

Publizierbarer Endbericht

Gilt für Studien aus der Programmlinie Forschung

A) Projektdaten

Allgemeines zum Projekt	
Kurztitel:	GENIAL
Langtitel:	Umgang mit Gegennarrativen zum Klimaschutz auf lokaler Ebene
Zitiervorschlag:	Brudermann T., Trimmel K., Seliger C., Stumpf J. (2025). Umgang mit Gegennarrativen zum Klimaschutz auf lokaler Ebene. Publizierbarer Endbericht.
Programm inkl. Jahr:	ACRPI 2023
Dauer:	15.10.2024 – 15.07.2025
KoordinatorIn/ ProjekteinreicherIn:	Universität Graz
Kontaktperson Name:	Assoz.-Prof. Dr. Thomas Brudermann
Kontaktperson Adresse:	Assoz.-Prof. Dr. Thomas Brudermann Institut für Umweltsystemwissenschaften Meran- gasse 18/1, 8010 Graz
Kontaktperson Telefon:	+43 316 380 - 7336
Kontaktperson E-Mail:	thomas.brudermann@uni-graz.at
Projekt- und KooperationspartnerIn (inkl. Bundesland):	Klimabündnis Steiermark
Schlagwörter:	Klimakommunikation, Akzeptanz, Gegennarrative, transdisziplinäre Forschung, Fokusgruppen
Projektgesamtkosten:	49 962 €
Fördersumme:	49 962 €
Klimafonds-Nr:	KC408217
Erstellt am:	15.07.2025

B) Projektübersicht

1 Kurzfassung

Die Umsetzung ambitionierter Klimapolitik ist mit tiefgreifenden Veränderungen für Wirtschaft, Lebensstile und Gesellschaft verbunden. Ehrgeizige klimapolitische Maßnahmen rufen daher häufig Widerstände hervor, die sich in Form von Verzögerungsdiskursen, Gegennarrativen oder offener Ablehnung äußern. Trotz sichtbarer Klimawandelfolgen in Österreich ist die gesellschaftliche Unterstützung für weitreichende Maßnahmen zuletzt nicht gestiegen.

Ziel dieses Projektes war es, konkrete Maßnahmen für den Umgang mit Klimaschutz-Gegennarrativen zu entwickeln und dadurch die Akzeptanz klimapolitischer Maßnahmen zu erhöhen. Darauf aufbauend wurden praxisnahe Kommunikationsstrategien für den lokalen Kontext erarbeitet.

Dazu wurden (1) zentrale Herausforderungen mit kommunalen Partner:innen identifiziert, (2) Fokusgruppen mit konservativ geprägten Zielgruppen durchgeführt und (3) wissenschaftliche Erkenntnisse sowie Projektergebnisse in einem Leitfaden gebündelt.

In **Arbeitspaket (AP) 2** wurden mittels 20 Interviews mit KEM- und KLAR-Manager:innen sowie einem Stakeholder-Workshop zentrale Herausforderungen für die kommunale Klimakommunikation identifiziert. Vier Problemlagen erwiesen sich als besonders relevant: (1) Veränderungsresistenz und festgefahrene Verhaltensmuster, (2) mangelnde Greifbarkeit und hohe Komplexität von Klimathemen, (3) Verbreitung von Falschinformation und Einfluss sozialer Medien, (4) geringe Priorisierung von Klimaschutz angesichts multipler Krisen.

In **AP3** wurden fünf Fokusgruppen mit lokal verankerten Zielgruppen durchgeführt – darunter eine Sportjugendtrainergruppe, ein Senior:innen-Verbund, Mitglieder einer Freiwilligen Feuerwehr, eine ländliche Jugendorganisation und ein regionaler Service-Club. Ziel war es, unterschiedliche Perspektiven auf Klimaschutz-Gegennarrative zu erfassen und Framing-Strategien hinsichtlich ihrer kommunikativen Wirkung zu erproben. Zentrale Gegennarrative waren (1) die Skepsis gegenüber der Machbarkeit klimapolitischer Maßnahmen, (2) die Delegation von Verantwortung an übergeordnete Akteure oder technische Lösungen, (3) die Betonung negativer wirtschaftlicher oder sozialer Auswirkungen sowie (4) Aspekte der Verfahrensgerechtigkeit – etwa mangelnde Beteiligung oder eine als widersprüchlich empfundene Informationslage. Zugleich wurde deutlich, dass die Wirkung von Klimaschutzbotschaften stark vom Framing abhängt. Aussagen, die an gemeinsame Werte wie Generationenverantwortung, Regionalität oder Sicherheit anknüpfen, wurden als glaubwürdig und lebensnah empfunden. Abstrakte, moralisch aufgeladene oder globalisierte Formulierungen stießen hingegen häufig auf Ablehnung – ebenso wie wirtschaftlich argumentierende Aussagen. Die Fokusgruppen bildeten die Grundlage für zielgruppenspezifische Kommunikationsansätze. Darüber hinaus wurden kommunikative Eigenschaften einzelner Gruppen sichtbar, die sie zu potenziellen Vermittler:innen für Klimathemen machen.

Aufbauend auf diesen Ergebnissen und wissenschaftlichen Erkenntnissen wurde in **AP4** ein praxisorientierter Leitfaden erstellt – unter dem Titel „Global denken, lokal handeln – Strategien zum Umgang mit Klimaschutz-Gegennarrativen auf lokaler Ebene“. Dieser enthält Richtlinien zum Umgang mit Gegennarrativen, einen Kriterienkatalog für wirksame Klimakommunikation sowie eine Sammlung weiterführender Materialien. Der Leitfaden richtet sich an kommunale Akteur:innen und unterstützt die Entwicklung anschlussfähiger Kommunikationsstrategien, die die Umsetzung lokaler Klimaschutzmaßnahmen erleichtern.

Die Ergebnisse des Projekts bieten praxisnahe Orientierung für kommunale Akteur:innen, um mit Widerständen gegenüber klimapolitischen Maßnahmen umzugehen und Klimakommunikation wirksamer zu gestalten. Sie geben konkrete Handlungsempfehlungen, wie Kommunikationsstrategien differenziert, zielgruppenspezifisch und anschlussfähig entwickelt werden können. Entscheidend ist ein dialogorientierter Zugang auf Augenhöhe, der persönliche Anknüpfungspunkte nutzt und Vertrauen schafft. Auch glaubwürdige Vermittler:innen können dabei unterstützen, Klimathemen anschlussfähiger zu machen. Besonders lokal verankerte Gruppen mit hoher Glaubwürdigkeit – wie Feuerwehr, ländliche Jugend oder Sportvereine – zeigen hier Potenzial.

GENIAL liefert somit praxisrelevante Ansätze zur Erhöhung der gesellschaftlichen Akzeptanz für lokale Klimaschutzmaßnahmen. Durch die konsequente Einbindung kommunaler Stakeholder sowie diverser und kritisch eingestellter Bevölkerungsgruppen trägt das Projekt zur sozial-ökologischen Transformation auf lokaler Ebene bei – im Sinne eines konstruktiven Umgangs mit Widerständen.

2 Executive Summary

The implementation of ambitious climate policies brings profound changes to the economy, lifestyles, and society. As a result, such measures often encounter resistance, manifesting in the form of discourses of delay, counter-narratives, or open rejection. Despite the visible impacts of climate change in Austria, public support for far-reaching measures has not increased recently.

The aim of this project was to develop practical strategies for addressing counter-narratives to climate action, thereby strengthening public acceptance of climate policy. Building on this, practice-oriented communication strategies were developed for the local context.

To this end, (1) key challenges were identified in cooperation with municipal partners, (2) focus groups with conservative target audiences were conducted, and (3) scientific insights and project results were compiled in a practical guide.

In **Work Package (WP) 2**, 20 interviews with KEM and KLAR and a stakeholder workshop helped to identify key challenges for municipal climate communication. Four issues proved particularly relevant: (1) resistance to change and entrenched behavioral patterns, (2) the abstract and complex nature of climate issues, (3) the spread of misinformation and the influence of social media, and (4) the low prioritization of climate protection in the face of multiple crises.

