



# Kongress zu Klimawandel, Kommunikation und Gesellschaft

Interaktiver Austausch zwischen Wissenschaft und Praxis:

Ideen | Methoden | Aktion

## Programm

### K3 MARKTPLATZ

Parallel zum Rahmenprogramm findet während beider Tage der öffentlich zugängliche „Marktplatz“ im Foyer der Universität statt. Auf diesem können die TeilnehmerInnen der Konferenz und weitere Interessierte eine Reihe an Initiativen und Projekten zu Klimakommunikation kennenlernen, interaktive Spiele und „Tools“ ausprobieren und sich natürlich auch mit den Personen austauschen, die hinter diesen Projekten, Initiativen und Tools stehen.

**SONNTAG, 24.9.2017 ABEND**

**GET TOGETHER IM GASTHAUS ARGE BEISL**

ULRIKE-GSCHWANDTNER-STRASSE 5, 5020 SALZBURG

**MONTAG, 25.9.2017**

**9:00 BEGRÜSSUNG**

Gerhard Wotawa (Obmann des CCCA Vorstands), Ingmar Höbarth (GF Klima- und Energiefonds), Christian Smoliner (Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft), Arne Bathke (Universität Salzburg, Dekan der Naturwissenschaftlichen Fakultät)

**BLOCK I: KLIMAKOMMUNIKATION – WARUM SCHEITERT SIE SO OFT, UND WANN KANN SIE GELINGEN? RAHMENBEDINGUNGEN, HINDERNISSE, ERFOLGSFAKTOREN**  
CHAIRPERSON: TORSTEN GROTHMANN (UNIVERSITÄT OLDENBURG)

**9:30 – 10:45 EINFÜHRUNGSVORTRÄGE**

Das Wissen über den Klimawandel hat nur begrenzten – und meist geringen – Einfluss darauf, wie wichtig Menschen den Klimawandel nehmen und ob sie Klimaschutzmaßnahmen unterstützen. Welchen Einfluss haben andere Faktoren, etwa Emotionen, politische Überzeugungen, das soziale Umfeld etc.?

Wie kann und sollte Kommunikation zum Klima diese anderen Einflussfaktoren berücksichtigen? Warum sind viele Menschen so wenig besorgt über den Klimawandel? Und wieso verweigern sich manche den wissenschaftlichen Fakten? Die psychologische Forschung hat zu Fragen wie diesen wertvolle und gut abgesicherte Erkenntnisse zu bieten.

Torsten Grothmann (Universität Oldenburg)  
Stephan Lewandowsky (University of Bristol)

## 11:15 – 13:00 WORKSHOPS

### **WS 1: EMOTIONEN IN DER KLIMAWANDEL-KOMMUNIKATION: BASISWISSEN UND NEUE WEGE**

Dieser Workshop gibt einen Überblick über den aktuellen Stand sozialwissenschaftlicher Forschung zur Wirkung von Emotionen (z. B. Angst) in der Kommunikation rund um den Klimawandel. Dazu gehört auch eine Auseinandersetzung mit Chancen und Grenzen bisheriger Ansätze. Die Teilnehmenden setzen sich zudem mit neuen Möglichkeiten auseinander, Emotionen in der Klimawandelkommunikation einzusetzen. Insbesondere beschäftigen sie sich mit Potenzial von positiven Emotionen wie z.B. Hoffnung und Stolz.

**Leitung:** Adrian Brügger (Universität Bern)

**Vortragende:** Isabella Uhl (Universität Salzburg), Adrian Brügger (Universität Bern)

### **WS 2: UNSICHERHEIT IST NICHT UNSER FREUND – ABER WIE SAGE ICH’S DEM PUBLIKUM?**

Unsicherheiten sind unvermeidbar bei allen Aussagen zur künftigen Änderung des Klimas. In gewissen Fragen sind die Unsicherheiten grösser, in anderen kleiner. In der Kommunikation zu wissenschaftlichen Ergebnissen der Klimaforschung stehen wir vor einem Dilemma: Einerseits ist es wichtig, dass das Publikum sich bestehender Unsicherheiten bewusst ist, andererseits könnte der (falsche) Eindruck von Nichtwissen erweckt und die Wahrnehmung des Problems und der Notwendigkeit zum Handeln geschwächt werden. Der Workshop beschäftigt sich deshalb mit der Frage: Wie kann/soll man Ungewissheiten in der Klimaforschung am besten kommunizieren?

