



the climate we speak

Ältere Menschen engagieren sich in der Klimakommunikation

Starter-Kit

Mai 2025



**Co-funded by
the European Union**

Finanziert durch die Europäische Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich diejenigen der Autor(en) und spiegeln nicht unbedingt die der Europäischen Union oder der OeAD-GmbH wider. Weder die Europäische Union noch die Bewilligungsbehörde können dafür verantwortlich gemacht werden.

Inhaltsverzeichnis

1. Einführung.....	3
2. Wissenschaftlich fundierte Fakten und zuverlässige Quellen.....	5
3. Grundlagen der Klimakommunikation für Erwachsenenbildner:innen	9
4. Formate und Methoden: Climate Hubs und Learning Communities of Practice	24
5. Sammlung inspirierender Beispiele und Projekte aus Partnerländern	39

1. Einführung

Das Projekt *The Climate We Speak*

Das Projekt *The Climate We Speak* hat sich zum Ziel gesetzt, die empathische und wirksame Kommunikation über Klima- und Nachhaltigkeitsthemen in der Erwachsenenbildung zu fördern. Das länderübergreifende Projektteam – mit Partnerorganisationen in Belgien, Polen, Portugal und Österreich – erarbeitet gemeinsam mit älteren Menschen und Erwachsenenbildner:innen praktische und lebensweltnahe Materialien und unterhaltsame Aktivitäten, um miteinander ins Gespräch und gemeinsam ins Tun zu kommen.

Ziele des Starter-Kits

Dieses Starter-Kit dient in erster Linie als Ressource für Partner:innen, die unsere Projektaktivitäten umsetzen. Wir laden aber auch andere Interessierte, wie z. B. Erwachsenenbildner:innen, die mit älteren Menschen arbeiten, dazu ein, sich Anregungen für die Klimakommunikation zu holen. Das Starter-Kit hat also folgende Ziele:

- Es soll alle Interessierten unterstützen, sich mit dem Thema Klimakommunikation mit älteren Menschen auseinanderzusetzen.
- Es soll dazu motivieren, Gespräche über Klima und Nachhaltigkeit zu führen. Es ist uns ganz besonders wichtig zu vermitteln, dass man kein:e Expert:in sein muss, um über Klimafragen zu sprechen. Fakten und Hintergrundwissen können jedoch helfen, sich in der Kommunikation sicherer zu fühlen.
- Das Starter-Kit soll Anregungen für die inhaltliche Gestaltung von Lern- und Austauschformaten bieten. In *The Climate We Speak* werden Workshops mit Erwachsenenbildner:innen (Learning Communities of Practice) und Aktivitäten mit älteren Menschen (Climate Hubs) umgesetzt
- Wir stellen in diesem Starter-Kit außerdem erprobte Herangehensweisen und Methoden vor.

Der Name verrät es: Wir verstehen das Starter-Kit als Ausgangspunkt, als eine Art *The Climate We Speak-Koffer*, der im Laufe der Projektumsetzung weiter gefüllt wird.

Methodik & Inhalte

Das Starter-Kit wurde gemeinsam von allen Projektpartner:innen erstellt und basiert auf Recherchen sowie persönlichen Interviews und Fragebogenumfragen unter älteren Menschen, Expert:innen und Erwachsenenbildner:innen. Ziel war es, relevante Themen und Herausforderungen in der Klimakommunikation mit älteren Menschen zu ermitteln.

Aus der Recherche und dem Feedback der Befragten ergaben sich folgende Themen, die auch die Kapitel dieses Starter-Kits bilden:

- Wissenschaftlich fundierte Fakten und zuverlässige Quellen

- Grundlagen der Klimakommunikation für Erwachsenenbildner:innen
- Formate und Methoden, die in Climate Hubs und in Learning Communities of Practice erprobt werden können
- Inspirierende Beispiele und Projekte

In jedem Kapitel haben wir spannende Fakten zusammengefasst, die die Projektpartner:innen recherchiert bzw. in Gesprächen mit Expert:innen, Erwachsenenbildner:innen und älteren Menschen gesammelt haben. Um Ideen zu liefern, wie die Informationen und Materialien in Lern- und Austauschformaten mit Erwachsenenbildner:innen und älteren Menschen genutzt werden können, gibt es in den meisten Kapiteln einen Abschnitt „Los geht’s!“. Hier finden Sie Links zu Materialien und Vorlagen (z. B. PowerPoint-Präsentationen usw.), die Sie gerne verwenden können.

Viel Spaß beim Lesen und Ausprobieren! Bitte beachten Sie, dass das Starter-Kit zu Beginn des Projektes entstanden ist und den Partner:innen als Grundlage für die Projektaktivitäten dient. Die Informations- und Methodensammlung wird im Laufe des Projektes um konkrete Erfahrungen ergänzt und in weiteren Publikationen (z. B. How-to-Guide für die Klimakommunikation mit älteren Menschen, Sammlung von Methoden und Formaten der Climate Hubs) geteilt. Diese Veröffentlichungen sind für Herbst 2027 geplant.

2. Wissenschaftlich fundierte Fakten und zuverlässige Quellen

Warum dieses Kapitel?

Dieses Kapitel soll sowohl Projektpartner:innen als auch Erwachsenenbildner:innen dabei unterstützen, sich darauf vorzubereiten, empathisch und sicher mit älteren Menschen über klimabezogene Themen zu sprechen. Das bedeutet nicht, dass Sie Klimaexpert:in sein müssen – aber wenn Sie grundlegende Fakten kennen oder wissen, wo Sie diese nachschlagen können, fühlen Sie sich sicherer. Wir möchten diese Einstellung fördern: *„Ich weiß es nicht, aber lass es uns gemeinsam nachschlagen.“*

“

Wir brauchen nicht mehr Fakten – wir brauchen Gespräche. Fakten überzeugen Menschen nicht, gemeinsame Erfahrungen schon.

Wim Aerts, Grootouders voor het Klimaat

Wie spricht man Klimafragen an?

Die faktenbasierte Kommunikation ist wichtig. Gleichzeitig müssen Sie nicht Klimaforscher:in sein, um über Klimafragen sprechen zu können.

Klima und Nachhaltigkeit sind so große Themen, dass wir niemals alle Facetten davon kennen können. Das Klima beeinflusst alle Bereiche unseres Lebens. Das kann beängstigend sein, ist aber gleichzeitig eine große Chance, Klima überall zu thematisieren.

Anthony Leiserowitz, ein Humangeograf an der Yale University, der sich mit der öffentlichen Wahrnehmung des Klimawandels beschäftigt, hat versucht, die Klimakrise in fünf kurzen Aussagen (auf Englisch: in nur zehn Wörtern) zusammenzufassen. Zehn englische Wörter (und ein paar mehr auf Deutsch) reichen also aus, um Klimaprobleme anzusprechen:

- **Sie ist real:** Ja, die Klimakrise findet statt.
- **Sie ist unser Werk:** Die Klimakrise, wie wir sie derzeit erleben, ist vom Menschen verursacht.
- **Sie ist schlimm:** Die Folgen des Klimawandels sind schlimm für uns Menschen und unseren Planeten.
- **Expert:innen sind sich einig:** 99 % aller Klimaforscher:innen sind sich einig, dass die Klimakrise real ist, dass wir Menschen die Ursache sind und dass die Folgen des Klimawandels schlimm sind.
- **Es gibt Hoffnung:** Das vergessen wir oft, weil wir leicht in Gedanken an Untergang und Zusammenbruch verfallen und uns dann oft gar nicht mehr mit Klimafragen beschäftigen wollen. Michael Mann, Professor für Atmosphärenwissenschaften an der Pennsylvania State University, sagt dazu: Es gibt Dringlichkeit, aber auch Handlungsspielraum.



Los geht's!

Powerpoint-Präsentation zum Thema „Die Klimakrise in 10 Wörtern“

Grundsätzlich gibt es keine eindeutige oder universelle Liste von zehn essenziellen Fakten, die alle Menschen überprüfen sollten. Besonders im Bereich Klima und Nachhaltigkeit, der so breit gefächert ist, lässt sich nicht alles abdecken. Wir können nicht alles über Ernährung, Stadtplanung, Mobilität, Energie, Wirtschaft oder physikalische Phänomene wie den Treibhauseffekt usw. wissen.

Wichtig ist auf jeden Fall, dass gute Klimakommunikation auf einem soliden Verständnis des Problems beruht. Zunächst müssen wir verstehen, warum die Auswirkungen der Klimakrise ein Problem sind. Dazu müssen wissenschaftlich fundierte Fakten auf einfühlsame und auf die Zielgruppe zugeschnittene Weise vermittelt werden.



Los geht's!

[Scientists for Future](https://scientists4future.org/we-are/facts/#:~:text=Given%20the%20current%20global%20policy,(Climate%20Action%20Tracker%202018)) haben Fakten zum Klimawandel zusammengefasst. Wenn Teilnehmende an einem allgemeinen Überblick interessiert sind, können Sie die Liste der Fakten oder den folgenden Link teilen: [https://scientists4future.org/we-are/facts/#:~:text=Given%20the%20current%20global%20policy,\(Climate%20Action%20Tracker%202018\)](https://scientists4future.org/we-are/facts/#:~:text=Given%20the%20current%20global%20policy,(Climate%20Action%20Tracker%202018))

Die Projektpartner:innen von der Senior:innenuniversität in Oeiras (Portugal) haben Fakten zu ausgewählten Klimathemen in Artikeln zusammengefasst. Für einige Zielgruppen (z. B. ältere Menschen, die sich für wissenschaftliche Fakten zu speziellen Themen interessieren) könnten diese eine gute Option sein:

Artikel [Wasserknappheit und Klimawandel](#) (auf Englisch)

Artikel [Landwirtschaft und Klimawandel](#) (auf Englisch)

Gleichzeitig darf Klimakommunikation nicht bei der Vermittlung von Fakten enden. Klimabildung ist zum Beispiel nicht mit dem Verständnis des Treibhauseffekts erledigt. Im Gegenteil: Sobald wir das Problem verstanden haben, müssen wir Räume für Lösungen schaffen. Fakten und Zahlen allein reichen dafür nicht aus: Erfolgreiche Kommunikation richtet sich an die konkrete Zielgruppe und spricht deren Gefühle, Werte und Identitäten an. Menschen brauchen konkrete, umsetzbare Lösungen. Die Klimakommunikation sollte klar aufzeigen, wo Veränderungen den größten Unterschied machen. Es geht darum, Erfolgsgeschichten zu erzählen und konkrete individuelle Klimaschutzmaßnahmen aufzuzeigen. Geschichten und Vergleiche aus dem Alltag der Menschen sind oft überzeugender als abstrakte Zahlen und Daten. Wir sollten uns stärker auf die Themen Selbstwirksamkeit, Klimafußabdruck, Emotionen und Vorstellungskraft konzentrieren. Schuldgefühle und Ohnmacht können so vermieden werden.