In **WP3**, five focus groups were conducted with locally rooted target audiences – including a group of youth sports coaches, a senior citizens' association, members of a volunteer fire brigade, a rural youth organization, and a regional service club. The aim was to capture different perspectives on counter-narratives to climate protection and to test framing strategies in terms of their communicative effectiveness. Central counter-narratives included: (1) skepticism about the feasibility of climate policy measures, (2) the delegation of responsibility to higher-level actors or technical solutions, (3) emphasis on negative economic or social consequences, and (4) aspects of procedural justice – such as lack of participation or perceived contradictions in available information.

At the same time, the framing of climate messages proved to be crucial. Statements that appealed to shared values such as intergenerational responsibility, regional identity, or security were perceived as credible and relatable. In contrast, abstract, morally charged, or globalized formulations were often met with rejection – as were economically driven arguments. These focus group insights formed the basis for target-group-specific communication approaches. They also revealed the communicative strengths of certain local groups, suggesting their potential as effective intermediaries for climate issues.

Based on these results and scientific findings, a practice-oriented guide was developed in **WP4** – titled "Think Globally, Act Locally – Strategies for Dealing with Counter-Narratives to Climate Protection at the Local Level." The guide includes recommendations for handling counter-narratives, a set of criteria for effective climate communication, and a collection of further materials. It is aimed at municipal actors and supports the development of relatable communication strategies that facilitate the implementation of local climate protection measures.

The project results offer practical guidance for municipal actors to deal with resistance to climate policy measures and improve climate communication efforts. They provide concrete recommendations for developing communication strategies that are nuanced, target group-specific, and relatable. A key factor is a dialogue-oriented approach at eye level that leverages personal points of connection and

builds trust. Credible intermediaries can also help make climate topics more accessible. Especially locally rooted groups with high credibility – such as fire brigades, rural youth, or sports clubs – show potential in this regard.

GENIAL thus delivers practice-relevant approaches to increasing public acceptance of local climate protection measures. By consistently involving municipal stakeholders as well as diverse and critically minded segments of the population, the project contributes to the socio-ecological transformation at the local level – promoting a constructive approach to resistance.

3 Hintergrund und Zielsetzung

Die Eindämmung des Klimawandels erfordert erhebliche Emissionsreduktionen, die nur mit ambitionierten Maßnahmen erreicht werden können. Die Umsetzung ambitionierter Klimapolitik ist disruptiv, hat also starke Auswirkungen auf wirtschaftliche Verhältnisse, Lebensstile und soziale Systeme. Ehrgeizige klimapolitische Maßnahmen rufen daher häufig Unsicherheit und Ablehnung hervor, die sich in Medien und Bevölkerung in Form von Verzögerungsdiskursen, Gegennarrativen und offener Maßnahmenablehnung äußern. Dies erfordert nicht nur Strategien für den Umgang mit potenziell negativen Nebeneffekten ambitionierter Maßnahmen, sondern auch Strategien für den Umgang mit erwartbaren Widerständen und Gegennarrativen. Trotz des Sichtbarwerdens von Klimawandelfolgen in Österreich und gestiegener Klimasorgen in einzelnen Bevölkerungsgruppen, stieg die Akzeptanz für ambitioniertere Klimaschutzmaßnahmen in der Allgemeinbevölkerung zuletzt nicht. Zwei Gegentendenzen werden jedoch sichtbar:

1. Zunehmende Ablehnung des wissenschaftlichen Konsenses zum menschengemachten Klimawandel: In einer ÖAW-Befragung im Herbst 2023 gaben etwa 28% der Befragten an, der derzeit beobachtete Klimawandel würde durch Sonnenzyklen verursacht, wäre also nicht menschengemacht (ÖAW, 2023). Damit einher geht ein limitierter Wissenstand zu Klimathemen in der Allgemeinbevölkerung. Weit verbreitete Missverständnisse halten sich hartnäckig (Thaller & Brudermann, 2020, Fischer et al., 2019).
2. Zunehmende Ablehnung der Dringlichkeit von Maßnahmen: In der Befragung der ÖAW gaben 39% an, dass die Menschheit auch bei einer globalen Erwärmung von drei Grad „gut leben“ könnte. Dies steht im deutlichen Widerspruch zu den Einschätzungen der Klimafolgenforschung, die bei drei Grad Erwärmung von zivilisationsbedrohenden Folgen ausgeht.

Unter Berücksichtigung dieser Tendenzen wurden im Rahmen des geplanten Projekts konkrete Maßnahmen zum Umgang mit Klimaschutz-Gegennarrativen entworfen, mit dem Ziel die Akzeptanz von Klimaschutzmaßnahmen auf lokaler Ebene zu steigern. Dies geschah mit einem transdisziplinären Ansatz, der auf den Erkenntnissen des ACRP-Projekts TransFair (u.a. eine ausführliche Analyse bestehender Gegennarrative in Österreich) aufbaute.

Ziele des Projekts:

- Mit Repräsentant:innen der involvierten Partner (Stadt Graz, Land Steiermark, Stadt Kapfenberg, Klimabündnis Steiermark) wurden konkrete Herausforderungen bei der Umsetzung von klimapolitischen Maßnahmen sowie der Kommunikation dieser Maßnahmen identifiziert (AP2).
- Im Rahmen mehrerer Fokusgruppendifkussionen wurden mit unterschiedlichen, tendenziell konservativ eingestellten Teilnehmer:innengruppen zusätzliche Perspektiven zu Klimaschutz-Gegennarrativen erfasst und Framing-Strategien hinsichtlich ihrer kommunikativen Wirkung erprobt (AP3).

- Auf Basis von Projektergebnissen, Erkenntnissen aus wissenschaftlicher Literatur und Ergebnissen des TransFair-Projekts wurde ein Kriterienkatalog und Leitfaden für Kommunikationsstrategien auf lokaler Ebene entwickelt.
- Der praxisorientierte Leitfaden dient zur verbesserten Umsetzung konkreter Maßnahmen auf lokaler Ebene und leistet somit einen Beitrag zur Hochskalierung sozial-ökologischer Transformationsprozesse (Titel: „Global denken, lokal handeln – Strategien zum Umgang mit Klimaschutz-Gegennarrativen auf lokaler Ebene“) (AP4).

4 Projektinhalt und Ergebnisse

AP1 – Projektmanagement und Bericht

Das Projektmanagement lag bei der Universität Graz (Institut für Umweltsystemwissenschaften) unter der Leitung von Assoz.-Prof. Dr. Thomas Brudermann. Neben der inhaltlichen und administrativen Koordination umfasste das Management die Abstimmung von Dissemination und Kommunikation. Alle Meilensteine wurden fristgerecht erfüllt. Ein strukturierter Austausch mit den Praxispartner:innen (Stadt Graz, Land Steiermark, Stadt Kapfenberg) erfolgte zu Beginn und am Ende des Projekts. Während der gesamten Projektlaufzeit fanden regelmäßige Abstimmungstreffen mit dem Projektpartner Klimabündnis Steiermark statt. Ein gemeinsames Reflexionsmeeting am Ende stärkte die Auseinandersetzung mit den Ergebnissen und stellte die Anwendbarkeit für kommunale Praxisakteure sicher. Der Abschlussbericht wurde fristgerecht erstellt.

AP2 – Identifikation von konkreten Herausforderungen

Ziel dieses Arbeitspakets war die Identifikation konkreter Herausforderungen, mit denen Akteur:innen auf kommunaler Ebene in der Klimawandelkommunikation konfrontiert sind. Die Ergebnisse dienten zur Vorbereitung der Fokusgruppen (AP 3) und zur Entwicklung des Kriterienkatalogs (AP 4).

Ergänzend zu den im Projektantrag vorgesehenen Vorarbeiten (Literaturrecherche, Aufbereitung diskursiver Narrative aus Medien sowie Ergebnissen aus dem Vorgängerprojekt TransFair) wurden zur gezielten Erfassung kommunaler Perspektiven 20 semi-strukturierte Interviews mit KEM- und KLAR-Manager:innen geführt. Mithilfe dieser methodischen Erweiterung konnten konkrete Herausforderungen direkt aus der Praxis erfasst werden und ein differenziertes Bild kommunaler Kommunikationsrealitäten erhalten werden. Die Auswahl der Interviewpartner:innen erfolgte anhand von Relevanzkriterien (Projektfortschritt, geografische Verteilung, thematischer Fokus). Das Klimabündnis Steiermark unterstützte dabei über seine bestehenden Netzwerke aktiv die Rekrutierung.

