KLIMAKOMMUNIKATION SPIELERISCH GESTALTEN

Ein Praxisleitfaden für Kommunen: In 6 Schritten zum Klimaspiel

LEUPHANA UNIVERSITÄT LÜNEBURG

LANDKREIS LÜNEBURG

1. WARUM EIN KLIMASPIEL?

- Innovativer Kommunikationsansatz (Wissensvermittlung, Menschen aktivieren)[1]
- Effektivität wissenschaftlich belegt [2]
- Alleinstellungsmerkmal in der (kommunalen) Klimaschutzkommunikation
- Verbindung von Bildung und Unterhaltung

„Wer glaubt, der Ernst der Lage lasse es nicht zu, Spiele zum Klimawandel zu spielen - [...] hat den Ernst der Lage nicht verstanden.“ [3]

2. VORBEREITUNGEN

- Wie ist der Stand im Bereich Klimaschutz und Klimaanpassung? (z.B. Konzepte, Projekte)
- Welche Kommunikationswege werden bereits genutzt? Wie lässt sich das Spiel integrieren?
- Welchen zeitlichen und finanziellen Aufwand darf das Spiel haben?

Ist eine Kooperation mit (Bildungs-) Einrichtungen oder eine Projektausschreibung möglich?

3. ZIELE

- Wer ist die **Zielgruppe** und in welchem Kontext wird das Spiel verwendet? (z.B. Workshops, Unterricht)

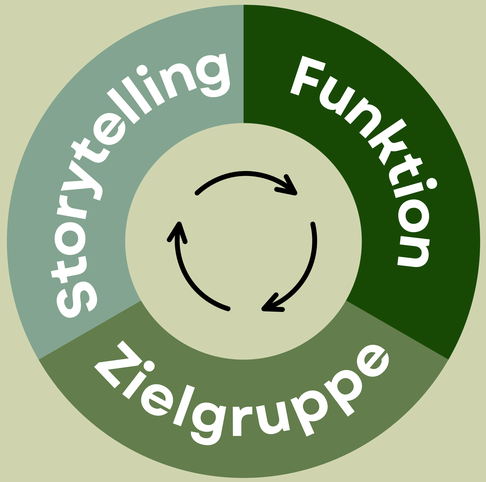
Tipp: Zielgruppenspezifische Kommunikation beachten aufgrund unterschiedlicher Anforderungen an Klimakommunikation [4]
Tipp: **Zielgruppe** früh festlegen (trotz Streuverlusten)

- **Funktionen:** Was soll sich durch das Spiel verändern? (z.B. Wissen, Einstellungen, Handlungen)

- **Storytelling:** Was soll das Spiel erzählen? (z.B. „Die Zeit läuft, es muss gemeinsam gehandelt werden!”) [5]

Tipp: Positiv und unterhaltsam kommunizieren [6]
Tipp: Werte und Emotionen ansprechen [3]

Drei Elemente sind über den gesamten Prozess hinweg zu beachten:



4. INHALTE FINDEN

Wie können sich Bürger:innen beteiligen und ihre Anliegen an die Kommune richten?

- Welche Inhalte sollen kommuniziert werden? (z.B. Maßnahmen, Handlungsmöglichkeiten)
- Welche lokalen Besonderheiten gibt es? (z.B. Natur, Infrastruktur)
- Welche Inhalte sind für die **Zielgruppe** besonders interessant? (ggf. erfragen)
- Welches Vorwissen hat die **Zielgruppe**? Was muss erklärt werden?

- Welche Inhalte passen zu den **Funktionen** des Spiels? (z.B. Handlungen erleichtern durch Aufzeigen von Partizipationsmöglichkeiten)
- Welche Inhalte passen zum **Storytelling**? (z.B. Verhältnis positive/ negative Entwicklungen)

Tipp: Inhalte sammeln, dann priorisieren (Absprache mit **Zielgruppe**, Expert:innen)

5. SPIELANSATZ ENTWICKELN

- Welche bestehenden Spiele sind bekannt und machen Spaß? (Orientierung an bewährten Spielkonzepten, z.B. einfache Regeln, interaktive Elemente; Achtung: Urheberrecht/ Medienrecht beachten!)

Tipp: Recherche nach Bildungs- und Klimaspielen, auch Unterhaltungsspiele hilfreich

- Welches Spielformat passt zur **Zielgruppe**? (z.B. Schwierigkeitsgrad, Intensität der Interaktion)
- Welches Spielformat passt zu den **Funktionen** des Spiels (z.B. Wissensvermittlung durch Quiz)
- Welches Spielformat passt zum **Storytelling** des Spiels? (z.B. Kooperation, Wettbewerb)
- Soll das Spiel durch eine Moderation begleitet werden?
- Wie lange soll das Spiel dauern?

Tipp: Externe Expertise zu Spielformat einholen (z.B. Psycholog:innen, Spielemacher:innen, **Zielgruppe**)

6. ERSTELLUNG

Inhaltliche Ausgestaltung

- Wie können die ausgewählten Inhalte im Spiel umgesetzt werden?
- Welche Spielmaterialien werden benötigt? (z.B. Spielanleitung, Spielbrett)
- Soll es begleitende Texte (z.B. Erklärungen) oder weiterführende Informationen (z.B. Links) auf dem Spielmaterial geben?

