

Motivationsorientierte Klima-Kommunikation

Key Facts

- Folgen des Klimawandels wie Hitze, bodennahes Ozon oder Extremwetter gefährden Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit und führen zu Arbeitsausfällen und Produktivitätsverlusten
- Maßnahmen zur Sensibilisierung können aufgrund gesellschaftlicher Kontroversen rund um das Thema Abwehr bei den Betroffenen auslösen
- Kommunikation muss daher nicht nur Wissen vermitteln, sondern vertrauensbildend und motivierend gestaltet sein

Autorinnen und Autor

- Dr. Maria Klotz
- Dr. Marlen Cosmar
- Stefan Boltz

Die verschiedenen durch den Klimawandel bedingten Risiken können mithilfe der Gefährdungsbeurteilung identifiziert und Schutzmaßnahmen abgeleitet werden. Die Kommunikation über diese Risiken stellt aber eine Herausforderung dar, da psychische Barrieren die Informationsverarbeitung erschweren. Was das für die Kommunikation bedeutet, erläutert dieser Artikel.

Weltweite Hitzerekorde bis November: 2023 ist das heißeste Jahr seit Beginn der Aufzeichnungen.“ So oder so ähnlich machen viele Schlagzeilen auf den Klimawandel und seine Folgen aufmerksam. Doch ist das auch gute Klima-Kommunikation? Dagegen heißt das Buch von Maren Urner^[1]: „Schluss mit dem täglichen Weltuntergang“. Urner ist die Begründerin von Perspective Daily, einem Online-Magazin, das lösungsorientiert berichtet. Die Neurowissenschaftlerin und Vorreiterin des konstruktiven Journalismus warnt vor den fatalen Auswirkungen schlagzeilengetriebener Berichterstattung. Die Menschen seien ständig gestresst, das Gehirn dauerhaft im Angstzustand. So gewinne die Gesellschaft keinen Überblick über Geschehnisse, sondern bleibe überfordert und hilflos zurück. Viele Medien gingen leider immer noch davon aus, dass, wenn über Missstände berichtet würde, sich aus der Empörung darüber etwas ändere. Diese Einschätzung gilt es auf der Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse zu hinterfragen: Was sagt die psychologische Forschung dazu? Welche kommunikativen Hürden gibt es? Wie können diese über-

wunden werden, um lösungsorientiert zu kommunizieren und Menschen zum Handeln zu bringen?

Wissenschaftliche Erkenntnisse für die Klima-Kommunikation

Mit psychologischen Theorien und entsprechender Forschung lassen sich Erklärungen zu zwei entscheidenden Faktoren finden: der Risikowahrnehmung und den Grundbedürfnissen des Menschen.

Risikowahrnehmung

Nach der PAIN-Theorie von Daniel Gilbert^[2], Forscher an der Harvard University, sind Menschen im Zuge der Evolution darauf trainiert worden, auf bestimmte Warnsignale zu reagieren – auf Gefahren,

- die Menschen persönlich (personal) betreffen,
- die plötzlich auftreten (abrupt) oder zumindest eine schnelle Veränderung bewirken,
- die unmoralisch (immoral) oder verwerflich sind.
- Und: Die Risiken müssen jetzt (now) Realität werden.

Folgt man dem PAIN-Modell, so stellt der Klimawandel eine Bedrohung dar, die diese Warnsignale nicht enthält:

- Menschen sind nur im Zusammenhang mit Ereignissen (zum Beispiel Überflutung, Hitzesommer) betroffen, nicht generell persönlich.
- Die Veränderungen laufen eher langsam und schleichend ab.
- Der Klimawandel wird durch viele Alltagshandlungen (die Treibhausgase, insbesondere CO₂, freigeben) forciert, die wir gerade deswegen nicht als unmoralisch einstufen.
- Und: Der Klimawandel stellt im Alltag nicht für alle eine spezifische tägliche Bedrohung dar.

...⇒ **Erkenntnis für die Klima-Kommunikation:** Mit dem PAIN-Modell lässt sich erklären, warum sich Menschen schwertun, den Klimawandel als Bedrohung wahrzunehmen. Das Modell kann aber auch für die Klima-Kommunikation genutzt werden. Dann bedeutet es nämlich,

- Menschen das Risiko an konkreten Beispielen aus ihrem Alltag bewusst

- zu machen,
- aufzuzeigen, dass der Klimawandel schon da ist,
- dass er auch große, plötzliche Veränderungen bewirkt und
- dass diese Veränderung uns alle persönlich betrifft.