Für eine erfolgreiche Klimakommunikation gibt es keine Zauberformel. Es kommt immer auf die Situation und die Menschen an, mit denen wir sprechen (siehe Kapitel 3).

Wie bereits erwähnt, möchten wir die Denkweise „*Ich weiß es nicht, aber lass es uns gemeinsam herausfinden*“ fördern. Daher enthalten die folgenden Abschnitte Links, unter denen Sie nachschlagen können, wenn Sie mehr erfahren möchten. Wir müssen uns bewusst sein, dass es im Internet viele Falsch- und Desinformationen gibt. Daher ist es besonders wichtig, vertrauenswürdige Quellen zu verwenden, die in einer Sprache verfasst sind, die wir (und unsere Zielgruppe) verstehen können. Aus diesem Grund hat das *The Climate We Speak*-Projektteam wissenschaftlich fundierte Fakten und zuverlässige Quellen zu Themen des Klimawandels und der Nachhaltigkeit in verschiedenen Sprachen zusammengestellt. Bei dieser Sammlung haben wir darauf geachtet, dass die Darstellungen auch für Menschen verständlich sind, die nicht an das Lesen wissenschaftlicher Texte gewöhnt sind.

Informationen auf Englisch

- General facts by scientists for future: [https://scientists4future.org/we-are/facts/#:~:text=Given%20the%20current%20global%20policy,\(Climate%20Action%20Tracker%202018\).](https://scientists4future.org/we-are/facts/#:~:text=Given%20the%20current%20global%20policy,(Climate%20Action%20Tracker%202018).)
- Easy-to-read Version of the Analytical study from the Office of the High Commissioner for Human Rights, OHCHR, on the rights of older persons in the context of climate change (April 2021): https://www.ohchr.org/sites/default/files/HRBodies/HRC/RegularSessions/Session47/Documents/A_HRC_47_46_Easy_to_read.docx
- Recommendations from HelpAge International on climate justice in an ageing world: <https://www.helpage.org/wp-content/uploads/2023/11/Climate-justice-in-an-ageing-world.pdf>
- White Paper: Democracy for Transition (D4T) coalition democracy for a world on fire democratising the climate transition <https://drive.google.com/file/d/1kJIfETZOPLiEr3x47BBJTeAlhcsfSaQN/view>
- AGE responds to UN consultation on the effects of climate change on the human rights of older persons: <https://www.age-platform.eu/age-responds-to-un-consultation-on-the-effects-of-climate-change-on-the-human-rights-of-older-persons/>
- Connecting on climate: A guide to effective climate change communication: <https://ecoamerica.org/wp-content/uploads/2014/12/ecoAmerica-CRED-2014-Connecting-on-Climate.pdf>
- Katharina Hayhoe: <http://katharinehayhoe.com/>
- Yale programme on climate change communication: <https://climatecommunication.yale.edu/>
- Yale Climate Connection. How to normalize the climate conversation: <https://yaleclimateconnections.org/2024/03/how-to-normalize-the-climate-conversation/>

- Climate & Development Knowledge Network: https://unfccc.int/sites/default/files/resource/Communicating%20climate%20change_In-sights%20from%20CDKNs%20experience.pdf
- Research trends on climate communication in the post-truth era: <https://eric.ed.gov/?id=EJ1345267>
- Cambridge: communicating climate risk: <https://www.cambridge.org/engage/coe/article-details/633ae403e615022d772fc2c4>
- Harvard Public Health. Speaking of climate change: https://www.hsph.harvard.edu/magazine/magazine_article/speaking-of-climate-change/
- Ten key principles: How to communicate climate change for effective public engagement. Climate Outreach Working Paper: https://www.researchgate.net/publication/362189002_Ten_Key_Principles_How_to_Communicate_Climate_Change_for_Effective_Public_Engagement
- The need To focus more on climate change communication and incorporate more systems approaches: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10810730.2024.2361566>
- Gaya Herrington: Five insights for avoiding global collapse. https://mdpi-res.com/bookfiles/mono/6206/Five_Insights_for_Avoiding_Global_Collapse.pdf?v=1731636297
- Not directly climate related, but this is great comms: <https://www.hope-based.com/>
- Happiness Lab Podcast <https://podcasts.apple.com/gb/podcast/how-to-disagree-better/id1474245040?i=1000669944289>
- <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/how-fix-climate-journalism>

Informationen auf Deutsch

- Quarks: kurze und leicht verständliche Artikel zu verschiedensten Themen, auch zu Fragen des Klimawandels: <https://www.quarks.de/umwelt/klimawandel/>
- Scientists for Future – Informationszentrum (Informationen, aber auch kostenlose Ressourcen und Präsentationen): <https://info-de.scientists4future.org/>
- Fakten und Informationen zur Klimakommunikation: www.klimafakten.de
- Fakten zu verbreiteten Mythen und Falschinformationen zum Klimawandel: <https://www.klimafakten.de/klimawissen/fakt-ist>
- Nützliche Informationen zu gängigen Klimamythen <https://www.klimaaktiv.at/bildung/klimadialog/argumente.html>
- Infografiken zu Klimathemen: <https://www.klimaaktiv.at/klimabildung/fakten-und-argumente/infografiken>
- Praktische, leicht verständliche Broschüre zum Umgang mit Fake News und Falschinformationen: <https://www.wienextra.at/jugendinfo/infos-von-a-z/fake-news/#c58313>

3. Grundlagen der Klimakommunikation für Erwachsenenbildner:innen

Warum dieses Kapitel?

Es ist wichtig, dass wir uns die Zielgruppe der älteren Menschen genauer ansehen. Aber was genau macht diese Gruppe aus?

Ältere Menschen sind keine homogene Gruppe. In diesem Kapitel haben wir daher eine Reihe von Fragen aufgenommen, die Sie bei der Reflexion darüber unterstützen sollen, mit welchen älteren Menschen Sie in bestimmten Kontexten arbeiten. Überlegungen dazu können dabei helfen, Inhalte, Methoden und Formate an die Zielgruppe anzupassen.

“

Ältere Menschen werden oft nicht als wichtige Zielgruppe für die Klimakommunikation angesehen – es herrscht die allgemeine Annahme, dass der Klimawandel hauptsächlich ein Thema für die jüngere Generation ist. Aber ältere Erwachsene können einen großen Beitrag leisten; sie können ihre Erfahrungen und die Veränderungen, die sie im Laufe der Jahre beobachtet haben, weitergeben.

Caterina Rompianesi,
Anziani E Non Solo, Italien

Die Zielgruppe(n) älterer Menschen

Ältere Menschen sind keine homogene Gruppe. Sie unterscheiden sich in ihren Werten, Erfahrungen, Erwartungen und Selbstbildern. Das beeinflusst auch die Auseinandersetzung mit Themen wie Klima und Nachhaltigkeit. Es gibt unterschiedliche Perspektiven und auch Betroffenheiten. Wie Studien zeigen, wirkt sich der Klimawandel je nach sozioökonomischem Hintergrund, Wohnort, Erwerbsstatus, Gesundheitszustand oder Behinderung, Geschlecht und anderen Faktoren unterschiedlich auf (ältere) Menschen aus.

Für eine erfolgreiche Klimakommunikation ist es daher wichtig, die Vielfalt und die unterschiedlichen Bedürfnisse von älteren Menschen anzuerkennen und zu berücksichtigen. Als Kommunikator:innen sollten wir uns genau überlegen, mit welchen Persönlichkeiten wir es konkret zu tun haben. Sind es eher aktive ältere Menschen, die bereit sind, sich zu beteiligen und mitzugestalten? Oder sind es vorwiegend Personen, die mit gesundheitlichen

Problemen und Einschränkungen konfrontiert sind? Wie sehen die persönlichen Hintergründe und aktuellen Lebenssituationen aus? Davon ausgehend können die Interessen an und der Bezug zu Klimathemen sehr unterschiedlich sein. Denken Sie bei der Arbeit zu Klima- und Nachhaltigkeitsthemen auf alle Fälle daran, dass ältere Menschen wertvolle Lebenserfahrungen mitbringen und in ihren Kompetenzen, Fähigkeiten und Bedürfnissen ernst genommen werden möchten. Viele haben beispielsweise Zeiten der Knappheit erlebt und wissen, wie man Ressourcen wiederverwendet und Abfall reduziert. Ihr Wissen kann für andere Personen oder Generationen sehr wertvoll sein.

Die folgenden Fragen können helfen, die Gruppen, mit denen wir arbeiten, besser zu verstehen und gute Einstiege in Klimagespräche zu finden. Wir möchten Sie ermutigen, diese mit älteren Menschen selbst zu diskutieren:

- Welche Klima- und Nachhaltigkeitsthemen beschäftigen Sie?
- Wie erleben Sie Gespräche über Klima und Nachhaltigkeit in Ihrem persönlichen Umfeld?
- Was fällt Ihnen leicht zu diskutieren?
- Was fällt Ihnen schwer?
- Was motiviert Sie, sich mit Klimafragen zu beschäftigen?
- Haben Sie Ideen für gemeinsame Aktivitäten, um den Austausch über Klima- und Nachhaltigkeitsthemen zu fördern?

Darüber hinaus könnten Sie auch einen Austausch zwischen Erwachsenenbildner:innen über deren Erfahrungen initiieren:

- Welchen individuellen Hintergrund haben die Menschen, mit denen Sie arbeiten?
- Welche Erfahrungen haben Sie mit Klimakommunikation mit Ihrer Zielgruppe?
- Welche Aktivitäten kommen bei Ihrer Zielgruppe gut an?
- Welche Methoden und Formate haben sich als geeignet erwiesen, um Ihre Zielgruppe zu erreichen?



