

Michael Adler

# KLIMASCHUTZ ist MENSCHENSCHUTZ

Warum wir über die Klimakrise  
anders sprechen müssen



aktualisierte  
Neuaufgabe

Menschen handeln nicht aufgrund detaillierter Informationen, sondern nur wenn ihre Werte angesprochen werden. Entscheidend sind immer Emotionen. Geschichten über Individuen lösen deutlich stärkere Emotionen aus als etwa eine Katastrophenmeldung über das Schicksal von Tausenden oder gar Millionen Menschen. Die Menschen brauchen eine neue Erzählung zur Klimaerhitzung. Weg von den Katastrophen und der Problemfixierung, hin zu den Lösungen und den positiven Emotionen. Wie sehen für uns wünschenswerte Zukünfte aus? Um mit Zuversicht in die Zukunft zu blicken, sollten wir groß denken – und richtig kommunizieren.





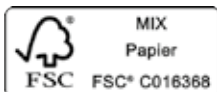
Die automatisierte Analyse des Werkes, um daraus Informationen insbesondere über Muster, Trends und Korrelationen gemäß § 44b UrhG («Text und Data Mining») zu gewinnen, ist untersagt.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:  
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation  
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische  
Daten sind im Internet über [www.dnb.de](http://www.dnb.de) abrufbar.

© 2026 oekom verlag, München  
oekom – Gesellschaft für ökologische Kommunikation mbH  
Goethestraße 28, 80336 München  
+49 89 544184 – 200  
[info@oekom.de](mailto:info@oekom.de)

Lektorat: Elke Rothe, Melanie Krötz  
Layout und Satz: Markus Miller  
Korrektur: Maike Specht  
Umschlaggestaltung: Mirjam Höschl, oekom verlag  
Umschlagabbildung: © Adobe Stock: iracosma  
Druck: Elanders Waiblingen GmbH, Waiblingen

Alle Rechte vorbehalten  
ISBN 978-3-98726-556-3  
E-ISBN: 978-3-98726-666-9  
<https://doi.org/10.14512/9783987266669>



Michael Adler

# Klimaschutz ist Menschenschutz

Warum wir über die Klimakrise  
anders sprechen müssen

Aktualisierte Neuauflage



Für Leonie und Sophie

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>Vorwort</b>	7
Ein Aufruf zu Zuversicht und Liebe	
<b>Kapitel 1 Warum?</b>	11
Wir brauchen Kommunikation, um den Pfad der Klimakatastrophe zu verlassen	
<b>Kapitel 2 Was? Worum geht es?</b>	23
Die Klimakrise ist da. Die Größe der Aufgabe	
<b>Kapitel 3 Wie kommunizieren wir bisher?</b>	35
Die Fallen der Klimakommunikation	
<b>Kapitel 4 Wer?</b>	63
Wer oder was bestimmt unser Verhalten?	
<b>Kapitel 5 Wofür?</b>	85
<i>Desirable futures</i> – weniger haben, besser leben	
<b>Kapitel 6 Und was jetzt?</b>	133
Die neue Klimasprache	
<b>Kapitel 7 Wie können wir es besser machen?</b>	149
Regeln für nachhaltige Kommunikation	
<b>Kapitel 8 Wie geht es weiter?</b>	183
Menschen wollen gut sein – Moral und Kooperation	
<b>Nachwort</b>	189
<b>Danksagung</b>	194
<b>Anmerkungen</b>	196

»Man wird Dinge niemals verändern, wenn man gegen die existierende Realität ankämpft. Um wirklich etwas zu verändern, muss man ein neues Modell schaffen, welches das alte Modell überflüssig macht.«

**Buckminster Fuller**

## Warum?

### Wir brauchen Kommunikation, um den Pfad der Klimakatastrophe zu verlassen

»Das Reden über Probleme schafft Probleme.  
Das Reden über Lösungen schafft Lösungen.«

Steve de Shazer

**Wir müssen reden über *desirable futures*, über eine Welt,  
die wir haben wollen.**

»Zukunftskunst« oder *desirable futures* – die Menschen brauchen eine neue Erzählung zur Klimaerhitzung. Weg von den Katastrophen, der Problemfixierung, hin zu den Lösungen, den positiven Emotionen, die besondere Leistungen erst möglich machen. Und wir werden herausragende Leistungen brauchen, nicht nur in Wissenschaft und Technik, sondern auch in der Kommunikation der Veränderung. Fachleute, die sich mit der Psyche, speziell dem Verhalten von Menschen, auskennen, werden ebenso dringend gebraucht wie Politikerinnen und Politiker sowie andere wichtige Bestimmer:innen des öffentlichen Diskurses. Die Menschen haben die Klimaerhitzung ausgelöst, sie allein sind in der Lage, den Pfad in eine Katastrophe zu verlassen – für eine begehrenswerte Zukunft, in der wir selbst oder unsere Kinder und Enkel gerne leben wollen.