Basierend auf dieser Logik verfassten Nick Reimer und Toralf Staud^[3] das Buch „Deutschland 2050“^[4], in dem genau beschrieben wird, was die Klimakrise für die deutsche Wirtschaft und deren Branchen bedeutet, unter anderem welche Folgen sich daraus für Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit ergeben.

Grundbedürfnisse des Menschen

Der Konsistenztheorie von Klaus Grawe (2004)^[5] zufolge hat der Mensch bestimmte Grundbedürfnisse, die für ihn handlungsleitend sind. Diese vier Grundbedürfnisse sind:

- Bindung
- Autonomie

- Selbsterhaltung und
- Lustgewinn beziehungsweise Unlustvermeidung

In der Tabelle 1a ist beschrieben, was diese Bedürfnisse jeweils bedeuten und wonach der Mensch im Allgemeinen strebt.

Es wird ersichtlich, dass das Thema Klimawandel schlecht für diese Bedürfnisse ist. Wir allein haben kaum Einfluss auf die Entwicklungen und damit keine Kontrolle (Autonomie). Vieles von unserem Alltagshandeln hat einen negativen Einfluss auf unsere Umwelt. Das gibt uns ein schlechtes Gefühl (Selbstwert). Und es ist kein freudvolles Thema (Unlustvermeidung), das man gern mit anderen bespricht (Bindung).

➔ **Erkenntnis für die Klima-Kommunikation:** Für die Kommunikation ist es hilfreich, die menschlichen Grundbedürfnisse zu kennen und sie zu bedienen. Dazu finden sich in Tabelle 1b ein paar Beispiele als Anregung.

Psychische Barrieren bei der Klima-Kommunikation

Nicht nur die menschlichen Grundbedürfnisse spielen bei der Aufnahme und Verarbeitung von Informationen eine Rolle, sondern auch psychische Abwehrmechanismen. Diese Mechanismen dienen dem Menschen in erster Linie dazu, sich seelisch zu entlasten. Wird der Mensch mit negativen Informationen konfrontiert, kann das negative Gefühle wie Angst, Sorge, Wut, Scham, Trauer oder Mitgefühl auslösen. Bezogen auf die Risiken des Klimawandels befragte das Institut für Arbeit und Gesundheit der DGUV (IAG) im Jahr 2022 Führungskräfte und Beschäftigte zur Relevanz von bestimmten Risiken.^[6] Die Befragung zeigte, dass psychische Stressreaktionen, zum Beispiel Angst und Hilflosigkeit, als ein hohes Risiko für Sicherheit und Gesundheit gesehen werden. Laut Per Espen Stoknes^[7] kommt es aufgrund dieser negativen Gefühle oft zu psychischen Abwehrmechanismen, wenn Informationen zum Klimawandel aufgenommen

Quelle: Eigene Darstellung

Was sind die handlungsleitenden Grundbedürfnisse von Menschen? (nach Grawe, 2004)

Bindung: Bedürfnis nach Zugehörigkeit, Verfolgen von gemeinsamen Zielen, Teilen von Erlebnissen, Möglichkeit, sich auszutauschen und Rat einzuholen.	Autonomie: Orientierungs- und Kontrollbedürfnis, Verständnis für Rahmenbedingungen sowie den Grad der Freiheit, diese gestalten und sich in ihnen frei bewegen zu können.	Schutz des Selbstwerts: Der Wunsch, etwas Besonderes zu sein, dafür gesehen und geschätzt zu werden sowohl im Beruf (fachlich) als auch privat (menschlich).	Lustgewinn: Das Streben nach lustvollen, erfreulichen Erfahrungen und das Vermeiden von unangenehmen, schwierigen Erlebnissen.
---	--	---	---

Wie wirkt der Klimawandel auf unsere Grundbedürfnisse?

