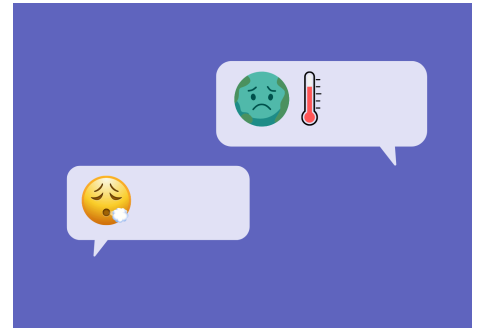


Wie wirken negative Botschaften in der Klimakommunikation?



Infotext

In der Umwelt- und Klimakommunikation gibt es viele negative Botschaften. Medien berichten oft über schlimme Ereignisse. Zum Beispiel über neue alarmierende Forschungsergebnisse oder Katastrophen.

Viele Klima-Tipps betonen, welches Verhalten schlecht für die Umwelt ist. Zum Beispiel Fleisch essen. Es geht dabei oft um die eigene Verantwortung.

Aber solche Botschaften können negative Gefühle auslösen:

Reaktionen

- **Ohnmacht** ("die Lage ist katastrophal, es hilft alles nichts"),
- **Aktivismus-Burnout** (Überanstrengung beim Bemühen, in allen Bereichen des Alltags auf Nachhaltigkeit zu achten)
- **Abwehr** ("Ich will nicht, dass ich wegen Umwelt- und Klimaschutz bevormundet werde").

Im Alltag

Es kann schwer sein, immer umweltfreundlich zu handeln. Das liegt an den Bedingungen im Alltag. Ein Beispiel: Viele Menschen wissen, dass Autofahren schlecht für das Klima ist.

Aber manchmal gibt es keine andere Möglichkeit. Es gibt keinen Bus oder Zug und der Weg ist zu weit, um mit dem Fahrrad zu fahren.

Der Handabdruck

Negative Botschaften können negative Reaktionen auslösen. Deshalb denken Wissenschaftler über andere Ideen nach.

Eine Idee heißt **Handabdruck**. Er soll Menschen motivieren, selbst aktiv zu werden. Beim **Handabdruck** werden die Rahmenbedingungen geändert. So wird es für alle leichter, umweltfreundlich zu handeln.