**Leitung:** Stephan Lewandowsky (School of Experimental Psychology, Universität Bristol), Urs Neu (Geschäftsleiter Plattform Science&Policy der Akademie der Naturwissenschaften Schweiz, Bern)

**Vortragende:** Viola Gerlach (Institute for Advanced Sustainability Studies e.V. - IASS, Potsdam), Stephan Lewandowsky

### **WS 3: KILLERPHRASEN ZUM KLIMAWANDEL WIRKUNGSVOLL ENTKRÄFTEN**

Killerphrasen wie „So einen heißen Sommer gab es auch schon in meiner Kindheit“ oder „Der Klimawandel hat nichts mit dem Verhalten der Menschen zu tun“ erschweren die Kommunikation zum Klimawandel. Dieser Workshop beleuchtet die häufigsten Killerphrasen und fragt, wie sie wirkungsvoll entkräftet werden können. Nach einem theoretischen Input sowie Erfahrungsberichten aus der Wissenschaft und von KommunikationsexpertInnen werden gemeinsam mit den TeilnehmerInnen des Workshops beispielhafte Killerphrasen gemeinsam bearbeitet und Erfahrungen diskutiert.

**Leitung:** Sybille Chiari (Universität für Bodenkultur, Wien), Andrea Prutsch (Umweltbundesamt, Ö, Wien)

**Vortragende:** Bärbel Winkler (SkepticalScience.com)

### **WS 4: ETABLIERT-BÜRGERLICH, KRITISCH-KREATIV ODER HEDO-MATERIALISTISCH? DAS MILIEU MACHT’S**

Wie denken Menschen über Klimawandel und Klimaschutz? Welche Botschaften erreichen sie? Das hängt in hohem Maße vom gesellschaftlichen Milieu ab, in dem sie sich bewegen. In diesen Milieus bündeln sich politische Grundüberzeugungen, Werte und Verhaltensweisen ebenso wie soziale und ökonomische Basisdaten. Der Workshop stellt den Milieu-Ansatz vor, beschreibt, welche Einstellungen zum Klimaschutz in einzelnen Milieus vorherrschend sind. Und er leitet Ansätze für die praktische Kommunikation ab.

**Leitung:** Carel Carlowitz Mohn (Leiter klimafakten.de)

**Vortragende:** Fritz Reusswig (Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung - PIK), Angelika Gellrich (Umweltbundesamt, D, Dessau), Mike S. Schäfer (Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung, Universität Zürich)

*Hinweis: Dieser Workshop führt inhaltlich und konzeptionell hin zu Workshop WS 4 in Block 2: „Klimaschutz und soziale Milieus: Begegnung mit der gesellschaftlichen Realität“*

## WS 5: KORREKTE FAKTEN ODER GUTE GESCHICHTEN? ODER BEIDES? STORY-TELLING UND NARRATIVE

Menschen behalten Geschichten stärker im Gedächtnis als abstrakte Informationen. „Eine fesselnde Story, selbst wenn sie faktisch falsch ist, kann emotional stärker überzeugen als das trockene Rezitieren der Wahrheit“ – mit diesem Satz hat der Kommunikationsberater Frank Luntz, der u.a. für den damaligen US-Präsidenten George W. Bush arbeitete, das Phänomen auf den Punkt gebracht. Die Wissenschaft aber (und oft auch die Kommunikation zum Klimawandel) wird in der Regel von Daten und Fakten bestimmt. Sind Storytelling (engl. „Geschichten erzählen“) und die stärkere Nutzung von Narrativen (engl. „Erzählung“) hilfreich, um Informationen zum Klimawandel wirksamer und breiter zu vermitteln? Und wenn ja, wie nutze ich das?

**Leitung:** Toralf Staud (Redakteur klimafakten.de)

**Vortragende:** Joachim Borner (Kolleg für Management und Gestaltung nachhaltiger Entwicklung - KMGNE, Berlin)

## WS 6: WENIGER KLIMAKOMMUNIKATION, MEHR KLIMASCHUTZKOMMUNIKATION?

Menschen reagieren auf Risikoinformationen im Idealfall mit Handlungsüberlegungen. Kommunikation zum Klimawandel sollte sich daher nicht auf dessen Ursachen und Folgen beschränken, sondern auch machbare und wirksame Handlungsmöglichkeiten anregen und aufzeigen – diese sind für den Klimaschutz, die Anpassung und gesellschaftliche Transformation unerlässlich. Die Kommunikation über soziale Modelle, Vorbilder und Good-Practice-Beispiele, in denen Klimaschutz erfolgreich umgesetzt wurde, sowie konstruktivistische Ansätze haben sich dabei als wirksam erwiesen. Hierbei wird zwar auch Wissen im klassischen Sinne vermittelt – im Vordergrund steht jedoch die Handlungsorientierung, sei es durch normative Wirkung oder partizipativ erarbeitete Konzepte.