Bindung: Familie, Freundeskreis, Arbeitskollegen haben eventuell andere Ansichten, dadurch kann es zu Spannungen kommen (wie in Corona-Zeiten).	Autonomie: Der Klimawandel ist etwas, das man nicht kontrollieren kann. Man hat allein kaum Einfluss auf die Entwicklungen.	Selbstwert: Die Krise kann den Sinn der eigenen Arbeit oder auch von eigenen Statussymbolen und Erfolgen infrage stellen.	Lustgewinn: Die Veränderung der klimatischen Bedingungen ist kein freudvolles Thema; man möchte es am liebsten vermeiden.
--	--	--	--

Tabelle 1a: Menschliche Grundbedürfnisse stehen einer konstruktiven Auseinandersetzung mit dem Klimawandel entgegen.

Quelle: Eigene Darstellung

Wie können die Grundbedürfnisse bedient werden?

Bindung: Gleichgesinnte oder eine Gruppe finden, in der man aktiv werden und sich über die Anpassung an den Klimawandel, aber auch über Klimaschutz austauschen kann.	Autonomie: Im kleinen Rahmen Dinge umsetzen als Individuum oder besser noch gemeinsam am Arbeitsplatz (zum Beispiel Maßnahmen zum Hitzeschutz).	Selbstwert: Wertschätzung erhalten für den eigenen Beitrag, Wissen und Können über Schutzmaßnahmen weitergeben.	Lustgewinn: Vorreiter sein, mit positivem Beispiel vorangehen, für die Gefährdungen gewappnet sein und andere unterstützen.
--	--	--	--

Tabelle 1b: Wie die menschlichen Grundbedürfnisse bei einer konstruktiven Auseinandersetzung mit dem Klimawandel bedient werden können.

werden. Bei einer Konferenz^[8] im Jahr 2018 beschrieb er diese fünf Abwehrmechanismen so:

- **Wahrnehmung von Distanz**
Distanz entsteht, wenn ein Problem weit weg scheint oder keine Relevanz für die Person hat.
- **Katastrophismus**
Beim Katastrophismus glaubt die Person, es sei „sowieso alles zu spät“. Das kann zur Folge haben, dass man resigniert oder einfach so weitermacht wie bisher.
- **Kognitive Dissonanz**
Die sogenannte kognitive Dissonanz tritt auf, wenn Menschen eine Diskrepanz zwischen ihren Überzeugungen (Fliegen ist schlecht für die Umwelt) und ihrem Verhalten (in den Urlaub fliegen) wahrnehmen. Sie haben dann zwei Möglichkeiten zu reagieren. Sie können entweder ihr Verhalten ändern (nicht fliegen) oder sie bewerten die Situation um (spielen die Relevanz des Fliegens herunter).
- **Verdrängung und Leugnung**
Die vierte Abwehrreaktion ist Verdrängung oder Verleugnung von Tatsachen. Das funktioniert, indem Fakten angezweifelt werden oder die Quelle, aus der die Information stammt, als unseriös dargestellt wird.

• **Zurückweisung von Fakten aufgrund des eigenen Weltbilds**

Die schwierigste Barriere ist die der eigenen Identität und Werte, da diese wie ein Filter bei der Informationsaufnahme fungiert. Sie lässt oft nur Informationen als vertrauenswürdig erscheinen, die ins eigene Weltbild passen.

Um zielgerichtet über die Risiken im Zusammenhang mit dem Klimawandel für die Sicherheit und Gesundheit der Beschäftigten bei der Arbeit aufklären zu können, müssen die genannten Barrieren überwunden werden. Wie das gelingen kann, wird im Folgenden beschrieben.

Lösungsorientierte Klimakommunikation

Der Klimawandel kombiniert eine Vielzahl von Risiken, die in ihrer Häufigkeit und Intensität zunehmen. In Tabelle 2 sind einige dieser Risiken aufgelistet. Ein zentrales Ziel der Klima-Kommunikation ist daher, präventives Handeln für sicheres und gesundes Arbeiten zu fördern.

