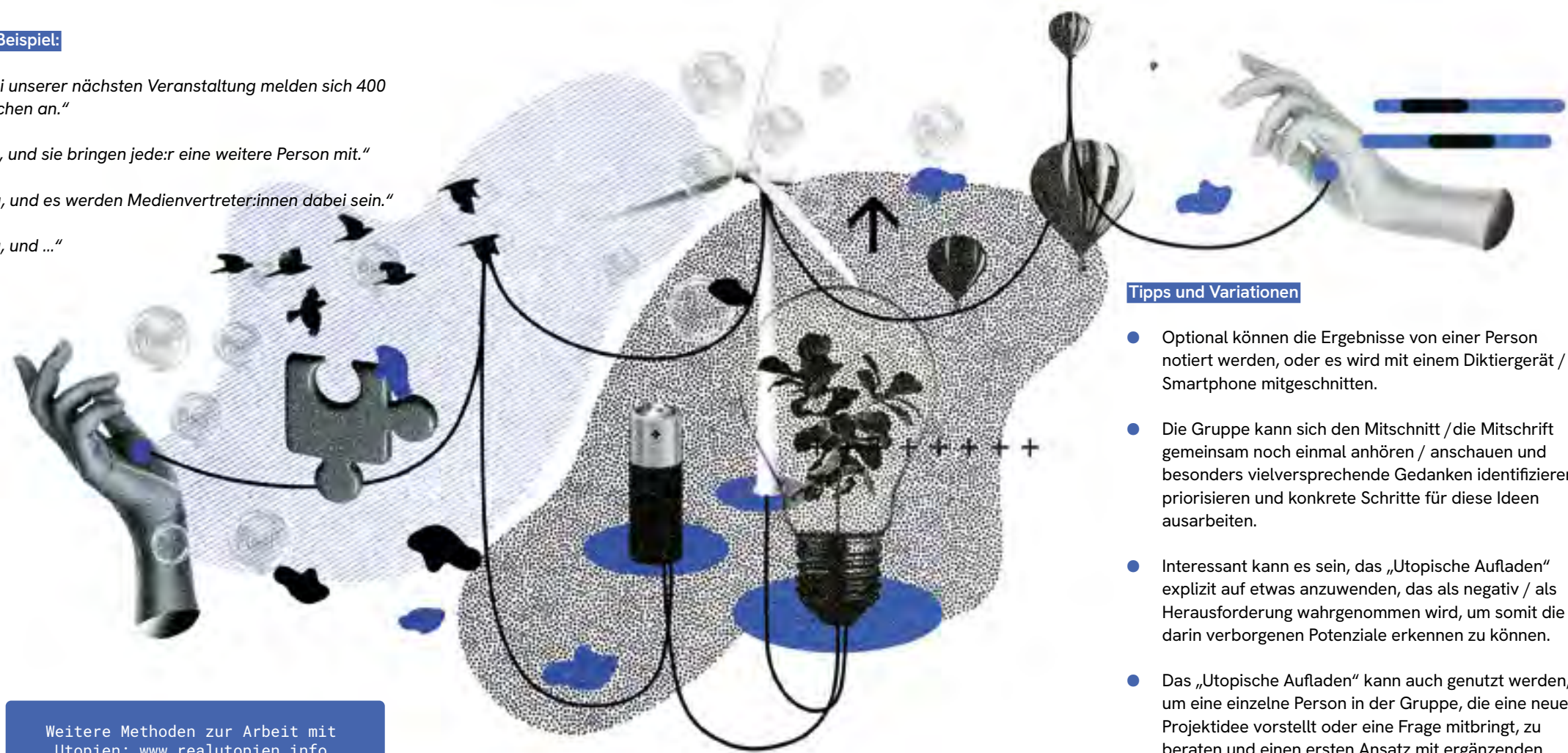
Zum Beispiel:

A: „Bei unserer nächsten Veranstaltung melden sich 400 Menschen an.“

B: „Ja, und sie bringen jeder eine weitere Person mit.“

C: „Ja, und es werden Medienvertreter:innen dabei sein.“

D: „Ja, und ...“



Tipps und Variationen

- Optional können die Ergebnisse von einer Person notiert werden, oder es wird mit einem Diktiergerät / Smartphone mitgeschnitten.
- Die Gruppe kann sich den Mitschnitt / die Mitschrift gemeinsam noch einmal anhören / anschauen und besonders vielversprechende Gedanken identifizieren, priorisieren und konkrete Schritte für diese Ideen ausarbeiten.
- Interessant kann es sein, das „Utopische Aufladen“ explizit auf etwas anzuwenden, das als negativ / als Herausforderung wahrgenommen wird, um somit die darin verborgenen Potenziale erkennen zu können.
- Das „Utopische Aufladen“ kann auch genutzt werden, um eine einzelne Person in der Gruppe, die eine neue Projektidee vorstellt oder eine Frage mitbringt, zu beraten und einen ersten Ansatz mit ergänzenden Ideen zu bereichern.

Weitere Methoden zur Arbeit mit Utopien: www.realutopien.info

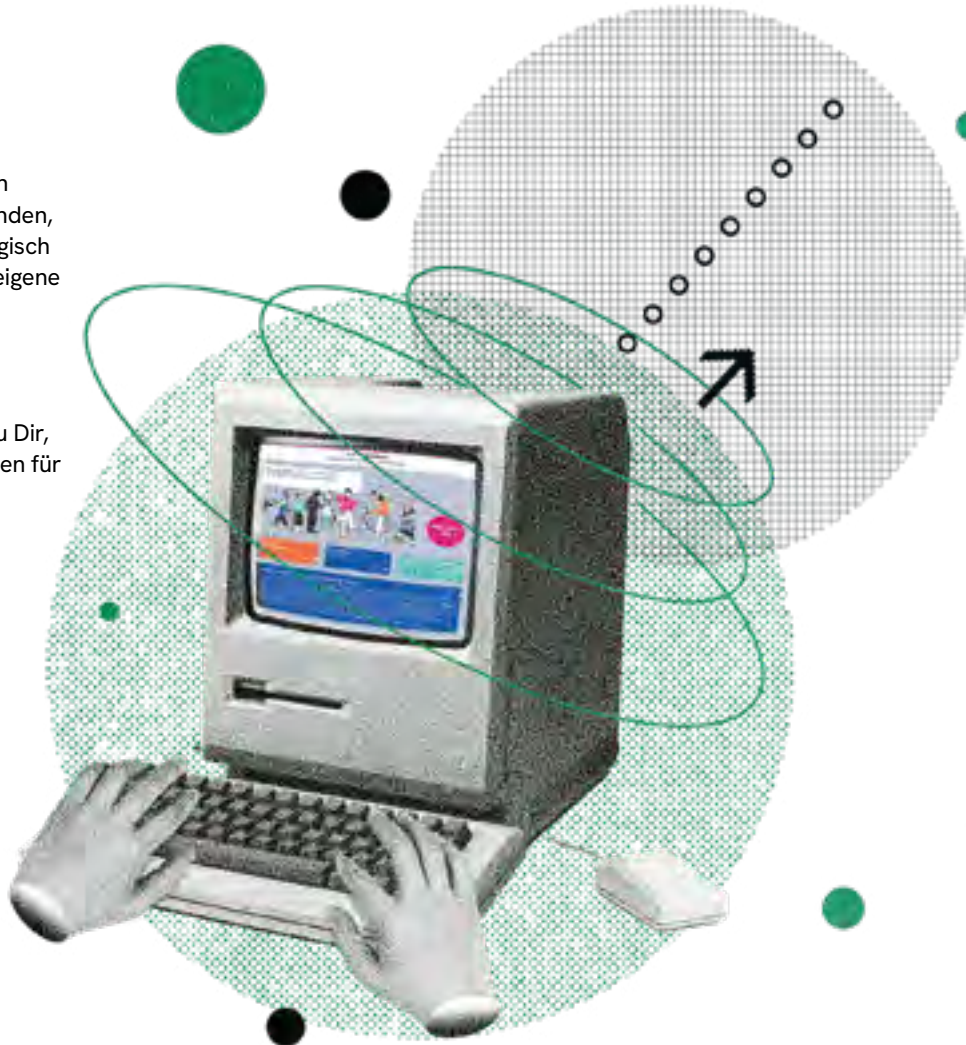
Wirkungsvolle Handabdruck-Hebel finden

Du suchst noch nach einem strategischen Hebel für Dein Engagement?

Zusammen mit Brot für die Welt hat Germanwatch den **Handabdruck-Test** entwickelt, der Dir hilft, herauszufinden, wie Du Deinen Handabdruck für eine sozial und ökologisch gerechte Gesellschaft vergrößern kannst – auf Deine eigene Weise!

So einfach geht's:

Beantworte auf www.handabdruck.eu sechs Fragen zu Dir, Deinen Interessen und Deinem Umfeld und erhalte Ideen für ein Engagement, das gut zu Dir als Person passt.



Wähle im Test aus verschiedenen Themenbereichen
Mobilität, Ernährung, Landwirtschaft, Energie,
Rohstoffe, Wirtschaft und Arbeit

Wähle Deine Handlungsebene

Verein, Religionsgemeinschaft, Schule, Hochschule,
Stadt, Kommune, Deutschland, die EU

Lass Dich inspirieren

Damit Du direkt loslegen kannst, zeigen wir Dir Beispiele von ähnlichen Projekten, geben Anregungen für erste Schritte und stellen strategische Ansätze vor.

Entdecke wirkungsvolle Hebel

Alle Vorschläge setzen an den Rahmenbedingungen und Strukturen an und haben bleibende Veränderung zum Ziel – damit Nachhaltigkeit der neue Standard wird.

Deine Handabdruck-Handlungsideen

Entscheidungspfad

Der Entscheidungspfad soll Dir helfen, über die Verringerung des Fußabdrucks hinauszudenken und neue strukturelle Handlungsmöglichkeiten zu entdecken.

Kreise hierfür bei jeder Frage Deine Antwort ein oder ergänze Deine eigene Idee. Schreibe anschließend Deine ersten Schritte auf, um Deinen Handabdruck zu vergrößern.

1. Für welche Themen brenne ich und möchte mich gerne (noch stärker) einsetzen?

Nachhaltige Landwirtschaft	Schutz von Ökosystemen	Erneuerbare Energien	Nachhaltige Digitalisierung
Menschenrechte	Nachhaltige Mobilität	Teilhabe & Partizipation	Nachhaltige Finanzen

2. Auf welcher Ebene möchte ich strukturelle Veränderungen bewirken?

In der Schule / Hochschule	Am Arbeitsplatz	
In der Stadt / Gemeinde	In der Nachbarschaft	
Im Verein	Auf landespolitischer Ebene	

3. Wie kann ich mein Vorhaben am besten erfolgreich umsetzen?

Nachhaltige Optionen leichter machen	Mit Entscheidungsträger:innen reden	Petition starten	Kreativer Protest / Kunst & Kultur
Aktives Engagement in Organisationen	Alternativen aufzeigen		

4. Welche Verbündeten brauche ich dafür?

Mitschüler:innen	Medienvertreter:innen
Kolleg:innen	Expert:innen
Politiker:innen	
Wirtschaftsakteur:innen	

7. Potenzielle Verbündete, die ich ansprechen möchte:

5. Wie vielen Menschen kann ich nachhaltiges Verhalten dadurch erleichtern?

10 – 30	30 – 100
100 – 300	300 – 1.000
1.000 – 3.000	3.000 +

6. Meine ersten 3 Schritte, um die Veränderungen umzusetzen:

1.

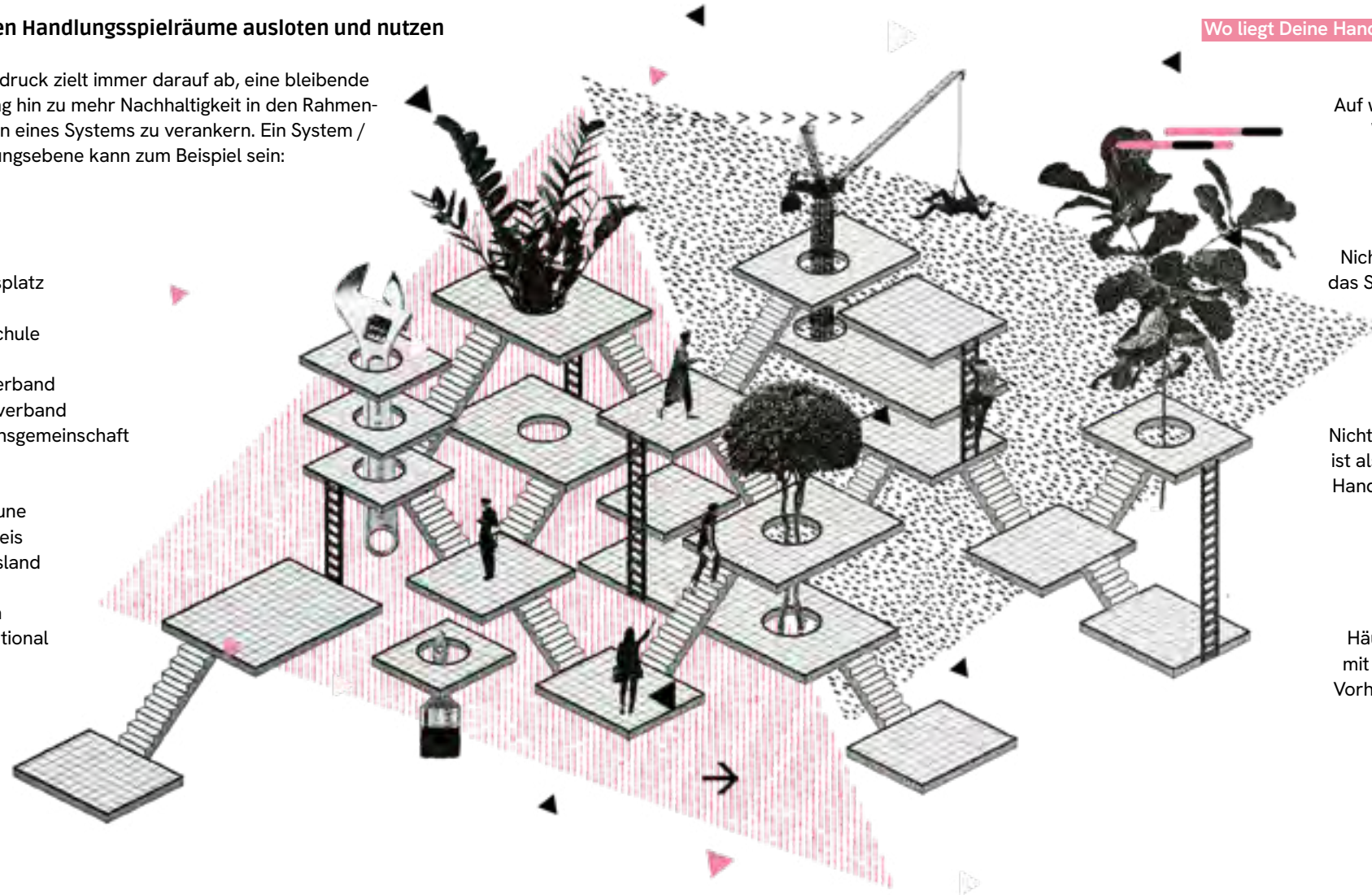
2.

3.

Die eigenen Handlungsspielräume ausloten und nutzen

Ein Handabdruck zielt immer darauf ab, eine bleibende Veränderung hin zu mehr Nachhaltigkeit in den Rahmenbedingungen eines Systems zu verankern. Ein System / eine Handlungsebene kann zum Beispiel sein:

- Arbeitsplatz
- Schule
- Hochschule
- Verein
- Dachverband
- Berufsverband
- Religionsgemeinschaft
- Viertel
- Stadt
- Kommune
- Landkreis
- Bundesland
- Land
- Europa
- International



Wo liegt Deine Handlungsebene?

Auf welcher Handlungsebene möchtest Du mit Deiner Gruppe einen Handabdruck hinterlassen?
Wo kannst Du / könnt Ihr Deiner Meinung nach am ehesten einen Unterschied machen?

Nicht die höchstmögliche Handlungsebene ist dabei immer die beste, sondern tendenziell eher das System, in dem Du weißt, wie Entscheidungen getroffen werden, wer die Entscheidungen trifft und wie Du darauf Einfluss nehmen könntest.

Nichtsdestotrotz vergrößert sich Dein potenzieller Wirkradius natürlich auf höheren Ebenen. Hier ist also ein Abwägen zwischen Wirkpotenzial und Erfolgswahrscheinlichkeit gefragt. Je höher die Handlungsebene, desto breiter sollte Dein Netzwerk an Verbündeten sein, mit denen Du Dich für eine Veränderung stark machst.

Häufig ist auch ein guter Weg, zunächst auf einer niedrigeren Handlungsebene zu starten und mit einem kleineren Projekt erste Erfahrungen zu sammeln und dann nach ersten Erfolgen das Vorhaben „hochzuskalieren“ (zum Beispiel vom Verein zum Dachverband, vom Arbeitsplatz zum Berufsverband, vom Viertel auf die Stadt, oder von der Kommune zum Bundesland).

