

*Wir sind die erste Generation,  
die die Folgen des Klimawandels spürt,  
und die letzte Generation,  
die noch etwas daran ändern kann.*

**BARACK OBAMA,**

[TWEET AM 23. SEPTEMBER 2014](#)

## 8. Mache den Klimawandel konkret

**Lesen Sie in diesem Kapitel:** Die Zeiten, in denen der Klimawandel ein Problem der Zukunft und des anderen Endes der Welt war, sind längst vorbei. Darum sprechen viele inzwischen auch von Klimakrise oder Klimanotstand, denn die Folgen und Gefahren der globalen Veränderungen sind bereits hier und jetzt zu spüren. Mit abstrakten Größen wie dem CO<sub>2</sub>-Gehalt der Luft oder globalen Mitteltemperaturen zu argumentieren, rückt das Problem daher unnötig in die Ferne.

Für viele Menschen bleibt der Klimawandel dennoch weit weg, weil sie in ihrem Alltag wenig oder noch nichts davon bemerken – oder weil sie den Kopf voll haben mit anderen Sorgen. Darum kann es in der Kommunikation helfen, Beispiele für direkte und nahe Folgen des Klimawandels zu beleuchten.

Eine Gelegenheit dazu sind Extremwetterereignisse, bei denen die Wissenschaft den Einfluss des Klimawandels inzwischen recht genau bestimmen kann. Aber auch Veränderungen jenseits des direkten Wettergeschehens machen die Klimakrise konkret – von Gesundheitsgefahren in heißen Sommern über verschobene Marathonläufe und Fußballspiele bis hin zum Zusammenbruch der deutschen Eiswein-Produktion.

[Zum Textabschnitt springen: Attributionsforschung | das dreifache Distanzproblem | der begrenzte Vorrat an Sorgen | PAIN-Modell | Natur | Gesundheit | Sport | Arbeit | Lebensmittel | Erfahrungen von Betroffenen | Blick in einige Studien | Annäherung und Distanzierung | Sprachliche Vermischung | Angst abfangen | perspective taking | Fazit](#)

**F**riederike Otto hat viele Antworten auf die immer gleiche Frage: „Ist das schon der Klimawandel?“ Das wollen Menschen von der Physikerin aus Oxford wissen, wenn Hitzewellen und Dürren, Stürme und Überschwemmungen in den Nachrichten vorkommen oder sie selbst betreffen. Otto sagt dann, [hier in einem Interview](#) über das Jahr 2019 zum Beispiel: „Die Hitzewellen, die wir diesen Sommer erlebt haben, wären ohne den Klimawandel so nicht passiert. [In Frankreich] wäre es zwei Grad, an einzelnen Orten auch bis zu vier Grad kühler gewesen ohne den Klimawandel.“

Vor einigen Jahren waren solche klaren Aussagen noch nicht möglich. Zeitungsleserinnen und Nachrichtenzuschauer haben gerätselt, ob eine bestimmte Hitzewelle, eine Überschwemmung oder ein Megasturm denn nun vom Klimawandel verursacht wurde oder nicht. Bei praktisch jedem **Extremwetter**-Ereignis haben Journalist:innen in den Instituten der Klimaforschung angerufen. Dort hat man die Frage gehasst, weil es keine klare Antwort gab. Bis Otto und andere Wissenschaftler:innen eine neue Methode entwickelten, [mit der sich eine Antwort geben lässt](#).

Die aus Kiel stammende Wissenschaftlerin arbeitet seit einiger Zeit an der Universität Oxford (und ist Mitglied im [Wissenschaftlichen Beirat von klimafakten.de](#)). Erhebliche Fortschritte der sogenannten Attributions- oder Zuordnungsforschung gehen auf ihr Konto. Dieses Feld versucht, den konkreten Einfluss des Klimawandels auf ungewöhnliche und gefährliche Wetterereignissen zu ermitteln. Zwar ist es auch weiterhin grundsätzlich nicht möglich, irgendein einzelnes Wetterereignis kausal auf den menschengemachten Klimawandel zurückzuführen, also zu behaupten, ohne die globale Veränderung wäre es nicht dazu gekommen – zu chaotisch und zu zufällig ist das Wettergeschehen. Die Attributionsforschung kann aber zumindest ermitteln, welchen Anteil der Klimawandel hatte: also, ob ein bestimmtes Extremwetter durch die von der Menschheit freigesetzten Treibhausgase wahrscheinlicher geworden ist – und wenn ja, wie sehr.

In [ihrem Buch \*Wütendes Wetter\*](#) hat Otto das Prinzip und ihre Arbeitsweise sehr anschaulich beschrieben. Auf der Webseite [worldweatherattribution.org](#) veröffentlicht ihre Arbeitsgruppe immer wieder entsprechende Untersuchungen – und zwar jeweils kurz nach einem spektakulären Wetterereignis, also wenn sich Medien und Öffentlichkeit noch stark dafür interessieren. Für solche Studien vergleicht die Attributionsforschung im Supercomputer die reale Wetterlage mit einem Verlauf, wie es ihn ohne Klimawandel gegeben hätte. In den Modellen (und leider nur dort) lässt sich der Einfluss der zusätzlichen Treibhausgase in der Atmosphäre ja einfach abschalten. So lässt sich nun sagen: Nicht nur den Hitzesommer 2019, sondern auch das vorherige Extremjahr oder die Hitzewelle 2020 in weiten Teilen der Arktis wären ohne den menschengemachten Klimawandel sehr wahrscheinlich nicht Wirklichkeit geworden.

Otto holt mit ihren Kolleg:innen die Folgen der globalen Erwärmung aus der Zukunft in die Gegenwart und aus der Ferne in die Nähe. Sie lässt aus dem abstrakten Klimawandel die für Menschen wahrnehmbare Klimakrise werden: Es geht also plötzlich nicht mehr um blutleere mathematische Größen wie die globale Durchschnittstemperatur im Jahr 2100 oder unverständliche Maßeinheiten wie *ppm* – sondern um die eigenen Lebensbedingungen hier und jetzt. Das ist ein großer Fortschritt in der Kommunikation.

Attributionsforschung



[zurück zum Anfang](#)

## Wenn man den Klimawandel schon riechen kann

Dass die dramatischen Konsequenzen sich nicht auf ferne Weltgegenden beschränken, konnten zum Beispiel die Bürger Berlins in den vergangenen Dürre- und Hitzesommern schon riechen: Im umliegenden Brandenburg standen die ausgedorrten Wälder in Flammen, und der Rauch zog bis in die Wohnviertel der Innenstadt. In vielen anderen Gegenden sahen Spaziergänger:innen, wie den **Landwirten** auf den Feldern das Getreide verkümmerte. Wer draußen war oder im Dachgeschoss wohnte, spürte den Klimawandel auf der Haut, wo sich der Schweiß sammelte. Vielerorts starben reihenweise **Straßenbäume** oder ganze **Wälder** ab. In manchen Orten traten durch Niederschlagsextreme Bäche und Flüsse über die Ufer, oder Alpendörfer versanken im Schnee.

