

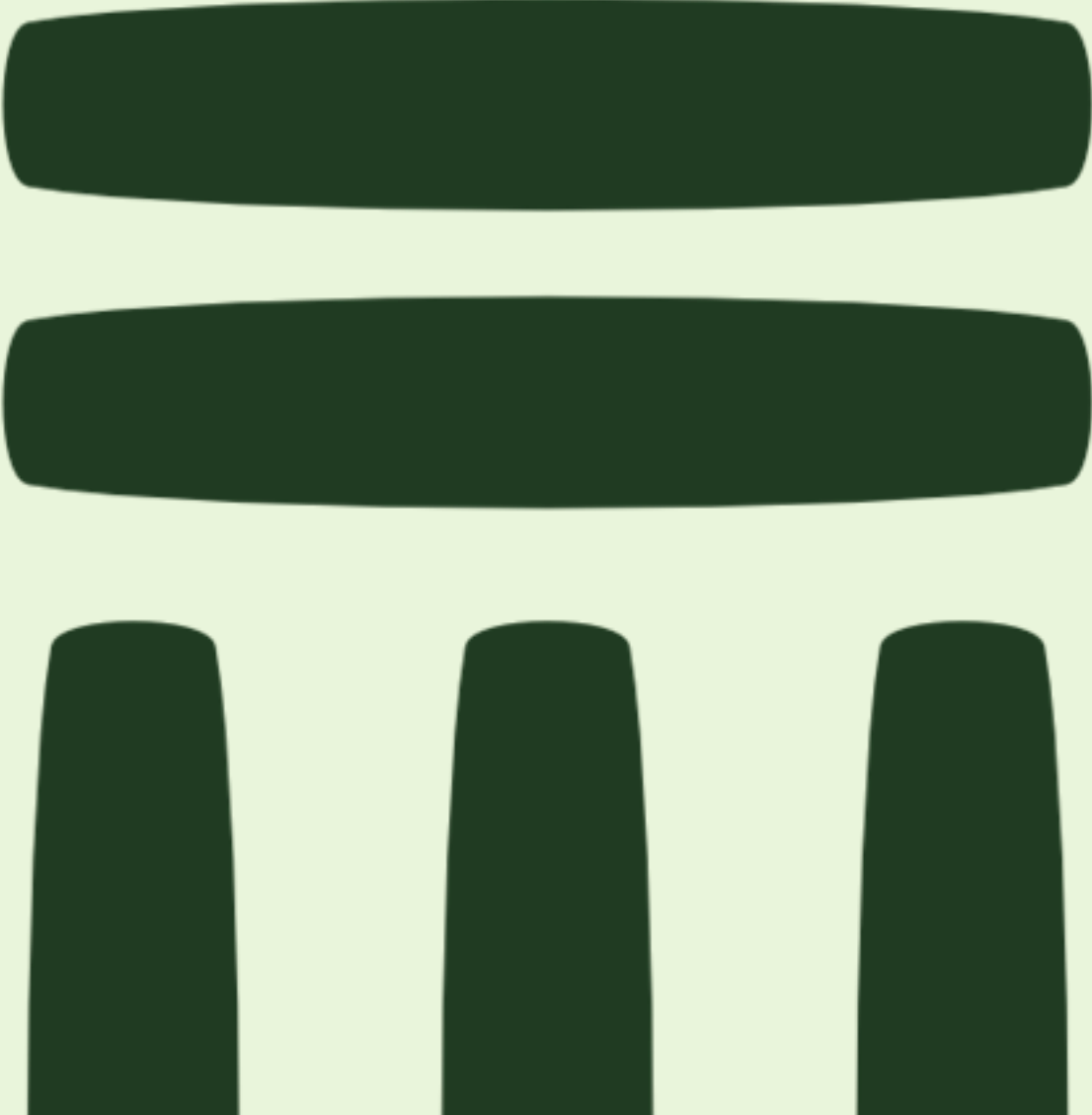
**STRATEGISCHE
KLIMA-
KOMMUNIKATION.
FÜR WIRKSAMES
STAKEHOLDER-
ENGAGEMENT**



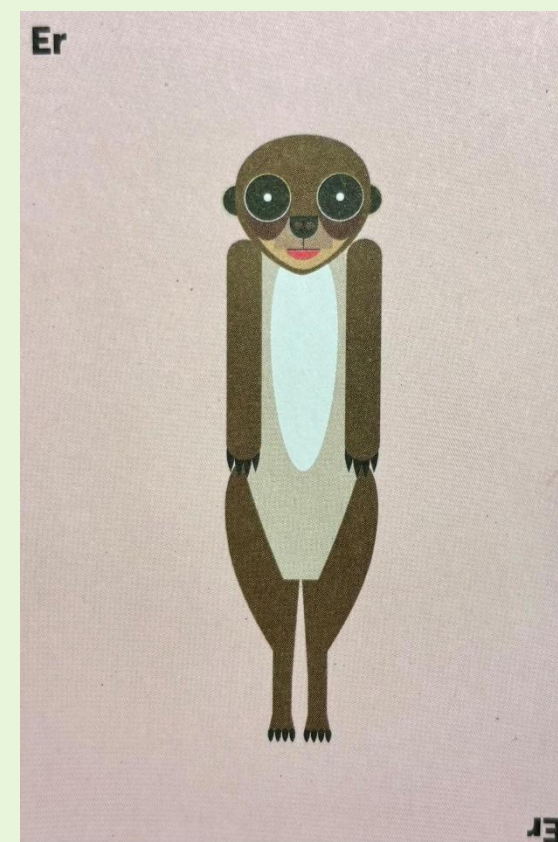
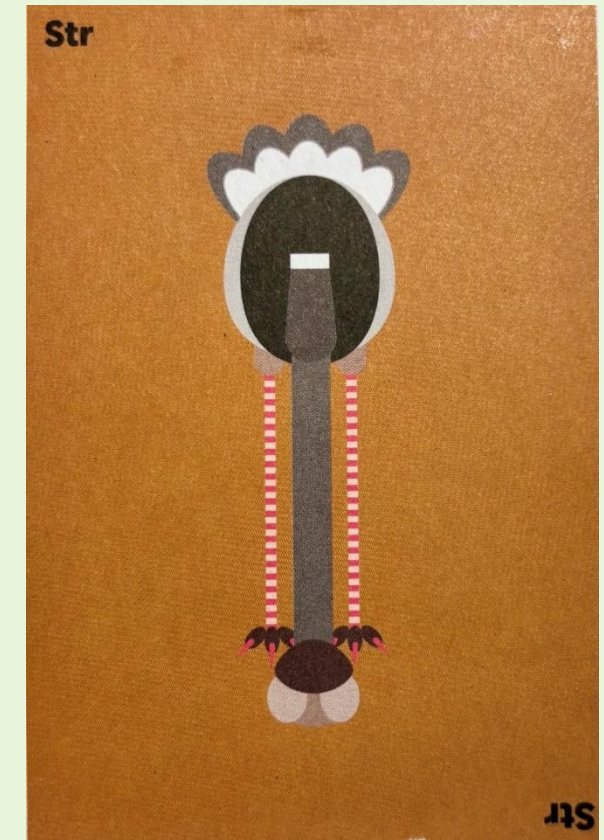
FUTURE MINDS