Aus Verhaltensmodellen der Psychologie, zum Beispiel dem Ranas-Modell (Risks, Attitudes, Norms, Abilities and Self-Regulation) von Hans-Joachim Mosler (2012)^[9], ist bekannt, dass es bestimmte Faktoren gibt,

die ein Verhalten begünstigen. Das sind zum Beispiel:

1. die Risikowahrnehmung (Wissen über Gefahr)
2. soziale Normen (wie sich andere verhalten)
3. Fähigkeiten (Wissen, Können, Selbstwirksamkeit)
4. die eigene Einstellung (Gefühle, Werte, Identität) und
5. das Selbstmanagement (Plan vorgehen, auch bei Hürden)

Einige dieser Faktoren können durch Kommunikation direkt beeinflusst werden. So beispielsweise die ersten drei aus dem Modell:

- Informationen über **Risiken** und Gefährdungen weitergeben und diese direkt mit Handlungsoptionen verknüpfen. Das hilft, Personen zu motivieren und zu unterstützen.
- Gute Beispiele nutzen, denn Studien haben gezeigt, dass die **soziale Norm**, also was andere tun, Einstellungen und Verhalten beeinflussen kann. Das hilft auch, **Distanz** und **Verdrängung** zu verringern. Man könnte zum Beispiel sagen: „Es hat sich schon viel getan. Viele Unternehmen haben Notfall- und Hitzeschutzpläne [am besten mit Zahlen

Risiken im Zusammenhang mit dem Klimawandel für die Sicherheit und Gesundheit der Beschäftigten bei der Arbeit

Risikofaktor	Gesundheitliche Auswirkungen (Auswahl)	Besonders Betroffene
Hitze	Verminderte Leistungsfähigkeit, Organschädigungen	Outdoorworker*, Notfallhelfende und Gesundheitswesen
Solare UV-Strahlung	Augenschäden, Hautkrebs	Outdoorworker*
(bodennahes) Ozon	Atemwegs-, Herz- Kreislauf-Erkrankungen	Outdoorworker*
Infektionskrankheiten	Durch Stechmücken und Zecken übertragene Infektionen	Outdoorworker*, Notfallhelfende und Gesundheitswesen
Allergene und Toxine	Allergien	Outdoorworker*
Extremwetterereignisse	Unmittelbare Lebensgefahr und psychische Belastungen	Outdoorworker*, Notfallhelfende und Gesundheitswesen
Klimawandelveränderungen	Psychische Belastungen	alle
Luftverschmutzung in Verbindung mit Hitze	Allergien, Atemwegserkrankungen, Krebs	Outdoorworker*, Feuerwehr, Autofahrende, Innenräume ohne Luftfilter

Tabelle 2: Risiken im Zusammenhang mit dem Klimawandel für die Sicherheit und Gesundheit der Beschäftigten bei der Arbeit (Erstellt von KLUG e.V.; Adaptiert nach S. Bauer et al. (2022): Klimawandel und Arbeitsschutz. Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin 2022. Legende: *z. B. Berufe des Baugewerbes, der Landwirtschaft und der Gartenpflege

unterlegen], so zum Beispiel Firma X.“ Solche positiven Signale wirken auch gegen die Barriere **Katastrophismus**.

- Konkrete Handlungsalternativen fördern zudem den Glauben an die eigenen Fähigkeiten (**Selbstwirksamkeit**). Diese Handlungsmöglichkeiten können zum Beispiel mithilfe des Ebenen-Modells von Dirk Windemuth et al. 2023^[10] (Abbildung 1) eruiert werden.

Besonders effektiv in der Kommunikation ist das direkte Gespräch, wie bei der Beratung, weil hier auf die Bedürfnisse des Gegenübers eingegangen und zielgerichtet kommuniziert werden kann. Die Betonung von guten Beispielen, Signalen von Fortschritt und Vorteilen hilft – wie gezeigt – gegen drei von Stoknes genannte Barrieren: Distanz, Verdrängung und Katastrophismus. In Abbildung 2 sind Lösungsstrategien zur Bewältigung aller fünf Abwehrmechanismen dargestellt.

...➔ **Erkenntnis für die Klima-Kommunikation:** Konstruktive und lösungsorientierte Kommunikation kann die psychischen Barrieren überwinden und eine Aktivierung befördern.