Nicht in allen Fällen gab es dann Analysen nach Friederike Ottos Methode, und nicht immer wiesen diese dann tatsächlich einen Einfluss der globalen Veränderungen nach. Aber regelmäßig passen die Ereignisse in das Muster, das die Klimaforschung angekündigt hatte. Der Klimawandel ist da, und er ist hier. Er hat den normalen Hitzewellen, **Starkregen** oder Stürmen sozusagen eine Dopingspritze gegeben. Zugleich könnte man auch sagen, dass die Forschung von Friederike Otto und vielen anderen dem Wissen und der Kommunikation über den Klimawandel zusätzlichen Schwung gegeben hat.

Die britische Organisation *Climate Outreach* etwa erklärt in einem [Ratgeber für IPCC-Autor:innen](#): „Es ist wichtig, über das zunehmende Vertrauen in die Aussagen der Attributionforschung zu sprechen.“ Das solle aber idealerweise (und dann in allgemeiner Form) schon vor Extremereignissen geschehen statt erst währenddessen oder danach – so erscheine eine solche Feststellung als normaler Teil des wissenschaftlichen Erkenntnisgewinns. Zudem könne dann niemand den Kommunikator:innen vorwerfen, eine Naturkatastrophe und das damit verbundene Leid opportunistisch auszunutzen.

Die Autoren:innen der Broschüre warnen aber auch davor, einen zu großen Effekt zu erwarten: Die Erfahrungen von Extremwettern würden weiterhin durch kulturelle oder ideologische Filter interpretiert. Wer von Stimmen, die sie oder er für vertrauenswürdig hält (siehe [Kapitel 7](#)), gelernt hat, den Klimawandel als linke Verschwörung abzutun, wird auch nicht plötzlich anfangen, ihn ernst zu nehmen, wenn ein Sturm das Dach abgedeckt hat.

## „Faktoren, um die Gefahr abzutun“

Die **zeitliche** und **räumliche**, oft auch die **soziale Distanz**, die in der Kommunikation zum Klimawandel üblich war und ist, gilt vielen Expert:innen schon lange als großes Problem. „Viele Menschen denken, dass die Klimarisiken sowohl ziemlich unsicher sind als auch vor allem in der Zukunft liegen und geographisch weit entfernte Regionen betreffen“, stellte 2011 [eine Arbeitsgruppe der US-amerikanischen Psycholog:innen-Vereinigung](#) fest. „Das sind alles Faktoren, um die Gefahr abzutun.“

Die psychologische Forschung bestätigt, welche Rolle gefühlte Nähe und Distanz spielen. Ein Beispiel ist eine Studie von [Alina Kluthe und einem Team von der Universität Innsbruck](#). Sie haben – vor dem Beginn der #FridaysForFuture-Demonstrationen – Teenager im Alter von 13 bis 16 Jahren in Österreich befragt: Diejenigen von ihnen, die sich keine Sorgen wegen des Klimawandels machten, hielten ihn für ein Phänomen der Zukunft und bezweifelten, dass sie etwas dagegen tun könnten.

das dreifache  
Distanzproblem



[zurück zum Anfang](#)

Den Effekt von gefühlter Nähe hingegen beschrieben [2012 Alexa Spence von der Universität Nottingham und zwei Kollegen](#) anhand mehrerer repräsentativer Umfragen in Großbritannien. So machten sich Menschen in der Tendenz mehr Sorgen über die globalen Veränderungen, wenn sie Sätzen wie diesem zustimmten: „Der Klimawandel wird vermutlich große Auswirkungen auf Menschen wie mich haben.“ Der gleiche Effekt ergab sich, wenn die Teilnehmer:innen die Unsicherheit der wissenschaftlichen Resultate als eher gering einschätzten. Diese Menschen zeigten sich dann auch eher bereit, etwas zu tun und den eigenen Energieverbrauch stark einzuschränken.

Distanz suggeriert, dass man sich nicht ernsthaft mit der Frage beschäftigen muss, was gegen den Klimawandel zu tun sei, weil er einen selbst und die Liebsten noch gar nicht betrifft. Das klingt schnell, als fehle den Leuten der moralische Kompass, weil sie die akute Bedrohung von Millionen Menschen in Asien oder Afrika ignorieren. Aber letztlich ist diese Art des Umgangs mit Sorgen und Risiko ganz menschlich.

## Der begrenzte Vorrat an Sorgen

Die Psychologie kennt mindestens zwei griffige Erklärungen für dieses Verhalten. Das eine Modell heißt *the finite pool of worries* – also der begrenzte Vorrat an Sorgen. Es geht auf die Psycholog:innen [Patricia Linville und Gregory Fischer](#) zurück. Die Fähigkeit von Menschen, mit emotional belastenden Ereignissen umzugehen, sei endlich, sagten die beiden schon 1991. Seither zeigen etliche Studien, dass Befragte sich weniger Sorgen über ein Problem machen, wenn sich ihnen gerade ein anderes aufdrängt.

Auch die Corona-Pandemie war natürlich eine Gelegenheit, das Phänomen zu überprüfen. Ein Team um Elke Weber von der Columbia University in New York wertete Befragungen in China, Italien und den USA aus und modifizierte die These vom begrenzten Vorrat: Nicht die Fähigkeit zur Sorge selbst brauche sich auf, schreiben die Forscher:innen [2020 in einer Studie](#), sondern eher die Aufmerksamkeit für potenziell bedrohliche Entwicklungen. In den Erhebungen berichteten die Teilnehmer:innen nämlich weiterhin von Sorgen wegen des Klimawandels – nur hatten sie nicht mehr so oft daran gedacht und mit anderen darüber gesprochen, seit die Pandemie den Alltag bestimmte.

Doch egal ob nun die Aufmerksamkeit oder die Sorgen selbst begrenzt sind: Da im Leben vieler Menschen einige der freien Plätze permanent von ihren Kindern, ihren Eltern, ihren Partnerschaften oder Jobs oder profanen Alltagsorgen belegt werden, ist leicht zu verstehen, dass eine Entwicklung am fernen Horizont nicht die gleiche Reaktion auslöst. Um gewissermaßen in den inneren Kreis derjenigen Sorgen vorzustoßen, die Menschen zum Handeln bewegen, muss die Klimakrise viel näher und emotional deutlich bewegender sein.

## Das PAIN-Modell und die Moral

Eine andere Erklärung, warum psychologische Entfernung schadet, stammt von Daniel Gilbert von der Harvard University. Er nennt sein Modell PAIN. Das heißt eigentlich „Schmerzen“ und soll womöglich auch diese Assoziation wecken, ist aber eine Abkürzung. Gilbert hat sie [2007 bei einem Vortrag](#) eingeführt, in dem er über die evolutionäre Fähigkeit des menschlichen Gehirns sprach, Bedrohungen zu bewerten und darauf zu reagieren.