Los geht's!

Die obigen Fragen könnten interessante Diskussionspunkte für die Teilnehmer:innen der Learning Communities of Practice (z. B. Erwachsenenbildner:innen, ältere Menschen, Personen, die in der Klimakommunikation mit älteren Menschen tätig sind) sein.

Grundsätze: Klimakommunikation in der Klimabildung mit älteren Menschen

Das Arbeitspapier von Climate Outreach mit dem Titel „Zehn Grundprinzipien: Wie man Klimawandel für eine effektive Einbindung der Öffentlichkeit kommuniziert“ von Maike Sipel, Chris Shaw und George Marshall bietet einen guten Überblick über die Grundlagen der Klimapsychologie und Klimakommunikation.

Die Autor:innen haben sich die Frage gestellt, wie Menschen dazu kommen, sich für das Klima zu interessieren. Sie stellen fest, dass Fürsorge eine sehr starke Motivation zum Handeln sein kann. Sie haben eine Infografik entwickelt, die zeigt, dass Fürsorge mit Denken, Fühlen und Verhalten zu tun hat.



Klimakommunikation ist eine Schlüsselkompetenz der Zukunft

Sybille Chiari, Forscherin und Managerin einer österreichischen Klimamodellregion

Tschüss 'Informations-Defizit-Modell'

Fakten und Diagramme sind wichtig – aber sie ändern die Überzeugungen der Menschen nur selten.

'Framing'

Wie wir über das Klima sprechen, und mit welchen Ursachen und Wirkungen wir es in Zusammenhang bringen, kann bei anderen auf Resonanz stoßen - oder auch nicht.

Gefühle der Verzweiflung sind nicht ungewöhnlich

Angesichts der Klimakrise kann dieses Gefühl ein Begleiter sein, wenn wir uns wirklich auf das Thema einlassen.

Geschichten sind stark

Geschichten sind so alt wie die Menschheit, und wir nutzen sie, um Themen einen Sinn zu geben.

Menschen bilden sich ihre Meinung durch Geschichten, die sich richtig anfühlen, die mit ihren Weltbildern übereinstimmen, die von Menschen vorgetragen werden, denen sie vertrauen, und die durch das sichtbare Verhalten von anderen in ihrem Umfeld bestätigt werden.

Wir sind soziale Wesen

Es gibt nur wenig, was uns stärker beeinflusst als die Überzeugungen und Verhaltensweisen der Menschen, die uns umgeben.

Es muss ins Auge springen

Wir neigen dazu, Bedrohungen zu ignorieren, die weit entfernt in Ort und Zeit erscheinen

Unsere Identitäten, Weltanschauungen und Werte ...

... sind Leitprinzipien dafür, wie wir denken, fühlen und handeln.

Von der Sorge zum Handeln

Welche Unterstützung braucht es, um die Kluft zwischen Wissen und Handeln zu überbrücken?

Wem vertrauen wir?

Wir machen uns die Expertise anderer dann zu Nutze, wenn wir ihnen vertrauen.

Link: https://www.kea-bw.de/fileadmin/user_upload/Publikationen/11_Klimakommunikation_4-Seiter_Besser_u__bers_Klima_reden.pdf

Darüber hinaus präsentieren Sippel, Shaw und Marshall [zehn evidenzbasierte Prinzipien für eine effektive Klimakommunikation](#). Auf Grundlage des Feedbacks von älteren Menschen, Erwachsenenbildner:innen und Expert:innen, mit denen wir gesprochen haben, haben die Projektpartner:innen versucht, die zehn Prinzipien aufzuschlüsseln und nach Anwendungsmöglichkeiten in der Praxis gesucht:

Wie öffnet man die Tür für Dialog und Austausch?

1. An die Werte der Menschen anknüpfen

Wir müssen fragen, welche Sorgen und Bedürfnisse ältere Menschen in Hinblick auf den Klimawandel haben. In jedem Fall möchten ältere Menschen gehört und mit ihren Erfahrungen und ihrem Fachwissen ernst genommen werden. Oft mangelt es den Menschen an Hoffnung, Zuversicht und Selbstwirksamkeit, und diese Probleme sollten wir angehen.

Ohne Emotionen ist kein Handeln möglich.

Empfehlung: Gehen Sie auf die emotionalen und psychologischen Barrieren ein.

Viele ältere Menschen fühlen sich angesichts des Klimawandels machtlos oder vermeiden Diskussionen aus Angst. Sichere Räume für offene Gespräche ohne Angst oder Schuldgefühle können zu mehr Engagement führen.

2. Vertrauenswürdige Botschafter:innen

Über das Klima lässt es sich am besten mit Menschen sprechen, denen wir vertrauen. Um authentisch zu kommunizieren, empfehlen wir, älteren Menschen selbst das Wort zu geben.

Empfehlung: Motivieren Sie ältere Menschen, über sich selbst zu sprechen.

Suchen Sie beispielsweise ältere Menschen, die besonders unter der Hitze oder anderen Folgen der Klimakrise leiden und ihre Erfahrungen teilen möchten, oder auch Menschen, die sich als Klimaaktivist:innen engagieren (wie Grandparents for Future, Omas for Future). Lassen Sie sie ihre Geschichten erzählen. Das stärkt das Verständnis und kann Eindruck hinterlassen. Eine weitere Möglichkeit ist, lokale Expert:innen zu verschiedenen Themen einzuladen, z. B. aus Verwaltung und Politik.

3. Testen und recherchieren

Wir sollten die Wirksamkeit unserer Aktivitäten und Methoden stets überprüfen und bewerten und sie dann entsprechend den Ergebnissen anpassen.

Empfehlung: Testen, bewerten und Raum für Überraschungen lassen

Manche Methoden funktionieren bei bestimmten Gruppen gut, bei anderen hingegen überhaupt nicht. Das ist völlig normal. Seien Sie nicht beunruhigt, wenn eine Aktivität nicht wie geplant verläuft. Nehmen Sie sich einen Moment Zeit, um darüber nachzudenken, warum etwas nicht funktioniert hat, und fragen Sie auch die Gruppe nach ihrem Feedback. In

Abschnitt 4 finden Sie zahlreiche Methoden, sodass Sie ganz einfach ein anderes Format auswählen und etwas Neues ausprobieren können.

4. Der Klimawandel im Alltag

Wir müssen relevante lokale oder nationale Beispiele für die Folgen des Klimawandels und für Klimaschutzmaßnahmen aufzeigen – immer mit dem Fokus auf Lösungen. Beginnen Sie mit Themen, die ältere Menschen bewegen und betreffen (z. B. Hitzewellen, extreme Wetterereignisse), oder aktuellen Artikeln, Zeitungsberichten, Filmen usw., und diskutieren Sie diese gemeinsam. In jedem Fall ist es wichtig, etwas Praktisches anzusprechen, um den Klimawandel in den Alltag zu übertragen. Mögliche Diskussionsfragen: Wie liest man Lebensmitteletiketten? Wie wirkt sich umweltbewusstes Verhalten finanziell aus – hilft es vielleicht sogar beim Sparen?

Diese Diskussionen können auch als Einstieg dienen, um die psychosozialen Folgen des Klimawandels hervorzuheben, die vielen Menschen möglicherweise nicht bekannt sind. Darüber hinaus müssen weitere Faktoren berücksichtigt werden, wie beispielsweise Armut und die sozialen Auswirkungen des Klimawandels. Ältere Menschen sind oft besonders anfällig für diese Auswirkungen. Dafür gibt es mehrere Gründe. So sind beispielsweise Menschen in wirtschaftlicher Not und mit sozialen Benachteiligungen besonders anfällig für die Folgen der Klimakrise, wie steigende Energiepreise und Kosten für Wohnraumsanierungen. Ältere Frauen sind besonders gefährdet, da sie im Laufe ihres Lebens verschiedenen Formen der Diskriminierung ausgesetzt sind, die sich negativ auf ihre wirtschaftliche Situation im Alter auswirken.

Ältere Menschen können viel zu lokalen Lösungen beitragen. Es gibt viele positive Beispiele für das Engagement älterer Menschen für den Klimaschutz. So hat beispielsweise die Schweizer NGO Klimaseniorinnen erfolgreich eine Klimaklage eingereicht. In der Klage argumentierten sie, dass ältere Frauen zu den am stärksten Betroffenen der durch die globale Erwärmung verursachten Hitzewellen gehörten und daher die Rechte älterer Frauen durch den Klimawandel besonders verletzt würden. Anfang 2024 fällte der Europäische Gerichtshof für Menschenrechte ein endgültiges Urteil, wonach die Schweiz das Recht auf Klimaschutz verletzt habe und ihre Anstrengungen zum Schutz der Umwelt verstärken müsse.

Empfehlung: Verwenden Sie reale lokale Anliegen als Einstiegspunkte.

Für viele Menschen ist es einfacher, sich an Diskussionen über Wohnen, Energieeffizienz, Mobilität und Luftqualität zu beteiligen als über die allgemeine globale Klimapolitik. Klimadiskussionen sollten mit persönlichen und gemeinschaftlichen Anliegen, wie steigenden Energiekosten, Wohnen oder Gesundheit, verknüpft werden.

Herzen und Köpfe lassen sich auch erreichen, wenn darüber diskutiert wird, wie ältere Menschen auf lokaler/nationaler Ebene zu klimafreundlichen Lösungen beitragen können.

Wichtig ist auch, an die Erwachsenenbildner:innen zu denken und sich zu überlegen, welche Themen sie normalerweise behandeln. Nutzen Sie diese Themen als Einstiegspunkte!

5. Überlegen Sie gut, wie Sie Dinge darstellen.

Worte und Erzählungen, die bei älteren Menschen Anklang finden können, sind: Rücksichtnahme auf andere, Gemeinschaft, Verantwortung.

