

Durch Klima-Kampagnen Klimaschutz voranbringen

Guide für wirkungsvolle
Klimakommunikation in Kampagnen



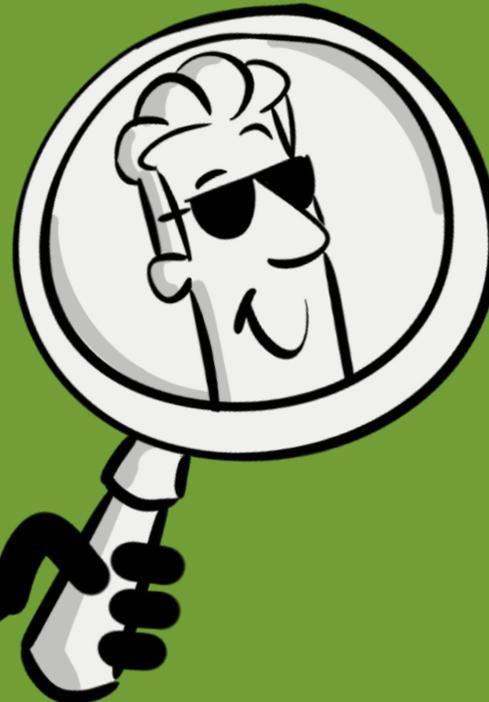
*Zusammenstellung von
Studienergebnissen & Anleitungen*

Nächste Schritte

für wirkungsvolle Klima-Kampagnen

Schritt 1: Studie von More in Common (2021) herunterladen

Schritt 2: Diese Präsentation durchlesen (Teil 1, 2 und 3)



Schritt 3: Ergebnisse der Studie in die Öffentlichkeit tragen (Sammlung zentraler Aussagen)

Schritt 4: Zielgruppen-spezifische Kampagnen-Arbeit entwickeln und stärken

Präsentation im Überblick:

1

Zusammenfassung der Studie von More in Common (2021)

2

Sechs Gruppen der deutschen Gesellschaft

3

Praxisempfehlungen für zielgruppenspezifische Kampagnen-Arbeit

1

Was ist der Gesellschaft beim Klimaschutz wichtig?

*Zusammenfassung der
Studie von More in Common (2021)*

Einend oder spaltend? Klimaschutz und gesellschaftlicher Zusammenhalt in Deutschland



**More in
Common**
DEUTSCHLAND

Die deutsche Gesellschaft in der Klimafrage



Ergebnisse einer Studie von [More in Common](#)

Beteiligung von Klimabewegungen bei
Entwicklung der Fragen der Studie

Qualitative Fokusgruppen (Dez. 2020) und
quantitative Online-Panel-Erhebung (Feb. 2021)

Ähnliche Studien auch für USA, UK, Frankreich
und Deutschland zu anderen gesellschaftlichen
Themen



[Studie](#) von More in Common
(2021) herunterladen

Die deutsche Gesellschaft in der Klimafrage

Sechs gesellschaftliche Typen aus der Studie „Die andere deutsche Teilung“ (2019)

Sozialpsychologie als Basis: Werte und Grundüberzeugungen (nicht Demografie wie Bildung, Alter oder Einkommen)

Unterschiede in Wahrnehmung von Klimapolitik, Potenziale für Zusammenhalt und Spaltung der Gesellschaft bzgl. Klimafrage

Die sechs gesellschaftlichen Typen

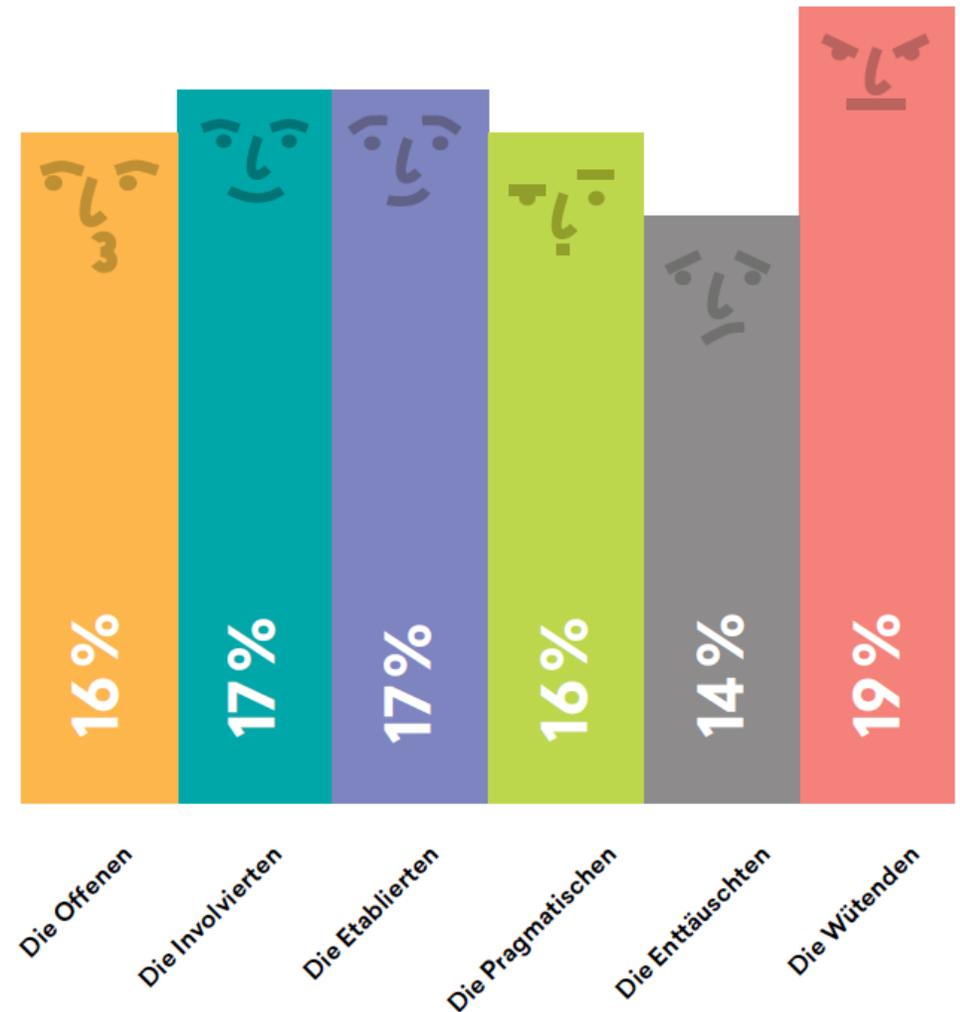


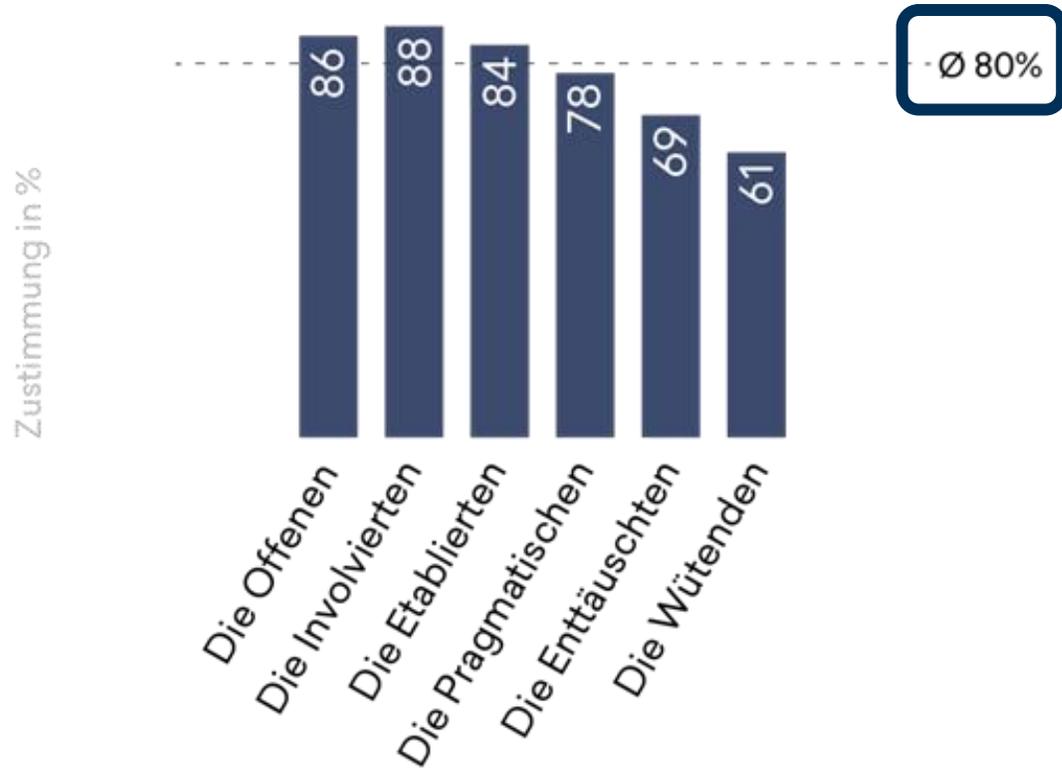
Diagramm 2

Dreiteilung der Gesellschaft



Dreiteilung der deutschen Gesellschaft aktuell:
Stabilisatoren (34%),
gesellschaftliche Pole (35%),
unsichtbares Drittel (30%)

Breit geteilte Sorge über Klimawandel und seine Folgen



Inwiefern machen Sie sich persönlich Sorgen über den Klimawandel und seine möglichen Folgen?

