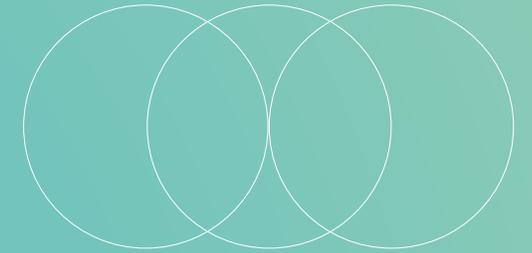




# Utopieentwicklung für Transformation

Stella Schaller, Reinventing Society

# CHECK-IN



"Warum bin ich hier und wie geht's mir gerade?"

## REINVENTING SOCIETY (RESO)

- Workshops, Weiterbildungen und Seminarreihen
- Strategie- und Organisationsberatung
- Entwicklung positiver Zukunftsvisionen
- Buch: Zukunftsbilder 2045
- u.n.v.m.

[www.realutopien.de](http://www.realutopien.de)

The logo for 'Reinventing Society' features the word 'Reinventing' in a dark teal, sans-serif font above the word 'Society' in the same font. Between the two words are three circular icons: a green circle with a white horizontal line, a teal circle with a white horizontal line, and a teal circle with a white horizontal line. The background of the slide includes a large, light teal circular graphic on the right side, which contains a faint, stylized image of a landscape with a body of water and trees.