Das Akronym PAIN steht demnach für „personal, abrupt, immoral, now“. Gefahren, die eine sofortige Reaktion auslösen, müssen Menschen also **persönlich** betreffen und dabei

der begrenzte Vorrat  
an Sorgen

PAIN-Modell



zurück zum Anfang

von anderen Menschen ausgehen, die **unmoralisch** oder verwerflich handeln. Die Risiken müssen zudem **plötzlich** auftreten oder zumindest eine schnelle Veränderung bewirken, die **jetzt** Realität wird statt bald oder irgendwann. „Terrorismus zum Beispiel ist eine Bedrohung, die jeden dieser Knöpfe drückt“, sagte Gilbert, der Klimawandel aber nicht. „Er wird nur deswegen zu einer tödlichen Gefahr, weil er keinen Alarm im Gehirn auslöst. Er lässt uns in unserem brennenden Bett weiterschlafen.“

Mindestens zwei, womöglich sogar drei der Knöpfe kommen indes in Reichweite, wenn die Folgen des Klimawandels kommunikativ an die Menschen herangeholt werden. Er betrifft sie dann persönlich und jetzt. Und eigentlich ist das auch bereits eine plötzliche Veränderung, schon weil das Risiko vorher unterschätzt wurde.

Es bleibt nur offen, ob jemand unmoralisch gehandelt hat – und wenn ja, wer. An diesem Knopf arbeiten Aktivist:innen, die Billigflieger und Billigfleisch, den Betrieb von Kohlekraftwerken oder die Stadt-Geländewagen der Autoindustrie auf moralischer Ebene kritisieren. Zwar lassen sich das weder die jeweiligen Unternehmen noch deren Kund:innen ohne Widerspruch gefallen – aber die Botschaft, dass Billigfleisch oder SUVs ethisch umstritten sind, wird in jedem Fall wahrgenommen. Und genau auf diese „Markierung“, das Verhalten sei nicht mehr von einer weithin anerkannten sozialen Norm gedeckt, kommt es an.

Bevor wir tiefer und vor allem mit praktischen Vorschlägen ins Thema eintauchen, lade ich Sie noch zu einer kleinen Übung ein – um sich gedanklich sozusagen der Nähe zu nähern.

### Übung 1: Nähe und Distanz

Im Anhang dieses Kapitels finden Sie ein Arbeitsblatt mit einer Liste von Ursachen und Folgen des Klimawandels sowie Konsequenzen klimapolitischer Maßnahmen.

Bringen Sie diese für sich ganz persönlich in eine Reihenfolge: Je höher Sie den jeweiligen Punkt positionieren, desto näher an Ihrem Leben und desto wichtiger ist er. Es geht dabei ausdrücklich um Ihr subjektives Empfinden – richtig oder falsch gibt es bei dieser Übung nicht. (Um Sie nicht zu beeinflussen, stehen die Begriffe auf dem Arbeitsblatt in alphabetischer Reihenfolge.)

Eine interaktive Kurzversion dieser Übung finden Sie in der Online-Fassung dieses Kapitels – um dorthin zu gelangen, [klicken Sie hier](#).

## Beispiele für das Erzeugen von Nähe: Veränderungen in der Natur

Je nach Zielpublikum gibt es viele Beispiele dafür, wie der Klimawandel das Leben der Menschen mehr oder weniger direkt betrifft. Wo es nicht um Extremwetter, Dürre oder **Waldbrände** geht (was für viele Menschen, gerade auf dem Land, aber sehr wichtige Themen sind), kann ein Blick auf weniger dramatische Veränderungen in der Natur zum Aha-Moment werden. Beim Deutschen Wetterdienst gibt es zum Beispiel [viele Daten über die sogenannte Phänologie](#), das ist die Erfassung der Jahreszeiten anhand der **Entwicklung von Pflanzen**.

Die Phänologie teilt das Jahr in zehn Jahreszeiten ein: jeweils dreimal Frühling, Sommer und Herbst sowie der Winter. So beginnt der Vorfrühling mit der Blüte der Haselsträucher und endet mit der Blüte der Forsythie. Und der Spätsommer wandelt sich zum Frühherbst, wenn die Holunderbüsche Früchte tragen. Dies alles wird teils seit Jahrhunderten

Natur



[zurück zum Anfang](#)

beobachtet und in [Statistiken erfasst](#). Im Langzeitvergleich wird deutlich, wie sich die Jahreszeiten verschieben und wie vor allem der Winter in Mitteleuropa immer kürzer geworden ist und immer früher endet.

Solche Daten sammeln natürlich auch die Wetterdienste in [Österreich](#) und der Schweiz, wo zum Beispiel der [Blattausbruch der Rosskastanie in Genf](#) kontinuierlich seit 1808 verzeichnet wird. Die vermutlich längste derartige Zeitreihe hält den [Beginn der Kirschblüte](#) in der alten kaiserlichen Hauptstadt Japans, Kyoto, seit dem achten Jahrhundert unserer Zeitrechnung fest. Das farbenfrohe Spektakel beginnt im Vergleich zum Jahr 1900 mittlerweile im langjährigen Mittel fast zehn Tage früher.

Ähnliche Veränderungen in jeweils anderem Takt gibt es beim Verhalten und Vorkommen von Tieren, zum Beispiel beim **Vogelzug**, sowie bei der Schneeschmelze, der Ausdehnung von **Gletschern** und vielen anderen Phänomenen, die Naturfreunde interessieren. Alle Wetterdienste suchen übrigens Freiwillige, die ähnliche Beobachtungen melden (Links für [Deutschland](#), [Österreich](#), [Schweiz](#)). Das kann ein guter Weg sein, die Veränderung des Klimas einmal selbst zu erfassen.

## Beispiele für das Erzeugen von Nähe: menschliche Gesundheit

Gesundheit

Der frühere Beginn einer Blüte und die Verlängerung der Pollensaison bedeutet indes für viele Menschen mehr Belastung durch **Allergien** – zum Beispiel bei der [Haselblüte](#). Ganz allgemein ist die Gesundheit ein weiterer Bereich, in dem wir die Veränderung des Klimas sehr nah an das Leben der Menschen heranholen können. (Wir hatten sie ja in [Kapitel 4](#) bereits aus diesem Grund als wertvollen „Co-Benefit“ der Klimapolitik kennengelernt. Und in [Kapitel 7](#) haben wir darüber gesprochen, dass Ärzt:innen Botschaften zum Klimawandel wirkungsvoll kommunizieren können.)

Statistische Auswertungen zeigen sehr klar, dass bereits viele Tausend Menschen in Deutschland [durch Hitzewellen das Leben verloren](#) haben: Rund 7.600 waren es zum Beispiel im Jahr 2003 und 6.100 im Jahr 2015. Und für 2020 berichtete das Statistische Bundesamt, dass die Sterbezahlen im August während einer weiteren **Hitzewelle** bis zu [zwanzig Prozent über dem langjährigen Durchschnitt](#) lagen. Die europäische Hitzewelle 2003 war übrigens das erste Extremereignis, bei dem die Attributionsmethode erprobt wurde; für sie ist der Klimawandel als eine wichtige Ursache also belegt.