Die meisten Menschen tun gerne das, worin sie gut sind oder – andersherum gedacht – sind gut in dem, was sie gerne tun. Gleichzeitig ist es nicht immer leicht, dauerhaft gemeinsam engagiert und motiviert zu sein und auch bei Hindernissen oder in frustrierenden Momenten am Ball zu bleiben. Gerade dann kann es helfen, in der Gruppe zu überlegen, welche Stärken Ihr als Individuen habt und inwiefern sie zu Euren jeweiligen Tätigkeiten passen:

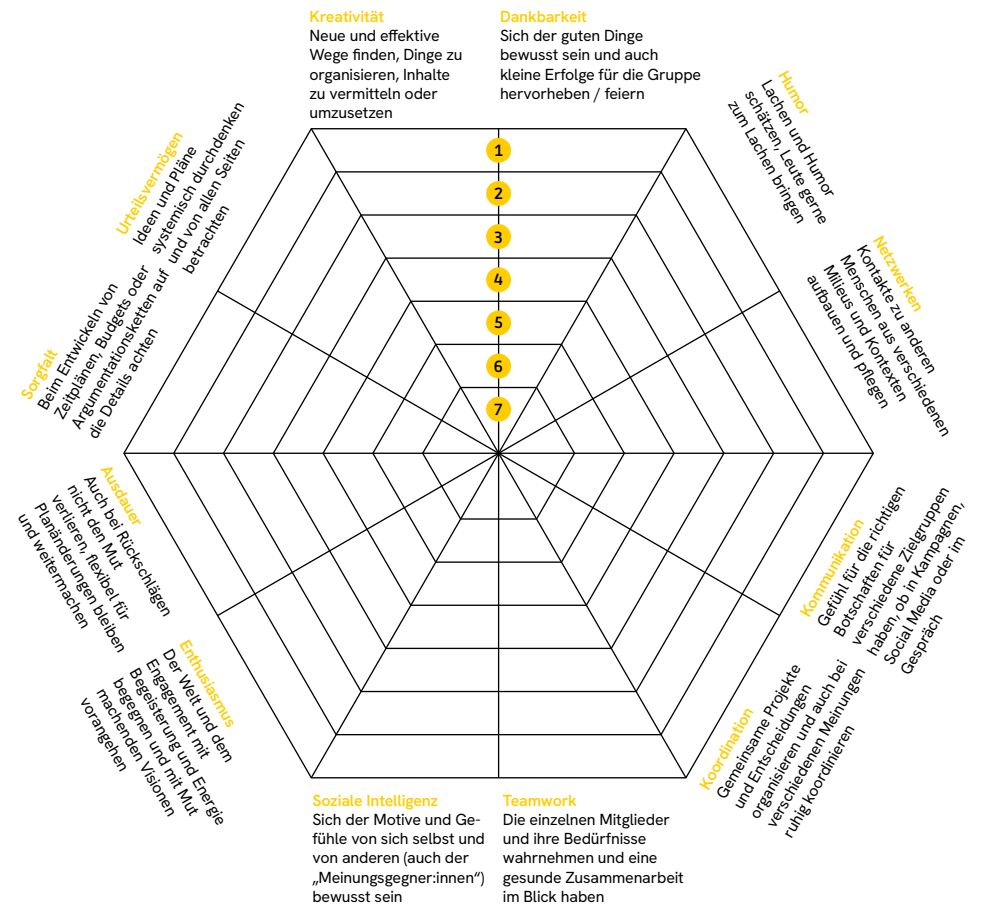
- 1 Dazu könnt Ihr dieses Stärkenetz (links) für jedes Gruppenmitglied vergrößert kopieren oder selbst Netze mit eigenen Feld-Beschriftungen zeichnen.
- 2 Jede Person sollte sich zwanzig bis dreißig Minuten Zeit für sich nehmen und sich ihre persönlichen Stärken (im Engagement) vor Augen führen: Was kann ich gut? Welche persönlichen Eigenschaften machen mich aus? Welche Aufgaben gehen mir leicht von der Hand und wann vergeht die Zeit schnell? Je stärker Du einen Bereich als Deine Stärke wahrnimmst, desto mehr Flächen malst Du im Netz aus.
- 3 Nachdem Ihr Euch ausreichend Zeit für die eigene Reflexion genommen habt, seid Ihr eingeladen, der Gruppe Euer Stärkenetz vorzustellen. Dabei können die anderen weitere Stärken ergänzen, die Gruppe sollte jedoch keine Stärken anzweifeln, die eine Person vorgestellt hat. Habt Ihr das Gefühl, Selbst- und Fremdwahrnehmung weichen stark voneinander ab, passt der Austausch hierzu eher in ein empathisches Gespräch zu zweit.
- 4 Tauschbörse: Anschließend könnt Ihr darüber sprechen, ob es vor dem Hintergrund Eurer Stärken vielleicht Sinn ergibt, die ein oder andere Aufgabe mit anderen Gruppenmitgliedern zu tauschen: Passen Eure Tätigkeiten in der Gruppe zu Euren Stärken? Wovon würdet Ihr gerne noch mehr machen? Welche Aufgaben rauben Euch viel Energie und wären vielleicht bei einer anderen Person besser aufgehoben?

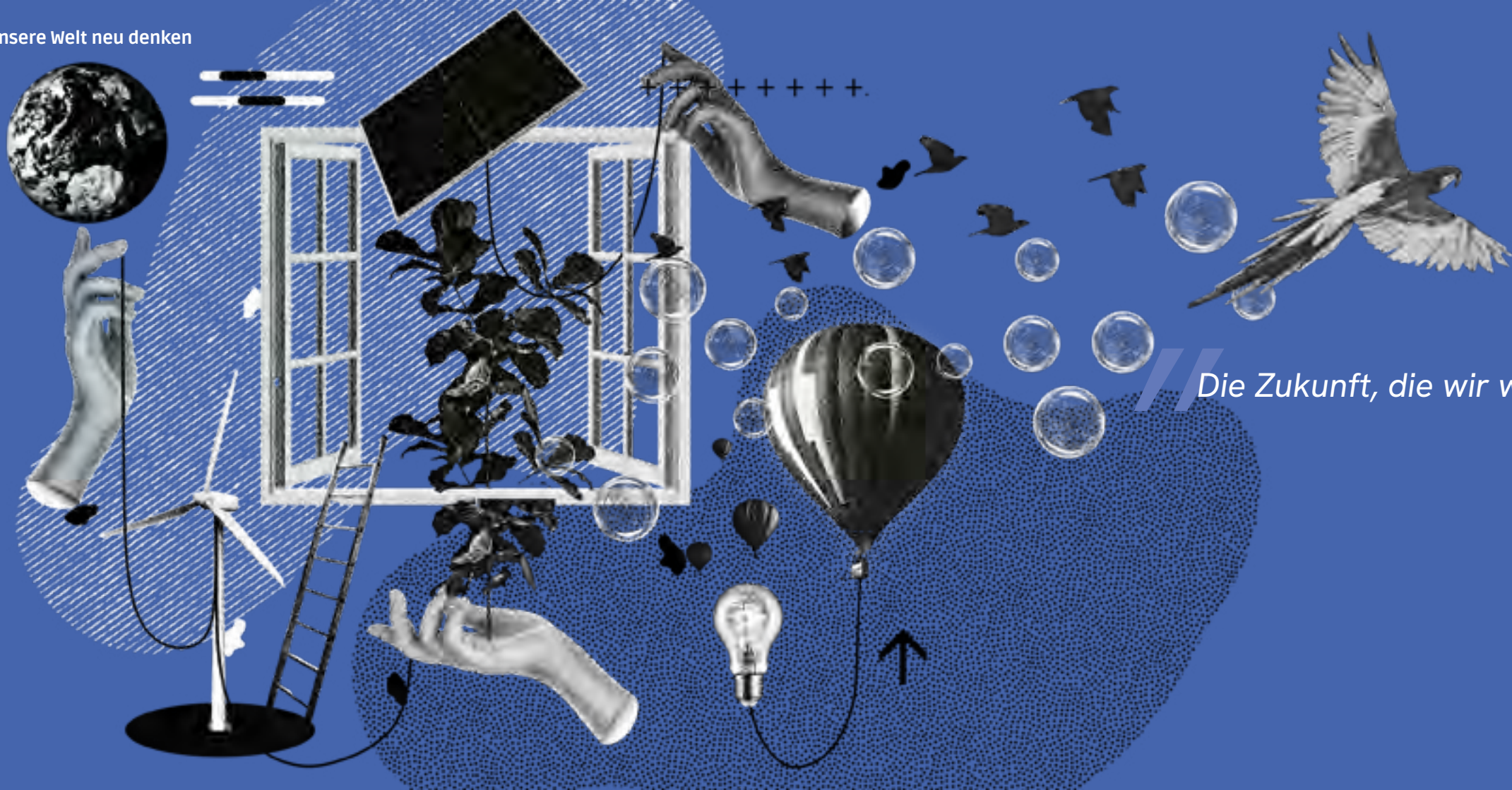
Falls Du gerade nicht Teil einer Gruppe bist oder dort keine Kapazitäten für diese Übung sind, kannst Du das Stärkenetz natürlich auch für Dich alleine zur Reflexion Deiner Stärken ausfüllen.

Zum Weiterlesen

Wir haben die Stärken-Bereiche zum Teil an einer Liste aus der positiven Psychologie orientiert (Peterson und Seligman, 2004). Mehr dazu könnt Ihr z.B. hier in einem Manual der Universität Zürich nachlesen und natürlich auch kritisch diskutieren:
www.charakterstaerken.org/VIA-Interpretationshilfe.pdf
www.einguterplan.de

Die eigenen Stärken reflektieren





Die Zukunft, die wir wollen, muss erfunden werden.

Joseph Beuys

Ziele und wirksame Hebelpunkte priorisieren

Viele Menschen, die sich für eine sozial und ökologisch gerechtere Gesellschaft engagieren (möchten), merken, dass es an allen Ecken und Enden etwas zu tun gibt. Das führt dazu, dass es manchmal gar nicht so leicht ist, zu entscheiden, in welches Projekt man seine Energie investiert. Dabei kann es helfen, **strategisch zu überlegen, an welcher Stelle und mit welchem Hebel man am ehesten einen Unterschied machen kann.**

Dabei kannst Du so vorgehen:

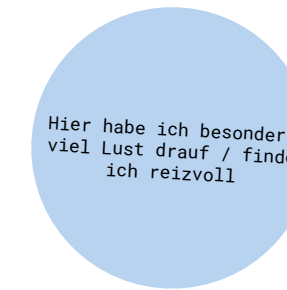
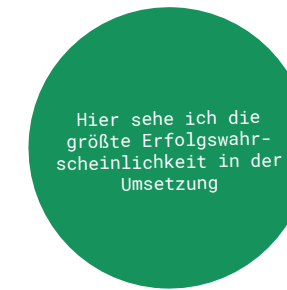
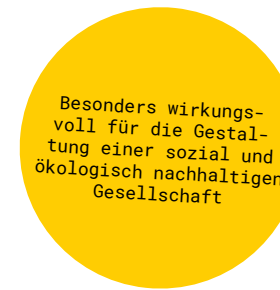
- 1 Überlege Dir zusammen mit Deiner Gruppe: **Was sind Eure Ziele, was wollt Ihr eigentlich erreichen? Sammelt und ordnet diese Ziele verschiedenen für Euch relevanten Ebenen zu.**

Diese können von der lokalen Ebene – zum Beispiel Verein / Arbeitsplatz / Nachbarschaft / Schule / Hochschule (...) – über die städtische / kommunale Ebene bis hin zur Bundesebene oder sogar einer globalen Ebene reichen.



- 2 Ergänzt nun passend zu den Zielen mögliche Hebel, an denen Ihr ansetzen könntet, und Strategien, um diese Hebel in Bewegung zu setzen.

Zum Beispiel die Abschaffung von Dienstwagen in einem Unternehmen und stattdessen die Einführung von kostenlosen Firmen- und Lastenrädern sowie Extra-Urlaubstage für Mitarbeitende, die ihre Urlaube ohne Flugreisen gestalten; als Strategie auf dem Weg dahin eine Umfrage, um zum Beispiel ein unterstützendes Meinungsbild der Mitarbeiter:innen in das Gespräch mit der Geschäftsführung mitzunehmen.



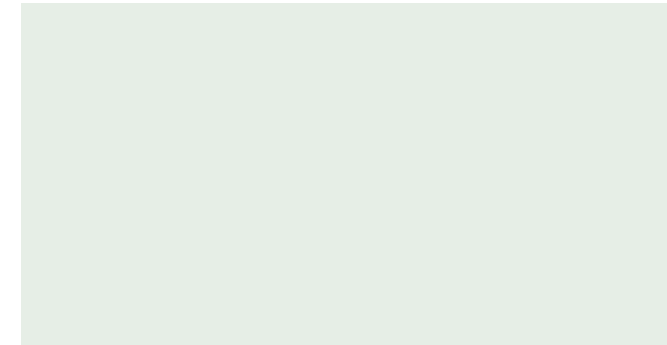
Mögliche Kriterien für die wirksamsten sowie am besten zu einer Gruppe passenden Hebel im Nachhaltigkeitsengagement.

- 3 **Prioritäten setzen: Wählt nun die wirksamsten sowie am besten zur Gruppe/zu Dir passenden Hebel aus.** Achtet darauf, dass sie vor dem Hintergrund der vorhandenen Ressourcen (und Rahmenbedingungen) innerhalb des nächsten Jahres in Bewegung gesetzt werden können.

Dafür kann ein Punktesystem zur Priorisierung der verschiedenen Ziele und Hebel genutzt werden (siehe Abbildung oben). So kannst Du oder Deine Gruppe zum Beispiel jeweils fünf Punkte für die drei Kategorien über alle Hebel hinweg verteilen.

- 4 Die Hebel mit den meisten Punkten könnt Ihr dann weiter diskutieren und mithilfe anderer Methoden weiter zu einer Strategie ausarbeiten (siehe zum Beispiel Woche 22).

Diesen Hebel möchte ich im nächsten Jahr mit meinem Engagement in Bewegung setzen:



Mit Verzögerungsstrategien umgehen

Nicht ich.
Nicht jetzt.
Zu spät.

Nur wenige Menschen leugnen heute noch ernsthaft den menschengemachten Klimawandel. Sehr viele Menschen – auch in machtvollen Positionen in Politik, Wirtschaft und Verwaltung – nutzen jedoch Argumentationsmuster, mit denen sie Klimaschutz hinauszögern. Diese Argumentationsmuster wurden in einer Studie des Mercator Research Institute on Global Commons and Climate Change (MCC) analysiert (erschieden im Juli 2020 im Fachjournal Global Sustainability) und von [klimafakten.de](https://www.klimafakten.de) zusammengefasst. Wir haben die folgenden Beschreibungen der verschiedenen Verzögerungsargumente von [klimafakten.de](https://www.klimafakten.de) übernommen.

Sich über diese Argumentationsmuster bewusst zu werden, hilft, in Debatten einen kühlen Kopf zu bewahren und angemessen zu reagieren.

„Die anderen zuerst“

(Verantwortung weitergeben)

► Die Trittbrettfahrer-Entschuldigung

„Wenn wir unsere Emissionen senken, schwächt das unsere Wirtschaft. Die anderen Länder werden nicht mitmachen und uns dann überholen.“

► Individualismus

„Jede:r Einzelne, jede:r Konsument:in ist dafür verantwortlich, etwas fürs Klima zu tun.“

► Auf andere zeigen (engl.: whataboutism)

„Unser CO₂-Ausstoß ist winzig im Vergleich zu xy. Bevor der nicht handelt, ist es sinnlos, etwas zu tun.“

„Einschneidender Wandel ist nicht nötig“

(zu schwache Maßnahmen propagieren)

► Technologiegläubigkeit

„Wir sollten uns aufs Forschen konzentrieren – künftige Technologien werden uns ganz neue Möglichkeiten beim Klimaschutz eröffnen.“

► Reden statt Handeln

„Wir sind Weltmeister im Klimaschutz! Wir haben ambitionierte Ziele und sogar schon den Klimanotstand ausgerufen.“

► Brückentechnologismus

„Fossile Energieträger sind Teil der Lösung. Neue Kraftwerke sind hocheffizient und die Brücke zur kohlenstoffarmen Zukunft.“

► Fördern statt Fordern

„Vorschriften und Regeln verschrecken die Leute nur, man sollte auf Anreize und freiwillige Selbstverpflichtungen setzen.“

„Veränderung wird uns schaden“

(Nachteile betonen)

► Arme als Schutzschild

„Klimaschutz ist unfair, Ärmere werden am stärksten belastet. Bald kann sich die Krankenschwester keinen Flug nach Mallorca mehr leisten.“

► Perfektionismus

„Wir müssen noch bessere Lösungen finden, die von allen unterstützt werden. Andernfalls riskieren wir die breite Akzeptanz für Klimaschutz.“

► Fortschrittsversprechen

„Fossile Energieträger bringen Wohlstand. Wenn man sie verteufelt, nimmt man ärmeren Ländern und Menschen ihre Entwicklungschancen.“

Mit Verzögerungsstrategien umgehen



„Wir können sowieso nichts mehr tun“
(vorschnell kapitulieren)

► Untergangshysterie

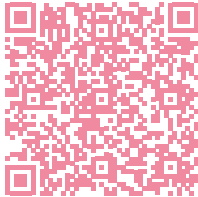
„Egal, was wir noch tun – die Klimakatastrophe ist unvermeidbar. Wir sollten uns darauf einstellen und unser Schicksal demütig in die Hände Gottes oder von Mutter Natur legen.“

► Veränderung ist unmöglich

„Alles, was gegen den Klimawandel helfen würde, ginge gegen die menschliche Natur und wider die heutige Lebensweise. Mit demokratischen Mitteln wäre es deshalb nicht durchsetzbar.“



Ein Quiz und ein Poster zu den Verzögerungsstrategien gibt es unter www.klimafakten.de/meldung/nicht-ich-nicht-jetzt-nicht-so-zu-spaet-mit-welchen-argumentationsmustern-klimaschutz



Welche dieser Strategien hast Du in Gesprächen oder beim Ansehen von Talkshows selbst schon erlebt?

Wie bist Du damit umgegangen / wie haben die Personen in von Dir beobachteten Gesprächen darauf reagiert?

Im Nachhaltigkeitsengagement resilient bleiben

Die Auseinandersetzung mit aktuellen globalen Krisen (zum Beispiel Verlust der Artenvielfalt, häufigere Pandemien, zunehmende Schere zwischen Arm und Reich, Rechtsruck in vielen Ländern, Klimakrise) kann sehr viel gedanklichen und emotionalen Raum einnehmen und Menschen in ihrem Alltag belasten. Eine emotionale Reaktion (sei es Angst, Wut, Scham oder Trauer) ist völlig normal, da es sich – insbesondere bei der Klimakrise – um eine existenzielle Bedrohung für die Menschheit handelt. Um unser Leben weiterhin aktiv zu gestalten und uns an der Bewältigung dieser Krisen zu beteiligen, müssen wir jedoch einen Weg finden, langfristig gesund damit umzugehen.

Lea Dohm und Malte Klar von den **Psychologists for Future** bezeichnen dies als **Klimaresilienz**: „Die psychische Fähigkeit und Ressource, Belastungen durch die Klimakrise gesund kognitiv, emotional, zwischenmenschlich und handlungsorientiert zu verarbeiten und so als Anlass für Entwicklung zu nutzen.“



Die ganze Sammlung mit einigen Erläuterungen findest Du hier: www.psychologistsforfuture.org/wp-content/uploads/2020/04/20-04_Psy4F-Klimaresilienz-14-Strategien-13.1.2020.pdf

Die Psychologists for Future haben eine Sammlung von Strategien erstellt, mit denen Du Deine eigene Klimaresilienz stärken kannst, zum Beispiel:

- Gemeinschaft und soziale Unterstützung suchen und erleben.
- Aktive Selbstfürsorge und Ausgleich für Dich betreiben (zum Beispiel Sport treiben oder Musik machen).
- Naturerfahrungen und Umweltkontakt suchen und erleben.
- Dich in Akzeptanz für die eigenen Gefühle üben – auch der unangenehmen.
- Dich zusammen mit anderen engagieren – Engagement lässt Dich Sinnhaftigkeit und Empowerment erleben und stärkt gegen Hilflosigkeit und Ohnmachtsgefühle.
- Dankbarkeit ausdrücken für das, was Du hast, anstelle von Sorgen, was alles noch schiefgehen könnte.
- Gesunde Abgrenzungsfähigkeit: Dich nicht ausschließlich und permanent mit Negativem beschäftigen (zum Beispiel nicht jeden Tag (Klima-)Nachrichten lesen). Dabei ist das richtige Maß natürlich eine Kunst, sonst kippt es in Vermeidung und Verdrängung.