Reinventing  
Society

# REINVENTING SOCIETY (RESO)

*„Was brauchen Menschen, um eine regenerative Gesellschaft mitzugestalten?“*

## Team



Anna Reisch



Lino Zeddies



Stella Schaller



Simon Mohn

## Fellows



Sebastian Vollmar



Constanze Kernbach

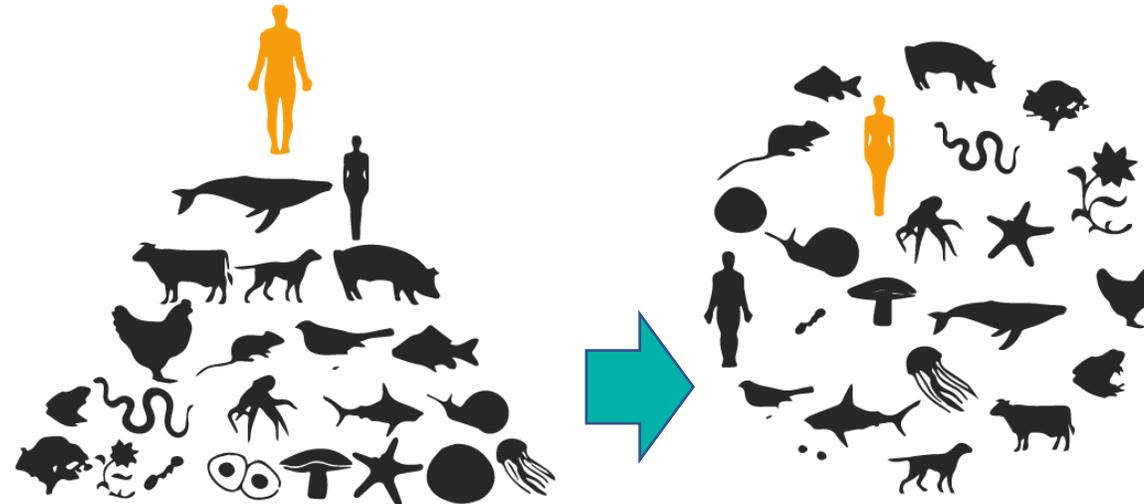


Boris Lebedev



Christin Bettinghaus

# DER ANSTEHENDE WANDEL: UPDATE DES BETRIEBSSYSTEMS



## **Ego System** "It's About Me"

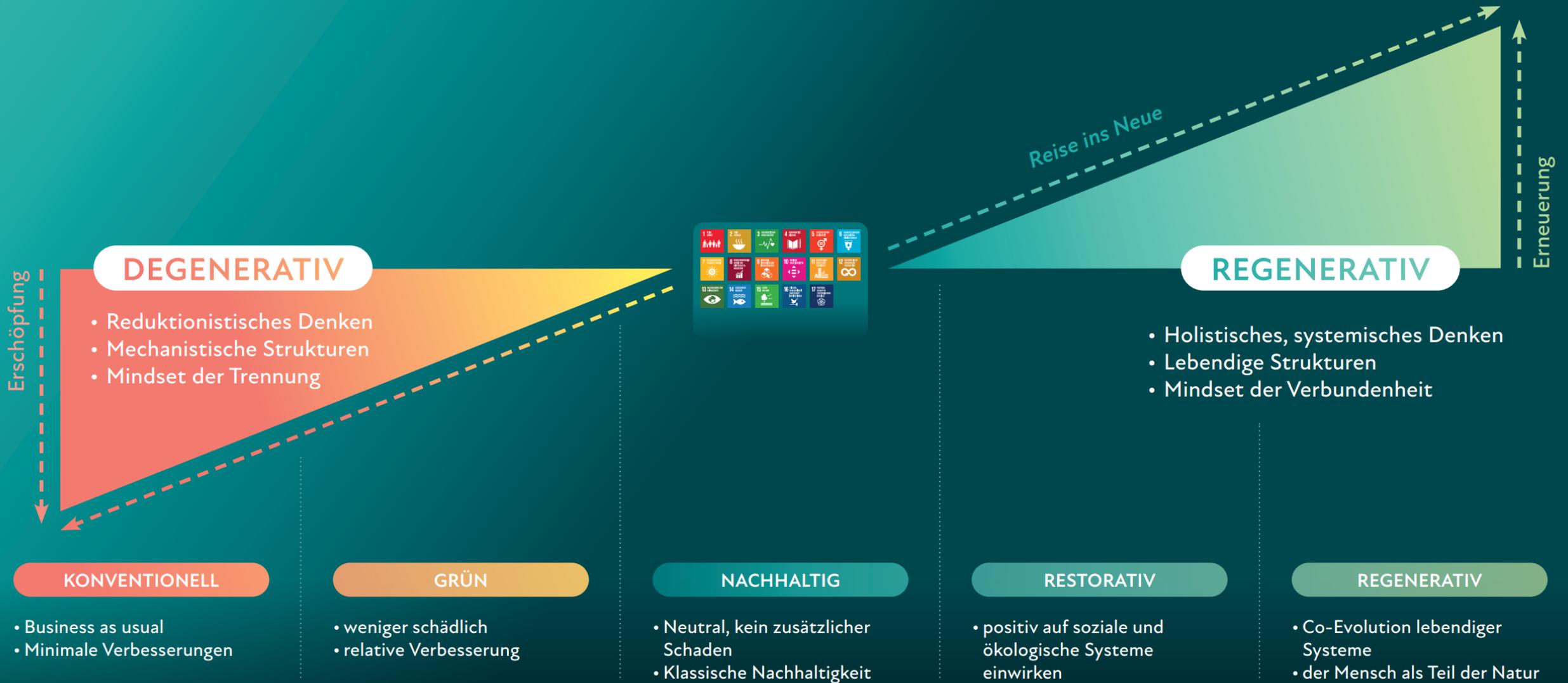
Top Down Control, Command,  
Independent Silos, Territoriality, Power  
Struggles, Self-Interest, Withholding  
Information, Blaming

