

# Klimastreik trotz Pandemie? – Mobilisierung und politisches Engagement in Zeiten von Corona

IFP-Tagung “Einfach machen?!” | 28.11.2020 | Laurenz Faber & Veronika Winter



# Agenda

11:15-11:20	<b>Kennenlernen</b>
11:20-12:05	<b>Inside Fridays For Future</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Geschichte und Aktuelles</li><li>• Wie funktioniert unsere Bewegung?</li></ul>
12:05-12:30	<b>Mobilisierung:</b> Strategien & Herausforderungen <ul style="list-style-type: none"><li>• Was verhindert Engagement?</li><li>• Wie erreichen wir neue Menschen?</li></ul>
12:30- 12:45	<b>Potenzial für die Jugendarbeit</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Abschlussdiskussion</li></ul>





# Inside Fridays For Future



- Weltweite Bewegung junger Menschen
- Forderungen: **1,5-Grad-Ziel** einhalten & globale **Klimagerechtigkeit**
  
- Seit 2018 in **Österreich**
- **Lokal, non-hierarchisch, überparteilich**

... Fridays For Future sind alle, die sich für **Klimagerechtigkeit** einsetzen!



# Inside Fridays For Future: global (fridaysforfuture.org)





SKOLSTREJK  
FOR  
KLIMATET

# Inside Fridays For Future: global (fridaysforfuture.org)



Türkei



Türkei

Bolivien



Bolivien.



Uganda

Spanien



# Inside Fridays For Future: Österreich



#1 Fridays For Future: 21. 12. 2018





# Inside Fridays For Future: Österreich



1. #WeltweiterKlimastreik Fridays For Future: 15.3.2019



# Inside Fridays For Future: Österreich



*#StreikMitGreta Fridays For Future: 31.5.2019*



# Inside Fridays For Future: Schweiz

**we rise up!**  
**earthstrike**  
20. - 27. 9. 19  
klimastreik.ch



*Größte Mobilisierung weltweit: Week For Future 20.-27.9.2019  
1,4 Millionen Menschen*



# Inside Fridays For Future: Österreich



*Week For Future 20.-27.9.2019  
Ortsschildaktion: 800 Orte*



# Inside Fridays For Future: Österreich



*Earth Strike 27.9.2019: 150 000 Menschen in Österreich*



„... und dann kam Corona“



„... und dann kam Corona“

Ich vermisse  
die Bewegung.

Mir wird  
alles zu viel!

Das hat alles  
keinen Sinn  
mehr!



Wir dürfen jetzt  
keinesfalls  
aufgeben!

Jetzt erst  
recht!

Warum wird Corona  
bekämpft, aber die  
Klimakrise nicht?!



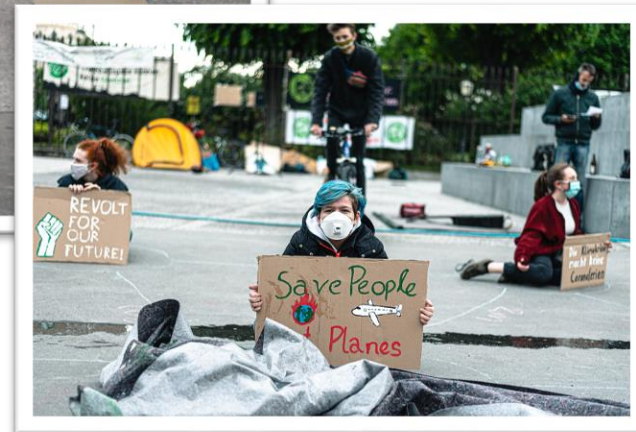
# FFF-Mobilisierung in der Pandemie – #FightEveryCrisis!