**Leitung:** Angela Michiko Hama (National Centre for Climate Services NCCS)

**Vortragende:** Alina Kuthe (Universität Innsbruck), Nicole Witschi (Bundesamt für Umwelt BAFU), Susanne Hackling (Hochschule der Medien, Stuttgart), Amelie Kleinmann (Hochschule der Medien, Stuttgart)

## 13:00 MITTAGSPAUSE

### BLOCK 2: KOMMUNIKATION&MEDIEN

CHAIRPERSON: CHRISTOPHER SCHRADER (WISSENSCHAFTSJOURNALIST, HAMBURG)

## 14:15 – 15:30 KEYNOTES

Der Klimawandel vollzieht sich langsam und ist (anders als das Wetter) für den Menschen nicht direkt sicht- und spürbar. Was wir vom Klimawandel wissen, und welches Bild wir uns von ihm machen, hängt deshalb sehr stark davon ab, was wir in den Medien über ihn erfahren. Wie stellen Journalisten und andere Kommunikatoren den Klimawandel dar? Welche Bildsprache und welche Deutungsrahmen (engl.: „Frames“) verwenden sie? Wie verändern sich ihre Arbeitsbedingungen, was beeinflusst ihre Berichterstattung, welche Themenkonjunkturen gibt es? Und wie nimmt die Öffentlichkeit (bzw. verschiedene Teilöffentlichkeiten) Informationen zum Klimawandel aus gedruckten oder elektronischen Medien, aus journalistischen und Sozialen Medien wahr? Die Kommunikations-, Medien- und Medienwirkungsforschung hält hierzu bereits zahlreiche Antworten parat.

Michael Brüggemann (Universität Hamburg)

Imke Hoppe (Universität Hamburg)

## 15:45 – 17:30 WORKSHOPS

### **WS 1: Ein Herz fürs Netz – Do's and Don'ts zur Kommunikation in sozialen Medien**

Eins ist sicher: Einfacher ist die Kommunikation über den Klimawandel durch die immer zahlreicher werdenden digitalen Kommunikationskanäle nicht geworden. Deswegen bietet dieser Workshop Raum, um sich auszutauschen und von den Erfahrungen digitaler KommunikatorInnen zu profitieren. Drei ExpertInnen erzählen inspirierende Erfolgsgeschichten und verraten dramatische Missgeschicke bei der Kommunikation über Twitter, in Podcasts und auf Blogs. Die Teilnehmenden tauschen ihre eigenen Erfahrungen in Kleingruppen aus, um den ExpertInnen in der Abschlussdiskussion Do's and Don'ts bei der Klima-Kommunikation in sozialen Medien zu entlocken.

**Leitung:** Christopher Schrader (Wissenschaftsjournalist, Hamburg)

**Vortragende:** Melanie Bartos (Universität Innsbruck), Bärbel Winkler (SkepticalScience.com), Hannah Schmid-Petri (Universität Passau)

### **WS 2: DAS „FRAMING“ DES KLIMAWANDELS: WIE PRÄGEN UNTERSCHIEDLICHE DEUTUNGEN DIE KLIMADEBATTE?**

Der Klimawandel kann als Bedrohung und Katastrophe gedeutet werden – oder als Herausforderung für einen nachhaltigen Umbau der Gesellschaft, an der sich jede(r) beteiligen kann. Ein geschicktes „Framing“ (engl.: „Rahmung“) wird als wichtige Strategie der Klimakommunikation gehandelt. Aber was ist mit dem Konzept „Framing“ überhaupt gemeint, welche Frames gibt es in der Klimadebatte, und welche Folgen hat ein bestimmtes „Framing“? Der Workshop gibt einleitend einen Einblick in die Forschung und diskutiert dann praktische Implikationen für die Kommunikation über das Thema Klimawandel.

