

Faktenblatt der FMH

Klimakommunikation in der Ärzteschaft: Wie verhindern wir Reaktanz?

Ausgangslage

Das Vermitteln von Wissen über den menschengemachten Klimawandel allein reicht nicht aus, um den Schutz der Lebensgrundlagen entscheidend voranzubringen. In der Klimakommunikation werden oft Probleme und Katastrophen in den Vordergrund gestellt. Dies löst bei vielen Personen negative Gefühle aus: Ohnmacht, Hilflosigkeit, Reaktanz. Dazu ist die Klimakommunikation meistens nicht an eine spezifische Zielgruppe angepasst. So wird beachtliches Potential verschenkt: Wo Naturwissenschaft unerlässliches Wissen zum menschengemachten Klimawandel erarbeitet, liefert sozialwissenschaftliche Forschung zentrale Erkenntnisse zum gesellschaftlichen Wandel. An diese Einsichten knüpft Klimakommunikation bisher kaum systematisch an.

Gute Klimakommunikation soll eine Orientierung dazu bieten, welche Handlungsoptionen effektiv sind. Die weit verbreitete perfektionistische Vorstellung, dass Klimaschutz nur möglich ist wenn widerspruchsfreie Lösungen gefunden werden, ist ein weiterer lähmender Faktor (Nirvana-Fallacy). Klimaschutz bedeutet in der Realität immer ein Abwägen von Optionen. Klimakommunikation sollte Sie und Ihr Gegenüber befähigen, aktiv zu werden, auch wenn Widersprüche vorhanden sind. Nicht Perfektion ist das Ziel, sondern Veränderung. Wie diese gelingen kann, zeigt das Handbuch Klimakommunikation von klimafakten.de auf [1].

Exkurs: Reaktanz

Reaktanz erklärt die Reaktionen von Personen, deren Handlungs- bzw. Entscheidungsfreiheit bedroht ist. Reaktanz ist eine motivationale (Motivation) Erregung mit dem Ziel, die bedrohte Freiheit wiederherzustellen. Dies geschieht z. B. dadurch, dass das Verhalten «jetzt erst recht» ausgeübt wird oder dass es attraktiver wird [2].

Die ärztliche Klimakommunikation

Die oben erwähnten Probleme sind in der Medizin respektive der öffentlichen Gesundheit schon lange bekannt. Ärztinnen und Ärzte sind in Präventionsthemen täglich mit vergleichbaren Problemstellungen konfrontiert: Die notwendigen Verhaltensänderungen, beispielsweise beim Rauchstopp, lösen nicht selten Reaktanz aus. Das geschieht, wenn die wahrgenommene individuelle Freiheit eingeschränkt wird und eine Verhaltensänderung von aussen vorgeschrieben wird. Eine Verhaltensänderung kann nur dann nachhaltig umgesetzt werden, wenn die betroffenen Personen ihre eigene Motivation für die Verhaltensanpassung finden. Das geschieht in der Praxis durch Kommunikation auf Augenhöhe, Wertschätzung und Anerkennung von Hürden, partizipativem Erarbeiten von Handlungsoptionen und der Akzeptanz von Rückschlägen und Widersprüchen. Ein etablierter Ansatz ist das Motivational Interviewing, welches bei PEPrä vermittelt wird [3].

In der Prävention von nicht übertragbaren Krankheiten gehen diverse Vorteile von klimaschonendem Verhalten Hand in Hand mit Gesundheitsförderung. So wirkt körperliche Aktivität positiv auf die Gesundheit des Bewegungsapparates, des Herz-Kreislaufsystems und des Stoffwechsels. Wird die körperliche Aktivität in Form von Fahrradfahren umgesetzt, werden zudem weniger Lärm erzeugt, weniger Treibhausgas ausgestossen und weniger Feinstaub und Mikroplastik produziert, als bei passiver Mobilität mit dem Auto. Dieser Zusammenhang wird als Co-Benefit bezeichnet und wirkt positiv auf die Umwelt und die Gesundheit [4].