24.02.2026

Heutige Agenda



- 01** Grundlagen
- 02** Barrieren
- 03** 10 Regeln
- 04** Praxistransfer





Grundlagen

Was ist Klimakommunikation?

Status Quo

- Fakten und notwendige Maßnahmen sind schon lange bekannt.
- 99% der Wissenschaftler*innen sind sich einig, dass der Klimawandel menschengemacht ist. ([Link](#))
- Wunsch nach Klimaschutz ist hoch: 62% der dt. Gesellschaft sorgt sich bzgl. gesundheitlicher Folgen durch Klimakrise (Ipsos, [Link](#))
- Fehlende Strukturen & unfaire Spielregeln
- Misstrauen in Entscheidungsträger*innen
- Pluralistische Ignoranz → Schweigespirale



Barrieren

- **Gesellschaftliche Barrieren:**
 - Denken und Handeln orientieren sich an Umfeld
- **Systemische Barrieren:**
 - klimaschädigende Subventionen ([Link](#))
 - Fossil geprägte Steuer- und Abgabensysteme ([Link](#))
- Es ist anstrengend gegen den Strom zu schwimmen.
- Nur Naturgesetze sind nicht verhandelbar!



Schlussfolgerungen

- Kluft zwischen Einstellungen und kollektivem Verhalten: Wissensriesen und Umsetzungszwerge
- Scheitern des Informationsdefizitmodells
- Es braucht gute Nachhaltigkeitskommunikation, um Gap zwischen Denken und Handeln zu verringern!