Die leitfadengestützten Interviews konzentrierten sich auf folgende thematische Schwerpunkte: bestehende Widerstände und kommunikative Herausforderungen, erfolgreiche Kommunikationsansätze und -methoden, Unterstützungsbedarfe sowie der Umgang mit schwer erreichbaren bzw. skeptischen Zielgruppen.

Die Auswertung erfolgte systematisch und führte unter Einbeziehung der Vorarbeiten zur Ableitung von 15 übergreifenden, im Projektkontext relevanten Herausforderungen (siehe Tabelle 1).

Neben den identifizierten Themenschwerpunkten wurde in den Interviews auch das Erreichen bestimmter Bevölkerungsgruppen als zentrale Herausforderung benannt. Gemeint sind vor allem Personen, die bisher wenig Interesse an Klimaschutz zeigten – insbesondere Jugendliche und konservativ geprägte Milieus. Dar-

über hinaus wurden weiterführende Bedarfe sichtbar, etwa der Wunsch nach verständlich aufbereiteten Informationen, niedrighschwelligen Kommunikationsformaten und einem stärkeren Austausch zwischen Gemeinden und engagierten Bürger:innen. Diese Anforderungen wurden in den weiteren Arbeitspaketen (AP3 und AP4) aufgegriffen und insbesondere in der Auswahl der Teilnehmer:innengruppen für die Fokusgruppen sowie in der Gestaltung des Kriterienkatalogs berücksichtigt.

Die zusammengeführten Ergebnisse aus den Interviews und der Vorarbeit wurden Vertreter:innen der Stadt Graz, Stadt Kapfenberg, dem Land Steiermark sowie dem Klimabündnis Steiermark im Rahmen eines Stakeholder-Workshops vorgestellt. Die identifizierten Herausforderungen wurden im Rahmen des Workshops diskutiert und evaluiert.

Tabelle 1: Identifizierte Widerstände und Herausforderungen in der kommunalen Klimakommunikation

Widerstände und Herausforderungen in der Klimakommunikation	
1)	Zweifel an Wissenschaft und Medien
2)	Verbreitung von Falschinformation und Social-Media Einfluss
3)	Verschiebung der Verantwortung für Klimaschutz (Klassische Ausreden: „Die anderen...“, „Aber in China...!“, „Wir tun doch eh so viel“)
4)	Geringe Priorität für Klimaschutz (Fülle an anderen Krisenthemen z.B. Inflation, Wirtschaft stehen im Vordergrund)
5)	Widerstand gegen Sparen und Verzicht
6)	Veränderungsresistenz und festgefahrene Verhaltensmuster
7)	Gefühlte Bevormundung und Angst vor Verboten (Verbotskultur: „Man nimmt uns alles weg“)
8)	Ästhetische und emotionale Vorbehalte (Erneuerbare Energien (Windräder und Flächen PV), „Öffi fahren ist uncool“)
9)	Mangelnde Greifbarkeit und hohe Komplexität (Klima als abstraktes Thema)
10)	Polarisierende Wirkung von Klima spezifischen Formulierungen und Schubladendenken („Klima/Umwelt“- Begriffe, Label wie „grün“, „öko“)
11)	Ängste, Unsicherheiten, fehlende Planungssicherheit
12)	Befürchtete Nachteile für die Wirtschaft (Sorge um Wettbewerbsfähigkeit, Wirtschaftswachstum, Arbeitsplätze)
13)	Klimaschutz im Ernährungsbereich als Konfliktfeld mit Landwirtschaft (Fleischlose Ernährung vs. regionale Landwirtschaft)
14)	Überforderung durch umfangreiche Klimaschutzmaßnahmen
15)	Missverständnisse und Unklarheiten (Fehlendes Verständnis von Maßnahmen, Mehrwert nicht greifbar)

Die Bewertung erfolgte mithilfe eines standardisierten Bewertungsbogens entlang der Kriterien Häufigkeit, Relevanz und Erschwernisgrad. Ziel war es, jene Aspekte herauszufiltern, die für die weitere Projektarbeit besonders priorisiert werden sollten.

Auf Basis der Diskussionen und Bewertungen kristallisierten sich vier Herausforderungen als besonders relevant heraus:

1. Veränderungsresistenz und festgefahrene Verhaltensmuster
2. Mangelnde Greifbarkeit und hohe Komplexität von Klimathemen
3. Verbreitung von Falschinformation und der Einfluss sozialer Medien
4. Geringe Priorität von Klimaschutz angesichts multipler Krisen

Diese Herausforderungen wurden insbesondere bei der Erstellung der Gesprächsleitfäden für die Fokusgruppen aufgegriffen und entsprechend in die Entwicklung des Kriterienkatalogs eingearbeitet, beispielsweise durch die Bereitstellung prägnanter, praxisorientierter Informationen zu den Ursachen und Auswirkungen des Klimawandels.

Auch darüber hinaus trug der Workshop in hohem Maß zur Vorbereitung der Fokusgruppen (AP 3) bei. Diskutiert wurden unter anderem geeignete Zielgruppen, Rekrutierungsmöglichkeiten über bestehende Netzwerke und Kommunikationsstrategien.

AP3 – Einblicke aus den Fokusgruppen

Aufbauend auf den Ergebnissen aus AP2 wurden fünf Fokusgruppen mit lokal verankerten Zielgruppen konzipiert und durchgeführt. Ziel war es, Perspektiven zu Klimaschutzmaßnahmen und den damit verbundenen Gegennarrativen zu sammeln sowie verschiedene Framing-Strategien im Hinblick auf ihre kommunikative Wirkung zu erproben. Darauf aufbauend wurden zielgruppenspezifische Kommunikationsstrategien für den lokalen Kontext entwickelt.

Die inhaltliche Gestaltung der Fokusgruppen – einschließlich der thematischen Ausrichtung, der Gesprächsleitfäden und der Auswahl geeigneter Framing-Strategien – wurde vom Projektteam der Universität Graz verantwortet. Das Klimabündnis Steiermark unterstützte die Durchführung organisatorisch und koordinierte die Rekrutierung der Teilnehmenden über sein Netzwerk.

Die Auswahl der Fokusgruppen orientierte sich an lokal verankerten Gruppen, die im Alltag von Klimaschutzmaßnahmen betroffen sind, bislang aber wenig in klimapolitische Diskurse eingebunden sind. Ziel war es, einen möglichst breiten gesellschaftlichen Querschnitt abzubilden und Perspektiven jenseits von jenen Gruppen einzuholen, die bereits über ein hohes Bewusstsein für Klimaschutz verfügen und Klimaschutzmaßnahmen mittragen. Die eingeladenen Gruppen wurden so gewählt, dass sie unterschiedliche Lebensrealitäten, Altersgruppen und gesellschaftliche

Rollen repräsentieren – etwa durch Engagement im Ehrenamt, in der Jugendarbeit oder in beruflichen Netzwerken.

Die Fokusgruppen umfassten folgende Gruppen:

- Eine Sportjugendtrainergruppe
- Einen Senior:innen-Verbund
- Mitglieder einer Freiwilligen Feuerwehr
- Eine Jugendorganisation im ländlichen Raum
- Einen regionalen Service-Club (berufliches Netzwerk mit gemeinwohlorientiertem Fokus)

Insgesamt wurden fünf Fokusgruppen mit jeweils 5 bis 15 Teilnehmenden durchgeführt. Die rund 90- bis 120-minütigen Gespräche fanden in einem niederschweligen Format statt, das darauf ausgerichtet war, den freien Meinungsaustausch innerhalb der Gruppe anzuregen. Die Fokusgruppen wurden von einem Moderationsteam begleitet. Um eine offene Gesprächsatmosphäre zu fördern, wurde auf Audioaufnahmen verzichtet. Stattdessen dokumentierten geschulte Protokollführer:innen die Diskussionen anhand strukturierter Notizen.

Die Gespräche orientierten sich an einem thematisch auf die jeweilige Gruppe abgestimmten Leitfaden. Ergänzend kam ein Bewertungsbogen als Stimulusmaterial zum Einsatz. Darin bewerteten die Teilnehmenden anonym verschiedene Formulierungen über Motivationen für Klimaschutz – basierend auf bestehender Framing-Literatur (Ballew et al. 2025, Guenther et al. 2024, Ulmke et al. 2023). Besonders kontrovers eingeschätzte Aussagen wurden anschließend gemeinsam diskutiert und reflektiert. Die Auswertung der Fokusgruppen erfolgte mit der qualitativen Datenanalyse-Software MAXQDA.

