

*Everyone is entitled to his own opinion,  
but not his own facts*

**DANIEL PATRICK MOYNIHAN**

(EHEMALIGER US-SENATOR,

[KOMMENTAR IN DER WASHINGTON POST 1983](#))

## 19. Gehe richtig mit Zweifeln und Falschinformationen um

**In diesem Kapitel lesen Sie:** Wer Zweifel an wissenschaftlichen Erkenntnissen zum Klimawandel äußert, dem geht es oft überhaupt nicht um die Wissenschaft. „*By denying the facts, no emotions need to be felt*“, heißt es in der Psychologie: Wer Forschungsergebnisse bestreitet, braucht sich nicht mit deren (emotionalen) Konsequenzen auseinanderzusetzen. Daher ist es oft besser, nach der eigentlichen Motivation von Zweifelnden zu fragen – und dann auf diese zu reagieren.

Gegenüber Menschen, die lautstark immer neue Bedenken und Einwände vorbringen, helfen wissenschaftliche Antworten meist wenig. Bei einer Auseinandersetzung mit solchen Personen geht es eher um jene, die meist schweigend zuschauen. Sie sind die eigentlichen Adressaten, weil das Erklären tatsächlicher Forschungserkenntnisse bei ihnen aufkeimende Zweifel beruhigt. Arrogantes Auftreten und Angriffe gegen vermeintliche Leugner können hier den Erfolg stören.

Will (oder kann) man Einwände nicht detailliert entkräften, hilft der Hinweis auf den überragenden Forschungskonsens zum Klimawandel. Entscheidet man sich jedoch für gründliches Widerlegen, stehen viele fertige Argumentationshilfen zur Verfügung. Dabei sollte die Antwort stets mit dem gesicherten Wissen beginnen und den Einwand nicht prominent wiederholen; zudem ist es hilfreich, die Funktionsweisen von Desinformationskampagnen aufzudecken. Dies kann helfen, Menschen weniger anfällig zu machen und sie sozusagen zu „impfen“.

**Zum Textabschnitt springen:** [20 Worte | Was bedeutet der Konsens? | 97 Prozent | consensus messaging | Gateway Belief-Modell | Kritik | Impfung gegen Desinformation | Impfung als Spiel | PLURV | Diskurse der Verzögerung | Widerlegen – aber richtig | Wie man mit Zweiflern und Leugnern spricht | Akzeptieren und Handeln](#)

**F**rank Luntz ist in seinem Job richtig gut – nur ist sein Job nicht gut für die Welt. Luntz arbeitet als Meinungsforscher und politischer Berater für die republikanische Partei der USA; unter anderem hat er die fatale Umwelt- und Klimapolitik der Regierung von George W. Bush (2001-2009) maßgeblich geprägt. Sie ist nicht die einzige Ursache für Stillstand und Verzögerung in der Klimapolitik des lange Zeit weltgrößten Verursachers von Treibhausgasen – aber eine sehr wichtige.

Luntz ist in Fachkreisen bekannt geworden, als Anfang 2003 ein internes [Strategiepapier](#) für die US-Konservativen in die Öffentlichkeit kam. Wie [Zeitungen enthüllten](#), preist der Berater darin zum Beispiel die überwältigende Wirkung emotionaler Geschichten – egal ob sie stimmen oder nicht. Und Luntz rät zu einer Argumentationslinie, die zur Standardphrase für alle jene wurde, die Klimaschutz verhindern oder verzögern wollen: Man müsse doch in Sachen Klimawandel erst *alle* Fakten kennen, bevor man handelt – und bis dahin sollte man erstmal abwarten. Wörtlich empfahl er Politikern und Wirtschaftslobbyistinnen:

*„Die Wähler glauben, dass es in der Wissenschaft keinen Konsens über die globale Erwärmung gibt. Sollte die Öffentlichkeit zur Überzeugung kommen, dass die wissenschaftlichen Fragen beigelegt sind, werden sich ihre Ansichten zur globalen Erwärmung entsprechend verändern. Darum müssen Sie den Mangel an wissenschaftlicher Gewissheit weiterhin zu einem zentralen Punkt in der Debatte machen.“*

Mit diesen Worten verfälschte Luntz die Realität. Denn es gab längst einen Konsens in der Wissenschaft, dass der Mensch Hauptursache des Klimawandels ist und der Treibhausgas-Ausstoß dringend sinken muss. Luntz jedoch riet seinen Kunden, die Fakten möglichst zu verschleiern und so die Zweifel in der Öffentlichkeit zu nähren. Der Kommunikations-Fachmann brachte damit „die Strategie der organisierten Leugnung des Klimawandels auf den Punkt“, wie es [Wikipedia ausdrückt](#).

Luntz' Sätze befeuerten eine jahrzehntelange Schlammschlacht. Wobei „Schlacht“ vielleicht das falsche Wort ist, weil es nach hin und her klingt: Tatsächlich wurde Schlamm lange Zeit überhaupt nur von einer Seite geworfen, nämlich von rechten oder marktradikalischen Klimaschutzgegnern. Wo er aufschlug, verdeckte er die klaren Linien, die die Wissenschaft schon seit den 1990er-Jahren über die Ursachen und Folgen des Klimawandels hatte zeichnen können. Er traf Forscherinnen und Forscher ins Gesicht, und weil diese dann mit dem Wegwischen und der Verteidigung der eigenen Ehre beschäftigt waren, konnten sie kaum mehr mit der Gesellschaft über die klar erkennbare Gefahr kommunizieren. Schon diese Verzögerung war ein Gewinn für alle Freunde der fossilen Energiewirtschaft, von denen es in republikanischen Regierungen der USA stets viele gab.

Zweifel nicht nur an einzelnen Studien zu wecken, sondern vor allem an der bemerkenswerten Einigkeit der Wissenschaft über die Grundfragen der Klimaforschung, wurde so zur Strategie konservativer Unternehmerinnen, Politiker und Thinktanks vor allem in den USA, Australien und England. Umgekehrt entwickelten sich aus der Analyse dieser Methode und der Suche nach Gegenmaßnahmen viele der Erkenntnisse, die in diesem Kapitel und im ganzen Buch beschrieben werden.

Trotzdem könnten Sie sich wundern, liebe Leserinnen und Leser, warum ich Frank Luntz sozusagen die Ehre erweise, ihn im Einstieg eines Kapitels zu zitieren. Sonst kamen hier wichtige Stimmen aus der Wissenschaft wie Naomi Oreskes, Donella Meadows oder Katharine Hayhoe vor, ein Psychologe wie Jonathan Haidt oder ein Mann mit einer spannenden Geschichte wie Aron Ralston. Verglichen mit denen ist Frank Luntz (in der Rollenverteilung einer guten Erzählung, siehe zum [„Storytelling“ Kapitel 11](#)) natürlich ein Schurke – aber ein sehr einflussreicher Schurke.



Und übrigens einer, der später versuchte, sich herauszureden. In einem [Interview mit dem öffentlichen Radionetzwerk PBS](#) erklärte der Politikberater im Jahr 2006, das Memo mit den Sätzen über den vermeintlichen „Mangel an wissenschaftlicher Gewissheit“ stamme aus der Zeit ab 1995; inzwischen sehe er selbst es nicht mehr so, dass die wissenschaftliche Basis der Globalen Erwärmung umstritten sei, und würde es auch nicht mehr in ein Strategiepapier schreiben. Dass die Bush-Regierung seine Worte dennoch bis aufs letzte Komma genau befolgte? „*That’s up to them*“, entgegnete Luntz: Das ist deren Ding.

**Bevor es weitergeht, zwei sprachliche Anmerkungen:**

1) Ich spreche hier und im Folgenden mit Absicht von „Klimawandel“ und nicht von „Klimakrise“, weil es vor allem um die naturwissenschaftlich zu messenden Folgen der wachsenden Treibhausgas-Mengen in der Atmosphäre geht.

2) Es gibt wichtige Unterschiede zwischen Begriffen wie Fehlinformation, Desinformation, Falschmeldung, *Fake News* oder Gerücht. Trotzdem werde ich sie in diesem Kapitel im Wesentlichen austauschbar benutzen, weil es für den Kampf dagegen und das Widerlegen zunächst nicht so sehr darauf ankommt, welche genauen Absichten die Urheber:in verfolgte oder woher die Meldung stammt und was daran vielleicht doch stimmen könnte. Zur Information: Nur die wenigsten Mythen und Falschmeldungen sind komplett erfunden; viel häufiger werden (durchaus korrekte) Daten und Informationen aus dem Zusammenhang gerissen, falsch interpretiert oder irreführend instrumentalisiert. Dies zeigte zum Beispiel die [Analyse eines Forschungsteams aus Münster und München](#), das 117.000 deutsche Facebook-Posts von echten und „alternativen“ Nachrichtenseiten von Anfang 2020 analysiert hat, die verschiedene Themengebiete betrafen.

## Der Konsens in 20 Worten

20 Worte

Natürlich war Luntz nicht allein verantwortlich: Viele Lobbygruppen, Berater und Politikerinnen haben jahrzehntelang hart darauf hingearbeitet, was während der Präsidentschaft von Donald Trump fast gelungen wäre: Die Geltungskraft wissenschaftlicher Ergebnisse (nicht nur in der Klimadebatte) zu zerstören und ihren Einfluss auf die Politik zu neutralisieren. Zu den [112 Umweltgesetzen](#), die unter Trumps Präsidentschaft aufgeweicht oder abgeschafft wurden, gehörte zentral eine Regelung, mit der die Zahl wissenschaftlicher Studien eingeschränkt wurde, die von der Umweltbehörde EPA zur Kenntnis genommen und als Grundlage für staatliche Regulierungen verwendet werden sollten.

„Das Verbreiten von Missinformation – auf einem Niveau und mit einer Komplexität wie nie zuvor – (...) hat die Natur der öffentlichen Debatte verformt“, urteilte Anfang 2019 [ein Autor:innen-Team um Robert Brulle](#), einem Soziologen von der Drexel University in Philadelphia im US-Bundesstaat Pennsylvania. Verantwortlich waren viele Akteure, für die sich mit Trumps Amtsübernahme ein langgehegter Traum erfüllte. Aber die Wurzeln reichen bis in die 1990er-Jahre zurück. Das System der Falschmeldungen habe „die Samen einer kulturellen und politischen Polarisierung gesät und das Verabschieden wirkungsvoller Gesetze fast unmöglich gemacht“, so die Analyse weiter.