**Sprechen wir von Menschenschutz, Erdschutz oder Weltschutz, nicht von Klimaschutz. Dann wird klarer, was es zu schützen gilt: unseren Planeten, unsere Welt, in der wir als Menschheit gut leben könnten. Und es geht um uns als Menschen, die auf die durchschnittlich 14 bis 15 Grad auf der Erde evolutionär eingestellt sind.**

Es kommt auf die Worte an. Sie erzählen uns eine Geschichte. Sie sagen uns, worum es geht, wer etwas tun muss und mit welchem Ziel. Ich habe mein Buch in acht Kapitel gegliedert. Ich folge dabei der Philosophie des »Konstruktiven Journalismus«.<sup>5</sup>

In groben Zügen ist diese Form des Journalismus lösungsorientiert, ohne die existierenden Probleme zu verschweigen. Die Recherche bleibt allerdings nicht bei der Status-quo-Analyse stehen. Vielmehr fragt der/die »konstruktive Journalist:in« nach dem »Wofür?« und dem »Was jetzt?«. Also danach, wie ein Problem in der Zukunft gelöst werden kann, wohin uns diese Lösung führen kann und was dafür jetzt zu tun ist, damit wir zu dieser Lösung kommen.

Ich beantworte im vorliegenden Buch folgende Fragen: Warum braucht es dieses Buch? Weil ich Kommunikation für ein wichtiges Element in der Transformation zur Nachhaltigkeit halte und weil die zwischenmenschliche Kommunikation bisher unterbelichtet ist. Dann ordne ich die Größe der Aufgabe ein. Worum geht es eigentlich? Wie groß ist die Aufgabe, die Klimaerhitzung zu stoppen oder die planetaren Grenzen zu respektieren?

Wir haben auch bisher zu diesen Themen kommuniziert. Aber wie haben wir dies getan? Was funktioniert daran nicht? Wo wurden wir manipuliert? Was sind die Fallen der bisherigen Klimakommunikation?

Urheber des Ungleichgewichts, in das unser Planet geraten ist, ist eindeutig der Mensch. Also stellt sich die Frage: Wie kommen wir Menschen endlich ins Handeln? Ins »Umhandeln«? Was bestimmt unser Verhalten, und wie können wir es auf nachhaltig justieren?

Menschen brauchen ein Ziel. Wofür also dieser ganze Aufwand? Wo soll die Reise hingehen? Wir brauchen verheißungsvolle Zukünfte, für die es sich lohnt, sich anzustrengen. Ich will diese *desirable futures* beschreiben.

Und die zweite perspektivische Frage ist die nach den Folgen unserer Erkenntnis: Und was jetzt? Wie müssen wir unsere Kommunikation ändern? Wie sollten wir reden, wie sollten wir Kampagnen anlegen, mit welchen Methoden kommen wir den verheißungsvollen Zukünften näher?

Ich weiß, dass Katastrophenszenarien uns als Menschen eher hilflos machen. Dennoch geht es auch darum, mit Worten Handlungsdruck zu

erzeugen. An der einen oder anderen Stelle in diesem Buch werde ich die Größe der Aufgabe deutlich machen. Es geht nicht um einen etwas milderen Winter, es geht auch nicht, wie manche zynisch, flapsig anmerken, um Strandurlaub an der Ostsee vor den Toren Berlins, vielleicht mit ein paar eingewanderten Niederländern. Es geht um nichts Wichtigeres als um das Überleben der Menschheit. Allen Leugnern zum Trotz, auch den von der Ölindustrie bezahlten, sickert die unbequeme Wahrheit langsam in den Mainstream des aufgeklärten Teils der Menschheit. Wir wissen es seit 50 Jahren, und auch die Aufgabe ist seit Jahrzehnten definiert. Die beiden Urdokumente aller Nachhaltigkeitsdiskurse sind der Bericht an den Club of Rome von 1972 und der *Brundtland-Bericht* von 1987.<sup>6</sup> Dessen zentraler Auftrag lautet:

»Nachhaltige Entwicklung ist eine Entwicklung, die den Bedürfnissen der heutigen Generation entspricht, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen und ihren Lebensstil zu wählen.«<sup>7</sup>

Um das zu schaffen, reicht es nicht, wenn wir ein bisschen weniger Auto fahren, nur einmal im Jahr nach Malle fliegen oder unsere Zimmertemperatur um ein Grad absenken. Die ganze Menschheit sollte Ernst machen mit einem Lebensstil, der für unsere Kinder noch etwas übrig lässt vom guten Leben auf diesem einzigartigen Blauen Planeten. Bei allem Ernst der Lage sollten wir aber auf den Spaß nicht verzichten. Sonst werden wir die notwendigen Veränderungen nicht schaffen. Wir sollten es wollen, es gut finden, auch in dieser Veränderung Spaß, Lebenslust, aber auch Ansporn und Herausforderung spüren.

Mir ist bewusst, dass die Verantwortung für diese große Transformation einzelne Menschen überfordern kann, dass wir die Verhältnisse ändern müssen, um ein nachhaltiges Verhalten einfacher, bequemer, letztlich normaler zu machen. Dennoch kommt auf jeden einzelnen Menschen ein guter Teil der Verantwortung zu. Es ist wichtig, wie du individuell lebst, aber vor allem auch was du gesellschaftlich und politisch tust. Die französische Studie »Doing your fair share for the climate?«<sup>8</sup> hat sich mit

der Frage beschäftigt, wie die 80 Prozent Treibhausgasreduktion erreicht werden können, die notwendig sind, um auf die als weltverträglich geltenden zwei Tonnen pro Kopf und Jahr zu kommen. Sie haben errechnet, dass nur 20 Prozent der für Frankreich notwendigen CO<sub>2</sub>-Reduktionen durch individuelle Verhaltensänderungen geschafft werden können. 60 Prozent müssen systemisch in den Industrieprozessen, durch die Steuerungswirkung von klimafreundlichen Subventionen und in den Mechanismen des globalen Marktes reduziert werden.

Da unsere selbst geschaffenen Probleme allerdings aus unserem Denken und Handeln erwachsen, sollten wir auch eine systemische Lösung finden. Und in demokratischen Systemen werden dafür alle Menschen gebraucht, vor allem die, die Systeme formen und am Laufen halten. Politiker:innen, Wirtschaftslenker:innen, Journalist:innen, Lehrer:innen, Wissenschaftler:innen, Handwerker:innen, Künstler:innen, Religionsführer:innen, alle Bürger:innen, Kinder und Alte, kurz, alle Menschen brauchen einen anderen Kompass als bisher.

Dabei stellt sich immer wieder die »Henne-Ei-Frage«. Müssen zuerst die Verhältnisse geändert werden, damit Verhaltensänderung für Individuen einfacher wird. Oder verändern viele Individuen schließlich die Verhältnisse? Die Antwort ist, wir werden beides parallel brauchen, und beides muss ineinandergreifen.

Alle Menschen müssen nicht nur umdenken, sondern auch umhandeln. Doch sie werden dazu nur dann bereit sein, wenn auf sie eine lebenswerte und verheißungsvolle Zukunft wartet. Die Ziele müssen uns begeistern, und es muss sich für uns alle lohnen, dafür unsere ganze Kraft einzusetzen.

### **Zukunftskunst und *desirable futures***

Was der Nachhaltigkeitsbewegung fehlt, ist eine *moonlanding speech*, wie John F. Kennedy sie 1962 gehalten hat, als er dieses für die damalige Zeit unglaubliche, mutige und technisch sehr ambitionierte Projekt auf die Tagesordnung gesetzt hat: Am Ende dieses Jahrzehnts werden Amerikaner auf dem Mond stehen. Man kann aus heutiger Sicht streiten, ob es all die Anstrengungen, Ausgaben und Risiken wert war, dass Menschen auf

unseren relativ toten Erdtrabanten fliegen. Und das Ganze wurde noch befeuert von der fatalen Systemkonkurrenz mit der Sowjetunion.

Aber was Kennedy 1962 gelang, und darum geht es kommunikativ: Er versetzte Menschen in den USA, aber auch rund um den Globus in eine Begeisterung für diese waghalsige Idee. Viele waren bereit, ihr Bestes zu geben, um diese Herausforderung zu meistern. Und er verknüpfte die Begeisterung mit der Ansage, dass es schwierig werden würde und es gerade deshalb so großartig sei, es zu tun.