Nachfolgend werden die zentralen Ergebnisse aus den Fokusgruppen beschrieben:

1) Perspektiven zu Klimaschutz-Gegennarrativen

Die Auswertung der Klimaschutz-Gegennarrative orientierte sich am Klassifikationsschema von Trimmel et al. (2024). Die in den Diskussionen der Teilnehmenden beobachtbaren Narrative traten in unterschiedlichen Ausprägungen auf und verdeutlichten verschiedene Formen diskursiver Widerstände auf lokaler Ebene.

a. Machbarkeit

Ein häufig geäußertes Narrativ war die Skepsis gegenüber der praktischen Umsetzbarkeit von Klimaschutz. So wurde etwa der Eindruck formuliert, dass viele Maßnahmen „unrealistisch“ seien – nicht aus grundsätzlicher Ablehnung, sondern aufgrund wahrgenommener Widersprüche zwischen Klimazielen und lokalen Lebensrealitäten. Ergänzend dazu wurde auf konkrete strukturelle Hürden verwiesen, etwa die Abhängigkeit vom Auto im ländlichen Raum.

Teilweise wurde infrage gestellt, ob die Klimakrise und damit verbundene Entwicklungen – wie zunehmende Extremwetterereignisse – überhaupt noch kontrollierbar

seien. Auch der menschliche Einfluss auf das Klima wurde vereinzelt in Frage gestellt. So wurde beispielsweise ein Kommentar über die Auswirkungen von Naturereignissen wie Vulkanausbrüchen im Vergleich zu den Auswirkungen menschlicher Aktivitäten wie dem Autoverkehr getroffen. Gleichzeitig wurde aber auch Unsicherheit und der Wunsch nach objektiven, verifizierbaren Informationen geäußert. Solche Relativierungen des menschengemachten Klimawandels deuten damit weniger auf bewusste Ablehnung hin, sondern auf Unsicherheiten im Verständnis klimatischer Zusammenhänge sowie auf die wieder stärker vorhandene Desinformation im medialen und öffentlichen Diskurs, welche von einem Laienpublikum nicht leicht als solche erkannt werden kann.

b. Verantwortung

Ein weiteres zentrales Muster betraf die Verschiebung der Verantwortung für Klimaschutz. Viele Teilnehmende sahen nicht Einzelpersonen, sondern vor allem Politik, Wirtschaft oder andere Länder in der Pflicht, wirksame Maßnahmen zu ergreifen. Aussagen wie „Was soll ich als kleiner Mann schon ausrichten?“ oder „Solange die großen Länder nicht mitziehen, bringt das alles nichts“ spiegeln ein verbreitetes Gefühl begrenzter Selbstwirksamkeit wider. Zwar wurde nicht grundsätzlich bestritten, dass individuelles Verhalten wichtig sei – die Hauptverantwortung wurde jedoch an übergeordnete Akteur:innen delegiert, da persönliche Beiträge oft als zu gering oder wirkungslos wahrgenommen wurden.

In dieses Gegennarrativ fließt auch die Hoffnung ein, dass technischer Fortschritt – beispielsweise Carbon Capture – künftig die Probleme lösen wird. Die Verantwortung wird damit an die Innovationskraft „der Technik“ delegiert, was die Notwendigkeit individueller oder politischer Maßnahmen in der Gegenwart relativieren kann.

c. Negative Auswirkungen

Kritik an Klimapolitik bezog sich vielfach auf erwartete soziale oder wirtschaftliche Belastungen. Häufig genannt wurden steigende Kosten durch CO₂-Bepreisung oder nachhaltige Produktionsweisen sowie Ängste vor einem Verlust an Wettbewerbsfähigkeit oder Arbeitsplatzsicherheit. Diese Gegennarrative waren zudem oft mit einem Gerechtigkeitsdiskurs verknüpft – etwa mit der Frage, ob bestimmte Bevölkerungsgruppen überproportional betroffen seien oder die Leistbarkeit von bestimmten Produkten für Gruppen mit niedrigem Einkommen dann nicht mehr gegeben sei.

d. Verfahrensgerechtigkeit

Zwei weitere Gegennarrative betrafen Fragen der Verfahrensgerechtigkeit: die Wahrnehmung unzureichender Beteiligung an klimapolitischen Entscheidungen sowie mangelnder Transparenz in der öffentlichen Kommunikation rund um Klimathemen.

Einige Teilnehmende äußerten das Gefühl, dass betroffene Gruppen – insbesondere im ländlichen Raum – zu wenig in Entscheidungsprozesse eingebunden seien und deren Lebensrealitäten unzureichend berücksichtigt würden. Klimapolitik

wurde dabei nicht grundsätzlich abgelehnt, aber als von außen bestimmt und schwer anschlussfähig an den eigenen Alltag erlebt. Aussagen wie „Die Stadt bestimmt übers Land“ oder „Wir haben einfach andere Bedürfnisse – es wird nicht gesehen, was es draußen am Land braucht“ verdeutlichen diese Wahrnehmung.

Auch die Transparenz in der öffentlichen Kommunikation rund um Klimathemen wurde kritisiert. Teilnehmende beschrieben die Informationslage als unübersichtlich, komplex und schwer überprüfbar. Greenwashing, widersprüchliche Aussagen und das gefühlte Fehlen verlässlicher Quellen führten zu Verunsicherung und dem Gefühl, Aussagen kaum einordnen zu können. „Wo bekomme ich objektive Informationen her? Verifizierbare, wo ich mich darauf verlassen kann [...] das fehlt“, äußerte eine Person. Zum Teil entstand der Eindruck, der Klimawandel werde von einigen Personen weniger als wissenschaftliche Realität, sondern mehr als individuelle Glaubensfrage wahrgenommen. Diese Subjektivierung erschwert nicht nur faktenbasierte Diskussionen, sondern kann auch Missverständnisse, die Verbreitung von Falschinformationen und das Entstehen immer neuer Mythen über die Ursachen, Auswirkungen und Lösungsansätze des Klimawandels begünstigen.

e. Weitere Erzählmuster und Narrative

Neben den klassifizierten Gegennarrativen zeigten sich in den Fokusgruppen weitere Muster, die für die Analyse klimapolitischer Kommunikation relevant sind. So wurde etwa Kritik an moralisch aufgeladener Sprache geäußert. Botschaften, die auf Schuld oder moralischer Überlegenheit basieren, stießen mitunter auf Ablehnung. Stattdessen wurde der Wunsch nach einer sachlichen, lösungsorientierten und ideologiefreien Kommunikation betont.

Zudem traten Erzählmuster auf, in denen der Klimawandel durch die Anpassungsfähigkeit des Menschen relativiert wurde („Der Mensch passt sich an“, „Es entwickelt sich immer alles weiter“). Auch wurde darauf verwiesen, dass der Klimawandel nicht das einzige drängende gesellschaftliche Problem sei.

Darüber hinaus zeigten sich Ablenkungsnarrative, bei denen umweltpolitische Themen wie Mülltrennung oder Verpackungen in den Vordergrund rückten. Diese können klimapolitische Fragen überlagern und so von dem drängenden Bedarf an Klimaschutzmaßnahmen ablenken.

2) Framing-Strategien und ihre kommunikative Wirkung

In allen Fokusgruppen bewerteten die Teilnehmenden verschiedene Formulierungen zum Klimaschutz mithilfe eines standardisierten Bewertungsbogens. Die Aussagen basierten auf unterschiedlichen Framing-Strategien und wurden anonym per Emoticons eingeschätzt (siehe Abbildung 1). Besonders kontrovers eingeschätzte Aussagen wurden anschließend gemeinsam diskutiert und reflektiert.