Starke Nachhaltigkeit



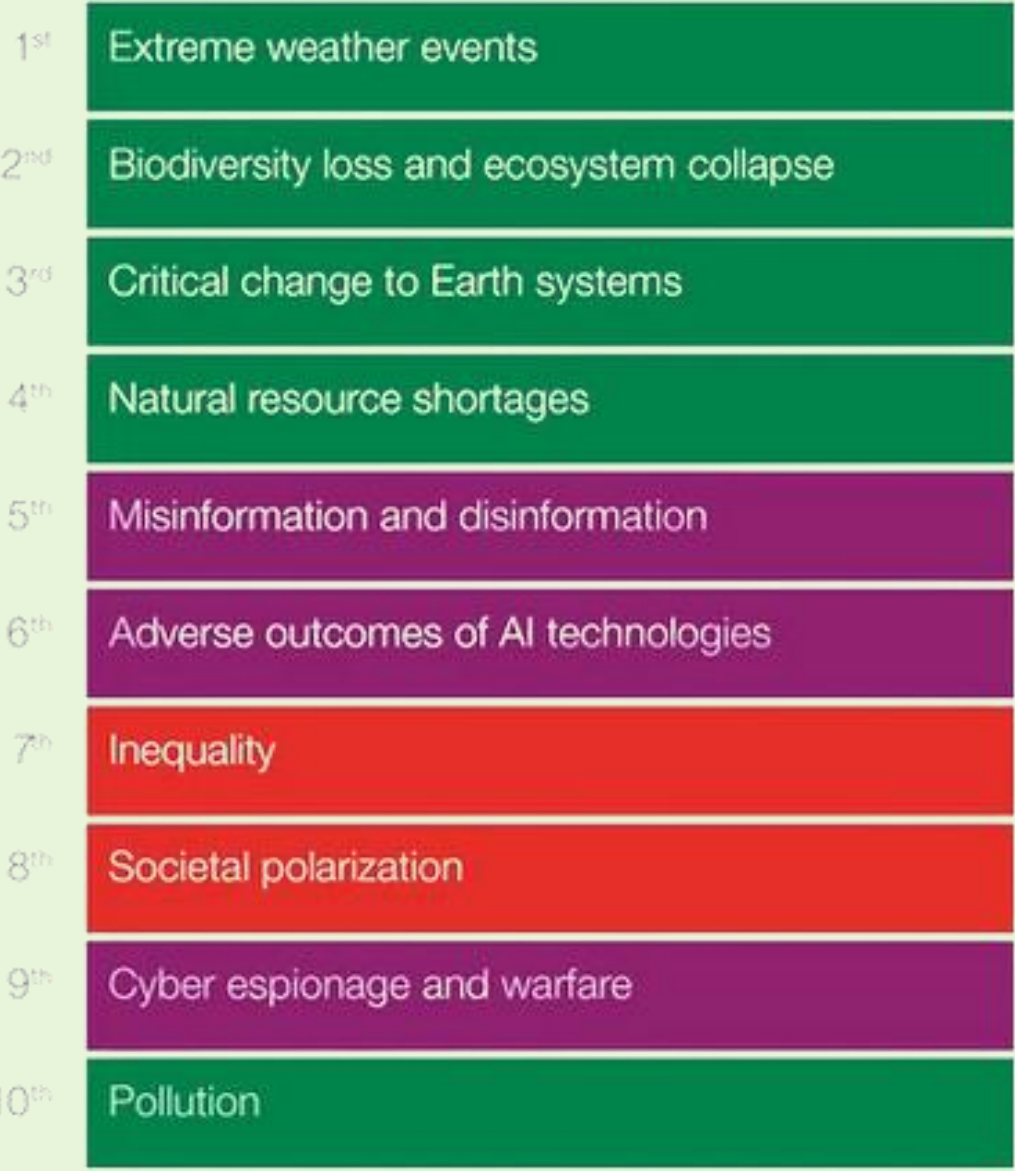
Global risks ranked by severity

Please estimate the likely impact (severity) of the following risks over a 2-year and 10-year period.

Short term (2 years)



Long term (10 years)

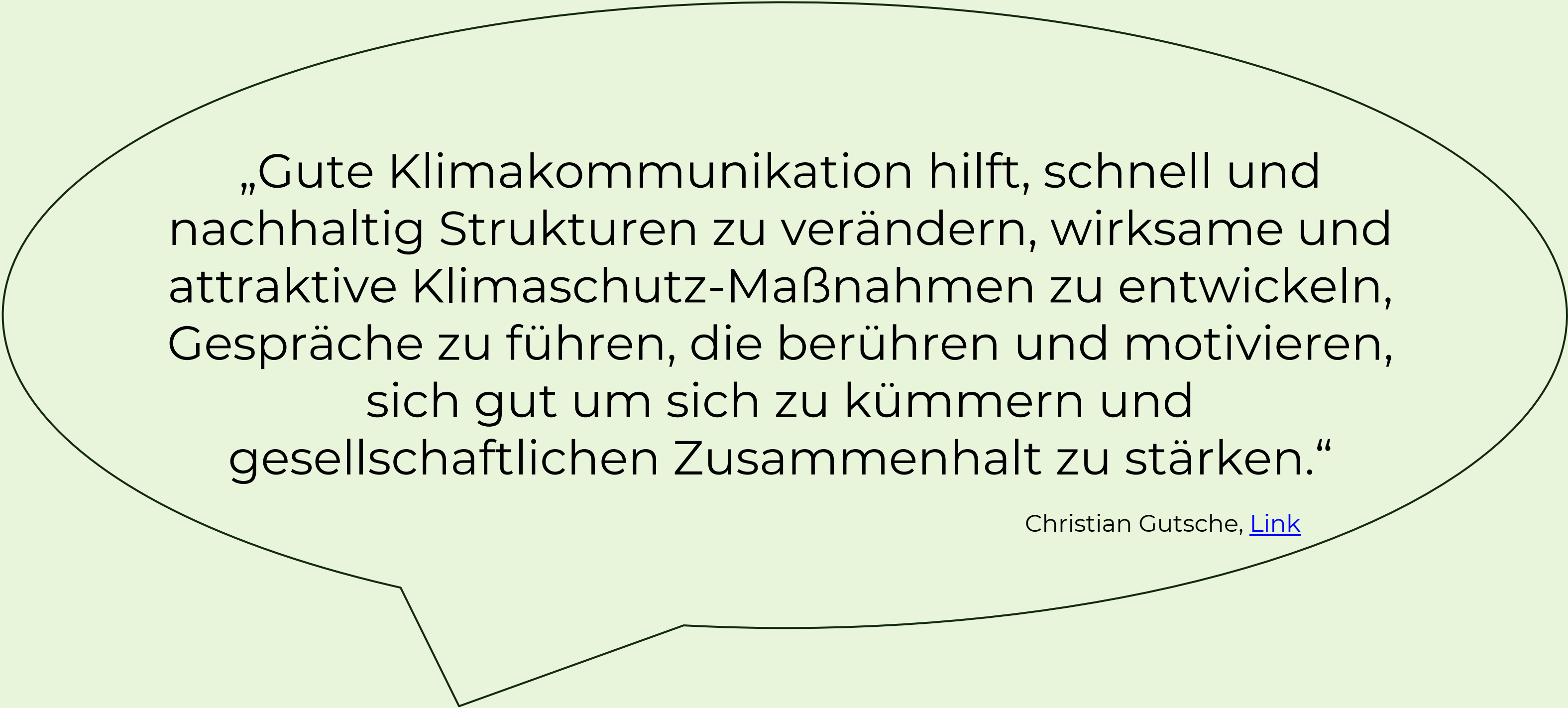


Risk categories

Source: World Economic Forum.

