




ZENTRUM KLIMAANPASSUNG
ONLINE-VERNETZUNGSKONFERENZ

27. NOVEMBER 2025

Vom Wissen zum Handeln: Fünf Thesen zur Kommunikation des Themas Klimaanpassung

Carel Carlowitz Mohn



Die Kommunikation von Klimaanpassung
ist **geprägt und beeinflusst** von der
Wahrnehmung und der Erfahrung mit der
Klimadebatte.

Menschen lesen Aussagen zur Klimaanpassung durch die Brille ihrer Erfahrungen mit dem übergreifenden Thema Klimawandel

- Klimawandel als „**problem from hell**“:
 - Keine eindeutigen Ursache-Wirkungs-Erfahrungen
 - Zahlreiche Verursacher, Klimaschädigung ist eingebaut in „normale“ Lebensverhältnisse“
 - Lösungen erfordern viel Zeit, hohe Investitionen, großes Maß an Verhaltensänderungen
 - Klimaschutz stellt Selbstbilder und Identitäten in Frage
- **Angst und Ohnmacht** als dominante Emotion in Zusammenhang mit dem Klimawandel (More in Common)
- Klimadebatte wird als stark **polarisierend** erlebt (Midem-Studie)

Das Thema Klimawandel ist stark mit unangenehmen Empfindungen verbunden. Dies setzt starke Anreize zu **Vermeidung und Verdrängung.**

Als Unterthema der Klimadebatte läuft die Klimaanpassung Gefahr von einem emotionalen „spillover“ betroffen zu sein.



Proteste gegen Klimaschutzminister Robert Habeck am Fährhafen von Schlüttsiel, Januar 2024 (Foto: dpa/Deutschlandfunk)



Kommunikation von Klimaanpassung
bietet **Chancen**, die
Klimaschutzkommunikation nicht hat.

Klimaanpassung kommunizieren

- Co-Benefits von Anpassung sind oft unmittelbar **einleuchtend** und stellen No-Regret-Maßnahmen dar (z.B. mehr Straßenbäume)
- Anpassungsmaßnahmen vermitteln Gefühl der **Selbstwirksamkeit** (Investitionen vor Ort bzw. ins eigene Wohnumfeld)
- Klimaanpassung erfordert **keine Veränderung** oder Aufgabe klimaschädlicher Geschäftsmodelle
- Kosten für Anpassungsmaßnahmen werden aus staatlichen Mitteln getragen bzw. führen unmittelbar zu einem **privaten Nutzen**
- private **Alltagsgestaltung** bleibt in den meisten Fällen **unberührt** (z.B. Schwammstadtkonzepte, Renaturierung Fließgewässer)

Klimaschutz kommunizieren

- **Co-Benefits** von Klimaschutz sind oft nicht unmittelbar wahrnehmbar (z.B. geringere Mortalität/Morbidität durch weniger Luftverschmutzung)
- **Wirkung** von Klimaschutzmaßnahmen ist oft nicht unmittelbar wahrnehmbar (z.B. Ersatz Gasheizung durch Wärmepumpe führt nicht automatisch zu mehr Wohnkomfort)
- Klimaschutz erfordert **Veränderung** oder Aufgabe klimaschädlicher Geschäftsmodelle
- **Kosten** für Klimaschutz (z.B. höhere Preise für fossile Energieträger) werden individuell gezahlt, steigern aber oft nicht den individuellen Nutzen
- Maßnahmen werden als **Eingriff** in private Lebensgestaltung und Routinen empfunden (z.B. Tempolimit, Fleischverzicht)



Kommunikation von Klimaanpassung
muss

die Dinge beim Namen nennen

Elementare Faktengrundlage jeder Klimadebatte: CO₂-Emissionen sammeln sich in der



... wie in einem
gigantischen Stausee und
heizen sie auf.

Das Ziel sind deshalb nicht
sinkende Emissionen,
sondern Netto-Null – sonst
läuft die Staumauer über.

Oder sie bricht.



Damit das nicht passiert, müssen **alle** Zuflüsse zum Stausee gesperrt werden.

Die kleinen.
Und die großen – die sich aus vielen kleinen zusammensetzen.



Es ist sinnlos, die Staumauer zu erhöhen, wenn nicht der andauernde Zufluss gestoppt wird.