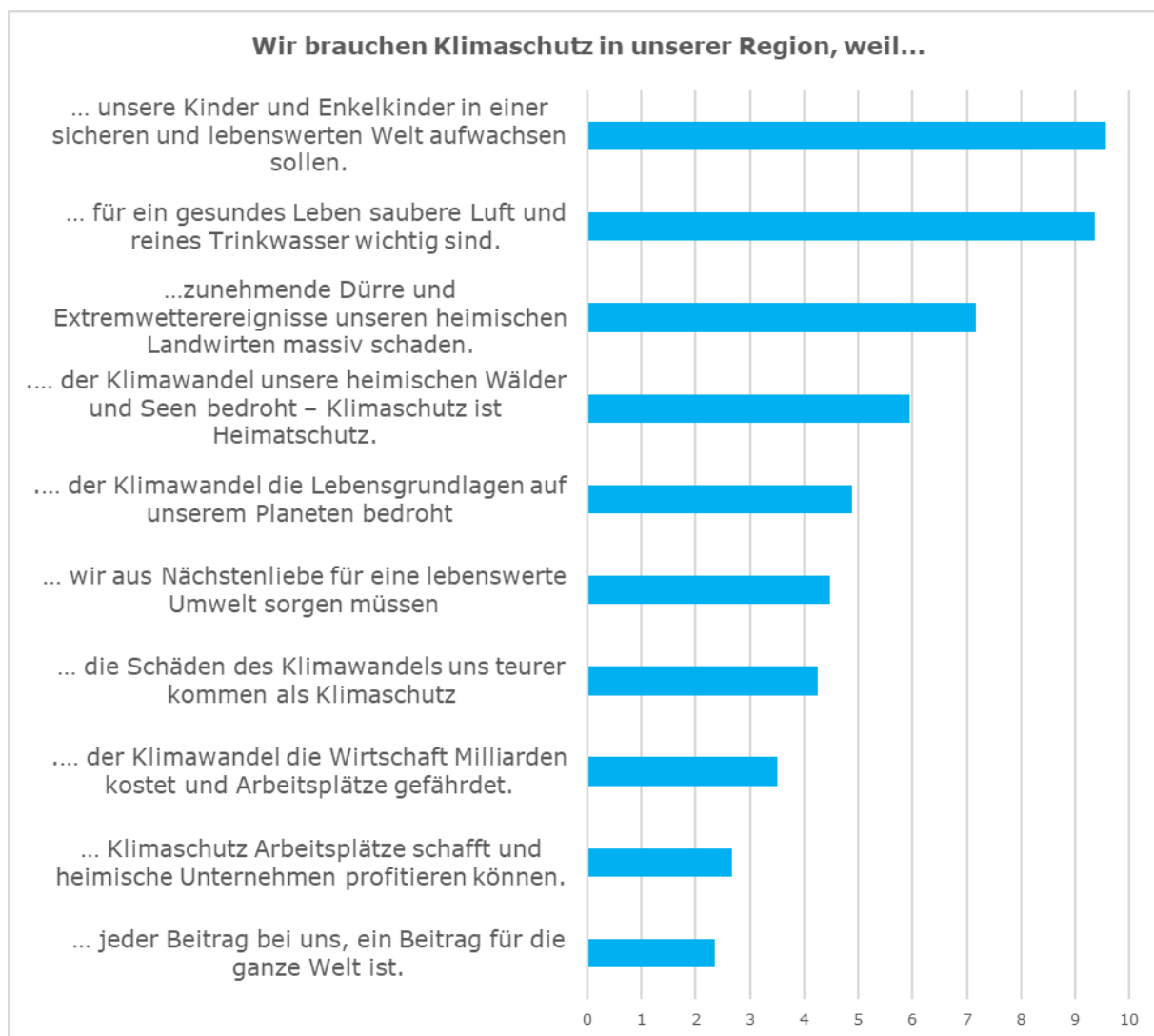


Abbildung 1: Zustimmung zu verschiedenen Aussagen zum Klimaschutz – skaliertes Mittelwert, Aussagen wurden mit einer grafischen Skala bewertet, diese Bewertungen wurden quantifiziert (n = 47)

Die Auswertung zeigt, welche Formen der Klimaschutzansprache in der Region besonders anschlussfähig sind. Hohe Zustimmung erhielten Aussagen, die an gemeinsame Werte wie Generationenverantwortung, Gesundheit, Sicherheit oder Regionalität anknüpfen – beispielsweise: „damit unsere Kinder und Enkelkinder in einer sicheren und lebenswerten Welt aufwachsen können“ oder „weil saubere Luft und reines Trinkwasser wichtig für ein gesundes Leben sind“.

Weniger überzeugend wirkten Aussagen wie „jeder Beitrag bei uns ist ein Beitrag für die ganze Welt“. Vielen Teilnehmenden stuften solche Formulierungen als zu weit entfernt, wenig greifbar oder belehrend ein. Auch Aussagen mit wirtschaftlichem Fokus – etwa „Klimaschutz schafft Arbeitsplätze und heimische Unternehmen können profitieren“ – stießen auf geringere Resonanz. Hier äußerten Teilnehmende häufig Zweifel an der inhaltlichen Plausibilität, da sie die wirtschaftlichen Zusammenhänge nur schwer einschätzen konnten.

Darüber hinaus zeigten sich gruppenspezifische Unterschiede: Während beispielsweise im Serviceclub eher sachlich-rationale und faktenbasierte Aussagen überzeugten, wirkten in anderen Gruppen emotionalere Zugänge mit familiärem oder regionalem Bezug besonders anschlussfähig.

Insgesamt wurde deutlich: Formulierungen wirken dann besonders anschlussfähig, wenn sie konkret, lebensnah und lokal verankert sind. Weniger wirksam sind hingegen abstrakte, moralisierende oder globalisierte Narrative. Die Ergebnisse unterstreichen die Notwendigkeit einer zielgruppenspezifischen und kontextsensiblen Klimakommunikation.

3) Zielgruppenspezifische Kommunikationsansätze

Die Fokusgruppen verdeutlichten, dass thematische Zugänge und Reaktionen auf Klimaschutzbotschaften je nach Zielgruppe stark variieren. Darauf aufbauend wurden zielgruppenspezifische Kommunikationsansätze für den lokalen Kontext entwickelt. Die folgenden Ausführungen verstehen sich nicht als allgemeingültige Strategien, sondern als orientierende Ergebnisse aus dem Projektkontext. Sie geben Hinweise darauf, wie Klimakommunikation an Werte, Erfahrungen und Alltagsbezüge verschiedener Gruppen anschlussfähig gestaltet werden kann – und benennen zugleich zentrale Herausforderungen.

a. Sportvereine

In der Fokusgruppe mit Trainer:innen zeigten sich Anknüpfungspunkte über Themen mit Bezug zum Trainingsalltag – etwa Hitze oder Mobilität. Auch Gespräche über ihre Vorbildrolle gegenüber Kindern und Jugendlichen oder über die Auswahl von Trainingslagern boten erfolgreiche Gesprächseinstiege. Gleichzeitig wurde deutlich, dass Klimaschutz im Vereinsleben bislang kaum thematisiert wird. Häufig liegt der Fokus eher auf klassischen Umweltthemen wie etwa Mülltrennung.

b. Freiwillige Feuerwehr

Die Diskussionen in dieser Gruppe zeigten ein hohes Interesse an Themen der Klimawandelanpassung – insbesondere Hochwasserschutz, Extremwetterereignisse oder Katastrophenschutz. Auch Aspekte wie Raumplanung (z. B. rote Zonen, Versiegelung) boten relevante Anknüpfungspunkte. Der Zugang zu Klimathemen erfolgt hier jedoch überwiegend über Anpassungsmaßnahmen statt über Vermeidung. Dies kann die Anschlussfähigkeit für Klimaschutzstrategien begrenzen.

c. Wirtschaftsnahe Personen

In dieser Zielgruppe rückten Themen wie Innovation, Kostenwahrheit, EU-Regulierungen oder regionale Wertschöpfung in den Vordergrund. Die Gruppe zeigte sich offen für faktenbasierte Diskurse und ökonomische Argumentationslinien. Gleichzeitig war eine Tendenz erkennbar, Klimaschutz stark mit technischen Lösungen, globaler Regulierung und Freiwilligkeit zu verknüpfen – was die Notwendigkeit verbindlicher Maßnahmen mitunter relativieren kann.

d. Jugendorganisationen im ländlichen Raum

Teilnehmende dieser Gruppe äußerten eine hohe Sensibilität für Themen wie Regionalität, Rückverfolgbarkeit und Wertschätzung lokaler Betriebe. Gleichzeitig wurde das Thema Klimaschutz als politisch aufgeladen wahrgenommen. Dies führte mitunter zu einer vorsichtigen oder zurückhaltenden Positionierung innerhalb der Gruppe.

e. Senior:innen

Bei älteren Teilnehmer:innen ergaben sich vielfach Anknüpfungspunkte über persönliche Beobachtungen zu Veränderungen im Klima – etwa veränderte Jahreszeiten oder zunehmende Hitze. Auch Themen wie Naturverbundenheit, Sparsamkeit oder regionale Ernährung boten Gesprächsanlässe. Zugleich war in manchen Fällen eine Relativierung aktueller Krisen durch den Vergleich mit früheren Zeiten zu beobachten. Gewachsene Überzeugungen ließen sich zudem nicht immer leicht aufbrechen.