## **Eco System** "It's About Us"

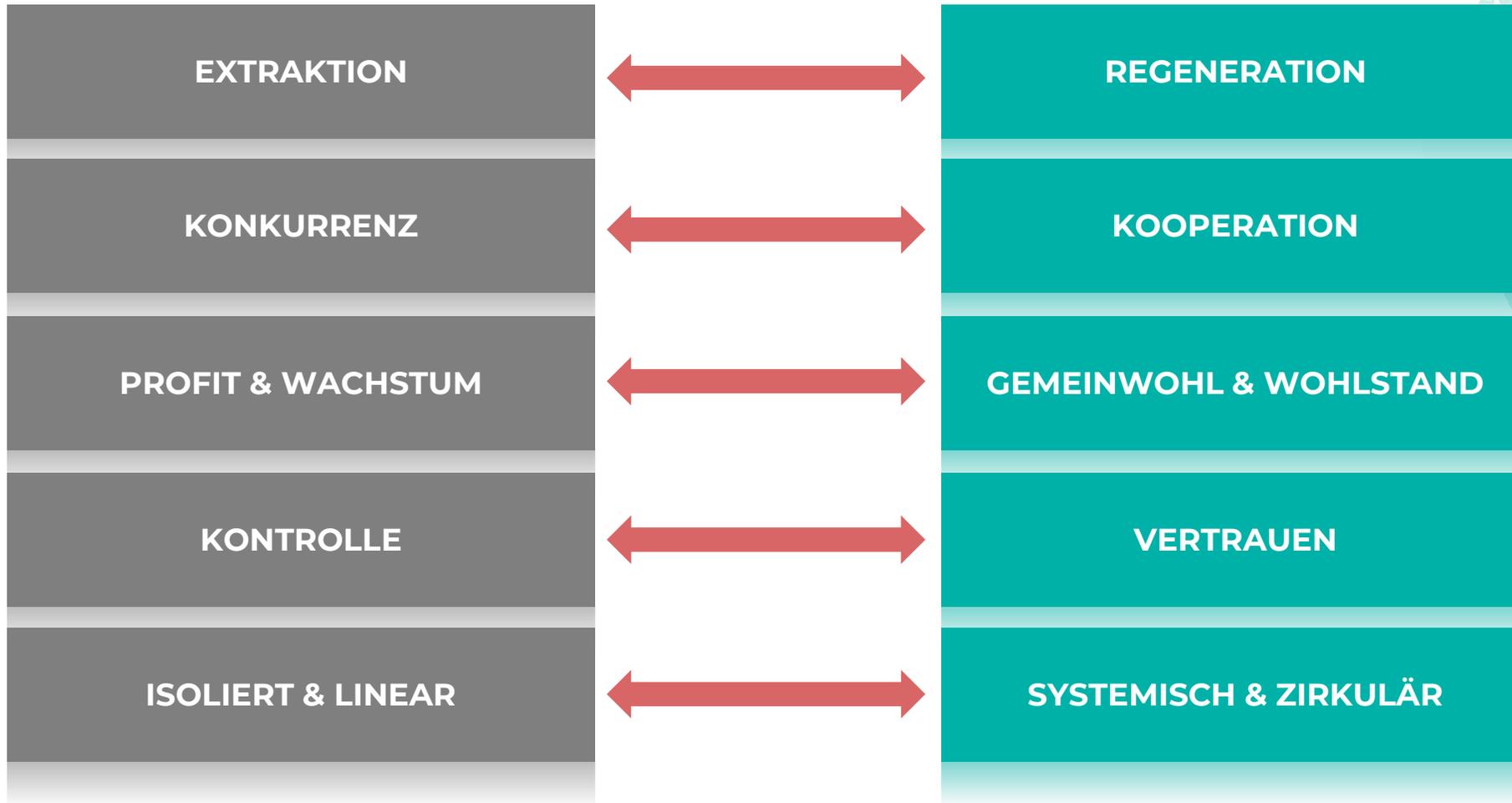
Influence, Conversation, Aligned Agility,  
Partnership, Mutual Empowerment,  
Mutual Support, Joint Knowledge,  
Mutual Accountability

<https://www.rethinkandfocus.com/429718297/6801537/posting/>

# DER WEG DER REGENERATION

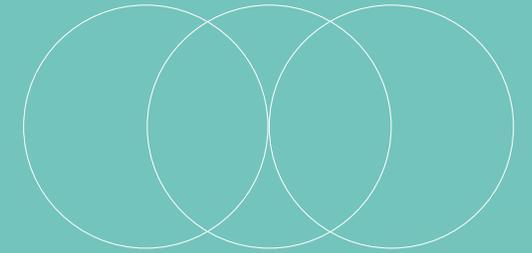


# WAS KENNZEICHNET DAS ‚NEUE‘?



Eintritt in ein integratives Zeitalter, in dem Prinzipien auf balancierte Weise eingesetzt und wirksam werden.