*Schildermeer von Fridays For Future Berlin*



# FFF-Mobilisierung in der Pandemie – #CampForFuture!



# 6. Weltweiter Klimastreik 29.9.2020 – #FightEveryCrisis!

Freitag, 25. September 2020

**Verdammt! Jugend hat Klimawandel offenbar immer noch nicht vergessen**



Berlin, Hamburg, Bonn, Köln, Nürnberg (dpo) - Hört die Nerverei denn nie auf? Offenbar hat Deutschlands Jugend den Klimawandel immer noch nicht vergessen. [Darauf deuten Demonstrationen in mehreren Städten mit zehntausenden Teilnehmern hin.](#)



## 6. Weltweiter Klimastreik 29.9.2020 – #FightEveryCrisis!



# Fridays For Future – Top aktuell:

## Geburtstag des Pariser Abkommens

- #Media4Paris
- Livestream & Lichtermeer

## Bildungsarbeit

- Climate School
- Open Your Course for Climate Action

## Social Media & Presse

- Online-Challenges
- Videoprojekt #LawyersForFuture
- Blogbeiträge & Kommentare



... und wie kriegen wir das alles hin?

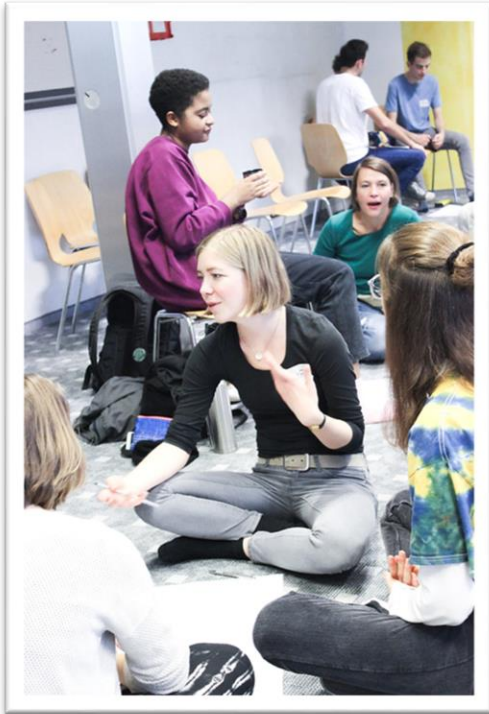


# Inside Fridays For Future: Wie funktioniert unsere Bewegung?

Was denkt ihr? (menti.com, Code: 51 10 32 0)



# Unsere Motivation & Empowerment junger Menschen



- **Dringlichkeit:** Wir sind die letzte Generation, die einen Klimakollaps verhindern kann. Aber auch die erste, die eine bessere Welt erleben kann!
- **Betroffenheit:** Es geht um unsere Zukunft. Und die Gegenwart von Millionen Menschen im globalen Süden, die an vorderster Front der Klimakrise stehen.
- **Talente entfalten lassen:** Verantwortung übernehmen
- **Kommunikationsregeln & Basisdemokratie:** Respekt und Mitbestimmung



# Talente entfalten lassen!

- Alle haben ein Interesse, Talent, Skills
- Viele Einstiegsmöglichkeiten: Bei FFF wird alles gebraucht!
- Presse, Video, Politische Treffen, Social Media, Basteln, Kochen, Organisation, Bildungsarbeit etc. etc.

Selbstwirksamkeit steigt, wenn Individuen **durch konkrete Handlungen** zum großen Ganzen beitragen.





# Gewaltfreie Sprache

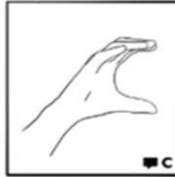
Text



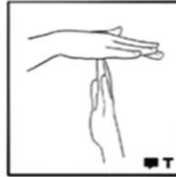
**WORTMELDUNG**  
Die Reihenfolge wird durch Aufzeigen oder im Chat angezeigt.



**"DIRECT RESPONSE"**  
Ich möchte mit einem kurzen Satz auf das gerade Gesagte reagieren.



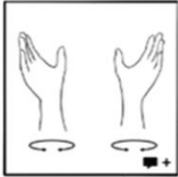
**"CLARIFICATION"**  
Ich verstehe das inhaltlich nicht. Was bedeutet das?