**□ Wirksame
Klimaanpassung
setzt Klimaschutz
zwingend voraus.**

**„Vorräte an Trinkwasser,
Kühlpads,
Sonnenschutzcreme,
Kopfbedeckung usw. an gut
erreichbaren Stellen
bereitstellen. Sporttreibende
an den Eigenschutz (u. a.
Mitbringen von
Sonnenschutzcreme und
Getränken) erinnern.“**

aus dem
Musterhitzeschutzplan für den
organisierten Sport des
Bundesministeriums für
Gesundheit, Juni 2025



Foto: Bundesgesundheitsministerin Nina Warken,
IMAGO / dts Nachrichtenagentur / IMAGO / dts
Nachrichtenagentur

Die Erdgasförderplattform A6-A in der deutschen Nordsee



Foto: Gregor Julien Straube, CC BY-SA

40

Die geplante Erdgasförderung in der Nordsee bei Borkum würde dazu führen, dass zusätzliche Erhitzungsgase in die Atmosphäre gelangen.

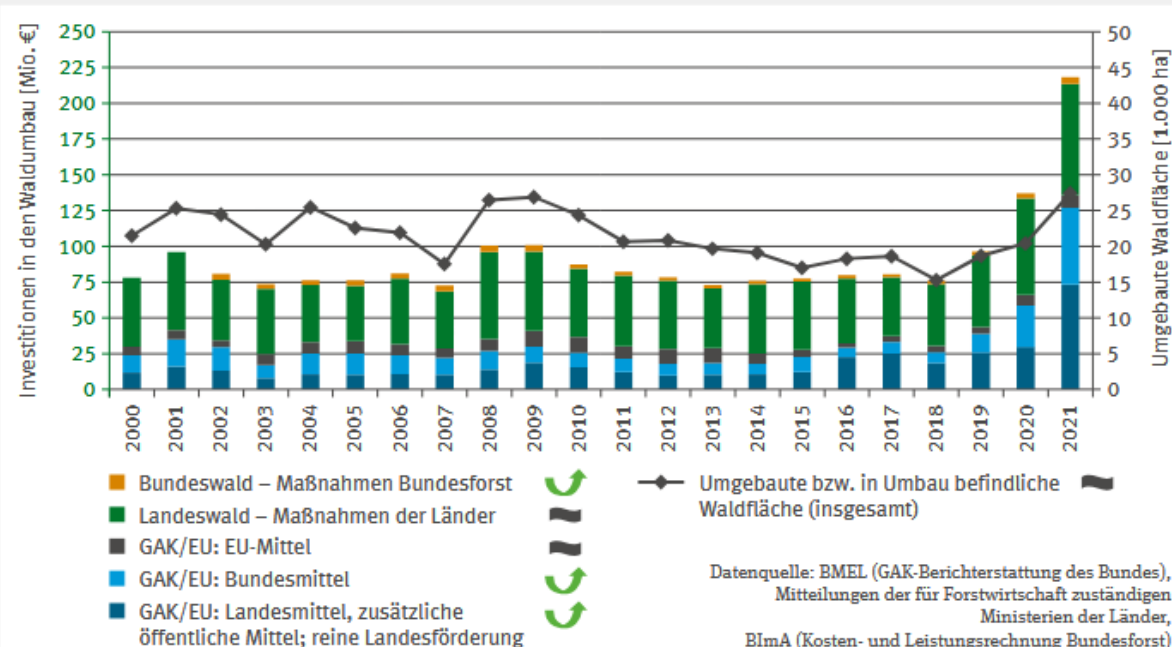
▮ Wer Klimaanpassung propagiert („Bei Hitze viel trinken!“), darf nicht schweigen, wenn der Klimawandel zusätzlich angeheizt wird.

Waldumbau, Hochwasserschutz, Hitzeschutz, Stadtumbau, Resilienz der Landwirtschaft, Sicherung der Trinkwasserversorgung, Waldbrandvorsorge, Schaffung von Warnsystemen, Verbesserung des Bevölkerungsschutzes etc.
pp. –