Sinnhaftigkeit im eigenen Leben stärken

Nimm Dir einen Stift und eine halbe Stunde Zeit und schreibe alles auf, was Dir zu den „drei wichtigsten Fragen im Leben“ einfällt. Wenn Du mehr Platz brauchst, nutze die leeren Notizen-Seiten am Ende des Kalenders.

Was möchtest Du erleben im Leben?

Was möchtest Du lernen?

Was möchtest Du bewirken in der Welt?

Die **Psychologists for Future** vermitteln psychologisches Wissen in Vorträgen, Workshops, Podcasts, Ratgebern und fachlicher Beratung. Sie unterstützen Engagierte mit Materialien, Gruppenangeboten und psychologischer Beratung für Einzelpersonen und Organisationen. Sie machen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und fördern die berufspolitische Vernetzung. Nicht zuletzt beteiligen sie sich auch an psychologischen und interdisziplinären Forschungsprojekten und Publikationen.

Mehr über die Angebote der Psychologists for Future erfahren: www.psy4f.org



Tipp: Stelle Dir *regelmäßig* diese Fragen (zum Beispiel einmal im Jahr). Deine Antworten können sich im Laufe Deines Lebens verändern. Wer den eigenen Alltag, Beruf, Freizeit und das persönliche Engagement (zumindest teilweise) an den eigenen Werten und Zielen ausrichten kann, stärkt Sinn und Resilienz in seinem Leben.

Im Nachhaltigkeitsengagement resilient bleiben

Buchtipps zu Resilienz im Engagement und einem gesunden Umgang mit den eigenen Emotionen in globalen Krisen:



Lea Dohm und Mareike Schulze:
Klimagefühle. Wie wir an der
Umweltkrise wachsen, statt zu
verzweifeln



Timo Luthmann:
Handbuch Nachhaltiger Aktivismus



Katharina van Bronswijk:
Klima im Kopf. Angst, Wut,
Hoffnung: Was die ökologische
Krise mit uns macht

In Zukunftsvisionen eintauchen

Buchtipps zu Zukunftsvisionen:



Stella Schaller, Sebastian Vollmar,
Ute Scheub und Lino Zeddis:
Zukunftsbilder 2045. Eine Reise in
die Welt von morgen

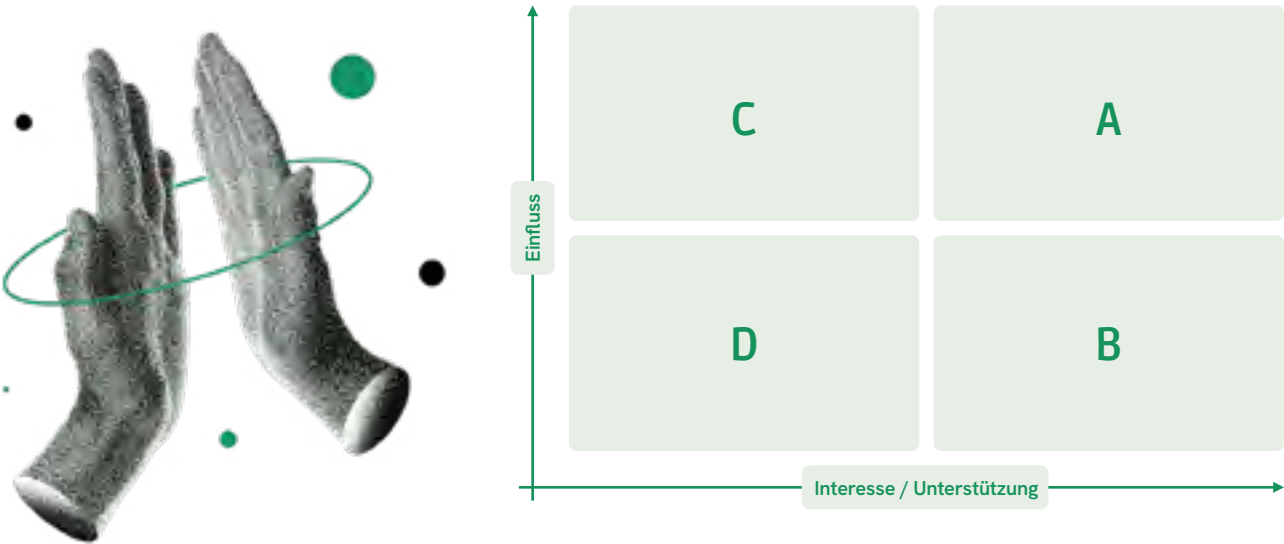


Jane McGonigal:
Bereit für die Zukunft. Das Unvorstellbare denken
und kommende Krisen besser meistern

Links und weitere Infos zu den Büchern findest Du in der Linksammlung
zu diesem Kalender unter www.germanwatch.org/de/89456

Sich mit anderen verbünden

In vielen Bereichen des Nachhaltigkeitsengagements kann es auch Personen und Institutionen geben, die Euer Vorhaben nicht gutheißen werden – zum Beispiel weil sie sich finanzielle Nachteile erwarten oder Gewohntes nicht loslassen wollen. Gleichzeitig gibt es viele Personen und Organisationen, die die gleichen Ziele verfolgen wie Ihr (die Motivation dahinter kann unterschiedlich sein). Um auf die Auseinandersetzung mit potentiellen Diskussionspartner:innen gut vorbereitet zu sein und um besonders einflussreiche Verbündete für Euer Vorhaben zu identifizieren, solltet ihr Euch einen Überblick über alle Akteur:innen verschaffen. Eine Methode dafür ist das Ausfüllen einer Einfluss-Interesse-Matrix:



- 1 Sammelt dazu im ersten Schritt alle Akteur:innen, die irgendwie mit Eurem Projekt (direkt oder indirekt) zu tun haben oder es positiv oder negativ beeinflussen könnten.
- 2 Schreibt diese Akteur:innen auf Karten.
- 3 Übertragt diese Matrix auf ein großes Flipchart-Papier.
- 4 Ordnet die Akteur:innen den vier Feldern zu (A, B, C, D).

- 5 Auf Basis dieser Einordnung könnt Ihr strategisch planen, welche Akteur:innen Ihr wie stark berücksichtigen oder einbinden werdet:

	Akteur:in hat ...	Deshalb wollen wir ...
A	... viel Einfluss auf Euer Projekt und verfolgt gleiche Ziele, Unterstützung erwartet	... kooperieren , uns regelmäßig zu Zwischenzielen und Meilensteinen austauschen, offen kommunizieren, gegebenenfalls gemeinsam agieren
B	... wenig Einfluss auf Euer Projekt, verfolgt aber gleiche Ziele, Unterstützung erwartet	... sie:ihn gut informieren , einbinden, Meinungen einholen und ernst nehmen
C	... viel Einfluss auf Euer Projekt, verfolgt jedoch andere Ziele, Widerstand erwartet	... klare Informationen über ihre:seine Ziele recherchieren, uns auf Gegenargumente vorbereiten, Bedenken aufnehmen, diplomatisch bleiben , Konfrontation nicht provozieren
D	... wenig Einfluss auf Euer Projekt, verfolgt andere Ziele, Widerstand erwartet	... wenig Aufwand investieren , nur bei Bedarf kommunizieren

Eine Methode aus: Netzwerk n (2018). Methode n. Abrufbar unter: www.netzwerk-n.org/ressourcen/bildungsmaterial

Kommunikationsstrategien entwickeln

Die folgende Gliederung in verschiedene Teilbereiche kann Euch helfen, die Kommunikation rund um Euer Vorhaben strategisch zu planen. Geht die Punkte Schritt für Schritt durch und entwickelt so einen ersten Entwurf für Eure Kommunikationsstrategie.

1

Unsere Haupt-Zielgruppe (ggf. eine Gruppe auswählen):

2

Unser Kommunikations-Ziel bei dieser Zielgruppe:

3

Unsere Kernbotschaften (ideal: drei Kernbotschaften, je ein Satz, inhaltlich zusammenhängend, zum Beispiel **Problem – Lösung – Aktivierung**; oder **Aktion – Forderung – Begründung**):

4

In welchen **Formaten** (schriftlich/mündlich) und **Settings** (Infostand, Dialogveranstaltung, geschützter Gesprächsrahmen, ...) erreichen wir unsere Zielgruppe am besten?

5

Gefühle, die wir bei der Zielgruppe ansprechen möchten:

6

Werte, die wir ansprechen möchten:

7

Drei konkrete Schritte planen: Wann (günstiger nächster Zeitpunkt) und wie (Setting und Vorgehen) kommunizieren wir unsere Botschaften?

In der Kalenderwoche 22 gibt es weitere Infos und Tipps zur Entwicklung von „Kernbotschaften“ (Punkt 3) und zur Reflexion möglicher Werte deiner Zielgruppe (Punkt 6).



Werte

Zur Reflexion der Werte Deiner Zielgruppe kann diese Werte-Landkarte helfen:

In groß und umsonst abrufbar unter:
www.diegemeinsamesache.org



Basierend auf der Forschung zu universellen Werten von Shalom Schwarz und anderen Wissenschaftler:innen, zum Beispiel in Schwartz, S.H. (1992). Universals in the content and structure of values: theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In: M.P. Zanna (Hrsg.): Advances in Experimental Social Psychology, 25. Academic Press, Orlando, 1-65.

Kernbotschaften formulieren

In einer kurzen Geschichte (zum Beispiel für ein Pressegespräch, die Vorstellung beim Infostand oder den Pitch Eures Vorhabens bei einer Vernetzungsveranstaltung) kannst Du drei Kernbotschaften mit je einem Satz inhaltlich zusammenhängend auf den Punkt bringen. Dabei hilft die Orientierung an einem Dreiklang wie **Problem – Lösung – Aktivierung** oder **Aktion – Forderung – Begründung**. Zwei Beispiele:

Problem: Die weitere Investition in den Ausbau von Straßen zementiert eine Infrastruktur des Individualverkehrs, die nicht zukunftsfähig ist.

Lösung: Wir brauchen stattdessen einen Ausbau von Buslinien und Radwegen, um nachhaltige Fortbewegung leichter zu machen.

Aktivierung: Gemeinsam können wir eine zukunftsfähige Mobilität umsetzen – mach noch heute einen Gesprächstermin dazu mit Deinem Landtagsabgeordneten aus!

Aktion: Hunderte Studierende werden am Sonntag die Podiumsdiskussion zu einer nachhaltigeren Uni beim Wuppertaler Stadtfest verfolgen.

Forderung: Sie fordern den Abzug von Geldanlagen aus fossilen Projekten und Erneuerbare Energie und Dämmungsmaßnahmen als Standard in allen Universitätsgebäuden.

Begründung: Die Hochschulleitung handelt nicht schnell genug, um ihrer Vorbildfunktion im Klimaschutz gerecht zu werden, deshalb müssen wir Finanz- und Energiewende an unserer Universität selbst in die Hand nehmen.

Versucht, auch Eure Kernbotschaften zu formulieren:

Die Struktur der Kernbotschaften basiert auf einem Workshop des wort.wechsel-Kollektivs.



*Failure is not the opposite of success:
it's part of success ...*

Arianna Huffington

Gut mit anderen zusammenarbeiten. Die Gruppe stärken.

Fünf Tipps für eine gute Zusammenarbeit in der Gruppe

- 2 Offene Kommunikation:** Damit Ihr als Gruppe langfristig erfolgreich zusammenarbeiten könnt, ist es wichtig, offen Dinge aussprechen zu können, die zwischenmenschlich oder im Projekt nicht so gut laufen. Nehmt Euch dafür am besten einen ruhigen Moment zu zweit und bleibt im Gespräch wertschätzend und respektvoll, sprecht von Euren persönlichen Eindrücken und macht deutlich, dass Ihr an einer gemeinsamen Lösung interessiert seid. Wenn Ihr ein Problem zu zweit nicht lösen könnt, kann vielleicht eine dritte Person als Mediator:in helfen.

- 4 Nehmt Euch regelmäßig Zeit für ein Zwischenstatustreffen** (zum Beispiel alle 3 bis 4 Monate): Wo wollt Ihr hin – ist Euer Ziel das gleiche geblieben? Funktioniert Eure Strategie oder solltet Ihr sie anpassen? Habt Ihr noch Freude an Eurem Engagement? Wenn nicht, was bräuchtet Ihr dafür?



- 5 Feiert Eure Erfolge zusammen!** Egal wie klein einzelne Schritte erscheinen mögen oder ob Ihr schnell zur nächsten Aufgabe weiterzueilen wollt: Nehmt Euch die Zeit, gemeinsam innezuhalten, Euch gegenseitig auf die Schulter zu klopfen und Eure Zwischenerfolge zusammen zu feiern.

- 1 Wertschätzung füreinander zeigen:** Achtet das nächste Mal darauf, wie gut es sich anfühlen kann, wenn Euch jemand für Euer Engagement dankt oder Eure Arbeit in der Gruppe wertschätzt. Den meisten Menschen gibt dies einen regelrechten Motivationsschub. Vielleicht nehmt Ihr Euch dann vor, Euch noch häufiger bei Euren Gruppenmitgliedern für ihre Mitarbeit in Eurem Projekt zu bedanken und Euch gegenseitig zu bestärken. Ihr könnt dies auch explizit in Eure Gruppentreffen einbauen.

- 3 Klare Aufgabenverteilung:** Setzt Euch bei der Planung eines neuen Projekts zusammen und sammelt gemeinsam die anstehenden Aufgaben. Überlegt dann, wer von Euch Lust hat, was zu übernehmen, und wer den Überblick zwischen den Bereichen behält. Haltet die Aufgabenverteilung gut sichtbar für alle zum Beispiel auf einer Flipchart fest. Manche Menschen mögen Konstanz und wollen ihre Aufgabe nicht zu oft wechseln, andere brauchen Abwechslung, um motiviert zu bleiben. Indem Ihr die Aufgabenverteilung immer wieder aktiv besprecht, könnt Ihr das berücksichtigen.

Fünf Tipps für gute Projektgruppentreffen

- 1 Plant die Treffen:** Überlegt Euch vorher, was Ihr besprechen wollt und was Ziel des Treffens ist. Versendet am besten eine Tagesordnung, dann können sich alle vorab Gedanken zu den anstehenden Fragen machen. Ladet frühzeitig zum Treffen ein.

- 2 Wenn neue Interessierte dabei sind:** Macht zu Beginn eine Vorstellungsrunde – auch wenn es beim fünften Mal müßig erscheint – und bringt die Neuen auf den aktuellen Stand. Gebt Euch Mühe, die Neuen durch persönliches Ansprechen in die Gruppe zu integrieren – zum Beispiel durch Buddys, die auf sie zugehen. So schafft Ihr ein offenes Klima und Eure Gruppe kann wachsen.

- 3 Schreibt Ergebnisprotokolle:** Auch wenn es anfangs sehr „formal“ erscheint, nach einem Jahr erinnert Ihr Euch an einiges nicht mehr und ein Protokoll als Gedankenstütze hilft, den roten Faden zu behalten und Dinge nicht mehrfach ausdiskutieren.

- 4 Verteilt rotierende Rollen:** Die Moderation und das Protokoll sollten klar verteilt sein. Weitere Rollen je nach Art des Treffens wären zum Beispiel Buddys für Neue, Energizer-Verantwortliche, Zeitwächter:innen und Menschen, die sich um Verpflegung kümmern.




- 5 Erfolge feiern:** Kommuniziert jeden noch so kleinen Erfolg und entwickelt Rituale, um Erfolge zu feiern. Auch die gegenseitige Wertschätzung für das Engagement jedes einzelnen Gruppenmitglieds ist extrem motivierend und gibt Energie für die nächsten Schritte.

„Utopia Stories“ erraten

Ein Ratespiel für utopisches Denken und politisches Handeln


Die „Utopia Stories“ basieren auf der Grundidee des bekannten Kartenspiels „Black Stories“. Ziel des Spiels ist es, aufgrund eines kurzen Beschreibungstextes und einer kleinen Illustration einer konkreten Utopie zu erraten, **welche Schritte notwendig wären, um die Utopie tatsächlich zu erreichen**. Dazu dürfen die Mitspieler:innen der:dem Spielleiter:in Fragen stellen, die diese:r lediglich mit „Ja“ oder „Nein“ beantworten darf. Das Spiel stärkt die Vorstellungskraft für konkrete, positive Utopien. Gleichzeitig lernen die Mitspieler:innen politische Hebel zum Erreichen der Utopien kennen.

Unternehmen aus der Pestizidbranche müssen für entstandene Schäden ihrer Produkte aufkommen, das haben Gerichte geurteilt. Seitdem lohnt sich der Pestizid-einsatz nicht mehr.



Im Staatsmuseum in Thüringen kann man eine Giftspritze begutachten. Thüringen feiert 50 Jahre pestizidfreies Bundesland. Was ist passiert?

Der Bundestag beschloss, dass Schritt für Schritt der Import von Rohstoffen ins Land auf null reduziert wird. Seitdem wird jeglicher Müll gesucht und verwertet.




Nach Feierabend gehen zahlreiche Schatzsuchende durch die Landschaft spazieren. Die Suche nach wertvollen Rohstoffen ist ein allabendliches Gemeinschaftserlebnis. Was ist passiert?

Wegen der kürzlich erweiterten „Allgemeinen Kinder- und Jugendrechte“, die im Grundgesetz fester Bestandteil sind, sitzen Kinder und Jugendliche in jedem Stadtteil und können dort eigene Ideen und Gesetzesentwürfe einbringen.



Wegen Monika, neun Jahre, gibt es jetzt rund um München doppelt so viele Windräder als zuvor. Was ist passiert?

Wie in fast allen Wohnvierteln teilen auch in Sebastians Nachbarschaft alle Bewohner:innen ihr Werkzeug. Es gibt einen Leihladen, Rad- und Car-Sharing-Stationen sowie eine Materialvermittlung um die Ecke. Commoning- und Sharing-Modelle werden seit der Umsetzung des Bundesweiten Sharing-Aktionsplans zum Ressourcenschutz und der Gemeinschaftsförderung von den Kommunen stark subventioniert.



Bei Sebastian ist nie wieder eine Schraube locker. Bei allen anderen auch nicht. Was ist passiert?