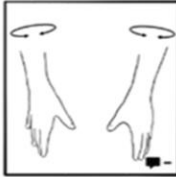
**"TECHNICAL POINT"**  
Ich möchte etwas sagen, das nichts mit der Diskussion zu tun hat. (Call endet gleich, ...)



**"KOMM ZUM PUNKT"**



**ZUSTIMMUNG**  
Finde ich cool. Ich bin dafür.



**ABLEHNUNG**  
Finde ich nicht gut. Ich bin dagegen.



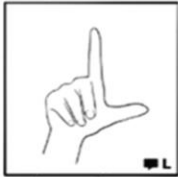
**FALSCHER AUSSAGE**  
Diese Aussage ist falsch und ich kann sie mit Fakten widerlegen.



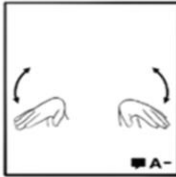
**"WORDING"**  
Achte darauf niemanden zu beleidigen. (Gendern, rassistische Sprache, ...)



**"FOKUS"**  
Zurück zum Thema!



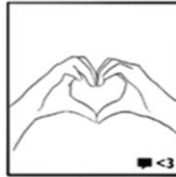
**"LANGUAGE"**  
Ich verstehe diesen Begriff sprachlich nicht. Was heißt das?



**AUDIO LEISER**  
Ein bisschen leiser, bitte!



**AUDIO LAUTER**  
Ein bisschen lauter, bitte!  
Ich verstehe akkustisch nichts.



**"LOVE"**  
Du bist toll!



**"CARE"**  
Ich fühle mich unwohl! Mir ist es zu viel!



# Basisdemokratie



## Mitbestimmung

- essentiell für Motivation und freiwilliges Engagement
- 2/3-Mehrheiten nötig
- Auf regionaler, nationaler und internationaler Ebene
- Jede Stimme zählt gleich.



... und wie geht's weiter?

Wie können wir Brücken bauen?



# Mobilisierung: Strategien und Herausforderungen

Wo liegen die größten Herausforderungen, junge Menschen aktuell zu erreichen?

- Bitte in den Chat oder per Wortmeldung!



# Mobilisierung: Strategien und Herausforderungen

Wo liegen die größten Herausforderungen, junge Menschen aktuell zu erreichen?

- Bitte in den Chat oder per Wortmeldung!

Fehlendes Interesse, Ohnmacht, sozio-ökonomischer Hintergrund, Resignation, Individualismus, Ablenkungsgesellschaft, ...

*„Viele junge Menschen haben das Gefühl als Individuum nur wenig bis gar nichts zur Lösung der großen gesellschaftlichen Herausforderungen beitragen zu können. [...] Aus diesem Ohnmachtsgefühl heraus entsteht keine Motivation sich als Einzelperson klimafreundlich zu verhalten oder Maßnahmen zur Anpassung an den Klimawandel umzusetzen.“  
(Chiari et al., 2016: 8)*