In direkter Reaktion auf die politische Strategie, Zweifel an der Wissenschaft und ihren Hauptergebnissen zu wecken, haben Psychologinnen und Klimaschützer das sogenannte *consensus messaging* entwickelt – das Betonen des Grundkonsenses der Klimaforschung. Damit man sich die unbestreitbaren Basisfakten besser merken kann, hat der US-Kommunikationswissenschaftler Anthony Leiserowitz sie [auf zehn griffige Worte](#) kondensiert: 1. *It’s real.* 2. *It’s us.* 3. *It’s bad.* 4. *Experts agree.* 5. *There’s hope.*



zurück zum Anfang  
des Kapitels

Die [deutsche Übersetzung mit 20 Worten](#) ist (wie so oft) etwas länger. Veröffentlicht wurde sie unter anderem vom Deutschen Klimakonsortium und *klimafakten.de* in den „[Basisfakten über den Klimawandel](#)“. Sie lautet:

1. Er ist real.
2. Wir sind die Ursache.
3. Er ist gefährlich.
4. Die Fachleute sind sich einig.
5. Wir können noch etwas tun.

Um die Basis und Begründung, die Wirkung und Weiterentwicklung dieser Konsens-Botschaft kümmern wir uns jetzt gleich als erstes in diesem Kapitel. Danach geht es um die verwandten Themen des Erkennens und Widerlegens von Mythen und Falschmeldungen.

Aber erstmal möchte ich Sie zu einer **Übung** einladen: Denken wir uns gemeinsam ein paar Mythen rund um den Klimawandel aus. Die Details dazu finden Sie im Arbeitsblatt Nr. 19-1 in der Materialsammlung zum Handbuch (zum kostenlosen Herunterladen unter: [www.klimafakten.de/handbuch/material](http://www.klimafakten.de/handbuch/material)). Sie können aber auch erstmal weiterlesen und mehr zum Thema erfahren und die Übung später einschieben.

Was bedeutet  
der Konsens?

## Was bedeutet der Konsens?

Der Konsens beschreibt die bemerkenswerte Einigkeit, die es innerhalb der Klimawissenschaften seit Langem zu Grundfragen gibt. Er bedeutet nicht, dass schon alle Forschungsfragen geklärt seien – das ist bei Weitem nicht der Fall. Aber was noch offen ist, kann den Konsens über die fundamentalen Fakten nicht mehr in Frage stellen. Und egal, was an Details noch herauskommt: Es ist irrelevant für die Notwendigkeit, die Treibhausgas-Emissionen drastisch und schnellstens zu senken. Also auch für die grundsätzlichen gesellschaftlichen Entscheidungen, der Klimakrise mit einer anderen Politik, Wirtschafts- und Lebensweise als bisher entgegenzutreten.

Die wissenschaftliche Diagnose, die in den 20 Worten steckt, lässt sich sogar noch knapper ausdrücken: mit den drei Buchstaben AGW – sie sind die Abkürzung des englischen Begriffs *Anthropogenic Global Warming*, also menschengemachte Erderwärmung. Diese knappen wie viele ausführlichere Varianten des Konsenses richten sich punktgenau gegen die abwartende Teilnahmslosigkeit der Bürgerinnen und Bürger, die Frank Luntz und seine Kunden durch das Nähren von Zweifeln bis in alle Ewigkeit fortschreiben wollten.

Doch „Konsens“ ist keine wissenschaftliche Kategorie. Zum einen wird in der Forschung über Resultate ja nicht demokratisch abgestimmt – eine einzelne Wissenschaftlerin kann im Prinzip mit einer einzigen Messung das Schulbuchwissen aller anderen widerlegen. Zum anderen sind nicht Kongruenz und Harmonie, sondern Skepsis und Widerspruchsgeist Tugenden in der Wissenschaft. Sie sucht zwar nach immer besseren Erklärungen, hat aber nicht das Ziel, endgültige Antworten zu geben. (Einen ausführlichen Artikel dazu, was eigentlich unter „Konsens“ zu verstehen ist, [finden Sie hier](#).)



## Die berühmten „97 Prozent“

97 Prozent

Weil Konsens keine wissenschaftliche Kategorie darstellt, gibt es auch kein etabliertes Verfahren, um einen Konsens zu messen. Der wohl erste Aufsatz mit den Stichwörtern *consensus* und *climate* [stammt bereits aus dem Jahr 1973](#). In ihm bemühten sich 30 Wissenschaftler:innen um eine konsistente Beschreibung des menschlichen Einflusses auf das Klima. Das Wissen zum Thema zu systematisieren, wurde ab 1988 Aufgabe des überstaatlichen Gremiums IPCC, das auf Deutsch Weltklimarat genannt wird. Er begann die wissenschaftliche Literatur zu bewerten und gemeinsame Linien herauszuarbeiten. Als gegeben vorausgesetzt wurde der „wissenschaftliche Konsens“ dann [schon 1997](#) (und damit etliche Jahre vor Bekanntwerden des Luntz-Strategiepapiers). Damals fingen auch wissenschaftliche Akademien in vielen Ländern an, die Grunderkenntnisse der Klimaforschung für Gesellschaft und Politik zusammenzufassen.

Doch erst im Jahr 2004 veröffentlichte die Wissenschaftshistorikerin Naomi Oreskes die [vermutlich erste Quantifizierung](#) des Konsenses: Sie hatte die Zusammenfassungen von 928 Studien aus den Jahren 1993 bis 2003 durchgesehen, die die Wörter *global climate change* enthielten. In keiner einzigen war eine Ablehnung der Konsensposition zum AGW zu lesen. Oreskes fand daher einen hundertprozentigen Konsens vor. „Schon 2003 war die Realität des menschengemachten Klimawandels nicht mehr Thema einer wissenschaftlichen Debatte“, stellte sie später [in einem Essay](#) fest.

Einen anderen Weg ging 2013 ein Team um John Cook, damals an der University of Queensland und Gründer des Online-Portals *SkepticalScience.org*, einem Partner von *klimafakten.de*. Die neunköpfige Arbeitsgruppe zählte nicht die ausbleibende Ablehnung der Konsens-Position, sondern die ausdrückliche Zustimmung. Sie [durchsuchte dazu](#) fast 12.000 Forschungsaufsätze aus den Jahren 1991 bis 2011, in denen die Begriffe *global warming* oder *global climate change* vorkamen. Das Ergebnis: Zwei Drittel der Zusammenfassungen („Abstracts“) enthielten keine Aussage zum Konsens, aber vom Rest stimmten ihm 97 Prozent aktiv zu. (Dass zwei Drittel der erfassten Studien nicht gewertet wurden, hat zu Kritik geführt, die [zum Beispiel hier beantwortet](#) wird.)

Der 97-Prozent-Wert wird seither [immer wieder zitiert und bestätigt](#). So fand eine Arbeitsgruppe um Cook und Oreskes [2016 in einem Überblicksartikel](#) ein gutes Dutzend weiterer Studien mit ähnlichen Resultaten. 2019 kam [eine kurze Analyse](#) von James Powell vom National Physical Science Consortium der USA zu dem Ergebnis, dass sich der Konsens in 11.000 Klimastudien allein aus den ersten sieben Monaten des Jahres der Hundert-Prozent-Marke annähert. [Zuletzt ergab eine Studie](#), in der die Fachliteratur der Jahre 2012 bis 2020 ausgewertet wurde, einen Konsens von [mehr als 99,9 Prozent](#): Typische Stichwörter, die in den Mythen der Klimawandelleugner vorkommen, fanden sich nicht einmal in einem Promille der 88.000 Fachaufsätze.

Beide Suchverfahren, also nach der Ablehnung von Basiserkenntnissen der Klimaforschung oder nach expliziter Zustimmung, lieferten dabei vergleichbare, konsistente Ergebnisse. Dennoch wird der Sinn solcher Berechnungen praktisch seit der Arbeit von Naomi Oreskes bestritten. Man müsse doch politische Konsequenzen aus den Erkenntnissen der Klimaforschung diskutieren, ob der Widerspruch zum Konsens nun bei einem oder 40 Prozent liege, [mahnte ein Leserbrief](#). Andere beklagten, Übereinstimmung sei kein Beweis. Es gebe schließlich etliche Fälle in der Wissenschaftsgeschichte, wo eine allgemein akzeptierte Erklärung am Ende doch widerlegt worden sei.



Diese Kritik zielt mehr oder weniger absichtlich am eigentlichen Kern vorbei. Es ging und geht beim *consensus messaging* ausschließlich um die öffentliche Botschaft und die Kommunikation. Darum erwiderte John Cook in einem Beitrag zur [Oxford Research Encyclopedia Climate Science](#): „Menschen verlassen sich auf die Meinung von Experten als eine Heuristik, also einen mentalen Schleichweg, um ihre eigene Position zu bilden. (...) Den Zustand der Expertenmeinung zu kommunizieren, spiegelt die psychologische Realität wider.“ Daran ändert die entfernte Möglichkeit, dass Schulbuchwissen falsch sein könnte, nichts. Dennoch hat 2019 in Deutschland zum Beispiel auch die AfD mit einer Kleinen Anfrage im Bundestag versucht, Zweifel am Konsens zu wecken – was [die Bundesregierung mit knappen Worten zurückwies](#).

## Was bringt *consensus messaging*?

Die nächste wichtige Frage ist dann: Was bringt es, wenn man Menschen immer wieder sagt, dass sich die Wissenschaft über die Grundfragen des Klimawandels einig ist? Etlichen Studien in englischsprachigen Ländern zufolge bringt es viel: Stephan Lewandowsky von der Universität Bristol sprach der Wahrnehmung des wissenschaftlichen Konsenses [2012 eine Schlüsselrolle](#) dabei zu, dass das Publikum die Verantwortung der Menschheit für den Klimawandel akzeptiert. Auch einer sogenannten Metaanalyse zufolge, die Daten aus 25 Umfragen, 171 Studien und 56 Nationen vergleichend ausgewertet hat, ist die [Kenntnis des Konsenses sehr wichtig für das Anerkennen des Klimawandels](#). Nur ein ausgeprägtes Umweltbewusstsein und großes Vertrauen zu Wissenschaftler:innen hatten etwas mehr Einfluss. (Von den 171 Studien behandelten nur zwei Deutschland und eine die Schweiz.)