- In der Beratung von Betrieben kann beispielsweise gefragt werden, wo die derzeitigen Herausforderungen sind und wo die Bedarfe liegen. Hier können dann Anknüpfungspunkte in Richtung Anpassung an den Klimawandel, gegebenenfalls auch zum Klimaschutz, gefunden werden. Geschichten und Visionen von Menschen verbinden und so kann die **Barriere des eigenen Weltbildes und der Werte** bearbeitet werden. In der Klima-Kommunikation sollten die oftmals zeitlosen Werte aufgegriffen werden, die den Menschen wichtig sind, zum Beispiel Gesundheit, Sicherheit, soziale Gerechtigkeit, Frieden, Fürsorge und politische Freiheit.

- Die **kognitive Dissonanz** kann überwunden werden, wenn möglichst einfach zugängliche Handlungsalternativen zur Verfügung stehen, zum Beispiel eine zuverlässige Wasserversorgung bei warmen Temperaturen oder gesunde und leichte Kost.
- Die Krise kann auch als Chance beschrieben und wahrgenommen werden, durch die etwas Neues entsteht. Das hilft gegen **Verdrängung**. Wichtig hierbei ist, dass immer mindestens drei positive Aspekte erwähnt werden sollten: „Klimaschutz fördert direkt unsere Gesundheit, bringt saubere Städte, gute Luft und viele Arbeitsplätze in neuen Branchen“ oder „Betriebliche Anpassungen an den Klimawandel schützen die Beschäftigten, sie bleiben gesund und produktiv und es kommt zu weniger Arbeitsausfällen“. Außerdem ist es sinnvoll, Maßnahmen zur Anpassung an den Klimawandel und Maßnahmen zum Klimaschutz zusammenzudenken.