**WIE SPRECHEN WIR ÜBER DIE  
TRANSFORMATION UND  
UNSERE GEMEINSAME  
ZUKUNFT?**



# 1. „WIR LÖSCHEN UNS AUS.“

A photograph of a dead, bleached tree trunk standing on a cracked, dry lake bed. The tree trunk is the central focus, with several thin, skeletal branches reaching upwards. The ground is parched and cracked, with some smaller pieces of driftwood scattered around. In the background, a calm body of water stretches to the horizon, with dark, silhouetted mountains under a pale, overcast sky. The overall mood is desolate and somber.

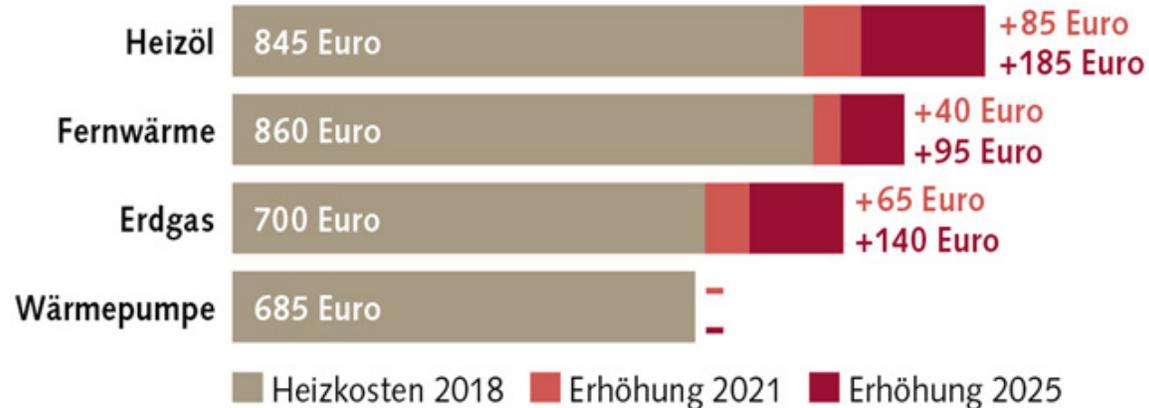
→ Krisenszenarien, Wachrütteln oder Schuldzuweisungen