Verwenden Sie Begriffe, die von älteren Menschen selbst verwendet werden. Wenn sie über den „Klimawandel“ sprechen, verwenden Sie auch den Begriff „Klimawandel“; für die „Klimakrise“ verwenden Sie ebenfalls „Klimakrise“ und so weiter. In einigen Fällen ist es ratsam, die Begriffe Klima oder Nachhaltigkeit gar nicht zu verwenden, sondern stattdessen über Gesundheit, Wohnen oder Sparsamkeit zu sprechen. Manchmal hört man vielleicht, dass ältere Menschen das Gefühl haben, dass Klimaschutzmaßnahmen nicht wirklich für sie gedacht sind: *„In 20 Jahren bin ich nicht mehr da, warum sollte ich mir also Gedanken machen?“* Wenn es jedoch darum geht, ihren Kindern und Enkelkindern eine bessere Welt zu hinterlassen, steigt ihr Engagement oft. Dies wurde auch bei Initiativen wie Grootouders voor het Klimaat (Großeltern für das Klima) in Belgien beobachtet.

Bringen Sie Co-Benefits (= positive Nebeneffekte) ins Gespräch! Ein Beispiel: Wenn wir einen Zusammenhang zwischen dem Klima und der Sorge um uns selbst, unsere Gesundheit und unsere Sicherheit herstellen, wird die Idee klarer. Bei der Arbeit mit älteren Menschen in wirtschaftlicher Notlage ist es wichtig, die Bedeutung des Sparens zu berücksichtigen.

Zwei Co-Benefits, auf die wir gestoßen sind:

- **Klimaschutzaktivismus in Verbindung mit Emanzipation**

Wir können über das Klima im Zusammenhang mit Frauenrechten nachdenken; siehe Omas For Future und Klimaseniorinnen, die über sich selbst sagen: „Wir haben das Bild älterer Frauen verändert“ und „Jetzt sind wir eine Kraft, mit der man rechnen muss“.

- **Klimabildung in Verbindung mit Demokratiebildung**

Manche ältere Menschen fühlen sich von Entscheidungsprozessen abgekoppelt. Eine stärkere Verknüpfung zwischen Diskussionen auf Gemeindeebene und politischen Entscheidungen kann dazu beitragen, dass ihre Stimmen gehört werden (Grootouders voor het Klimaat). Demokratiebildung kann somit mit Klimabildung verknüpft werden. Beide Bereiche können sich gegenseitig verstärken.

In Interviews mit älteren Menschen, Pädagog:innen und anderen Expert:innen wurde oft betont, dass es beim Framing¹ wichtig ist, sich auf eine positive Vision für unsere Zukunft zu konzentrieren. Wir sollten mehr über Lösungen diskutieren, anstatt uns mit Problemen aufzuhalten.

Seien Sie vorsichtig, wenn Sie über Ungerechtigkeiten zwischen den Generationen sprechen. Wir empfehlen im Gegenteil dringend, den generationsübergreifenden Klimadialog zu fördern: Neue Räume für den Dialog zwischen jüngeren und älteren Generationen könnten die Klimakommunikation stärken.

¹ Framing beschreibt die Art und Weise, wie Informationen durch Sprache, Bilder oder Kontext so präsentiert werden, dass sie eine bestimmte Deutung nahelegen oder beeinflussen, wie Personen ein Thema wahrnehmen.

Denken Sie daran, dass Sie die Diskussion auf verschiedene Ebenen bringen können, um die für Ihre Gruppe passenden Rahmenbedingungen zu finden. Mögliche Fragen:

- „Und was sagt Ihre Tochter oder Ihr Sohn dazu?“
- „Wie möchten Sie in Erinnerung bleiben?“
- „Welche Zukunft wünschen Sie sich für Ihre Kinder und Enkelkinder?“

Empfehlung: Verwenden Sie eine Sprache, die Vorteile hervorhebt.

Verwenden Sie die Sprache der Vorteile – nicht die Sprache der Angst: Wie werde ich sparen? Wie werde ich meine Gesundheit verbessern? Wie werde ich die Welt für meine Enkelkinder verbessern?

6. Verwenden Sie Bilder, um eindrucksvolle Geschichten zu erzählen

Es ist wichtig, die Menschen hinter dem Klimawandel zu zeigen – mit Geschichten aus dem echten Leben und authentischen Bildern.

Empfehlung: Nutzen Sie Kunst und kreative Methoden.

Nutzen Sie Kunst und kreative Methoden: Workshops mit Theater, Malerei oder Poesie helfen älteren Menschen, eine emotionale Verbindung zu Klimathemen aufzubauen und sich auszudrücken.

7. Stellen Sie genaue Informationen bereit

Wir müssen eine klare, nicht-technische Sprache verwenden. Oftmals wissen ältere Menschen nur wenig über die Klimakrise. Es ist wichtig, Fragen wie „Warum gibt es jetzt Smog?“ oder „Warum gibt es keine regelmäßigen Jahreszeiten mehr?“ in einer einfachen Sprache zu beantworten.

Auch der richtige Umgang mit Fehlinformationen und Desinformation ist wichtig. Fragen Sie sich im Voraus, wie Sie auf falsche Aussagen älterer Menschen zum Thema Klima reagieren würden.

Einige Möglichkeiten sind die gemeinsame Suche nach Fakten (siehe Kapitel 2 für wissenschaftlich fundierte Quellen), das Umformulieren der Aussage, das Setzen von Grenzen oder das aktive Zuhören, um herauszufinden, welche Ängste und Bedürfnisse hinter der falschen Aussage stehen könnten.

Empfehlung: Geben Sie genaue Informationen und konzentrieren Sie sich auf die emotionale Verbindung.

Wir müssen uns auf die emotionale Verbindung konzentrieren, nicht auf Fakten. Fakten allein überzeugen nicht. Gespräche, die auf gemeinsamen Gefühlen, gelebten Erfahrungen und Werten basieren, sind wirkungsvoller. Es ist wichtig, faktenlastige, technische Diskussionen zu vermeiden – konzentrieren Sie sich stattdessen auf gelebte Erfahrungen. Gespräche sollten gemeinsame Anliegen, persönliche Geschichten und konkrete Maßnahmen ans Licht bringen.

Empfehlungen des Projektpartners Lab 60+:

- *Halten Sie es einfach* – wissenschaftliche Fakten, aber in einfacher Sprache
- *Bleiben Sie menschlich* – Gab es in Ihrer Region in letzter Zeit Überschwemmungen, Hitzewellen, Dürren oder Waldbrände?
- *Bleiben Sie realistisch* – gesundheitsbewusstes Verhalten, Geld sparen, neue Bedeutung von Umweltbewusstsein für sich selbst und Ihre Enkelkinder
- *Bleiben Sie positiv* – Zeigen Sie nicht mit dem Finger auf andere.

Wie man Besorgnis in Taten umsetzt

8. Schaffen Sie Räume für Interaktion

Am besten ist es, das Thema Klima in alltägliche Gespräche einzubringen, z. B. durch öffentliche Dialogformate. Wenn möglich, sollten langfristige Gemeinschaften geschaffen werden: Regelmäßige Treffen fördern Vertrauen und motivieren zur Teilnahme über einmalige Aktivitäten hinaus. Manche Menschen engagieren sich vielleicht nicht, weil sie finanziell eingeschränkt sind oder sich nicht gehört fühlen. Ein angenehmes Ambiente zu schaffen, etwa mit einem schönen Veranstaltungsort, einem Café oder einem Spaziergang können Menschen dennoch motivieren teilzunehmen und sich einzubringen.

Empfehlung: Behandeln Sie Klima-/Nachhaltigkeitsthemen in bereits bestehenden Formaten und kombinieren Sie diese mit angenehmen, freudvollen Aktivitäten.

Wir empfehlen, Klima-/Nachhaltigkeitsthemen in bestehende Gruppenformate zu integrieren, z. B. Kaffeerunde, regelmäßige Treffen, Sprachcafé, Spielnachmittage. Sie können diese bestehenden Formate attraktiver gestalten, indem Sie sie mit Aktivitäten kombinieren, z. B. Spielen, Musik hören, gemeinsam kochen, eigene Reinigungsmittel oder Seifen herstellen, Lebensmittel konservieren etc. Weitere Ideen finden Sie in Abschnitt 3. Der Schlüssel liegt darin, Raum für informelle Gespräche und gemeinsame Reflexion zu schaffen, während man etwas gemeinsam unternimmt. Die gemeinsamen Erfahrungen stärken den Zusammenhalt und die Motivation. Ausflüge können ebenfalls eine gute Möglichkeit sein, Interesse und

“

Die Menschen sind es leid, vom Klimawandel zu hören. Wenn Sie sie zum Reden bringen wollen, zwingen Sie sie nicht dazu – schaffen Sie Räume, in denen sie das Thema von selbst ansprechen.

Wim Aerts, Grootouders voor het
Klimaat

Engagement zu wecken. Die *The Climate We Speak*-Projektpartner:innen haben folgende Ideen für Ausflüge in ihren Regionen gesammelt:

- „WeltTellerFeld“, Abwassersystem in Wien
- Besuch einer Wasseraufbereitungsanlage in Katowice und Breslau (gibt Antwort auf die Frage, ob ich Leitungswasser bedenkenlos trinken kann)
- Geführte Stadtrundgänge, bei denen die Teilnehmer:innen an verschiedenen Orten (im Park oder in der Natur im Vergleich zum Stadtzentrum) die Hitze erleben, oder Ausflüge zum Thema Biodiversität.
- Stadtrundgänge und Ausflüge mit lokalen Klimaguides in Portugal/Oeiras

Sie können auch Freiwillige, die mit älteren Menschen arbeiten, in diese Aktivitäten einbeziehen.

9. Machen Sie Klimaschutz zum „neuen Normal“

Zeigen Sie, dass Menschen „genau wie Sie und ich“ bereits Klimaschutzmaßnahmen ergreifen, zum Beispiel Gruppen wie Grandparents for Future.

- In Österreich hat Grandparents for Future Austria eine „Bandkampagne“ gestartet: Sie sammeln die Vornamen ihrer (Enkel-)Kinder, schreiben sie auf Bänder und zeigen diese öffentlich. Die Idee dahinter ist, die Namen ihrer (Enkel-)Kinder sichtbar zu machen. So geht es nicht mehr um eine anonyme Masse, sondern um konkrete Menschen, für die sich die GFF einsetzen. Auf diese Weise erreichen sie die Menschen (auch) auf emotionaler Ebene, was ein guter Gesprächseinstieg sein kann.