**Leitung:** Michael Brüggemann (Universität Hamburg)

**Vortragende:** Franzisca Weder (Alpen-Adria Univ. Klagenfurt), Imke Hoppe (Univ. Hamburg)

### **WS 3: NICHT IMMER NUR EISBÄREN! WELCHE BILDER VOM KLIMAWANDEL ES GIBT – UND WAS SIE BEIM PUBLIKUM AUSLÖSEN**

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte. Und so ist es nicht verwunderlich, dass Bilder, die in Medienberichten oder PR-Kampagnen zum Thema Klimawandel verwendet werden, einen starken Einfluss darauf haben, wie das Problem wahrgenommen wird. In der Bildsprache zum Klimawandel dominieren Fotos von PolitikerInnen oder Protestaktionen, von Wetterkatastrophen oder Eisbären. Doch viele dieser Bilder, so die Forschung, erzeugen beim Publikum Abneigung, Verdruss, Ohnmachtsgefühle oder den Eindruck, der Klimawandel gehe einen selbst nichts an. In diesem Workshop werden Ergebnisse einschlägiger Studien aufbereitet – und konkrete Ideen vorgestellt, wie man den Klimawandel besser bebildern könnte.

**Leitung:** Toralf Staud (Redakteur klimafakten.de)

**Vortragende:** Mike S. Schäfer (Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung, Universität Zürich), Adam Corner (Honorary Research Fellow an der School of Psychology der Cardiff University und Forschungsdirektor des Think Tanks Climate Outreach, Oxford)

*Hinweis: Adam Corner wird Englisch sprechen, Kernaussagen werden bei Bedarf ins Deutsche übersetzt.*

### **WS 4: KLIMASCHUTZ UND SOZIALE MILIEUS: BEGEGNUNG MIT DER GESELLSCHAFTLICHEN REALITÄT**

Wer Mitstreiter für den Klimaschutz finden will, muss sich überlegen, wo er sie finden will. Und je nach Lebenssituation, Konsum- und Verhaltensmustern, Generation, Bildung und sozialem Umfeld ergeben sich

völlig unterschiedliche Botschaften, mit denen man Menschen erreicht. Dieser Unterschiedlichkeit wollen wir uns in diesem Workshop widmen: Wir haben Menschen eingeladen, die in völlig verschiedenen Ecken und Milieus der Gesellschaft unterwegs sind. Mit ihnen wollen wir herausfiltern: Klimaschutz in Deutschlands reichster Gemeinde oder Klimaschutz mit Langzeitarbeitslosen – wird hier die gleiche Sprache gesprochen? Wie erkennt man, ob die Klimaschutz-Botschaft zur Zielgruppe passt? Und was geht gar nicht in bestimmten Kreisen?

**Leitung:** Achim Bubenzer (Gründungsmitglied Ulmer Initiativkreises für nachhaltiges Wirtschaften, unw), Carel Carlowitz Mohn (Leiter klimafakten.de)

**Vortragende:** Marlene Potthoff (Kordinatorin des Projekts Stromspar-Check Kommunal, Caritasverband Frankfurt am Main e.V.), Josefine Anderer-Hirt (Klimaschutzmanagerin Landkreis Starnberg), Martina Bergk, Projektkoordinatorin, LIFE e.V., Berlin), Manfred Tries (Gründer und Geschäftsführer der Tries GmbH & Co. KG, Ehingen, Baden-Württemberg), Paul Grundler (Bio-Landwirt, Mitglied des Gemeinderates der Gemeinde Wörthsee, Bayern), Dieter Fortmann (Studiendirektor a.D., Ehrenvorsitzender des BUND Kreisverbandes Ulm)

*Hinweis: Dieser Workshop knüpft inhaltlich und konzeptionell an den Workshop „Etabliert-bürgerlich, kritisch-kreativ oder hedo-materialistisch? Das Milieu macht's“ in Block I an.*

## **WS 5: WIE WETTERMODERATOREN DAS KLIMA INS WOHNZIMMER BRINGEN KÖNNEN**

TV-Wetterberichte gehören zu den meistgesehenen Sendungen im Fernsehen. Wetter-ModeratorInnen sind in der Bevölkerung sehr bekannt. Es ist deshalb naheliegend, diese Konstellation zu nutzen, um Informationen zum Thema Klima und dem Klimawandel, das mit dem Thema Wetter sehr nahe verwandt ist, in der Bevölkerung zu verbreiten. Dabei stellen sich jedoch verschiedene Herausforderungen, wie z.B. die entsprechende Expertise der Wettermoderatoren und vor allem die knappe Sendezeit. Daher ist fraglich, inwiefern sich TV-Wetterberichte überhaupt zur Kommunikation von Klimainformation eignen und welche Inhalte und Formate sich allenfalls für eine Präsentation eignen könnten. Diese Fragen sollen u.a. anhand von konkreten (Video-)Beispielen diskutiert werden.