Exkurs: Grazer Charta zu Klimakommunikation

Hauptanliegen der 21 Punkte umfassenden Charta ist es, Leitlinien für eine neue Klimakommunikation zu definieren. Dabei richtet sich die Charta insbesondere an Institutionen und Menschen, die beruflich oder aus gesellschaftlichem Engagement über Klimakrise und Klimaschutz kommunizieren. Sie ist als Orientierung gedacht für Klimaschutzbeauftragte in Gemeinden ebenso wie für Fachleute aus der Klimaforschung, für Verkehrsexpertinnen oder Installateure, die mit ihren Kunden über neue Heizungen sprechen. [5]

Gelungende Klimakommunikation [6]

Der menschengemachte Klimawandel betrifft uns in allen Lebensbereichen. In den vergangenen vier Jahrzehnten hat es die Klimaberichterstattung jedoch nicht geschafft, dies ausreichend zu vermitteln. Belehrungen und Weltuntergangsstimmung sind nicht zielführend. Die damit ausgelösten Reaktionen sind Reaktanz, Ablehnung oder Gleichgültigkeit. Um die Empfängerinnen und Empfänger mit guter Klimakommunikation zu erreichen, müssen folgende drei Faktoren berücksichtigt werden:

1. Emotionen wecken
2. Nähe vermitteln
3. Lösungen anbieten

Durch das Wecken von Emotionen kann der Gleichgültigkeit entgegengewirkt werden. Essenziell sind Geschichten, die berühren und die eigenen Wertvorstellungen ansprechen. Die zugrunde liegenden Fragen lauten: Worum geht es wirklich? Was ist wirklich wichtig?

Neben Emotionen muss Nähe geschaffen werden, zeitlich, räumlich und menschlich. Die Trennung von «Umwelt» und «Ich» muss dafür abgelegt werden und die Gemeinsamkeiten stärker betont werden. Die Umwelt ist kein vom Menschen abgegrenzter Ort, sondern der Weg zur Praxis, eine Wohnung, der Park in dem wir spazieren, unser Mittagessen, die sommerlichen 40 Grad im Schatten.

Der Sprung zum Handeln sollte abschliessend mit praktischen und realisierbaren Lösungen unterstützt werden. Durch das Vermitteln von Katastrophenbildern und Einschränkungen werden Angst und Stress ausgelöst, was den Übergang ins Handeln hemmt. Stattdessen Lösungen und Handlungsmöglichkeiten anzubieten, befähigt Ihr Gegenüber, aktiv zu werden – sowohl für ihre eigene Gesundheit als auch für die Umwelt.

Empfehlungen zur Klimakommunikation

- Hören Sie aufmerksam zu und schaffen Sie Bezug zu den individuellen Themen der Betroffenen
- Holen Sie Ihre Patientinnen und Patienten da ab, wo diese inhaltlich stehen, knüpfen Sie an Bekanntem an
- Vermitteln Sie Handlungsoptionen und Lösungsvorschläge
- Transportieren Sie positive Botschaften und motivierende Geschichten
- Akzeptieren Sie Widerstände, vermeiden Sie es, dagegen anzukämpfen
- Nutzen Sie ansprechende Medien und Darstellungen, gerne auch mit einer Prise Humor [7]

Quellen

- [1] <https://klimakommunikation.klimafakten.de/>
- [2] <https://dorsch.hogrefe.com/stichwort/reaktanz-reaktanztheorie>
- [3] <https://www.pepra.ch/de/beratung-kommunikation>
- [4] <https://www.klimawandel-gesundheit.de/planetary-health/co-benefits/>
- [5] <https://k3-klimakongress.org/grazer-charta-der-klimakommunikation/>
- [6] <https://proclim.ch/flash/74>
- [7] <https://www.klimapsychologie.com/wp/>