»We choose to go to the moon in this decade and do the other things, not because they are easy, but because they are hard.« Frei nach dem Motto: Einfach kann jeder, aber für diese besondere Aufgabe braucht es besonders motivierte Menschen, Intelligenz, Kooperation und Kraft.<sup>9</sup>

Verglichen mit dem globalen Transformationsprozess zur Nachhaltigkeit, war die Mondlandung ein Kinderspiel. Und dennoch brauchen wir ähnliche Mechanismen. Wir brauchen alle Köpfe und Hände dazu, es muss eine Ehre sein, an der wichtigsten Aufgabe der Menschheit zu arbeiten. Wer an die Chance glaubt, das Ruder herumzureißen, der soll bitte seinen Beitrag leisten zu der großen Erzählung. Der soll seinen Beitrag leisten dazu, unser ökonomisches, politisches und kulturelles System von ausbeuterisch in nachhaltig zu verwandeln. Wir suchen die visionäre Geschichte, die uns alle an unserem jeweiligen Platz dazu motiviert, unser Bestes zu geben für eine bessere Zukunft.

Uwe Schneidewind formuliert in seinem Buch *Die große Transformation* den schönen Begriff der »Zukunftskunst«. Er bezeichnet damit die gesamte Mobilisierung technologischer, ökonomischer, institutioneller und kultureller Dynamiken, die notwendig sind, um eine an Nachhaltigkeit orientierte Zivilisation zu schaffen. Die zentrale Botschaft von Schneidewind lautet:

»Auch wenn Technologien, Geschäftsmodelle und Politik wichtig sind – am Ende verändern Ideen und neue Wertvorstellungen die Welt. Jede große Transformation ist letztlich eine moralische Revolution. Erst in ihrem Windschatten verändern sich Politik, Wirtschaftssysteme, Technologien und Infrastrukturen. Und eines ist klar: Unser heutiges

Wirtschaftssystem ist der in ökonomische Mechanismen und Institutionen gegossene Glaube an unbegrenztes materielles Wachstum. Die Beharrungskraft – auch die ideelle – der gegenwärtigen gesellschaftlichen und ökonomischen Rahmung, innerhalb der die natürlichen Grenzen außer Acht gelassen werden, muss daher eine zentrale Rolle spielen. Ohne eine offensive Debatte über einen ökonomischen ›Great Mindshift‹ (Maja Göpel) und ohne eine Weiterentwicklung des heutigen Wirtschaftssystems werden sich die Umbrüche im 21. Jahrhundert nicht humanitär gestalten lassen.«<sup>10</sup>

Zukunftskunst ist ein sehr guter Begriff, um das zu beschreiben, was wir brauchen. Allerdings hat Schneidewind ein wissenschaftliches Buch geschrieben. Es fehlt darin das in der Kommunikation so wichtige Storytelling. Und es finden sich auch keine Geschichten, die dem »Transformationslaien« verständlich beschreiben würden, was jetzt zu tun ist. Auch keine Hinweise darauf, wie man Menschen im Alltagsleben direkt emotional ansprechen könnte, um das Notwendige zu tun.

Dennoch beschreibt »Zukunftskunst« sehr gut, was ich mit dem vorliegenden Buch erreichen will. Eine neue Erzählung von Erfolg und Gewinn schaffen, eine gesellschaftliche Ordnung und Moral, die nicht die Selbstbereicherung des Einzelnen verklärt unter maximaler Nutzung natürlicher Ressourcen, die unternehmerischen Gewinn mit neuen Key Performance Indicators (KPI) misst, die unsere Städte und Dörfer neu gestaltet, die unsere zwischenmenschlichen Beziehungen auf Empathie und Mitgefühl und nicht auf Konkurrenz begründet. Vielleicht muss man die »Zukunftskunst« konkretisieren mit Begriffen wie »Zukunftswirtschaft«, »Zukunftsstadt«, »Zukunftswerker«, »Zukunftsrat«, »Zukunftssackerbau« und »Zukunftsbildung«. Kunst ist nicht für jede und jeden ein relevanter Begriff, auch wenn Joseph Beuys jeden Menschen als Künstler betrachtete, weil in jedem Menschen die Fähigkeiten zum schöpferischen und kreativen Tätigwerden angelegt seien. Es ist »... die Fähigkeit einer Krankenschwester oder die Fähigkeit eines Landwirtes als gestalterische Potenz.«<sup>11</sup> Relevanz ist allerdings ein wesentlicher Antriebsfaktor bei der Transformation. »Was geht mich das an?« ist eine sehr relevante Frage beim Motivieren von Menschen.