**Leitung:** Uwe Kirsche (Deutscher Wetterdienst, Offenbach), Urs Neu (Geschäftsleiter Plattform Science&Policy der Akademie der Naturwissenschaften Schweiz, Bern)

**Vortragende:** Inge Niedek (Erste Vorsitzende der Deutschen Meteorologischen Gesellschaft DMG, chair IABM - International Association of Broadcast Meteorology)

**Podiumsteilnehmer:** Inge Niedek, Thomas Bucheli (Leiter Wettersendungen im Schweizer Fernsehen, SRF Meteo), Marcus Wadsak (Leiter der ORF-Wetterredaktion)

## **WS 6: ZIELGRUPPENGERICHTETE KLIMAWANDELKOMMUNIKATION - WAS BENÖTIGEN ENTSCHEIDUNGSTRÄGER AUS LEGISLATIVE UND EXEKUTIVE VON DER FORSCHUNG?**

Diesem Workshop liegt die These zugrunde, dass der Erfolg aller Maßnahmen zum Klimaschutz, zur Anpassung und final zur Transformation der Gesellschaft maßgeblich abhängt von der Art und Weise und den Inhalten der Kommunikation. Im Rahmen des Workshops sollen österreichische EntscheidungsträgerInnen aus Politik (z.B. zuständige Landesräte und Landesrätinnen) und Verwaltung (z.B. Zuständige für Klimaschutz- und Nachhaltigkeitskoordination) aller Bundesländer sowie von Bundesministerien mit VertreterInnen der Klimawandelforschung über folgende Fragen diskutieren:

Wie können einzelne gesellschaftliche Zielgruppen erreicht werden?

Welche Erkenntnisse der Wissenschaft werden für die Kommunikation durch Politik und Verwaltung benötigt? Wie müssen diese Erkenntnisse aufbereitet werden?

**Leitung:** Johann Stötter (Universität Innsbruck)

**Vortragende:** Information folgt

## AB 19:00 ABENDESSEN UND -VERANSTALTUNG MIT DEM ORCHESTER DES WANDELS, BERLIN

Eröffnung der Abendveranstaltung durch Landesrat Dipl.-Ing. Dr. Josef Schwaiger.  
Anschließend musikalisches Programm des „Orchesters des Wandels“ und Buffet.  
Nach jahrelangem privatem Engagement für Umwelt- und Klimaschutz haben Musiker der Berliner Staatskapelle im Jahr 2009 das „Orchester des Wandels“ gegründet. Mit Spenden und Einnahmen aus Benefiz-Veranstaltungen (und in Partnerschaft mit dem WWF) unterstützt es Klimaschutzprojekte in aller Welt. Mit Musik als Medium weckt das Orchester auf ganz besondere Art Aufmerksamkeit für den Klimawandel.

### PROGRAMM

Olivier Messiaen: „Appel Interstellaire“ 7 Min.  
Juri de Marco, Markus Bruggaier, Horn

Joseph Haydn: Trio 10 - 15 Min.  
Tobias Sturm, Violine; Boris Bardenhagen, Viola; Lea Rahel Bader, Violoncello

John Psathas: „One Study One Summary“ 5 - 10 Min  
Luisa Horst, Marimba, Tape und Junk Percussion

Juri de Marco: „Klimageräusche“ 20 Min. (Uraufführung)  
Besetzung Violine, Viola, Violoncello, 2 Hörner, Schlagzeug, Live Elektronik  
Juri de Marco, Markus Bruggaier, Horn; Tobias Sturm, Violine; Boris Bardenhagen, Viola; Lea Rahel Bader, Violoncello; Luisa Horst, Marimba; Juri de Marco, Live Elektronik

DIENSTAG, 26.9.2017

### 8:00 – 9:00 MORGENANDACHT

Der weltweite Klimawandel fordert alle Menschen zu einer Veränderung ihres Lebensstils, ihres Handelns und vor allem ihrer Einstellung heraus. In diesem Umbruchsprozess spielen religiöse Traditionen eine wichtige Rolle; ihre Ethiken, Symbole und Narrationen können entscheidend zu einem Bewusstseinswandel und einer Entscheidung für eine nachhaltige Lebensweise beitragen. Eine Andacht, die im Rahmen von „K3 – Kongress zu Klimawandel, Kommunikation und Gesellschaft“ von VertreterInnen unterschiedlicher Religionsgemeinschaften gehalten wird, möchte diese Potentiale in Erinnerung rufen.  
Begrüßung und Einführung: Franz Gmainer-Pranzl (Zentrum Theologie Interkulturell und Studium der Religionen, Universität Salzburg)

