

WERTE IN DER (KLIMA-)KRISE

Lea Fischer, Psychologin, Psychologists for Future

AGENDA

1. Wie spreche ich über die Klimakrise?
2. Warum ist es wichtig zu wissen, was mir wichtig ist?
3. Wie sieht meine eigene Klima-Story aus?
4. Wie kann ich jetzt über die Klimakrise sprechen?

The background features a dark green horizontal band across the middle. Above and below this band are lighter green areas. Several circles are scattered: a large brown circle in the top left, a large white circle in the top right, a large brown circle in the middle right, a large white circle in the bottom left, and a medium brown circle in the bottom center. A large, thick brown arc is positioned in the bottom right corner.

**WIE SPRECHE ICH MIT
ANDEREN ÜBER DIE
KLIMAKRISE?**



**WIE SPRECHE ICH MIT MIR
SELBST ÜBER DIE
KLIMAKRISE?**



“

**WO DER SCHMERZ IST,
STECKT AUCH EIN WERT**

”



WERTE AUS DER ACT PERSPEKTIVE

„Werte erlauben die Ausrichtung des Verhaltens auf Konsequenzen, die in weiter Ferne liegen, ambivalent oder unsicher sind, und auch auf solche, mit denen wir noch keine direkten Erfahrungen gesammelt haben.“



WERTE AUS DER ACT PERSPEKTIVE

Werte sind nicht objektiv und bewusst, sondern **verbal konstruiert** und dadurch bewusst gemacht

Werte sind ein **Lebensprinzip** (Wonach möchte ich mein Leben ausrichten?)

WERTE AUS DER ACT PERSPEKTIVE

Werte sind **handlungsorientiert**

Beispiel: Ich möchte in meinem Beruf engagiert und
mitfühlend sein und gleichzeitig meine eigenen Grenzen
achten

DIE MATRIX

sichtbar

In Aktivismus stürzen
auf jeder Familienfeier darüber sprechen
den ganzen Tag lang Nachrichten über
Klimakrise lesen
Webinare geben

Workshops zur Klimakommunikation geben
Vertikales Gärtnern auf dem Balkon
Insektenhotel, Blumenwiese, Permakultur
Nachrichten nur noch bewusst konsumieren

Weg von...

Hin zu...

Trauer: alte Bäume sterben, unberührte
Natur wird zerstört
Wut: Tiere müssen leiden für Profit/Gier
Angst: Welt wird sich verändern, es wird
immer mehr Krisen geben

Ich möchte fürsorglich mit der Umwelt
umgehen und mich für die Schönheit der
Natur einsetzen.
Ich möchte mich mit anderen Menschen
verbunden fühlen

verdeckt

HERAUSFINDEN

gegenseitiges Interviewen:

- Warum findest du das wichtig?
- Was berührt dich? Was macht dich traurig oder fröhlich?
- Was denkst du über X?
- Worüber machst du dir am meisten Sorgen?
- Was findest du ungerecht? Was macht dich wütend?

Als Hilfsmittel: Wertelandkarten nutzen



ERZÄHLEN

- Je nach Altersgruppe: Geschichten über fiktive Helden (die sich für bestimmte Werte einsetzen) schreiben lassen
- oder die eigene Klima-Story anhand der Matrix (Werte, Ängste, Vermeidung und Hinwendung) plus Commitment
- Geschichten erzählen und austauschen untereinander (Effekt: Ich bin nicht allein)
- Üben: Aus Erzählungen Werte heraushören (Detektivarbeit)

WARUM WERTE?

Jeder Mensch hat Werte.
Für Werte können wir Verständnis aufbringen.
Verbindung entsteht durch gemeinsame oder
verstandene Werte.



ÜBERZEUGUNGSKRAFT GUTER ARGUMENTE

- Menschen erinnern sich nicht nur an den Inhalt, sondern noch mehr an die **eigene emotionale Reaktion** in Gesprächen
- Gespräche im Freundes- und Familienkreis sind einer der **größten Einflussfaktoren** für die Veränderung von Verhalten (Goldberg, M.H., Sander van der Linden, Maibach, E., Leiserowitz, A. (2019). Discussing global warming leads to greater acceptance of climate science. Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America. 2019, 23, <https://www.pnas.org/content/pnas/116/30/14804.full.pdf>)
- Polarisierung der Gesellschaft verhindert politische Konsensfindung und reduziert damit **Entscheidungsfähigkeit**

SELBSTMITGEFÜHL

Du darfst die Klimakrise auch schrecklich, hoffnungslos und unbegreiflich finden. Du darfst nichts dafür tun. Du darfst die Verantwortung abgeben. Du darfst nicht darüber reden wollen. Du darfst ein Gespräch abbrechen. Du darfst verzweifelt und traurig und wütend sein. Du darfst alles.

Meine Kontaktdaten

Lea Fischer

M.Sc. Psychologin

Psychologists for Future

E-Mail Adresse: **l-fischer@mailbox.org**

Workshops und Vorträge zu den Themen Klimakommunikation,
Nachhaltiger Aktivismus, Narrative und Storytelling