

# Wie wirken negative Botschaften in der Klima- kommunikation?



## Infotext

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

Viele Tipps sagen, welches Verhalten schlecht für die Umwelt ist. Zum Beispiel Fleisch essen. Sie zeigen auch, dass jede Person Verantwortung hat. Das sieht man am CO<sub>2</sub>-Fußabdruck.

Solche Botschaften können negative Gefühle auslösen:

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

Es ist schwer, immer umweltfreundlich zu leben. Das liegt an den Bedingungen im Alltag. Zum Beispiel beim Fahren, Wohnen oder Essen. Viele Menschen wissen, dass Autofahren schlecht für das Klima ist. Aber andere Möglichkeiten sind oft schwer oder nicht da.

Negative Botschaften können deshalb oft nicht helfen. Sie können sogar negative Reaktionen auslösen. Darum denkt man über andere Wege nach. Diese Wege sollen Menschen motivieren, selbst aktiv zu werden. Eine Idee heißt Handabdruck.

Sie zeigt, was man für die Umwelt tun kann. Und wie man die Bedingungen besser machen kann. So wird es für alle leichter, umweltfreundlich zu handeln.