Beiträge von VertreterInnen der Religionsgemeinschaften:

- Salome Enzinger (Bahá'í)
- Werner Purkhart (Buddhistische Religionsgesellschaft)
- Senior Adam Faugel (Evangelischen Kirche)
- Mag. Roland Rasser (Röm.-kath. Kirche)
- Rama Mahli (Hindu-Gemeinschaft)
- Dipl. Paed. Tilmann Schaible (Islamische Religionsgemeinde)
- Marko Feingold (Israelitische Kultusgemeinde)



## BLOCK 3: WAS KANN KOMMUNIKATION BEITRAGEN ZUR TRANSFORMATION VON GESELLSCHAFT(EN)?

CHAIRPERSON: SILKE BECK (HELMHOLTZ ZENTRUM FÜR UMWELTFORSCHUNG - UFZ, LEIPZIG)

### 9:00 – 10:15 EINFÜHRUNGSVORTRÄGE

Welche Beiträge kann Klimakommunikation leisten, um tiefgreifende gesellschaftliche Transformationen zur Nachhaltigkeit zu unterstützen? Was sind die wissenschaftlichen und praktischen Herausforderungen an Transformationskommunikation? Für die Suche nach den Herausforderungen und Chancen von Kommunikation inmitten beispieleloser gesellschaftlicher und klimatischer Veränderungen können die Kultur- und Sozialwissenschaften wichtige Anstöße geben. Kultur spielt für unser Verständnis von Klimawandel, der bis heute nicht unmittelbar wahrnehmbar ist, eine zentrale Rolle. Um abstrakten wissenschaftlichen Befunden – wie dem 2-Grad-Ziel - konkrete Bedeutung zu verleihen und aus Worten Taten folgen zu lassen, müssen diese in bereits bestehende Deutungsmuster, Handlungspraktiken und Werte – Nach uns die Sintflut - eingebettet werden.

Was folgt aus diesen sozialwissenschaftlichen Forschungsergebnissen für unser Verständnis von Klimakommunikation? Welche alternative Erzählformen, Klimawelten, Visionen und Landkarten hatten bereits in Vergangenheit und Gegenwart und werden in Zukunft das Potenzial haben, nachhaltige Transformationen motivieren?

Mike Hulme (University of Cambridge, UK)

Susanne Moser (Stanford University and the University of California, Santa Cruz)

### 10:30 – 12:30 WORKSHOPS

#### **WS 1: STEIGENDE EMISSIONEN TROTZ PARISER KLIMAVERTRAG - LEBEN WIR IN EINER GRÜNEN PARALLELWELT?**

In der nationalen wie internationalen Klimapolitik wird die Kluft zwischen vollmundigen Bekenntnissen zu anspruchsvollen Klimaschutz-Zielen und ihrer faktischen Umsetzung immer größer („ambition gap“). Obwohl das Übereinkommen von Paris als großer diplomatischer Erfolg gefeiert wird, steigen die Emissionen weiter. Gleichzeitig sind rechtspopulistische Strömungen und Regierungen im Aufwind (allen voran in den USA), die mit der Aufkündigung klimapolitischer Vereinbarungen drohen oder sie tatsächlich vollziehen. Welche Folgen haben Brexit und Trump-Regierung und der zunehmende Populismus für internationale und nationale Klimapolitik? Und wie können Klimaforschung, Politik und Zivilgesellschaft konstruktiv auf diese Strömungen reagieren und trotzdem gesellschaftliche Transformationen anstoßen? Welche Rolle können und sollen KlimaforscherInnen in diesem politischen Klima einnehmen („Science March“)?

**Leitung:** Silke Beck (Helmholtz Zentrum für Umweltforschung - UFZ, Leipzig)

**Vortragende:** Mike Hulme (University of Cambridge, UK)

*Hinweis: Dieser Workshop findet in englischer Sprache statt.*

#### **WS 2: WAS KÖNNEN WIR VOM IPCC LERNEN?**

Das Intergovernmental Panel on Climate Change wurde gegründet, um den Regierungen in der Welt wissenschaftliche Informationen zur Verfügung zu stellen bzw. das zusammengefasste Wissen zu kommunizieren. Aber auch die interessierte Öffentlichkeit erhält aus den IPCC-Reports wertvolle Informationen für die Meinungsbildung. Doch wie erfolgreich sind die Aktivitäten des IPCC? Tragen Sie auch zu gesellschaftlichem Handeln bei? Wie können der IPCC und die IPCC-Berichte für die Kommunikation genutzt werden? Was kann der IPCC verbessern, um diese Nutzung zu unterstützen? Diese und ähnliche Fragen sollen in diesem Workshop diskutiert werden.