Mathieu Baudin hat einen anderen Versuch gestartet, Zukunft positiv zu gestalten. Baudin hat vor einigen Jahren das Institut des Futurs souhaitables (IFS) in Paris gegründet. Die englische Übersetzung gefällt mir noch besser: Institute for desirable futures. Auf Deutsch haben wir leider nur schwächere Begriffe wie »wünschenswert« oder »angenehm« – »Institut für wünschenswerte Zukünfte«. Hier fehlt leider das leicht obsessive von *desirable*. Baudin und sein kleines Team führen ein multidisziplinäres Bildungsinstitut, in dem Lehrer:innen und Schüler:innen gemeinsam diese begehrenswerten Zukünfte neu erfinden. Ein Beirat von 150 Fachleuten aus Wissenschaft, Wirtschaft, Bildung, Technologie, Kunst, Kultur, Politik, Literatur, Architektur steht dem Institut zur Verfügung. Mit diesen Expertinnen und Experten bietet das IFS Trainings, Workshops, Konferenzen an, in denen die jeweils 20 bis 30 Futuronautinnen und Futuronauten eines Kurses ausgebildet werden. Dies geschieht in neuen Lernformen, die neues Denken zielgerichtet fördern. Die »Zukunftserfinder:innen« kehren mit ihrem umfassenden Wissen und ihrem flexiblen Denken zurück in ihre Institutionen, Unternehmen etc. und wirken dort im Sinne von *desirable futures*. Der Plural ist Baudin übrigens wichtig, weil die Zukunft nie nur eine Richtung kennt, es gibt immer viele Optionen, auch viele gute. Deshalb gibt es beim IFS nicht die eine Zukunft, sondern immer einen bunten Strauß an guten, wünschenswerten, begehrenswerten Wegen in eine bessere Zukunft.<sup>12</sup>

## Vom Klima reden, aber richtig

Der derzeitige politische und gesellschaftliche Diskurs beschreibt die Herausforderung der Klimaerhitzung vor allem als Zumutung, als Kostenfaktor oder ein Leben mit Verzicht. Deshalb beschreibe ich die aktuelle Lage so: Alle reden von Klimaschutz, aber fast alle reden falsch darüber.

Die Zeit ist reif für die Idee einer Kommunikationsstrategie zum großen Wandel, für kluge, motivierende und positive Storys. Erstaunlicherweise fehlt ein solches Buch nach wie vor in der langen Liste der gerade auch aktuell erscheinenden Literatur zur Klimakrise. Der rhetorische Umgang mit der Klimaerhitzung im Bundestagswahlkampf 2021 zeigte, dass die alten Kommunikationsmuster noch wirkmächtig sind. Sobald



**Michael Adler** arbeitet als Journalist und Kommunikationsexperte seit drei Jahrzehnten an der Nachhaltigkeitswende und war viele Jahre Chefredakteur des VCD-Magazins *fairkehr*. Vor zehn Jahren gründete er seine eigene Agentur *tippingpoints* für nachhaltige Kommunikation. Hier arbeitet er an den kulturellen und politischen Kippunkten, um Verhältnisse und Verhalten ändern zu können.



**»Klimaschutz gelingt nur mit Freude und positiven Perspektiven. Michael Adler zeigt, wie das geht.«**

KATJA DÖRNER, OBERBÜRGERMEISTERIN  
DER STADT BONN A. D.

**»Nur wenn wir über gute Zukünfte sprechen, können wir sie aktiv gestalten. Dazu lädt Michael Adler hier ein.«**

MAREN URNER,  
NEUROWISSENSCHAFTLERIN

Worte können die Welt verändern, weil sie unser Denken prägen. Der Kommunikationsexperte Michael Adler entwirft eine positive, motivierende Klimasprache. Statt von Verzicht und Kosten zu reden, erzählt er lebensfrohe Geschichten von »desirable futures«: von lebenswerten, grünen Städten, von einer Landwirtschaft, die Tiere, Pflanzen und Boden achtet, und von natürlichen Energien.

Diese aktualisierte Neuauflage enthält ein neues Vorwort zur Einordnung des Themas in den aktuellen Diskurs sowie im Nachwort jetzt eine »moon landing speech« für Bundeskanzler Friedrich Merz.