Quelle: More in Common (2021)

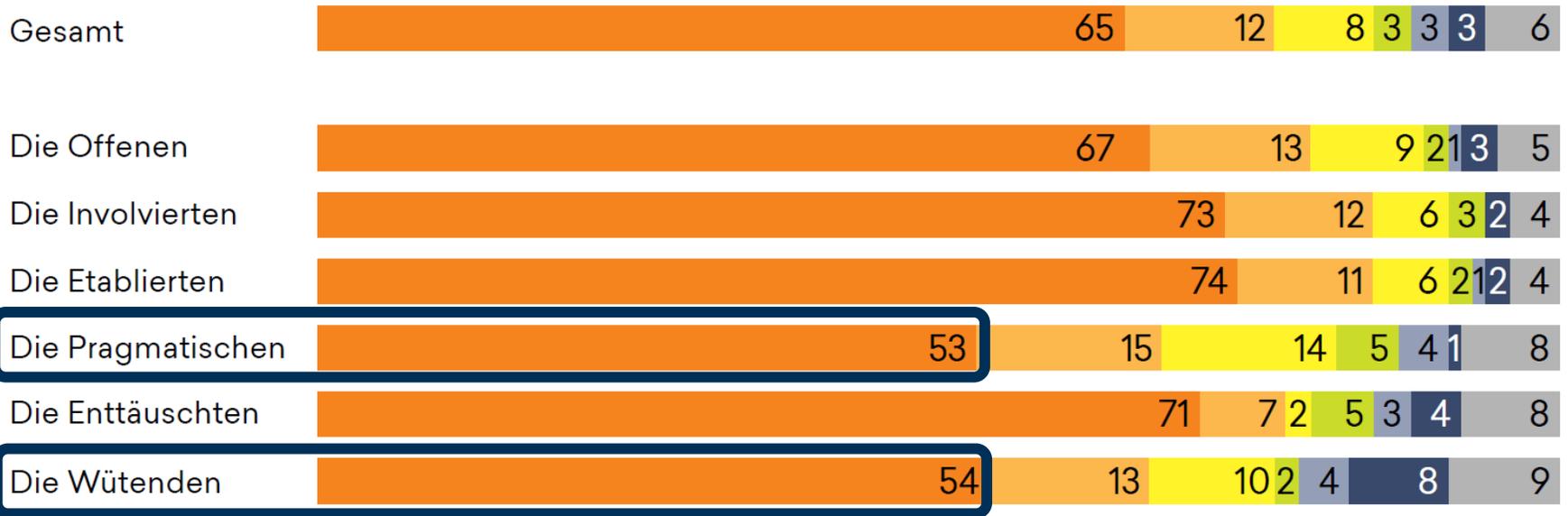
Ausgewählte Kernergebnisse im Überblick

Sehr breiter Konsens: Der Klimawandel ist real und treibt die Menschen in Deutschland um.

Geringe zeitliche Distanz: Der Klimawandel ist für die Mehrheit der Menschen bereits jetzt zu spüren.

Klimawandel bereits heute spürbar

● Bereits jetzt ● in 10 J ● in 25 J ● in 50 J ● in 100 J ● Nie ● Weiß nicht

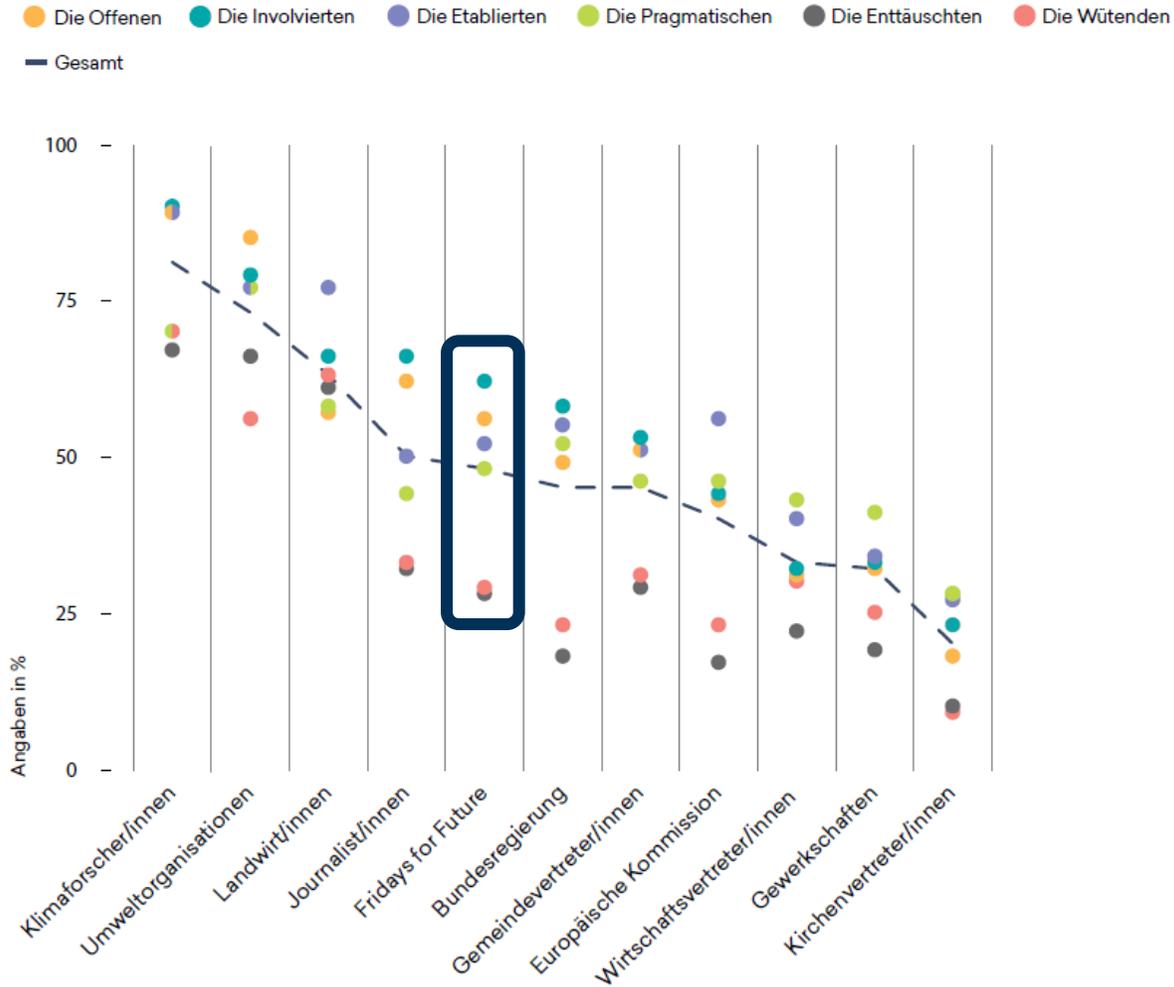


Was denken Sie: Wann werden wir in Deutschland die Folgen des Klimawandels spüren?