10. Möglichkeiten für persönliches Handeln anbieten

Wenn man zu Klimaschutzmaßnahmen aufruft, empfiehlt es sich, nicht nur über die Verringerung des ökologischen Fußabdrucks (die negativen Auswirkungen) zu sprechen, sondern auch über die Vergrößerung unseres Klima-Handabdrucks² (die positiven Auswirkungen, die wir auf andere haben).

Eine einfache Definition des Klima-Handabdrucks lautet: *Immer, wenn meine Handlungen es anderen erleichtern, ihren eigenen ökologischen Fußabdruck oder CO₂-Fußabdruck zu verringern, vergrößere ich meinen eigenen Handabdruck.* Gabriel Baunach folgt dieser Definition in seinem Buch „*Hoch die Hände, Klimawende!*“. Ein Beispiel: Regelmäßige Kleidertauschpartys mit Freund:innen fördern den Secondhand-Konsum und reduzieren die Emissionen aller Beteiligten. Einige Organisationen wie German Watch gehen noch weiter: Sie definieren den Handabdruck so, dass er nur dann wächst, wenn unsere Handlungen zu dauerhaften

² Erfahren Sie hier mehr über den Climate Handprint: [Giving Legs to Handprint Thinking: Foundations for Evaluating the Good We Do – Guillaume – 2020 – Earth's Future – Wiley Online Library](#) oder [Ansatz zur Bewertung von Umwelt-Handprints](#)

Veränderungen in Systemen, Politik oder alltäglichen (Infra-)Strukturen führen. Ein Beispiel hierfür wäre, wenn eine Gruppe von Mitarbeiter:innen sich erfolgreich für mehr vegetarische oder vegane Optionen in ihrer Betriebskantine einsetzt und damit vielen Menschen nachhaltige Wahlmöglichkeiten eröffnet.

Empfehlung: Strukturelle Hindernisse erkennen und Anreize schaffen – mehr Fokus auf den Klima-Handabdruck



Los geht's!

Die [„Zehn Grundprinzipien: Wie man Klimawandel für eine wirksame Bürgerbeteiligung kommuniziert“](#) von Maïke Sippel, Chris Shaw und George Marshall können helfen, in das Thema einzuführen und mögliche Anwendungen für die Arbeit von Erwachsenenbildner:innen mit älteren Menschen zu diskutieren. Wir haben daher die zehn Prinzipien in einer PowerPoint-Präsentation (siehe Link oben) zusammengefasst und Beispiele für Empfehlungen hinzugefügt. Diese könnten in einer gemeinsamen Diskussion mit Erwachsenenbildner:innenn ergänzt werden.

Als Ausgangspunkt für Diskussionen über Co-Benefits finden Sie [hier](#) eine PowerPoint-Präsentation.

Empfehlungen für gute Klimagespräche

Warum dieses Kapitel?

An dieser Stelle möchten wir noch einmal betonen, dass es nicht so sehr auf den Inhalt der Diskussionen über Klima und Nachhaltigkeit ankommt, sondern vielmehr auf die Haltung gegenüber den Gesprächspartner:innen. Dafür haben wir hier einige Tipps zusammengestellt:

“

Gute Klimakommunikation hat zunächst weniger mit Argumenten und Überzeugungsarbeit zu tun, sondern vielmehr mit Zuhören und Verstehen.

Katharina von Brownswijk

Für gute 1:1-Klimagespräche empfehlen wir die Tipps von Climate Outreach:

Respektieren Sie Ihre Gesprächspartner:innen

Haben Sie Spaß.

Stellen Sie Fragen.

Hören Sie zu.

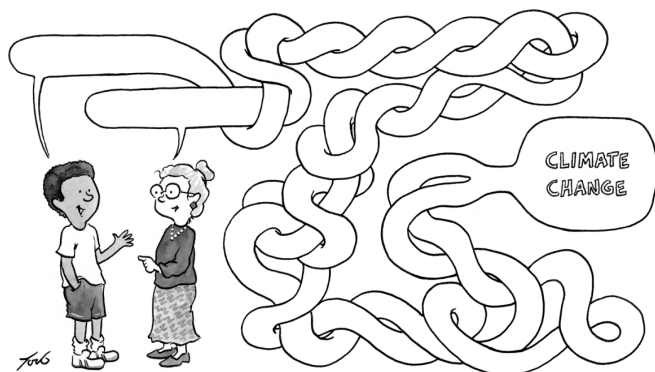
Erzählen Sie Ihre Geschichte.

Aktion macht es einfacher.

Lerne von Ihren Gesprächspartner:innen.

Weitermachen!

Wenn Sie über Klima- und Nachhaltigkeitsthemen sprechen, drängen Sie nichts auf und halten Sie keine Vorträge. Am wichtigsten ist es, „mit offenen Ohren zuzuhören und Fragen zu stellen“. Überfordern Sie Ihre Gesprächspartner:innen nicht mit Aussagen und vergessen Sie nicht, dass auch sie etwas



loswerden möchten. Lassen Sie ihnen Raum zum Reden.³

5 goldene Regeln – Gute Klimabildung...

... ist auf die Bedürfnisse der Zielgruppe ausgerichtet.

... ist vielfältig.

... spricht Kopf, Herz und Hände an.

... verbindet Hand-, und Fußabdruck.

... ist motivierend.



Los geht's!

Ein Bild kann ein hilfreicher Anstoß sein, um eine Diskussion zum Thema Klimakommunikation anzuregen. Mögliche Reflexionsfragen (zum Beispiel für Erwachsenenbildner:innen):

- Was verbinden Sie mit dem Bild?
- Welche Gedanken kommen Ihnen in den Sinn?
- Welche Erfahrungen haben Sie gemacht, wenn Sie mit anderen über Klimafragen gesprochen haben?

Das Bild, mögliche Reflexionsfragen und die fünf Regeln der Klimakommunikation zum „Auflösen“ der Diskussion finden Sie [hier](#).

³ Quelle: [Wie man mit \(fast\) jedem über das Klima und die Wahlen 2024 sprechen kann: Yale Climate Connections](#)

Klimaschutz, ja, aber... : Wie geht man mit Desinformation und Widerstand um?

Warum dieses Kapitel?

Wie können wir Widerstand begegnen und wie reagieren wir auf Meinungsverschiedenheiten? Diese Fragen beschäftigen viele Menschen, wenn es um Klimathemen geht. Deshalb möchten wir uns damit befassen.



Viele Menschen wissen noch immer nicht viel [über das Klima]. Gespräche sind oft von Klimaskepsis geprägt. Die Leute fragen: „Was soll ich jetzt glauben?“

Achim Bubenzer, Buchautor, Omas for Future

Es ist wichtig, zwei Dinge zu unterscheiden:

- Desinformation: Diese ist im Klimabereich oft absichtlich, gezielt und mit hohen Mitteln finanziert.
- Widerstand oder Zweifel: Das sind die „Ja, aber ...“-Reaktionen, die wir oft hören. Sie sind nicht immer auf Leugnung zurückzuführen, sondern können auch aus persönlichen Bedenken, Verwirrung oder Frustration resultieren.

Wenn Sie auf „Widerstand“ stoßen, können die folgenden Tipps hilfreich und entlastend sein:

- Kommunikation funktioniert nicht nach einem Rezept. Was bei einer Person funktioniert, muss bei einer anderen nicht unbedingt funktionieren.
- Es gibt kein perfektes Argument, das Menschen zu engagierten Klimaaktivist:innen macht.
- Jeder Mensch und jedes Gespräch sind einzigartig, und Sie sollten Ihre Herangehensweise an die Situation anpassen.

Denken Sie außerdem daran, dass es hilfreich ist, die Beweggründe des anderen für seinen Widerstand zu verstehen:

- Hinter jedem starken Gefühl oder jeder starken Reaktion steckt oft ein unerfülltes Bedürfnis oder eine Angst.
- Fragen Sie sich: Was beschäftigt diese Person wirklich?
- Denken Sie daran: Menschen bilden sich ihre Meinung eher auf der Grundlage von **Emotionen und Intuition** als allein auf der Grundlage von Fakten.

Beispiele aus Interviews mit älteren Menschen:

- „Umweltfreundlich zu sein ist teuer.“
- „Ökologie ist etwas für junge Leute.“

Aber wie könnten wir darauf reagieren?

- **Bleiben Sie im Dialog**

Stellen Sie offene Fragen und hören Sie zu. So einfach ist das. Beispiele: „Warum denken Sie das?“, „Was lässt Sie das denken?“, „Was macht Ihnen Sorgen?“, „Was könnten für Sie die Vorteile eines klimafreundlichen Lebensstils sein?“

Nach einem Gespräch ist es immer ratsam, aktiv zu werden und dafür vorher die Zustimmung des Gegenübers einzuholen: „Kann ich dir etwas zeigen?“ Probieren Sie Methoden aus Abschnitt 4 aus.

- **Vermeiden Sie „Faktenkämpfe“**

Bleiben Sie ruhig. Manchmal geben Menschen falsche Informationen nicht aus bösem Willen weiter, sondern weil sie unsicher oder ganz einfach falsch informiert sind. Verschenden Sie keine Energie darauf, diejenigen zu überzeugen, die sich eindeutig weigern, sich auf Gespräche einzulassen – nicht jede:r ist offen, und das ist in Ordnung.

Gespräche, in denen Desinformation und Widerstand deutlich werden, könnten mit folgenden Fragen konstruktiv weitergeführt werden:

- Es gibt Menschen, die das anders sehen. Was sind Ihre Gründe für Ihre Sichtweise?
- Welche dieser Gründe erscheinen Ihnen einleuchtend – und warum?
- Welche Informationen würden Sie benötigen, um Ihre Meinung zu überdenken?
- Wie würden Sie wissen, dass Sie sich geirrt haben?
- Was wären die Konsequenzen, wenn Sie sich irren würden?
- Was würde passieren, wenn wir handeln müssten, es aber nicht tun?



Los geht's!

Das Thema könnte für Erwachsenenbildner:innen interessant sein und in einer Lerngemeinschaft aufgegriffen werden. [Hier](#) finden Sie eine Präsentation mit ausgewählten Inhalten. Diese könnte eine gute Grundlage für einen Austausch sein.