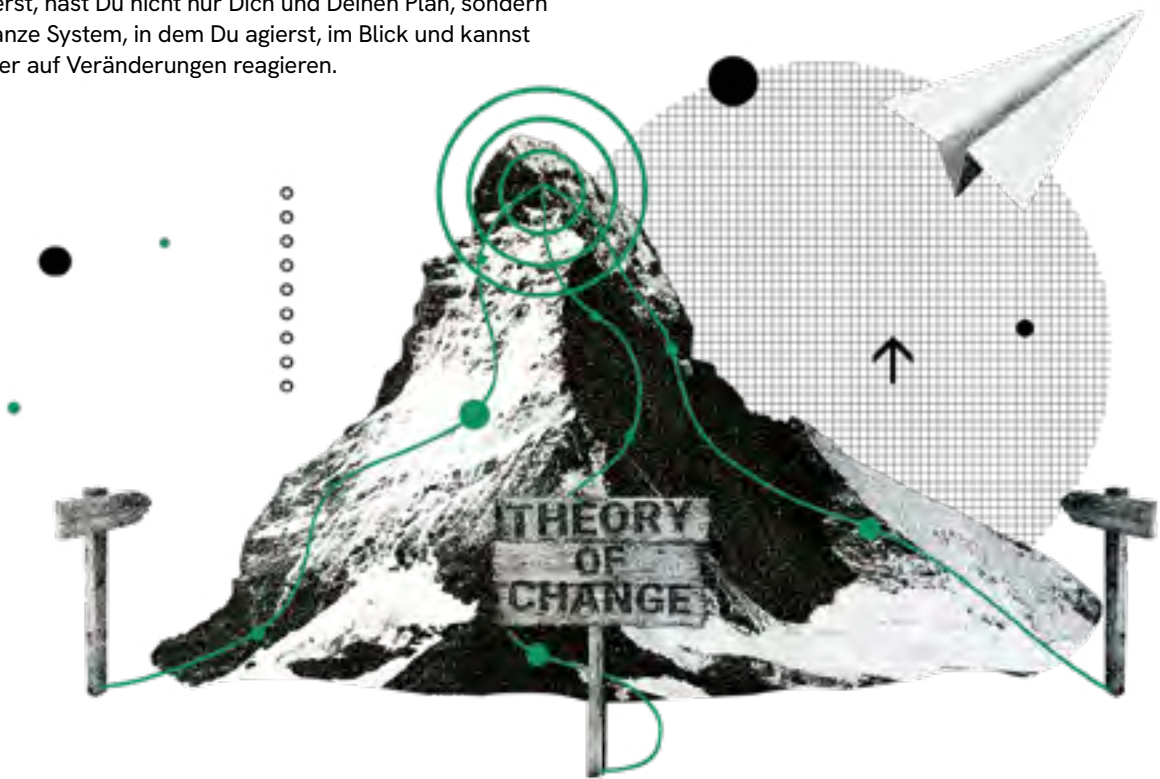
Ihr habt weitere Ideen für „Utopia Stories“? Schickt uns Eure Geschichten und Auflösungen an handprint@germanwatch.org – Vielleicht entsteht dann bald ein ganzes Kartenspiel daraus.

Eine Theorie des Wandels für das eigene Projekt entwickeln

Die Entwicklung einer **Theory of Change** (Theorie des Wandels) für Dein Projekt kann Dir helfen, mögliche Hindernisse, Reaktionen Deiner Adressat:innen und Szenarien strategisch mitzudenken. Indem Du einen zeitlichen Ablauf möglicher Ereignisse und Deiner jeweiligen Handlungsoptionen skizzierst, hast Du nicht nur Dich und Deinen Plan, sondern das ganze System, in dem Du agierst, im Blick und kannst flexibler auf Veränderungen reagieren.

Ein Beispiel:

Stell Dir vor, Du bist Teil einer kleinen Studierendeninitiative und Ihr verfolgt das Ziel, strenge Kriterien für Geldanlagen an der Hochschule zu verankern, damit sozial und ökologisch nachhaltig investiert wird:



START

Ihr schreibt dem Hochschulrektorat einen Brief, in dem Ihr um Offenlegung der Investitionen und die dafür vorgesehenen Kriterien bittet.

Zunächst antwortet die Hochschulleitung nicht.

Ihr vernetzt Euch mit der Studierendenvertretung.

Diese trägt Eure Anfrage an den Senat der Hochschule heran.

Hier erhaltet Ihr nun Auskunft über die Anlagen der Universität. Es wird vielleicht deutlich, dass das Geld teilweise in Fonds fließt, in denen auch nicht nachhaltige Unternehmen vertreten sein können.

In einem offenen Brief formuliert Ihr Eure Forderung nach strengeren Kriterien für Geldanlagen, die Investitionen in Unternehmen ausschließen, die dem Klimaschutz entgegenwirken oder Menschenrechte nicht ausreichend schützen. Ihr fordert außerdem die Verankerung eines „do good“- anstatt eines „do no harm“-Ansatzes für Investitionen.

Die Universitätsleitung wird vielleicht antworten, dass sie ihre Investitionen dann nicht mehr ausreichend breit verteilen könne und die Risiken von Verlusten sich vergrößern würden.

Ihr kontaktiert Expert:innen für nachhaltiges Investieren. Außerdem macht Ihr die Antwort der Hochschulleitung öffentlich und organisiert eine große Infoveranstaltung.

ZIEL

Am Ende startet der partizipative Kriterien-Entwicklungsprozess und es erfolgt eine Verlagerung der Investitionen Eurer Hochschule.

Wenn die Hochschulleitung hier noch zögert, erhöht Ihr den öffentlichen Druck.

Ihr schlagt nun einen konkreten Prozess fürs nächste Jahr vor, an dessen Ende ein neuer Kriterienkatalog für nachhaltige Geldanlagen der Hochschule entstanden sein soll und an dem auch Studierende und externe Expert:innen beteiligt sein sollen.

Ein erster Teilerfolg ist die zunehmende Offenheit der Hochschulleitung, die sich nun auch mit anderen Hochschulen zu diesem Thema austauschen wird.

Zu dem Gespräch werden auch die Expert:innen für nachhaltige Geldanlagen eingeladen.

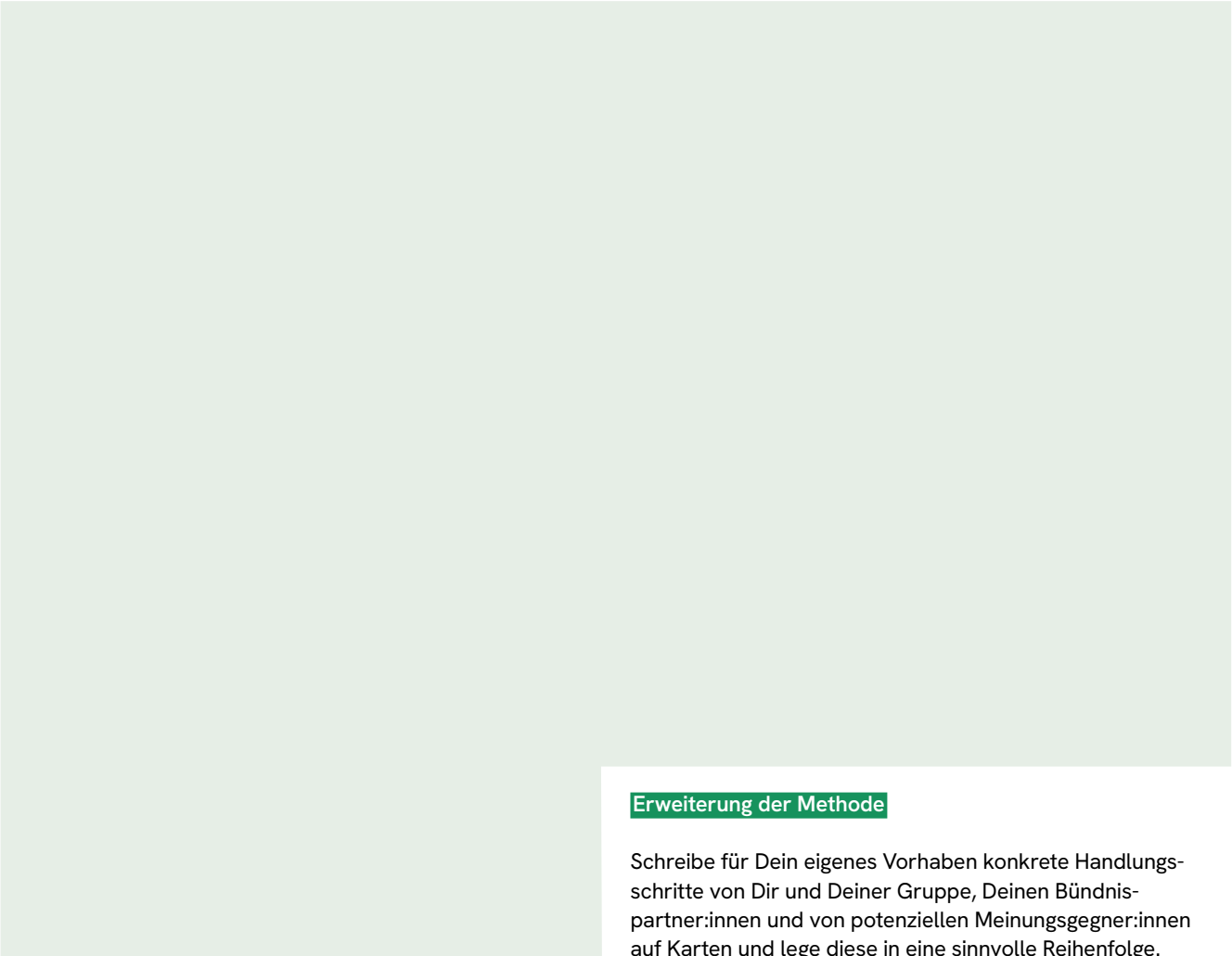
Die Hochschulleitung lässt sich darauf ein.

Ihr könnt nun ein größeres Bündnis mit Professor:innen, AStA-Referatssprecher:innen, Studierenden, Verwaltungsmitarbeiter:innen bilden und die Hochschulleitung um eine Gesprächsrunde mit Vertreter:innen eures Bündnisses bitten.

Das Thema bekommt nun immer mehr Aufmerksamkeit am Campus.

Eine Theorie des Wandels für das eigene Projekt entwickeln

Platz für Notizen zu Deiner Theory of Change:



Erweiterung der Methode

Schreibe für Dein eigenes Vorhaben konkrete Handlungsschritte von Dir und Deiner Gruppe, Deinen Bündnispartner:innen und von potenziellen Meinungsgegner:innen auf Karten und lege diese in eine sinnvolle Reihenfolge.

Mit Entscheidungsträger:innen sprechen

Zehn Tipps der Bürgerlobby Klimaschutz für Gespräche mit Entscheidungsträger:innen

- 2 **Stellt Euch und Euer Anliegen kurz vor**
Euer Gegenüber will wissen, wer Ihr seid und was Euch bewegt. Es lohnt sich, die Vorstellung vorher zu üben, damit sie einen klaren Rahmen für das Gespräch setzt, ohne gleich zu viel Zeit in Anspruch zu nehmen.
- 4 **Versucht, eine Verbindung über gemeinsame Werte aufzubauen**
Klimaschutz ist ein Werte-Thema. Es lohnt sich, die eigenen Sorgen und Hoffnungen darzulegen und auch diejenigen des Gegenübers herauszuhören. Auch wenn man sich in den Details nicht einig sein sollte, ist ein offenes Bekenntnis zu Werten eine gute gemeinsame Gesprächsgrundlage.
- 1 **Respektiert die Zeit der Gesprächspartner:innen**
Fragt zu Beginn des Gesprächs, wieviel Zeit Euer Gegenüber hat. Jemand in der Gruppe muss auf die Zeit achten und fünf Minuten vor Ende dafür sorgen, dass das Gespräch einen guten Abschluss findet.
- 3 **Findet vorab etwas über Eure Gesprächspartner:innen heraus und dankt Ihnen für ihre Arbeit**
Wir wollen, dass unsere Gesprächspartner:innen sich persönlich für Klimaschutz einsetzen. Dafür müssen wir sie als Personen wahrnehmen und Respekt für ihre Arbeit zeigen. Bleibt dabei bitte ehrlich, denn falsches Lob fällt auf.
- 5 **Bei allem Respekt: Steht zu Euren Werten**
Bleibt authentisch und rückt nicht von Eurem zentralen Anliegen ab. Es geht um nicht weniger als unsere Zukunft. Gebt Euren Gesprächspartner:innen ruhig das Gefühl, dass auch sie oder er in der Verantwortung steht.



- 6 **Stellt eine klare Forderung**
Nach den Treffen sollen Eure Gesprächspartner:innen sich darüber im Klaren sein, was Ihr von ihnen wollt. Die Kernforderungen der Klima-Allianz sind hier eine gute Basis. Wenn sich Euer Gespräch auch um Klimaschutz dreht, könnt Ihr Euch daran orientieren. Sucht Euch ein, zwei Punkte aus, die Euch am wichtigsten sind, damit Euer Anliegen einen klaren Fokus hat. Fragt direkt: „Wären Sie bereit, sich persönlich für unser Anliegen einzusetzen?“
- 8 **Fragt, wie Ihr weiter behilflich sein könnt**
Zum Beispiel könnt Ihr fragen: „Mit welchen weiteren Informationen können wir Sie unterstützen?“
- 7 **Stellt Fragen, um Einblicke zu erlangen**
Fragt Eure Gegenüber zu ihren Ideen, Plänen und Bedenken. Nehmt sie ernst und macht Notizen. Ein konstruktiver Dialog ist die beste Basis für weitere Zusammenarbeit.
- 9 **Fragt nach der Möglichkeit eines weiteren Treffens**
Ein weiteres Treffen macht es möglich, konkreter zu werden. Außerdem gibt es den Gesprächspartner:innen einen Grund, sich in der Zwischenzeit mehr mit dem Thema zu beschäftigen.
- 10 **Bleibt am Ball**
Nach dem Treffen ist vor dem Treffen. Politik lässt sich nur mit einem langen Atem beeinflussen. Sendet Euren Gesprächspartner:innen die versprochenen Informationen, bleibt in Kontakt und lasst sie wissen, dass Ihr auf sie zählt.



Diese Tipps wurden übernommen von der Citizen's Climate Lobby Germany e.V. / Bürgerlobby Klimaschutz. Aus „Abgeordneten“ haben wir in diesem Text „Entscheidungsträger:innen“ gemacht, um die Tipps anwendbar für Engagierte in Unternehmen, Schulen, Hochschulen, Vereinen etc. zu machen.

Erfolge feiern

Mach Dir Deine bzw. die Erfolge Eurer Gruppe im Nachhaltigkeitsengagement bewusst. Nimm dabei auch die vermeintlich kleinen Schritte auf dem Weg zu einem größeren Ziel in den Blick. Wohlwollend auf das eigene Engagement zu schauen, auch die Zwischenschritte wahrzunehmen und sich dafür gegenseitig Wertschätzung entgegenzubringen, ist eine wichtige Basis, um auch bei Rückschlägen zuversichtlich und motiviert zu bleiben. Außerdem macht das Engagement auch mehr Spaß, wenn wir mit einem positiven Blick darauf schauen.

Gute Entscheidungen:

Diese Person haben wir von unserem Vorhaben überzeugt:

Diese Verbündeten konnten wir bereits gewinnen:

Ein großer Meilenstein für uns:

Momente, die im Gedächtnis bleiben:

Eine bleibende Veränderung, die wir angestoßen haben:

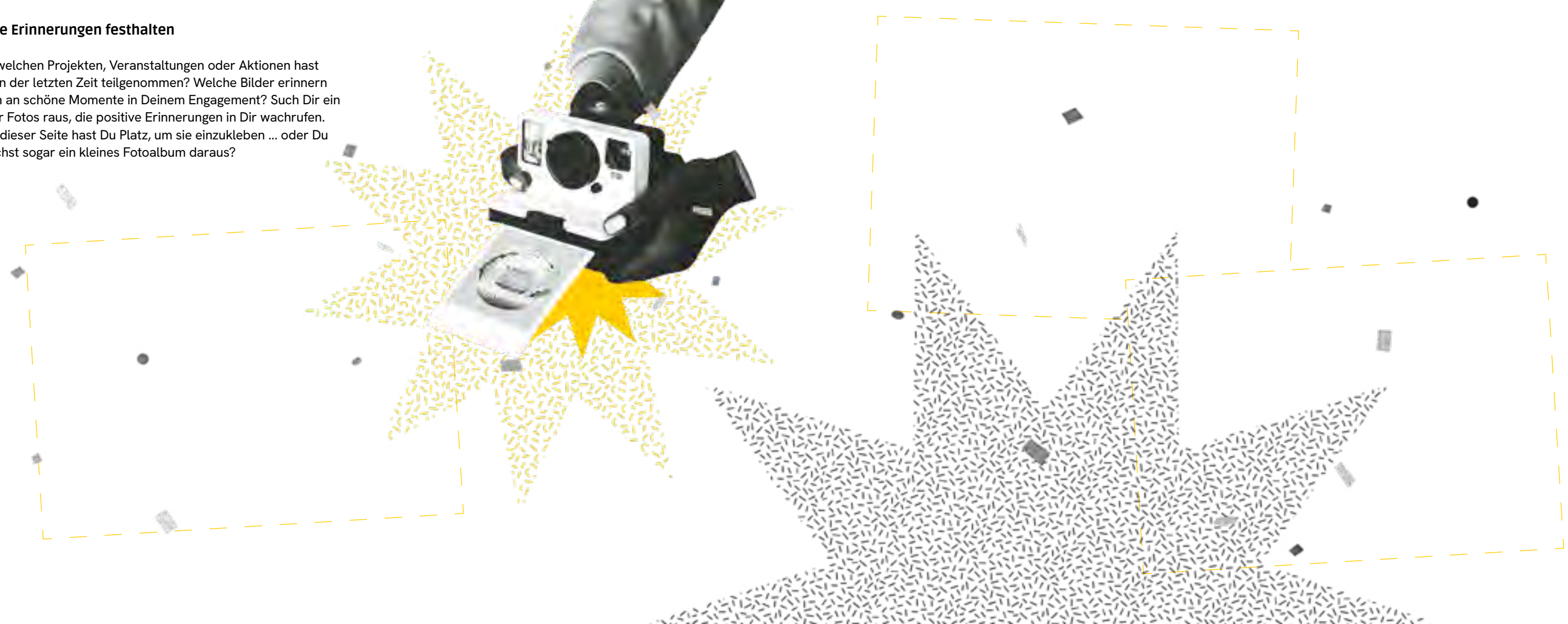
Wichtige Begegnungen:

Eine relevante Außenwirkung haben wir erzielt mit:



Gute Erinnerungen festhalten

An welchen Projekten, Veranstaltungen oder Aktionen hast Du in der letzten Zeit teilgenommen? Welche Bilder erinnern Dich an schöne Momente in Deinem Engagement? Such Dir ein paar Fotos raus, die positive Erinnerungen in Dir wachrufen. Auf dieser Seite hast Du Platz, um sie einzukleben ... oder Du machst sogar ein kleines Fotoalbum daraus?