Ich selbst bin nach Durchsicht sehr vieler Studien etwas skeptischer. Meiner Einschätzung nach bringt *consensus messaging* wenig – gerade in Deutschland, vermutlich auch in der Schweiz und Österreich –, aber man sollte den Konsens trotzdem betonen oder das Argument zumindest kennen.

Lassen Sie mich diese auf den ersten Blick vielleicht widersprüchlich erscheinende Position erklären, angefangen mit dem zweiten Teil meiner Bewertung: Den Konsens der Wissenschaft kann man immer dann gut anbringen, wenn man konkret mit grundsätzlichen Zweifeln konfrontiert ist. Er hilft auch, wenn einem jemand im persönlichen Gespräch, bei einer Veranstaltung oder in einem Internetkommentar mit irgendwelchen angeblichen Fakten kommt, die seiner (oder sehr viel seltener: ihrer) Auffassung zufolge die ganze Klimadebatte auf den Kopf stellen. Oft kann man dann den konkreten Mythos nicht sofort widerlegen, aber man kann immer so etwas sagen wie: „Ihre Behauptung widerspricht dem überwältigenden Konsens in der Klimaforschung, dass die Menschheit für den belegten und für die Lebensgrundlagen von uns allen sehr gefährlichen Klimawandel verantwortlich ist. Ich kenne die Grundlage Ihres speziellen Einwandes nicht, aber ich kann deswegen später gern wieder mit detaillierten Informationen auf Sie zukommen, dann diskutieren wir das.“

Eine solche Aussage richtet sich – um das glasklar zu sagen – vor allem an die Menschen, die eine solche Szene (Wissenschaftler/Aktivistin trifft auf Leugner) miterleben. Denen kann man so die Zweifel nehmen, die vielleicht gerade keimen. Dass man die Person mit den Einwänden davon überzeugt, dass an den vehement vorgetragenen Mythen nichts dran ist, ist eher aussichtslos.

Für den ersten Teil meiner Bewertung, dass allgemeines *consensus messaging* im deutschsprachigen Raum nur wenig bringt, muss ich etwas weiter ausholen.

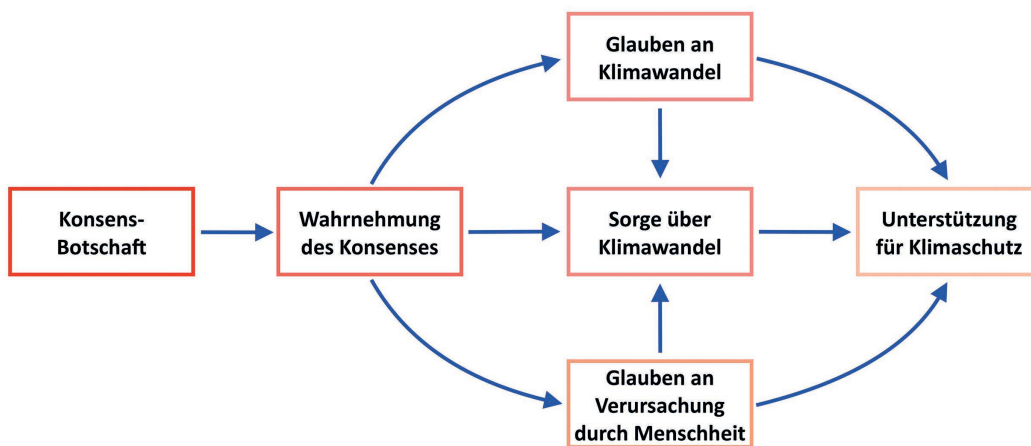
*consensus messaging*



## Kommunikative Türöffner: Das Gateway Belief-Modell

Wenn jemand von *consensus messaging* spricht, dann ist damit meistens gemeint: Der Grundkonsens der Klimaforschung soll als immer wieder wiederholte Botschaft an breite Bevölkerungsschichten vermittelt werden, um die Zustimmung zu politischen Maßnahmen gegen die Klimakrise erhöhen. Die gesamte Debatte ist durch die besonders polarisierte Situation in den USA geprägt, wo das Luntz-Memo bis heute stark wirkt.

Vor allem eine wissenschaftliche Arbeitsgruppe um Sander van der Linden (University of Cambridge), Ed Maibach (George Mason University) und Anthony Leiserowitz (Yale University) hat den Konsens mit einem theoretischen Überbau zum Kernfaktor der Kommunikation erklärt. Dieses sogenannte *Gateway Belief-Modell* (GBM) sieht so aus:



Gateway Belief-Modell; Quelle: [van der Linden et al. 2019](#)

Übermittelt man Menschen diesem Modell zufolge also die Botschaft, dass es einen Konsens gibt, nehmen sie diese Übereinstimmung unter den Wissenschaftler:innen im ersten Schritt wahr (im obigen Oval der Kästchen links). Wenn es gut geht, erhöhen sie ihre eigene Schätzung, wie ausgeprägt diese Einigkeit ist. Das wiederum hat Auswirkung auf ihren „Glauben“ an den Klimawandel – damit ist kein quasireligiöses, unkritisches Hinnehmen gemeint, sondern ein kognitives Anerkennen und Bejahen. Die Leute akzeptieren zudem, dass der Klimawandel von der Menschheit verursacht wird und machen sich deswegen Sorgen (mehr zu Gefühlen siehe [Kapitel 14](#)). Und aus alledem wird dann im letzten Schritt Unterstützung für Klimaschutz.

Aber stimmt das Modell auch? Wirkt die Konsensbotschaft tatsächlich wie ein Türöffner, um andere Botschaften zu vermitteln und bestimmte Einstellungen zu erreichen?

Eine [repräsentative Studie mit deutschen Probanden](#) hat diese angenommene Wirkungskette überprüft und wenig Effekt gefunden. Das Team um Robin Tschötschel von der Universität Amsterdam verglich dabei eine Kontrollgruppe, die keinen Hinweis auf einen Konsens bekam, mit einer Versuchsgruppe. Diese konnte im Zwischentext einer Umfrage wie beiläufig die (vermeintlich aus den Medien zitierte) Aussage lesen, 97 Prozent der Klimaforscher:innen stimmten darin überein, dass der menschengemachte Klimawandel stattfindet.



Dieser experimentelle Eingriff hatte einen kleinen Effekt auf die Antwort zur anschließend gestellten Frage, wie groß ein solcher Konsens sein könnte: Die Kontrollgruppe ohne Hinweis tippte durchschnittlich auf 71 Prozent, die Versuchsgruppe auf 75 Prozent. Viele Probanden hatten sich von der soeben gelesenen Zahl also nicht sonderlich beeindruckt lassen. Und beim Endpunkt der Wirkungskette laut GBM, der Unterstützung für Klimaschutz, war in der deutschen Studie überhaupt kein statistisch signifikanter Unterschied mehr zwischen den Gruppen zu erkennen.

„Wir sehen unsere Daten als erste Belege, dass Konsens-Botschaften in Deutschland und ähnlichen Ländern vermutlich weniger relevant sind“, schließt das Team. Die öffentliche Diskussion sei ohnehin gesättigt mit dieser Information, womöglich werde diese Strategie aber im Fall künftiger Desinformationskampagnen und bei Gruppen fruchtbar sein, die dafür empfänglich sind. In einem Interview sagt der aus Österreich stammende Tschötschel aber auch noch: „Grundsätzlich stimmen die Beziehungen zwischen dem wahrgenommenen Konsens und den anderen Faktoren auch in Deutschland. Man müsste aber einen deutlich stärkeren Impuls finden als die einmal vorgetragene 97-Prozent-Botschaft.“ (Falls Sie noch darauf gewartet haben, dies war die Begründung für den *ersten* Teil meiner Bewertung zum *consensus messaging*.)

In einer [großen Studie an 6300 US-Bürger:innen](#), die van der Linden, Maibach und Leiserowitz im Jahr 2019 vorgelegt hatten, um ihr Modell zu untermauern, sahen die Zahlen auf den ersten Blick besser aus. Das Team hatte Kontroll- und Versuchsgruppe am Anfang und am Ende eines längeren Fragebogens zweimal das Gleiche gefragt. Die gut 3150 Probanden, die dazwischen die 97-Prozent-Angabe (auch hier unter Verweis auf einen Medienbericht) gelesen hatten, nannten dann bei der Schätzung des Konsenses eine höhere Zahl: Statt im Mittel knapp 68 waren es nun mehr als 84 Prozent (aber immer noch nicht annähernd 97). Die größten Veränderungen waren bei Teilnehmer:innen zu beobachten, die im rechten politischen Spektrum zu Hause waren. So weit, so gut.

Die Unterstützung für Klimaschutz wurde dann auf einer Skala mit sieben Punkten gemessen, die von 1 (Leute sollten viel weniger tun als heute) bis 7 (Leute sollten viel mehr tun als heute) reichte. Auf dieser Skala veränderten sich die Antworten nach der Konsens-Botschaft im Mittel um einen Zehntel-Punkt. Das war zwar statistisch signifikant, weil so viele Menschen befragt wurden, aber ein ziemlich kleiner Effekt – und kaum der Fortschritt, den man von einem *gateway belief* erwarten würde.

Sander van der Linden sieht es allerdings etwas anders. Dass der Effekt in der Studie gering war, sagte er mir auf meine Fragen, sei nicht überraschend – es gehe um einen langfristigen Prozess. Immer wieder über den Konsens zu sprechen „ist wichtig dafür, auf lange Sicht die Einstellung zur Wissenschaft, das Niveau der Besorgtheit und schließlich den Wunsch zu handeln zu verändern“.

