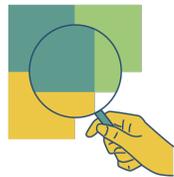


Kategorien und Beispielfragen. Call für Workshops am K3 Kongress 2022



Kategorie 1 Bestandsaufnahme

Leitfrage zur Kategorie 1: Wie sprechen wir heute über den Klimawandel? Eine Bestandsaufnahme zwischen Wissenschaft und Gesellschaft.

Beispielfragen, die im Workshop thematisiert werden könnten:

- Welche guten Beispiele für Klimakommunikation gibt es? Wie können wir diese in der Klimacommunity teilen und voneinander lernen?
- Wie können wissenschaftliche Erkenntnisse verständlich und wirkungsvoll kommuniziert werden? Welche Rolle spielen Visualisierungen in der Klimakommunikation?
- Was ist die Rolle der Naturwissenschaften in der Klimakommunikation? Wie arbeiten die verschiedenen Wissenschaftszweige miteinander für eine zielführende Klimakommunikation?
- Klimaschutz und Anpassung sollen mit der Lösung anderer sozialer und gesellschaftlicher Probleme verknüpft werden – so eine häufige Forderung. Wie geht das?



Kategorie 2 Interessengruppen verbinden

Leitfrage zur Kategorie 2: Wie können die verschiedenen gesellschaftlichen Interessensgruppen in einen gemeinsamen Diskurs über den Umgang mit dem Klimawandel eingebunden werden?

Beispielfragen, die im Workshop thematisiert werden könnten:

- Wie können wir mit politischen Differenzen umgehen und zu gemeinsamem Handeln finden? Stichworte: klimaferne Gruppen, Gendergerechtigkeit, inter- und intragenerationelle Gerechtigkeit, Wirtschaft, Verwaltung, Naturwissenschaften, unterschiedliche politische Milieus.
- Was können wir aus der Coronakrise für die Klimakrise lernen – etwa in Bezug auf Wissenschaftskommunikation, digitale Kommunikation, radikale Veränderungen, Solidarität und Kreativität?
- Wie können wir Co-Benefits von Klimaschutz und Klimawandelanpassung mehr in den Fokus der Kommunikation rücken?
- Welche Rolle spielt der Faktor Vertrauen in der Klimakommunikation von Unternehmen (Stichwort Greenwashing)?



Kategorie 3 Lebenswerte Welt

Leitfrage zur Kategorie 3: Wie kann man kommunizieren, dass eine klimaneutrale eine lebenswertere Welt sein kann?

Beispielfragen, die im Workshop thematisiert werden könnten:

- Wie finden wir Zukunftsbilder, die allen „gut“ und „gerecht“ erscheinen?
- Wie können gesellschaftliche Normen und Werte in der Klimakommunikation genutzt bzw. adressiert werden, um Motivation für Klimaschutz und Anpassung zu schaffen?
- Wie können Klimaschutz und Anpassung mit Vorstellungen von einem „guten Leben“ und einer „guten Ordnung“ zusammengebracht werden?
- Sprechen wir von Klimawandel, Klimakrise oder Klimanotstand? Was wird darunter verstanden und wie kommt es bei den Zielgruppen an? Wie leiten Wörter unser Denken und Handeln?
- Wie weit verbreitet ist das Phänomen der „Klimaangst“ (climate anxiety) und wie können wir in der Klimakommunikation damit umgehen?



Kongress zu Klimakommunikation

- Welche Anreize und Kampagnen führen zum Handeln? Welche Zielgruppen werden damit erreicht? Wer soll kommunizieren? Welches Handeln brauchen wir für effizienten Klimaschutz?
- Wie werden die jüngsten gesellschaftspolitischen Veränderungen – COVID-19, Klimajugend, European Green Deal – den Stellenwert der Klimakrise langfristig verändern? Was heisst das für die Klimakommunikation?
- Von der Klimawandel-Leugnung zu den Discourses of delay: Wie verschieben sich Diskurse und wie können Klimakommunikator:innen darauf reagieren?
- Wie gestalten wir Klimakommunikation, um klimaschädliche Werte zu hinterfragen und Werte einer klimafreundlichen Zukunft zu stärken?
- Wie können wir die Berücksichtigung anderer Ziele (sozio-ökonomische, andere SDGs) in die Kommunikation einbeziehen bzw. diese ansprechen?