Quellen: World Economic Forum. [Link](#)

Definition



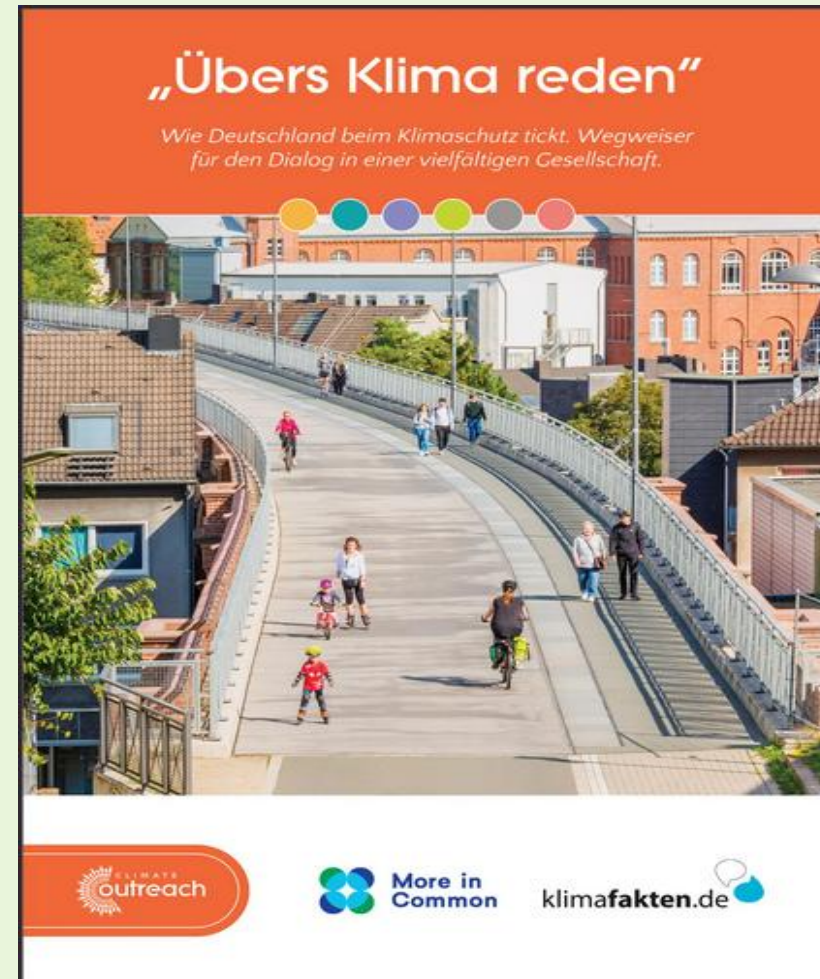
„Gute Klimakommunikation hilft, schnell und nachhaltig Strukturen zu verändern, wirksame und attraktive Klimaschutz-Maßnahmen zu entwickeln, Gespräche zu führen, die berühren und motivieren, sich gut um sich zu kümmern und gesellschaftlichen Zusammenhalt zu stärken.“

Christian Gutsche, [Link](#)