Zudem solle man *consensus messaging* und das GBM nicht als die einzige, sondern als *eine* Methode ansehen. „Es ist lediglich ein ziemlich gutes Modell für den Fall, dass man über die Route des Akzeptierens der Wissenschaft gehen will.“ Und dieser Weg biete sich an, wenn man sich Kampagnen gegenüberseht, die auf das Wecken von Zweifeln ausgerichtet sind. So ähnlich hatte ja auch das Tschötschel-Team argumentiert. Und damit sind wir wieder beim *zweiten* Teil meiner Einschätzung oben.



## Kritik an *consensus messaging* und *Gateway Belief-Modell*

Kritik

Daneben gibt es weitere Kritikpunkte am *consensus messaging*, die nichts mit seiner Wirksamkeit zu tun haben. So mahnte ein Team um Reiner Grundmann von der Universität Nottingham und Mike Hulme von King's College in London 2017 in einem Kommentar: Keine Berechnung eines Konsenses könne Menschen zusammenbringen, die sonst keine sozialen Verbindungen haben, also weder zur gleichen Gruppe gehören noch zum Beispiel Werte oder moralische Vorstellungen teilen. Menschen hätten nun einmal „verschiedene Skalen der Sorge und Handlungsbereitschaft“ – sie bewerteten die Risiken also aufgrund weltanschaulicher Differenzen unterschiedlich. Andere Forscher:innen fanden Hinweise, dass gerade konservative Zielgruppen ablehnend und bisweilen gar trotzig reagieren können, wenn sie mit der Botschaft von einer Einigkeit der Wissenschaft konfrontiert werden.

Dan Kahan wiederum, der den Begriff der *cultural cognition* geprägt hat ([Kapitel 2](#)), führte lange Zeit [einen erbitterten öffentlichen Streit](#) um das *consensus messaging*, das unter anderem Anthony Leiserowitz propagiert – beide sind Professoren an der gleichen Universität, nämlich Yale, was der Sache zusätzliche Pikanterie verlieh. Kahans Grundargument war, dass Leute den Konsens der Wissenschaft nicht deswegen gering einschätzen, weil sie es nicht besser wissen. Stattdessen ist es für ihre soziale Identität und die Zugehörigkeit zu ihrem Freundeskreis wichtig, im Einklang mit diesen Bezugspersonen den Klimawandel als unbewiesene These abzustempeln. Falls diese Analyse stimmt, wofür manches spricht, muss die Wirkung von Botschaften des Konsenses ja niedrig sein. (Außerdem war Kahan [von der Methodik seiner Kontrahenten irritiert](#).)

In Erwiderung schrieb das angegriffene Team van der Linden/Maibach/Leiserowitz: Man dürfe sicherlich nicht beim wissenschaftlichen Konsens stehen bleiben, sondern müsse [einen sozialen Konsens](#) anstreben, also die Abwehrmechanismen der *cultural cognition* unterlaufen. Die Konsens-Botschaft wirke noch besser, wenn sie sich [in sozialen Gruppen verbreite](#), also Freunde und Familie einander darüber informieren, dass die Wissenschaft sich einig ist. (Dann hat die Konsens-Botschaft nämlich auch noch vertrauenswürdige Botschafter:innen – siehe [Kapitel 7](#).)

Sie sehen, ich bin vom *Gateway Belief-Modell* und dem allgemeinen, anlasslosen *consensus messaging* nicht wirklich überzeugt – zumal ersteres für Deutschland eigentlich nun als widerlegt gelten muss (und vielleicht von vornherein auch nicht so dringend nötig war, weil die Angriffe auf die Wissenschaft hier viel weniger heftig ausfielen). Natürlich handelt es sich bei den Studien im Wesentlichen um einmalige psychologische Experimente. In der Praxis der Kommunikation, wenn die Botschaft vom Konsens immer wieder in unterschiedlicher Form und von unterschiedlichen Stimmen vorgebracht wird, mag sich ein Effekt einstellen. Aber das ist nicht wirklich bewiesen.

Darum bleibe ich dabei, den Konsens vor allem als schnelles Feuerwehrgargument zu empfehlen, um Mythen, die man nicht sofort im Detail widerlegen kann, in den Augen der schweigenden Mehrheit erst einmal unschädlich zu machen. Und hierfür gibt es in der Tat auch Belege: Die Konsens-Botschaft hilft, das [Politisieren wissenschaftlicher Fakten](#) zu bremsen. Und sie neutralisiert laut der Versuche in englischsprachigen Ländern den [Effekt einer neoliberalen und marktradikalen politischen Ideologie](#), die sonst meist dazu führt, dass ihre Anhänger:innen die Realität des menschengemachten Klimawandels (AGW) ablehnen. Aus dieser Erkenntnis, dass man eine Basis für das Akzeptieren wissenschaftlicher Fakten legen kann, ist übrigens die Idee zu einer Methode entstanden, die wir als nächstes behandeln: eine Art „Impfung mit Fakten“.



## Impfung gegen Desinformation

Impfen bedeutet, medizinisch gesehen, das Immunsystem eines Lebewesens mit ungefährlichen Teilen oder inaktivierten Kopien eines Krankheitserregers zu konfrontieren. Die Körperabwehr lernt den Erreger so kennen, entwickelt Antikörper und stellt spezielle Gedächtniszellen bereit, um für eine spätere, tatsächliche Infektion gewappnet zu sein. Diese Methode lässt sich metaphorisch auf die Klimakommunikation übertragen und wird dann zu einem wichtigen Werkzeug, erklärt das oben bereits erwähnte Team um Robert Brulle in seinem [Überblicksartikel über Fortschritte im Kampf gegen Desinformation](#). „Das plumpe Bestätigen des wissenschaftlichen Konsenses über den Klimawandel reicht allein nicht aus, um die Meinung einer skeptischen Öffentlichkeit zu ändern“, heißt es dort. Darum ist es hilfreich, sozusagen das mentale Immunsystem zu stärken, Menschen also vor Desinformation zu warnen und ihnen Argumente dagegen an die Hand zu geben.

Die Impf-Strategie wurde im Zusammenhang mit der Klimakommunikation erstmals 2017 untersucht, und zwar von den gleichen Wissenschaftler:innen, die auch schon in der Konsens-Forschung aktiv waren. John Cook, Stephan Lewandowsky (der auch Mitglied im [Wissenschaftlichen Beirat von klimafakten.de](#) ist) und dessen Kollege Ulrich Ecker [zum Beispiel beschrieben](#) folgendes Experiment: Die Versuchsgruppe las zunächst Informationen über [Tabakwerbung aus dem Jahr 1930](#), wonach damals gut 20.000 Ärzte angeblich bestätigt hatten, Zigaretten der einen Marke reizten die Atemwege weniger stark als die Produkte einer anderen. Diese Mediziner konnten die Frage aber eigentlich überhaupt nicht beurteilen – sie waren weder Spezialisten noch hatten sie vergleichende Untersuchungen angestellt, sondern lediglich ungefragt Warenproben vom Hersteller bekommen. Die Werbung habe damals also falsche Experten eingesetzt, wurde den Versuchspersonen der Studie des Cook-Teams erklärt (und alle wussten natürlich, dass die gesundheitsschädliche Wirkung aller Tabakprodukte inzwischen längst belegt ist).

Nach dieser „Impfung“ lasen die Probanden ganz ähnlich aufgemachte Informationen über [die sogenannte Oregon-Petition](#), bei der 31.000 angebliche Wissenschaftler:innen per Unterschriftenliste ihre Zweifel am menschengemachten Klimawandel bekundeten. Sie waren ebenfalls falsche Experten: Sie hatten zwar akademische Abschlüsse, aber fast alle in fachfremden Disziplinen. Über die Sache, zu der sie sich in der Petition äußerten, besaßen die allermeisten keinerlei spezielle Kenntnisse. Trotzdem hinterließ die schiere Zahl der Unterschriften bei der „ungeimpften“ Kontrollgruppe durchaus Eindruck; dort äußerte sich eine erhebliche Zahl der Probanden verunsichert. Demgegenüber zeigten sich die vorbereiteten Teilnehmer:innen der Versuchsgruppe sozusagen „immun“ gegen den Versuch, mit der Oregon-Petition Zweifel am wissenschaftlichen Konsens zum Klimawandel zu wecken. „Die Impfung hat die Desinformation erfolgreich neutralisiert und ihren polarisierenden Einfluss verschwinden lassen“, stellte das Forschungsteam zufrieden fest.

Eine Impfung gegen Desinformation habe **zwei Elemente**, schrieb das Autorenteam:

- Erstens müssten die Personen **explizit gewarnt** werden, dass Falschmeldungen auf sie zukommen könnten, die Zweifel an wissenschaftlichen Fakten wecken sollen.
- Zweitens sollten sie eine **abgeschwächte Dosis** eines Mythos' bekommen samt Widerlegung, wobei möglichst die benutzte Methode der Trickserei genau erklärt wird.

Weil diese Art von Schutz vor Falschmeldungen nur dann gut funktioniert, wenn er vor einer Desinformationskampagne aufgebaut wird, nennt man die Impfung auch oft *Pre-*



*bunking* – ein Wortspiel mit dem englischen Wort *Debunking* (zu Deutsch: Widerlegen) und der Vorsilbe „pre“ („vor“).

## Aktive Impfung als Spiel ...

Impfung als Spiel

Um die Impfung auch für breitere Bevölkerungsschichten zu testen, nutzt ein Team um Sander van der Linden den Spieltrieb aus. Es hat [eine Webseite namens Bad News](#) programmiert, wo die Spieler:innen selbst versuchen, Falschmeldungen unterschiedlicher Art möglichst erfolgreich unter das (virtuelle) Volk zu bringen. [Die Idee ist](#), eine Art aktiver Impfung zu erreichen, bei der die Teilnehmer:innen ihr Vakzin sozusagen selbst entwickeln. Die Motivation, das Spiel zu meistern, entfacht das Interesse, die Mechanismen der Desinformation sehr genau kennenzulernen. Sechs Techniken stehen dabei zur Verfügung, darunter das Annehmen einer fremden Identität, das Verbreiten von Verschwörungsmethoden oder das Diskreditieren von Gegnern, indem man ihnen falsche Zitate unterschiebt oder vermeintliche Verfehlungen erfindet.

