

OUTREACH TRAINING - SKRIPT FÜR DIE TRAINER

Durch Flyern Menschen effektiv erreichen - Stand: Official Version #1 01/2020

Herzlich Willkommen!

Schön, dass Du das Dokument geöffnet hast. Damit hast Du den ersten Schritt gemacht um mit diesem Workshop einen großen Beitrag für XR Deutschland zu leisten. Damit Du das Training erfolgreich und ohne großen Aufwand ausrichten kannst, stellen wir Dir von der OG München alles zur Verfügung.

In diesem Skript findest Du jeglichen wichtigen Content zum Thema "Outreach - Effektive Gespräche mit Passanten" und für die Durchführung des Trainings. Die jeweils aktuellste Version der Datei findest du unter Team Trainings in der Trainercloud. Bitte beachte dabei, dass dieses Skript für Trainer erstellt wurde und nicht geeignet ist für die Weitergabe an Teilnehmer.

Weitere Materialien, die Dir bei der Bewerbung und Durchführung helfen, findest du im Ordner 'Extramaterialien'.

Bei Fragen, Wunsch nach einem telefonischen Beratungstermin mit einem erfahrenen Trainer, Feedback inhaltlicher oder grammatikalischer Natur zum Skript oder wenn Du einfach nur der Outreach Trainer Community beitreten möchtest, kannst du über den folgenden Link Mitteilungen/Anfragen machen: <https://is.gd/XwDXRv>

Wir empfehlen jedem neuen Trainer, sich zur Orientierung unser eigens dafür erstelltes Trainer-Webinar anzuschauen. (coming soon).

Wir wünschen Dir viel Spaß beim Durchlesen! :)

Generelle Informationen:

Rahmen:

Dauer: 4 Stunden

Zielgruppe: Das Training ist komplett unabhängig von der Outreach AG. Jeder kann und sollte Flyern! Voraussetzung für eine sinnvolle Teilnahme ist dabei, dass die Personen an einer unserer Aktionen oder an einem Onboarding teilgenommen haben und unsere 3 Forderungen und 10 Prinzipien teilen.

Ort: Seminarraum (Groß genug, um mit einer Gruppe von 10-25 Teilnehmern arbeiten und einen Stuhlkreis bilden zu können. Flipchartständer sind von Vorteil. Oder ihr hängt eure eigenen Flipcharts & Moderationskarten an die Wand.)

TN: 10-25 (Vorherige Anmeldung zur besseren Vorbereitung der Trainer*innen sinnvoll)

Sprache: Deutsch

Framing: Es macht Sinn, wenn zeitnah nach dem Workshop für die Teilnehmenden die Möglichkeit geschaffen wird, das Gelernte in der Realität auszuprobieren, z.B. 'Die-In' am nächsten Tag.

Ziele des Workshops für die Teilnehmenden:

- 1) Ihr eignet euch einen roten Faden für zielorientiertes Outreach an
- 2) Ihr lernt verschiedene Techniken & Impulse, wie Ihr den Erfolg eures Outreaches steigern könnt
- 3) Ihr bekommt die Gelegenheit zum Üben und erhaltet Feedback

INHALTSVERZEICHNIS

Eröffnung & Rahmen setzen	4
Raumvorbereitung bevor es losgehen kann.....	4
Eröffnung.....	4
Kennenlernen	5
Rahmen setzen	5
Outreach Grundlagen.....	6
Outreach Einführung.....	6
Flipchart Brainstorming.....	6
Voraussetzungen um flyern zu können.....	6
Sieben Tipps im Gespräch mit Nicht-Aktivisten	7
Realistische Erwartungshaltung beim Outreach.....	9
Generelle Aussagen zum Workshop.....	9
Outreach Theorie.....	10
2 Strömungen im Gespräch mit Außenstehenden	10
Empfehlung zur anzuwendenden Outreachströmung	10
Gesprächsleitfaden	12
Puzzle - Grobübersicht.....	12
Schritt 1: Ansprechen (Eröffnung des Gesprächs).....	13
Schritt 2: Ist-Analyse (Wissen, wo der Gegenüber steht).....	14
Übung #1 (Schritt 1 & 2)	15
Schritt 3: Verstehen und Motivieren (Erfahrungs- und Emotionsaustausch).....	16
ABC Technik.....	17
Übung #2 (Schritt 3).....	18
Schritt 4: Zum Handeln bringen (Call-to-Action).....	19
Schritt 5: Gesprächsausstieg (Wertschätzendes Ende).....	21