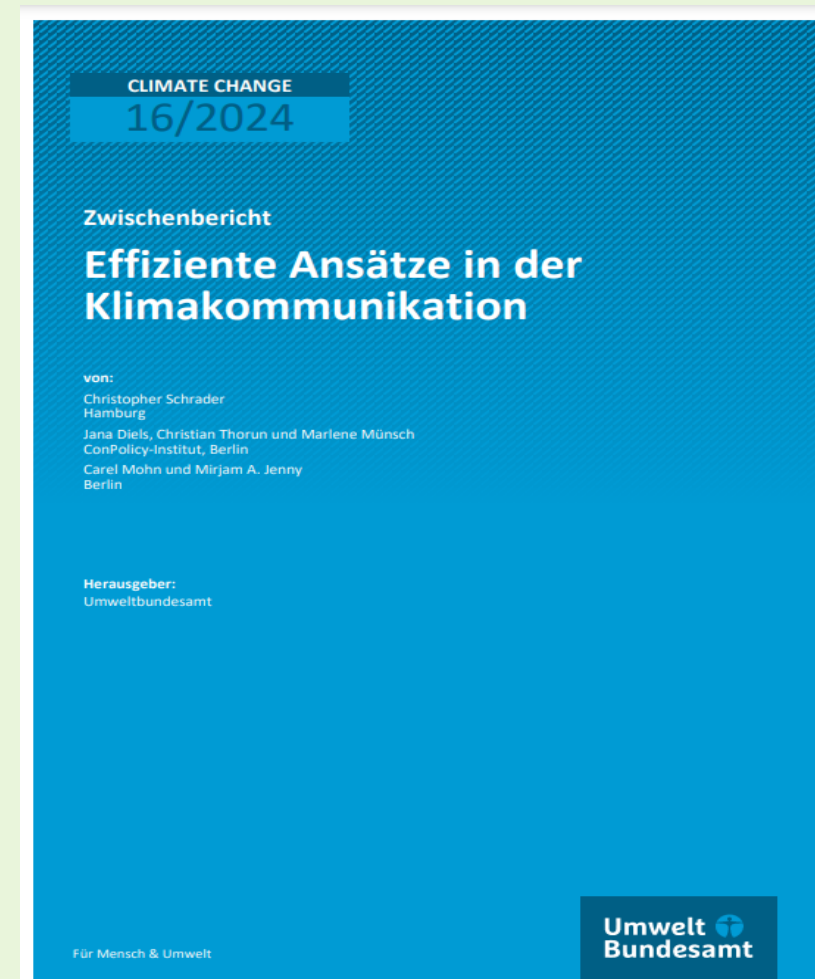
Definition



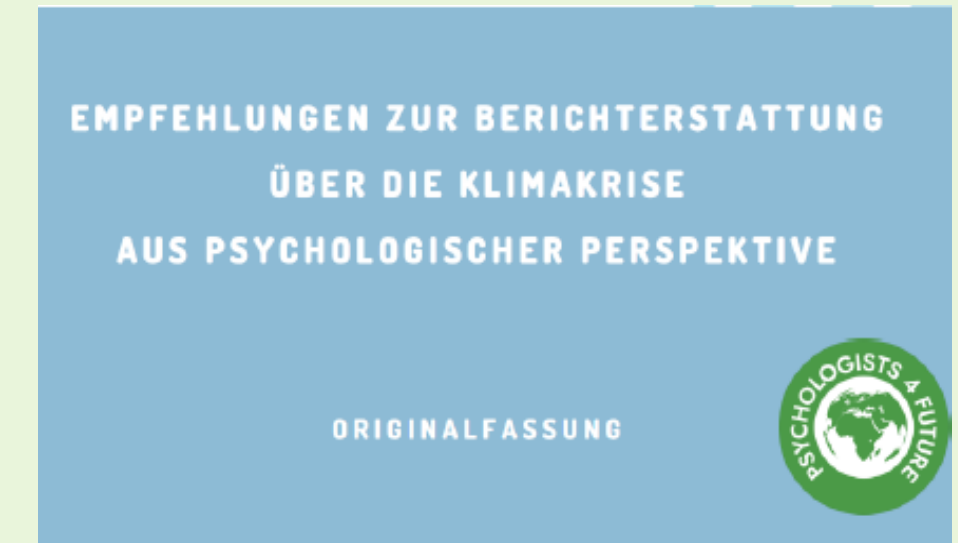
Über Klima sprechen. [Link](#).



Übers Klima reden. [Link](#).

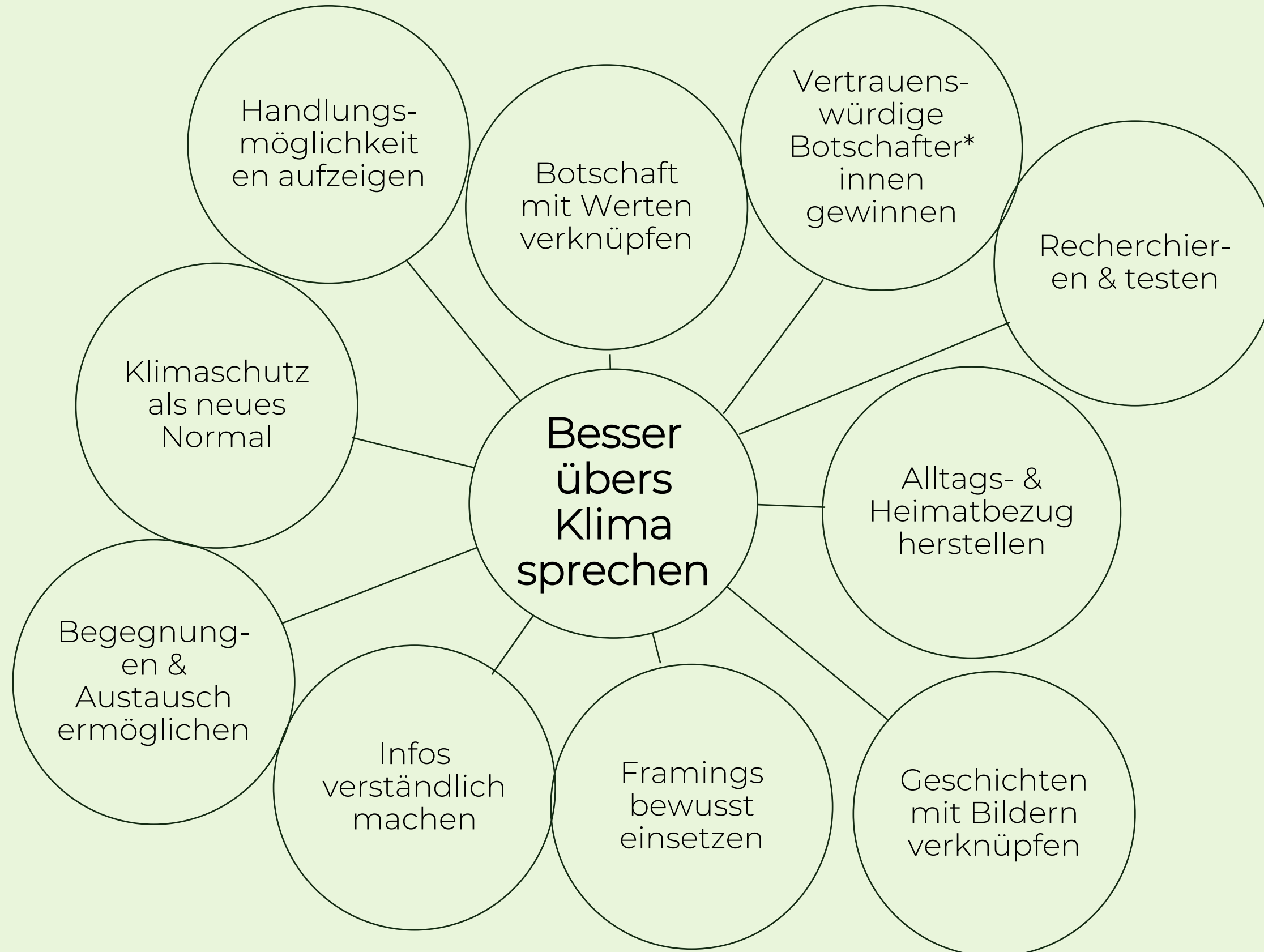


UBA-Studie. [Link](#).

