

# Rückblick und Dokumentation der Veranstaltung:

## Klimawandel - Auf die Kommunikation kommt es an

### 3. Forum Klimaanpassung des Regionalverband Ruhr

Dienstag, 01. Juli 2025 von 9:00 bis 16:30 Uhr  
ChorForum Essen, Fischerstraße 2-4, 45128 Essen

- 09:00 – 09:30 **Ankommen und Anmeldung**
- 09:30 – 09:40 **Begrüßung**  
*Thorsten Stock, Regionalverband Ruhr, Teamleitung Klimaanpassung*
- 09:40 – 10:15 **Key Note:**  
Zwischen Fakes und Fakten, Wissen und Wollen – wie gelingt Klimakommunikation?  
*Mathias Hamann, Institut für Kommunikation und Gesellschaft Hamann & Bachmann GbR*
- 10:15 – 10:30 Raumwechsel
- 10:30 – 11:30 **Erste parallele Workshopphase**
- 11:30 – 11:40 Raumwechsel
- 11:40 – 12:15 **Fishbowl**  
*Moderation: Susanne Wieseler*  
*Mathias Hamann, Institut für Kommunikation und Gesellschaft Hamann & Bachmann GbR*  
*Carolin Johannsen, Reimagine Spaces*  
*Ilja Maiber, Institut für Partizipatives Gestalten GmbH*  
*Roland-Ronja Wehking, Institut für Partizipatives Gestalten GmbH*
- 12:15 – 13:15 **Mittagspause**
- 13:15 – 14:15 **Zweite parallele Workshopphase**
- 14:15 – 14:30 Raumwechsel
- 14:30 – 15:15 **Open Mic: Freie Themen**  
*Moderation: Susanne Wieseler*
- 15:15 – 15:45 **Evaluation und Abschluss**  
*Moderation: Susanne Wieseler*
- 15:45 – 16:30 **Get together mit Kaffee und Kuchen**

### **Workshop 1: Spielend zum Wandel - Klimaanpassung positiv kommunizieren**

*Carolin Johannsen, Reimagine Spaces*

Wie kann Klimaanpassung in Kommunen so kommuniziert werden, dass sie als Chance wahrgenommen wird? In diesem interaktiven Planspiel erlebten die Teilnehmenden, wie eine motivierende Kommunikation dazu beitragen kann, Menschen für Veränderungen zu begeistern.

### **Workshop 2: Zielgruppengerechte Klimakommunikation**

*Mathias Hamann, Institut für Kommunikation und Gesellschaft Hamann & Bachmann GbR*

Eigentlich ist vieles zu Umwelt und Klima bekannt, am mangelnden Wissen kann es nicht liegen. Daher ist die Frage: Wie können wir besser kommunizieren. Darum ging es hier: Wie gelingt gute Klimakommunikation? Wie gehe ich mit populären Mythen um? Wie motiviere ich zu handeln? Welche Narrative und Werte lassen sich adressieren? Der Workshop umfasste einen Mix aus Input, Übung und gemeinsamer Reflexion. Immer praktisch, aber auch mit Forschungsergebnissen – so wird aus Wissen Wirkung.

### **Workshop 3: Vom Widerstand zur Mitgestaltung – Erfolgreiche Beteiligung von Bürger:innen im Rahmen von Klimaprojekten**

*Ilja Maiber, Institut für Partizipatives Gestalten GmbH*

In diesem Workshop erfuhren die Teilnehmenden, wie Sie Bürger\*innen erfolgreich in Ihre Vorhaben einbinden und zu Botschafter\*innen ihres Projektes machen. Dabei wurde sich eingängig damit beschäftigt, warum es sinnvoll ist, auf bestehende Strukturen aufzubauen und lokale Initiativen einzubinden. Ziel ist es, Vorhaben so zu kommunizieren, dass sie nicht für sondern mit den Bürger\*innen den Weg in die Umsetzung finden.