Quelle: More in Common (2021)

Angaben in %

Vertrauen in Organisationen beim Klimawandel und Klimaschutz



Inwiefern vertrauen Sie den folgenden Personen und Organisationen, wenn es um die Themen Klimawandel und Klimaschutz geht?
Quelle: More in Common (2021)

Ausgewählte Kernergebnisse im Überblick

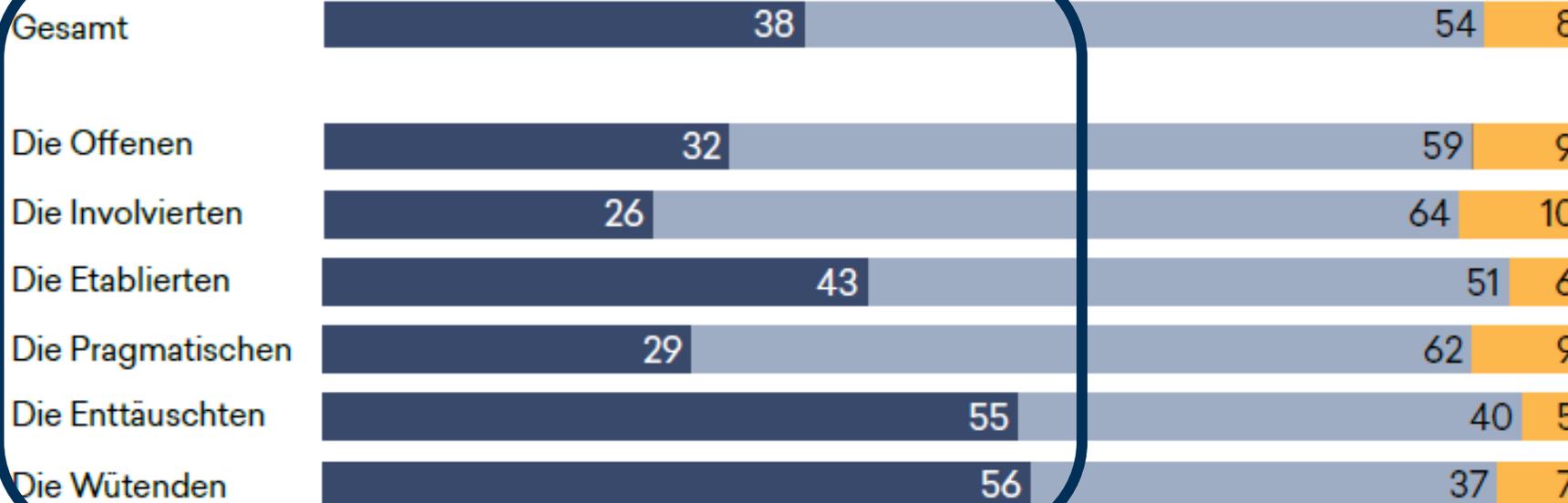
Vertrauen in Fridays for Future: Weiterhin recht hoch (50%), bei Enttäuschten und Wütenden geringer (25%).

Moderater Wille zu weiterem Engagement

Hohe individuelle Handlungsbereitschaft:
Rund 40% der Menschen haben das Gefühl, sie tun genug für den Klimaschutz. 60% haben das Gefühl, sie könnten mehr tun.

Angesicht meiner persönlichen Situation ... für den Klimaschutz

● tue ich bereits genug ● könnte ich etwas mehr tun ● könnte ich wesentlich mehr tun



Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Sie zu?

Quelle: More in Common (2021)

Angaben in %

Vertrauen in Fridays for Future: Weiterhin recht hoch (50%), bei Enttäuschten und Wütenden geringer (25%).

Sehr breiter Konsens: Der Klimawandel ist real und treibt die Menschen in Deutschland um.

Hohe individuelle Handlungsbereitschaft: Rund 40% der Menschen haben das Gefühl, sie tun genug für den Klimaschutz. 60% haben das Gefühl, sie könnten mehr tun.

Geringe zeitliche Distanz: Der Klimawandel ist für die Mehrheit der Menschen bereits jetzt zu spüren.

Ausgewählte Kernergebnisse im Überblick



Ergebnisse der Studie in die Öffentlichkeit tragen ([Sammlung zentraler Aussagen](#))

2

Welche Werttypen gibt es in der Gesellschaft?

*Sechs Gruppen der deutschen Gesellschaft
More in Common (2019) unter der Lupe*

Zentrale Werte der 6 gesellschaftlichen Typen bzw. Segmente

Die Offenen: Selbstentfaltung, Weltoffenheit, kritisches Denken

Die Involvierten: Bürgersinn, Miteinander, Verteidigung von Errungenschaften

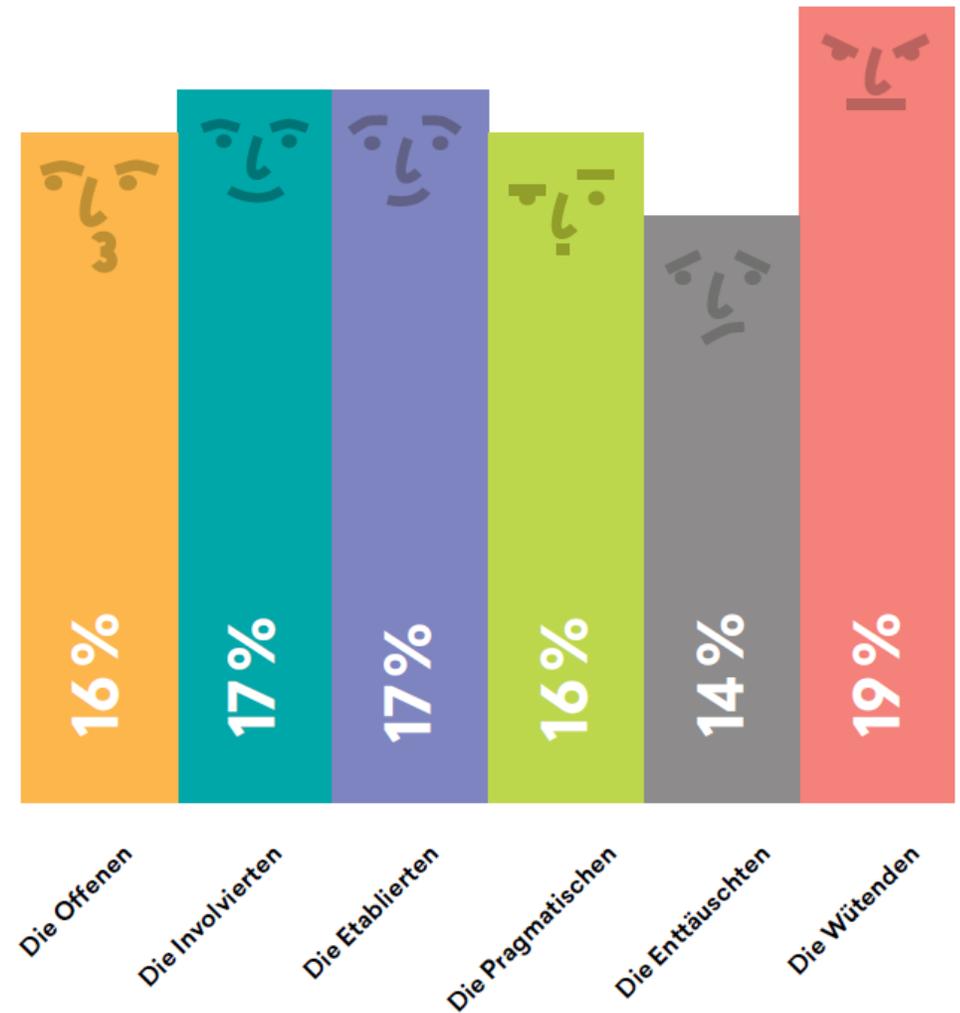
Die Etablierten: Zufriedenheit, Verlässlichkeit, gesellschaftlicher Frieden

Die Pragmatischen: Erfolg, privates Fortkommen, Kontrolle vor Vertrauen

Die Enttäuschten: (Verlorene) Gemeinschaft, (fehlende) Wertschätzung, Gerechtigkeit