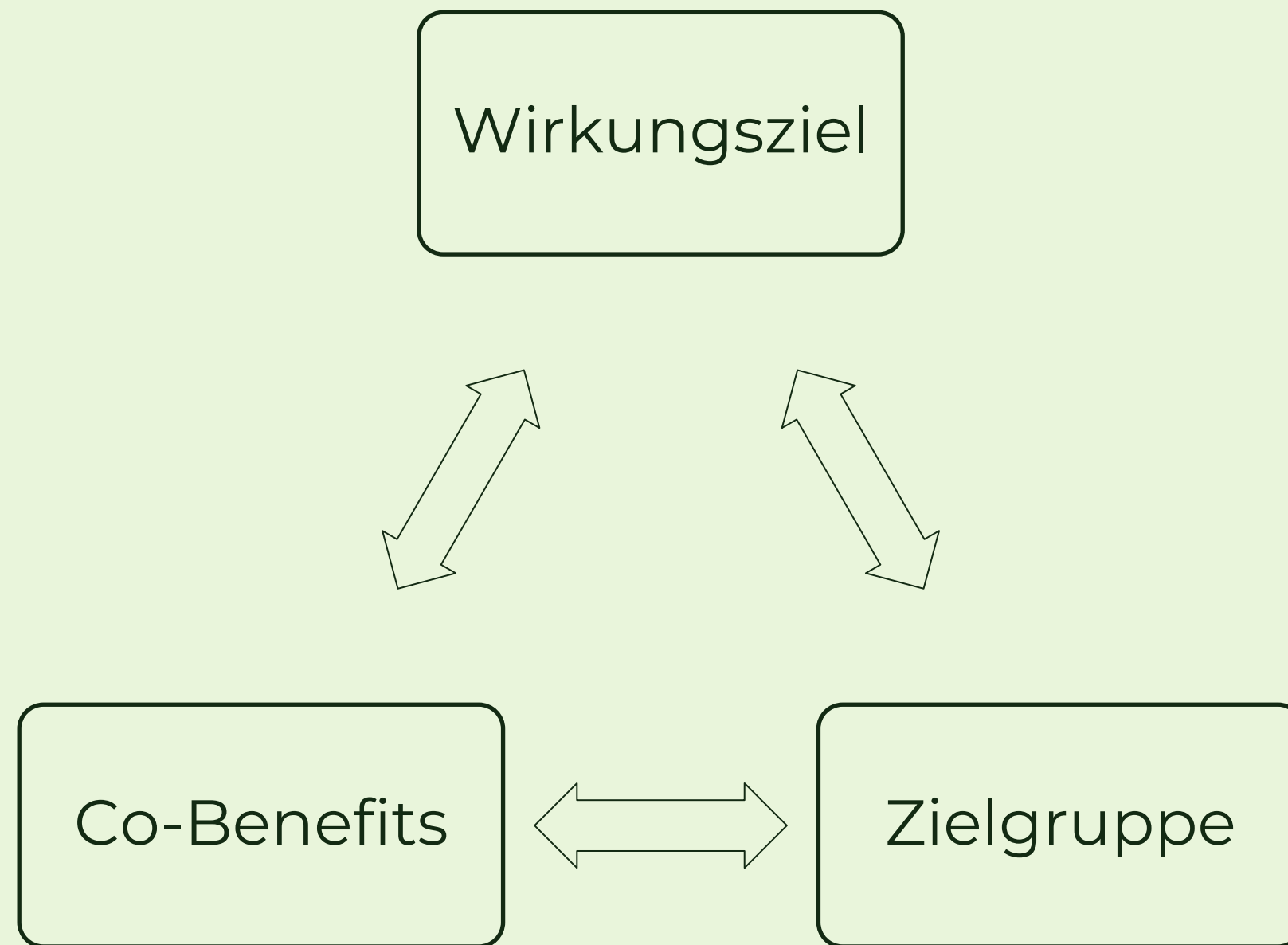


Psychologists for Future. [Link](#).

10 wissenschaftlich belegte Regeln



3 Komponenten gelungener Klimakommunikation





Wirkungsziele

Was sind Wirkungsziele?
Was kann ich damit erreichen?

Wirkungsziel

- Was möchte ich mit meiner Kommunikation erreichen?
- Steuerung der Positionierung →
 - Botschaften setzen
 - Glaubwürdigkeit schaffen
 - Synergien stärken
 - Motivation für Veränderung schaffen
 - Lösungs- und Handlungsmöglichkeiten aufzeigen
- Je genauer formuliert, desto treffsicherer 





