

VON DER IDEE ZUR AKTION:

# KLIMASCHUTZ KOMMUNIZIEREN

Stephanie Winkler



09/2025

# AGENDA



**KLIMASCHUTZ (K)EIN THEMA?**

---

## **IMPULSE AUS DER PRAXIS**

- WIE GEWINNEN WIR NEUE MENSCHEN?
- MOMENTUM NUTZEN
- SICHTBAR WERDEN & BLEIBEN

---

**UND JETZT LOKAL!**

---

# AGENDA



## KLIMASCHUTZ (K)EIN THEMA?

---

### IMPULSE AUS DER PRAXIS

- WIE GEWINNEN WIR NEUE MENSCHEN?
- MOMENTUM NUTZEN
- SICHTBAR WERDEN & BLEIBEN

---

UND JETZT LOKAL!

---

# KLIMASCHUTZ KEIN THEMA?

- Nur **4% der Beiträge** der Tagesschau drehen sich um Klimathemen. 9% um Sportberichte

## **Wahlkampf 2021 vs. Wahlkampf 2025:** Wo bleibt das Klima?

- Wahl entscheidende Themen 2025: Migration & Wirtschaft
- Klima nur als Randnotiz, negativ besetzt durch negative Kommunikation zur Energiewende
- In den letzten drei Wochen vor der Bundestagswahl war der Anteil der Klimaberichterstattung nur noch halb so hoch wie im BTW 2021

Das ist besonders alarmierend, wenn man bedenkt:

- Die 1,5°-Grenze wurde im letzten Jahr erstmals überschritten.
- Extreme Wetterereignisse nehmen weltweit zu.
- Lösungen sind da – sie brauchen nur Sichtbarkeit und politischen Willen.



# KLIMASCHUTZ EIN THEMA!

- **62 %** der Zuschauer:innen wünschen sich eine intensivere Berichterstattung über den Klimawandel.
- **67 %** bekunden Interesse an Informationen und Beiträgen zum Klimawandel,
- **fast die Hälfte** wünscht sich eine stärkere Präsenz der Themen Klimawandel und Biodiversität im Hauptprogramm,
- rund **40 %** plädieren für ein tägliches Update dieser Themen



# AGENDA



KLIMASCHUTZ (K)EIN THEMA?

---

## IMPULSE AUS DER PRAXIS

- WIE GEWINNEN WIR NEUE MENSCHEN?
- MOMENTUM NUTZEN
- SICHTBAR WERDEN & BLEIBEN

---

UND JETZT LOKAL!

---

# NEUE MENSCHEN GEWINNEN

## WOHNZIMMERGESPRÄCHE

- Klimaschutz gemeinsam zum Wahlkampfthema machen mit Freund:inne, Nachbar:innen oder der Familie
- **Toolkit** mit vielfältigen Engagementmöglichkeiten zum Download
- Bewerbung über viele Kanäle (Website, Newsletter, Social Media) und durch neue Formate (Webinare mit Multiplikator:innen)



### Ideen für Euch:

- Schafft Angebote mit verschiedenen Einstiegsniveaus und für alle zeitlichen Verfügbarkeiten.
- Nutzt Wahlen, politische Großereignisse etc. um das Thema Klima wieder sichtbar zu machen
- Probiert neue Formate auf verschiedenen Kanälen aus

# MOMENTUM NUTZEN

## BILDAKTIONEN ZUR HAUSHALTSDEBATTE

**Anlass:** Entscheidungen zum Haushalt 2025 und Einsatz des Sondervermögens

**Ziel:** Mediale Aufmerksamkeit auf fehlende Klimafinanzierung im Kabinettsentwurf zu Haushalt + direkter Druck auf Abgeordnete

**Was haben wir erreicht:**

- Aufmerksamkeit: Bildaktion als ein Mittel, um medial zu wirken
- Politische Wirkung: Mailkampagne, um Politik direkt zu erreichen
- eine Mitmach-Möglichkeit geschaffen



### Ideen für Euch:

- Greift politische Debatten in euren Aktionen auf
- Sucht euch Verbündete aus anderen Organisationen
- Fotos können vielfältig für Außenkommunikation eingesetzt werden



# SICHTBAR WERDEN & BLEIBEN

## REDAKTIONSKAMPAGNE

- **Mailaktion** für mehr Klimapolitik in den Medien
- Teilnahme ganz einfach durch vorgefertigte Textbausteine und Tipps zur Auswahl der passenden Redaktionen



### Ideen für Euch:

- Lokalredaktionen als wirksamen Hebel nutzen (z.B. für Kampagnen, Themenplatzierung Klima)

# AGENDA



KLIMASCHUTZ (K)EIN THEMA?

---

## IMPULSE AUS DER PRAXIS

- WIE GEWINNEN WIR NEUE MENSCHEN?
- MOMENTUM NUTZEN
- SICHTBAR WERDEN & BLEIBEN

---

**UND JETZT LOKAL!**

---

# DISKUSSIONSRUNDE

- **Welche Aktionen lassen sich lokal nachahmen?**
- **Welche Ideen lassen sich sofort/mit wenig Budget umsetzen?**

# BRAINSTORMING

- 1. Welche Momente könnt ihr nutzen (Wahlen, Jahrestage, Krisen ...)?**
- 2. Welche Ziele verfolgt ihr (Medienaufmerksamkeit, Menschen bewegen, Politik adressieren)?**
- 3. Wie kann Vernetzung helfen, die Wirkung der Aktionen zu verstärken?**

# KEY-TAKEAWAYS

- **Timing + klare Botschaften + konkrete Angebote = Wirkung**
- **Vernetzung verstärkt Reichweite & Sichtbarkeit**
- **Auch kleine Aktionen können durch kluge Dramaturgie groß wirken**

# DANKESCHÖN!



Stephanie Winkler  
[stephanie.winkler@germanzero.de](mailto:stephanie.winkler@germanzero.de)