# Mobilisierung: Strategien und Herausforderungen

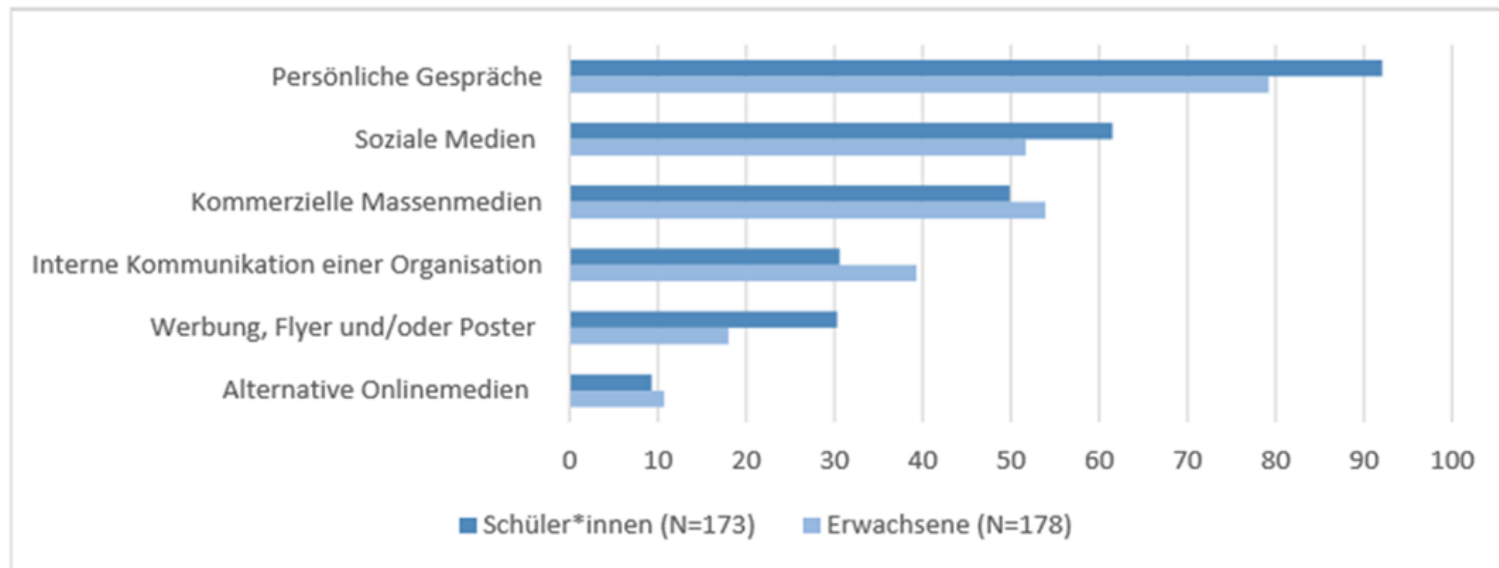
**Stimmungsbild: Wo erreichen wir die meisten jungen Menschen?**

1. Soziale Medien
2. Kommerzielle Massenmedien (Zeitungen etc.)
3. Alternative Onlinemedien
4. Werbung, Flyer, Plakate
5. Persönliche Gespräche



# Mobilisierung: Strategien und Herausforderungen

Abbildung 8: Informationsquellen (Mehrfachantworten möglich); in %



Sommer et al. 2019



# Mobilisierung: Strategien und Herausforderungen

## Wo kommen persönliche Gespräche zustande?

- Direkt bei Streiks und Aktionen
- Offene Treffen: Onboarding
- Workshops an Schulen
- Vorträge an Unis
- Standortgruppen (Klimaclubs, Schüler\*innenkommittees)
- Messestände, Events etc.





# Mobilisierung: Strategien und Herausforderungen

## Wo kommen persönliche Gespräche zustande?

- Direkt bei Streiks und Aktionen
- Offene Treffen: Onboarding **ONLINE**
- Workshops an Schulen
- Vorträge an Unis **ONLINE**
- Standortgruppen (Klimaclubs, Schüler\*innenkommittees) **ONLINE**
- Messestände, Events etc. **ONLINE**



# Mobilisierung: Onboarding



# Mobilisierung: Workshops und Vorträge



# Mobilisierung: Strategien und Herausforderungen

## Unsere Social Media Arbeit:

- **Kanäle:** Instagram, Facebook, Twitter, YouTube, TikTok
- Corporate Identity
- Pro Kanal zielgruppengerechter Inhalt
- **Interaktion** mit Followers: Live Q&A, PNs, etc.
- **Storytelling**

Instagram

Suchen



# Mobilisierung: Strategien und Herausforderungen



## Storytelling – Streiksprüche & Bilder:

- What do we want? Climate Justice!  
When do we want it? Now!
- Es gibt kein Recht unsere Zukunft zu zerstören!
- Wir streiken in der Schule, Uni und Fabrik – das ist unsere Antwort auf eure Politik!
- There is no future on a dead planet!

**Unsere Story:** Junge Menschen fordern die Einhaltung politischer Abkommen & Klimagerechtigkeit. Unser Anliegen ist berechtigt.