In einer Begleitstudie untersuchten die Forscher auch, [wie deutsche Probanden abschnitten](#). Diese sollten vor und nach dem Spiel angeben, wie zuverlässig ihnen die jeweilige Quelle eines (in allen Fällen erfundenen) Tweets erschien. Dort wurde behauptet, die nächste Staffel von *Game of Thrones* werde wegen Lohnverhandlungen verschoben, reiche Banker manipulierten den Bitcoin-Kurs oder die Mainstream-Medien seien zahlloser Lügen überführt worden (wie ein fiktives Blatt namens *Internationale Post* meldete).

Diese Kurznachrichten hatten die Teilnehmer:innen schon vor dem Spiel nicht wirklich als zuverlässig angesehen: Sie gaben den ersten beiden im Durchschnitt etwas mehr als drei Punkte auf einer Siebener-Skala von „un glaubwürdig“ bis „glaubwürdig“; die dritte erreichte kaum mehr als zwei Punkte. Aber selbst diese schwachen Wertungen sanken nach dem Spiel noch einmal erkennbar. Geschlecht, Alter, Bildungsgrad und politische Einstellung veränderten das Ergebnis jeweils nur wenig. Auch in Schweden, Polen und Griechenland gab es ähnliche Resultate genau wie zuvor schon [im englischen Sprachraum](#).

Ein anderes [Spiel mit Namen Go Viral!](#) hat ein Team um Melisa Basol (ebenfalls Cambridge) gegen Falschmeldungen rund um die Covid-19-Pandemie und die dagegen entwickelten Impfstoffe [mit Erfolg getestet](#). Auch dabei konnten Probanden die Desinformation hinterher besser erkennen und waren daher dagegen geschützt.

Mit solchen Angeboten kann die psychologische Impfung im Prinzip genauso „ansteckend“ werden wie die „Infektion“ mit Mythen oder *Fake News*. Menschen wetteifern im gespielten Kreieren und Verbreiten von Falschmeldungen, erzählen sich gegenseitig, dass das Spiel Spaß macht und was sie über die Tricks der Zweifel-Verbreiter gelernt haben. Bald findet der „Erreger“ Desinformation kaum noch „Wirte“, die ihn verbreiten. Auf medizinischem Gebiet nennt man das Herdenimmunität, wenn zwar nicht alle Menschen geschützt sind, aber doch so viele, dass ein Virus sich nicht mehr effektiv, geschweige denn exponentiell ausbreiten kann.

Falls Sie auch mal kurz spielen wollen, hier nochmal der Verweis auf die **Übung** in Arbeitsblatt Nr. 19-1: Falls Sie die nicht schon eingangs angeschaut haben – denken Sie sich doch jetzt ein paar Mythen rund um den Klimawandel aus!

Das Arbeitsblatt finden Sie in der Materialsammlung, die Sie hier als PDF-Datei herunterladen können: [www.klimafakten.de/handbuch/material](http://www.klimafakten.de/handbuch/material).



## PLURV

## ... und als Poster

Dem Publikum die gängigen Tricks der Desinformation zu erklären, versucht auch ein Poster, das *klimafakten.de* gemeinsam mit der Hamburger Illustratorin Marie-Pascale Gafinen produziert hat. Dort helfen kleine Bildchen und vor allem ein einprägsames Akronym beim Verstehen und Merken: Mit dem Kunstwort PLURV als Abkürzung werden die fünf wichtigsten Methoden zusammengefasst (das Poster können Sie [hier als elektronische Datei herunterladen](#) oder kostenlos als Farbdruck bestellen). Wenn Sie die Übung oben gemacht haben, könnten Ihnen die folgenden Tricks bekannt vorkommen:

1. **Pseudo-Experten** (darüber sprachen wir schon ausführlich): Man lässt unqualifizierte Personen oder Institutionen auftreten, die als Quelle angeblich relevanter Einwände gegen wissenschaftliche Erkenntnisse präsentiert werden.
2. **Logik-Fehler**: Mit ihnen lassen sich falsche Schlussfolgerungen aus eigentlich korrekten Informationen ableiten. Beispiele für solche (von den Urhebern der Mythen oft geschickt eingesetzte) Fehlschlüsse sind irreführende Analogien, falsche Alternativen oder übermäßige Vereinfachungen.
3. **Unerfüllbare Erwartungen**: Hier werden etwa von der Klimaforschung Resultate verlangt, die sie gar nicht liefern kann. Zum Beispiel fordert man hundertprozentige Sicherheit von Erkenntnissen oder Präzision bis in die x-te Nachkommastelle. Und verlangt dann, mit Klimaschutzmaßnahmen zu warten, bis die Forderungen erfüllt sind.
4. **Rosinenpickerei**: Diese Methode liegt vor, wenn Daten bewusst lückenhaft oder selektiv betrachtet werden, um eine vorgefasste These vermeintlich zu belegen. Will man zum Beispiel zeigen, dass die Erwärmung eine Pause macht, kann man aus den vorliegenden Temperaturdatensätzen Abschnitte herauspicken, in denen sich teils über einige Jahre tatsächlich kein Anstieg zeigte – und ausblenden, dass davor und danach der Anstieg umso stärker ausfiel. Auch mit Anekdoten oder einzelnen kalten Wintern zu argumentieren, fällt in diese Kategorie.
5. **Verschwörungsmymen**: Man behauptet, es gäbe geheime Absprachen zum Beispiel zwischen Klimaforscher:innen, die koordiniert Daten fälschen und Ergebnisse erfinden. In diese Kategorie gehört schon der Vorwurf, Wissenschaftler:innen bekämen schließlich Geld für ihre Arbeit, deshalb würden sie ihre Ergebnisse manipulieren, um weiterhin Geld zu erhalten. Aber natürlich gibt es auch noch viel fantasievollere – und absurdere – Mythen.



**P**seudo-Experten  
 → unqualifizierte Personen oder Institutionen als Quelle relevanter Einwände präsentieren



**Masse von Pseudo-Experten**  
 → mit Verweis auf eine große Zahl unqualifizierter Personen behaupten, es gäbe in der Forschung zu einer bestimmten Frage noch keine gesicherten Erkenntnisse



**Aufgeblähte Minderheit**  
 → eine kleine Zahl abweichender Meinungen fälschlich als große Menge präsentieren

**Fingierte Debatte**  
 → seriöse Forscher und Pseudo-Experten in einem Pro&Contra-Format präsentieren, um den irreführenden Eindruck einer tatsächlichen wissenschaftlichen Debatte zu erwecken



**L**ogik-Fehler  
 → Argumentationen vorbringen, die sich bei genauer Betrachtung als unlogisch erweisen – zum Beispiel aus korrekten Informationen falsche Schlüsse ziehen



**Irreführende Analogie**  
 → daraus, dass sich Dinge in einem bestimmten Punkt gleichen, fälschlich schließen, sie wären auch in anderen Punkten gleich



**Mehrdeutigkeit**  
 → mehrdeutige Begriffe verwenden, um Zuhörende aufs Glatteis zu führen und so zu irreführenden Schlussfolgerungen zu bringen

**Voreilige Schlussfolgerung**  
 → durch Weglassen relevanter Informationen eine falsche Aussage als schlüssig erscheinen lassen



**Übermäßige Vereinfachung**  
 → **Falsche Dichotomie**  
 zwei Optionen als einzige Möglichkeiten darstellen, wenn es in Wahrheit noch andere gibt



→ **Ursachen unterschlagen**  
 suggerieren, es gäbe für ein Ereignis nur eine Ursache, wenn es in Wahrheit mehrere gibt



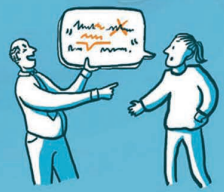
**Ad-hominem-Attacke**  
 → ein Argument dadurch angreifen und entwerten, dass man die Person angreift oder verleumdert, die es vorbringt („ad hominem“, lateinisch = gegen die Person gerichtet)



**Blendgranate**  
 → Steht die Diskussion an einem Punkt, der einem unangenehm ist, wirft man eine Aussage in den Raum, die alle Aufmerksamkeit auf sich zieht und vom ursprünglichen Punkt ablenkt. (engl. Titel der Strategie: „red herring“)



**Verfälschte Darstellung**  
 → eine Situation falsch oder verzerrt darstellen, um so die eigene Behauptung scheinbar zu stützen



**Strohmann-Argumentation**  
 → die Position der Diskussionspartnerin oder einer dritten Person falsch oder verzerrt darstellen, um sie besser angreifen zu können

**U**nerfüllbare Erwartungen  
 → von der Wissenschaft Dinge verlangen, die sie gar nicht erfüllen kann – zum Beispiel durch das Fordern eines Grades von Gewissheit, der unerreichbar ist



**Verschiebung von Torpfosten**  
 → plötzlich seine Forderungen verschärfen, nachdem vorherige Forderungen erfüllt wurden

# GRUNDKURS DESINFORMATION

**R**osinenpickerei  
 → Informationen bewusst lückenhaft auswählen, sodass sie bei isolierter Betrachtung die eigene Position zu stützen scheinen



**Faultier-Induktion**  
 → die Informationssuche beenden, sobald man zu einem passenden Schluss gekommen ist (Während beim „Rosinenpickern“ bequeme Informationen hervorgehoben werden, geht es hier eher um ein Vernachlässigen unbequemer Informationen.)



**Anekdoten**  
 → rein subjektive Erfahrungen oder isolierte Einzelbeispiele heranziehen und hervorheben, statt eine breite, auch abstrakte Informationsbasis zuzulassen

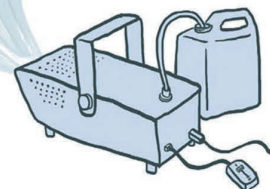
**V**erschworungs-Mythen  
 → üble Machenschaften und geheime Bünde unterstellen, zum Beispiel dass Einzelpersonen oder Gruppen absichtsvoll Beweise zum Klimawandel fälschen usw.