Auch **Luftverschmutzung** bringt die Klimakrise in direkten Kontakt mit den Menschen. Autoverkehr und Kohlekraftwerke blasen bekanntlich nicht nur Treibhausgase in die Luft, sie sind auch für einen Großteil der Feinstaubbelastung verantwortlich. Vor allem Menschen in Ballungsgebieten atmen den Dreck ständig ein. Mehrere Untersuchungen kamen zu dem Ergebnis, dass durch Luftschadstoffe zum Beispiel aus Kohlekraftwerken in Deutschland und Europa jedes Jahr [Hunderttausende Menschen vorzeitig sterben](#) oder krank werden. Aus dem Corona-Jahr 2020 gibt es weitere Belege, dass fortgesetzte Feinstaubbelastung zum Beispiel zu einem höheren Risiko beiträgt, nach einer Ansteckung einen gefährlichen Verlauf der Krankheit zu erleiden. [Jeder siebte Todesfall von Infizierten](#) weltweit könnte auf Luftverschmutzung zurückzuführen sein, analysierte im Herbst des Jahres ein internationales Forschungsteam unter Beteiligung des Mainzer Max-Planck-Instituts für Chemie.

Eine weitere Gesundheitsgefahr stellen Insekten dar, die sich ausbreiten und **tropische Krankheiten** verursachen. Eines der wichtigsten Beispiele ist die aggressiv stechende



[zurück zum Anfang](#)

Asiatische Tigermücke, deren Kolonien südlich der Alpen zu Ausbrüchen von Dengue- und Chikungunya-Fieber geführt haben. Seit einigen Jahren werden diese Stechmücken aber auch [nördlich der Alpen in Süddeutschland](#), beobachtet, können dort bereits überwintern und sich vermehren. Auch in [Österreich](#) gibt es ein Beobachtungsprogramm, und in der Schweiz wurden die Tiere womöglich bereits vom Tessin [nach Zürich](#) eingeschleppt. Die Infektionsgefahr gilt in allen drei Ländern noch als gering, weil die Mücken die Krankheitserreger nur übertragen, also zunächst eine:n Erkrankte:n stechen müssten. Aber die Basis für neue Ausbrüche ist gelegt.

## Beispiele für das Erzeugen von Nähe: Sport und Arbeitswelt

Ein drittes Beispiel, wie die Erderhitzung nahe an das Leben jedes und jeder Einzelnen heranrückt, ist der **Sport**. Hitze – insbesondere in Kombination mit hoher Luftfeuchte – belastet sowohl Hobbyläuferinnen oder -kicker als auch Profi-Wettbewerbe. Das zeigte sich zum Beispiel im Herbst 2019 bei der Leichtathletik-Weltmeisterschaft in Doha im Golf-Emirat Katar. Dort wurde unter anderem der [Frauen-Marathon in die Nachtstunden verlegt](#). Trotzdem musste ein Drittel des Feldes aufgeben, und viele andere Läuferinnen klagten über die heftige Belastung. Für die Fußball-WM 2022 hat das Land die neu erbauten Stadien [mit gigantischen, energiefressenden Klimaanlage ausgestattet](#), die nicht nur die Zuschauerränge, sondern auch die Luft über dem Rasen einigermaßen kühl halten sollen.

Zum Problem für die olympischen Spiele werden Hitze und Luftfeuchtigkeit spätestens 2021, wenn die Wettbewerbe in Tokio nachgeholt werden sollen. Ein Artikel der dortigen Tageszeitung *Asahi Shimbun* ([hier in einer Übersetzung](#)) zitierte Yukiko Imada vom Meteorologischen Forschungsinstitut der japanischen Hauptstadt: „Es besteht eine hohe Wahrscheinlichkeit, dass in Zukunft heiße Sommer in beispielloser Häufigkeit auftreten.“ Die globale Erwärmung sei damit nicht nur für die Olympischen Spiele in Tokio, sondern auch für alle künftigen Sommerspiele zu einer Bedrohung geworden, erklärte die Zeitung.

Das Problem betrifft vor allem die Länder, die jetzt schon heiß und feucht sind. Dort könnten sich die Bedingungen so verschärfen, dass körperliche Anstrengung im Freien – also sowohl Sport als auch **Arbeit** – lebensgefährlich wird. Erreicht die sogenannte [Feuchtkegel- bzw. Kühlgrenztemperatur](#) 35 Grad Celsius, kann sich der menschliche Körper selbst im Schatten nicht mehr ausreichend an der Luft abkühlen; sie stellt also das physiologische Limit des Körpers dar. In manchen subtropischen Küstenregionen wie dem südlichen Golf von Mexiko, dem Roten Meer oder Westaustralien, aber auch fern vom Meer, im Nordwesten Indiens, hat sich die Zahl der Tage mit solchen Werten seit 1979 bereits verdoppelt, stellte im Mai 2020 [eine Studie in Science](#) fest.

## Beispiele für das Erzeugen von Nähe: Lebensmittel

Daneben gibt es noch viele Beispiele, wo in Zukunft „die schönen Dinge im Leben“ nicht mehr wie gewohnt verfügbar sind. Ein kleines ist die Sorge um die Produktion von **Eiswein** in Deutschland. Dafür lassen manche Winzer bisher im Herbst Trauben am Rebstock und warten darauf, dass sie gefrieren. Das konzentriert den Saft und ergibt begehrte Dessertweine – doch im Winter 2019/2020 gab es erstmals in keinem einzigen der 13 deutschen Weinbaugebiete den nötigen Frost, [vermeldete der Branchenverband](#) und fragte sich, ob es überhaupt weitergehen könne mit dieser Tradition.

Sport

Arbeit

Lebensmittel



zurück zum Anfang

Auch wenn mancher den Verlust von Eiswein zur Not verschmerzen könnte, zumal deutsche Rotweine womöglich zunächst an Qualität gewinnen – bei Grundnahrungsmitteln hört für die meisten der Spaß auf. Durch die Erderhitzung verschieben sich die für den Anbau von **Kaffee** [geeigneten Regionen](#) und werden kleiner; [in Äthiopien zum Beispiel](#) könnte der Verlust in den kommenden 20 Jahren fast ein Drittel erreichen. Auf ähnliche Weise sind die [Kakao-Plantagen bedroht](#) – auch hier wirkt die Erderhitzung, schon heute leiden viele **Kakao**-Bäume in Westafrika unter einer grassierenden Virus-Erkrankung.

Schon vor vielen Jahren warnten zudem Forscher:innen der Universität Hohenheim, dass sich durch die zunehmende Sättigung der Luft mit dem Treibhausgas Kohlendioxid die Enzyme in den Getreidesorten verändern. Darum lasse sich in Zukunft womöglich [Brot nicht mehr wie gewohnt backen](#), und **Bier** werde weniger schäumen. 2018 berichtete eine internationale Arbeitsgruppe zudem, Bier könne sich bei einem ungebremsten Klimawandel im Preis verdoppeln, weil Hitze und Dürre [die Erntemengen der Gerste](#) verknappen würden.