## 2. „KLIMASCHUTZ AUF MEINE KOSTEN“



### CO<sub>2</sub>-Preis: Erhöhung der jährlichen Heizkosten

Energieträger/Heizsystem – durchschnittliche 70 m<sup>2</sup>-Wohnung



Daten: Heizspiegel 2019 Quelle: co2online



→ **Last, Verzicht und Einschränkung**  
 Reinventing Society



"New Pioneers" oil on canvas, Mark Henson, <http://markhensonart.com>



"New Pioneers" oil on canvas, Mark Henson, <http://markhensonart.com>



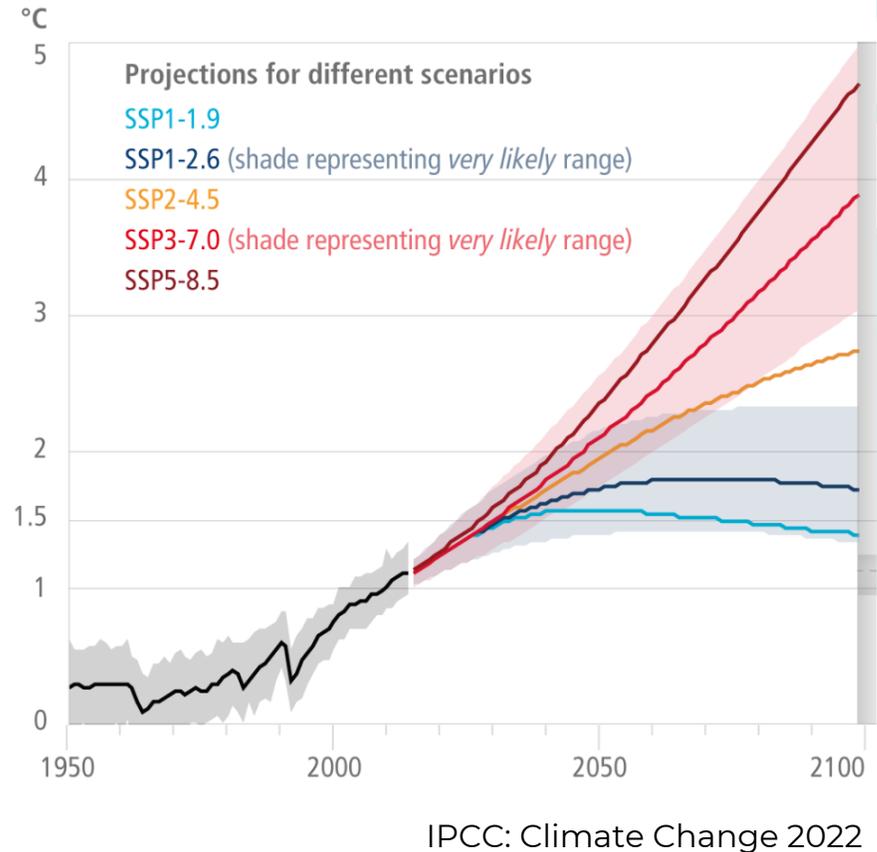
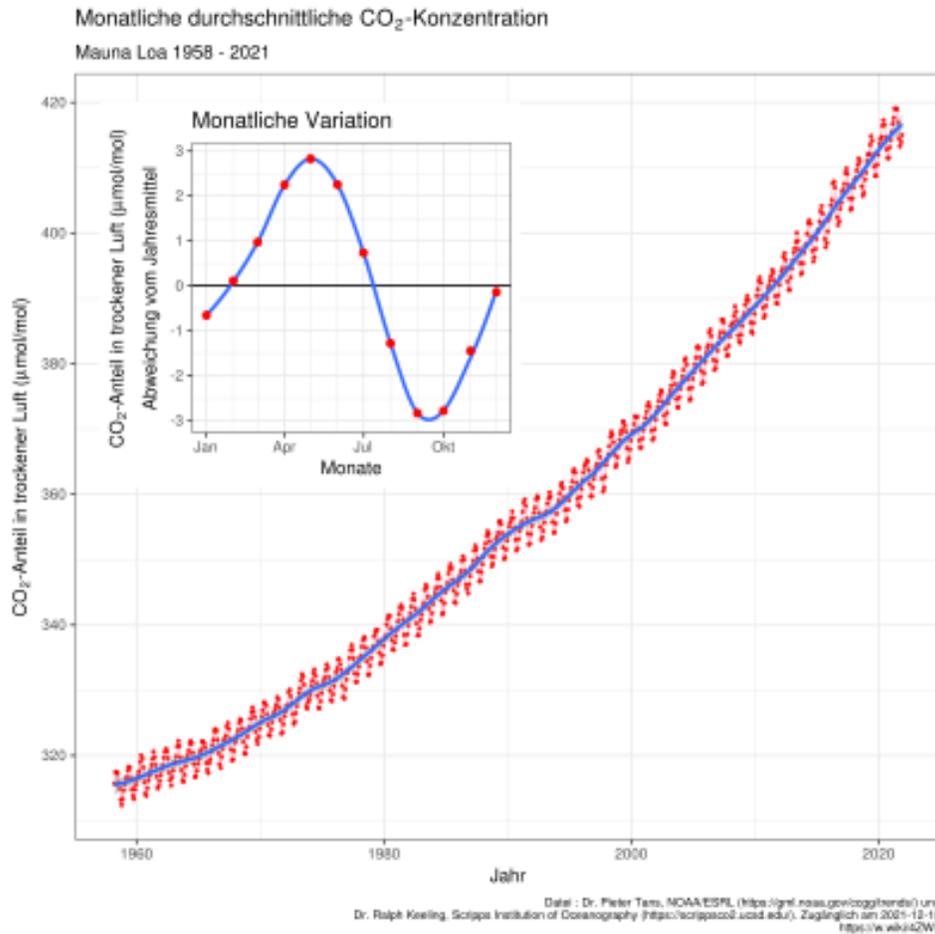
"New Pioneers" oil on canvas, Mark Henson, <http://markhensonart.com>

# NEUROWISSENSCHAFT: DIE WIRKUNG VON „WOFÜR“ VS. „WOGEGEN“

- Angst und Stress machen uns dümmer
- Wichtige Ressourcen werden blockiert bzw. freigesetzt
- Unser Denken verändert unser Gehirn