Klimaanpassung erfordert massive zusätzliche Investitionen

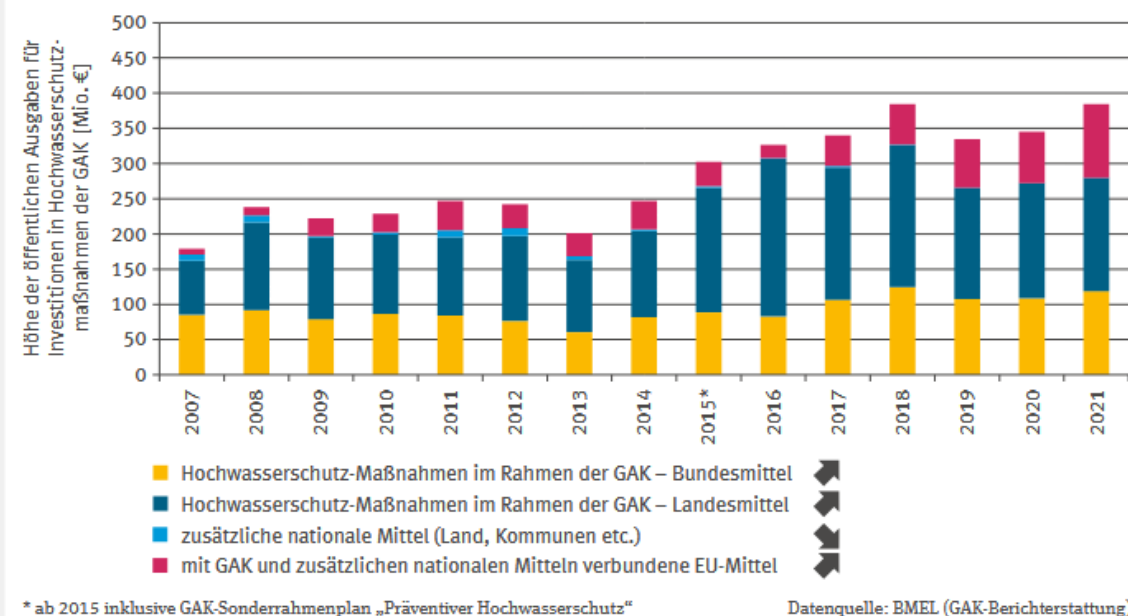
FW-R-1: Förderung des Waldumbaus

Der Waldumbau im Staats-, Körperschafts- und Privatwald wird über Förderungen mit EU-, Bundes- und Landesmitteln sowie aus Haushaltsmitteln finanziert vorangetrieben. Infolge der verheerenden Auswirkungen der Dürrejahre 2018 bis 2020 haben vor allem der Bund und die Länder in erheblichem Umfang zusätzliche Mittel bereitgestellt, um den Waldumbau zu beschleunigen und die Wiederbewaldung der Kalamitätsflächen zu ermöglichen.



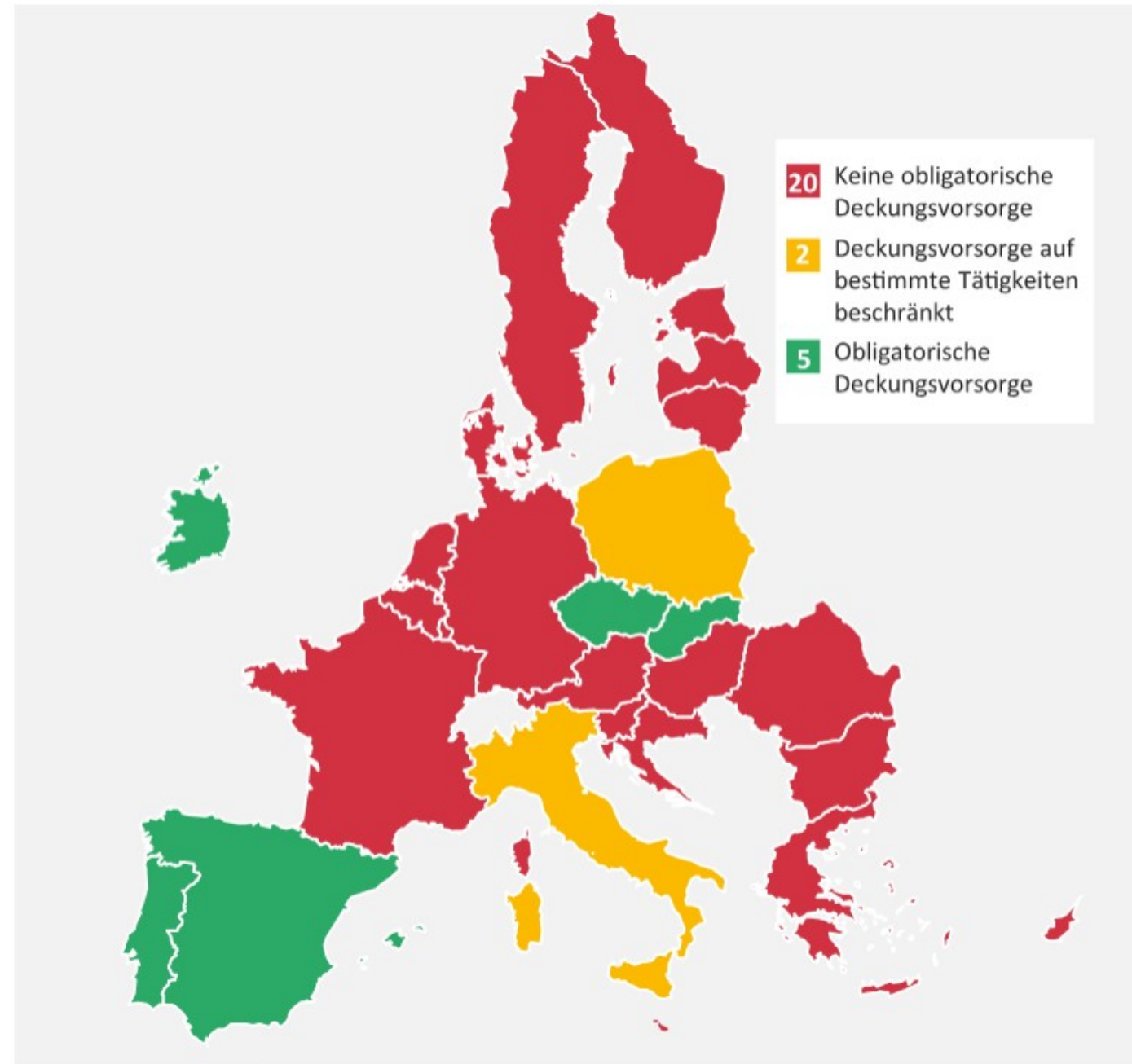
WW-R-2: GAK-Mittel für den Hochwasserschutz