Wenn Sie solche Geschichten weitererzählen möchten, wäre es übrigens gut, den einen oder anderen Konjunktiv zu verwenden. Denn ob alle geschilderten Klimawandelfolgen tatsächlich so eintreten, ist nicht sicher – manchmal ist die Studienlage noch ungewiss, manches kann durch Anpassungsmaßnahmen gemildert werden, und grundsätzlich ist ja nicht sicher, wie viel Treibhausgase die Menschheit noch ausstoßen, wie drastisch der Klimawandel also letztlich ausfallen wird.

Doch die möglichen Folgen für das eigene Leben dürfte der eine oder die andere als so gravierend empfinden (Kaffee! Schokolade! Bier!), dass schon das Risiko zum Handeln motivieren könnte.

### Übung 2: Weil ich es liebe

Viele Menschen haben Leidenschaften, Hobbies oder Vorlieben, die von stabilen Klimaverhältnissen abhängen. Überlegen Sie sich Beispiele – erst für sich selbst, dann vielleicht für eine Gruppe von Freunden und Kolleginnen, dann für das mögliche Zielpublikum Ihrer Kampagnen oder Aktionen.

Wenn Sie eine ordentliche Liste zusammen haben, gibt es hier eine Belohnung: Ein britisches Beispiel, wie man [die Idee als eindrucklichen Film](#) umsetzen kann. Und hier ein [ähnliches Beispiel aus der Schweiz](#), das dort im Vorfeld einer Abstimmung über eine Klimaschutz-Initiative produziert wurde.

Nähe herauszustreichen – das ist einer der zentralen Ratschläge in der Klimakommunikation. Ein Aufsatz von Sander van der Linden (damals Princeton, heute Cambridge University) und anderen nennt als erste von fünf zentralen Strategien: „**Betone den Klimawandel als gegenwärtiges, lokales und persönliches Risiko.**“ Schon in [Kapitel 1](#) hatte auch die Geographin Susanne Moser von der University of Massachusetts gefordert: „Das weit entfernte Problem muss nach Hause gebracht, die unsichtbaren Ursachen und Folgen müssen sichtbar gemacht werden.“

Diesen Ratschlägen sollten wir unbedingt folgen. Näher ranzugehen, das war übrigens auch das Motto des [berühmten Fotografen Robert Capa](#), der seinen Kolleg:innen zurief: „Wenn Deine Bilder nicht gut genug sind, bist Du nicht nah genug dran.“ Als Spezialist für Bildausschnitte und technische Details wie Tiefenschärfe dürfte aber auch Capa gewusst haben: Es gibt ein „zu nah“ – das werden wir auch in der Kommunikation gleich sehen.





## Wenn der Klimawandel im Erdgeschoss steht

Nähe muss man für immer mehr Menschen gar nicht mehr herstellen; ihnen drängt sich der Klimawandel mittlerweile regelrecht auf. Dann versinkt die psychologische Distanz zum Beispiel in der Sturzflut eines durch Dauerregen zum reißenden Strom angeschwollenen Bachs. Bei einer Umfrage der schon erwähnten Alexa Spence aus Nottingham enthielt die Stichprobe einen großen Prozentsatz von [Menschen, die zuvor bereits am eigenen Leib eine Überschwemmung erlebt hatten](#) – immerhin ein Fünftel der Teilnehmer:innen aus verschiedenen Teilen Großbritanniens. Und siehe da: Sie machten sich im Vergleich zu Befragten ohne Fluterfahrung mehr Sorgen wegen des Klimawandels. Sie hielten die Erkenntnisse der Wissenschaft auch für weniger ungewiss und trauten sich eher zu, selbst etwas gegen die Erderhitzung tun zu können. (Eine britische Studie von [2018 nach einer Hitzewelle](#) beurteilte den dauerhaften Einfluss solcher Erlebnisse allerdings zurückhaltender.)

Auch in Deutschland haben viele Menschen bereits Gefahren oder wirtschaftliche Verluste durch Extremwetterereignisse erlebt. In Erhebungen aus den Jahren 2012 und 2014 befragten [Manuel Frondel und zwei Kollegen](#) vom RWI-Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung in Essen jeweils gut 6.000 deutsche Haushalte: Drei Prozent von ihnen hatten Schäden durch Hitzewellen erlitten, 13 Prozent durch Überflutungen und 24 Prozent durch Stürme; sie waren sich deshalb der Risiken von Extremwettern deutlicher bewusst als nicht direkt betroffene Befragte. Und laut Erkenntnissen der Klimaforschung werden Wetterextreme künftig häufiger oder heftiger oder beides.

Wenn mehr Menschen solche direkten Erfahrungen machen und ihnen der Klimawandel darum als erlebte, gegenwärtige Realität erscheint, dürften sich auch klimafreundliche Einstellungen verbreiten, schließen Rachel McDonald von der University of Kansas und zwei Kolleg:innen [in einem Überblicksartikel](#) aus solchen Studien. Doch zugleich erschrecken sie: Geht das dann nicht zu langsam? Eigentlich wäre es doch notwendig, dass sich Einstellungen und Verhaltensweisen schon ändern, *bevor* immer ernstere Folgen der Klimakrise eintreten.

## Wie nahe können wir den Menschen die Klimakrise bringen?

Die entscheidende Frage ist daher: Können wir mithilfe guter Kommunikation den Menschen vermitteln, dass die Klimakrise sie selbst und ihre Lieben ganz direkt betrifft? Können wir das Gefühl psychologischer Nähe verstärken? Und wenn ja, was genau bewirkt das? Öffnet es Türen? Nun, die erste Antwort darauf ist einfach – aber dann wird es kompliziert.

**Wir sollten es auf keinen Fall zulassen, dass Menschen die Klimakrise für ein entferntes, zukünftiges, gar ungewisses Ereignis halten**, denn dann werden sie eher nicht handeln. Es gibt aber offenbar große Unterschiede, ob etwas unserem Publikum schon nah ist, oder ob wir es ihm nahebringen. Auch über die Art und Folgen der Annäherung sowie über das erwünschte Niveau der Nähe müssen wir genau nachdenken.

Wir sollten aus den bisherigen Erkenntnissen jedenfalls nicht ableiten, den Klimawandel unserem Publikum auf Biegen und Brechen so nahe wie möglich bringen zu wollen. Die Studien, die bei Proband:innen experimentell in das Gefühl psychologischer Distanz eingegriffen haben, zeigen jedenfalls sehr gemischte, eher wenig beeindruckende Resultate. Es kommt auf viele Begleitumstände an, darunter sind besonders wichtig die schon oft erwähnten Werte und Normen der Zuhörer:innen (siehe dazu zentral [Kapitel 3](#)).



Daher ist die Studienlage auch etwas verwirrend. Wenn Sie, liebe Leserinnen und Leser, sich mit mir da durchbeißen wollen, seien sie herzlich willkommen. Ich werde im Folgenden die Fachdebatten in fünf Schritte strukturieren und dann jeden einzeln kurz beleuchten. Stattdessen können Sie auch [gleich zum Ende dieses Kapitels springen, wo ich ein Fazit versuche](#).