Die Wütenden: Nationale Ordnung, Systemschelte, Misstrauen

Die sechs gesellschaftlichen Typen



Zentrale Werte der 6 gesellschaftlichen Typen bzw. Segmente

Die Offenen: Selbstentfaltung, Weltoffenheit,
kritisches Denken

Die Involvierten: Bürgersinn, Miteinander,
Verteidigung von Errungenschaften

Die Etablierten: Zufriedenheit, Verlässlichkeit,
gesellschaftlicher Frieden

Die Pragmatischen: Erfolg, privates Fortkommen,
Kontrolle vor Vertrauen

Die Enttäuschten: (Verlorene) Gemeinschaft,
(fehlende) Wertschätzung, Gerechtigkeit

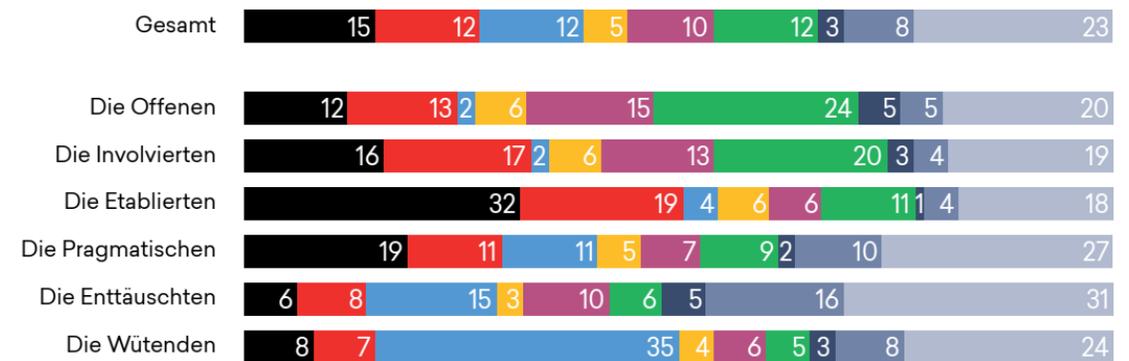
Die Wütenden: Nationale Ordnung,
Systemschelte, Misstrauen

Wahlabsicht

Im unsichtbaren Drittel sind viele Nichtwähler und Unentschiedene zu finden.



Angaben in %





Test: Welcher Typ bist du? Wie gut kennst du die verschiedenen Segmente schon? ([Zum Quiz](#) und [zu den Beschreibungen aller 6 Typen](#))

Das Quiz

Wie schauen Sie auf die deutsche Gesellschaft? Finden Sie mit unserem Quiz heraus, welcher gesellschaftliche Typ Sie sind. Bei den Quizergebnissen handelt es sich um eine beste Annäherung, basierend auf einer gekürzten Fassung der Befragung für diese Studie.

[Zum Quiz](#)

Die Offenen (16%)



Zitat

„Eine herzliche, freie und nachhaltige Welt ist mir wichtig!“

Werte

Suche nach Selbstentfaltung, Weltoffenheit und kritischem Denken



hoch



Grüne; Linke; FDP



1 2 3 4 5

Name der Persona

Samira

Alter

29

Ort

Göttingen

Beschäftigung

Politik-Studentin

Über das Segment:

Die Offenen sind der zweitjüngste Typ in der deutschen Gesellschaft. Sie ziehen ihr Lebensgefühl aus der freien Entfaltung des Einzelnen in einer vielfältigen, offenen und nachhaltigen Gesellschaft und hinterfragen traditionelle Denkweisen besonders kritisch.

Alter: Eher jünger, bes. 18-39 J.

Migration: eher hoch

Einkommen: hoch

Beschäftigung: bes. Studierende

Bildung: bes. Abitur, Hochschulabschluss

Interessen

Umweltschutz

Klimagerechtigkeit

Europa

Veganismus

Anti-Rassismus

Freiwilligenarbeit

Ökotourismus

Klimabewegung

Lebensziele

Es braucht gesellschaftlichen Wandel

Ich bin Teil einer lebendigen Zivilgesellschaft

Wir müssen Minderheiten vor Diskriminierung schützen



Ablehnung von:

Fremdenfeindlichkeit

Unzureichender Klimaschutz

Traditionelle Denkweisen

Marken

Demeter

Utopia.de

Patagonia

Beeinflusst durch:

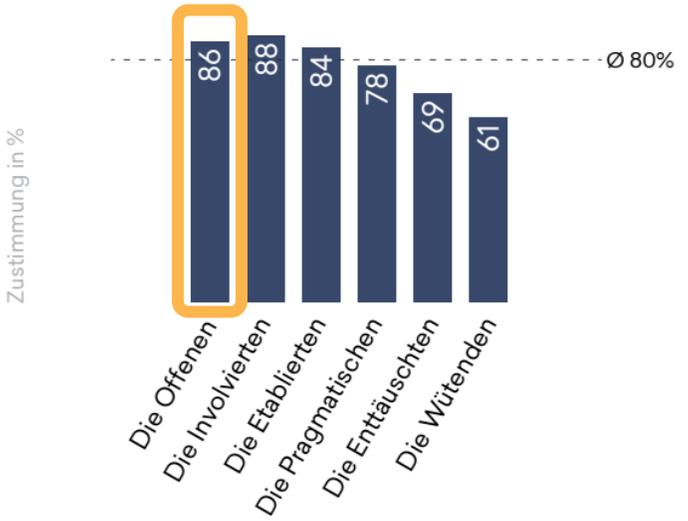
Süddeutsche Zeitung

Die ZEIT, Der SPIEGEL

ARD, ZDF

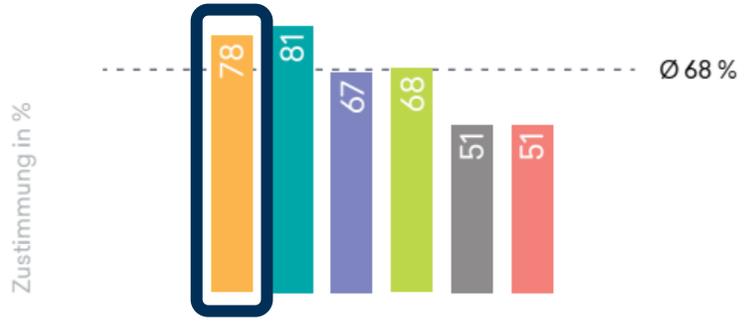
Hohe Sorge
Unterstützung ggü. Bew.
Mittlere Selbstwirksamkeit
Klima & Gerechtigkeit

Die Offenen (16%)

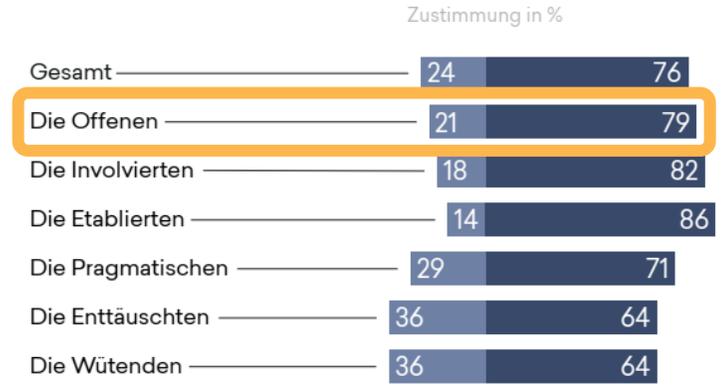


Inwiefern machen Sie sich persönlich Sorgen über den Klimawandel und seine möglichen Folgen?
Quelle: More in Common (2021)

Die Klima- und Umweltbewegung... „...hat grundsätzlich meine Unterstützung“



Ich kann (eher) keinen Unterschied machen | Ich kann (eher) einen Unterschied machen



Denken Sie oder denken Sie eher nicht, dass Sie mit Ihrem eigenen persönlichen Verhalten einen Unterschied beim Klimaschutz machen können?
Quelle: More in Common (2021)

	Gesamt	Die Offenen	Die Involvierten	Die Etablierten	Die Pragmatischen	Die Enttäuschten	Die Wütenden
Klima und Umwelt schützen	33	44	41	34	26	18	14
Soziale Ungleichheit verringern	29	35	31	24	17	32	31
Alterssicherung verbessern	28	26	24	31	15	47	40
Einwanderung und die Aufnahme von Flüchtlingen verringern	25	16	17	21	22	45	64
Wirtschaft stärken	23	23	22	24	26	22	23
Unser Bildungssystem verbessern	23	26	34	18	12	21	17

Angaben in %

Welche der folgenden politischen Vorhaben sollte die Regierung in den kommenden Monaten vorrangig angehen, abgesehen von der Bekämpfung des Corona-Virus? Bitte wählen Sie die drei wichtigsten aus.
Quelle: More in Common (2021)

Die Involvierten (17%)



Zitat

„Ein freier und sozialer Rechtsstaat ist für mich wesentlich!“

Werte

Suche nach Bürgersinn, Miteinander, Verteidigung von Errungenschaften



Hoch



Grüne; Linke; SPD



1 2 3 4 5

Name der Persona

Ute

Alter

65

Ort

Hamburg

Beschäftigung

Rentnerin

Über das Segment:

Charakteristisch für die Involvierten ist vor allem ihr großer Glaube an das bürgerschaftliche Potenzial der Menschen in der Bundesrepublik, ihr demokratisches Selbstbewusstsein und ihre Zuversicht, dass ein lebendiges Miteinander in einer modernen Gesellschaft möglich ist.