Übung #3 (Schritt 1-5).....	22
Ausstieg & Ende des Workshops.....	24
Inhaltlicher Ausstieg.....	24
Emotionaler Ausstieg + Feedback.....	24
Advanced Knowledge Base	25
Alternatives Kennenlernspiel.....	25
Wie könnte man sich im Outreach langsam vorantasten?.....	25
Wie kann man sein eigenes Wissen erweitern? (Für XRler und interessierte Passanten)	25
Meinungsgruppen zum Thema Klimawandel in Deutschland.....	26
Welches Framing hat welche Erfolgswahrscheinlichkeit im Hinblick auf die Wahrnehmung & Reaktion bezüglich der Klimakrise?	26
Fragetechniken Grundlagen	27
Puzzle Erläuterung	28
Individuelle Motive der einzelnen Personen	29
Beispiel-Formulierungen für Schritt 3:	30
Wie kann ich XR kompakt erklären?	32
Wie kann ich strukturell meinen Schritt 4 (Call-to-Action) aufbauen?	32

ERÖFFNUNG & RAHMEN SETZEN

[Vor dem Workshop]

Raumvorbereitung bevor es losgehen kann

- Aufbauen:
 - Trainer-Tisch (mit allen Unterlagen des Trainerteams)
 - Material-Tisch (ggf. für Platz, um weitere Materialien zu lagern)
 - Stuhlkreis (abgezählt, damit es pünktlich losgehen kann)
 - Snack-Area (für die Pausen)
 - Ggf. Flipcharts aufhängen
 - Ggf. Welcome Flipchart außen an die Eingangstür & weitere Schilder aufhängen, damit die Teilnehmenden den Raum gut finden
 - Sonstiges:
 - Raum lüften
 - Gemütliche Musik
 - Namensschilder für jede*n Trainer*in machen (Crepeband bietet sich gut an)
- Tipps aus der Praxis:
 - Ein Foto vom Raum machen, bevor man Sachen umstellt, damit man ihn am Ende so verlassen kann, wie man ihn vorgefunden hat.
 - Empfehlung: 1 Stunde vor Seminarbeginn mit Raumvorbereitungen beginnen, um Ruhe zu haben, nochmal kurz in sich gehen zu können.

[Puffer in der Agenda für Zuspätkommer - 15 min]

--- Offizieller Beginn des Workshops ---

Eröffnung

[Eröffnung - 7 min]

- Begrüßung
- Warum dieser Workshop, warum Outreach wichtig
 - z.B. Wie es dazu kommt, dass man das Outreach Training jetzt abhält
 - Formel für XR Erfolg: Aktion x Outreach
- Vorstellung der Trainer*innen
- Namensschilder für jede*n
- Ziele des Workshops vorstellen (s. oben) + kurz 4 Sätze, was bei 'Eröffnung & Rahmen setzen' noch passiert, bevor man inhaltlich in den Workshop einsteigt.
- Vorstellungsrunde: Kurze Namensrunde + ggf. weitere Informationen z.B. AG (abhängig von der Gruppengröße)

Kennenlernen

[Kennenlernen - 13 min]