Im Rahmen der Fokusgruppen wurde zudem deutlich, dass bestimmte Gruppen Eigenschaften aufweisen, die sie nicht nur zu Empfänger:innen von Klimabotschaften machen, sondern auch zu potenziellen Vermittler:innen. Besonders deutlich zeigte sich dieses Potenzial bei der Freiwilligen Feuerwehr und der ländlichen Jugendorganisation. Die Feuerwehr ist vielerorts tief in der Gemeinde verwurzelt und genießt breite gesellschaftliche Anerkennung. Ihre praktische Erfahrung mit Extremwetterereignissen und ihre Ernsthaftigkeit im Umgang mit Krisen verleihen ihr besondere Glaubwürdigkeit. Themen wie Hitzeschutz oder Katastrophenvorsorge können über diese Gruppe authentisch und wirkungsvoll kommuniziert werden. Ländliche Jugendorganisationen zeichnen sich durch stabile Strukturen, regionale Vernetzung und Anschlussfähigkeit in der Bildungs- und Gemeinschaftsarbeit aus. Ihre Offenheit für Kooperationen eröffnet vielfältige Anknüpfungspunkte für die Kommunikation von Klimaschutzmaßnahmen. Auch Serviceclubs, Sportvereine und Senior:innen bringen jeweils spezifische Stärken mit – etwa durch gesellschaftliche Vernetzung, informelle Vorbildrollen oder Wertevermittlung im familiären Umfeld.

AP 4 – Kriterienkatalog und Guideline

Auf Basis der methodischen Schritte in den vorhergehenden Arbeitspaketen (Interviews, Stakeholder-Workshop, Fokusgruppendifkussionen) sowie Erkenntnissen aus wissenschaftlicher Literatur wurde der Leitfaden „Global denken, lokal handeln – Strategien zum effektiven Umgang mit Klimaschutz-Gegennarrativen auf lokaler Ebene“ entwickelt. Die Inhalte wurden im Rahmen eines Stakeholder-Dialogs auf ihre Relevanz und praktische Anwendbarkeit überprüft.

Dieser Leitfaden enthält:

- Richtlinien zum Umgang mit Gegennarrativen, um Klimaschutz-skeptischen Argumenten fundiert zu begegnen.

- Einen Kriterienkatalog mit evidenzbasierten Dos and Don'ts für die Klimakommunikation, inklusive konkreter Beispiele für verschiedene Zielgruppen.
- Eine Sammlung und Verlinkung bewährter Materialien, insbesondere auch zum Umgang mit Klimawandelleugnung und Desinformation.

Der Leitfaden soll als frei nutzbares Werkzeug zur Verfügung stehen und richtet sich an alle Akteur:innen, die auf lokaler Ebene über Klimawandel und Klimaschutz kommunizieren – darunter Politiker:innen, KEM- und KLAR-Manager:innen oder Vertreter:innen von NGOs. Ziel ist es, effektive Kommunikationsstrategien aufzuzeigen, die Menschen dazu ermutigen, sich mit Klimaschutz auseinanderzusetzen und klimapolitische Maßnahmen mitzutragen. Widerstände und Ängste sollen abgebaut, Handlungsoptionen greifbar gemacht werden. Der Leitfaden unterstützt damit die Vorbereitung der Umsetzung konkreter Maßnahmen auf lokaler Ebene und leistet einen Beitrag zur Hochskalierung sozial-ökologischer Transformationsprozesse.

Einige der im Leitfaden enthaltenen Empfehlungen werden im folgenden Kapitel (Kapitel 5) näher erläutert. Für weiterführende Informationen wird auf das vollständige Dokument verwiesen.

5 Schlussfolgerungen und Empfehlungen

Das Projekt GENIAL hat durch eine praxisnahe und multiperspektivische Herangehensweise zentrale Erkenntnisse für die kommunale Klimakommunikation gewonnen. Die Kombination aus Interviews, Stakeholder-Workshops und Fokusgruppen ermöglichte ein vertieftes Verständnis für Herausforderungen, Gegennarrative und Potenziale zielgruppenspezifischer Ansprache. Besonders hervorzuheben sind die folgenden Ergebnisse:

Highlight 1: Perspektiven zu Klimaschutz-Gegennarrativen

In den Fokusgruppen wurden unterschiedliche Gegennarrative zum Klimaschutz sichtbar, die verschiedene Formen diskursiver Widerstände auf lokaler Ebene abbilden. Ein zentrales Thema war die Skepsis gegenüber der Machbarkeit klimapolitischer Maßnahmen. Politische Ziele wurden häufig als realitätsfern und wenig anschlussfähig empfunden; auch der menschliche Einfluss auf das Klima wurde teils unterschätzt. Die Verantwortung für Klimaschutz wurde häufig an übergeordnete Akteure (Politik, Wirtschaft, andere Länder) oder zukünftige technische Lösungen delegiert. Individuelles Handeln wurde demgegenüber oft als wenig wirksam eingeschätzt. Soziale und wirtschaftliche Auswirkungen – wie steigende Kosten oder Sorgen um Arbeitsplätze – wurden ebenfalls kritisch bewertet, oft im Zusammenhang mit Gerechtigkeitsfragen. Unter dem Aspekt der Verfahrensgerechtigkeit äußerten Teilnehmende Unzufriedenheit über mangelnde Beteiligung, insbesondere im ländlichen Raum, sowie über eine als unübersichtlich empfundene Informationslage. Darüber hinaus wurden moralisch aufgeladene Botschaften abgelehnt, der Klimawandel teilweise relativiert (z. B. durch Verweise auf die menschliche Anpassungsfähigkeit) und der Fokus auf umweltpolitische Themen wie Mülltrennung mit geringer Klimawirkung gesetzt.

Highlight 2: Framing-Strategien und ihre kommunikative Wirkung

Klimaschutzbotschaften sind dann besonders wirkungsvoll, wenn sie an gemeinsame Werte wie Generationenverantwortung, Gesundheit, Sicherheit oder Regionalität anknüpfen. Solche Aussagen wurden als glaubwürdig, konkret und lebensnah empfunden. Weniger anschlussfähig wirkten hingegen abstrakte, moralisch aufgeladene oder globalisierte Formulierungen, die häufig als belehrend oder schwer greifbar wahrgenommen wurden. Auch wirtschaftlich orientierte Aussagen – etwa zu Vorteilen für Beschäftigung oder Unternehmen – stießen vielfach auf Skepsis, da die zugrunde liegenden Zusammenhänge oft nicht nachvollzogen werden konnten. Deutlich wurden zudem gruppenspezifische Unterschiede: Während in wirtschaftsnahen Gruppen eher sachlich-rationale Aussagen bevorzugt wurden, waren in anderen Gruppen emotionale oder regional verankerte Zugänge besonders anschlussfähig.

Highlight 3: Zielgruppenspezifische Kommunikationsansätze

Die Fokusgruppen zeigten, dass eine wirksame Klimakommunikation stark von den jeweiligen Werten, Erfahrungen und Alltagsperspektiven der Zielgruppen abhängt.

Sportvereine bieten Gesprächsanlässe über Mobilität, Hitze oder Vorbildverhalten – zugleich zeigte sich, dass Klimaschutz im Vereinsalltag bislang kaum präsent ist. Die Freiwillige Feuerwehr reagiert besonders auf Themen wie Katastrophenschutz oder Raumplanung, verortet Klimaschutz jedoch eher im Bereich der Anpassung. Wirtschaftsnahe Gruppen sprechen gut auf faktenbasierte, wirtschaftliche Argumente an, setzen Klimaschutz dabei aber häufig mit technischen Lösungen oder Freiwilligkeit gleich. In Jugendorganisationen ermöglichen Regionalität und Wertschätzung lokaler Betriebe einen Zugang, wobei Klimaschutz teilweise als politisch aufgeladen empfunden wird. Bei Senior:innen eröffneten sich Gesprächsräume über Naturverbundenheit, Ernährung oder biografische Erfahrungen – begleitet von einer gewissen Skepsis gegenüber aktuellen Krisendeutungen. Neben ihrer Rolle als Zielgruppen zeigten einzelne Gruppen auch kommunikative Eigenschaften, die sie zu potenziellen Vermittler:innen für Klimathemen machen – so beispielsweise Freiwillige Feuerwehren oder ländliche Jugendorganisationen.