Alter: Eher älter, bes. 60+ J.

Migration: durchschnittlich

Wohnort: bes. in Städten

Beschäftigung: bes.

Pensionär:innen

Bildung: bes. Abitur,

Hochschulabschluss

Interessen

Politische Gespräche

Demokratie

Klimaschutz

Europa

Respekt

Verbindlichkeit

Familie

Tourismus

Lebensziele

Gesellschaftlicher Wandel ist natürlich

Es braucht Verbindlichkeit und Respekt

Ich habe mein Schicksal selbst in der Hand



Ablehnung von:

Autoritäre Führung

Menschenfeindlichkeit

Vorurteile und Hass

Marken

Alles mit „Bio“

C&A

Deutsche Marken

Beeinflusst durch:

Süddeutsche Zeitung

Die ZEIT, Der SPIEGEL

ARD, ZDF, RTL, Pro Sieben

Hohe Sorge
Unterstützung ggü. Bew.
Hohe Selbstwirksamkeit
Klima, Bildung, Ungleichheit

Die Involvierten

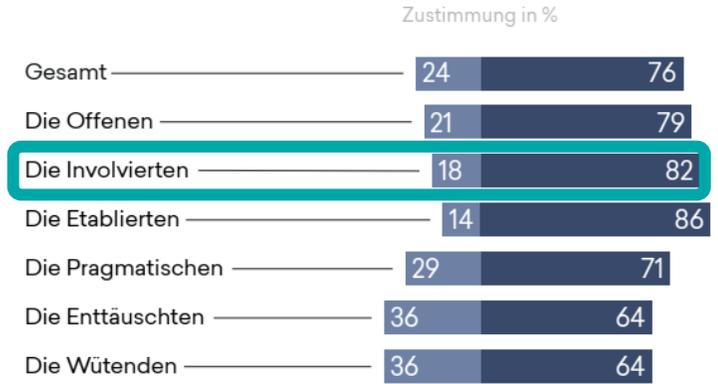


Inwiefern machen Sie sich persönlich Sorgen über den Klimawandel und seine möglichen Folgen?
Quelle: More in Common (2021)

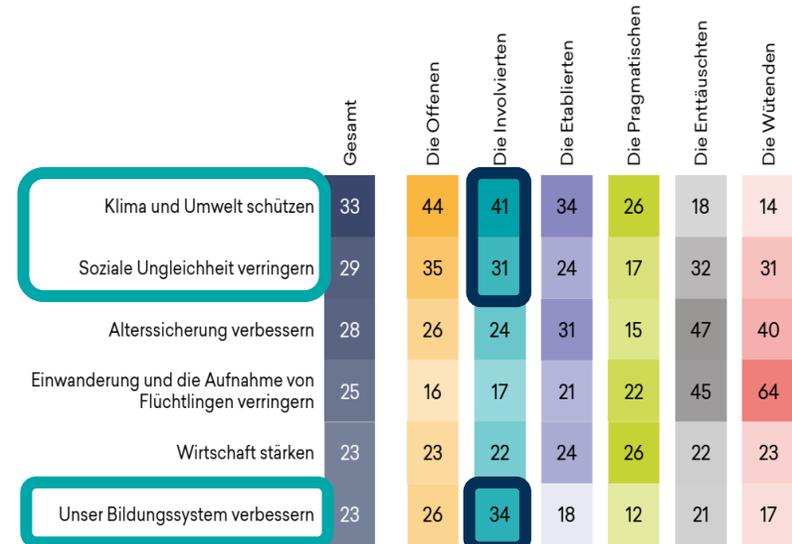
Die Klima- und Umweltbewegung... „...hat grundsätzlich meine Unterstützung“



Ich kann (eher) keinen Unterschied machen | Ich kann (eher) einen Unterschied machen



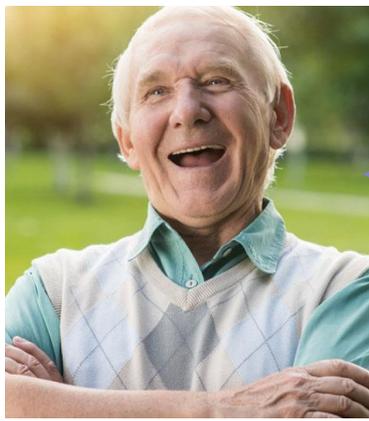
Denken Sie oder denken Sie eher nicht, dass Sie mit Ihrem eigenen persönlichen Verhalten einen Unterschied beim Klimaschutz machen können?
Quelle: More in Common (2021)



Angaben in %

Welche der folgenden politischen Vorhaben sollte die Regierung in den kommenden Monaten vorrangig angehen, abgesehen von der Bekämpfung des Corona-Virus? Bitte wählen Sie die drei wichtigsten aus.
Quelle: More in Common (2021)

Die Etablierten (17%)



Zitat

„Ein friedliches Miteinander ist für mich wesentlich!“

Werte

Suche nach Zufriedenheit, Verlässlichkeit, gesellschaftlicher Frieden



Eher gering



CDU; SPD



1 2 3 4 5

Name der Persona

Manfred

Alter

67

Ort

Stendal

Beschäftigung

Rentner

Über das Segment:

Die Etablierten haben mit Abstand das höchste Alter der sechs gesellschaftlichen Typen und stechen vor allem durch ihre große Zufriedenheit heraus. Sie haben einen nahezu ungetrübten Blick auf die eigene Lebenswirklichkeit und ungebrochenes Zutrauen in das Gemeinwesen und seine Institutionen.

Alter: Eher älter, bes. 60+ J.

Migration: durchschnittlich

Beschäftigung: bes.

Pensionär:innen, selten arbeitslos

Bildung: überdurchschnittl. häufig
Hauptschule

Interessen

Politik

Parteien-
demokratie

Kirche, Religion

Ehrenamt

Nachhaltigkeit

Fußball

Natur

Dokumentarfilme

Lebensziele



Ich bin stolz auf Deutschland

Mein Leben ist komfortabel und mir geht es gut

Menschen können trotz Unterschiede
zusammenfinden



Ablehnung von:

Political Correctness

Gesellschaftliche Konflikte

Kriminalität

Marken

Aldi

Volkswagen

Adidas

Beeinflusst durch:

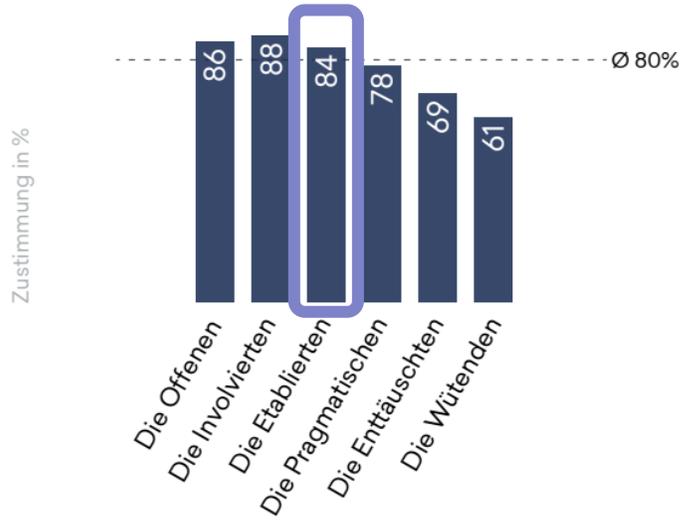
ARD, ZDF, RTL

Auto Bild; ADAC
Motorwelt

Landlust

Hohe Sorge
Mittlere Unterstützung ggü.
Bew.
Hohe Selbstwirksamkeit
Klima & Alterssicherung