### 3. „-80% CO2 BIS 2030 FÜR 1.5°C“



→ Zahlen, Kennwerte, Modelle und Zielmarken

## 4. „SMART, VERNETZT, DIGITAL“

→ Fokus auf **Technologien**



# RECAP: ERGEBNISSE DER KOMMUNIKATIONSFORSCHUNG UND PSYCHOLOGIE

Wenn **apokalyptische Bilder und negative Gefühle** aktivierende Gefühle überlagern, kann sich die Wirksamkeit der Kommunikation stark verringern

(Moser, 2016)



# RECAP: ERGEBNISSE DER KOMMUNIKATIONSFORSCHUNG UND PSYCHOLOGIE

Stattdessen wichtig:

- ➔ **Selbstwirksamkeit** aktivieren
- ➔ **Nutzen einer Handlung zeigen**, Chancen sichtbar machen
- ➔ **Positive, handlungsorientierte** Kommunikation einsetzen und **positive Zukunftsbilder**, die den Nutzen der Veränderung thematisieren

(u.a. Ferber 2019; Stoknes & Randers 2015; Hoppman 2021 )



## RECAP: ERGEBNISSE DER KOMMUNIKATIONSFORSCHUNG UND PSYCHOLOGIE

**Problemwissen** hat keinen oder nur einen sehr kleinen Einfluss auf das **Klimaschutzverhalten**; Konflikte um Detailprobleme wirken **lähmend**

(Gifford, Kormos & McIntyre, 2011)



# RECAP: ERGEBNISSE DER KOMMUNIKATIONSFORSCHUNG UND PSYCHOLOGIE

Weitere wichtige Faktoren der Kommunikation:

- ➔ **Authentizität & Glaubwürdigkeit**, Nahbarkeit  
(u.a. Jordan et al., 2017)
- ➔ **Werteebene** ansprechen  
(Hornsey, Harris, Bain & Fielding, 2016; More in Common-Studie 2021)
- ➔ **Alltagsbezogenheit** & lokale Anbindung

➔ **Psychologists4Future**: <https://www.psychologistsforfuture.org/klimakommunikation/>

➔ **Klimafakten**: [www.klimafakten.de](http://www.klimafakten.de)



Wie wäre das, wenn wir in unseren Herzen eine Vision der Zukunft tragen würden? Und wenn mehr Menschen sich vorstellen könnten, wie schön eine regenerative Zukunft sein könnte?







Stuttgart Marktplatz 2045. Reinventing Society/ Wire Collective CC BY-NC-SA 4.0

Stuttgart Marktplatz 2045 by Reinventing Society & Wire Collective (CC BY NC SA 4.0)





Frankfurt Hauptwache 2045 by Reinventing Society & Render Vision (CC BY NC SA 4.0)



© Adobe Stock

Berlin Nikolaiviertel Realutopie 2045 by Reinventing Society / Render Vision, CC BY-NC-SA 4.0













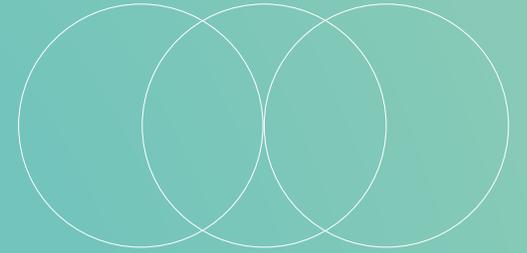
Zürich Paradeplatz 2045 by Reinventing Society / Wire Collective





Alle Zukunftsbilder die wir derzeit erstellen, werden in unseren Bildband aufgenommen.

