

**Abstract:** Um den Klimawandel zu reduzieren oder zu stoppen, bedarf es klimaschützender Maßnahmen, die von Akteur\*innen verschiedener gesellschaftlicher sowie politischer Ebenen umgesetzt werden können und müssen. Insbesondere Kommunen spielen dabei eine besondere Rolle, da sie Motoren der Veränderung sein können. Aufgrund der Kleinräumigkeit kann schneller reagiert sowie lösungsorientierter gehandelt werden. Die Mühen einer Kommune zur Klimaanpassung und zum Klimaschutz wären ohne das Mitwirken ihrer Bevölkerung jedoch vergeudet. Um Zugang, Akzeptanz und Realisierungsunterstützung zu bekommen, ist Kommunikation deshalb unentbehrlich. Insbesondere für die viel diskutierte Erklärung des Klimanotstands ist es wichtig, einen Zugang bei Bürger\*innen zu schaffen, um die damit einhergehenden Maßnahmen erfolgreich mit und für die Gesellschaft umzusetzen. An dieser Lücke setzt die vorliegende Forschungsarbeit an und beleuchtet die tatsächliche Kommunikation aus Sicht von Praktiker\*innen. Der aktuelle Forschungsstand zeigt, dass es viele Studien zur Wirkung klimabezogener Informationen gibt, allerdings keine belastbaren Untersuchungen über die Anwendung in der Praxis.

Die Arbeit versucht herauszufinden, wie eine Klimanotstandserklärung an Bürger\*innen einer Kommune herangetragen wird und ob Kommunikator\*innen dabei bereits bedenken, wie diese Botschaften wirken (sollen). Ziel ist es, des Weiteren herauszufinden, ob Kommunalvertretungen Strategien in der Klimakommunikation verfolgen. Dafür werden die folgenden Merkmale einer Botschaft genauer betrachtet: Alarmismus, Humorismus, Appelle an soziale Wertvorstellungen sowie die Vermittlung positiver Nebennutzen von klimabezogenen Botschaften. Es geht dabei also nicht explizit um die Untersuchung der tatsächlich erzielten Wirkung von klimabezogenen Botschaften.

Um sich diesen Themen zu nähern, wurden drei Forschungsfragen formuliert:

F1: Was wollen Kommunen mit der Klimanotstandserklärung erreichen?

F2: Wie kommunizieren Kommunen die Klimanotstandserklärung?

F3: Was glauben Kommunen mit der Klimanotstandserklärung bewirken zu können?

Diese Forschungsfragen wurden mittels einer Methodenkombination aus einer Inhaltsanalyse von kommunalen Kommunikationsmaterialien sowie anschließenden Leitfadeninterviews mit Kommunalvertretungen beantwortet.

Die Ergebnisse zeigen, dass der Klimanotstand selbst noch nicht allzu umfassend in kommunalem Kommunikationsmaterial aufgegriffen wird. Kommunalvertretungen haben zwar aufgezeigt, dass Kommunikationsstrategien verfolgt werden, allerdings spiegelte sich das im Kommunikationsmaterial noch nicht deutlich wider.

Deutlich wird aber, dass sich nicht alle Botschaftsmerkmale für Klimaschutzkommunikation passen. Die Vermittlung positiver Nebennutzen sowie Humorismus werden von den Kommunalvertretungen als nicht so geeignet für die Klimanotstandskommunikation eingestuft, weil die Stilmittel der Natur klimaschützender Maßnahmen widersprechen. Beide stilistischen Merkmale traten demnach auch nicht häufig in den Kommunikationsmaterialien auf. Alarmismus hingegen wird zwar in verschiedenen Stufen verwendet, allerdings sind sich die Befragten einig gewesen, dass Klimaschutz nicht

derartig negativ besetzt werden sollte. Appelle an soziale Wertvorstellungen wurden als stilistisches Mittel am häufigsten genutzt und auch als sehr geeignet eingestuft, um eine Kommunikationswirkung zu erzielen. Es werden beispielsweise soziale Identitäten aufgebaut oder die kollektive Wirksamkeit bei umweltfreundlichem Handeln betont.

Grundlegend soll die Kommunikation dem Klimaschutz Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit verschaffen, für das Thema sensibilisieren und Menschen zum Handeln bewegen. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass kommunale Klimaschutzkommunikation noch Potenzial hat, das Thema angemessen einzubetten. Auch sollten die Strategien der Kommunalvertretungen stärker in Kommunikationsmaterial übersetzt werden. Schließlich wurden Handlungsempfehlungen für Praktiker\*innen formuliert.

**Art der Arbeit:** Master-Arbeit

**Verfasserin:** Marie Knauth

**E-Mail:** mtknauth@gmail.com