Tipp: Fokus auf Spielcharakter, Infos kurz

Testen und Feedback (Probe-Spielen)

- Was soll getestet werden? (z.B. Spielformat, Ziele, Schwierigkeitsgrad)
- Mit wem und wie oft soll getestet werden? (**Zielgruppe** beachten)
- Wie kann das Feedback in das Spiel eingearbeitet werden?

Tipp: Frühzeitig erste Version erstellen, diese weiterentwickeln
Tipp: Auch Wirkung des Designs testen

DESIGN

- Freundliches, neutrales Farbkonzept
- Schlichtes, leicht verständliches Design
- Anpassung an **Zielgruppe**
- Barrierefreiheit (z.B. neutrale Sprache, deutliche Farbkontraste)
- Materialverbrauch minimieren:
  - schwarze Flächen vermeiden
  - umweltfreundliche Produktion/ Druck

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz

TD-Projekt: Klimawandelanpassung im Landkreis Lüneburg I Wintersemester 2024/25
Das Projekt StudiKommKlima (Förderkennzeichen 67DAS272) wird gefördert vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV) aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.
Projektträgerin ist die ZUG gGmbH. Jeanne Freitag, Marieke Herz, Matthias Kramer, Nina Schlagowsky; M. Sc. Sustainability Science.

PRAKTISCHE HINWEISE

- Einfache Sprache verwenden bzw. schwierige Begriffe erklären
- Spielanleitung kurz halten (max. 10 Min.)
- Spiel fortlaufend evaluieren und ggf. anpassen

Öffentlichkeitsarbeit:

- Wie und von wem wird das Spiel bekannt gemacht?
- Welche Akteur:innen können eingebunden werden (z.B. als Multiplikator:innen)?

Tipps zur langlebigen Gestaltung:

- Jahreszahl auf Spielkarton z. B. “Edition 2025”
- Fakten zum Status quo mit Bezugsjahr angeben
- Weiterentwicklung/ Aktualisierung der Inhalte ermöglichen

Reflexion des Spielerlebnisses für mehr Lernerfolg und Spielfreude [7]

- Kontext, Lernziele und Realitätsbezug können z.B. in einem Einleitungstext eingeordnet werden
- Selbstbezug kann durch Fragen und Informationsangebote hergestellt werden
- Emotionen auffangen und in Handlungsmöglichkeiten umwandeln z.B. durch Endkarten mit offiziellem Grußwort der Kommune und Partizipationseinladung

PRAXISBEISPIEL 2024/25

- **Klimaspiel Landkreis Lüneburg** (Kooperation mit Studierenden der Leuphana Universität Lüneburg)
- **Kontakt**: Friederike Lang, Landkreis Lüneburg - Klimaschutzmanagement, Tel. 04131-261119, E-Mail: klimaschutz@landkreis-lueneburg.de

WEITERFÜHRENDE LITERATUR

Spielformat entwickeln

- Klimaspiele Datenbank von Friends4Future e.V.
- Klimaspiele Sammlung von Psychologists / Psychotherapists for Future e.V.

Kommunale Klimaschutz-Kommunikation

- adelphi (Hrsg.). (2018). Landkreise in Führung! Gemeinsam handeln im Klimaschutz.
- DIfU. (2023). Klimaschutz in Kommunen: Praxisleitfaden. Deutsches Institut für Urbanistik.
- Schwarz, J. & Schulze, D. (2018). Kommunikationsleitfaden für Landkreise in Klimaschutz. adelphi.

Klimaschutz-Kommunikation

- Fischer, D., Selm, H., Fücker, S. & Sundermann, A. (Hrsg.). (2021). Nachhaltigkeit erzählen, Durch Storytelling besser kommunizieren? Oekom Verlag. **[5]**
- Schrader, C. (2022). Über Klima sprechen: Das Handbuch. Oekom Verlag. **[3]** (Zitat: S. 253)
- Sippel, M. (O.J.). Besser übers Klima reden: 10 wissenschaftlich belegte Regeln.

Ergänzende Quellen vom Poster

- De Troyer, O. (2017). Towards effective serious games. In 2017 9th International Conference on Virtual Worlds and Games for Serious Applications (VS-Games) (S. 284-289). IEEE. **[7]**
- Klöckner, C. A. (2015). The Psychology of Pro-Environmental Communication. **[1]**
- Krauß, F. (2013). Klimawandel kommunizieren: die richtigen Framings, Formate und Zielgruppen. In K.-D. Müller & F. Krauß (Hrsg.), Wissenschaft in der digitalen Revolution: Klimakommunikation 21.0 (S. 105–134). Springer VS. **[6]**
- Torok, S., Pearce, K. & Hassol, S. J. (2020). Communicating climate change science with different audiences. In D. Holmes & L. M. Richardson (Hrsg.), Research handbook on communicating climate change (S. 33–45). Edward Elgar Publishing. **[4]**
- Wu, J. S. & Lee, J. J. (2015). Climate change games as tools for education and engagement. Nature Climate Change, 5(5), 413–418. **[2]**

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz

TD-Projekt: Klimawandelanpassung im Landkreis Lüneburg I Wintersemester 2024/25

Das Projekt StudiKommKlima (Förderkennzeichen 67DAS272) wird gefördert vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV) aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages. Projektträgerin ist die ZUG gGmbH. Jeanne Freitag, Marieke Herz, Matthias Kramer, Nina Schlagowsky; M. Sc. Sustainability Science.