# PRAXIS



## METHODE: JA, UND / UTOPIAN CHARGE

**Lockerungsübung**, um Vorstellungskraft zu trainieren

**Frage:** „Was ist das höchste Potenzial von...?“

**Link zur Methode** in unserer Infothek für Realutopien:

<https://realutopien.info/toolbox/utopian-charge/>



Zürcher Hauptbahnhof

K3 Community

## METHODE: IMAGINATIONSTREISE

**Imaginationsübung**, um sich auf einer Erfahrungsebene mit einer Vision zu verbinden

**Link zur Methode** in unserer Infothek für Realutopien:

<https://realutopien.info/toolbox/utopische-zeitreise/>



# JOURNALING



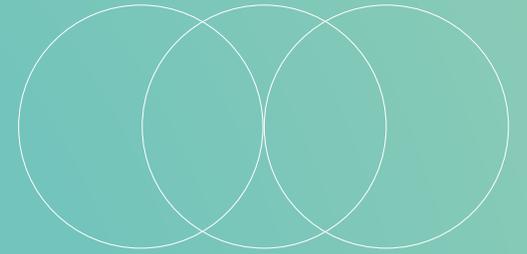
- Wie erging es mir in den Übungen?
- Was macht das utopische Denken mit mir?
- Auf welche Widerstände bin ich gestoßen?
- Was sind zentrale Werte und Prinzipien, die meiner Utopie zugrunde liegen?

## PARTNERÜBUNG



- Wie erging es mir in den Übungen?
- Was macht das utopische Denken mit mir?
- Auf welche Widerstände bin ich gestoßen?

# SHARING

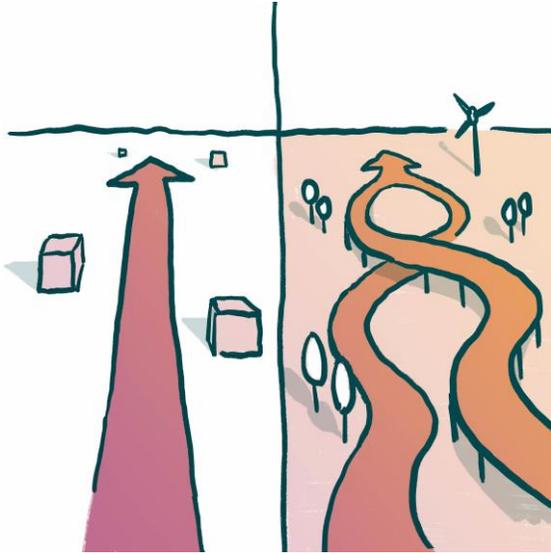


# DAS UTOPISCHE MINDSET



- Inspiriert, kreativ, energiegeladen
- Freude und Selbstwirksamkeit
- Offenheit für Neues
- Verbundenheit
- Konstruktiv, positiv
- In Möglichkeiten denkend, Potenziale sehend

# VORSTELLUNGSKRAFT TRAINIEREN & DAS UTOPISCHE MINDSET



**Das utopische Mindset ist eine Perspektive und innere Haltung, aus der heraus Zukunftspotenziale sichtbar und eigene Gestaltungsspielräume eröffnet werden.**

Ressource aus unserer Infothek für Realutopien

- <https://realutopien.info/toolbox/utopisches-mindset-lineares-mindset/>

# WIE GEHT EIGENTLICH ERFAHRBARKEIT?

- **Kopf, Herz, Hand**

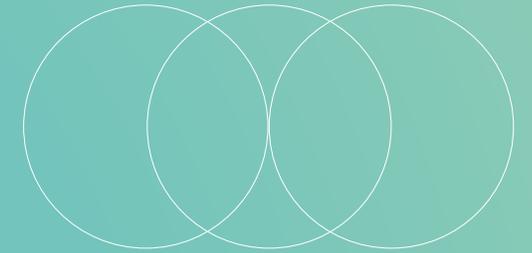
1. Information & Verständnis
2. Freude, emotionale Aktivierung & Begegnung
3. Ausprobieren & Selbstmachen



- **Wie kann man wünschenswerte Zukünfte *erfahren*?**

- **Multisensoriell** und **ganzheitlich**: mit allen Sinnen und Wahrnehmungsebenen
- Über **Storytelling, Bilder**, aber auch **Gruppenerfahrungen** und andere **Erfahrungsformate**, die die **Prinzipien und Qualität der Utopie** enthalten

# PROTOTYPING



## (A) POSTKARTE AUS DER ZUKUNFT

"Ich schreibe dir aus dem Jahr 2045. Ich hätte nicht erwartet, dass..."

