

Übungsblatt: Eine gute Klima-Maßnahme entwickeln in 11 Schritten

Folgende Schritte gibt es

- 1.) Wer ist Deine Zielgruppe?
- 2.) Beschreibe eine „Persona“!
- 3.) Was ist Deinem Gegenüber wichtig?
- 4.) Welche Gemeinsamkeiten verbinden Euch?
- 5.) Welches Ziel willst Du mit der Maßnahme erreichen?
- 6.) Beschreibe die Maßnahme!
- 7.) Was motiviert den Gegenüber?
- 8.) Welche Probleme könnten auftreten und wie kann man damit gut umgehen?
- 9.) Erkenne Dich selbst.
- 10.) Reflexion
- 11.) Umsetzung

1.) Wer ist Deine Zielgruppe?

Beschreibe Deine Zielgruppe!

- Wer ist die Zielgruppe, mit der Du kommunizierst?
- Was arbeitet/macht die Zielgruppe? Wie viel und wann? Wo? Hat die Zielgruppe ein niedriges, mittleres oder hohes Einkommen? Welche Ausbildung hat sie?
- Wie alt ist sie?
- Welches Geschlecht hat sie?
- Hat sie eine Familie und wie sieht die aus?
- Wie und wo lebt sie?
- Welche Hobbies hat die Zielgruppe?
- Was mag sie und was mag sie nicht?
- Welche Partei wählt sie vermutlich und warum? Oder wählt sie gar nicht? Wenn ja, warum? Ist die Person eher konservativ, gemäßigt oder eher links-grün orientiert?
- Welche Medien nutzt sie (Zeitung, TV, Radio, Facebook, Instagram, telegram, Tiktok, Magazine, ...)?

2.) Beschreibe eine „Persona“!

Beschreibe eine „Persona“, also eine typische, erdachte Person aus der Zielgruppe. Das hilft Dir, noch mehr Gefühl für die Zielgruppe zu kriegen.

- Gibt der Persona einen Namen!
- Wer ist die Person, mit der Du kommunizierst?
- Was arbeitet/macht die Person? Wie viel und wann? Wo? Hat die Person ein niedriges, mittleres oder hohes Einkommen? Welche Ausbildung hat sie?
- Wie alt ist sie?
- Welches Geschlecht hat sie?
- Hat sie eine Familie und wie sieht die aus?
- Wie und wo lebt sie?
- Welche Hobbies hat sie?
- Was für Freund*innen hat die Person? Bedenke, dass dieses Umfeld für die eigene Weltsicht einen großen Einfluss hat.
- Was mag sie und was mag sie nicht?
- Welche Partei wählt sie vermutlich und warum? Oder wählt sie gar nicht? Wenn ja, warum? Ist die Person eher konservativ, gemäßigt oder eher links-grün orientiert?
- Welche Medien nutzt sie (Zeitung, TV, Radio, Facebook, Instagram, telegram, Tiktok, Magazine, ...)?

3.) Was ist Deinem Gegenüber wichtig?

Was ist der Zielgruppe bzw. der Persona wichtig? Wie sieht eine Welt aus, die sich die Zielgruppe wünscht? Zusätzlich kann diese Liste an Werten helfen. Notiere 5 Werte, die Deiner Zielperson wichtig sind. Markiere jene von diesen 5 Werten, die Dir auch wichtig sind.

Mögliche Werte: Selbstbestimmung, Unabhängigkeit, Freiheit, Kreativität, Abgrenzung, eigene Ziele, Abenteuer, Genuss, Leistung, Intelligenz, Ehrgeiz, Kompetenz, Erfolg, Macht, Reichtum, Anerkennung, Sicherheit, Gesundheit, Ordnung, Zugehörigkeit, Tradition, Frömmigkeit, Demut, Mäßigung, Konformität, Disziplin, Gehorsam, Höflichkeit, Gemeinsinn, Ehrlichkeit, Loyalität, Hilfsbereitschaft, Verantwortung, Blick auf's Ganze, Gleichheit, Gerechtigkeit, Frieden, Weisheit, Harmonie, Naturschutz, Schönheit, Toleranz

4.) Welche Gemeinsamkeiten verbinden Euch?

Verschieden zu sein ist okay und für eine Demokratie sogar wertvoll. Wie auch immer: es gibt immer neben Unterschieden auch Gemeinsamkeiten. Gemeinsamkeiten können Brücken bauen zwischen verschiedenen Personen bzw. gesellschaftlichen Gruppen. Welche Gemeinsamkeiten haben Du und Deine Zielgruppe bzw. die Persona?

Es kann auch vorkommen, dass man zu verschieden ist. In dem Fall ist es gut, wenn wer anders beim Gegenüber als Themenbotschafter*in oder Brückenbauer*in auftritt.

5.) Welches Ziel willst Du mit der Maßnahme erreichen?