- Suche nach Gemeinsamkeiten
 - Gruppe geht/tanzte einzeln & frei im Raum herum, während gute Musik läuft.
 - Wenn die Musik stoppt, sucht man sich die nächststehende Person, die man noch kaum kennt und versucht in den nächsten ~ 2,5 Minuten so viele gute Gemeinsamkeiten zu finden, wie nur möglich. Netflix Abo als Gemeinsamkeit zählt nicht ;)
 - Das Ganze wird 3-4 Mal wiederholt.
 - Anmerkung: Alternatives Kennenlernspiel s. 'Alternative Kennenlernspiele' in der Advanced Knowledge Base

Rahmen setzen

[Rahmen setzen - 7 min]

- Erwartungen abfragen und besprechen, was davon erfüllt werden kann und was nicht.
- Agenda
- Erwartungen der Trainer*innen (Fragen stellen! & sich ausprobieren - wir machen das alle zum ersten Mal, also Bitte um Nachsicht, wenn etwas nicht perfekt funktioniert)
- Materialien: Welche Materialien werden wo zur Verfügung gestellt und was sollte man lieber selber mitschreiben?
- Mittagessen & Snack-Ordnung, Klo usw.
- Fragen von Teilnehmenden?

OUTREACH GRUNDLAGEN

Outreach Einführung

[Outreach Einführung – 20 min]

Flipchart Brainstorming

Teilnehmer gehen in Kleingruppen (3-5 Personen) zusammen und schreiben Ihre Punkte zur Frage: 'Was zeichnet gutes Flyern aus?' auf ihren Flipchart (7min). Danach stellt jede Gruppe die Ergebnisse kurz vor + ggf. Diskussion (5 min). Trainer ergänzt ggf., so dass die Key Learnings abgedeckt werden (5 min).

Key Learnings für die Teilnehmer:

- Outreach/Flyern ist nicht nur für die Outreach AG, sondern für jeden XRler.
- Die Anforderungen ans Flyern sind gering (s. folgend 'Voraussetzungen um flyern zu können')
- Flyern kann am Anfang angsteinflößend sein. Keine Angst vor Fehlern. Fast jedes Outreach-Gespräch ist besser als gar keines.
- Was ist realistisch/was nicht beim Flyern? (s. folgend 'Realistische Erwartungshaltung beim Outreach')

Voraussetzungen um flyern zu können

- Was sollte man erfüllen, bevor man mit Outreach anfängt?
 - o Basics über XR und Klimaschutz wissen
 - o 3 Forderungen kennen
 - o 10 Prinzipien schon mal gehört haben und dahinter stehen können
- Mehr wissen ist natürlich immer besser. Für ein thematisch noch besseres Einlesen empfehlen die Autoren die Links 'Wie kann man sein eigenes Wissen erweitern?' (Für XRler und interessierte Passanten) in der Advanced Knowledge Base.

Sieben Tipps im Gespräch mit Nicht-Aktivisten

[Für manche Personen ist das selbstverständlich und für andere muss man sich Zeit nehmen und den Fokus auf diese grundlegenden Dinge legen. Unsere Empfehlung ist es, nur die offenen Prinzipien aufzugreifen, die in der Gruppenarbeit 'Flipchart Brainstorming' noch nicht angeschnitten wurden, und bei Bedarf das Handout an die Teilnehmer austeilen (s. Extramaterialien).]

1. Positivität: Wir wollen, dass der*die Passant*in mit einem guten Gefühl aus dem Gespräch herausgeht

- Es geht sehr viel um Emotionen
 - Die grundlegenden Informationen zur Klimakrise haben die meisten
 - Das Gefühl von Sicherheit im Gespräch und "wir können etwas verändern" haben nur wenige.

2. Zeige Verständnis & Interesse

- Höre nicht zu, um Antworten zu können, sondern um zu verstehen
- Verständnis: Jede*r von uns hat Zeit gebraucht, um aktiv zu werden. Jede*r hat seine eigene Realität.