Sich inspirieren lassen

Diese Projekte haben in ihrem Umfeld Strukturen nachhaltig verändert und so einen bleibenden **Handabdruck** hinterlassen:

Materialvermittlung

→ Ebene: Quartier, Kommune/Stadt

In Berlin gibt es eine „Zentralstelle für wiederverwertbare Materialien“: Hier können Materialien abgegeben werden, die sonst im (Sperr-)Müll landen – Stoffe, Holzteile, Seile, Stangen, Metall- oder Plastikstücke und vieles mehr. Der Bestand ändert sich laufend und jede:r kann vorbeikommen, um Material für neue Projekte zu finden: Künstler:innen, Bühnenbauer:innen und Designer:innen genauso wie Heimwerker:innen, Kindergärten und Schulen. Das Projekt möchte hiermit einen Beitrag zur Ressourcenschonung leisten und hat schon mehrere Zweigstellen:

www.kunst-stoffe-berlin.de.

Ähnlich funktionieren zum Beispiel die www.materialvermittlung.org in Dresden und www.offcut.ch in der Schweiz.

Steuererleichterung für Reparaturen

→ nationale Ebene

In einigen EU-Ländern wird das Reparieren von Geräten bereits durch verschiedene Formen von Steuererleichterungen preiswerter und somit attraktiver gemacht. In Schweden und Österreich zahlen die Kund:innen zum Beispiel eine um 50 % reduzierte Mehrwertsteuer auf Reparaturen. Davon profitieren natürlich auch Reparaturgeschäfte, sodass mehr Möglichkeiten bestehen, kaputte Gegenstände in lokalen Werkstätten reparieren zu lassen. In Wien gibt es zusätzlich einen Reparatur-Bon, mit dem 50 % des Reparaturpreises direkt vor Ort von der Bruttorechnung abgezogen werden.

Verschiedene weitere Bündnisse vernetzen sich auch auf europäischer Ebene, um den politischen Druck in der EU zu erhöhen: www.repair.eu.

Nachhaltige öffentliche Küchen in Kopenhagen

→ Ebene: Kommune/Stadt

Dänemark hat von 2011 bis 2020 den „Organic Action Plan“ umgesetzt. Darin wurde das nationale Ziel gesetzt, bis 2020 60 % aller öffentlichen Küchen im Land mit biologischen Lebensmitteln zu versorgen. Die landwirtschaftlichen Flächen, auf denen biologische Produkte angebaut werden, sollten verdoppelt werden. Kopenhagen hat dieses Ziel schon im Jahr 2015 mit über 90 % Bio-Anteil weit übertroffen. Ein Erfolgsfaktor war die partizipative Entwicklung des „Organic Action Plans“, in die zahlreiche Akteur:innen aus der landwirtschaftlichen Produktion und Verarbeitung sowie Verbraucher:innen und Zivilgesellschaft durch Workshops, Interviews und Fragebögen eingebunden wurden. Mehr dazu hier: www.futurepolicy.org

Mehr Bio in Kommunen. Ein Praxisleitfaden des Netzwerks deutscher Biostädte (2017): www.biostaedte.de/images/pdf/leitfaden_V4_verlinkt.pdf

Radnetze flächendeckend und sicher ausbauen

→ Ebene: Kommune/Stadt

Mittlerweile gibt es von Rostock im Norden bis Bamberg im Süden viele Städte in Deutschland, in denen engagierte Bürger:innen die Bedingungen für Radfahrer:innen verbessern konnten. Lokale Initiativen haben dafür „Radentscheide“ organisiert – also Bürgerbegehren und Bürgerentscheide.

Zu ihren Forderungen zählten zum Beispiel:

- sichere Radwege an großen Straßen,
- ein zusammenhängendes Radwegenetz, vor allem auf Schulwegen,
- sichere Kreuzungen, die vor Abbiegeunfällen schützen,
- Fahrradschnellstraßen (sowohl in Städten als auch auf dem Land von einem zum anderen Dorf),
- mehr Stellplätze,
- die Absenkung von Bordsteinkanten oder
- Mitnahmemöglichkeiten von Rädern in Bus und Bahn.

Ein How-to-Radentscheid inklusive rechtlicher Tipps findet Ihr hier: www.klimawende.org.

Sich inspirieren lassen

Ernährungsrat Köln

→ Ebene: Kommune/Stadt

Der Ernährungsrat Köln ist aus dem Verein „Taste of Heimat“ heraus entstanden. Die Mitglieder des Vereins setzten sich für eine Agrar- und Ernährungswende ein und stellten sich die Frage, wie sie die regionale Vernetzung zwischen Akteur:innen des Ernährungssystems strategisch stärken können. Seit 2016 kommen im Ernährungsrat Köln 30 Mitglieder regelmäßig zusammen, um die lokalen Versorgungsstrukturen zu stärken und nachhaltiger zu gestalten. Dabei ist dem Ernährungsrat außerdem eine enge Anbindung an die Stadt Köln und die umliegenden Landkreise gelungen (⅓ der Ratsmitglieder kommen aus Politik und Verwaltung, ⅓ aus zivilgesellschaftlichen Initiativen und ⅓ aus der lokalen Wirtschaft).

Hier geht's zur offiziellen Seite des Ernährungsrats in Köln:
www.ernaehrungsrat-koeln.de.

Pestizidfreie Kommunen

→ Ebene: Kommune/Stadt

In Deutschland haben sich über 550 Städte und Gemeinden entschieden, zur pestizidfreien Kommune zu werden und auf den Einsatz von Pestiziden auf Grünflächen, Parks aber auch verpachteten landwirtschaftlichen Flächen zu verzichten. Die meisten Städte und Gemeinden halten das Pestizidverbot offiziell in einem Beschluss fest. Der Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND) berät Kommunen bei diesem Schritt.

Infos und Materialien zum bundesweiten Projekt „Pestizidfreie Kommune“ (zum Beispiel Beschlussvorlagen für den Gemeinderat) gibt es auf der Seite des BUND: www.bund.net/umweltgifte/pestizide oder auf der Seite des europaweiten Netzwerks pestizidfreier Gemeinden: www.pestizid-freie-gemeinden.info.

Pestizidsteuer in Dänemark

→ nationale Ebene

Im Jahr 2013 hat Dänemark seine damals bereits existierende – aber kaum wirkungsvolle – Pestizidsteuer weiterentwickelt. Seitdem gilt: Je stärker die Belastung von Menschen, Gewässern oder Tieren durch das Pestizid, desto teurer wird es. In einer Evaluation aus dem Jahr 2019 zeigt sich, dass diese Steuer zu einer Entlastung von Umwelt und Gesundheit geführt hat und landwirtschaftliche Betriebe nicht finanziell belastet hat. Diese haben – wie gewünscht – seitdem häufiger zu den weniger schädlichen und somit preiswerteren Pestiziden gegriffen.

Weitere Ideen und Inspiration findet Ihr in diesen Aktionshandbüchern:

Dein Handabdruck für die Ressourcenwende



Dein Handabdruck für die Agrar- und Ernährungswende



In den Handbüchern haben wir **konkrete Ideen zur Vergrößerung des Handabdrucks in den Handlungsfeldern Ressourcenwende und Agrar- und Ernährungswende** aufbereitet. Die Do-It-Guides stellen Projekte vor, die Strukturen erfolgreich verändert haben, und enthalten strategische Tipps, Checklisten zum konkreten Vorgehen sowie Links zum Weiterlesen. Zu beiden Do-It-Guides gibt es außerdem Aktionsposter, die bei der strukturierten Ideensuche, der strategischen Planung und dem Schritt ins wirkungsvolle Handeln genutzt und ausgefüllt werden können.

Sich auf verschiedene Zielgruppen einstellen

Mit welchen Argumenten Du unterschiedliche Menschen in einem Gespräch erreichst und mitnimmst, hängt stark von den Werten und Überzeugungen Deines Gegenübers ab. Sich vorab zu informieren oder im Gespräch durch Fragen zu erfahren, was Deinem Gegenüber wichtig ist, kann Dir helfen, Dich auf Deine Gesprächspartner:innen besser einzustellen.

Dabei geht es nicht darum, sich selbst zu verstellen, sondern bewusst über die Formulierungen, Bilder und Beispiele, die wir im Gespräch nutzen, und ihre Bedeutung für unser Gegenüber nachzudenken. Argumente für stärkeren Klimaschutz zum Beispiel gibt es aus den unterschiedlichsten Perspektiven: Je nachdem, ob Deinem Gegenüber Sicherheit, Bewahrung, Fortschritt, die Zukunft seines Unternehmens, Gerechtigkeit oder Solidarität besonders wichtig sind, kannst Du dazu passende Argumente und Formulierungen in den Vordergrund stellen (vergleiche Wertekarte in der Kalenderwoche 22). So fühlen sich Deine Gesprächspartner:innen eher angesprochen, können mit Deinen Argumenten wahrscheinlich mehr anfangen und sich stärker auf das Gespräch einlassen.

Der Think Tank „More in Common“ hat in sozialpsychologischen Datenanalysen sechs Bevölkerungsgruppen in Deutschland identifiziert, die jeweils unterschiedliche Sichtweisen auf die Gesellschaft haben und auch unterschiedliche Haltungen zur Klimakrise einnehmen:

Typen



Die Offenen (16%)

Selbstentfaltung, Weltoffenheit, kritisches Denken



Die Involvierten (17%)

Bürgersinn, Miteinander, Verteidigung von Errungenschaften

Das beschäftigt sie besonders



Die Etablierten (17%)

Zufriedenheit, Verlässlichkeit, gesellschaftlicher Frieden



Die Enttäuschten (14%)

(verlorene) Gemeinschaft, (fehlende) Wertschätzung, Gerechtigkeit



Die Pragmatischen (16%)

Erfolg, privates Fortkommen, Kontrolle vor Vertrauen



Die Wütenden (19%)

Nationale Ordnung, Systemschelte, Misstrauen

Mehr Tipps, wie Ihr verschiedene Zielgruppen gut erreicht, findet Ihr im Handbuch „Über Klima sprechen“ von klimafakten.de: www.klimakommunikation.klimafakten.de

Studie zu den sechs Typen und ihrer Einstellung zum Klimaschutz:
„More in Common (2021). Einend oder spaltend? Klimaschutz und gesellschaftlicher Zusammenhalt in Deutschland“. Abruflbar unter: www.moreincommon.de/media/leapg0va/more_in_common_studie_klima_zusammenhalt.pdf

Sich auf verschiedene Zielgruppen einstellen

Hier kannst Du notieren, welche Argumente bei verschiedenen Personen(gruppen), mit denen Ihr ins Gespräch kommen wollt, überzeugend sein könnten:



Euer Anliegen:

A large, empty light green rectangular box intended for writing notes or arguments.

Was ist der Zielgruppe besonders wichtig?

Welche Argumente könnten die Zielgruppe besonders überzeugen?

Welche Formulierung nimmt die Zielgruppe mit?

Zielgruppe 1

Zielgruppe 2

Wichtige Gespräche vor- und nachbereiten

Checkliste für wichtige Gespräche mit Entscheidungsträger:innen

All gemein

- ☐ Kontaktdaten beschaffen
- ☐ Recherche Gesprächspartner:in
- ☐ Inhaltliche Vorbereitung
- ☐ Gesprächsleitfaden
- ☐ Rollenverteilungen festlegen



Vor dem Gespräch

- ☐ Wer kontaktiert die zu sprechende Person?
- ☐ Wer setzt das Vorbereitungsdokument auf?
- ☐ Spickzettel mit Informationen zur Person und Checkliste
- ☐ Gemeinsamen Termin zur internen Vorbereitung ausmachen
- ☐ Absprache der Rollenverteilungen und der Thematik



Rollenverteilungen im Gespräch

- ☐ Wer übernimmt die Moderation?
- ☐ Wer stellt die Gruppe vor (nur wenn wenig Zeit ist, sonst jede:r sich selbst)?
- ☐ Wer spricht einen Punkt von Wertschätzung (oder eine Gemeinsamkeit) aus?
- ☐ Wer erklärt das Hauptanliegen (siehe auch „Lasertalk“ / Woche 46)?
- ☐ Wer macht Notizen / führt Protokoll?
- ☐ Wer achtet auf die Zeit?
- ☐ Wer übernimmt den Abschluss mit Dank?



Nach dem Gespräch

- ☐ Wer schreibt die „Dankes-Mail“ im Nachgang?
- ☐ Hier eventuell auch kompakte Anhänge mit Positionspapieren, Belegen oder Forderungen (**wichtig**: nicht zu viel!)
- ☐ Interne Evaluation und Dokumentation des Gesprächs
- ☐ Wer kümmert sich um einen Folgetermin?



Diese Checkliste wurde mit kleinen Anpassungen übernommen von der Citizen's Climate Lobby Germany e.V. / Bürgerlobby Klimaschutz.

Geschichten des Scheiterns erzählen

Neben dem Feiern von Erfolgen ist es natürlich auch wichtig, sich mit Fehlern oder nicht geglückten Strategien auseinanderzusetzen, um daraus zu lernen. Im angloamerikanischen Raum gibt es sogar den Trend, sogenannte „Fuckup-Nights“ zu veranstalten. An diesen Abenden erzählen Unternehmer:innen, Wissenschaftler:innen oder Start-Up-Gründer:innen von gescheiterten Projekten.

Zum einen geht es hier natürlich auch um die Frage, was diese Menschen aus dem Scheitern lernen und in Zukunft anders machen würden. Zum anderen sollen die „Fuckup-Nights“ aber auch Fehler und Misserfolge normalisieren und zeigen: Umwege gehören zum Leben dazu und kaum eine Karriere geht geradlinig bergauf: Wer etwas erleben und bewegen möchte, muss dafür meist auch etwas wagen und riskieren. Die Geschichten des Scheiterns zeigen auch, dass eine gescheiterte Idee die Menschen häufig überhaupt erst auf einen neuen Pfad gebracht hat, der sie zu der Tätigkeit gebracht hat, der sie nun nachgehen.



Kannst Du auch eine Geschichte des Scheiterns erzählen? Wie bist Du mit dem Misserfolg umgegangen? Hast Du / hat Deine Gruppe Dein Vorhaben anschließend angepasst oder das Projekt gänzlich verworfen? Was hast Du / habt Ihr daraus gelernt? Wozu hat das Scheitern rückblickend geführt?

Von der Vision zur Umsetzung kommen

Die Methode des sogenannten „Backcastings“ dreht die klassische Projektplanung um und startet mit der Vision:

- 1 Schreibe in das große Feld rechts oben in dem rechts abgebildeten Zeitstrahl Deine Zielvision, also was Du mit Deinem Engagement erreichen beziehungsweise wozu Du beitragen möchtest. Ergänze darunter den Zeitpunkt, bis wann dieses Ziel erreicht sein soll – zum Beispiel in einem Jahr oder in drei oder fünf Jahren.
- 2 Anschließend überlegst Du Dir, was unmittelbar vor Erreichen des Ziels passiert sein muss und trägst es in das nächste Feld ein.
- 3 Im Feld daneben trägst Du ein, was ein paar Wochen oder Monate davor passiert sein müsste.
- 4 So denkst Du nun Schritt für Schritt rückwärts und trägst die entscheidenden Ereignisse ein und wie Ihr diese angestoßen habt, bis Du wieder in der Gegenwart bist.
- 5 Nun leite zuletzt einen konkreten ersten Schritt ab, den Du nächste Woche anpacken kannst. Wenn Dir der Platz hier nicht ausreicht, übertrage den Zeitstrahl auf ein größeres Blatt Papier.



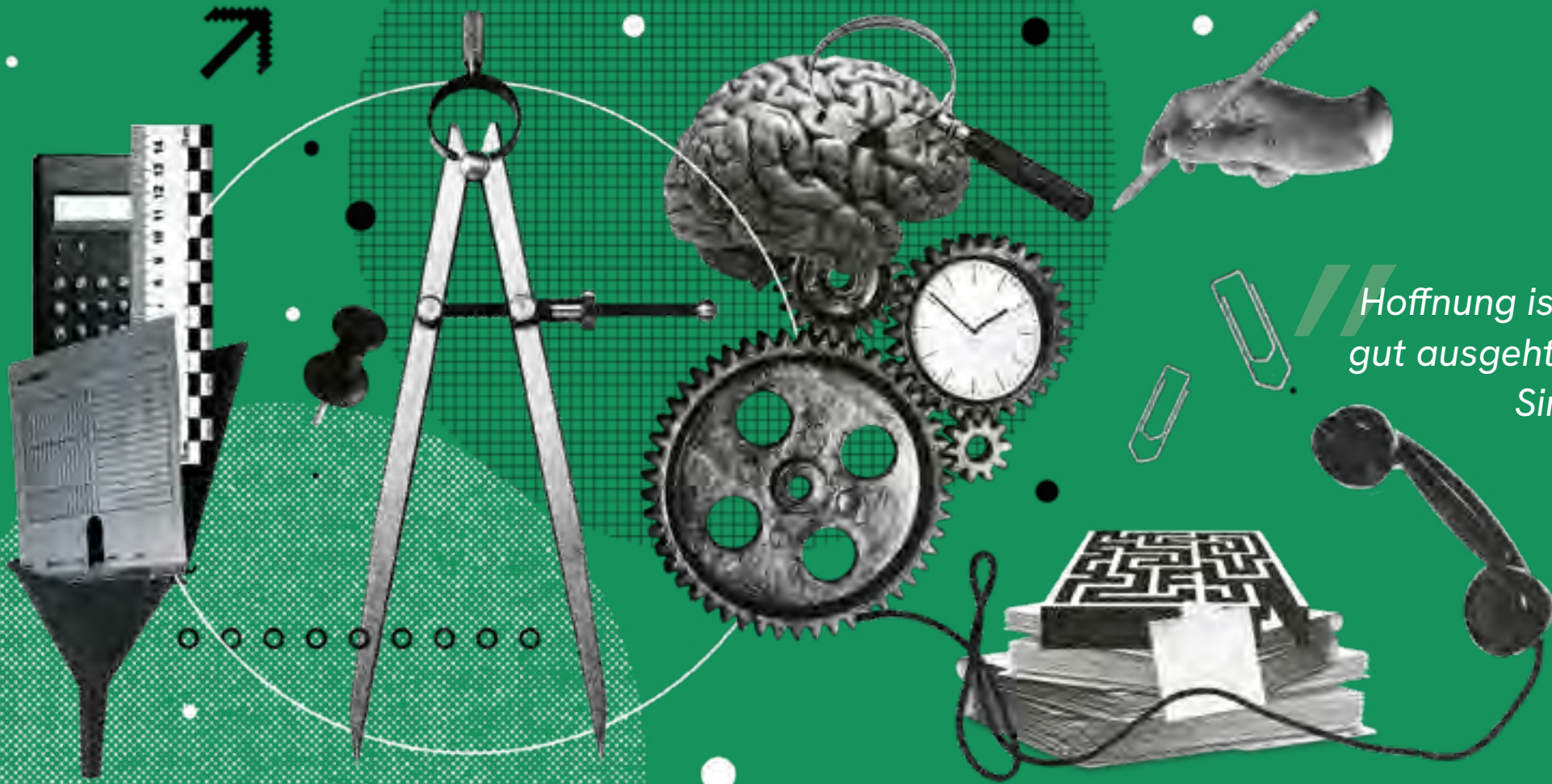
Gegenwart

Zukunft

Vision von dem, was ich will:

Was kann ich heute tun, um diese Vision zu erreichen?