### **Workshop 4: Überzeugen auf allen Ebenen - Verwaltungsinterne Kommunikation im Rahmen von Klimaprojekten**

*Ilja Maiber, Institut für Partizipatives Gestalten GmbH*

In diesem Workshop erfuhren die Teilnehmenden, wie Sie mit klarer und strategischer Kommunikation Menschen innerhalb Ihrer Behörde für Ihre Vorhaben gewinnen. Gemeinsam wurden die Perspektiven verschiedener Hierarchieebenen eingenommen und geübt, nicht nur sachlich und zielgenau strukturiert, sondern auch emotional proaktiv zu kommunizieren. Ziel ist es, Vorhaben so zu präsentieren, dass sie von der Sachbearbeitung bis zur Führungsebene überzeugen.

# Fishbowl

Alle Referent\*innen und Workshopleitenden standen den Teilnehmenden in dieser moderierten Diskussionsrunde Rede und Antwort. Die folgenden Fragen und Antworten geben einen Ausschnitt der Inhalte dieses Formates wieder.

## Überkommunikation:

Kann man zu viel kommunizieren zu einem Thema?



- Erfahrungsgemäß lässt sich die Meinung von Leugnern des Klimawandels kaum beeinflussen. Lediglich Personen, deren Meinung noch nicht sehr gefestigt ist, lassen sich von Fakten überzeugen.
- Bei Skeptikern/Personen mit extremer Meinung gibt es verschiedene Möglichkeiten, damit umzugehen:
  - o Aktives, aber höfliches Unterbrechen, um keinen Raum zu bieten: „Darf ich Sie kurz unterbrechen?“
  - o Argumentatives Kontern mit belegten, kurz-knackigen Fakten, um so zu zeigen, dass das Thema wichtig und relevant ist.
  - o Konfrontation mit direkten Fragen: „Woran würden Sie erkennen, dass Sie sich geirrt haben?“

- Entscheidend ist nicht nur, *wie viel* man kommuniziert, sondern *wie* man kommuniziert.
- Aus der Wahrnehmungsforschung ist bekannt: Positive Bilder schaffen positive Gedanken und regen zum Handeln an, während negative Bilder eher dazu führen, dass man sich vom Thema abwendet und kein Interesse/negative Gefühle entwickelt.
- Es ist zielführender, mit positiven Bildern zu arbeiten und direkt Lösungen anzubieten.  
Beispiel: Es wird heiß!  
Lösungsvorschläge: Besuch von kühlen Orten und Freibädern, Überblick über Schattenplätze geben, genug trinken etc.

## Demokratie:

Wie geht man in der Politik und den unterschiedlichen Lagern/Perspektiven mit dem Thema Klimawandel um?



## Social Media:

Wie wirksam ist die Kommunikation über Social Media zum Thema Klimawandel?

- Es besteht insgesamt ein hoher kommerzieller Druck bei der Verwendung von Social Media.
- Als Kommune ist die Erreichbarkeit in den meisten Fällen eher gering, meist erreicht man nur eine kleine Bubble, die sich mit dem Thema auseinandersetzt.
- Die breite Masse zu erreichen ist fast unmöglich, da dafür viele Ressourcen benötigt werden.
- Die entscheidende Frage ist, wen man erreichen möchte. Hat man dies identifiziert, kann man die Kommunikation darauf auslegen.



## Einsatz von künstlicher Intelligenz: Ist das hilfreich?

- KI kann helfen, Texte an verschiedene Zielgruppen anzupassen.
- „Verbrannte“ Begriffe können durch die KI ersetzt werden und Texte so umformuliert werden, dass sie für eine breitere Masse ansprechender werden.



- Diagramme/Bilder können zum Verständnis beitragen, wichtig ist dabei, dass der Kontext deutlich wird und notwendige Informationen wie z.B. Vergleiche verfügbar sind.
- Es ist darauf zu achten, dass aus den Daten/Bildern nicht „Fake News“ erstellt werden können.
- Durch gezieltes Storytelling können Emotionen hervorgerufen werden, die zum Verständnis beitragen können.

## Darstellung von Klimadaten:

Ist es sinnvoll, Klimadaten direkt und live zu präsentieren?

# Kernaussagen und Impressionen aus den Workshops



- Themen sollten von allen Seiten betrachtet werden, so dass niemand vor den Kopf gestoßen wird.
- Der Fokus sollte nicht nur auf der Sachebene liegen, sondern auch die emotionale Ebene berücksichtigen. Dies kann schwierig sein, hat aber einen hohen Mehrwert.
- Zwischenmenschliche Verbindungen sind entscheidend. Man muss sich gegenseitig zuhören und auch aktiv zeigen, dass man anderen Personen Gehör schenkt.
- Es gibt viele verschiedene Möglichkeiten der Kommunikation. Es ist sinnvoll, je nach Kommunikationspartner unterschiedliche Methoden zu nutzen.