Die Etablierten

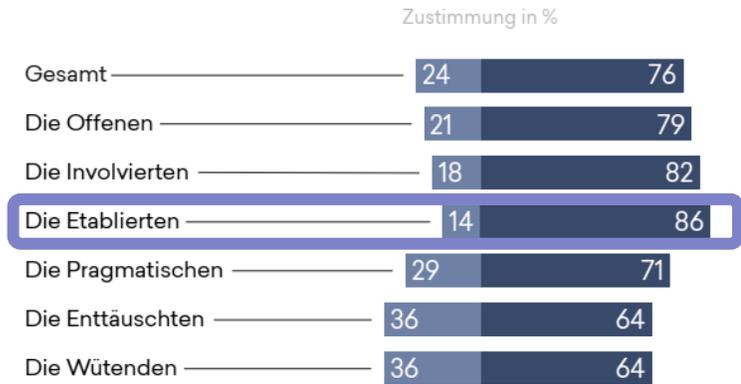


Inwiefern machen Sie sich persönlich Sorgen über den Klimawandel und seine möglichen Folgen?
Quelle: More in Common (2021)

Die Klima- und Umweltbewegung... „...hat grundsätzlich meine Unterstützung“



Ich kann (eher) keinen Unterschied machen | Ich kann (eher) einen Unterschied machen



Denken Sie oder denken Sie eher nicht, dass Sie mit Ihrem eigenen persönlichen Verhalten einen Unterschied beim Klimaschutz machen können?
Quelle: More in Common (2021)

	Gesamt	Die Offenen	Die Involvierten	Die Etablierten	Die Pragmatischen	Die Enttäuschten	Die Wütenden
Klima und Umwelt schützen	33	44	41	34	26	18	14
Soziale Ungleichheit verringern	29	35	31	24	17	32	31
Alterssicherung verbessern	28	26	24	31	15	47	40
Einwanderung und die Aufnahme von Flüchtlingen verringern	25	16	17	21	22	45	64
Wirtschaft stärken	23	23	22	24	26	22	23
Unser Bildungssystem verbessern	23	26	34	18	12	21	17

Angaben in %

Welche der folgenden politischen Vorhaben sollte die Regierung in den kommenden Monaten vorrangig angehen, abgesehen von der Bekämpfung des Corona-Virus? Bitte wählen Sie die drei wichtigsten aus.
Quelle: More in Common (2021)

Die Pragmatischen (16%)



Zitat

„Gute Zukunftsaussichten für mein Leben sind für mich wesentlich!“

Werte

Suche nach Erfolg, privates Fortkommen, Kontrolle vor Vertrauen



Mittel



Nicht; Unentschieden



1 2 3 4 5

Name der Persona

Lea

Alter

28

Ort

München

Beschäftigung

Büroangestellte

Über das Segment:

Die Pragmatischen sind die jüngsten der sechs gesellschaftlichen Typen und denken weniger als andere in Werten und moralischen Grundsätzen. Sie haben schwächere Identitätsanker und treten dem Gemeinwesen mit einer gewissen normativen Vagheit gegenüber.

Alter: Eher jünger, bes. 18-39 J.

Migration: eher hoch

Beschäftigung: häufig Vollzeit, selten Pensionär:innen

Interessen

Digitalisierung

Familie

Wirtschaft

Technik

?

?

Integration

Spielen, Comics

Lebensziele

Deutschland soll erfolgreich und modern sein

Ich wünsche mir mehr Kontrolle über mein Leben

Ich suche nach Orientierung und Halt



Ablehnung von:

Diskursfreundlicher Lebensstil

Politisches Geschehen und Prozesse

Wirtschaftliche Krisen

Marken

Kaufhof

Hugo Boss

BMW

Beeinflusst durch:

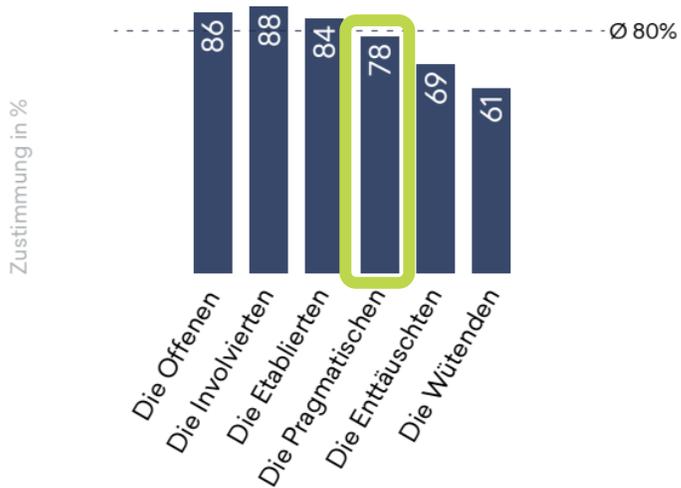
Manager Magazin

SAT1, ProSieben, RTL II

Die WELT, Fokus

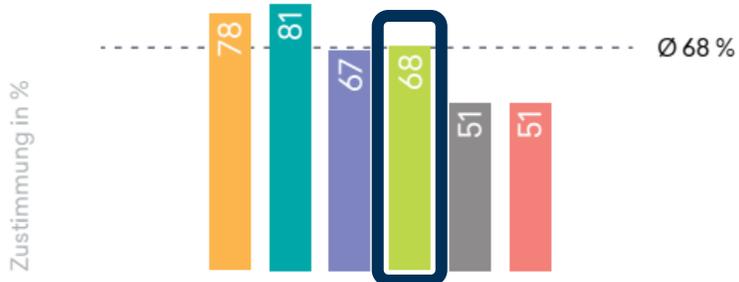
Mittlere Sorge
Mittlere Unterstützung ggü.
Bew.
Mittlere Selbstwirksamkeit
Klima, Wirtschaft &
Migration

Die Pragmatischen

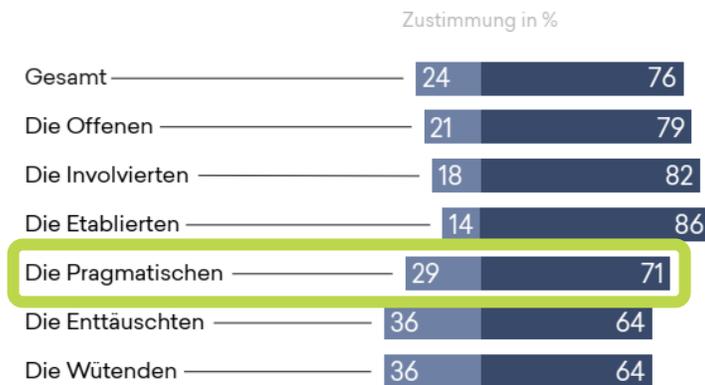


Inwiefern machen Sie sich persönlich Sorgen über den Klimawandel und seine möglichen Folgen?
Quelle: More in Common (2021)

Die Klima- und Umweltbewegung...
„...hat grundsätzlich
meine Unterstützung“



Ich kann (eher) keinen Unterschied machen | Ich kann (eher) einen Unterschied machen



Denken Sie oder denken Sie eher nicht, dass Sie mit Ihrem eigenen persönlichen Verhalten einen Unterschied beim Klimaschutz machen können?
Quelle: More in Common (2021)

	Gesamt	Die Offenen	Die Involvierten	Die Etablierten	Die Pragmatischen	Die Enttäuschten	Die Wütenden
Klima und Umwelt schützen	33	44	41	34	26	18	14
Soziale Ungleichheit verringern	29	35	31	24	17	32	31
Alterssicherung verbessern	28	26	24	31	15	47	40
Einwanderung und die Aufnahme von Flüchtlingen verringern	25	16	17	21	22	45	64
Wirtschaft stärken	23	23	22	24	26	22	23
Unser Bildungssystem verbessern	23	26	34	18	12	21	17

Angaben in %

Welche der folgenden politischen Vorhaben sollte die Regierung in den kommenden Monaten vorrangig angehen, abgesehen von der Bekämpfung des Corona-Virus? Bitte wählen Sie die drei wichtigsten aus.
Quelle: More in Common (2021)

Die Enttäuschten (14%)



Zitat

„Eine echte Gemeinschaft ist für mich wesentlich!“

Werte

Suche nach (verlorener) Gemeinschaft, (fehlender) Wertschätzung, Gerechtigkeit



Gering



Nicht; Linke; AfD



1 2 3 4 5

Name der Persona

Thomas

Alter

29

Ort

Schwäbisch Hall

Beschäftigung

Azubi

Über das Segment:

Die Enttäuschten sind der gesellschaftliche Typ, der derzeit in der deutschen Gesellschaft am wenigsten positiven Halt findet. Der Blick auf die persönliche Lage ist oftmals von Entbehrung und Abstiegsangst geprägt, der Glaube an die Kontrolle über das eigene Leben sehr schwach.