Im Rahmen der GAK erhalten die Länder vom Bund finanzielle Unterstützung für Neubau und Verstärkung von Hochwasserschutzanlagen, Rückverlegung von Deichen und naturnahe Gewässerentwicklung. Zudem gibt die EU im Zusammenhang mit der GAK und zusätzlichen nationalen Mitteln Zuschüsse. Seit 2015 gibt es den SRP „Maßnahmen des präventiven Hochwasserschutzes“. Die Ausgaben insbesondere der Länder sind seitdem deutlich gestiegen.



Gilt das Verursacherprinzip als Grundprinzip der europäischen Umweltpolitik auch für die immensen Kosten der Klimaanpassung?

▮ Wer die Kosten der Klimaanpassung trägt, darf nicht nur auf der Ebene der einzelnen Kommune verhandelt werden.





Kommunikativ ins Handeln kommen, 1: **Netzwerke, Prozesse, Regeln**

Netzwerke, Prozesse, Regeln

Netzwerke

Wirksame Kommunikation von
Klimaanpassung

- setzt weniger aufs kommunikative *Selbermachen*
- sondern vielmehr darauf, die zahlreichen **Anpassungsstakeholder zu Kommunikatoren der Anpassung zu machen**

Institutionelle Arrangements

Wirksame Kommunikation von
Klimaanpassung

- kommt nicht ganz am Ende, um „PR“ für Maßnahmen zu machen
- ist vielmehr bereits **bei der Planung von Maßnahmen in die Prozesse eingebaut**
- arbeitet daher mit einem „Anpassungsvorbehalt“ bei allen (kommunalen) Planungsprozesse
- steht deshalb in einem Spannungsfeld zu

Kommunikativ ins Handeln kommen, 2:

**Klimaanpassung braucht (fast)
keine Kommunikation, wenn sie richtig
gemacht wird**

Was sagt uns das Gründach?



Foto:
baunetzwissen.de

Gute Klimaanpassung setzt auf Verhältnisprävention:

Die Verhältnisse sind so gestaltet, dass sie automatisch klimaangepasstes Verhalten ermöglichen bzw. begünstigen.