Hoffnung ist nicht die Überzeugung, dass etwas gut ausgeht, sondern die Gewissheit, dass etwas Sinn hat, egal wie es ausgeht.

Václav Havel

Argumente entwickeln. Gegenargumente antizipieren. Schlagfertig erwidern.


Was sind die Top-3-Argumente für Euer Vorhaben?

Füllt das Argumente-Siegertreppchen aus:

2

1

3



Was könnten die Top-3-Gegenargumente zu Eurem Vorhaben sein?

Welche:r Akteur:in könnte sie vorbringen?
Was würdet Ihr erwidern?

2

1

3

1	Akteur:in: Eure Erwiderung:	
2	Akteur:in: Eure Erwiderung:	
3	Akteur:in: Eure Erwiderung:	

Sich ins Gespräch trauen

Du hast die:den Entscheidungsträger:in in Deiner Institution um einen Gesprächstermin gebeten. Er:sie hat zugesagt, Du hast mit Deiner Gruppe den Austausch vorbereitet (vgl. Woche 36 und Woche 43) und nun steht das Treffen bevor.

Im Folgenden findest Du einen Gesprächsleitfaden der Bürgerlobby Klimaschutz (Citizen's Climate Lobby e. V.), der Dir helfen kann, sicher durch das Gespräch zu navigieren. Vielleicht triffst Du Deine:n Gesprächspartner:in mit ein bis zwei weiteren Verbündeten – dann könnt Ihr die verschiedenen Schritte untereinander aufteilen.

Wichtig

- wertschätzend bleiben
- bei unterschiedlichen Meinungen „Ich-Botschaften“ senden
- nicht verstellen / vortäuschen
→ authentisch bleiben
- Diese Methode ist kein Trick!

Gesprächsleitfaden

Anfang: Rahmen setzen, Wertschätzung zeigen

- Nach für Gespräch verfügbarer **Zeit** fragen
- Kurze **Vorstellungsrunde** zum Kennenlernen (Persönliches einbringen)
- Gegebenenfalls kurze **Vorstellung** der **Organisation / Initiative / Verein**
- Punkt der **Wertschätzung** oder **Gemeinsamkeit** hervorheben



Hauptteil: Fragen, Zuhören, Kernforderungen stellen

- Durch Zuhören und Fragen stellen das Gespräch lenken
- Anliegen erläutern → **siehe Elevator Pitch**
- Fokus setzen!



Ende: Langfristige Beziehung aufbauen

- **Unterstützung** anbieten
– gemeinsame Verantwortung zeigen
- Nach Vorschlägen für **weitere Gesprächspartner:innen** fragen
- Nächsten **Termin** vereinbaren

Elevator Pitch

- E** Einbeziehen des Zuhörers
- P** Problem beim Namen nennen
- I** Informieren über Lösungen
- K** Klare Ansprache zum Handeln



Techniken für ein „aktives Zuhören“

- Blickkontakt halten
- Aufnahmebereite Gestik
- Interesse zeigen
- Angemessene und zugewandte Körperhaltung
- Aussprechen lassen
- Nachfragen
- Kernaussagen des Gegenübers sinngemäß in eigenen Worten wiedergeben

- Erzeugt positive Gesprächsatmosphäre
- Schafft Akzeptanz & Vertrauen
- Hilft, auch bei einer Konfrontation Offenheit zu bewahren

Notizen für Deinen Elevator Pitch

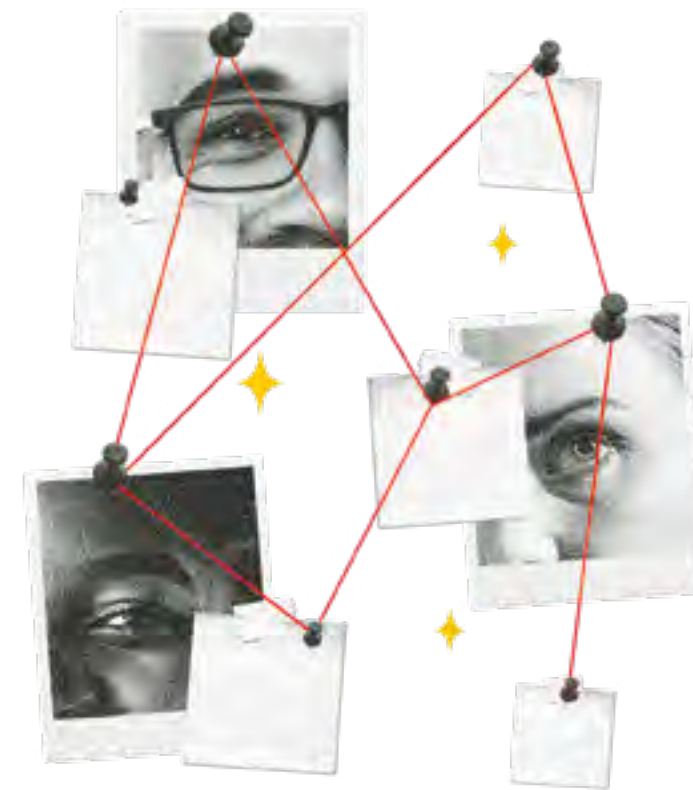
Kontakte knüpfen. Netzwerke bilden.

Hier ist Platz für Kontakte aus Deiner Gruppe oder Deinem Engagementumfeld. Ergänze hinter den Namen, welche Hütte die Person in Eurer Gruppe / in ihrem Engagement aufhat oder für welche Themen sie brennt und bei welchen Fragen Du sie kontaktieren würdest. So entsteht ein stärkenorientiertes Telefonbuch für Deine Gruppe:

[illegible]

Mit wem würdest Du Dich gerne vernetzen? Welche Gruppe oder Einzelperson inspiriert Dich? Mit wem würdest Du Dich gerne einmal austauschen, um von ihren/seinen Erfahrungen zu lernen?

Hier ist Platz für Gruppen und Einzelpersonen, mit denen Du Dich gerne einmal via Zoom, Telefon oder bei einer Schorle zusammensetzen möchtest, um Deine Ideen und Projekte für Transformationsprozesse zu diskutieren:



Was hält Dich noch davon ab? Auf geht's, suche im Internet den interessantesten Kontakt und schick noch heute eine Mail ab – vielleicht klappt es ja mit dem Treffen oder es ergibt sich eine andere Form des Austauschs.

Über sich hinauswachsen

Drei professionelle Weiterbildungsmöglichkeiten für Transformationsengagierte

weiter_wirken – Nachhaltigkeit erfolgreich vermitteln

- Weiterbildungs- und Vernetzungsprogramm der Stiftung Umwelt und Entwicklung NRW
- Teilnehmende werden in der systematischen Anwendung von Erkenntnissen aus der Verhaltensforschung bei der Planung und Umsetzung ihrer Aktivitäten unterstützt, um so die Wirksamkeit konkreter Projekte zu erhöhen
- Richtet sich an Haupt- und Ehrenamtliche, die in Nordrhein-Westfalen Nachhaltigkeits- und Eine-Welt-Projekte planen und umsetzen
- Fünf Module an zwei Präsenzterminen und drei Online-Terminen über ca. fünf bis sechs Monate



www.weiter-wirken.de

Kurs Z: Campaigning und mehr für junge Umweltengagierte

- Für junge Klima- und Umweltengagierte (ca. 20 bis 30 Jahre), die sich nach einem ehrenamtlichen Engagement, zum Beispiel in Initiativen oder Jugendorganisationen, längerfristig – ggf. auch beruflich – im Umweltbereich organisieren möchten
- Neunmonatiger Kurs der Bewegungsakademie und des Deutschen Naturschutzrings zu:
 - Gute Zusammenarbeit mit politischer Strategie
 - Kampagnenplanung und Projektmanagement
 - Kommunikation und Online-Öffentlichkeitsarbeit
 - Intersektionale Organisationsentwicklung und New Leadership
- Vier Präsenzseminare von September bis April, zusätzlich Online-Workshops und ein wöchentlicher Check-in jeden Donnerstag von 16 bis 18 Uhr



www.kurs-z.de



Campaigning School – umfassende Ausbildung für progressive Politikgestalter:innen

- Einjährige berufsbegleitende Ausbildung für Campaigner:innen und alle, die es werden wollen – aus NGOs, Stiftungen, politischen Initiativen, Kirchen und Gewerkschaften
- Eigenbeschreibung: „Eine Mischung aus Haltung und Praxis sowie Wissen und Theorie gibt Dir das nötige Handwerkzeug, um wirkungsvolle und professionelle Kampagnen durchzuführen und gesellschaftlichen Wandel anzustoßen“
- Drei fünftägige Intensivveranstaltungen (in Präsenz) und sieben Webinare mit Expert:innen
- Eine Initiative von ProtectThePlanet, der Fundraising Akademie und Germanwatch e. V.



www.campaigningschool.de



Deine Notizen zu weiteren transformativen Fortbildungen:

Unerwünschte Nebeneffekte vermeiden

„Do no harm“-Checkliste

Gut gemeint ist nicht immer gleich gut gemacht. Auch im Nachhaltigkeitsengagement kann es passieren, dass Ihr mit einem Vorhaben etwas auslöst, was anderen schadet oder was man eigentlich nicht beabsichtigt hat. Damit Ihr mögliche unerwünschte Nebeneffekte eines Projekts oder in der Interaktion mit anderen umschiffen könnt, haben wir eine kleine Checkliste angelegt. Die kritische Betrachtung ermöglicht es, ungewollte Nebeneffekte frühzeitig zu identifizieren und zu vermeiden:

☐ Dient Euer Vorhaben dem Gemeinwohl?

In Eurem Engagement für nachhaltige Entwicklung solltet Ihr immer das Gemeinwohl der Gesellschaft als Ganzes im Blick haben. Stellt sicher, dass Ihr weder nur Einzelinteressen vertrittet, noch bestimmte Gruppen aus dem Blick verliert. Ihr solltet vermeiden, dass Personen oder Gruppen durch die von Euch angestoßenen Veränderungen Nachteile erfahren. Da unsere Wahrnehmung von unseren persönlichen Erfahrungen, unserer Herkunft und von existierenden Machtstrukturen (zum Beispiel Zugang zu Orten, finanziellen Ressourcen) geprägt ist, ist es sinnvoll, möglichst verschiedene Interessens- und Bevölkerungsgruppen bei einem Vorhaben miteinzubeziehen.

☐ Ist Eure Kommunikation wertschätzend?

Bleibt stattdessen offen und zugewandt zu anderen Menschen und Meinungen – in Eurer Kommunikation und in Eurer eigenen Haltung. Wer andere Meinungen von vornherein verurteilt oder sehr konfrontativ kommuniziert, löst damit beim Gegenüber häufig ebenfalls eine ablehnende Haltung aus, die ein konstruktives Gespräch verhindert.

☐ Bleibt Ihr (auch verbal) gewaltfrei?

Greift andere Menschen nicht persönlich an und bleibt auch in harten Diskussionen immer auf der Sachebene. Passt außerdem auf, dass Ihr nicht in die „Outgroup-Falle“ tappt: Damit ist gemeint, dass eine Gruppe moralische Urteile über andere Gruppen oder ihre:n Verhandlungspartner:in entwickelt, ihr Gegenüber das unterschwellig wahrnimmt und dadurch nicht mehr bereit ist, zu kooperieren. Ein Outgroup-Denken entsteht, wenn eine Gruppe ihre eigene Einstellung in der Ingroup als „richtig“ definiert und sich über die Abgrenzung zu anderen identifiziert.

☐ Vermeidet Ihr Rebound-Effekte?

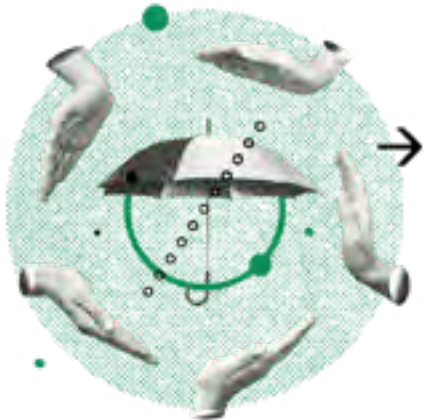
Ein Rebound-Effekt entsteht, wenn zum Beispiel eine höhere Effizienz eines Produkts dazu führt, dass Personen dieses umso mehr nutzen. Rebound-Effekte können finanziell begründet sein (zum Beispiel: „Wenn das Auto weniger Benzin verbraucht, dann kann ich es mir auch leisten, längere Strecken zu fahren.“) oder aber auch psychologische Gründe haben (zum Beispiel: „Ich habe das ganze Jahr Müll getrennt, jetzt kann ich auch mal wieder in den Urlaub fliegen!“). Welche Rebound-Effekte könnte Euer Projekt verursachen? Welche Strategien könntet Ihr jetzt schon entwickeln, um diese Effekte so gut es geht zu vermeiden?

☐ Achtet Ihr auf Eure eigenen Ressourcen?

Wer sich für Chancengleichheit, Ressourcen- oder Klimaschutz einsetzt, hat häufig das Gefühl, es reicht nicht – denn man könnte immer noch mehr tun. Nicht selten verausgaben sich politisch aktive Personen über ihre eigene Belastungsgrenze hinaus. Passt also im Engagement aufeinander auf, pflegt eine Kultur, in der es auch in Ordnung ist, mal „Nein“ zu sagen, macht Pausen, feiert Eure Zwischenerfolge und stärkt Eure eigene Resilienz (siehe Woche 15 und 16).

☐ Habt Ihr den Demokratie-Check gemacht und konnten alle Ihre Meinung äußern?

Stellt sicher, dass Eure Entscheidungen auf Basis eines offenen und gleichberechtigten Aushandlungsprozesses getroffen werden: Tauscht wissenschaftsbasierte und ethische Argumente aus und kommt so zu einer gemeinsamen Einigung.



Eine Rede schreiben

„Reden lernt man durch reden.“

Durch gute Reden gelingt es, Menschen für die eigenen Ideen zu begeistern. Theorien über gute und gelungene Reden gibt es genug. Aber wie könnte eine gute Rede ganz praktisch aussehen?

Stell Dir vor, Du hast mit Deiner Gruppe / Deinem Verein eine Einladung zu einer Vernetzungsveranstaltung von Deiner Stadt / Kommune bekommen. Der Bürgermeister, die Hochschulrektorin, lokale Unternehmer:innen, Abgeordnete, Initiativen und Bürger:innen sind anwesend. Ihr wurdet aufgefordert, Eure Gruppe und Euer Vorhaben beim Auftakt der Veranstaltung auf der großen Bühne zu präsentieren. Das ist Eure Chance, Eure Kernbotschaften zu vermitteln und neue Mitstreiter:innen oder entscheidende Akteur:innen für Eure Sache zu gewinnen.

Auf geht's, schreibe eine mitreißende Rede mit Deinen Argumenten und halte sie im Anschluss vor der Gruppe. Wenn Du magst, lass Dir Feedback geben und überarbeite Deine Rede nochmal. Dann habt Ihr schon etwas in der Hinterhand und seid vorbereitet, wenn tatsächlich eine Einladung ins Haus flattert ...



Marcus Tullius Cicero
römischer Staatsmann und Schriftsteller

Hier ist Platz für Deine Rede

Transformationsmodelle kennenlernen. Veränderung verstehen. Strategisch daran mitwirken.

Es gibt verschiedene Modelle, mit denen man gesellschaftliche Veränderungsprozesse abbilden und besser verstehen kann. Solche Modelle sind auch hilfreich, um strategisch zu überlegen, welche Rollen andere Akteur:innen bereits in einem Veränderungsprozess ausfüllen und wo man selbst mit seinem Engagement besonders wirksam etwas beitragen kann.

Auf den folgenden Seiten werden drei Modelle vorgestellt, die jeweils auf ihre eigene Weise zentrale Aspekte, Akteur:innen und Prozesse einer großen Transformation beleuchten. Alle beinhalten wichtige Perspektiven für zivilgesellschaftliches Engagement.

Berkanas Theory of Change(Two-Loop-Model)

Das „Zwei-Schlaufen-Modell“ des Berkana-Instituts (www.berkana.org) ist eines dieser Transformationsmodelle. Es beschreibt Teilprozesse während des Übergangs von einem nicht nachhaltigen hin zu einem zukunftsfähigen Gesellschaftsmodell (in dieser Abbildung sind die zwei Schleifen als Berge dargestellt):

Die erste Schlaufe (bzw. Berg) steht für ein altes, aber noch vorherrschendes System, das sein maximales Entwicklungsstadium hinter sich hat. Die zweite Schlaufe steht für ein neues, alternatives System, das sich immer weiterentwickelt und das früher oder später das alte System ersetzen wird.

Die Transformationsphase wird von verschiedenen Rollen, die die Zivilgesellschaft einnehmen kann, angestoßen, begleitet und unterstützt.



Two-Loop-Model (Grafik von Benjamin Bertram basierend auf der Theory of Change des Berkana-Institutes sowie einer grafischen Überarbeitung von Dr. Eva Schmid)

Transformationsmodelle kennenlernen. Veränderung verstehen. Strategisch daran mitwirken.