In Kapitel 4 finden Sie außerdem Methoden, um den Erfahrungsaustausch zu diesem Thema anzuregen.

Weitere Informationen zu den Strategien von Desinformationskampagnen finden Sie auf dem Infoposter von klimafakten.de. Darin werden die fünf häufigsten Desinformationsmethoden erläutert. Verschiedene Sprachversionen können [hier](#) heruntergeladen werden.

- ➔ Es könnte auch eine hilfreiche Ressource für den Austausch mit Erwachsenenbildner:innen sein.

Siehe auch die Website Sceptical Science <https://skepticalscience.com/>

Sceptical Science widerlegt Falschinformationen zum Klimawandel, indem es peer-reviewte wissenschaftliche Erkenntnisse präsentiert und die Techniken der Wissenschaftsleugnung, des Klimaverzögerungsdiskurses und der Leugnung von Klimälösungen erklärt. Hier finden Sie Argumente und gängige Klimamythen sowie fundierte Gegenargumente. Außerdem gibt es ein Handbuch zur Entlarvung von Falschinformationen in mehreren Sprachen: <https://climate-communication.gmu.edu/all/the-debunking-handbook0-202/>

4. Formate und Methoden: Climate Hubs und Learning Communities of Practice

Warum dieses Kapitel?

Die hier vorgestellten Methoden eignen sich für Lern- und Austauschformate mit älteren Menschen (Climate Hubs) und Erwachsenenbildner:innen (Learning Communities of Practice). Sie sollen uns und andere Erwachsenenbildner:innen bzw. Menschen, die mit älteren Menschen arbeiten dabei unterstützen, konstruktive Gespräche über Klimafragen mit älteren Menschen aufzunehmen und zu fördern. Wir haben uns auf praktische Instrumente konzentriert, da vielen Erwachsenenbildner:innen strukturierte Materialien zur Moderation von Klimadiskussionen fehlen.

“

Wir wollen keine durchschnittlichen Klimaworkshops. Wir sind vielmehr davon überzeugt, dass „Wissen“ die meisten Menschen in der Regel nicht zum Handeln bewegt. Fakten und Zahlen werden heutzutage häufig angezweifelt und führen zu Polarisierung. Mit unseren Klimaworkshops wollen wir die Herzen der Menschen erreichen. Emotionen bringen Menschen schneller dazu, wirksame Maßnahmen zu ergreifen, und schaffen Verbindungen.

Wim Aerts, Grootouders voor het Klimaat

Die Sammlung basiert auf den Recherchen der Projektpartner:innen. Wir haben uns auf Methoden und Aktivitäten konzentriert, die

- einfach umzusetzen sind,
- interaktiv sind,
- darauf abzielen, die Themen Klima und Nachhaltigkeit auf konstruktive und ansprechende Weise vorzustellen,
- verschiedene Zielgruppen älterer Menschen ansprechen und
- für verschiedene Settings geeignet sind (z. B. öffentliche Veranstaltungen, Workshops in bestehenden Senior:innengruppen, wie in Nachbarschaftszentren oder Senior:innenclubs, Senior:innenuniversitäten usw.)

Die Sammlung von Methoden und Formaten ist in mehrere Abschnitte unterteilt:

- Wie man über Klimafragen informiert und mit Diskursen über Klimawandelverzögerung, Fehlinformationen und Desinformation umgehen kann
- Wie man ein Gespräch beginnen kann
- Wie man mit Spielen eine Diskussion am Laufen halten kann
- Kreative, künstlerische und praktische Formate

Wie man über Klimathemen informiert und mit Diskursen über Klimawandelverzögerung, Fehlinformationen und Desinformation umgehen kann

Titel	Exkursionen oder Spaziergänge, kombiniert mit kurzen Inputs und Diskussionen
Material	Einfache Informationen und Texte zu Klimafragen/-themen vorbereiten - Die Themen können gemeinsam mit den Teilnehmenden oder entsprechend dem Thema einer Klasse/Exkursion/Stadtführung ausgewählt werden.
Vorgehensweise	- Bereiten Sie eine kurze Präsentation/einen kurzen Input zu Ihrem ausgewählten Thema vor, z. B. mithilfe von PowerPoint-Folien oder Flipcharts – entweder vor oder während der Exkursion. - Nach einem kurzen Input geben Sie Raum für Fragen und Diskussion in der Gruppe. - Diese Fragen können helfen, eine Diskussion anzuregen: Gab es neue/überraschende/inspirierende Informationen? Wie fühlen Sie sich jetzt nach dem Input?
Wichtig für unser Projekt, weil...	- der Austausch und die Vermittlung wissenschaftlich fundierter Informationen auf einfache und leicht verständliche Weise in Diskussionen über Klimafragen oft vernachlässigt werden. - es einen guten Einstieg in ein Gespräch ermöglicht. - die Methode einen faktenbasierten Kontext für einen Spaziergang/eine Exkursion liefern kann.

Titel	Austausch in Zweiergruppen: Lernen Sie von und mit den Menschen, mit denen Sie sprechen!
Material	-
Vorgehensweise	Diskutieren Sie in Zweiergruppen die folgenden Fragen: ■ Kennen Sie jemanden, der gegen Klimaschutz oder Klimaschutzmaßnahmen ist? ■ Beschreiben Sie diese Person. ■ Überlegt euch, woher dieser Widerstand kommen könnte. ■ Was brauchen wir, um mit dieser Person ein gutes Gespräch zu führen?
Wichtig für unser Projekt, weil...	es wichtig ist, darüber nachzudenken, wer die andere Person ist und wie man ihr begegnen kann.
Links und Quellen	Chris Gutsche: „ Klimakommunikation mit Wirkung. Gespräche und Maßnahmen motivierend gestalten “ (Open-Access-Arbeitsbuch in deutscher Sprache)

Titel	Reflexion falscher Aussagen zum Klima
Material	-
Vorgehensweise FAKT Beginnen Sie mit dem Fakt, wenn er klar, knapp und einprägsam ist – machen Sie ihn einfach, konkret und plausibel. Er muss zur Geschichte "passen". WARNUNG VOR DEM IRRGLAUBEN Warnen Sie vorab, dass eine Falschinformation folgt... erwähnen Sie sie nur einmal. TRUGSCHLUSS ERKLÄREN Erklären Sie, wie die Falschinformation in die Irre führt. FAKT Bestätigen Sie am Ende den Fakt – wenn möglich mehrfach. Stellen Sie sicher, dass er eine alternative ursächliche Erklärung liefert.	Bereiten Sie eine falsche Aussage vor (oder bitten Sie die Teilnehmenden, mit falschen Aussagen zu arbeiten, die ihnen kürzlich begegnet sind) und bitten Sie sie (in Paaren oder kleinen Gruppen), eine Aussage auszuwählen und zu diskutieren: - Wie würden Sie reagieren, wenn Sie mit einer Falschinformation konfrontiert sind? - Was nehmen Sie aus dieser Situation mit? Nach der Diskussion können Sie ein kleines Rollenspiel ausprobieren. Es ist wichtig, das „Sandwich-Modell“ vorzustellen (siehe Grafik links von Sceptical Science).
Wichtig für unser Projekt, weil...	Rollenspiele eine gute Möglichkeit sind, sich auf mögliche Gesprächssituationen vorzubereiten und die eigenen Reaktionen zu üben.
Links und Quellen	Weitere Informationen: https://climatecommunication.gmu.edu/all/the-debunking-handbook-2020/ Sie können auch mit der App „cranky uncle“ arbeiten: Homepage – Cranky Uncle Cranky Uncle: Ein Spiel, das Widerstandsfähigkeit gegen Falschinformationen zum Klimawandel stärkt

Wie man ein Gespräch beginnen kann

Titel	Walk and talk: Fragen für ein gutes Gespräch über das Klima
Material	Bereiten Sie einige Fragen vor und schreiben Sie diese auf Karten (eine Frage pro Karte).
Vorgehensweise 	- Nehmen Sie sich ein paar Fragen und gehen Sie zu zweit spazieren. Diskutieren Sie die Fragen während des Spaziergangs. - Mögliche Fragen: Was ist Ihnen im Leben wirklich wichtig? Wer ist für eine lebenswerte Zukunft verantwortlich? Auf welche Frage zum Klima konnte dir noch niemand eine richtig gute Antwort liefern? Wo fühlst du auf, dass sich das Wetter und die Natur seit deiner Kindheit verändert haben? Hast du Freunde oder Familie, die direkt von Klimaveränderungen betroffen sind? Was ist dir wirklich wichtig im Leben? Worauf bist du stolz? Was könnten wir gemeinsam bewegen? Versuchen wir's? Worüber sollte man deiner Meinung nach mehr sprechen? - Nach dem Spaziergang und Gespräch: Teilen Sie Ihre Eindrücke in der Gruppe.
Wichtig für unser Projekt, weil...	es einen guten Einstieg in ein Gespräch ermöglicht und ein Zweiergespräch mehr persönlichen Freiraum als die Arbeit in der ganzen Gruppe bietet.
Links und Quellen	Fragen finden Sie hier: https://www.republik.ch/2024/07/16/36-fragen-fuer-ein-gutes-gespraech-ueber-die-klimakrise

Titel	Klimatiere
Material	Karten
Vorgehensweise 	- Zeigen Sie die Karten mit den Klimatieren. - Stellen Sie Fragen wie: - Welches Klimatier sind Sie (am ehesten)? Warum? - Welche klimafreundlichen Maßnahmen fallen Ihnen schwer? - Was steht noch auf Ihrer To-do-Liste? - Was nervt Sie an Ihnen selbst?
Wichtig für unser Projekt, weil...	es den Menschen ermöglicht, über ihre Gefühle und Emotionen zu Klimathemen zu sprechen.
Links und Quellen	KlimaX-Ausstellung: https://www.mfk-berlin.de/klima-x/

Titel	Klimabilder
Material	Gedruckte Bilder im Format A4
Vorgehensweise 	Verteilen Sie verschiedene Bilder im Raum oder auf dem Tisch und fragen Sie die Teilnehmenden: Welche Bilder sprechen Sie an? Warum? Tauschen Sie sich darüber aus.
Wichtig für unser Projekt, weil...	es oft einfacher ist, über Bilder zu sprechen als über Grafiken und Statistiken. Bilder können auch eine andere emotionale Wirkung haben.
Links und Quellen	Hier finden Sie (lustige) Klimabilder: - Broschüre KlimaSatire – Klimaartikulieren - Klimabündnis: Klimabanker!; Link - https://www.climatevisuals.org/

Titel Planet B	
Material	-
Vorgehensweise 	Erklären Sie: - Wir stellen uns vor: Planet A gibt es nicht mehr; es lohnt sich nicht mehr, auf Planet A zu leben. - Jede:r kann auf den Planeten B auswandern. Aber im Raumschiff zum Planeten B ist nur Platz für einen Gegenstand, eine Sache. - Was nehmen Sie mit und warum?
Wichtig für unser Projekt, weil...	die Methode einen guten Einstieg in das Gespräch ermöglicht. Durch die genannten Dinge können wir etwas übereinander erfahren und einander Geschichten erzählen. Es zeigt uns, was wichtig ist. In der Klimakommunikation ist es sehr wichtig, auf Werten aufzubauen.