Was ich zusätzlich empfehlen kann: Es gibt von der schon oft zitierten britischen Organisation *Climate Outreach* eine abwägende [Zusammenfassung des Forschungsstandes zu psychologischer Nähe und Distanz](#) sowie den [Mitschnitt eines Webinars \(auf Englisch\)](#), in dem diese erklärt wird.

Blick in einige Studien

## Variationen von Nähe und Distanz

Betrachten wir in einem **ersten Schritt, was die Wissenschaft über Variationen von Nähe und Distanz weiß**. Auf einen interessanten Zusammenhang stieß zum Beispiel Adrian Brügger [2013 in seiner Dissertation](#) an der Universität Exeter (inzwischen lehrt er in Bern): Nahmen Menschen globale Klimarisiken stark wahr, war ihre Unterstützung für politische Maßnahmen hoch; nahmen sie lokale Gefahren durch den Klimawandel stark wahr, gerieten ihr persönliches Verhalten und eigene Handlungsabsichten ins Blickfeld. Ohnehin rücken Folgen des Klimawandels den Menschen nur dann nahe, wenn für sie das, was betroffen ist, auch emotionale Bedeutung besitzt. Darauf wies Brügger mit einigen Kollegen britischer Universität im Jahr 2015 in einem [Aufsatz in \*Nature Climate Change\*](#) hin.

Die politische Grundeinstellung spielt ebenfalls eine Rolle dabei, wie Nähe und Distanz wirken. Rachel McDonald zeigte in ihrem [Überblicksartikel](#), dass sich progressive und liberale Menschen (bei ihr: Wähler der US-Demokraten) auch und vor allem für Klimapolitik aussprachen, wenn sie Informationen über sozial weit entfernte Opfer bekamen. In diesem Fall spielen ideologische Unterschiede eine große Rolle, denn konservative Wähler (der US-Republikaner) unterstützten die Maßnahmen eher nur, wenn ihnen die Betroffenen sozial nahestanden. Um beide Seiten anzusprechen, schloss daraus das Autor:innenteam, solle man in der Kommunikation Klimafolgen mit einer Bandbreite in der sozialen und räumlichen Dimension präsentieren. Damit für jede und jeden etwas dabei ist, sozusagen.

Und noch ein Tipp: Wenn wir von ernststen Folgen sprechen, die der Klimawandel in einer spezifischen Gegend, für einen Bereich des Lebens oder eine Aktivität haben kann, [sollten wir zudem die oft übliche Art der Formulierung umkehren](#). Statt also zu sagen: „Bis zum Jahr 2060 könnte der höchste Pegelstand des Flusses beim Frühjahrshochwasser um 20 bis 50 Zentimeter ansteigen“, drücken wir es besser so aus: „Der höchste Pegelstand des Flusses beim Frühjahrshochwasser wird um 50 Zentimeter ansteigen. Wir wissen nur noch nicht, ob das schon 2060 oder einige Jahrzehnte später passiert.“ Man soll also **über das „Wann“ konkreter Folgen sprechen, nicht über das „Ob“**, so empfiehlt es auch die britische Organisation *Climate Outreach*.



[zurück zum Anfang](#)

## Nähe und Annäherung, Distanz und Distanzierung

Annäherung und  
Distanzierung

Im **zweiten Schritt** müssen wir lernen, dass **Nähe und Annäherung nicht das Gleiche** sind. Zum einen geht es dabei natürlich darum, welchen Raum und welche Geltung im Denken und Fühlen die womöglich neue Erkenntnis bekommt, dass der Klimawandel schon da ist – ob die Wahrnehmung fest verankert wird oder vorübergeht. Reagieren die Menschen also mit einem höflichen: „Aha, interessant“ oder sagen sie: „Jetzt verstehe ich das endlich“?

Gleichzeitig spielt es eine wichtige Rolle, wie schwerwiegend die Folgen sind: Es dürfte zum Beispiel wenig helfen, wenn Menschen zwar anerkennen, dass die globale Veränderung auch in ihrem Leben schon durch ein paar mehr Sommertage zu spüren ist – und zugleich darauf beharren, die wirklich ernstesten, schädlichen Folgen lägen doch noch viele Jahrzehnte in der Zukunft.

Den Klimawandel aus der Zukunft in die Gegenwart zu holen, hat zudem mehrere denkbare Nebenwirkungen. Was schon passiert ist oder gerade passiert, also psychologisch sehr nahe liegt, ist den Menschen auch vertraut; sie empfinden es gerade deswegen als weniger bedrohlich. Man solle sich deshalb darauf fokussieren, was demnächst geschehen werde, empfehlen [Susie Wang von der University of Western Australia und ihr Team in einer Untersuchung](#). Dann könnte man zum Beispiel die Botschaft verbreiten: „Die Zukunft ist näher, als Sie denken.“

Die Klimakrise vor allem in ihren lokalen Auswirkungen zu betonen, könne sie zudem banalisieren, warnen Laura Loy von der Universität Koblenz-Landau und Alexa Spence aus Nottingham [in einer Studie von 2020](#). Die sehr ernstesten Folgen für arme Länder werden dann womöglich ausgeblendet, dabei beeindruckt diese die Bürger:innen der reichen Industrieländer in anderen Untersuchungen durchaus.

Loy und Spence schlagen daher statt des Heranholens einen Brückenschlag vor: Man könne beim Publikum auch das Gefühl einer globalen Identität und Gemeinsamkeit fördern und so die räumlich weit entfernten Folgen der Klimakrise emotional näher an die Menschen bringen. Die beiden Psychologinnen nutzten dazu ein Video, in dem ein Mann zu ein und demselben Song überall auf der Welt mit lokalen Partner:innen tanzte ([nach diesem Muster](#)): Frühere Untersuchungen hatten schon geklärt, dass Menschen sich dann weltweit verbunden fühlen. Und die Teilnehmer:innen der aktuellen Studie empfanden die Auswirkungen der Klimakrise im heimischen Großbritannien und im fernen Bangladesch dann als gleich schlimm. Dass sich die Mitglieder des Publikums als Weltbürger:innen begreifen, lässt sich anderen Studien zufolge bereits durch aufgehängte Poster von Menschen verschiedener Nationalitäten fördern.

## „Nah“ ist nicht das Gleiche wie „konkret“

Sprachliche  
Vermischung

Der **dritte Schritt** besteht darin, eine **sprachliche Vermischung zu entwirren**. „Nah“ und „entfernt“ werden oft wie Synonyme von „konkret“ und „abstrakt“ betrachtet. Schon der Titel dieses Kapitels enthält ja das Wort „konkret“, und es war in der Planung und beim Schreiben völlig klar, dass es unter dieser Überschrift um Distanz und Nähe gehen würde.