**Leitung:** Jonathan Lynn (Kommunikations-Verantwortlicher des IPCC, Genf), Urs Neu (Geschäftsleiter Plattform Science&Policy der Akademie der Naturwissenschaften Schweiz, Bern)

**Vortragende:** Renate Christ (ex-Direktorin des IPCC-Sekretariats), Carola Best (Deutsche IPCC- Koordinationsstelle), Thomas Nocke (Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung), Martin Läubli (Wissenschaftsjournalist, Tages-Anzeiger, Zürich), Gian-Kasper Plattner (Eidg. Forschungsanstalt für Wald, Schnee und Landschaft, Birmensdorf, ehem. Direktor der Technical Support Unit der Arbeitsgruppe I des IPCC)

### **WS 3: IST KOMMUNIKATION SKALIERBAR? UNTERSCHIEDE UND GEMEINSAMKEITEN IN DER KLIMAKOMMUNIKATION IN URBANEN RÄUMEN UND AUF DEM LANDE**

Ist Klimakommunikation auf dem Land und in der Stadt dieselbe? Unterscheidet sie sich vielleicht grundlegend, oder ist es eher ein Mehr oder Weniger von Gleichem? Nach zwei Impulsvorträgen möchten wir gemeinsam mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern eine erste Bestandsaufnahme machen und Handlungsmöglichkeiten erarbeiten.

**Leitung:** Tatiana Herda Muñoz (Masterplanmanagerin Mainz und 2.Vorstandsvorsitzende Bundesverband Klimaschutz BVKS)

**Vortragende:** Viktor Klein (Masterplanmanager Birkenfeld und Beisitzer BVKS), Impulsvortrag urbane Gebiete/Stadt: N.N.

### **WS 4: DER VERFLIXTE ALLTAG, RENAISSANCE VON REGELN UND ROUTINEN FÜR WANDEL ZUR KLIMAFREUNDLICHEN GESELLSCHAFT**

„Ich will Verbote!“, denn anders sei die Welt nicht zu retten. Das sagte der Journalist Sebastian Dalkowski am 23. Februar in der ZEIT - und erntete damit einen Shit-Storm. Aber hat er nicht Recht, dass ein nachhaltiges Leben in nicht-nachhaltigen Strukturen praktisch unmöglich oder zumindest extrem anstrengend ist? Das Wuppertal Institut setzt, wie zum Beispiel Michael Kopatz in seinem Buch „Ökoroutine“, auf Standards, Anreize und Regeln. Mit den richtigen Rahmensetzungen kann umweltfreundliches Handeln zur Routine werden. So wie wir Verkehrsregeln und Rauchverbot akzeptieren, brauchen wir verbindliche Regeln für einen „enkelverträglichen“ Lebensstil. Aber: wie realistisch ist dieser Ansatz in einer Zeit, wo der Vorschlag für einen Veggie-Day in Kantinen zu einer hyperventilierenden Grundsatzdebatte über den Angriff auf individuelle Freiheitsrechte führt? Wie lässt sich in einer Gesellschaft, in der die sofortige Befriedigung immer neuer Bedürfnisse zum zentralen Lebenssinn avanciert ist, die Verständigung auf Regeln und Routinen der (Selbst-) Begrenzung ansprechen?

**Leitung:** Marie-Luise Beck (Geschäftsführerin, Deutsches Klima-Konsortium)

**Vortragende:** Hermann Ott (Wuppertal-Institut für Klima, Umwelt, Energie und Hochschule für Nachhaltige Entwicklung in Eberswalde)

### **WS 5: Transformations-Wissen: Was können wir aus der „knowledge co-production“ lernen?**

Für Fragen und Diskussionen im Zusammenhang mit der Transformation der Gesellschaft spielen transdisziplinäre Methoden wie Co-design und Knowledge Co-production eine wichtige Rolle. Einschneidende Transformationen einer Gesellschaft können nicht einfach von oben verordnet werden, sondern müssen von der Gesellschaft getragen werden. Die Wissenschaft kann deshalb entsprechende Fragen nicht allein beantworten, sondern muss Vertreterinnen und Vertreter aus allen Gesellschaftsschichten und –bereichen (Wirtschaft, Bevölkerung, u.a.) mit einbeziehen. Co-design und Co-production sind dabei sehr wichtige Instrumente. Der Workshop geht der Frage nach, welche Erfahrungen aus transdisziplinären Projekten für die Transformation genutzt werden können.