Alter: balanciert

Einkommen: eher gering

Migration: durchschnittlich

Beschäftigung: häufig Azubis, häufig arbeitslos

Bildung: bes. häufig Realschule

Interessen

Theater, Konzerte

Gärtnern

Spielen

Lesen

Gerechtigkeit

Natur

Freunde treffen

Alterssicherheit

Lebensziele

Ich wünsche mir Einbindung und Wertschätzung

Ich bin mir unsicher, wer ich genau bin

Ich bin unzufrieden mit meinem Leben



Ablehnung von:

Egoismus in Gesellschaft

Parteiendemokratie

Kriminalität

Marken

Lidl

Opel

Pepsi

Beeinflusst durch:

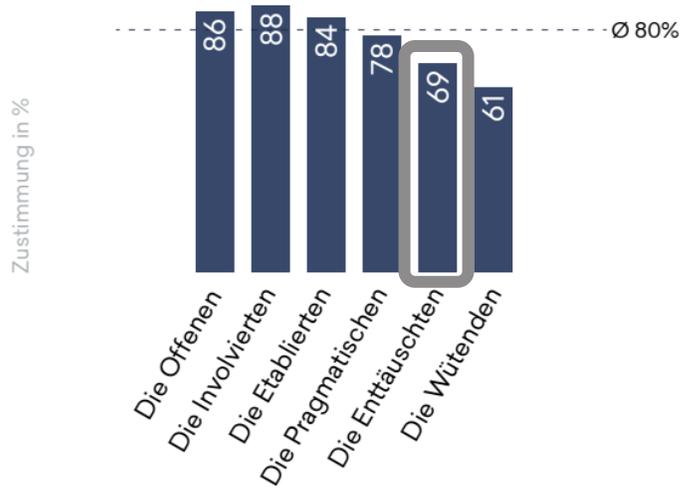
RTL, ProSieben

BILD

Dieter Nuhr

Eher geringe Sorge
Eher geringe Unterstützung
ggü. Bew.
Geringe Selbstwirksamkeit
Alterssicherung, Migration
und Ungleichheit

Die Enttäuschten

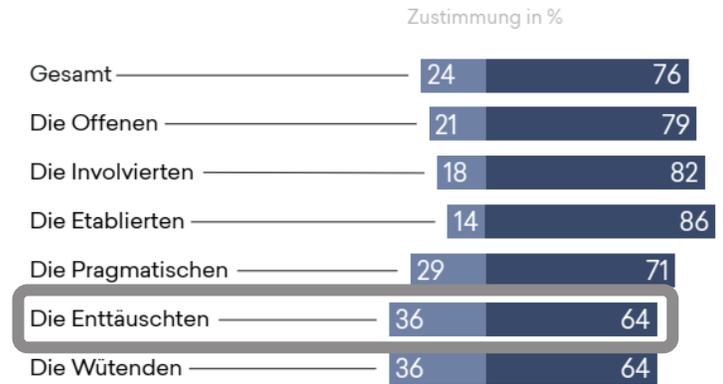


Inwiefern machen Sie sich persönlich Sorgen über den Klimawandel und seine möglichen Folgen?
Quelle: More in Common (2021)

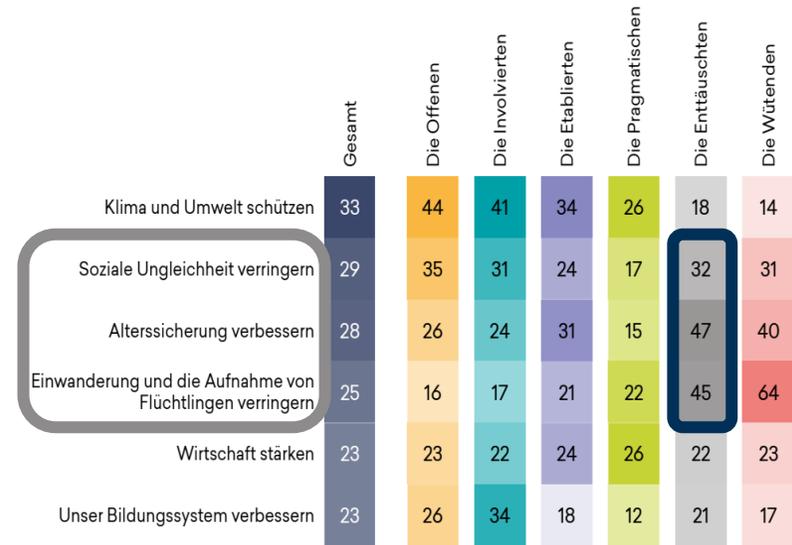
Die Klima- und Umweltbewegung... „...hat grundsätzlich meine Unterstützung“



Ich kann (eher) keinen Unterschied machen | Ich kann (eher) einen Unterschied machen



Denken Sie oder denken Sie eher nicht, dass Sie mit Ihrem eigenen persönlichen Verhalten einen Unterschied beim Klimaschutz machen können?
Quelle: More in Common (2021)



Angaben in %

Welche der folgenden politischen Vorhaben sollte die Regierung in den kommenden Monaten vorrangig angehen, abgesehen von der Bekämpfung des Corona-Virus? Bitte wählen Sie die drei wichtigsten aus.
Quelle: More in Common (2021)

Die Wütenden (19%)



Zitat

„Nationale Ordnung und ein anderes politisches System sind für mich wesentlich!“

Werte

Suche nach nationaler Ordnung, Systemschelte; Misstrauen



Gering



AfD; Nicht; CDU



1 2 3 4 5

Name der Persona

Hans

Alter

55

Ort

Salzgitter

Beschäftigung

Arbeitslos

Über die Persona:

Die Wütenden gehen am heftigsten mit dem derzeitigen Zustand der deutschen Gesellschaft ins Gericht. Pessimismus, Empörung und massive Unzufriedenheit prägen fast ausnahmslos ihren Blick auf die Politik und das gesellschaftliche Miteinander.

Alter: eher älter, bes. 50-69 J.

Einkommen: gering

Migration: eher gering

Beschäftigung: häufig arbeitslos

Bildung: bes. häufig Hauptschule u. Realschule

Interessen

Politik

Gemeinschaft

Pegida

Sicherheit

Alterssicherheit

Traditionen

?

?

Lebensziele

Ich weiß, wer ich bin und was ich will

Ich weiß nicht, was die nächsten Jahre bringen werden

Ich fühle mich ungerecht/benachteiligt behandelt



Ablehnung von:

Politische und mediale Elite

Politisches System, Medien und Institutionen

Political Correctness

Marken

Norma

RWE

Audi

Beeinflusst durch:

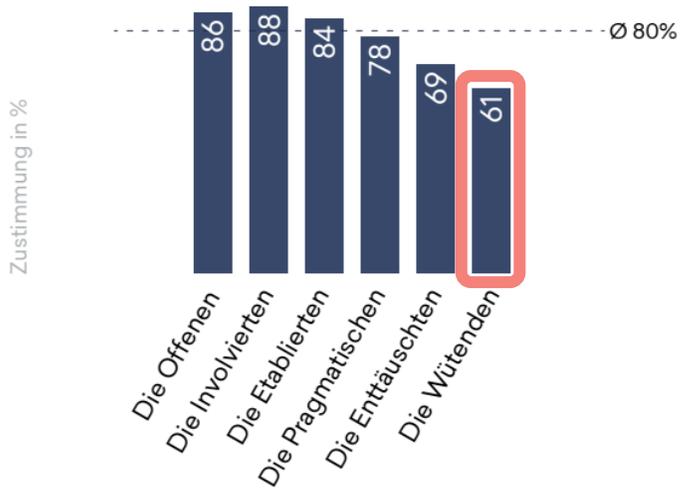
RTL, Junge Freiheit

Dieter Nuhr, BILD

ProSieben, Auto Bild

Geringe Sorge
Geringe Unterstützung ggü.
Bew.
Geringe Selbstwirksamkeit
Migration, Alterssicherung,
Ungleichheit