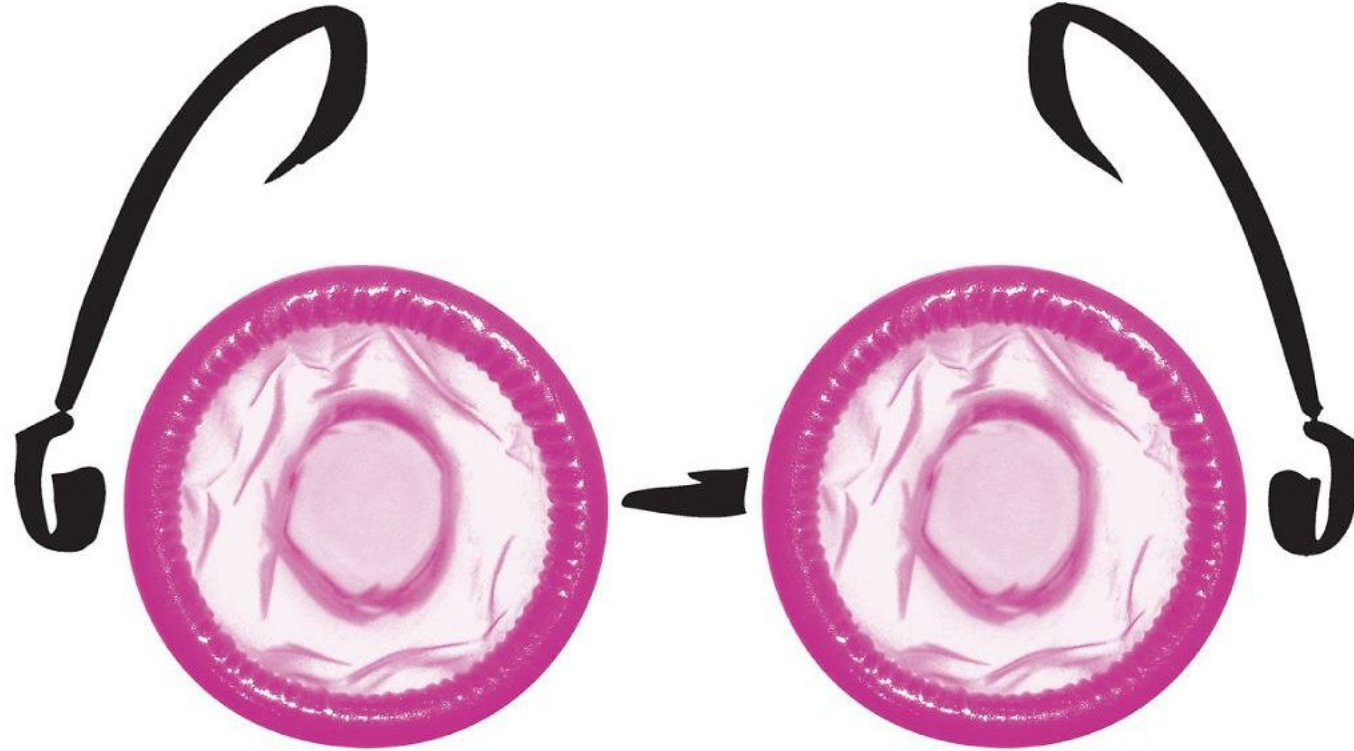
Eine auf dauernde Verhaltensänderung abzielende Kommunikation ist hierbei nicht erforderlich – **die Verhältnisse sprechen für sich.**

Die Leitfrage lautet also: Wie sieht eine Entscheidungsarchitektur aus, die systematisch dazu führt, dass klimaangepasstes Verhalten herauskommt?



Kommunikativ ins Handeln kommen, 3:
**Von anderen Präventionsfeldern
lernen.**

Für Verliebte.



**GIB AIDS
KEINE
CHANCE**

*****mach's mit.*****
machsmit.de



Suchtprävention, AIDS-Prävention,
Arbeitsschutz - in der Verhaltensprävention
gibt es jahrzehntelange Erfahrung mit
öffentlicher Kommunikation.

Auf individuelles Verhalten abzielende
Kommunikation von Klimaanpassung kann
hieran anknüpfen.

Fachleute mit Praxiswissen gibt es bei
Beratungsstellen, Krankenkassen,
Versicherungen oder Gesundheitsämtern „um
die Ecke“.

„Adaptation isn't about giving up; it's about finding a way to keep going.

If we don't adapt, the world's most accessible sport becomes a privilege, not a right.“

Beth Mead,

beste Spielerin bei der Fußball-EM der Frauen 2022



**Vielen Dank für Ihr Interesse
– mehr Infos gibt es hier:**

Der Klimafakten-
Newsletter



Fortbildungen zu
Klimakommunikation



Das **Handbuch**
Klimakommunikation