Titel Co-Benefits von Klima und Nachhaltigkeit	
Material	-
Vorgehensweise 	Diskutieren Sie mit einer Gruppe von Erwachsenenbildner:innen oder mit älteren Menschen: - Welche positiven Nebeneffekte fallen uns ein, wenn wir über Klima und Nachhaltigkeit nachdenken? - Was bringt ein klimafreundliches Leben außer Vorteilen für die Umwelt? - Was ist so gut an aktiver Mobilität? - Was ist so gut daran, vegetarische Gerichte auszuprobieren?
Wichtig für unser Projekt, weil...	es einfacher ist, Menschen zu motivieren, wenn wir Co-Benefits in das Gespräch einbringen. Wenn wir den Zusammenhang zwischen dem Klima und der Sorge um uns selbst, unsere Gesundheit und unsere Sicherheit herstellen, wird die Idee klarer.
Links und Quellen	Materialien mit Bezug zum Thema Gesundheit finden Sie hier: https://www.klimawandel-gesundheit.de/planetary-health/co-benefits/ Poster: https://shop.klimawandel-gesundheit.de/produkt/plakat-co-benefits/

Wie man mit Spielen eine Diskussion am Laufen halten kann

Titel	Stadt, Land, Klima
Material	Blatt mit vordefinierten Kategorien oder einfach ein leeres Blatt, auf das die Teilnehmenden die Kategorien selbst schreiben können; Stifte
Vorgehensweise 	- Alle Teilnehmenden erhalten ein Blatt mit vordefinierten Kategorien oder schreiben selbst einige auf. Mögliche Kategorien: gut für das Klima, schlecht für das Klima, was ich für das Klima tue, grüne Jobs, Ausrede für Klimaschutz, Klimaschutzmaßnahme, Maßnahme zur Anpassung an den Klimawandel, Öko-Klischee, Fleischersatz, Klimasünde, mein Engagement für den Klimaschutz - Teilnehmer:in 1 sagt „A“ und zählt leise mit. - Teilnehmer:in 2 sagt „Stopp“. - Der Buchstabe, bei dem gestoppt wurde, wird ausgewählt. Los geht's! - Wer als Erste:r in allen Kategorien einen Begriff mit dem jeweiligen Anfangsbuchstaben aufgeschrieben hat, ruft „Stopp“. Alle legen ihre Stifte weg. - Dann lesen alle Teilnehmer:innen ihre Begriffe vor. - Der/Die Trainer:in nimmt mehrdeutige oder falsche Antworten auf, korrigiert sie oder stellt sie zur Diskussion. - Anschließend werden Punkte vergeben und der/die Gewinner:in ermittelt.
Wichtig für unser Projekt, weil...	viele Menschen das Spielprinzip von „Stadt, Land, Fluss“ kennen. Es bietet eine spielerische Einführung in das Thema und Raum für Diskussionen.
Links und Quellen	Hallo Klima!, siehe auch: https://erwachsenenbildung.at/aktuell/nachrichten/18489-humorvolle-methoden-in-der-klimabildung-stadt-land-klima.php und https://www.klimaaktiv.at/klimabildung/klimakommunikation/wie-erreiche-ich-junge-menschen/aktiv-fuers-klima/stadt-land-klima

Titel	Klima-„Activity“
Material	Klimakarten
Spielanleitung	Es wird mit „Activity“-Karten mit Klimabegriffen gespielt. Die Gruppe teilt sich in zwei Teams auf. Es gelten die bekannten Regeln. Eine Ausnahme: Hier können die Teilnehmenden selbst entscheiden, wie sie den Begriff erklären möchten. Sie können wählen zwischen: Zeichnen des Begriffs, Nachahmen des Begriffs oder Beschreiben des Begriffs.
Wichtig für unser Projekt, da...	viele Menschen das Prinzip von „Activity“ kennen. So wird das Thema auf spielerische Weise eingeführt.
Links und Quellen	https://www.klimaaktiv.at/klimabildung/klimakommunikation/wie-erreiche-ich-junge-menschen/aktiv-fuers-klima/klima-activity

Titel	Botschaften und Zertifikate
Material	Bilder von klimafreundlicher und utopischer Stadtplanung
Vorgehensweise	Anhand konkreter Ideen und Bilder (z. B. „Mehr Raum für Wien“, klimakonkret-Plan, Zukunftsbilder von DOCK for Change) überlegen die Teilnehmenden, was einen klimafreundlichen Ort ausmacht. Die Teilnehmer:innen können Folgendes tun: Entwerfen Sie Aufkleber mit persönlichen Botschaften, die im öffentlichen Raum verteilt werden können. Entwerfen Sie „Sauber unterwegs“-Zertifikate, um Menschen zu belohnen, die mit dem Fahrrad fahren, den Zug nehmen, zu Fuß gehen usw.
Wichtig für unser Projekt, weil...	es „gute Taten“ belohnt, es geht nicht darum, jemanden zu beschämen, sondern Dinge hervorzuheben, die bereits gut laufen.
Links und Quellen	https://www.klimaaktiv.at/klimabildung/klimakommunikation/wie-erreiche-ich-junge-menschen/aktiv-fuers-klima/botschaften-und-urkunden Materialien: https://kinderuni.online/forschungspaket/mobilitaet/

Titel	Quiz
Material	Quizmaster:in, Raum, Projektor, weiße Wand oder Leinwand, Laptop, Soundsystem mit Mikrofon, ev. Quizfragen ausgedruckt
Vorgehensweise	Basierend auf dem Zukunftsquiz der Omas for future werden den Teilnehmenden Fragen gestellt, die sie in Teams oder in der Großgruppe beantworten. Die Fragen können ausgedruckt werden und den einzelnen Teams gegeben und/oder mit einem Projektor für alle sichtbar sein. Pro richtig beantwortete Frage können Punkte vergeben. Am Ende sind wir alle Klima-Held:innen!
Wichtig für unser Projekt, weil...	über das Klima und den Zusammenhang mit der (erkennbaren) Alltagsrealität von Senior:innen – Themen wie Lebenssituation, Mobilität, Ernährung, Gesundheit usw. – informiert und sensibilisiert wird. Die Themen werden auf unterhaltsame und partizipative Weise vermittelt und die Menschen können mit einem Gefühl der Hoffnung und mit Ideen für konkrete Maßnahmen nach draußen gehen. Das Problem und die Lösungen werden mit einem positiven Ansatz angegangen. Und das alles unter Verwendung von klassischen, bekannten Materialien.
Links und Quellen	https://zukunftsquiz.de/

Titel	
Unser Leben auf dieser Erde heute	
Material	Illustrationen zum Leben auf der Erde. Wir verwenden lizenzfreie Fotos, die sowohl schöne als auch hässliche Motive zeigen.
Vorgehensweise	Diskutieren Sie mehrere Illustrationen über das Leben auf der Erde, das trotz aller Bedrohungen ein Wunder ist. Anhand von Bildern unserer Erde werden Sie eingeladen, in einer kleinen Gruppe von bis zu 12 Personen Ihre Gefühle, Wünsche und Pläne auszudrücken. Die Idee ist, ein wirklich verbindendes Gespräch zu führen.
Wichtig für unser Projekt, weil...	diese Methode zu tiefen, reflektierten Diskussionen über die Schönheit und Zerbrechlichkeit unseres Planeten anregt und damit dem Ziel von <i>The Climate We Speak</i> entspricht, ältere Erwachsene durch emotionale und persönliche Verbindungen in die Klimakommunikation einzubeziehen. Durch die Verwendung von Illustrationen können die Teilnehmenden eine persönliche Verbindung zu Klimathemen herstellen, wodurch komplexe Themen verständlicher und inspirierender werden, anstatt zu überfordern.
Links und Quellen	Der Workshop „Unser Leben auf dieser Erde jetzt“ wurde von einem erfahrenen Klimacoach bei Klimaat-contact entwickelt. Bildmaterial finden Sie beispielsweise bei Climate Outreach: https://www.climatevisu-als.org/

„Über Emotionen und Gefühle im Zusammenhang mit dem Klimawandel zu sprechen kann eine Herausforderung sein. Es besteht immer noch die Tendenz, sich nur auf Fakten oder allgemeine Folgen zu konzentrieren, und nicht darauf, wie Menschen persönlich betroffen sind.“

Caterina Rompianesi, Anziani E Non Solo, Italien

Titel Klima-Emotionsrad	
Material	Papier, Drucker, Stifte
Vorgehensweise	Diese Aktivität ist für Menschen jeden Alters geeignet und kann mit Familienmitgliedern, in einem Klassenzimmer, mit Freund:innen, Arbeitskolleg:innen usw. durchgeführt werden. Drucken Sie das leere Klima-Emotionsrad aus und schreiben und zeichnen Sie in jedes Segment die Klima-emotionen, die Sie am häufigsten empfinden. Mögliche Emotionen finden Sie im vollständigen Klimafelder-Rad. Wenn Sie fertig sind, teilen Sie Ihre Ergebnisse mit anderen, erklären Sie, warum Sie diese Emotionen empfinden, und diskutieren Sie Möglichkeiten, wie Sie mit Ihren Emotionen umgehen und Selbstfürsorge praktizieren können.
Wichtig für unser Projekt, weil...	Untersuchungen zeigen, dass das bloße Erkennen und Benennen einer negativen Emotion wie Angst oder Furcht deren Intensität verringern kann. Beispielsweise hat die Hirnbildforschung von Matthew Lieberman vom UCLA-Labor gezeigt, dass allein das Benennen unserer negativen Emotionen das Empfinden von Stress verringern und die Aktivität in den emotionalen Zentren des Gehirns, wie der Amygdala, reduzieren kann. Der renommierte Psychiater und Autor Daniel Siegel bezeichnet dies als „Name It to Tame It“ (Benennen, um zu zähmen). Das Klimafelder-Rad ist ein Instrument, mit dem Sie Ihre Emotionen erkennen und bewusst wahrnehmen können – als ersten Schritt, um effektiv mit ihnen umzugehen.
Links und Quellen	Erklärung: https://www.climatementalhealth.net/wheel Leeres Klimafelder-Rad und Anleitung: https://www.climatementalhealth.net/ files/ugd/be8092_00a6413135d24f7fb45e2ac2351a1699.pdf