Quelle: Windemuth et al. 2023

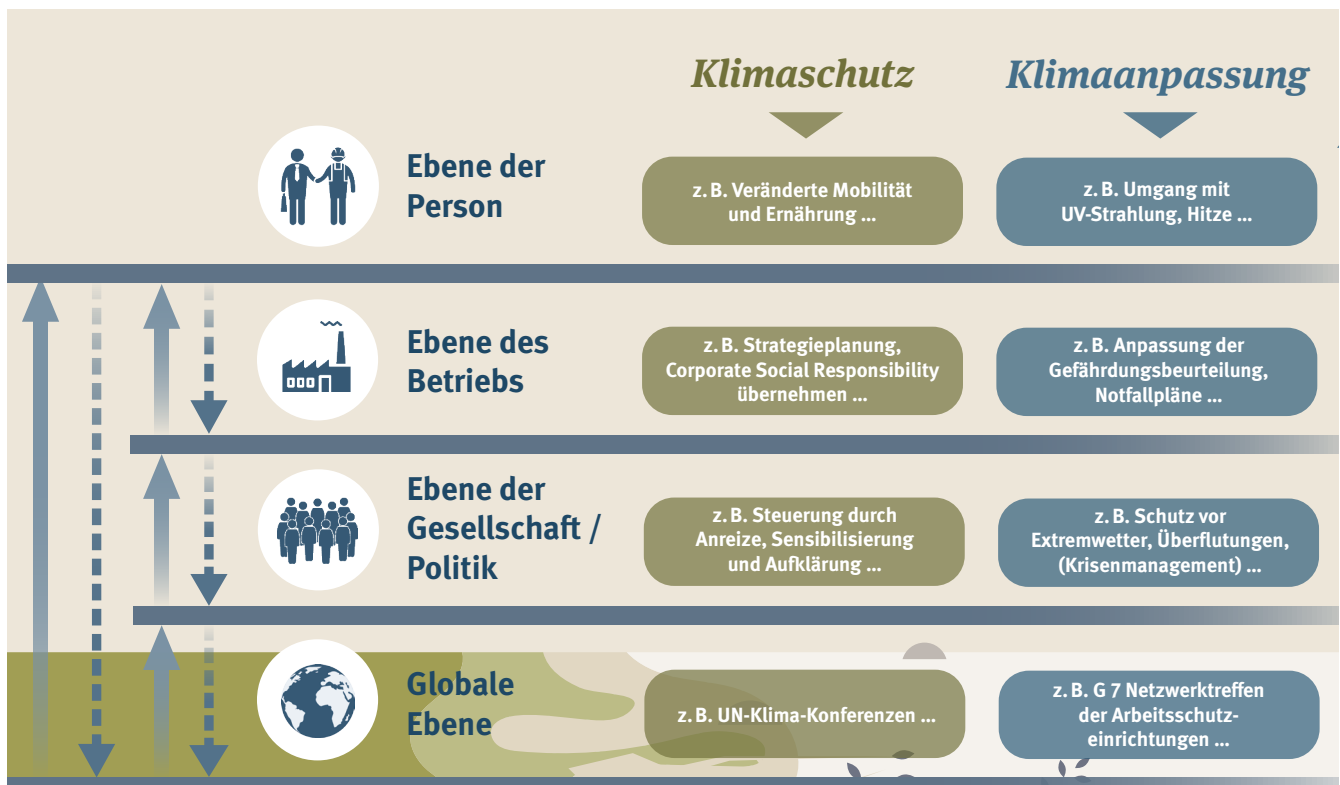


Abbildung 1: Ebenen-Modell zu Klimaschutz und Klimaanpassung

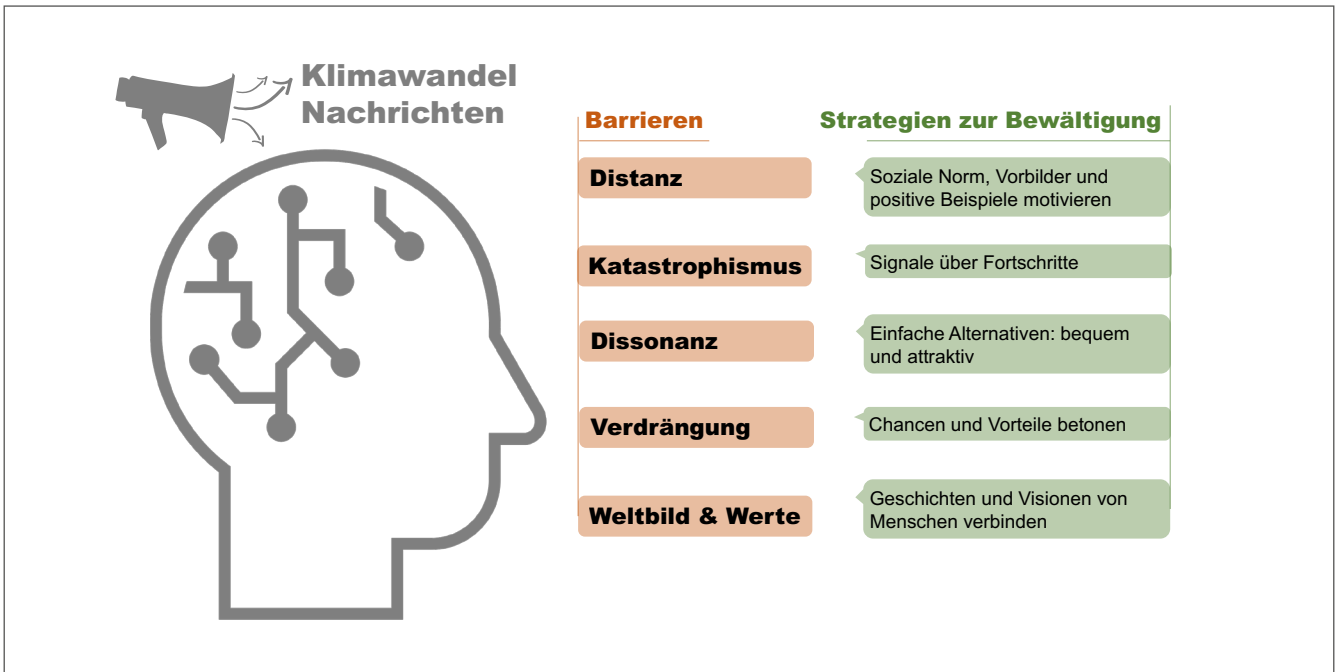


Abbildung 2: Lösungsstrategien für psychische Abwehrmechanismen

Weiterhin kann auch das Wissen um die psychischen Bedürfnisse für eine konstruktive und lösungsorientierte Klima-Kommunikation genutzt werden. Dieses Wissen ist im Grunde nicht neu und wird auch in anderen Handlungsfeldern eingesetzt, um eine konstruktive Herangehensweise an Probleme und positive Veränderungen zu fördern.