Doch ob sich „nah“ wirklich als „konkret“ übersetzen lässt, wenn wir alle Aspekte und Assoziationen der Begriffe betrachten, darüber ist in der Psychologie eine heftige Debatte entbrannt. Das Fach, das viele Jahre lang [beide Dimensionen als praktisch identisch angesehen](#) hat, versucht so die Verwunderung über die gemischte Bilanz der Studien



[zurück zum Anfang](#)

zu bewältigen. Der Disput ist zwar sehr interessant, wenn man an der psychologischen Theorie interessiert ist, aber eben auch sehr theoretisch. Darum nur ein paar praktische Aspekte daraus.

Ob etwas als konkret oder abstrakt empfunden wird, lässt sich zum Beispiel [durch einfache Fragen](#) klären – und in gewissem Maße steuern.

Fragt man „**warum?**“, dann zielt die Antwort eher auf abstrakte Eigenschaften und Prinzipien, möchten wir hingegen wissen „**wie?**“, dann geht es um konkrete, oft handlungsnahe Details. Warum wollen wir in den Urlaub nach Italien? – das fragt man beim Buchen fünf Monate vor der Abreise. Wie genau kommen wir dahin? – das bewegt uns am Tag vorher.

Und es wandelt sich dabei auch die Art und Weise, wie Menschen Entscheidungen treffen und begründen: Beim Fokus auf Konkretes spielten die **Meinungen anderer** eine große Rolle, wurde hingegen in der Kommunikation Abstraktes betont, waren **langfristiges Denken, allgemeine Prinzipien und Werte** ausschlaggebend.

Beide Pole sind aber keine scharfen Gegensätze. Wie zum Beispiel Susie Wang und ihre Kolleg:innen erkannten, können Menschen durchaus sowohl die lokalen und globalen als auch die konkreten und abstrakten Folgen der Klimakrise wahr- und ernstnehmen und sich darüber Sorgen machen. Dabei ist psychologische Nähe ein besserer Indikator dafür, ob Menschen eine Handlungsabsicht entwickeln; das Niveau, auf dem sie die globale Erwärmung in ihrem Kopf konkret oder abstrakt rekonstruieren, sagt weniger über die potentielle Verhaltensänderung aus.

## Wenn die Nähe zu groß wird

Im **vierten Schritt** betrachten wir die Frage, ob wir den Menschen in unserem Publikum nicht vielleicht **Angst** machen, wenn wir die Klimakrise in ihr Leben drängen. Das Thema behandeln wir noch ausführlich in Kapitel 15, wo es um den Umgang mit Katastrophenmeldungen und -rhetorik geht.

Wir wissen ja bereits, dass emotionale Nähe räumliche Nähe übertrumpfen kann. Und dass manche Menschen den Klimawandel (bewusst oder unbewusst) auf Distanz halten, um keine starken Gefühle zulassen zu müssen. Umgekehrt bedeutet das auch, dass wir womöglich Emotionen auslösen, wenn wir Entfernung verringern. Das kann zum Beispiel bei Berichten über die Opfer von Extremereignissen geschehen. In Rachel McDonalds [Überblicksarbeit](#) zum Thema Distanz und Nähe empfiehlt das Team darum: „Ernste, entfernte Effekte scheinen einigermaßen optimal dafür zu sein, das Handeln zu fördern.“ Die gewundene Formulierung trägt dabei dem mehrdeutigen Forschungsstand Rechnung.

Klar ist aber immerhin, dass brutale Nähe schädlich sein kann. „Wenn man Bilder oder persönliche Berichte der Betroffenen verwendet, muss man aufpassen, dass man die Rezipienten nicht zu Abwehrreaktionen veranlasst“, [erklärt Thorsten Grothmann](#), Psychologe an der Universität Oldenburg. Das Publikum könnte sich überfordert fühlen oder daran zweifeln, dass sich ein solches Schicksal mit eigenen und staatlichen Mittel überhaupt verhindern lasse. „Daher sollten in der Klimakommunikation vermittelte Schaudenserfahrungen immer mit der Kommunikation wirksamer Klimaschutz- und Klimaanpassungsmaßnahmen kombiniert werden, um die Gefahr derartiger Abwehrreaktionen zu mindern.“

Der gleiche Gedanke findet sich in einem Dreischritt, mit dem Adrian Brügger und seine Ko-Autoren in dem [Nature Climate Change-Aufsatz](#) ihre Befunde zusammenfassen.

Angst anfangen



zurück zum Anfang

*Erstens: Nähe herzustellen motiviert Menschen vermutlich nicht direkt, gegen die Klimakrise vorzugehen, sondern ändert lediglich die Art und Weise, wie sie darüber nachdenken und welche Informationen sie in ihre Entscheidungen einfließen lassen. Zweitens: Nähe herzustellen funktioniert nur, wenn das, was herangeholt wird und nun bedroht ist, dem Publikum wirklich etwas bedeutet. Drittens: Nähe herzustellen führt nur zu mehr Handlung, wenn die Leute Handlungsoptionen haben, die ihnen akzeptabel, praktikabel und effektiv erscheinen.*

Solche Ansätze zur Lösung sollten dann übrigens möglichst genauso lokal sein wie die geschilderten Folgen der Klimakrise.

## Sich in andere Menschen hinein fühlen

perspective taking

Der **fünfte Schritt** ist es, die **Technik des perspective taking** kennenzulernen. Sie wird schon seit einigen Jahrzehnten erprobt: Menschen erweisen sich demnach als hilfsbereiter und kooperativer, wenn sie sich laut der Anweisungen in einem Experiment in die Lage eines vermeintlichen Opfers hineinversetzen sollen, als wenn man sie auf eine objektive Prüfung der Situation verpflichtet. Sabine Pahl von der University of Plymouth und Judith Bauer von der Universität Erlangen wandten diese Methode [in einer 2013 veröffentlichten Studie](#) auf die Klimafrage an. Die Versuchspersonen, Studierende der Erlanger Universität, sahen dabei eine Art Diaschau über eine junge Frau, die im Jahr 2105 im Alltag mit dem Klimawandel zu kämpfen hat. Sie bekam zum Beispiel sofort einen Sonnenbrand an den Händen, wenn sie nach draußen ging, ohne sich einzucremen. Und Schwimmen im Meer löste einen Hautausschlag aus.