Klimaherausforderung-Spiel	
Titel	
Material	Computer
Spielanleitung	Was hat Ihrer Meinung nach einen größeren Einfluss auf das Klima: einmal über den Atlantik zu fliegen, ein Jahr lang jeden Tag ein Steak zu essen oder Ihre Wohnung zu heizen? Mit dem Spiel „Klimaherausforderung“ erfahren Sie, wie sich unsere täglichen Gewohnheiten auf das Klima auswirken! Eine Runde dauert in der Regel 15 Minuten. Das Spiel ist ideal für 2 bis 6 Spieler:innen ab 12 Jahren. Der CO2-Fußabdruck jedes Produkts wurde anhand eines Berechnungsmodells ermittelt, das von Forscher:innen der Chalmers University of Technology (Chalmers tekniska högskola) in Schweden entwickelt wurde.
Wichtig für unser Projekt, weil...	das Spiel Spaß und Wissenschaft in einem ist. Es regt zu lebhaften Diskussionen an und führt zu überraschenden Entdeckungen.
Links und Quellen	https://climatecallgame.com/

Kreative, künstlerische und praktische Formate

*„Kunst hilft Menschen, emotionalen Kontakt aufzubauen.
Mit Malerei oder Theater informiert man nicht nur –
man bewegt Menschen.“*

Marta Mattarucco, ISRAA, Italien

Titel Kunst – Musik	
Material	Weblinks (siehe Links und Quellen); wenn Sie „A Song of Our Warming Planet“ zeigen möchten, empfehlen wir die Verwendung eines Beamers (da die Musik von einem bewegenden Video begleitet wird).
Vorgehensweise	Hören Sie Musik, die sich mit Themen wie Klima oder Nachhaltigkeit befasst. Wenn beim oder nach dem Hören Diskussionen entstehen, greifen Sie diese auf.
Wichtig für unser Projekt, weil...	Musik uns emotional berührt und keine gesprochene Sprache benötigt.
Links und Quellen	https://vimeo.com/69122809 : Wenn Wissenschaftler:innen vor der Herausforderung stehen, die neuesten Erkenntnisse zum Klimawandel zu vermitteln, greifen sie oft auf Grafiken und Datenvisualisierungen zurück. Daniel Crawford, Student an der University of Minnesota, hat einen ganz anderen Ansatz gewählt. Er nutzt sein Cello, um die neuesten Erkenntnisse der Klimawissenschaft durch Musik zu vermitteln. Hallo Klima! Playlist mit Songs auf Deutsch und Englisch zum Thema Nachhaltigkeit und Klima: https://open.spotify.com/playlist/4qtv9qtPvzbABobrFktUoU

Titel Kunst – Filme	
Material	Filme
Vorgehensweise	Filmabende oder Kurzfilme zu Klima- und Nachhaltigkeitsthemen könnten ein weiteres Format sein, das Sie ausprobieren möchten. Wir empfehlen folgende (Kurz-) Filme: Filme über positive Beispiele und Lösungen: • Tomorrow. • 2040 Kurze Impulse: • https://vimeo.com/244405542 • https://www.youtube.com/watch?v=n3_dvyHdILM • Unsere Zukunft visualisieren: Picturing Our Future – Climate Central • Carbon Visuals Showreel: Carbon Visuals Showreel 14. September
Wichtig für unser Projekt, weil...	Filme uns emotional berühren
Links und Quellen	Siehe oben

Titel Praktische Aktivitäten, wie vegetarisches/veganes Kochen, Seifenherstellung, gemeinsames Upcycling von Kleidung (Nähen und Ausbessern), Herstellung eigener Reinigungsmittel usw.	
Material	je nach Format
Vorgehensweise	Beispiele Unsere täglichen Konsumentscheidungen haben einen starken Einfluss auf die Welt. Die ersten Entscheidungen treffen wir beim Frühstück. Der Jugendklimastreik organisierte im Rahmen des Projekts #KlimatNaFali einen Kochworkshop mit pflanzlichen Zutaten. Der Kurs zeigte einfache und kostengünstige Möglichkeiten auf, tierische Produkte durch pflanzliche Alternativen zu ersetzen. Eines der Ergebnisse ist eine Broschüre mit Rezepten.
Wichtig für unser Projekt, weil...	praktische Aktivitäten das Gemeinschaftsgefühl fördern und die Selbstwirksamkeit stärken.



Los geht's!

Wählen Sie geeignete Methoden aus und stellen Sie diese vor. Reflektieren Sie anschließend gemeinsam mit Ihren Teilnehmer:innen die gewählten Methoden. Die folgenden Fragen können dabei helfen, eine Diskussion anzuregen:

Reflexionsfragen für Erwachsenenbildner:innen in Austauschformaten:

- Wie wende ich diese Methoden an?
- Was muss ich dabei beachten?
- Gibt es je nach Zielgruppe unterschiedliche Varianten?

Reflexionsfragen für Senior:innen in Climate Hubs

- Was hat mir an der Aktivität gefallen?
- Was kann beim nächsten Mal anders gemacht werden?

5. Sammlung inspirierender Beispiele und Projekte

Warum dieses Kapitel?

In diesem Abschnitt möchten wir Inspiration liefern und anhand verschiedener Projektbeispiele zeigen, was alles möglich ist. Wir haben eine Reihe internationaler und lokaler Initiativen ausgewählt, die die vielfältigen, facettenreichen und kreativen Möglichkeiten aufzeigen, wie klimabezogene Themen angegangen und zum Leben erweckt werden können.

Europäische Projekte

- Das Projekt **HOPE Heatwaves** zielt darauf ab, Pflegekräfte, medizinisches Fachpersonal und Gemeinden besser auf den Umgang mit Hitzewellen vorzubereiten. Durch Schulungsprogramme, innovative Lehrmittel und politische Empfehlungen stärkt das Projekt die Reaktionsfähigkeit der älteren Menschen und der Unterstützungssysteme. <https://www.hope-heatwaves.eu/>
- **CHANGE Climate change and healthy Ageing (Klimawandel und gesundes Altern)** entwickelt gemeinsam E-Learning-Angebote für Resilienz und Anpassung. <https://forschung.fh-kaernten.at/change/>
- **AgeinGreen** zielt darauf ab, generationsübergreifendes Lernen und die aktive Beteiligung älterer Menschen im Kampf gegen den Klimawandel zu unterstützen. Im Rahmen des Projekts wird ein generationsübergreifendes Schulungsprogramm zum Klimawandel entwickelt und getestet. <https://citizens-act.org/wp-content/uploads/2024/11/AgeinGreen-Newsletter-2.pdf>
- **Seniors Climate Action** nutzt den Einfluss älterer bildender Künstler:innen, um das Bewusstsein zu schärfen und Senior:innen in ganz Europa zu mobilisieren, damit sie sich mit dem Klimawandel auseinandersetzen und umweltfreundliche Gewohnheiten annehmen. <https://www.seniors-climate-action.eu/>
- **Seniors4Change** möchte Senior:innen befähigen, durch soziale Medien und DIY-Sharing einen Beitrag zum Kampf gegen den Klimawandel zu leisten. <https://seniors4change.eu/>

Lokale Projekte in Österreich

- **Klima ohne Altersgrenzen:** organisiert gemeinsam mit Gemeinden Spielnachmittage für Senior:innen. <https://www.klimabuendnis.at/oesterreich/projekte/klimaschutz-ohne-altersgrenzen/>
- **Großeltern für die Zukunft Österreich, „Bandaktion“:** Die Vornamen der (Enkel-)Kinder werden gesammelt und auf Bänder geschrieben, unter dem Motto: „Wir engagieren uns für diese Kinder“.

- **Cool Rooms:** <https://www.wien.gv.at/umwelt/coole-zonen>
- **Omas für die Zukunft:** Informationen, Wissen und Tipps <https://omasforfuture-oes-terreich.at/>
- **Erwachsenenbildung.at:** Sammlung von Hintergrundinformationen und Tipps zum Klimaschutz in der Erwachsenenbildung: <https://erwachsenenbildung.at/themen/klimaschutz-und-nachhaltigkeit/>

Impressum

The Climate We Speak ist ein Erasmus+-Projekt (Kooperationspartnerschaften für Zusammenarbeit, Erwachsenenbildung), das von Dezember 2024 bis November 2026 läuft. Das Projekt wird von fünf Partnerorganisationen durchgeführt:

queraum. kultur- und sozialforschung, Österreich

(Europäische Koordination)

<https://www.queraum.org/en>

Hallo Klima!, Österreich

<https://halloklima.at>

LAB60+, Polen

<https://lab60plus.pl/en/landing-page/>

Senior:innenuniversität Oeiras, Portugal

<https://www.usoeiras.pt>

AGE Platform Europe, Europa/Belgien

<https://www.age-platform.eu>

Logo: Verena Blöchl

Englische Sprachbearbeitung und Korrekturlesen: Siobhán Denham

www.the-climate-we-speak.eu



**Kofinanziert von der
Europäischen Union**

Finanziert durch die Europäische Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich diejenigen der Autor(en) und spiegeln nicht unbedingt die der Europäischen Union oder der OeAD-GmbH wider. Weder die Europäische Union noch die Bewilligungsbehörde können dafür verantwortlich gemacht werden.



**LAB
60+**