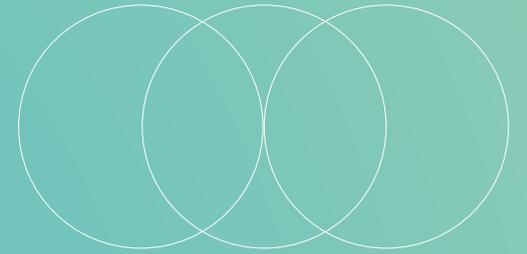
→ *Nutzen Sie gerne eine utopische Postkarte*

## (B) LINKEDIN-POST

„Heute habe ich an einem Workshop teilgenommen und eine positive Zukunftsvision für XY visualisiert. Was mich besonders bewegte? ...“

→ *Nutzen Sie gerne ein Bild der Infothek ([www.realutopien.info](http://www.realutopien.info))*

# SHARING



# Infothek für Realutopien

- Methoden, Tools & Leitfäden für Visionsentwicklung
- Visuals & Videos

Utopische Toolbox

Utopien machen Wandel attraktiv

Utopische Toolbox

Methoden-Modell, Innerer State, Utopien & Realutopien, Kollektive Utopien, Individuelle Journey, Utopisches Prototyping, Utopische Zeitreise, Sowohl-als-auch, Selbstverwirklichung

Utopische Idee

Rede aus der Zukunft (optional)

Selbstverwirklichung

Entdecke utopische Welten

Jetzt online: [realutopien.info](http://realutopien.info)

ERKUNDEN

# WAS IST WICHTIG AN DER UTOPIEENTWICKLUNG?

- Utopische Werte und Lösungen nicht als "wahr" oder absolut betrachten  
(=**relative Utopien**)
- Utopien als unfertige, vorläufige, flexible Vorschläge für eine bessere Welt  
(=**offene Utopien**)
- Kritik und konstruktives Feedback aktiv einladen, um die eigene, begrenzte Perspektive zu erweitern
- Utopien mit Demut entwerfen – als offene Einladungen, aber nie als fertige, perfekte Lösungen

Siehe auch: "Rethinking Utopia for a World in Crisis" von Will Franks, Medium (2019)

# LITERATUR

- Trümper & Beck 2021: Transformative Klimakommunikation – Veränderungsprozesse in Wissenschaft und Gesellschaft anstoßen. In: GAIA 30/3 (2021)
- Hoppman 2021: Weit weg, unsicher komplex? In: Gehirn & Geist 04/2021.
- More in Common 2021: „Einend oder spaltend? Klimaschutz und gesellschaftlicher Zusammenhalt in Deutschland“: [www.moreincommon.de/klimazusammenhalt](http://www.moreincommon.de/klimazusammenhalt)
- Ferber 2019. Greta-Thunberg-Effekt. Klimaforscher Mojib Latif in Karlsruhe: „Ich bin gescheitert“.
- Jordan, Sommers, Bloom & Rand, 2017: Why Do We Hate Hypocrites? Evidence for a Theory of False Signaling
- Moser 2016: Reflections on climate change communication research and practice in the second decade of the 21st century: what more is there to say?
- Hornsey, Harris, Bain & Fielding 2016: Meta-analyses of the determinants and outcomes of belief in climate change
- Stoknes & Randers 2015: What We Think About When We Try Not To Think About Global Warming
- Gifford, Kormos & McIntyre 2011: Behavioral dimensions of climate change: drivers, responses, barriers, and interventions

# AKTUELLES PROJEKT ZUKUNFTFINDETSTADT



Gefördert durch

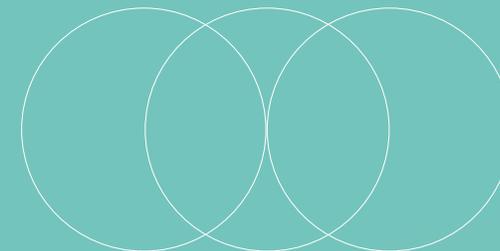


Deutsche Bundesstiftung Umwelt

[www.dbu.de](http://www.dbu.de)



**WER KEINE TRÄUME HAT, SOLLTE ZUM  
ARZT GEHEN.**



**Stella Schaller**

Reinventing Society

[www.realutopien.de](http://www.realutopien.de)

M: [stella.schaller@realutopien.de](mailto:stella.schaller@realutopien.de)