- In der Klima-Kommunikation sollte überwiegend positiv formuliert werden (**Bedürfnis nach positiven Reizen**): Es darf sogar mit Humor und Kreativität gearbeitet werden. Auch damit können einige Barrieren umgangen werden. Gute Beispiele sind bei Eckart von Hirschhausen (2021)^[11] zu finden, etwa: „Ist weniger Fleisch essen ein Verzicht? Ja, ein Verzicht auf Bluthochdruck und Herzinfarkt – und darauf verzichte ich gerne!“ oder „Lieber auf dem Fahrrad körpereigenes Fett verbrennen, statt im Auto fossiles Öl zu verheizen.“
- Fachjargon sollte in der Klima-Kommunikation vermieden oder gut erklärt werden. Konkrete Erfahrungen, Filme, Metaphern und Bilder können

unterstützend wirken. Menschen aus Betrieben und Einrichtungen sollten die Möglichkeit haben, ihre eigenen Erfahrungen mit den Folgen der Krise einzubringen. Das stärkt ihr **Bedürfnis nach Autonomie und Selbstwert**.

- Gruppen können oft mehr bewegen als Individuen. Um eine Gruppenbeteiligung (**Bedürfnis nach Bindung**) zu fördern, sind verbindende Informationen hilfreich. Gute Klima-Kommunikation hat das Ziel, dass Menschen gemeinschaftlich aktiv werden.

Es gibt viele weitere Empfehlungen für eine gute und konstruktive Kommunikation, was folgende Beispiele verdeutlichen:

- Es gibt bestimmte Personengruppen, die großes Vertrauen in der Gesellschaft genießen (Frank & Lades 2018). Diese Personen sollten für die Kommunikation als Botschafter gewonnen werden. Einige dieser Berufsgruppen gehören zu den sogenannten vulnerablen Gruppen, die im Zuge der Klimakrise einem beson-

ders hohen Risiko ausgesetzt sind oder es sein werden, weil sie beispielsweise viel im Freien arbeiten.

- Da bei Menschen ein Verlust emotional schwerer wiegt als ein Gewinn, können Vergleiche genutzt und so der Fokus auf die Prävention gelegt werden: „Wenn wir so weitermachen, wird uns die Klimakrise unseren Wohlstand nehmen. Doch wenn wir schon heute echte Maßnahmen ergreifen, können wir das Schlimmste verhindern.“
- Es ist nicht zu empfehlen, Desinformationen zu wiederholen, auch wenn sie richtiggestellt werden sollen. Im Gegenüber bleiben diese „Fake News“ dann nämlich noch besser hängen, da die Information schon bekannt ist, wiederholt wird und meist kürzer ist als die Richtigstellung.
- Wichtig ist, die Lösungsorientierung zu stärken, denn auch hier gilt, was einst der amerikanische Psychotherapeut Steve de Shazer sagte: „Reden über Probleme lässt Probleme wachsen. Reden über Lösungen lässt Lösungen wachsen.“

Fazit

Durch den Klimawandel gibt es neue Gefährdungen bei der Arbeit, bekannte Gefahren verstärken sich, treten häufiger auf oder in Kombination miteinander.^[12] Die Unfallversicherungsträger und Arbeitsschutzverantwortlichen in den Betrieben und Einrichtungen beraten aktiv zu geeigneten Maßnahmen für Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit. Dabei ist wichtig,

dass auch die Risiken für Sicherheit und Gesundheit im Zusammenhang mit dem Klimawandel im Bewusstsein sind. Veränderungen durch den Klimawandel können plötzlich auftreten und Betriebe unvorbereitet treffen. Daher sollte die Sensibilisierung der Betriebe und Einrichtungen ein zentraler Baustein sein.

Es geht darum, gewünschtes Verhalten im Sinne der Prävention zu fördern und

zu unterstützen. Betriebe sollen motiviert werden, nach dem STOP-Prinzip Gefahren möglichst zu substituieren sowie technische, organisatorische und im letzten Schritt persönliche Schutzmaßnahmen zu ergreifen, um die Beschäftigten zu schützen und deren Arbeitsfähigkeit und Gesundheit zu erhalten. ↩



Literatur

Boltz, S.; Klotz, M. & Wetzstein, A.: Auswirkungen der Klimakrise auf Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit. In: DGUV Forum. Fachzeitschrift für Prävention, Rehabilitation, Versicherungsrecht, Forschung, Ausgabe 1/2023, Berlin.