**Leitung:** Gabriela Wülser (Transdisciplinarity-Net, Akademien der Wissenschaften Schweiz)

**Vortragende:** Heinz Gutscher (Psychologisches Institut, Universität Zürich), Gabriela Wülser



## WS 6: CITIZEN SCIENCE: EXTREMWETTER UND PHÄNOLOGIE IM KLIMAWANDEL

Talking while walking – auf dem Weg zum und im anregenden Setting des Wissensparks der Zentralanstalt für Meteorologie und Geodynamik (ZAMG) -Salzburg werden Fragen zum Thema diskutiert und gemeinsam Antworten erarbeitet: Wie kann man veranschaulichen, welche Auswirkungen eine Erhöhung der Mitteltemperatur von 1 °C hat? Nimmt die Häufigkeit von Extremwetterereignissen zu? Wie verwundbar ist die Gesellschaft durch Extremwetter? Um diese Fragen zu beantworten bedarf es vieler Beobachtungsdaten – nicht nur von „amtlichen“ Messnetzen. Citizen Scientists erweitern und bereichern mit ihren Impact-Beobachtungen die Datenbasis. Manche Aussagen über die Wirkung des Klimawandels auf Ökosysteme und die menschliche Gesellschaft wären ohne sie gar nicht möglich. Darüber hinaus vermag die außerwissenschaftliche Alltagsperspektive der Citizen Scientists, auf Mängel in der Vermittlung wissenschaftlicher Inhalte hinzuweisen und zu neuen Fragestellungen anzuregen. Wir möchten mit Ihnen im Rahmen des Workshops Bilanz ziehen und Ihre Ideen zur weiteren Entwicklung von Citizen Science in der Klimawissenschaft diskutieren.

**Leitung:** Helfried Scheifinger und Bernhard Niedermoser (Zentralanstalt für Meteorologie und Geodynamik - ZAMG)

12:30 MITTAGSPAUSE

14:00 – 16:00 PLENARSITZUNG/ ABSCHLUSSVERANSTALTUNG

Im Abschlusspanel berichten 3 „PodiumsbotschafterInnen“ Torsten Grothmann (Universität Oldenburg), Helga Kromp-Kolb (Universität für Bodenkultur, Wien) und Mira Kapfinger (K3 Klima-Bloggerin) sowie drei „PublikumsbotschafterInnen“ darüber, was Sie während der zwei Tage erlebt und gelernt haben. Was waren die größten Aha-Momente der Konferenz, was werden sie in Zukunft in Ihrer Arbeit vielleicht anders machen und welche Themen sollen auf die Agenda der nächsten K3 Konferenz 2019? Darüber werden die „BotschafterInnen“ am Ende der Tagung diskutieren und vielleicht gelingt es uns dadurch, neben dem individuellen Erkenntnisgewinn auch so etwas wie ein gemeinsames Tagungsergebnis zu definieren.

Wir möchten darauf hinweisen, dass im Rahmen der Veranstaltung Fotografien und Filme erstellt werden. Diese Aufnahmen können in verschiedenen Medien (Print, TV, Online etc.) und in Publikationen der Veranstalter oder ihrer nahestehenden Verbände Verwendung finden. Mit Ihrer Teilnahme an der Konferenz stimmen Sie dieser Veröffentlichung zu.

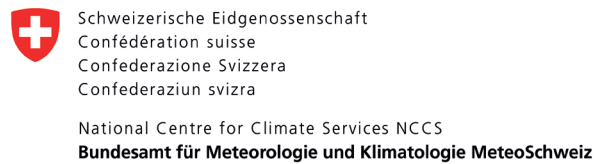
## VERANSTALTUNGSORT

Unipark Nonntal – Universität Salzburg  
Erzabt-Klotz-Straße 1  
5020 Salzburg

## KONTAKT & IMPRESSUM

Martha Stangl  
Netzwerkkoodinatorin von CCCA Servicezentrum  
Mozartgasse 12/1  
8010 Graz  
Tel.: 0043 664 883 268 21  
Mail: k3@ccca.ac.at

## VERANSTALTER



## FÖRDERGEBER

Klima- und Energiefonds, Wien  
Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft, Wien  
Land Salzburg, Klima und Energie 2050  
Universität Salzburg



## PARTNER

Bundesverband Klimaschutz

Diese Veranstaltung ist mit dem Österreichischen Umweltzeichen für Green Events zertifiziert.