- 1

Innovator:innen arbeiten bereits in lokalen Nischen an und in neuen Organisations-, Wirtschafts- und Lebensweisen und gehen auf diese Weise als Pionier:innen voran, während das alte System noch der Standard ist.
- 2

Pfadfinder:innen suchen Wege, die neuen Innovationen in den aktuellen Strukturen zum „Normal“ und somit zu begehbaren Pfaden für die Mehrheit zu machen und schaffen Verknüpfungen zwischen Innovator:innen.
- 3

Illuminator:innen machen die Veränderungen sowie Good-Practice-Beispiele des Wandels bekannt und verbreiten die übergeordnete Vision, um Menschen zu ermutigen, das Alte loszulassen.
- 4

Bewahrer:innen gehen in den Dialog mit Menschen, die am alten System festhalten (möchten) und zeigen auf, dass es auch positive Aspekte der alten Lebensform geben kann, die ins neue System übertragen werden sollten.
- 5

Begleiter:innen des Strukturwandels widmen sich den Teilen des alten Systems, die nicht ins neue System überführt werden können und honorieren deren Leistungen.
- 6

Brückenbauer:innen schaffen neue Wege, Abkürzungen und Brücken in das neue System. Damit helfen sie Nachzügler:innen beim „Übergang“ vom alten ins neue System.

Keine der sechs Rollen ist bei der sozial-ökologischen Transformation zu vernachlässigen – es braucht die treibenden Kräfte ebenso wie die ganzheitliche Begleitung und das umsichtige Schlusslicht.

Tauscht Euch in Eurer Gruppe zu den verschiedenen Rollen in einem Veränderungsprozess und Eurem eigenen Platz darin aus:

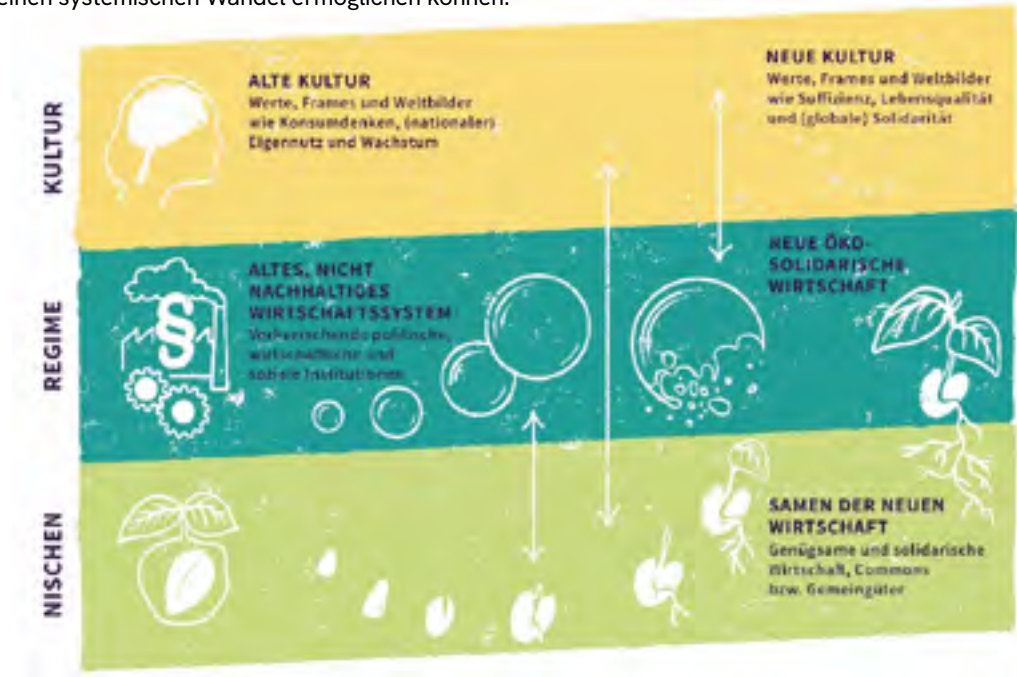
- In welcher Rolle seht Ihr Euch mit Eurem Projekt am ehesten? Markiert diese auf der Abbildung auf der vorangegangenen Doppelseite.
- Welche Organisationen, Institutionen oder sonstigen Akteur:innen vertreten Euer Meinung nach andere Rollen in Eurem Themen- und Handlungsfeld?
- Wo steht Eure Zielgruppe? Tragt diese ebenfalls in der Abbildung ein.
- Welche Rollen bleiben bisher eher unbesetzt, wären aber sehr relevant?

- Solltet Ihr Eure Rolle und die damit einhergehenden Schritte basierend auf diesem systemischen Blick noch einmal anpassen, um Euch noch wirksamer für Eure Ziele einzusetzen?

Transformationsmodelle kennenlernen. Veränderung verstehen. Strategisch daran mitwirken.

Drei-Ebenen-Modell des systemischen Wandels

Das Drei-Ebenen-Modell des Wandels wurde vom Smart CSOs Lab (basierend auf dem Mehr-Ebenen-Modell der Wissenschaftler Geels und Schot) entwickelt. Es unterscheidet drei Ebenen, in denen Wandelprozesse stattfinden, die sich gegenseitig beeinflussen und gemeinsam einen systemischen Wandel ermöglichen können.

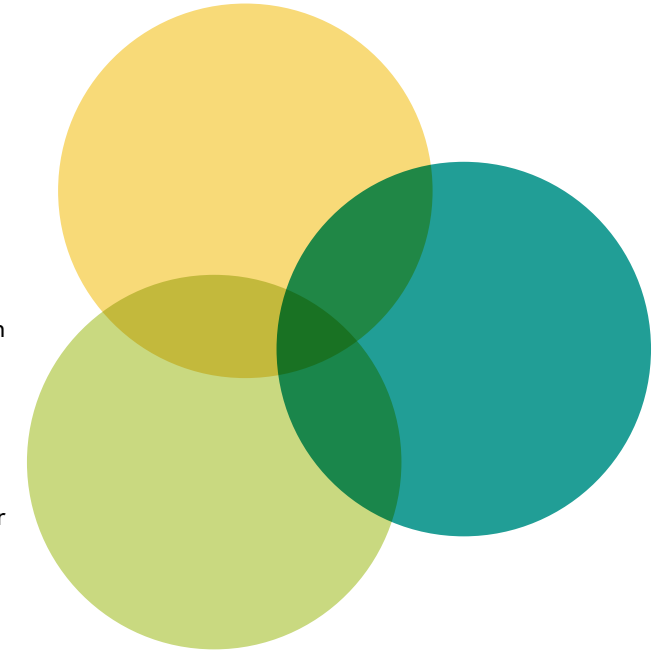


Drei-Ebenen-Modell des systemischen Wandels (Grafik von Benjamin Bertram nach Krause, Kirch und Narberhaus, 2015 sowie angelehnt an grafische Ergänzungen des Modells von reh)produkt für den Deutschen Naturschutzring www.dnr.de/themen/sozial-oekologische-transformation).

Nischen (Mikro-Ebene): In den sogenannten Nischen probieren Menschen neue, nachhaltige Arbeits-, Wirtschafts- und Lebensformen aus. Es sind Keimzellen für soziale Innovationen, in denen nachhaltige Formen des Zusammenlebens und -wirtschaftens im Kleinen bereits gelebt werden (zum Beispiel Repair Cafés, solidarisch-ökologische Landwirtschaftsmodelle, Tauschläden oder Nachbarschaftsgärten). Diese sozialen Innovationen müssen entdeckt, miteinander in Kontakt gebracht und für die Nutzung in der Breite weiterentwickelt werden. So können sie aus den Nischen herauswachsen und schließlich von einer breiten Öffentlichkeit als erstrebenswerte Lebensweisen akzeptiert werden.

Regime (Meso-Ebene): Auf der Regime-Ebene geht es darum, aktuelle Strukturen und Regelungen zu hinterfragen und durch Veränderungen neue Rahmenbedingungen zu etablieren. Veränderungsprozesse auf dieser Ebene werden durch die gelebten Alternativen in den Nischen inspiriert.

Kultur (Makro-Ebene): Auf der kulturellen Ebene wird ein grundlegender Wertewandel in den Blick genommen, der über einen längeren Zeitraum stattfindet. Da unsere Werte von den uns umgebenden Strukturen und Lebensweisen beeinflusst werden, betont das Modell die Sichtbarmachung der Keimzellen, in denen nicht nur andere Arbeits- oder Lebensweisen, sondern auch Werte und Narrative wie Gemeinschaftlichkeit, Suffizienz und Solidarität gelebt und zum Ausdruck gebracht werden.



Die drei Ebenen sind stark miteinander verbunden. So bedingen sich strukturelle Rahmensetzungen, die zum Beispiel eine solidarische Wirtschaftsweise ermöglichen (Meso-Ebene), und ein Kulturwandel, der den Wunsch nach beziehungsweise die Akzeptanz für solche strukturellen Veränderungen überhaupt erst entstehen lässt (Makro-Ebene), gegenseitig.

Transformationsmodelle kennenlernen. Veränderung verstehen. Strategisch daran mitwirken.

Das Modell soll helfen, aus einer systemischen Denkperspektive heraus zu analysieren, auf welcher Ebene die Aktivitäten oder Strategien von zivilgesellschaftlichen Akteur:innen verortet sind, welche Ebenen insgesamt mehr oder weniger aktiv bespielt werden, ob die eigene Arbeit mit den anderen Ebenen verknüpft ist oder wie diese Verschränkungen verstärkt werden können, um den sozial-ökologischen Wandel noch wirkungsvoller voranzubringen.

In seinem Handbuch „Re.imaging activism“ stellt das Smart CSOs Lab **vier unterschiedliche Rollen für systemischen Aktivismus** vor. Diese Rollen können von zivilgesellschaftlichen Organisationen oder Netzwerken eingenommen werden. Sie sind weniger für Individuen gedacht.

- 1

Akupunkteur:innen: ... identifizieren günstige Gelegenheiten und entscheidende Momente, um einen Politikwechsel einzuleiten, Debatten zu wenden und Denkmuster zu verändern.
- 2

Fragesteller:innen: ... hinterfragen Paradigmen, entfachen neue Debatten und eröffnen deliberative Räume. Fragesteller:innen müssen Dialogräume schaffen und stellen beispielsweise die Rolle des Markts und seine Grenzen in Bezug zum Umgang mit Gemeingütern und sozialer Gerechtigkeit in Frage.
- 3

Gärtner:innen: ... spielen eine zentrale Rolle dabei, die Nischen des neuen Systems sichtbar zu machen, sie untereinander zu vernetzen und zu stärken. Dadurch soll die Chance erhöht werden, dass die Ideen aus den Nischen transformatives Potenzial erreichen.
- 4

Vermittler:innen: Bewegungen tendieren dazu, ihre eigene Sprache zu entwickeln und Echokammern mit den gleichen Überzeugungen zu bilden. Vermittler:innen bereiten Informationen so auf, dass sie auch in anderen Gruppen verstanden werden. Sie führen unterschiedliche Strategien und Denkweisen zusammen.

Reflexionsfragen für Dich und Deine Gruppe:

Auf welcher der drei Ebenen ist in Eurem Handlungsfeld der Veränderungsbedarf am größten?

Auf welcher der drei Ebenen sind in Eurem Handlungsfeld am meisten Akteur:innen für Nachhaltigkeit aktiv?

Auf welcher Ebene versucht Ihr Veränderungen anzustoßen?

Welche der vier Rollen nehmt Ihr mit Eurer Arbeit primär ein?

Transformationsmodelle kennenlernen. Veränderung verstehen. Strategisch daran mitwirken.

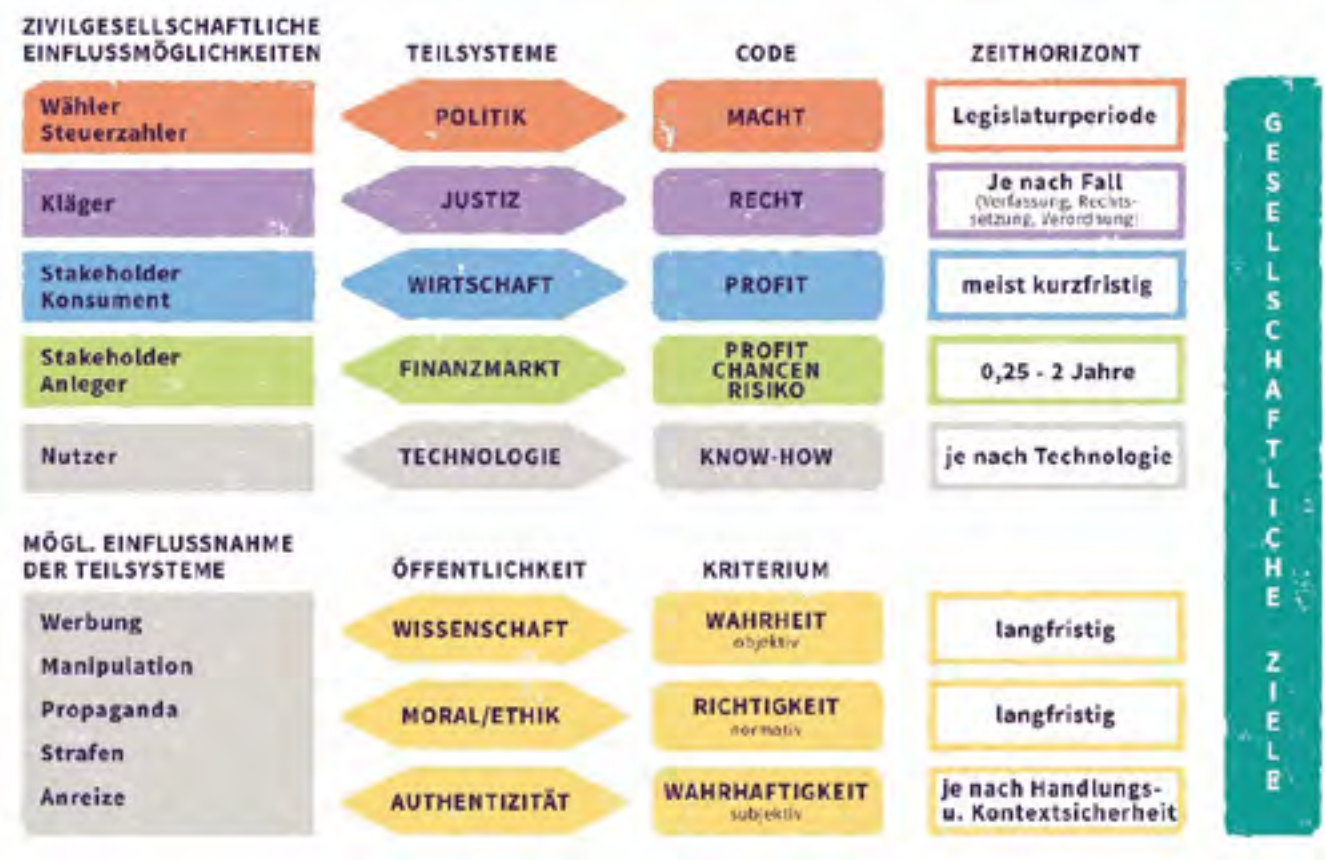
Gesellschaftliche Teilsysteme und ihre Codes

Verschiedene Teilsysteme in unserer Gesellschaft haben ihre jeweils eigene Logik und eigene Ziele, die ihre Entscheidungen vorstrukturieren. Die Logik, auf die die unterschiedlichen Teilsysteme ansprechbar sind, werden nach der Systemtheorie des Soziologen Niklas Luhmann auch „Codes“ genannt. Das politische Teilsystem hat dabei eine rahmensetzende Sonderrolle, wenn die anderen Teilsysteme (vor allem Wirtschaft, Finanzmarkt, Technologie) mit den gemeinwohlorientierten gesellschaftlichen Zielen in Konflikt geraten.

Christoph Bals, politischer Geschäftsführer von Germanwatch, betrachtet das Zusammenspiel dieser Teilsysteme folgendermaßen: Beim Streben nach gesellschaftlichen Veränderungen können beispielsweise Akteur:innen aus der Politik (Code: Macht) häufig nicht allein mit moralischen Argumenten überzeugt werden, sondern benötigen Argumente, die ihrem Code entsprechen. Einer Politikerin zu sagen, es wäre gut das Klima zu schützen, um den Planeten zu retten, ist zwar richtig, aber nicht unbedingt wirkungsvoll. Ihr müsste zum Beispiel auch gezeigt werden, weshalb ihre Klimaschutz-Entscheidungen zur Wiederwahl führen werden. Genauso ist es bei Akteur:innen anderer Teilsysteme, beispielsweise in der Wirtschaft (Code: Profit). Ein börsennotiertes Unternehmen wird sich eher zu mehr Klimaschutz verpflichten, wenn es davon überzeugt ist, dass Klimaschutz ein profitables Geschäftsmodell ist.

Diese systemimmanenten Logiken können zu einer Blindheit für existenzielle Bedrohungen wie die Klimakrise führen. Ein Verständnis für diese Logiken sowie für die spezifischen Zeithorizonte der einzelnen Teilsysteme kann dabei helfen, zu verstehen, wo es Möglichkeiten für Transformationsprozesse gibt und wo (derzeit) nicht. Zum Beispiel: Das Unternehmen, das freiwillig keinen Klimaschutz betreibt, wenn es glaubt, dadurch den Profit zu schmälern, wird ohne die entsprechenden Argumente nicht überzeugt werden. Stattdessen können Unternehmen indirekt über das Teilsystem Politik erreicht werden, etwa über zusätzliche politische Rahmenseetzungen oder Regulierungen. Politiker:innen können Gesetze beschließen, die es Wirtschaftsunternehmen verbieten oder unmöglich machen, ungebremst das Klima zu zerstören. Das werden Politiker:innen aber in aller Regel nur tun, wenn es ihre Wahlchancen nicht deutlich verschlechtert.

Sind nun auch die regierenden Parteien aus ideologischen oder wahltaktischen Gründen zu langsam oder zu zaghaft oder blockieren gar ambitionierten Klimaschutz, können auch Entwicklungen in den anderen Teilsystemen die Transformation beschleunigen oder verlangsamen. Beispielsweise führen neue Innovationen im Teilsystem Technologie dazu, dass Erneuerbare Energien auch kombiniert mit Netz und Speicher nun vielerorts günstiger sind als die Verbrennung von Kohle. Damit verbessern sich, selbst wenn die Politik bremst, die Wettbewerbsbedingungen für Erneuerbare Energien gegenüber Kohle deutlich – wie etwa in den USA während (und trotz) der Regierungszeit von Donald Trump zu beobachten war.



Teilsysteme mit ihren jeweiligen Codes und Zeithorizonten sowie Einflussmöglichkeiten für Zivilgesellschaft (Grafik von Benjamin Bertram nach einer Darstellung von Christoph Bals basierend auf Luhmann, 1997 und Habermas, 1994).