Einen Teil der Probanden hatte das Forschungsteam gebeten, sich vorzustellen, wie es ihnen in der Situation ergangen wäre. Sie kreuzten danach auf einem Fragebogen deutlich höhere Werte für geplante Verhaltensänderungen wie „kürzer duschen“ an als jene, die die Informationen „objektiv“ prüfen sollten. Erstere Gruppe nahm auch fast doppelt so viele Umweltschutz-Broschüren von einem Tisch am Ausgang mit, von dem die Versuchspersonen nicht wussten, dass er noch Teil des Experiments war. „Unsere Forschung zeigt“, schreiben die beiden Psychologinnen in der Zusammenfassung, „dass das Einnehmen einer fremden Perspektive sogar dann wirkt, wenn es um mögliche, zukünftige Erfahrungen geht und das eigene Verhalten als Tropfen im Ozean erscheint.“

Auf ähnliche Weise konnte [ein Team um Isabella Uhl-Hädicke von der Universität Salzburg](#) Probanden dazu bringen, vermeintlich verpflichtende Umweltschutz-Aktionen eher zu akzeptieren. Laut einer anderen [Studie von Lisa Zaval von der Columbia University und zwei Kolleginnen](#) verstärkte es die Bereitschaft zu Umweltschutzmaßnahmen, wenn Versuchspersonen zuvor aufgefordert wurden, aus der Zukunft auf ihr heutiges Selbst blicken. „Über das eigene Vermächtnis nachzudenken könnte das Verhalten in Umweltfragen beeinflussen“, [schlossen die Forscherinnen aus ihrem Experiment](#), „weil die Leute dann auf die künftigen Folgen ihrer Handlungen achten.“

## Auf die Emotionen kommt es an

Fazit

Sie sehen, die Forschungslage ist manchmal verwirrend und vielfältig. Darum lassen Sie mich hier in ein paar Sätzen eine Zusammenfassung versuchen:

1. Wenn Menschen den Klimawandel als Problem der Zukunft und ferner Länder betrachten, der sie nichts angeht, werden wir sie kaum dazu bringen, Klimaschutz politisch zu unterstützen und im eigenen Leben umzusetzen. Dieser bequemen Haltung sollten wir etwas entgegensetzen.



[zurück zum Anfang](#)

2. Der oft übersehene Faktor dabei ist die *emotionale* Nähe zum Thema. Es mag sein, dass diese wächst, wenn wir den zeitlichen, räumlichen oder sozialen Abstand der Klimafolgen zum Alltag verringern – dies ist aber nicht garantiert. Besser ist es deshalb wohl, direkt auf den Faktor Gefühle zu achten.
3. Zu erfragen oder zu erspüren, womit sich die Zielgruppe emotional verbunden fühlt, ist eine wichtige Aufgabe der Kommunikation. Dafür kann es hilfreich sein, Gefühle von globaler Identität zu wecken (um räumliche Distanz zu überwinden) oder Menschen zu bitten, die Perspektive künftiger Menschen einzunehmen (kann zeitliche Distanz überbrücken).
4. Nahe und konkrete Folgen des Klimawandels zu verdeutlichen – das ist häufig gut, aber nicht automatisch. Schauen wir uns das Publikum an, um zu erkennen, was bei ihm Resonanz findet: Die Menschen können auch tief von der Ungerechtigkeit berührt sein, dass die historischen Treibhausgas-Emissionen der Industrieländer in den armen Staaten des globalen Südens verheerende Schäden anrichten. Oder sie reagieren tatsächlich erst, wenn es um Folgen der Klimakrise in ihrer Nachbarschaft geht. Bei einem gemischten Publikum sollte die Kommunikation daher eine Bandbreite der räumlichen und sozialen Folgen präsentieren.
5. Wer Nähe erzeugt, löst womöglich auch Angst aus. Es ist daher entscheidend, den Leuten immer auch Lösungsoptionen anzubieten, damit sie ein Gefühl von Kontrolle und subjektiver Handlungsfähigkeit gewinnen können, statt angesichts der drohenden Konsequenzen der Klimakrise gelähmt zurückzubleiben.

## Link- und Literaturliste zum Weiterlesen

- [Managing the psychological distance of climate change](#)  
Handreichung und Webinar der britischen Organisation *Climate Outreach* (in Englisch)
- [„Ja, das ist der Klimawandel“](#)  
Interview mit Susan Joy Hassol, Mitautorin eines Reports der Weltmeteorologie-Organisation über den Einfluss der Erderhitzung auf Wetterextreme
- [Der Monitoringbericht des Umweltbundesamtes von 2019](#)  
gibt einen breiten Überblick, welche Folgen des Klimawandels bereits heute in Deutschland sichtbar sind
- [Deutschland 2050. Wie der Klimawandel unser Leben verändern wird](#)  
Dieses Sachbuch schildert auf mehr als 300 Seiten nahe und konkrete Folgen der Erderhitzung (Erscheinungstermin: Mai 2021; einer der Autoren ist klimafakten.de-Redakteur Toralf Staud)

Dies ist ein Kapitel des Handbuchs Klimakommunikation von [klimafakten.de](http://klimafakten.de)  
**Über Klima sprechen. Das Handbuch**

Die **20 anderen** Kapitel finden Sie unter: [klimakommunikation.klimafakten.de](http://klimakommunikation.klimafakten.de)

Und eine **Kurzversion dieses Kapitels** mit interaktiven Übungen finden Sie hier:  
[www.klimafakten.de/handbuch/kap08](http://www.klimafakten.de/handbuch/kap08)



## Arbeitsblatt 1

### Übung 1: Nähe und Distanz

In der untenstehenden Liste finden Sie verschiedene Ursachen und Folgen des Klimawandels sowie Konsequenzen klimapolitischer Maßnahmen.

Bringen Sie diese für sich ganz persönlich in eine Reihenfolge: Je höher Sie den jeweiligen Punkt positionieren, desto näher an Ihrem Leben und desto wichtiger ist er für Sie. Es geht dabei ausdrücklich um Ihr subjektives Empfinden – richtig oder falsch gibt es bei dieser Übung nicht!

(Um Sie nicht zu beeinflussen, sind die Begriffe hier alphabetisch geordnet.)

↑ sehr wichtig und nah an meinem Leben

am Horizont stehen jetzt Windräder  
auf dem Gelände meiner Firma werden Ladesäulen für E-Autos aufgestellt  
Computerspiele und Internetsurfen brauchen viel Strom  
Dauerregen lässt einen Fluss in meiner Stadt über die Ufer treten  
die Bedingungen für Kaffee- und Kakaoanbau verschlechtern sich  
Eisbären sind vom Aussterben bedroht  
Eisschelfe in der Antarktis brechen ab  
Eiswein wird es bald nicht mehr geben  
Feinstaub durch Autoverkehr belastet meine Gesundheit  
Gletscher in Grönland schmelzen  
häufigere Niedrigwasser am Rhein  
immer stärkere Waldbrände in Kalifornien  
in den Bergen fällt immer weniger Schnee  
in Schlossgärten sterben Bäume durch die Dürre  
Krankenkassen warnen vor Hitzegefahren für alte Menschen  
Lebenschancen der Kinder werden eingeschränkt  
Meereis in der Arktis schrumpft  
mehr Waldbrände in Brandenburg  
Ozeane schwellen an, Deiche werden erhöht  
Parkplätze verschwinden, stattdessen entstehen neue Fahrradwege  
Regenwald in Brasilien wird für Soja-Exporte gerodet  
Sommer in den Großstädten werden immer heißer  
Südseeinseln werden unbewohnbar, weil Trinkwasserquellen versalzen  
tropische Früchte soll man wegen der Transportemissionen nicht mehr kaufen  
Urlaubsflüge werden teurer  
verheerende Brände in der nordsibirischen Taiga

↓ nicht so wichtig, nicht so nah an meinem Leben