3. Gib jedem die Chance, ein neuer Klimaschützer zu werden

- Menschen, von denen man es nicht erwarten würde, können trotzdem gut inspiriert werden.
- Wenn Leute nicht reden wollen, werden sie es Dir klar machen. Den ersten Schritt zu tun liegt aber zu 95% in der Verantwortung des Aktivist*in.

4. Es geht nicht darum, was wir sagen, sondern wie wir es sagen

- Ich-Aussagen anstatt Du-Aussagen ("Ich finde, dass ...")
- Wording: Manche Wörter sind sehr mit Ideen oder Gefühlen verbunden, die wir nicht in anderen Personen auslösen wollen oder einfach falsch verstanden werden könnten. Darum benutzen wir am besten andere Wörter/Sätze, die das gleiche aussagen:

- **Klimawandel → Klimakrise**
- **Systemveränderung → Ganzheitliche Veränderung**
- **Ziviler Ungehorsam → Bewusst Grenzen übertreten**
- **Radikal/extrem → konsequent**
- **Radikale Veränderung → Notwendige Umstellung, ganzheitlicher Ansatz**
- **Methodik → Vorgehen**
- **Kritisch → differenziert**
- **'Wollen verbieten' → Wollen eine lebenswerte Zukunft und sind dafür bereit. Veränderungen in Kauf zu nehmen.**

- No Shaming & Blaming -> Diese Begriffe auch direkt erklären, da gerade ältere Menschen sie oft nicht kennen. Außerdem ist das ein guter Moment, in dem sich alle selbst an die Nase fassen können.

5. Nutze deine Ressourcen sinnvoll

- Es kann effektiver sein, fünf progressive Gespräche zu führen anstatt sich die Zähne an einem*r Klimaleugner*in auszubeißen.
- Wenn du siehst, dass ein Gespräch nicht zielführend ist, dann überlege, was jetzt am meisten Sinn macht.
- Wenn Du merkst es geht dir nicht gut, dann gönn Dir eine Pause!

6. Mache authentische Öffentlichkeitsarbeit

- Sei Du selbst, aber sei Dir bewusst, dass dein Aussehen und deine Sprache als Gesicht von XR wahrgenommen werden.
- Man sollte die Basics über XR und die Klimakrise kennen bevor man aktiv Outreach-Gespräche führt.
- Du wirst aufgrund deiner Persönlichkeit manche Gruppen besser ansprechen können als andere, nutze das!
- Wir sind eine breite Bewegung und wir sind vereint in der Klimakrise durch unsere Werte und Prinzipien. Darüber hinaus sind wir aber bewusst divers. Wir möchten deswegen betonen: Es ist zwar super, wenn einzelne Personen eine klare Vorstellung haben, durch welche Vorgehensweise man die Klimakrise am besten lösen kann, aber das ist kein XR Konsens, sondern immer eine persönliche Meinung. Dies sollte so auch nach außen hin kommuniziert werden.
- Ein Flyer, den man verteilen möchte, muss aus der rechtlichen Perspektive immer ein Impressum haben.

7. Was auch immer passiert: Bleib cool!

- Wenn du etwas nicht weißt, ist das völlig in Ordnung. Es ist auch in Ordnung, erst seit einer Woche bei XR dabei zu sein.
- Die verbale Gewalt anderer Leute richtet sich oft nicht gewollt gegen dich persönlich.

Weitere Faustregeln:

- ❖ *Wer fragt, der führt.*
- ❖ *Wer sich etwas selbst erschließt, kommt besser in Aktion als wenn man ihm etwas vorgibt.*
- ❖ *Zuhören ist der halbe Erfolg.*
- ❖ *Reden ist ein Bedürfnis, Zuhören eine Kunst.*
- ❖ *“Eine Fähigkeit zu lernen ist nicht wie etwas auswendig lernen - eher wie Fahrrad fahren lernen. Man kann 10 Bücher zu einem Thema lesen - aber wie lernt man es wirklich? Indem man es einfach ausprobiert. Hinfällt. Dadurch lernt man und wird jedes Mal besser.”*