**Unsere Sprache:** Kurz, lustig, bunt, positiv, ermächtigend, radikal



# Mobilisierung: Strategien und Herausforderungen

## Gestaltung des Formats

- Fundierte, klare Inhalte & einfallsreiche Sprache
- Ansprechendes Design
- Ziel und zielgruppengerechte Formatwahl

## Soziales Lernen

- Interaktionen ermöglichen
- Anknüpfen an soziale Normen

## Botschafter\*innen

- Vermittlung durch vertrauensträger\*innen & Vorbilder

## Emotionen, Wahrnehmung & Interesse

- Alltagsbezug herstellen
- Anknüpfen an Einstellungen & Werte
- Spaß, mit Humor
- Aufrüttelnd
- Anknüpfen an Erfahrungen & Rituale

## Handlungsorientierung

- Positive Visionen, Lösungen & good practice aufzeigen
- Selbstwirksamkeit betonen
- Belohnung motiviert (Lob, intrinsisch, materiell)



(Klimakommunikation. Verändert nach Chiari et al., 2016)



# Wie kann Klimakommunikation funktionieren?

Von der Wissensvermittlung zum „Empowerment“:

- **Anknüpfungspunkte:** Lokale und persönlich relevante Kontexte/Framings schaffen
- Graphische **Visualisierung** und **Klimabilder**
- **Das Gemeinsame** suchen
- **Storytelling, Humor**
- Handlungsmöglichkeiten aufzeigen, **Lösungen** kommunizieren, positives **Feedback** aufzeigen

**Message: Gemeinsam können wir die Welt zum Besseren verändern!**



*Chiari et al. 2016, Wibeck 2014, Chiari 2020*



# Mobilisierung: Zusammenfassung

## Wie bringe ich Menschen zum Handeln und Mitmachen?

- **Soziales Umfeld und soziale Interaktion entscheidend:**
  - > Möglichkeiten zum Andocken schaffen (Explizite Einladungen, Offene und physische Treffen, gemeinsame Aktionen, dezentrale Standortgruppen „bottom-up“ ...)
- **Storytelling und ansprechende (Bild-) Sprache:**
  - > Professionelle Social Media Arbeit (Design!), emotionale und ermächtigende Sprache, inklusive Sprache, Betroffenheit schaffen
- **Partizipation ermöglichen und Verantwortung übergeben:**
  - > Einstiegshürden minimieren, rasche Aufgabenübertragung, respektvoller Umgang, Hierarchielosigkeit, Mitbestimmung, Talente entfalten lassen
- **Große Aktionen mit niedriger Schwelle:**
  - > Schulstreik (statt Besetzung), Skalierung (!)





# Fridays For Future und Jugendarbeit

## Abschlussdiskussion:

- Wo liegt das Potential für die Jugendarbeit?
- Welche Strategien und Aspekte können hilfreich sein?
- Wie kann die Klimabewegung inklusiver, diverser und breiter werden?



# Fridays For Future und Jugendarbeit

## Potential für die Jugendarbeit:

- **Krisen als Chance für Engagement:**  
Gerechtigkeitsthemen (Rassismus, Sexismus, Religiosität ...), Zukunft ist gestaltbar, Protest zahlt sich aus!
- **Thema Klimagerechtigkeit:** hochpolitisch, emotional, wird in Zukunft immer aktueller (Film Ökozid)
- **Zusammenarbeit zwischen Gesellschafts- und Jugendgruppen:** ist essentiell, um Wandel voranzutreiben!

.... DANKE für euer Engagement!



# Kontakt

## Fridays For Future Vienna



[www.fridaysforfuture.at](http://www.fridaysforfuture.at)



[@FridaysForFutureVienna](https://www.facebook.com/FridaysForFutureVienna)



[@fridaysforfuturevienna](https://www.instagram.com/fridaysforfuturevienna)



[@viennaforfuture](https://twitter.com/viennaforfuture)



[wien@fridaysforfuture.at](mailto:wien@fridaysforfuture.at)  
[welcome.wien@fridaysforfuture.at](mailto:welcome.wien@fridaysforfuture.at)



# Quellen

Chiari, Sybille/Völler, Sonja/Mandl, Sylvia (2016): Wie lassen sich Jugendliche für Klimathemen begeistern? Chancen und Hürden in der Klimakommunikation. GW-Unterricht 141 (1/2016), 5–18.