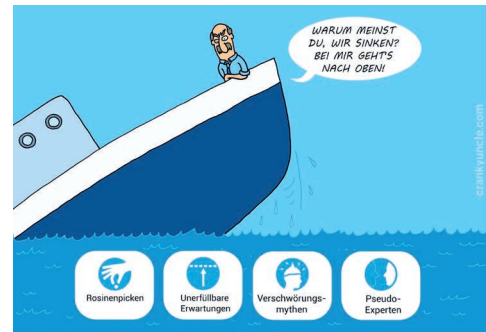
Ob bei der Erderhitzung, der Wirksamkeit von Impfungen oder den Gesundheitsgefahren durch Auto-Abgase: Immer wieder werden in politischen Diskussionen grundlegende wissenschaftliche Fakten falsch dargestellt.

Dies passiert bei Facebook, Twitter & Co. genauso wie auf Internet-Blogs, in persönlichen Gesprächen ebenso wie in Bundestagsreden. Für Laien sind die rhetorischen Tricks der Manipulation oft schwer zu erkennen.

Diese Grafik erklärt die häufigsten Strategien, mit denen die Nebelmaschine der Desinformation arbeitet.



Diese Kategorien [mit mehr als 20 einzelnen, unterscheidbaren Tricks](#) gehen auf jahrelange Vorarbeiten von John Cook zurück, der inzwischen an der George Mason University in der Nähe von Washington D.C. arbeitet. Im Englischen lautet die Abkürzung der fünf Strategien übrigens FLICC ([ihre Geschichte wird auf SkepticalScience.com im Detail erzählt](#)). Cook hat zur Illustration die Cartoonfigur *Cranky Uncle* erfunden, einen notorischen Griesgram und Klimawandelleugner. Diesen „Nörgeligen Onkel“ lässt er in zahlreichen Cartoons auftreten und [in einem Smartphone-Spiel](#), bei dem man, wie bei *Bad News*, die Strategien der Desinformation auf vergnügliche Weise kennenlernt.



„Es kann nicht sein, dass wir sinken – ich bewege mich doch nach oben!“

QUELLE: CRANKY UNCLE, © JOHN COOK,

[MEHR DAZU HIER](#)

Ob das einen konkreten Effekt hat, ist bei der PLURV-Aufteilung selbst (oder mit FLICC) noch nicht getestet worden. Es gibt aber eine Reihe von Studien zum Effekt solcher „Logik-basierten Korrekturen“ (die auf das Prinzip und die Machart der Falschinformation abstellen, nicht auf deren Inhalt).

Cornelia Betsch und Philipp Schmid von der Universität Erfurt zum Beispiel haben eine ähnliche Liste typischer Manipulationstechniken untersucht. [In ihren Experimenten](#) ging es um ein medizinisches Beispiel, konkret eine Schutzimpfung gegen eine erfundene Krankheit. Die Versuchspersonen lasen oder hörten eine fiktive Diskussion über Wirksamkeit und angebliche Risiken der Impfung zwischen einem Gegner namens Stefan Müller und einem Verteidiger der Wissenschaft, der Jürgen Schmidt genannt wurde. Konnte Müller seine Zweifel säen, ohne dass jemand ihm widersprach, sank die Bereitschaft der Probanden deutlich, sich im Experiment gegen die erfundene Krankheit impfen zu lassen. Sobald Schmidt aber sowohl den Inhalt der falschen Information richtigstellte als auch den verwendeten Trick offenlegte (zum Beispiel die unmögliche Erwartung, die 100-prozentige Sicherheit eines Vakzins bewiesen zu bekommen), verpuffte der Angriff weitgehend. Es gab in der Studie übrigens auch eine Gruppe, bei der das Experiment mit einem Beispiel aus der Klimaforschung durchgespielt wurde, doch diese Probanden ließen sich auch ohne Widerspruch nicht von dem Zweifler beeindrucken.

Diskurse der  
Verzögerung

#### Typische Einwände, um Klimaschutz zu verzögern

Eine ähnliche Analyse gibt es inzwischen auch zu den Gründen, die häufig für das Abwarten beim Klimaschutz ins Feld geführt werden. Hier geht es nicht im klassischen Sinne um Desinformation, aber diese Argumentationsstrategien können ebenfalls dafür genutzt werden. Ein internationales Team um William Lamb vom Mercator-Institut für globale Gemeinschaftsgüter und Klimawandel (MCC) in Berlin und Julia Steinberger von der Universität Leeds hat die [„Typologie der Verzögerungsdiskurse“](#) im März 2020 vorgelegt. Es unterscheidet zwölf rhetorische Muster, die in vier Kategorien gehören:

- 1. Verschieben der Verantwortung:** Dazu gehört die Idee, dass sich zunächst Verbraucher in ihrem Privatleben nachhaltig verhalten müssen, bevor die Politik und Wirtschaft reagieren, oder die Forderung, die Schwellenländer müssten mehr tun, bevor Deutschland handelt.
- 2. Drängen auf nicht-transformative Lösungen:** In diese Kategorie fällt der Optimismus, man könne die Klimakrise allein mit Innovation und neuer Technik bewältigen, oder die Forderung, dass nur Anreize, aber keine Strafen oder Verbote das Verhalten lenken dürfen.



**3. Betonen der Nachteile von Klimaschutz:** Hier entdecken wohlhabende Menschen plötzlich ihre soziale Ader und ihr Mitgefühl mit Leuten, die angeblich keinen Urlaub mehr machen können, wenn es keine Flüge nach Mallorca für 19 Euro mehr gibt.

**4. Kapitulation:** Das Grundargument hier ist, dass es nicht möglich sein wird, Treibhausgase (schnell genug) zu reduzieren, darum solle man sich an die Klimaschäden anpassen.

„Nicht ich. Nicht jetzt. Nicht so. Zu spät“, fasst [ein Artikel bei klimafakten.de](#) die Kategorien zusammen. Gemeinsam mit dem MCC hat [klimafakten.de](#) die „Discourses of Delay“ [in einem Poster und einem Online-Quiz verarbeitet](#).

Auch bei dieser Typologie soll der Hinweis auf immer wiederkehrende Muster solcher Einwände helfen, ihnen die Wirkung zu nehmen. Eindeutig widerlegen nämlich lassen sie sich oft nicht. „Das Schwierige ist, dass all diese Aussagen immer ein Körnchen Wahrheit enthalten“, sagt Hauptautor William Lamb in dem Artikel. In der politischen Diskussion muss dann aber eben geklärt werden, ob zum Beispiel die sozialen Folgen höherer Heizkosten für Menschen mit geringem Einkommen den Klimaschutz wirklich bremsen dürfen – oder ob es nicht stattdessen gezielte staatliche Hilfen geben sollte und zu deren Finanzierung Steuern oder Abgaben für Verursacher hoher Emissionen eingeführt werden könnten.

## Widerlegen – aber richtig

Erst ganz zum Schluss des Kapitels kommen wir jetzt zum sogenannten *Debunking*, also dem faktischen Widerlegen von Mythen und Falschbehauptungen. Hierzu gibt es eine gewaltige Fülle von Ratgebern, Studien, Erklärungen und Anleitungen. Es ist mehr als wahrscheinlich, liebe Leserinnen und Leser, dass Ihr jeweiliges Lieblingsdetail nicht erwähnt wird, falls Sie sich schon näher mit dem Thema beschäftigt haben. Bitte seien Sie nachsichtig – ich konnte mit vertretbarem Aufwand nicht einmal alles im Detail lesen, geschweige denn aufschreiben. Ich kann hier zum Beispiel nicht auf die besondere Situation und die [Echokammern auf Social Media](#) eingehen. Ich werde die [Typisierung von Klimawandelleugnern](#) auslassen und auch nicht über die besonders widerliche Praxis schreiben, dass den [Frauen unter den Klimaschutz-Aktiven](#) wie auch [in vielen Kampagnen zu anderen Themen](#) mit sexualisierter Gewalt gedroht wird.

Falsche Informationen im Detail zu widerlegen wird nötig, wenn die Techniken aus den vorherigen Abschnitten nicht funktioniert haben. Wenn es also nicht geklappt hat, mittels einer Impfung oder von *Prebunking* zu verhindern, dass Mythen verbreitet und dabei zunächst als zutreffend angesehen werden. Ein sozialwissenschaftlich fundierter Ratgeber ist [Widerlegen, aber richtig](#). Er stammt von einem großen Autor:innenteam um Stephan Lewandowsky und John Cook und ist 2020 in einer erweiterten Fassung erschienen (einen Text über den Ratgeber [finden Sie hier](#)).

Falschmeldungen einfach stehen zu lassen, so erklärt das kompakte Handbuch gleich zu Anfang, ist fast nie eine gute Idee – eigentlich nur dann, wenn man einem noch kaum verbreiteten Gerücht durch eine detaillierte Widerlegung erst Aufmerksamkeit verschaffen und ihm so den Sauerstoff zufächeln würde, den es zum Aufflammen braucht. Sonst aber können unwidersprochene Falschbehauptungen und Mythen tatsächlich viele Menschen zum Zweifeln bringen, die eigentlich nur versuchen, das Richtige zu tun. Zudem wirkt gerade eine falsche Information umso wahrer, je häufiger sie uns begegnet; wenn es keine Widerlegung gibt, kann sich das Weitergeben beschleunigen und vermehrt solche Vertrautheit auslösen.

Schon deswegen wäre es die beste Strategie, Menschen vorsorglich gegen Falschmeldungen zu immunisieren. Die zweitbeste Möglichkeit, Desinformation zu bekämpfen, ist

Widerlegen –  
aber richtig



zurück zum Anfang  
des Kapitels

es, sie früh richtigzustellen. Wenn Sie aufmerksam sind und eine Falschmeldung bereits bemerken, bevor sie große Verbreitung findet, wenn Sie sozusagen *vor die Welle kommen* können, sollten Sie Ihrerseits die zugehörige korrekte Information so schnell und stark verbreiten wie möglich – ohne auf das heranschwappende Gerücht einzugehen oder es explizit zu widerlegen. So bestimmen Sie die Agenda und den kommunikativen Rahmen, empfehlen die Ratgeber-Autor:innen. Zudem beginnen Sie dann mit einer positiven Diskussion – statt reaktiv etwas bestreiten oder korrigieren zu wollen, das jemand anders bereits mit seinem eigenen Bedeutungsrahmen versehen hat (zu *Framing* siehe [Kapitel 6](#)).