Frank, R. & Lades, S. (2018): Ergebnisse der Studie „Trust in Professions 2018“ des Vereins für Gesellschaft für Konsum, Markt und Absatzforschung, ➔ https://www.nim.org/fileadmin/PUBLIC/9_NIM_Press/pm_trust_in_professions_2018_dt_0.pdf (abgerufen am 02.01.2024).

Gilbert, D.: ➔ <https://klimakommunikation.klimafakten.de/showtime/kapitel-8-mach-den-klimawandel-konkret> (abgerufen am 17.01.2024).

Grawe, K. (2004): Neuropsychotherapie. Hogrefe: Göttingen.

Mosler, H. J. (2012): A systematic approach to behavior change interventions for the water and sanitation sector in developing countries: a conceptual model, a review, and a guideline. In: Int J Environ Health Res. 2012, 22(5), S. 431–449.

Staud, T. & Reimer, N. (2021): Deutschland 2050 – Wie der Klimawandel unser Leben verändern wird. Kiepenheuer & Witsch: Köln.

Stoknes, P. (2018): How to transform apocalypse fatigue into action on global warming, ➔ <https://www.youtube.com/watch?v=F5h6yno-q8uM> (abgerufen am 02.01.2024).

Urner, M. (2019): Schluss mit dem täglichen Weltuntergang – Wie wir uns gegen die digitale Vermüllung unserer Gehirne wehren. Droemer: München.

Von Hirschhausen, E. (2021): Mensch, Erde! Wir könnten es so schön haben. DTV: München.

Windemuth, D.; Schmid, H.; Portuné, R.; Nöthen-Garunja, I.; Klesper, G.; Harth, U. & Edelhäuser, S.: „Man müsste eigentlich viel mehr tun“ – Klimawandel und Handlungsoptionen in einem komplexen Feld. In: DGUV Forum. Fachzeitschrift für Prävention, Rehabilitation, Versicherungsrecht, Forschung, Ausgabe 1/2023, Berlin.

Fußnoten

[1] Urner, M. (2019): Schluss mit dem täglichen Weltuntergang – Wie wir uns gegen die digitale Vermüllung unserer Gehirne wehren. Droemer: München.

[2] <https://klimakommunikation.klimafakten.de/showtime/kapitel-8-mach-den-klimawandel-konkret> (abgerufen am 17.01.2024).

[3] <https://forum.dguv.de/ausgabe/1-2023/artikel/es-wird-unsicherer-und-unbequemer-in-deutschland-werden> (abgerufen am 14.03.2024).

[4] Staud, T. & Reimer, N. (2021): Deutschland 2050 – Wie der Klimawandel unser Leben verändern wird. Kiepenheuer & Witsch: Köln.

[5] Grawe, K. (2004): Neuropsychotherapie. Hogrefe: Göttingen.

[6] <https://forum.dguv.de/ausgabe/1-2023/artikel/auswirkungen-der-klimakrise-auf-sicherheit-und-gesundheit-bei-der-arbeit> (abgerufen am 17.01.2024).

[7] How to transform apocalypse fatigue into action on global warming, <https://www.youtube.com/watch?v=F5h6ynoq8uM> (abgerufen am 02.01.2024).

[8] <https://www.ted.com/about/our-organization> (abgerufen am 14.03.2024).

[9] Mosler, H. J., (2012). A systematic approach to behavior change interventions for the water and sanitation sector in developing countries: a conceptual model, a review, and a guideline. In: Int J Environ Health Res. 2012, 22(5), S. 431-449.

[10] <https://forum.dguv.de/ausgabe/1-2023/artikel/man-muesste-eigentlich-viel-mehr-tun-klimawandel-und-handlungsoptionen-in-einem-komplexen-feld> (abgerufen am 17.01.2024).

[11] Von Hirschhausen, E. (2021): Mensch, Erde! Wir könnten es so schön haben. DTV: München.

[12] <https://forum.dguv.de/ausgabe/1-2023> (abgerufen am 17.01.2024).