

Wertschätzendes Lob motiviert zu klimafreundlichem Verhalten

Autorin: Ursula Katthöfer, Wissenschaftsjournalistin, Bonn

Klimaschutz ist eine Gemeinschaftsaufgabe, zu der alle beitragen können. Dabei sind kleine Schritte von vielen radiologischen Praxen und Instituten viel wirkungsvoller als große Schritte von wenigen Einrichtungen. Doch wie so oft im Arbeitsalltag hängt der Erfolg von wertschätzender Kommunikation ab.

Ein Coffee-to-go auf dem Weg zur Arbeit, in der Pause oder nach der Schicht kann doch keine große Umweltsünde sein, oder? Leider doch. In Deutschland verbrauchen wir Schätzungen zufolge pro Jahr 2,3 Milliarden Einwegbecher für unseren Kaffee oder andere Getränke. Aufeinandergestapelt ist dieser Müllberg kaum vorstellbar. Die Einwegbecher verursachen bei Produktion und Transport zudem jede Menge unerwünschte Treibhausgase, allen voran CO₂-Emissionen.



Die Botschaft hinter den Worten

Fallbeispiel 1: Eine MTR, die sich lange kritisch zu Klima- und Umweltschutz äußerte, hat sich einen Mehrwegbecher für ihren Coffee-to-go gekauft. Eines Morgens erscheint sie damit zur Teambesprechung. Reaktion einer umweltbewussten Kollegin: „Toll, dass Du auch endlich einen Mehrwegbecher nutzt!“

Was vordergründig wie ein Lob klingen mag, ist ein versteckter Vorwurf. „Endlich!“ – Als hätte die ganze Welt auf nichts anderes als diesen Mehrwegbecher gewartet. Wer so spricht, maß sich Kritik an.

Toll, dass Du auch endlich einen Mehrwegbecher nutzt!



Doch welches Recht hat diese Kollegin, sich zu einer ökologischen Kontrollinstanz aufzuschwingen und andere zu belehren? Ein Ton wie dieser motiviert nicht, er prangert an. Doch es geht auch anders:

Fallbeispiel 2: „Was für ein hübscher Becher! Da schmeckt der Kaffee doch gleich nochmal so gut.“ Diese Kollegin würdigt den Becher und nicht die Tatsache, dass jemand von

Was für ein hübscher Becher! Da schmeckt der Kaffee doch gleich nochmal so gut.

Einweg auf Mehrweg umgestiegen ist. Zudem vermeidet sie das konfrontative „Du“. Ihre Bemerkung, dass der Kaffee jetzt doppelt so gut schmecke, wirkt positiv verstärkend. Sie hat auf eine zurückhaltende und dennoch aufmerksame Art ihre Anerkennung geäußert. So ein Lob motiviert.



Gewinn statt Verzicht

Es ist das Geheimnis erfolgreicher Klimakommunikation, positiv zu bleiben. Kritik, Schuldzuweisungen oder gar Sarkasmus führen zu schlechten Gefühlen, die selbst Wohlmeinende von Klimaschutzbemühungen abschrecken. Es ist daher viel wichtiger, über Lösungen zu sprechen als Konfliktpunkte lange auszuwalzen.

Dabei kommt es auf die Wortwahl an. Der Begriff „Verzicht“ weckt Ängste, dass der Klimawandel und seine Folgen unser Leben bedrohen. Das ist nicht von der Hand zu weisen. Doch Ängste lähmen. Auch Wörter wie „Vorschrift“, „Schuld“, „Regel“ und „Strafe“ können dazu führen, das wichtige Thema Klimaschutz abzublocken. Doch wir brauchen Hoffnung. Deshalb ist es zielführender, die positiven Seiten eines veränderten Verhaltens als Chance oder Gewinn zu betrachten. Es tut uns und unserer Erde gut, wenn wir weniger Treibhausgasemissionen verursachen.

Wir stehen gerade erst am Anfang der Klimakrise. Jeder Versuch, das 1,5-Grad-Ziel einzuhalten, ist sinnvoll. Deshalb sollten wir Veränderungen mit Freude annehmen. Klimaschutz darf Spaß machen.