Das Widerlegen selbst muss dann **drei Bedingungen** erfüllen: Es sollte sich **auf die korrekten Fakten konzentrieren**, nicht auf die Falschmeldung. Zudem muss es eine **eindeutige Warnung** vor dem Manipulationsversuch enthalten und den Inhalt des Gerüchts **durch eine andere, zutreffende Erklärung ersetzen**. Sonst bleibt nämlich im Mentalen Modell des Publikums eine Lücke, die dann doch wieder vom falschen Detail gefüllt wird (Mentale Modelle kamen schon einmal in [Kapitel 5](#) vor: es sind zusammengereimte Vorstellungen, wie etwas funktioniert). [Das Debunking-Handbuch](#) zeigt darum auf dem Titelbild einen Kopf und lauter Zahnräder, die ineinandergreifen. Wollen wir ein falsches wegbekommen, müssen wir es durch ein richtiges ersetzen.

Diese Bedingungen erfüllt eine von den Widerlegungsspezialist:innen empfohlene Reihenfolge von Textblöcken. Wir können sie uns vielleicht am besten merken, wenn wir sie als eine Art Sandwich betrachten:

1. **Schicht: Fakten** – Schreiben oder sagen Sie, was stimmt, was also die Erkenntnisse der Wissenschaft tatsächlich belegen. Angefangen von der eindeutigen Überschrift über einige klare, eher kurze Sätze, die auch schon dazu dienen, die kausale Lücke im Mentalen Modell des Zielpublikums zu schließen. Dabei können Grafiken helfen (siehe [Kapitel 12](#)). Nur dann, wenn die korrekten Fakten ziemlich kompliziert sind und eine nuancierte Darstellung verlangen, sollte man die Erklärung vorziehen, warum ein Irrglauben falsch ist (also die 3. Schicht). Der Irrglauben selbst kommt nicht in die Überschrift, es sei denn, die Korrektur wird schon dort klar mit einem Wort wie „Mythos“ angekündigt.
2. **Schicht: Warnung vor dem Irrglauben** – Erklären Sie, dass ein Gerücht kursiert oder falsche Informationen verbreitet werden und paraphrasieren Sie den Inhalt dann ein einziges Mal. Hilfreich ist es, dabei über die mangelnde Kompetenz oder die zweifelhaften Absichten der Quelle zu sprechen, um Ihr Publikum zusätzlich misstrauisch gegenüber der Falschinformation zu machen.
3. **Schicht: Widerlegung** – Danach folgt sofort die Erläuterung, warum der Irrglaube nicht stimmt, warum er vielleicht für richtig gehalten wurde, warum aber jetzt klar ist, dass er doch nicht stimmt, und – vor allem – was die korrekte Information ist. „Es ist wichtig, dass Leser die Inkonsistenz sehen, um sie aufzulösen“, heißt es dazu im *Debunking-Handbuch*. Hier kann auch der Hinweis auf eine der PLURV-Techniken folgen. Das hilft dem Publikum womöglich, in Zukunft ähnliche Desinformationen rechtzeitig selbst zu erkennen. Eine Analogie, mit der der verwendete Trick in einem anderen Zusammenhang *ad absurdum* geführt werden kann, ist hilfreich. Beispiel: Ein Mordopfer ist ja schließlich nicht deswegen durch eine natürliche Ursache zu Tode gekommen, weil bislang die meisten Menschen so gestorben sind – wieso sollte also der heutige Klimawandel natürliche Ursachen haben, bloß weil frühere Veränderungen im Klimasystem nicht von der Menschheit ausgelöst wurden?



**4. Schicht: Fakten** – Fassen Sie am Ende Ihrer Widerlegung noch einmal die relevanten Fakten in Form eines Merksatzes zusammen, damit diese das Letzte sind, was Ihr Publikum hört.

Es reicht nicht, diese Widerlegung einmal zu geben und sich dann zurückzulehnen. Auch wenn das Publikum die Widerlegung verstanden und die korrekten Fakten akzeptiert hat, können die von Ihnen gelieferten Informationen mit der Zeit wieder verblassen, und dann scheint die Falschmeldung wieder durch – wie bei einer nur einmal übergestrichenen Nazi-Schmiererei auf einer Häuserwand.

Dies passiert vielleicht nicht direkt mit der Hauptaussage des widerlegten Mythos, aber Teile der falschen Informationen können in andere Entscheidungen einfließen. Ein Beispiel: Ein Freund bekommt nachts nach einem Restaurantbesuch plötzlich heftige Magenschmerzen mit Übelkeit, und zunächst vermutet man eine Lebensmittelvergiftung. Am nächsten Tag sagt aber die Hausärztin: Nein, das ist die gerade grassierende Magen-Darm-Grippe. Auch wenn nun alle Beteiligten die Korrektur der Krankheitsursache akzeptieren und verinnerlichen, werden sie das Restaurant, dessen Küche komplett unschuldig war, vielleicht zunächst einmal meiden.

Warum das so ist? Mit dem Widerlegen kann man Fakten korrigieren, aber nicht die damit verknüpften Emotionen, schreiben Lewandowsky und van der Linden [in einem Überblicksartikel](#). Das erklärt zum Beispiel auch, warum sich in den USA so viele Anhänger des ehemaligen Präsidenten Donald Trump kaum von dessen Lügen und Skandalen beeindruckt ließen. In Experimenten sollten sie ihre eigene Meinung zu Behauptungen ihres Idols angeben; wurden diese danach als falsch enthüllt, akzeptierten die Probanden die Widerlegungen in der Regel, ohne aber ihre Wahlabsichten zu ändern. Erst als Trump-Aussagen in mehr als vier von fünf Fällen *nicht* stimmten, ließ die Begeisterung seiner Fans ein wenig nach ([in dem Experiment](#) zeigten Anhänger des linken Demokraten Bernie Sanders ein ähnliches Verhalten).

Wenig Sorgen muss man sich übrigens über unerwünschte Nebenwirkungen beim Widerlegen machen. Sie wären zum Beispiel dadurch denkbar, dass man eine Falschmeldung überhaupt wiederholt, dass man zu viele Argumente beim Richtigstellen vorbringt oder dass man an die Weltanschauung des Publikums rührt und so ideologisches Beharren auslöst. Die erste Auflage des Debunking-Ratgebers enthielt noch detaillierte Warnungen vor sogenannten Bumerang-Effekten. Doch seither haben etliche Studien nach solchen unerwünschten Nebenwirkungen gesucht und Entwarnung gegeben: Eine Untersuchung hat [sogar 52 verschiedene Möglichkeiten durchgetestet](#) und keine Belege für Bumerang-Effekte gefunden. Widerlegen führt weder dazu, dass sich Gerüchte vertrauter – und damit wahrer – anfühlen, noch löst es ideologischen Trotz aus, zeigen Briony Swire-Thompson von der Northwestern University in Boston und zwei Ko-Autoren [in einem Überblicksartikel](#). Sie schreiben: „Fakten-Checker können beruhigt sein. Es ist extrem unwahrscheinlich, dass ihre Arbeit bei ganzen Gruppen zu einem gesteigerten Glauben [an die ursprüngliche Falschmeldung] führt.“

Ein Beispiel für eine Widerlegung in Sandwich-Struktur findet sich im erwähnten *De-bunking-Handbuch* ([auf Seite 15](#)) – wir geben es auf der folgenden Seite wieder:



**FAKT****Wissenschaftler sehen überall in unserem Klimasystem menschliche Fingerabdrücke**

Die wärmende Wirkung von Treibhausgasen wie Kohlendioxid ist durch viele Belege bestätigt worden. Flugzeuge und Satelliten messen weniger Wärme, die in den Weltraum entweicht, und zwar genau bei den Wellenlängen, bei denen Kohlendioxid Energie absorbiert. Die obere Atmosphäre kühlt ab, während sich die untere Atmosphäre erwärmt – ein deutliches Muster der Erwärmung durch Treibhausgase.

● Beginnen Sie mit dem Fakt, wenn er klar, knapp und einprägsam ist – machen Sie ihn einfach, konkret und plausibel.

● Liefern Sie eine faktenbasierte Alternative, die eine kausale "Lücke" bei der Erklärung des Geschehens füllt, wenn die Falschinformation korrigiert wird.

● Verlassen Sie sich nicht auf eine einfache Widerlegung ("diese Behauptung ist nicht wahr").

**IRRGLAUBEN**

Ein häufig gehörter Irrglaube ist, dass sich das Klima in der Vergangenheit schon immer natürlich geändert hat und dass deshalb auch der aktuelle Klimawandel einen natürlichen Ursprung haben muss.

● Warnung vor dem nachfolgenden Irrglauben.

● Erwähnen Sie die Falschinformation nur einmal, direkt vor der Richtigstellung

**TRUGSCHLUSS**

Diese Behauptung beruht auf dem Trugschluss einer einzigen Ursache und geht fälschlicherweise davon aus, dass nur weil natürliche Faktoren in der Vergangenheit Klimawandel verursacht haben, sie auch der Grund für den aktuellen Klimawandel sein müssen.

● Erklären Sie, wie der Irrglaube in die Irre führt.

Diese Logik ist gleichbedeutend mit dem Auffinden eines Mordopfers und der Schlussfolgerung, dass das Mordopfer an natürlichen Ursachen gestorben sein muss, weil Menschen auch früher schon an natürlichen Ursachen gestorben sind.

● Weisen Sie auf logische oder argumentative Trugschlüsse hin, die der Falschinformation zugrunde liegen.

**FAKT**

Genau wie ein Ermittler an einem Tatort Hinweise findet, haben Wissenschaftler viele Hinweise in den Klima-Messdaten gefunden, die bestätigen, dass Menschen die globale Erwärmung verursachen. Die menschengemachte globale Erwärmung ist eine messbare Tatsache.

● Bestätigen Sie zum Abschluss erneut den Fakt.

● Wiederholen Sie wenn möglich den Fakt mehrfach.

Eine **Übung** zum Widerlegen in der empfohlenen Sandwich-Struktur finden im Arbeitsblatt Nr. 19-2 – wie alle anderen ist es in der Materialsammlung zu diesem Handbuch enthalten: [www.klimafakten.de/handbuch/material](http://www.klimafakten.de/handbuch/material).