5.1 Schlussfolgerungen

Klimakommunikation muss differenziert, kontextsensibel und anschlussfähig gestaltet werden.

Es gibt keine universelle Kommunikationsstrategie. Wirkung entsteht dort, wo Kommunikationsformate an die Lebenswelten, Erfahrungen und sozialen Rollen der jeweiligen Zielgruppen anknüpfen. Besonders wirksam ist Kommunikation dann, wenn sie lebensnah, dialogorientiert und partizipativ gestaltet ist. Abstrakte oder moralisierende Botschaften verlieren an Wirkung, wenn sie nicht mit konkreten Alltagserfahrungen verknüpft sind. Zugleich zeigt sich: Je nach Zielgruppe sind unterschiedliche Zugänge gefragt. Während manche auf emotionale oder narrative Ebenen ansprechen, bevorzugen andere faktenbasierte, sachliche Kommunikation. Vertrauenswürdige, zugängliche und überprüfbare Informationsangebote bilden daher eine essenzielle Grundlage für wirksame Kommunikation.

Diskursive Widerstände sind nicht gleichzusetzen mit grundsätzlicher Ablehnung.

Gegennarrative sind nicht zwangsläufig Ausdruck grundsätzlicher Ablehnung von Klimaschutz. Sie spiegeln häufig Unsicherheiten, fehlende Einbindung oder ein Gefühl begrenzter Selbstwirksamkeit. Diese Komplexität eröffnet Möglichkeiten für anschlussfähige Kommunikation – etwa, indem sie konkrete Handlungsspielräume sichtbar macht und zeigt, wie individuelles und kollektives Handeln ineinandergreifen können.

Glaubwürdige Vermittler:innen stärken lokale Anschlussfähigkeit

Gegennarrative zeigen, dass klimapolitische Maßnahmen auf lokaler Ebene oft als von außen bestimmt und wenig alltagsnah wahrgenommen werden. Um diese Distanz zu überwinden, braucht es glaubwürdige Vermittler:innen – Menschen mit sozialer Verankerung, informeller Autorität und gelebter Vorbildfunktion. Einige lokal verankerte Gruppen verfügen über besonderes Potenzial für diese Rolle – nicht aufgrund fachlicher Expertise, sondern durch Alltagsnähe, starke Netzwerke und hohe Glaubwürdigkeit im Gemeindeleben.

5.2 Empfehlungen für die Praxis

Die im Projekt gewonnenen Erkenntnisse zeigen, dass erfolgreiche Klimakommunikation auf lokaler Ebene ein hohes Maß an Differenzierung, Empathie und Kontextsensibilität erfordert. Daraus lassen sich folgende zentrale Empfehlungen für kommunale Akteure ableiten:

Kommunikation an Zielgruppen und Alltagserfahrungen anpassen

Unterschiedliche Gruppen bringen verschiedene Werte, Erfahrungen und Wahrnehmungen mit. Eine pauschale Ansprache wird diesen Unterschieden nicht gerecht. Wirksame Klimakommunikation orientiert sich an lebensweltlichen Anknüpfungspunkten – etwa an Themen wie Sicherheit, Regionalität, Mobilität oder Vorbildverhalten. Entscheidend ist, dass Inhalte in Sprache, Ton und Format an die jeweiligen Kontexte angepasst werden.

Dialog statt Belehrung

Gerade bei kontroversen Themen ist ein dialogorientierter Zugang entscheidend. Statt mit Argumenten oder Fakten zu starten, sollten Gespräche offen und zuhörend geführt werden. Fragen wie „Wie erleben Sie das?“ oder „Was bewegt Sie an dem Thema?“ schaffen Raum für Beteiligung und können helfen, Unsicherheiten sichtbar zu machen und Vertrauen aufzubauen.

Beziehungsorientierung stärken

Klimakommunikation wirkt nicht nur über Inhalte, sondern auch über Beziehungen. Menschen sind gesprächsbereiter, wenn sie sich gesehen, ernst genommen und wertgeschätzt fühlen. Persönliche Ansprache, wiedererkennbare Rollen und glaubwürdige Bezugspersonen schaffen Vertrauen – die wichtigste Grundlage für einen offenen Dialog.

Gespräche konstruktiv gestalten

Für eine anschlussfähige Klimakommunikation ist nicht nur der Inhalt entscheidend, sondern auch, wie Gespräche beginnen und geführt werden. Folgende Prinzipien sind besonders wirkungsvoll:

- Alltagsnahe Fragen stellen, die persönliche Erfahrungen aktivieren (z. B. „Wie wirkt sich die Sommerhitze auf euren Alltag aus?“).
- Humor und Selbstironie einsetzen, um Spannungen zu lösen und Gesprächsdynamiken zu entspannen.
- Bestehende Rollen anerkennen, etwa als Ehrenamtliche oder Vorbilder im Ort („Was ihr macht, hat Wirkung“).
- Biografische Rückblicke nutzen, um Veränderungen über längere Zeiträume sichtbar zu machen
- Einfache, zugängliche Sprache wählen, statt abstrakter Fachbegriffe.
- Unterschiedlichkeit zulassen: Nicht jede Diskussion braucht Konsens – respektvolles Interesse reicht oft aus, um Anschluss zu schaffen.

Lokal verankerte Gruppen einbinden

Gruppen wie Feuerwehr, Landjugend, Serviceclubs oder Sportvereine wirken als Brücken zwischen abstrakten Klimazielen und konkreten Lebenswelten – sofern sie aktiv eingebunden werden. Das bedeutet: nicht nur informieren, sondern mitgestalten lassen. Damit diese Gruppen wirksam als Vermittler:innen agieren können, müssen sie Inhalte in ihrer Sprache, über ihre Kanäle und angepasst an ihre Realität kommunizieren dürfen.

Besonders wirkungsvoll sind Zeitfenster erhöhter Aufmerksamkeit, in denen diese Gruppen ohnehin im Mittelpunkt öffentlicher Wahrnehmung stehen – etwa die Feuerwehr nach Extremwetterereignissen. In solchen Momenten ist das Problembewusstsein und die Bereitschaft zur Auseinandersetzung deutlich erhöht. Diese Gelegenheiten („Windows of Opportunity“) sollten strategisch genutzt werden, um klimapolitische Maßnahmen greifbar und anschlussfähig zu machen.

Kontexte und Formate anpassen

Die Wahl des Kommunikationsformats beeinflusst Wirkung und Gesprächsdynamik. In kleinen, vertrauten Gruppen bieten sich persönliche Erzählungen und lokale Beispiele an. In größeren oder öffentlichen Settings können auch pointierte Inputs sinnvoll sein, etwa zur gezielten Entkräftung von Desinformation.

5.3 Hinweise zur Gestaltung von dialogischen Formaten

Für die Durchführung von Fokusgruppen haben sich folgende Rahmenbedingungen als hilfreich erwiesen, die auch für andere dialogischen Formate relevant sein können:

- Kleine Gruppengrößen (6–10 Personen) fördern Offenheit und ermöglichen Tiefgang.
- Eine alltagsnahe Einladung (z. B. über Themen wie Mobilität oder die Zukunft der Gemeinde) erleichtert die Ansprache und Teilnahme.
- Informelle Settings (Vereinslokale, Feuerwehrhäuser) sowie offene Sitzordnungen fördern Gesprächsbereitschaft.
- Informelle Orte wie Gasthäuser, Vereinslokale oder Feuerwehrhäuser sowie offene Sitzordnungen können eine vertrauensvolle Gesprächsatmosphäre schaffen.
- Gesprächsleitfäden bieten Orientierung, sollten aber durch Flexibilität und aktives Zuhören ergänzt werden.
- Der Verzicht auf Audioaufnahmen kann die Gesprächsoffenheit erhöhen.
- Lokale Schlüsselpersonen vor Ort können als vertrauenswürdige Türöffner wirken.