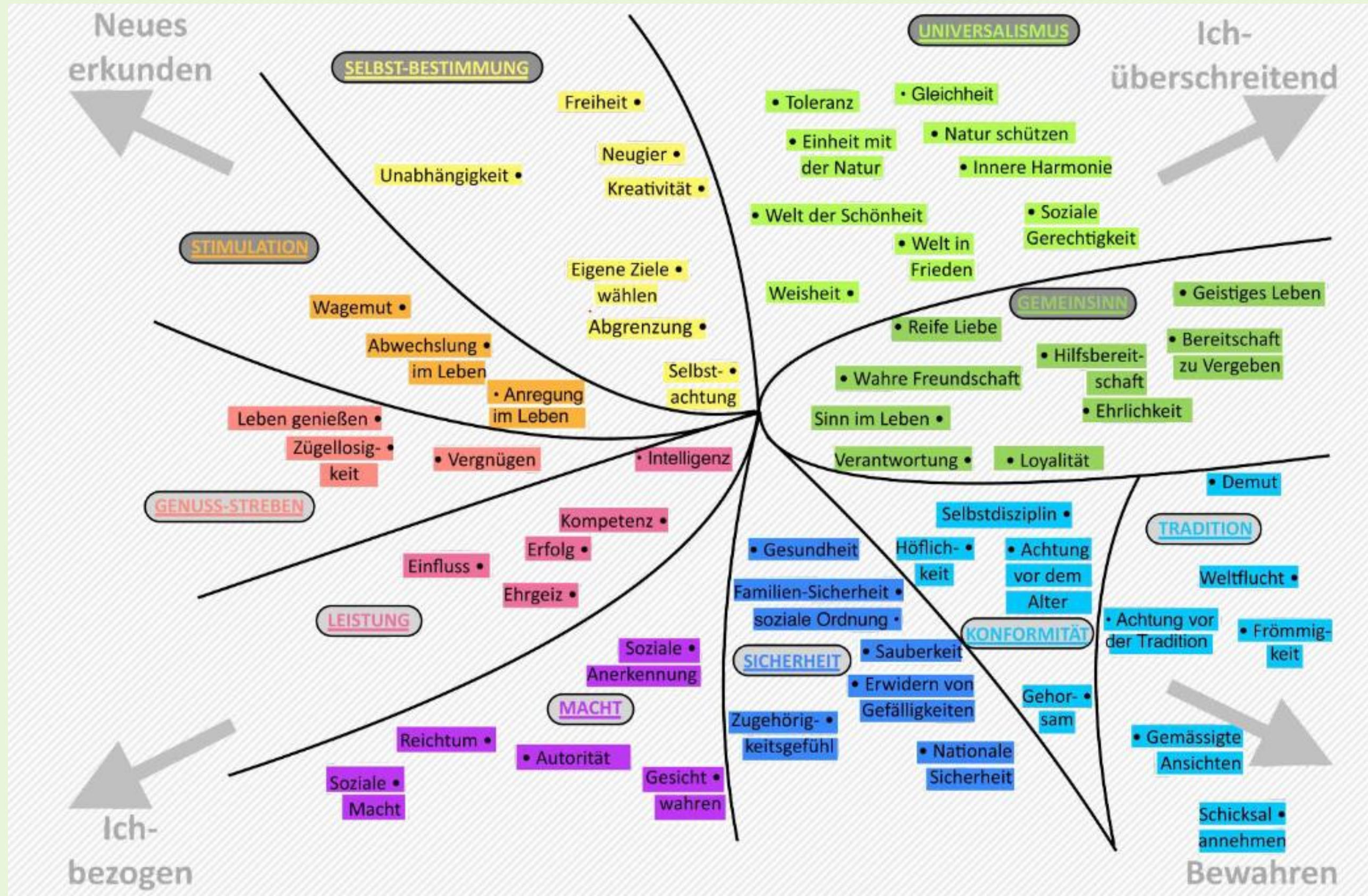
Zielgruppenanalyse

Zielgruppe

- Wer ist meine Zielgruppe?
- Was bewegt sie?
- Was sind ihre Werte und Bedürfnisse?
- Was wissen sie, wie denken und fühlen sie über die Klimakrise, inwiefern fühlen sie sich betroffen?
- Welche Vorteile (Co-Benefits) kann ich benennen, die meiner Zielgruppe wichtig sind?
- Welche (berechtigten) Einwände gibt es in der Gruppe?
- Wie geht es mir mit der Zielgruppe?
- Brauche ich (neue) Verbündete?