## Wie man am besten mit Zweiflern und Leugnern spricht

Wie man mit Zweiflern  
und Leugnern spricht

Wenn man Mythen widerlegt oder über sie diskutiert, ist das Gespür für das richtige Auftreten extrem wichtig. In einem [Interview mit dem SZ-Magazin](#) erläutert der Psychologe Philipp Schmid von der Universität Erfurt, wie man am besten mit Impfgegnern in der eigenen Familie umgeht (was er sagt, lässt sich eins zu eins auf Leugner des menschengemachten Klimawandels übertragen): Man müsse Vorwürfe vermeiden, was gerade bei persönlicher Nähe und daraus womöglich folgender Enttäuschung schwierig sei, lautet sein erster Rat. Schon die entsetzte Frage „Wie kannst Du denn nur so etwas glauben?“ enthält ja ein Urteil über die geistigen Fähigkeiten des Gegenübers – und vielleicht bringt gerade dies einen Menschen, der nur verwirrt und noch nicht verbohrt ist, dazu, sich zu versteifen.

Stattdessen empfiehlt Schmid, erst einmal zuzuhören. Fragen zu stellen statt sofort Antworten zu geben, sich die Position des oder der Anderen erklären zu lassen, die damit verbundenen Emotionen zu thematisieren, nach Quellen zu fragen, und dann das Gehörte mit eigenen Worten ohne Verzerrung zusammenzufassen. Schon das kann dazu führen, dass das Gegenüber die Absurdität der eigenen Argumente erkennt.

Außerdem hilft es womöglich einzuräumen, so der Psychologe weiter, dass auf der Basis der genutzten Quellen tatsächlich der Eindruck entstehen kann, den die oder der Andere äußert. Dann geht es nämlich nicht mehr um die Geistesleistung oder Intelligenz des Gegenübers, sondern um die Qualität der Quellen. Und dann hat Schmid noch einen Tipp, den wir schon kennen: „Effektiv ist es, die rhetorische Technik zu identifizieren, die dem Statement des Impfskeptikers zugrunde liegt. Argumentiert jemand zum Beispiel: Die Impfung sollte zu 100 Prozent sicher sein, erst dann lasse ich mich impfen. Dann steckt dahinter eine sogenannte unmögliche Erwartung. Weil kein medizinisches Produkt jemals hundertprozentig sicher sein wird.“

Wenn Sie in einem solchen Gespräch stecken, müssen Sie irgendwann entscheiden: Ist das Gegenüber verbohrt oder nur verwirrt? Trägt sie oder er die aus dem Zusammenhang gerissenen Fakten und Falschmeldung mit Verve und Überzeugung vor oder eher wie ein aufgeschnapptes Gerücht, dem man selbst noch nicht ganz traut? Falls letzteres, kann die Person in der konkreten Situation noch gesichtswahrend von dem Mythos abrücken? Bauen Sie im Zweifelsfall Brücken! (Weitere ganz praktische Tipps gibt [in diesem Artikel der Wissenschaftsjournalist Sebastian Herrmann](#).)

In jedem Fall ist es gut, den Dialog mit einem gewissen Abstand zu betrachten, sofern es Ihnen gelingt. Kommen Sie in dem Gespräch überhaupt nicht voran, sollten Sie in Gedanken einen Schritt zurücktreten und sich fragen: Worum geht es hier eigentlich in Wirklichkeit? Warum verteidigt mein Gegenüber die Position und Argumente so verbissen? Gibt es vielleicht eine andere Perspektive auf das Problem?

Die Entscheidung „verbohrt oder bloß verwirrt“ spielt auch in einem anderen, wichtigen Punkt eine große Rolle – erst recht, wenn die Diskussion in der Öffentlichkeit mit Fremden stattfindet. In beiden Fällen reden Sie zwar mit der Person gegenüber, aber nur in der zweiten Situation ist sie tatsächlich Adressatin Ihrer Worte. Und nur dann besteht überhaupt die Chance, dass sich jemand anhand wissenschaftlicher Details wirklich überzeugen lässt.

Im ersten Fall hingegen ist nicht Ihr Gegenüber die eigentliche Zielgruppe – sondern es sind die möglichen Zuhörer:innen der Debatte. Einen Verbohrten werden Sie auf offener



Bühne nie überzeugen – aber vielleicht das Publikum. Dabei ist die Qualität Ihrer Argumente mindestens so wichtig wie andere Faktoren, etwa Ihre Geduld oder Überzeugungskraft. Erinnern Sie sich bitte an [Kapitel 9](#), da ging es schon einmal um Höflichkeit in einem solchen Streitgespräch: Wer einen Anderen wegen dessen klimaschädlichen Geredes harsch oder rüde kritisiert, kann damit unbeteiligte Zuhörer:innen gegen sich selbst und die eigene Sache aufbringen.

Akzeptieren und  
Handeln

## Akzeptieren und Handeln

Sie können übrigens auch den Blickwinkel wechseln und eine festgefahrene Situation auflösen, indem Sie das Gespräch wegführen von wissenschaftlichen Detailfakten und hin zu konkreten Maßnahmen lenken. „Handeln-Wollen“ oder „Nicht-Handeln-Wollen“ ist nämlich neben dem „Akzeptieren“ oder „Nicht-Akzeptieren“ wissenschaftlicher Erkenntnisse eine weitere wichtige Dimension. Beide sind nicht deckungsgleich, wie [hier die Psychologin Simone Regina Adams erläutert](#) (sie bezieht sich dabei auf [eine Idee von Andrew Winston](#)). Danach ergeben sich vier Typen von Haltungen: 1. Zweifel und Untätigkeit; 2. Akzeptanz, aber Untätigkeit; 3. Zweifel, aber Aktion; 4. Akzeptanz und Aktion.

Bei Typ 1 gilt oft das obige Rezept: Er ist nicht zu überzeugen, wir reden für die Zuhörenden. Typ 2 würde Ihnen mit dem einfachen Raster von „Akzeptieren“ oder „Nicht-Akzeptieren“ vielleicht überhaupt nicht auffallen. Er oder sie braucht natürlich ganz andere Argumente als hier besprochen. Da wären Sie vermutlich mit dem Stoff von [Kapitel 10](#) über Lösungsansätze besser bedient. Bei Typ 3 ist die Frage, ob sich der Aufwand lohnt, dem Gegenüber noch das richtige Bewusstsein für die doch ohnehin vorhandene Handlungsmotivation einzureden. Und zu Typ 4 gehören natürlich genau die Zuhörer:innen, die wir uns wünschen.

Zum Abschluss: Verbeißen Sie sich nicht! Mit großer Sicherheit ist die überwiegende Mehrheit des Publikums schon auf Ihrer Seite. Das ist vermutlich zu einer Veranstaltung gekommen, um Wege zu finden, wie es selbst etwas gegen die Klimakrise tun kann. Enttäuschen Sie die Leute nicht, indem Sie sich plötzlich zeitraubend mit einem Starrkopf herumstreiten. Denn letztlich ist auch das eine erprobte Strategie der Leugner: Aufmerksamkeit zu erregen und zu binden, Aktivisten, Wissenschaftlerinnen, Kommunikatoren die Zeit zu stehlen, in der sie andere Menschen vom Handeln überzeugen könnten.

Darin ähneln sie ein wenig den berüchtigten „grauen Herren“ aus Michael Endes Roman *Momo*: Sie rauchen aschgraue Zigarren aus gerollter Zeit, die sie vorher den Menschen gestohlen haben. Und als sie die Zigarren schließlich verlieren, verpuffen sie. So ähnlich wird es den Zweifeln und Manipulationen ergehen, wenn niemand mehr an sie glaubt. Dann können wir uns endlich darauf konzentrieren, unsere gemeinsame Zukunft zu planen.



## Link- und Literaturliste zum Weiterlesen

- Ein Essay von John Cook, der den klugen Umgang mit Desinformation zusammenfasst:  
[https://www.climatechangecommunication.org/wp-content/uploads/2019/06/Cook\\_2019\\_climate\\_misinformation-1.pdf](https://www.climatechangecommunication.org/wp-content/uploads/2019/06/Cook_2019_climate_misinformation-1.pdf)
- In dem Buch *Der Tollhauseffekt* stellen Michael Mann und der *Washington Post*-Karikaturist Tom Toles eine Typografie des Klimawandel-Leugnens auf. Hier eine Rezension: <https://www.riffreporter.de/de/umwelt/schrader-tollhaus-rezension>
- An der Kaffeetafel mit Wissenschaftsleugnern: Sieben praktische Tipps des Wissenschaftsjournalisten Sebastian Herrmann, um Fakten erfolgreich zu verteidigen:  
<https://www.klimafakten.de/meldung/der-kaffeetafel-mit-wissenschaftsleugnern-sieben-praktische-tipps-um-fakten-erfolgreich-zu>
- Die teils im Kapitel bereits erwähnten Handreichungen:
  - Zum Kommunizieren des wissenschaftlichen Konsenses:  
[https://skepticalscience.com/docs/Consensus\\_Handbook\\_German\\_A4.pdf](https://skepticalscience.com/docs/Consensus_Handbook_German_A4.pdf)
  - Zum richtigen Widerlegen von Mythen und Falschbehauptungen (auf Deutsch und in weiteren Sprachen):  
<https://skepticalscience.com/debunking-handbook-2020-downloads-translations.html>
  - Zum Umgang mit Verschwörungstheorien:  
[https://www.climatechangecommunication.org/wp-content/uploads/2020/04/ConspiracyTheoryHandbook\\_German.pdf](https://www.climatechangecommunication.org/wp-content/uploads/2020/04/ConspiracyTheoryHandbook_German.pdf)
- Wenn Sie mit Osteuropa oder Osteuropäer:innen zu tun haben – hier ist ein Ratgeber zum Thema Desinformation und Resilienz in der Region zwischen Ostsee und Schwarzem Meer: <http://prismua.org/en/dri-cee/>

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)  
oder als gedrucktes Buch beim [Oekom-Verlag](http://Oekom-Verlag).

Und eine **Kurzversion dieses Kapitels** mit interaktiven Übungen gibt es hier:  
[www.klimafakten.de/handbuch/kap19](http://www.klimafakten.de/handbuch/kap19)