Die Wütenden

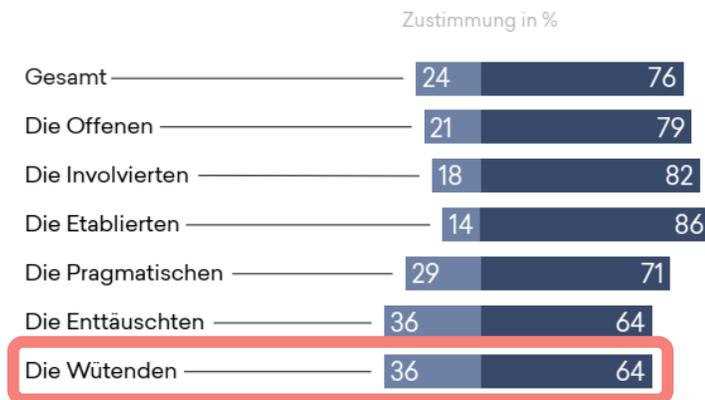


Inwiefern machen Sie sich persönlich Sorgen über den Klimawandel und seine möglichen Folgen?
Quelle: More in Common (2021)

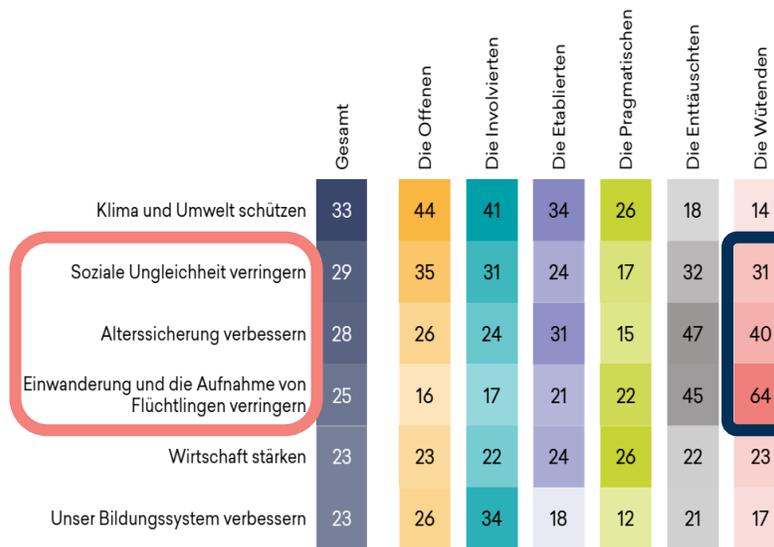
Die Klima- und Umweltbewegung... „...hat grundsätzlich meine Unterstützung“



Ich kann (eher) keinen Unterschied machen | Ich kann (eher) einen Unterschied machen



Denken Sie oder denken Sie eher nicht, dass Sie mit Ihrem eigenen persönlichen Verhalten einen Unterschied beim Klimaschutz machen können?
Quelle: More in Common (2021)



Angaben in %

Welche der folgenden politischen Vorhaben sollte die Regierung in den kommenden Monaten vorrangig angehen, abgesehen von der Bekämpfung des Corona-Virus? Bitte wählen Sie die drei wichtigsten aus.
Quelle: More in Common (2021)

3

Was bedeutet das für
unsere Kampagnen-
Arbeit?

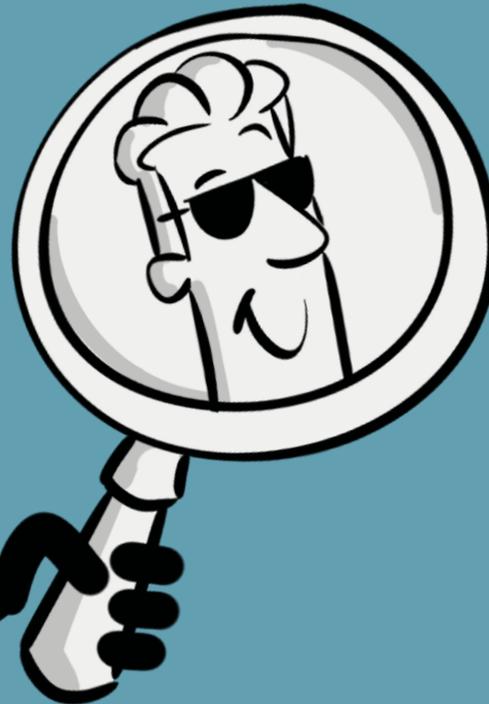
*Praxisempfehlungen und Anleitungen für die
Zielgruppen-spezifische Ansprache*

Deine Canvas

für Klimakommunikation

Welche Zielgruppe
möchtest du erreichen?

Entwickle eine Persona,
die für deine Zielgruppe
steht.



Welches Thema rund um
Klimaschutz möchtest du
ansprechen?

Wähle dein Kampagnen-
Ziel aus.

7

Reflexionsfragen

*für die Planung der nächsten
Klima-Kampagne*

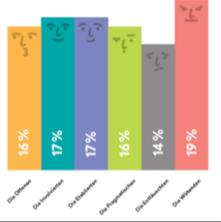
CANVAS "KLIMA KOMMUNIKATION"

Zur Planung eines Kommunikationsvorhabens zum Klima

<p>ZIELGRUPPE</p> 	<p>INHALTE</p> 	<p>HALTUNG & BOTSCHAFTER:IN</p> 	<p>GEFÜHLE</p> 	<p>WEITERE NOTIZEN:</p> 
<p>WIRKUNGSZIEL(E)</p> 	<p>FRAMING</p> 			
	<p>STORYTELLING</p> 			

CANVAS "KLIMA KOMMUNIKATION"

Zur Planung eines Kommunikationsvorhabens zum Klima

<p>ZIELGRUPPE </p> <p>Wen spreche ich an?</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Target Group</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Eltern</td> <td>16%</td> </tr> <tr> <td>Eltern/Lehrkräfte</td> <td>17%</td> </tr> <tr> <td>Eltern/Lehrkräfte</td> <td>17%</td> </tr> <tr> <td>Lehrkräfte/Eltern</td> <td>16%</td> </tr> <tr> <td>Lehrkräfte/Eltern</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>Lehrkräfte</td> <td>19%</td> </tr> </tbody> </table>	Target Group	Percentage	Eltern	16%	Eltern/Lehrkräfte	17%	Eltern/Lehrkräfte	17%	Lehrkräfte/Eltern	16%	Lehrkräfte/Eltern	14%	Lehrkräfte	19%	<p>INHALTE </p> <p>Welche kognitiven/emotionalen Prozesse möchte ich anstoßen?</p>	<p>HALTUNG & BOTSCHAFTER:IN </p> <p>Welche Rolle habe ich? In welchem Ton spreche ich?</p>	<p>GEFÜHLE </p> <p>Welche Gefühle möchte ich (nicht) auslösen?</p>	<p>WEITERE NOTIZEN: </p>
Target Group	Percentage																	
Eltern	16%																	
Eltern/Lehrkräfte	17%																	
Eltern/Lehrkräfte	17%																	
Lehrkräfte/Eltern	16%																	
Lehrkräfte/Eltern	14%																	
Lehrkräfte	19%																	
<p>WIRKUNGSZIEL(E) </p> <p>Wozu? Was ist meine Absicht?</p>	<p>FRAMING </p> <p>Welche Frames passen - zu Zielgruppe und Thema?</p>																	
<p>STORYTELLING </p> <p>Mit welchen Geschichten mache ich es greifbar und real?</p>																		

Du hast eine Frage?

Dann schreibe mir einfach eine  Mail!

Janna Hoppmann | Klimapsychologin

Projektberatung und Weiterbildungen zu
Klimapsychologie und Klimakommunikation

→ Mail: mail@janna-hoppmann.de

→ Telegram-Kanal [Klimapsychologie mit Janna](#)

→ SM: [LinkedIn](#) | [Twitter](#) | [Instagram](#) | [Website](#)

→ Einladung zur *Klimakommunikations*-Akademie:

<https://lmy.de/5NsTS>