C) Projektdetails

6 Methodik

Im Projekt GENIAL kamen Fokusgruppen als zentrale qualitative Forschungsmethode zum Einsatz, um kollektive Deutungsmuster, soziale Aushandlungsprozesse und Gegennarrative im Umgang mit Klimawandel und Klimapolitik in steirischen Gemeinden zu untersuchen. Diese Methode wurde gewählt, da sie es ermöglicht, subjektive Sichtweisen nicht isoliert, sondern im sozialen Austausch sichtbar zu machen – ein entscheidender Vorteil gegenüber individualisierenden Verfahren (Kühn & Koschel, 2021). Gerade bei komplexen, konflikthaften oder abstrakten Themen wie dem Klimawandel eignen sich Gruppendiskussionen besonders, um geteilte Sinnordnungen, widersprüchliche Haltungsmuster und lokale Rahmungen zu erfassen (Schulz et al., 2012; Wibeck, 2014).

Die Fokusgruppen wurden thematisch und demografisch möglichst homogen zusammengesetzt, um Offenheit und soziale Vergleichbarkeit zu fördern. Die Gesprächsführung erfolgte leitfadengestützt, auf Tonaufzeichnungen wurde bewusst verzichtet, um Hemmschwellen bei sensiblen Inhalten wie Klimaschutzskeptis zu minimieren. Stattdessen wurde mit strukturierter Protokollierung durch zwei geschulte Beobachtende gearbeitet, die auch nonverbale Aspekte berücksichtigten. Die Auswertung erfolgte mit MAXQDA im Rahmen eines iterativen Codierungsverfahrens, das sowohl theoriegeleitete als auch induktiv entwickelte Kategorien berücksichtigt.

Trotz der hohen inhaltlichen Dichte und Praxisnähe sind mit der Methode gewisse Limitationen verbunden: Die gezielte Zusammensetzung der Gruppen nach thematischer Relevanz erlaubt keine statistische Repräsentativität. Gruppenstrukturen – etwa bestehende Hierarchien oder Bekanntschaften – können die Offenheit einzelner Teilnehmer:innen beeinflusst haben. Auch der Verzicht auf Tonaufnahmen bringt methodische Einschränkungen mit sich, da feine Nuancen und implizite Bedeutungen unter Umständen nicht vollständig erfasst werden konnten. Schließlich kann die Anwesenheit von Moderator:innen und Beobachtenden den Diskussionsverlauf unbewusst beeinflusst haben. Diese Limitationen wurden bei der Interpretation der Ergebnisse entsprechend berücksichtigt.

Die Fokusgruppen wurden durch leitfadengestützte Vorab-Interviews, Stakeholder-Workshops zu Beginn und am Ende des Projekts sowie einer Literaturrecherche zur Klimakommunikation ergänzt.

7 Arbeits- und Zeitplan

Tabelle 3 dokumentiert den Arbeits- und Zeitplan für GENIAL. Die Tabelle basiert auf den wichtigsten Meilensteinen des Projekts und hält den Zeitpunkt des Abschlusses der Umsetzung fest.

Tabelle 2: Arbeits- und Zeitplan

AP und Meilenstein Beschreibung	Meilenstein	Umsetzung (MM/JJ)
AP1 - Projektmanagement		
Projektabschluss	M.1.1	07/2025
AP2 - Herausforderungen		
Stakeholder-Workshop durchgeführt	M.2.1	01/2025
Ergebnisse des Workshops aufbereitet	M.2.2	02/2025
AP3 - Fokusgruppen		
Rekrutierung von Teilnehmenden abgeschlossen	M.3.1	03/2025
Fokusgruppen durchgeführt	M 3.2	05/2025
Ergebnisse aufbereitet und analysiert	M 3.3	05/2025
AP4 - Kriterienkatalog		
Kriterienkatalog Version Alpha	M4.1.	05/2025
Vorläufige Ergebnispräsentation und Dialog mit involvierten Stakeholdern	M4.2.	06/2025
Finaler Kriterienkatalog und Strategie-Guideline	M 4.3	07/2025

8 Publikationen und Disseminierungsaktivitäten

Tabelle 3: Publikationen und Disseminierungsaktivitäten

Geplante Publikationen und Abschlussarbeiten	Umsetzung (MM/JJ)
Kriterienkatalog: Global denken, lokal handeln	07/2025
Masterarbeit: Umgang mit Gegennarrativen auf lokaler Ebene	10/2025
Geplante Präsentationen und Veranstaltungen	
SOS4CC Conference: Vortrag zum Thema transformative Praktiken - "Let's talk climate change – A transdisciplinary approach to overcoming local resistance against climate policy and empowering climate action"	09/2025
Ergebnispräsentation bei KEM/KLAR Netzwerktreffen	2026

9 Literaturverzeichnis

- Ballew, M. T.; Thomas-Walters, L.; Goldberg, M. H.; Verner, M.; Lu, J.; Marshall, J. et al. (2025): Climate change messages can promote support for climate action globally. In: *Global Environmental Change* 90, S. 102951. DOI: 10.1016/j.gloenvcha.2024.102951
- Fischer, H., Amelung, D., & Said, N. (2019). The accuracy of German citizens' confidence in their climate change knowledge. *Nature Climate Change*, 9(10), 776–780. <https://doi.org/10.1038/s41558-019-0583-1>
- Guenther, L.; Jörges, S.; Mahl, D.; Brüggemann, M. (2024): Framing as a Bridging Concept for Climate Change Communication: A Systematic Review Based on 25 Years of Literature. In: *Communication Research* 51 (4), S. 367-391. DOI: 10.1177/00936502221137165.
- Kühn, T., & Koschel, K.-V. (2021). *Gruppendiskussion. Ein Praxisbuch für die Forschung*. Wiesbaden: Springer VS.
- ÖAW – Österreichische Akademie der Wissenschaften (2023). *Spezialerhebung Klimawandel. Ergebnisse des Wissenschaftsbarometers Österreich 2023*. <https://www.oeaw.ac.at/wissenschaftsbarometer/ergebnisse/2023/klimawandel> (abgerufen am 1.2.2024)
- Schulz, M., Mack, B., & Renn, O. (2012). *Fokusgruppen in der empirischen Sozialwissenschaft. Von der Konzeption bis zur Auswertung*. Wiesbaden: Springer VS.
- Thaller, A., & Brudermann, T. (2020). "You know nothing, John Doe": Judgmental overconfidence in lay climate knowledge. *Journal of Environmental Psychology*, 69, 101427. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2020.101427>
- Trimmel, K., Kriechbaum, M., Lazour, R., & Brudermann, T. (2024). Between distributive and procedural justice claims: Reframing patterns of discursive resistance against climate action. *Energy Research & Social Science*.
- Ulmke, N.; Klackl, J.; Hansen, J.; Lempe, P.; Finsterwalder, V.; Hagedorn, L. et al. (2023): Political value-congruent climate change communication: an efficacy study from Germany and Austria (Congruencia de valores en la comunicación política del cambio climático: un estudio de eficacia de Alemania y Austria). In: *PsyEcology* 14 (2), S. 183-243. DOI: 10.1080/21711976.2023.2204728
- Wibeck, V. (2014). Social representations of climate change in Swedish lay focus groups: Local or distant, gradual or catastrophic? *Public Understanding of Science*, 23, 204–219.

Diese Projektbeschreibung wurde von der Fördernehmerin/dem Fördernehmer erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Inhalte sowie die barrierefreie Gestaltung der Projektbeschreibung, übernimmt der Klima- und Energiefonds keine Haftung.

Die Fördernehmerin/der Fördernehmer erklärt mit Übermittlung der Projektbeschreibung ausdrücklich über die Rechte am bereitgestellten Bildmaterial frei zu verfügen und dem Klima- und Energiefonds das unentgeltliche, nicht exklusive, zeitlich und örtlich unbeschränkte sowie unwiderrufliche Recht einräumen zu können, das Bildmaterial auf jede bekannte und zukünftig bekanntwerdende Verwendungsart zu nutzen. Für den Fall einer Inanspruchnahme des Klima- und Energiefonds durch Dritte, die die Rechteinhaberschaft am Bildmaterial behaupten, verpflichtet sich die Fördernehmerin/der Fördernehmer den Klima- und Energiefonds vollumfänglich schad- und klaglos zu halten.