Realistische Erwartungshaltung beim Outreach

Unrealistisch

- ist es, Passanten von "Ist das Klima wirklich ein Problem?" zu einem*r XR Aktivist*in zu gewinnen (Zielsetzung eines Outreach Gesprächs ist es nicht, dass die Person jetzt sofort mitmacht, sondern dass sie den individuellen nächsten Schritt tut!)
- ist es, alle zu erreichen (Outreach ist ein 'number game')

Realistisch

- Was bedeutet es, "es zu schaffen"?
- Vergleichswerte für: Was ist normal? Was ist gut?
 - o Das ist sehr abhängig von der Situation und was man als Erfolg definiert.
 - o Aus der Erfahrung weiß man, dass z.B. nur der Ort (innerhalb des Hauptbahnhofs vs. vor dem Hauptbahnhof) am gleichen Tag, bei der gleichen Person komplett unterschiedliche Ergebnisse auslösen kann.
 - o Grober Anhaltspunkt für die eigene Orientierung: Wenn man 100 Personen anvisiert, dann
 - lassen sich davon 50% = 50 Personen ansprechen (sehr abhängig vom Szenario und Ort)
 - wollen davon 20% = 10 handeln (je nachdem, was man wie fragt)
 - werden davon 10-50% = 1-5 tatsächlich aktiv (z. B. Teilnahme an Veranstaltungen, das ist ebenso abhängig von der Art der Zusage)

"Möchte man einen Menschen überzeugen, Klimaschutz als wichtig anzusehen oder möchte man eine Person, die Klimaschutz wichtig findet, zum Handeln bewegen?"

Generelle Aussagen zum Workshop

- Es gibt viele Wege nach Rom. Entscheidend ist, freundlich zu sein und dem Gegenüber zuzuhören. Impulse im Workshop sind eher Ergänzungen bzw. dazu da, dass die Teilnehmer neue Perspektiven einnehmen.
- Der Gesprächsleitfaden basiert auf professioneller Erfahrung und wird auch in der Praxis erfolgreich angewendet. Gleichzeitig handelt es sich hierbei um ein 'dynamisches Konzept', welches stetig weiterentwickelt wird. Zusätzlich kann es sein, dass sich einige Tools & Techniken für einige Menschen besser eignen als für andere.
- Wir geben uns Mühe, den Inhalt so einfach und anschaulich wie möglich zu vermitteln, sind aber keine Experten und würden hier um etwas Nachsicht bitten.
- Trainer-Absicherung: Dies ist in keiner Weise ein Aufruf, an Aktionen des zivilen Ungehorsams teilzunehmen!
- Hintergrund: Es gibt verschiedene Arten, in Kontakt mit Menschen zu kommen, z.B. XR-Talks/Telefon-Outreach/Door-knocking-Outreach. Wir konzentrieren uns in diesem Workshop auf das Flyering.

Outreach Theorie

[Outreach Theorie – 10 min]

2 Strömungen im Gespräch mit Außenstehenden

- Es gibt grob gesagt zwei Strömungen: Informieren vs. Verstehen
 - Informieren
 - Ziel: Wissensvermittlung, 'Aktives Überzeugen'
 - Beispiel: einminütiger 'Pitch' mit konkreter Aufforderung am Ende
 - Ursprung für vertieftes Nachlesen: 'Normal Canvassing'
 - Verstehen
 - Ziel: Gegenüber verstehen, 'Aktives Zuhören'
 - Beispiel: Videobeispiel von AVO:
<https://www.youtube.com/watch?v=BY7DmCuUEcl>
 - Anmerkung: Video nur kurz zeigen (1-2 Min; z. B. 0:00 - 1:37), so dass die Teilnehmer ein Gespür bekommen. Später, nachdem man die Tools durchgegangen ist, wird das Video nochmal gezeigt.
 - Ursprung für vertieftes Nachlesen: 'Deep Canvassing'

Spannungsfeld: Informieren ←-----→ Verstehen

- Interaktion mit der Gruppe:
 - Welchen Outreach-Stil habt ihr bis jetzt genutzt?
 - Was ist effektiver? Was hilft in welcher Situation mehr?