Chiari, Sybille (2020): Zwischen Alarmismus und Beschönigung: Klimakommunikation. Online-Vortragsreihe Klimabildung For Future. AECC Biologie, Universität Wien.

Essl, Franz (2020): Zwischen Alarmismus und Beschönigung: Klimakommunikation. Online-Vortragsreihe Klimabildung For Future. AECC Biologie, Universität Wien.

[Moment, 7.11.19] Was man als Einzelperson (wirklich) für das Klima tun kann, online unter <https://www.moment.at/story/was-man-als-einzelperson-wirklich-fuer-das-klima-tun-kann>

[NOAA Climate.gov] Online unter <https://www.climate.gov/news-features/understanding-climate/climate-change-atmospheric-carbon-dioxide>

[Warming Stripes] Online unter <https://showyourstripes.info/>

Sommer, Moritz, Dieter Rucht, Sebastian Haunss und Sabrina Zajak. 2019. Fridays for Future. Profil, Entstehung und Perspektiven der Protestbewegung in Deutschland, ipb working paper series, 2/2019. Berlin: ipb.

# Grafiken & Bilder

Illustrationen, Streikfotos: Fridays For Future Wien

# Anhang

# Wie kann Klimakommunikation funktionieren?

## Strategien von FFF:

1. **Einhaltung politischer Abkommen einfordern:** Staaten haben selbst entschieden, das Pariser Abkommen einzuhalten. Wir fordern nichts Neues.
2. **Individuelle Verantwortung vs. politische Verantwortung:** Konsument\*innen können nicht die volle Verantwortung für die Ursachen der Klimakrise tragen. Politische Entscheidungsträger\*innen klar adressieren.
3. **Sich hinter die Wissenschaft stellen**
4. Die Klimakrise **personalisieren** und mit **emotionaler Betroffenheit** kommunizieren: Kinder mit Streikschildern statt weit entfernte Eisbären.
5. **Dringlichkeit** darstellen und gleichzeitig **positiv Handlungsaufträge** formulieren: Durch politische Beteiligung kann die Zukunft gestaltet werden; Protest zahlt sich aus!



# Wie kann Klimakommunikation funktionieren?

Von der Wissensvermittlung zum „Empowerment“:

- **Anknüpfungspunkte:** Lokale und persönlich relevante Kontexte/Framings schaffen
- Graphische **Visualisierung** und **Klimabilder**
- **Das Gemeinsame** suchen
- **Storytelling, Humor**
- Handlungsmöglichkeiten aufzeigen, **Lösungen** kommunizieren, positives **Feedback** aufzeigen

**Message: Gemeinsam können wir die Welt zum Besseren verändern!**





*Chiari et al. 2016, Wibeck 2014, Chiari 2020*










# Wie kann Klimakommunikation funktionieren?

Graphische Visualisierung  
und Klimabilder



  
climateVISUALS

## 7 core principles for climate change communication

-  Show real people
-  Tell new stories
-  Show climate change causes at scale
-  Show emotionally powerful impacts
-  Understand your audience
-  Show local (but serious) impacts
-  Be careful with protest imagery

[climatevisuals.org](https://climatevisuals.org)







# Zum Weiterlesen 😊

## Fakten

- [www.klimafakten.de](http://www.klimafakten.de)
- <https://www.scientists4future.org/stellungnahme/fakten/>
- <https://climate.nasa.gov/>
- <https://www.de-ipcc.de/119.php>

## Kommunikation

- <https://k3-klimakongress.org/k3-2017/>
- <https://climateoutreach.org/>
- <https://climatevisuals.org/>
- <https://ourworldindata.org> (**Graphische Visualisierungen!**)
- <https://www.wissenschaftskommunikation.de/schwerpunktklimakommunikation/>

## Klimakommunikationsformate

- <http://climates.boku.ac.at/>