# Open Mic

Am Nachmittag gab es zudem eine Open Mic-Session mit freier Themenwahl. Alle Referent\*innen und Workshopleitenden standen erneut den Teilnehmenden mit Ihrer Erfahrung und Expertise zur Verfügung. Die folgenden Fragen und Antworten geben einen Ausschnitt der Inhalte dieses Formates wieder.

## Schwierige Themen ansprechen:

Wie werden städtische Veranstaltungen zu kritischen Themen (z.B. Baumschutz- und Stellplatzsatzungen, Wärmeplanung) am effektivsten gestaltet?

- Entscheidend für eine effektive Durchführung ist das Veranstaltungsdesign.
- Durch die Arbeit in Kleingruppen kann man die Möglichkeit schaffen, dass jede Meinung gehört wird. Dabei sollten alle Teilnehmenden den gleichen Raum zur Beteiligung bekommen und alle Meinungen gleichermaßen berücksichtigt werden.
- Es ist darauf zu achten, „laute“ Personen nicht dominieren zu lassen und stattdessen sichtbar zu machen, was die Mehrheit denkt.



## Frustration:

Wie nehme ich die Verwaltung und die Politik am besten mit und wie gehe ich mit Frustration um?

- Entscheidend ist, die positiven Erfolge wertzuschätzen und sich anzuschauen, was erreicht wurde.

### Fehlerkultur:

Welche Strategie wende ich an, wenn Prozesse nicht optimal gelaufen sind?  
Welche Fehler kommuniziere ich, welche nicht?



- Fehlerkommunikation ist hilfreich, wenn dies zur Erklärung einer Situation beiträgt.
- Für eine richtige Fehlerkultur, aus der alle profitieren können, benötigt es ein gewisses Grundvertrauen. Dieses Grundvertrauen sollte nicht nur im eigenen Team aufgebaut werden, sondern auch, wenn verschiedene Arbeitsebenen aufeinander treffen.
- Man muss sich bewusst machen, dass man nicht für alle Probleme die perfekte Lösung finden kann. Dennoch kann für jedes Problem ein richtiger Lösungsweg eingeschlagen werden.
- Am effektivsten ist es, mittel-/langfristige Lösungen zu erarbeiten, damit das Problem nicht immer wieder auftaucht bzw. sich verschlimmert.
- Durch feste Arbeitsgruppen kann eine strukturierte Kommunikation zur Fehlerbehandlung während laufender Verfahren stattfinden, am besten setzen sich diese Arbeitsgruppen aus Vertretenden aller beteiligten Gruppen zusammen.
- Durch regelmäßige Updates von Kolleg\*innen kann man alle Teilnehmenden einbinden und niemand fühlt sich vergessen.
- Einheitliches Auftreten ist wichtig und trägt zum Zusammenhalt bei.
- Nach dem Projektabschluss ist eine gemeinsame Reflexion des Projektes und Arbeitsprozesses wichtig, um ggf. Umstimmigkeiten zu klären, aber auch um gemeinsam Erfolge zu feiern.



### Erfolgskontrolle:

Wie kann eine Erfolgskontrolle bei der Umsetzung von Maßnahmen gelingen?

- In Klimaanpassungskonzepten müssen im Rahmen eines Controlling- bzw. Monitoringberichts festgelegte Maßnahmen geprüft werden. Dabei wird erfasst, welche Maßnahmen realisiert wurden.
- Die Stadt Karlsruhe erstellt in zweijährigem Turnus einen [Monitoringbericht zur Klimaanpassung](#).



### Weitere Infos:

- Die Folien der Keynote und der Workshop-Inputs finden Sie als separate Downloads.
- Das Kommunikations-Quartett aus Workshop 1 können Sie [hier](#) downloaden.
- Bei Interesse an der Wanderausstellung „Klimaheld Wald“ wenden Sie sich bitte an Mareike Merz (merz@rvr.ruhr).



©Adobe

Team Klimaanpassung des Regionalverband Ruhr