Karte der universellen Werte

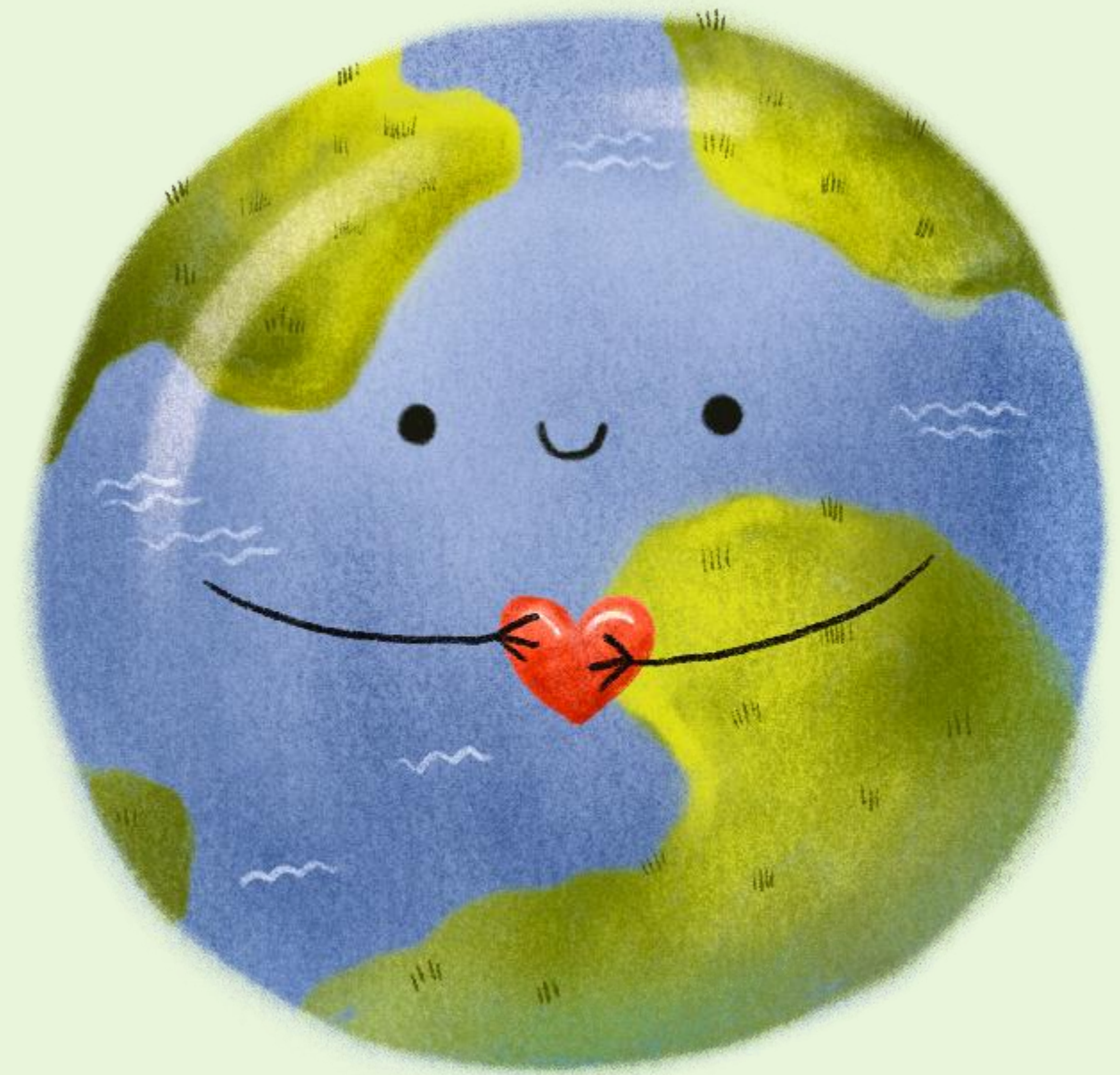




Co-Benefits

Co-Benefits

- Über Klima reden, ohne über Klima zu reden
- Klimaschutz macht das Leben oft angenehmer:
 - Gesundere Luft, weniger Lärm, mehr Bewegung
 - Geld sparen durch weniger Energieverbrauch
 - Besseres Essen, mehr regionale Produkte
 - Stärkere Gemeinschaft, neue Kontakte
- Klimaschutz ist kein Verzicht, sondern bietet viele Vorteile





04

Zusammenfassung

Quintessenzen & Next Steps

Take Home Messages

- Unser Denken und Handeln orientiert sich an Menschen in unserem Umfeld
- Selbstwirksamkeit statt erhobener Zeigefinger
- Lust auf Zukunft mit Dankbarkeit für Vergangenheit
- Co-Benefits: Chancen hervorheben
- Als Botschafter*in authentisch und greifbar sein

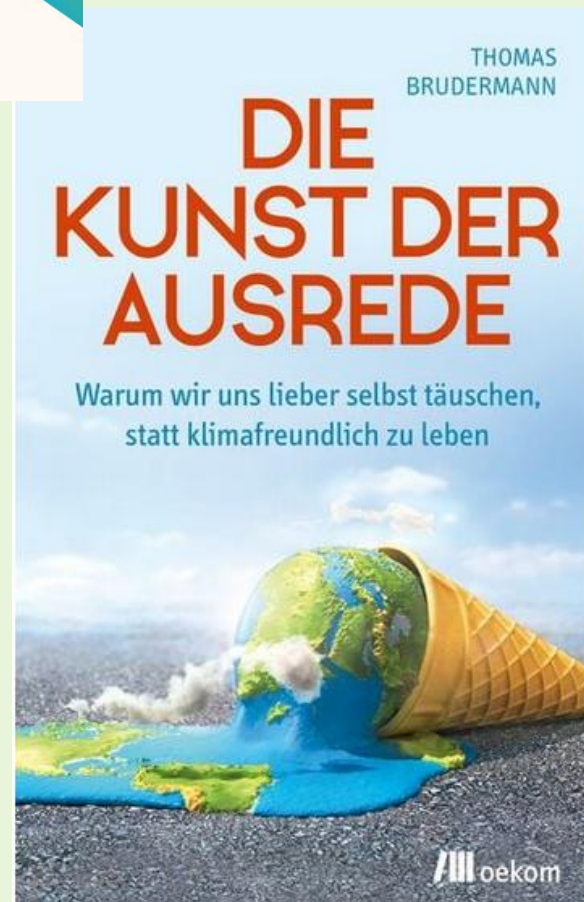


Weiteführende Links

- Climate Outreach. [Link](#)
- Zukunftstapete. [Link](#)
- Zukunftsinstitut. [Link](#)
- klimafakten.de [Link](#)
- Climaware. [Link](#)
- Our world in data. CO₂-Emissions. [Link](#)
- Venn Diagramm. Your climate action. [Link](#)
- From what if to what next. Rob Hopkins. [Link](#)
- More in Common. Begegnung und Zusammenhalt. [Link](#)
- Future thinking: how to prepare our minds for intergenerational decision-making. [Link](#)



Literaturempfehlungen



Hier findest du uns:

Future Minds OG

Spittelauer Lände 45

1090 Wien

Österreich



www.futureminds.at



office@futureminds.at



<https://www.linkedin.com/company/>

**Kontaktiere uns
und werde zum
Climate Leader!**

Tel: [+43 670 55 50 135](tel:+436705550135)

Email: office@futureminds.at

Wir sind:

Ein erfahrenes Team. Mit über **10 Jahren** Erfahrung in zielgruppenorientierten **Strategien** stehen wir für **Nachhaltigkeit, Inspiration** und **Innovation**.



Mag.a
**Katharina
Benedetter**



Mag.a
**Marianne
Dobner, BA**

**Dein
Unternehmen in
der klimafitten
Zukunft!**

Was gibt's bei Future Minds?

Workshops

Change
Prozesse |
Stakeholder
Engagement |
Stopp Green-
washing

Beratung

Individuelle
und flexibel
anpassbare
Lösungs-
ansätze

Prozess-

begleitung

Punktuelles
Coaching &
Moderation |
zielgerichtetes
Monitoring

Keynotes

Inhaltliche
Impulse als
Inspiration
für
klimafitten
Change

Teamevents

Kreative
Methoden
für einen
wirksamen
Prozess

empower

Chancen statt Risiken. Maßgeschneiderte ESG-Lösungsansätze für starke Nachhaltigkeit.

transform

Systemische Beratung und Prozessbegleitung.
Empowerment durch Workshops und Coaching.

create

Climate Leader. Tatsächliche Transformation
anstatt von Greenwashing.

Was macht Future Minds einzigartig?



Wir machen
komplexe ESG-
Themen für dein
Unternehmen
verständlich.



Wir arbeiten
ganzheitlich
und **motivieren**
intern und
extern



Wir sind
Enabler für
Empowerment
und schaffen so
Chancen für
Betriebe



Wir nehmen alle
Stakeholder
entlang
der Wert-
schöpfungskette
mit in die
klimafitte