Wähle ein realistisches Ziel. Formuliere ein möglichst SMARTes Ziel, d.h. dass Ziel sollte spezifisch, messbar, attraktiv, realistisch und terminiert sein. Ein SMARTes Ziel könnte sein: „Ich möchte bis zum Monatsende 10 allein lebende Rentner*innen aus meiner Nachbarschaft zum Ökostromwechsel gebracht haben.“ oder „Ich will bis zum Ende des Jahres dafür gesorgt haben, dass es in meiner Straße Fahrrad-Parkplätze mit Fahrradbügeln gibt.“ oder „Ich will bis zum Ende des Jahres in meinem Betrieb, meiner Schule oder meiner Uni dafür sorgen, dass der CO2-Ausstoß um 10% sinkt oder eine Solaranlage gebaut wird oder das vegane Essen in der Cafeteria attraktiver wird, sodass doppelt so viel davon gegessen wird.“ Viele neigen dazu, zu schnell zu viel erreichen zu wollen. Prüfe, ob Dein Ziel wirklich zu der Zielgruppe bzw. Persona passt. Wenn nicht, pass das Ziel an oder wähle eine andere Zielgruppe. Wenn Du klar hast, was Du erreichen willst, wird auch klarer, was Du nicht erreichen willst. Und das könnte Dich entspannen.

Spezifisch

Messbar

Attraktiv

Realistisch

Terminiert

6.) Beschreibe die Maßnahme!

Wann und wo passiert die Maßnahme? Passt das zur Zielgruppe? Ist sie dort und hat sie da Zeit? Wirkt die Maßnahme vom Inhalte und von der Gestaltung her motivierend für die Zielgruppe? Was soll die Zielgruppe dann tun? Wie wird das erreicht? Wer agiert?

7.) Was motiviert den Gegenüber?

Wie kannst Du die Maßnahme für den Gegenüber möglichst motivierend gestalten?

Was hat der Gegenüber davon? Welche Werte werden mit dem Ziel angesprochen, die dem Gegenüber wichtig sein könnten? Welche Argumente könnten dem Gegenüber wichtig sein? Welche Gefühle könnten den Gegenüber motivieren? Fällt Dir eine motivierende Geschichte ein, z.B. von Dir selbst? Kannst Du Vorbilder ins Feld führen, die die Zielgruppe sympathisch findet? Ist die Maßnahme so aufgemacht, dass sie auch äußerlich die Zielgruppe anspricht? Falls es Plakate oder Flyer gibt: sind die ansprechend für die Zielgruppe? Falls es Musik gibt: ist die ansprechend für die Zielgruppe?

Wer tritt wie als Sprecher*in oder Akteur*in auf? Passt die Person zur Zielgruppe? Wenn nicht, wer könnte das machen?

Vielleicht ist dem Gegenüber der Ernst der globalen Lage nicht klar. Macht es Sinn, über die Notwendigkeit einer Klima-Wende in Zeiten der Klima-Krise zu reden? Wie schaffst Du es, das berührend, aber nicht anklagend zum Thema zu machen?

Wenn Dir gar kein Ansatzpunkt einfällt, solltest Du das Ziel oder die Zielgruppe anpassen.

8.) Welche Probleme könnten auftreten und wie kann man damit gut umgehen?

Gibt es technische, finanzielle oder rechtliche Hürden? (Wie) Lassen die sich umgehen oder muss die Maßnahme anders gestaltet werden? Gibt es potentielle Verbündete, die dabei helfen können?

Was für Widerstände könnten Menschen gegen die Maßnahme haben? Woher könnten die Widerstände kommen? Sind die Widerstände berechtigt? Haben die Widerstände mit der Maßnahme an sich zu tun oder mit beteiligten Personen oder mit der Art, wie kommuniziert wird? Welche Ansatzpunkte siehst Du, die Widerstände zu besänftigen bzw. die Motivation des Gegenübers für diese Klimaschutz-Maßnahme zu wecken? Oder solltest Du doch ein anderes Ziel wählen? Oder sind die Widerstände nicht so stark und bedrohen damit den Erfolg der Maßnahme nicht?

9.) Erkenne Dich selbst.

Warum will ich diese Maßnahme umsetzen? Was ist mir in dieser Maßnahme wichtig? Wo könnte ich dem Erfolg der Maßnahme im Wege stehen? Wie kann ich dafür sorgen, dass es mir (und uns als Gruppe?) während der Vorbereitung und Durchführung der Maßnahme und danach gut geht? Wo könnte Frustration auftreten? Was kann motivierend wirken? Schafft Euch einen Raum, wo Ihr Euch gegenseitig supporten könnt und vergesst nicht, Erfolge zu feiern!

10.) Reflexion

Ist die Maßnahme so rund? Wenn nicht, woran liegt es? Muss das Ziel angepasst werden oder die Zielgruppe oder die Maßnahme?

11.) Umsetzung

Was muss zur Umsetzung der Maßnahme wann getan werden? Wer macht es?