Im Teilsystem **Justiz (Code: Recht)** ist aufgrund der Passivität von Politik und Wirtschaft derzeit ebenfalls sehr viel Bewegung zu sehen. Während Betroffene des Klimawandels bei vielen politischen Entscheidungsträger:innen und Wirtschaftsakteur:innen nicht ernsthaft Gehör finden, werden sie zurzeit in verschiedenen Gerichten angehört. Einzelne grundlegende Urteile – etwa in den Niederlanden, wo die Kläger:innen erfolgreich für mehr Klimaschutz gegen ihre Regierung vorgingen – haben ihre Anliegen und damit die Transformation unterstützt. Die Betroffenen argumentieren beispielsweise auf nationaler oder europäischer Ebene, dass ihre Rechte verletzt werden und Recht gebrochen wird, wodurch die Justiz im Rahmen ihres Codes (Recht) reagieren kann. Die Justiz kann durch Rechtsprechung wiederum die Rahmenbedingungen der anderen Teilbereiche verändern, indem sie Gesetze überprüft, über die Einhaltung der Grundrechte wacht und den Rahmen absteckt, innerhalb dessen Gesetze verfasst oder Wirtschaft betrieben werden kann.

Für die gesellschaftlichen Teilsysteme gelten neben den Codes auch unterschiedliche Zeithorizonte. In der Politik bestimmen das Ende der Legislaturperiode und die Neuwahlen den entscheidenden Zeithorizont. Daher ist das Argument „die nachkommende Generation wird es Ihnen danken“ nicht entscheidend für viele Politiker:innen, die bei der kommenden Wahl wiedergewählt werden möchten. Auch werden Finanzmarktakteur:innen nicht unmittelbar aus allen fossilen Wirtschaftszweigen aussteigen, selbst wenn sie wissen, dass die fossile Spekulationsblase mittelfristig platzen wird. Es reicht aus, dass die Chancen für Profit in diesem Bereich kurzfristig – angetrieben vom Druck der Quartalsberichte der Unternehmen – ausreichend gegeben sind.

Der kurze Zeithorizont in den Teilsystemen Politik, Finanzwirtschaft und Wirtschaft ist tragisch, weil er nicht erlaubt gegenzusteuern, selbst wenn das kurzfristig gedachte Handeln mittelfristig zur Selbstzerstörung führt. Der Klimaökonom Hermann Held formulierte dies 2020 in einem Interview mit der taz so: „Die Zivilgesellschaft ist die einzige Akteurin, die langfristiges Interesse, im Sinne einer Zeitspanne von ein bis zwei Generationen, am Klimaschutz hat. Alle anderen Akteur:innen sind abhängig: Politiker:innen von Wahlen, Unternehmen von Regulation.“

In der Zivilgesellschaft und Öffentlichkeit gibt es nach diesem Modell also die Möglichkeit eines längeren Zeithorizonts für die gemeinwohlorientierten Ziele. Dabei kann nicht nur ein öffentlicher Diskurs viele gute Argumente auf den Tisch bringen, sondern die Zivilgesellschaft kann auch, in unterschiedlichen Rollen, gezielt oder einfach durch ihr Verhalten, Einfluss auf die Teilsysteme nehmen: Dem Philosophen Jürgen Habermas zufolge kann sie **als Wähler:in oder Demonstrant:in die Politik beeinflussen, als Kläger:in neue Justizentscheidungen provozieren, als Konsument:in oder in Gewerkschaften auf die Wirtschaft oder durch die Geldanlagen auf die Finanzwirtschaft Einfluss nehmen.** Gleichzeitig nehmen Akteur:innen der Teilsysteme mit ihren Strategien auch Einfluss auf die Öffentlichkeit, versuchen diese zum Beispiel durch Propaganda, Strafen, Werbung, Manipulation oder Anreize zu beeinflussen.

Normalerweise sind die Codes der Teilsysteme sehr stabil, es können dann nur Programme innerhalb des Codes innovativ gestaltet werden. Systemtheoretische Überlegungen legen nahe, dass in Phasen großer Fluktuationen, Krisen und Meinungsumbrüche auch der Code dieser Teilsysteme modifiziert werden kann. Allerdings ist in solchen „nicht normalen Zeiten“, in denen die Politik „flüssig“ wird, mit Verzweigungspunkten zu rechnen: Der Code könnte in entgegengesetzte Richtungen grundlegend verändert werden. Die Krisen und Fluktuationen der letzten Dekade sprechen dafür, dass wir uns in solchen unnormalen Zeiten befinden. Damit werden sowohl die Chancen als auch die Risiken größer. Einerseits könnten grundlegendere Umgestaltungen – etwa eine grundlegende Neudefinition von Wachstum – und Paradigmenwechsel für das Handels- oder Finanzsystem denkbar werden, die bisher nur als „Rauschen“ vom politischen System wahrgenommen wurden. Andererseits könnten auch ganz andere Umbrüche denkbar werden, etwa in Richtung eines autoritären Systems.

Verschiedene Akteur:innen hinterfragen derzeit die gegenwärtige Funktionsweise der Systeme und Codes und einzelne zivilgesellschaftliche Akteur:innen versuchen, die bisherigen Funktionsweisen disruptiv durch Protestformen zu unterbrechen. Christoph Bals zufolge ist dabei sehr relevant, die klimapolitisch notwendigen Ziele nicht nur zu fordern, sondern auch – mithilfe von Transformationsmodellen wie den hier vorgestellten – strategisch zu reflektieren, wie sich die Wahrscheinlichkeit ihrer Umsetzung steigern lässt.

Zum Weiterlesen:
Mehr zu diesen sowie anderen Transformationsmodellen und wie Ihr diese nutzen könnt, um Euch strategisch und wirkungsvoll zu engagieren, findet Ihr in der Broschüre „Transformation gestalten lernen“:
www.germanwatch.org/de/19607

Deine Notizen zu den Transformationsmodellen

Welches Modell sagt Dir besonders zu? Wo verortest Du Dich und Dein Engagement?
Wäre die Wirkung Deiner Gruppe vielleicht an einem anderen Hebel noch größer?
Welche Gedanken möchtest Du sonst noch dazu festhalten?

*A human being who pretends to take the place
of god becomes the worst danger to himself.*

Papst Franziskus

*Alle Menschen, die ich kenne, wünschen sich Liebe,
Frieden, die Überwindung von Armut und eine
schöne und sichere Umwelt. Warum also machen
wir das dann nicht einfach? Was hält uns als
Gesellschaft davon ab?*

Prof. Dr. Maja Göpel

Hier ist Platz für Deine Ideen, Fragen, Pläne, To-do-Listen und Notizen



Hier ist Platz für Deine Ideen, Fragen, Pläne, To-do-Listen und Notizen



Platz für Deine Notizen

Platz für Deine Notizen

Hier ist Platz für Deine Ideen, Fragen, Pläne, To-do-Listen und Notizen



Hier ist Platz für Deine Ideen, Fragen, Pläne, To-do-Listen und Notizen



Platz für Deine Notizen

Platz für Deine Notizen

Jahresverlaufsübersicht mit Feiertagen

2024

Januar							Februar							März							April						
M	D	M	D	F	S	S	M	D	M	D	F	S	S	M	D	M	D	F	S	S	M	D	M	D	F	S	S
1	2	3	4	5	6	7				1	2	3	4					1	2	3	1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14	5	6	7	8	9	10	11	4	5	6	7	8	9	10	8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21	12	13	14	15	16	17	18	11	12	13	14	15	16	17	15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28	19	20	21	22	23	24	25	18	19	20	21	22	23	24	22	23	24	25	26	27	28
29	30	31					26	27	28	29				25	26	27	28	29	30	31	29	30					
Mai							Juni							Juli							August						
M	D	M	D	F	S	S	M	D	M	D	F	S	S	M	D	M	D	F	S	S	M	D	M	D	F	S	S
		1	2	3	4	5					1	2		1	2	3	4	5	6	7	5	6	7	8	9	10	11
6	7	8	9	10	11	12	3	4	5	6	7	8	9	8	9	10	11	12	13	14	12	13	14	15	16	17	18
13	14	15	16	17	18	19	10	11	12	13	14	15	16	15	16	17	18	19	20	21	19	20	21	22	23	24	25
20	21	22	23	24	25	26	17	18	19	20	21	22	23	22	23	24	25	26	27	28	26	27	28	29	30	31	
27	28	29	30	31			24	25	26	27	28	29	30	29	30	31											
September							Oktober							November							Dezember						
M	D	M	D	F	S	S	M	D	M	D	F	S	S	M	D	M	D	F	S	S	M	D	M	D	F	S	S
						1			1	2	3	4	5	6				1	2	3						1	
2	3	4	5	6	7	8	7	8	9	10	11	12	13	4	5	6	7	8	9	10	2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15	14	15	16	17	18	19	20	11	12	13	14	15	16	17	9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22	21	22	23	24	25	26	27	18	19	20	21	22	23	24	16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29	28	29	30	31				25	26	27	28	29	30		23	24	25	26	27	28	29
30														30	31						30	31					

Jahresverlaufsübersicht mit Feiertagen

2025

Januar							Februar							März							April						
M	D	M	D	F	S	S	M	D	M	D	F	S	S	M	D	M	D	F	S	S	M	D	M	D	F	S	S
		1	2	3	4	5						1	2					1	2			1	2	3	4	5	6
6	7	8	9	10	11	12	3	4	5	6	7	8	9	7	8	9	10	11	12	13	6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19	10	11	12	13	14	15	16	14	15	16	17	18	19	20	10	11	12	13	14	15	16
20	21	22	23	24	25	26	17	18	19	20	21	22	23	21	22	23	24	25	26	27	17	18	19	20	21	22	23
27	28	29	30	31			24	25	26	27	28			28	29	30					24	25	26	27	28	29	30
														31													
Mai							Juni							Juli							August						
M	D	M	D	F	S	S	M	D	M	D	F	S	S	M	D	M	D	F	S	S	M	D	M	D	F	S	S
		1	2	3	4							1				1	2	3	4					1	2	3	
5	6	7	8	9	10	11	2	3	4	5	6	7	8	4	5	6	7	8	9	10	5	6	7	8	9	10	
12	13	14	15	16	17	18	9	10	11	12	13	14	15	11	12	13	14	15	16	17	12	13	14	15	16	17	
19	20	21	22	23	24	25	16	17	18	19	20	21	22	18	19	20	21	22	23	24	19	20	21	22	23	24	
26	27	28	29	30	31		23	24	25	26	27	28	29	25	26	27	28	29			26	27	28	29	30	31	
														30													
September							Oktober							November							Dezember						
M	D	M	D	F	S	S	M	D	M	D	F	S	S	M	D	M	D	F	S	S	M	D	M	D	F	S	S
						1			1	2	3	4	5														
8	9	10	11	12	13	14	6	7	8	9	10	11	12	3	4	5	6	7	8	9	8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21	13	14	15	16	17	18	19	10	11	12	13	14	15	16	15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28	20	21	22	23	24	25	26	17	18	19	20	21	22	23	22	23	24	25	26	27	28
29	30						27	28	29	30	31			24	25	26	27	28	29	30	29	30	31				

Jahresverlaufsübersicht mit Feiertagen

2026

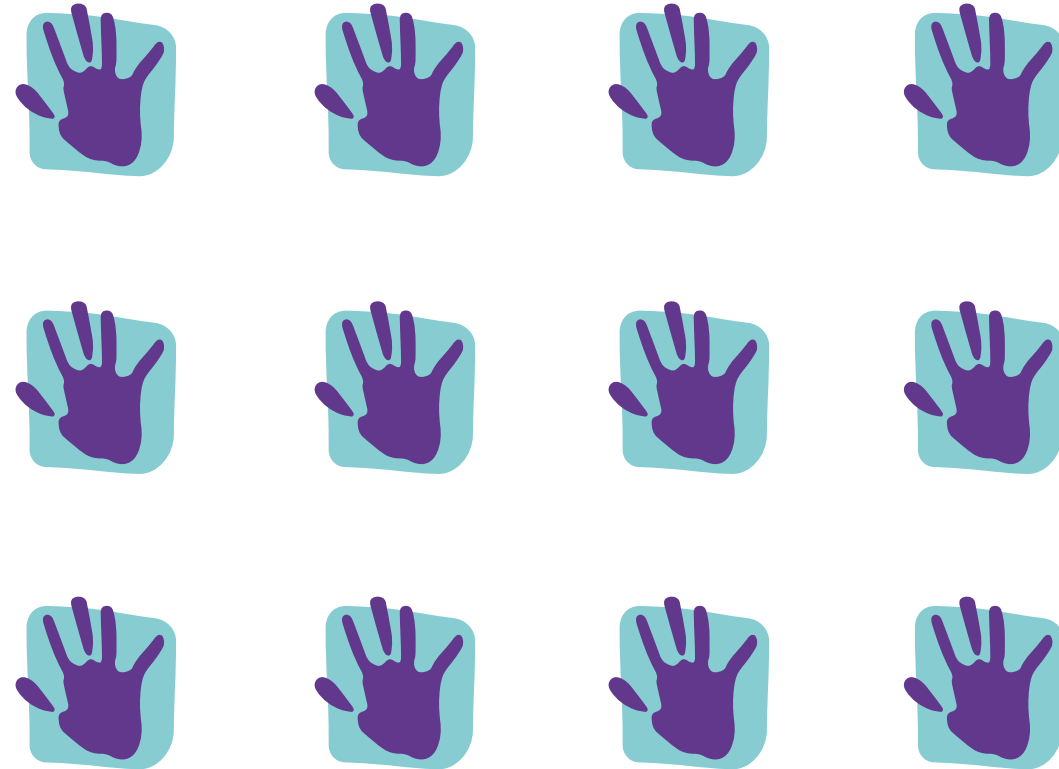
Rückseiten der Impulse zum Ausschneiden, Mitnehmen und Weitergeben

Januar							Februar							März							April						
M	D	M	D	F	S	S	M	D	M	D	F	S	S	M	D	M	D	F	S	S	M	D	M	D	F	S	S
			1	2	3	4							1										1	2	3	4	5
5	6	7	8	9	10	11	2	3	4	5	6	7	8	2	3	4	5	6	7	8	6	7	8	9	10	11	12
12	13	14	15	16	17	18	9	10	11	12	13	14	15	9	10	11	12	13	14	15	13	14	15	16	17	18	19
19	20	21	22	23	24	25	16	17	18	19	20	21	22	16	17	18	19	20	21	22	20	21	22	23	24	25	26
26	27	28	29	30	31		23	24	25	26	27	28		23	24	25	26	27	28	29	27	28	29	30			
														30	31												

Mai							Juni							Juli							August							
M	D	M	D	F	S	S	M	D	M	D	F	S	S	M	D	M	D	F	S	S	M	D	M	D	F	S	S	
				1	2	3	1	2	3	4	5	6	7			1	2	3	4	5					1	2		
4	5	6	7	8	9	10	8	9	10	11	12	13	14	6	7	8	9	10	11	12	3	4	5	6	7	8	9	
11	12	13	14	15	16	17	15	16	17	18	19	20	21	13	14	15	16	17	18	19	10	11	12	13	14	15	16	
18	19	20	21	22	23	24	22	23	24	25	26	27	28	20	21	22	23	24	25	26	17	18	19	20	21	22	23	
25	26	27	28	29	30	31	29	30						27	28	29	30	31			24	25	26	27	28	29	30	
																					31							
September							Oktober							November							Dezember							
M	D	M	D	F	S	S	M	D	M	D	F	S	S	M	D	M	D	F	S	S	M	D	M	D	F	S	S	
	1	2	3	4	5	6				1	2	3	4							1			1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13	5	6	7	8	9	10	11	2	3	4	5	6	7	8	7	8	9	10	11	12	13	
14	15	16	17	18	19	20	12	13	14	15	16	17	18	9	10	11	12	13	14	15	14	15	16	17	18	19	20	
21	22	23	24	25	26	27	19	20	21	22	23	24	25	16	17	18	19	20	21	22	21	22	23	24	25	26	27	
28	29	30					26	27	28	29	30	31		23	24	25	26	27	28	29	28	29	30	31				
														30														


Kannst Du (bitte) die Welt retten?	Denke ohne Geländer!	Wo fängst Du an?	
Müssen raubt Energie, Wollen nicht.	Willst Du mit mir einen positiven Handabdruck hinterlassen?	Was ist Deine Vision von der Welt?	Ich wollte Dir heute einfach mal Danke sagen.
Was gibt Dir Kraft?		Wofür bist Du heute dankbar?	Create future today.

Kindness is cool.		Joy as an act of resistance	Wie politisch möchtest Du sein?
Keiner hat das Recht zu gehorchen. Hannah Arendt	Warum bist Du hier?	Those who say that future is not possible need to get out of the way of those making it a reality. Beatrice Finh (ICAN, Nobel Peace price speech)	
Was ist Dir wirklich wichtig?	Suche eine Person, die eine komplett andere Einstellung hat als Du, und tauscht Euch darüber aus, wie Ihr zu Euren Meinungen gekommen seid.		Was bleibt, wenn Du gehst?



Mehr über den Handabdruck erfahren

Für Bildungsakteur:innen und Engagierte hat das Bildungsteam von Germanwatch zahlreiche Materialien und Tools zu transformativer Bildung, transformativem Engagement und dem Handabdruck-Konzept entwickelt. Interessierte und Engagierte können damit

- 1 die Handabdruck-Perspektive erarbeiten,
- 2 Ansatzpunkte für den eigenen Handabdruck finden,
- 3 eigene Handabdruck-Projekte strategisch planen,
- 4 praktische Skills für ein wirksames Nachhaltigkeitsengagement ausbauen und
- 5 ihre eigenen Handabdruck-Projekte umsetzen.



Unter den Tools, Publikationen und Materialien finden sich zum Beispiel:

- der **Handel-O-Mat** zum niedrigschwelligen, spielerischen Einstieg,
- der **Handabdruck-Test** (Kooperation mit Brot für die Welt) mit ganz konkreten Handlungsideen, die zum eigenen Umfeld und den eigenen Interessen passen,
- die **Handabdruck-Do-It-Guides** mit ermutigenden Beispielen von Handabdruck-Projekten,
- die **Aktionsposter** mit strategischen Tipps und Checklisten fürs Handabdruck-Engagement und
- die **Handabdruck-Methodensammlung**.

Auf dem **Handprint-Hub** werden außerdem laufend theoretische Publikationen, praktische Materialien und aktuelle Debatten rund um transformative Bildung und transformatives Engagement gesammelt.

Daneben bietet Germanwatch Workshops, Strategietage, Seminare, Multiplikator:innen-Fortbildungen und Begleitprogramme rund um den Handabdruck an. Wer dazu auf dem Laufenden bleiben möchte, kann hier den Newsletter „Transformation gestalten lernen“ abonnieren:

www.handprint-hub.de/newsletter-anmeldung



Link zum Handabdruck-Erklärfilm:
www.youtube.com/watch?v=DDk3ln6KHsc



Handwerkszeug für
Zukunftshandeln