[Die Begriffe 'Normal & Deep Canvassing' stammen aus dem Englischen. Ein sinnvolles deutsches Wort dafür gibt es nicht. Sie wurden nur zur Vollständigkeit aufgeführt. Für die Teilnehmer sollte der Ursprung irrelevant sein. Im Seminarskript werden die einfacheren Begriffe 'Informieren' und 'Verstehen' genutzt.]

Empfehlung zur anzuwendenden Outreachströmung

- Den Gegenüber wirklich zu verstehen und auf ihn einzugehen kostet Zeit, Energie und Offenheit. Das ist z. B. In Swarmings nicht immer gegeben.
- Manche Menschen sind sich zwar der Klimakrise bewusst, aber wissen vielleicht nicht konkret, inwiefern man anhand von IPCC Berichten klar sagen kann, bis wann man wie viel CO2 eingespart haben muss o.ä.

vs.

- Die meisten Menschen sind sich darüber bewusst, dass wir eine Klimakrise haben und dass wir mehr machen sollten. Der Grund, weshalb sie bis jetzt nicht gehandelt haben, liegt häufig nicht daran, dass sie nichts davon wissen, sondern eher an Punkten wie z. B.: Sie glauben nicht, dass man etwas ändern kann; sie wissen nicht, was man machen sollte (Elektroautos jetzt gut oder mit dem benötigten Lithium und vielem Wasser doch auch wieder schädlich?); sie sind zu bequem, den eigenen Lebensstil umzustellen oder haben Bedenken, z. B. „Was sollen meine Mitmenschen denken?“ oder „Ist XR nicht zu radikal?“ In den meisten Fällen ist es daher viel sinnvoller, sich Zeit zu nehmen und sein Gegenüber zu verstehen und individuell auf ihn einzugehen, um ihn damit für den Klimaschutz mobilisieren zu können.
- Wer bei seinem Gesprächspartner einen Wandel dessen Lifestyles erreichen möchte, kann dies durch reine Informationsvermittlung nicht erreichen.
- Wer informiert/pitched, kann eigentlich nur diejenigen Leute erreichen, die ohnehin schon bereit sind, aktiv zu werden und die nur noch angesprochen werden wollen. Alle anderen können durch reine Informationsvermittlung nicht erreicht werden.

Fazit:

Wenn möglich, ist es in den meisten Fällen sinnvoller, ein Gespräch mit einem sehr hohen 'Versteh'-Anteil anzuwenden (s.oben ' 2 Strömungen im Gespräch mit Außenstehenden).

→ **Wir legen deswegen in diesem Workshop den Fokus auf das 'Verstehen'!**

[Hintergrundgedanke: Wer auf den Informationsteil eingehen möchte, z.B. welche Themen/Fakten bieten sich für das Informieren gut an? wäre das die richtige Stelle]

“People are generally better persuaded by the reasons which they have themselves discovered than by those which have come into the mind of others.” - Blaise Pascal

[Nachdenkfrage: Sind die Aktionen in unserer Ortsgruppe für ausführliche, empathische 'Versteh'-Gespräche geeignet oder sollte man hier etwas ändern? (Diese Frage zu besprechen kann Zeit dauern und eignet sich daher eher in einem AG-Meeting).

Hintergrundfakt: In den Ernährungswissenschaften hatte man auch lange gedacht, dass Menschen sich umso gesünder ernähren würden, je mehr sie über das Thema Ernährung wissen. Dementsprechend wurde in Kampagnen für eine bessere Ernährung in der versucht, das Wissen zum Thema Ernährung in der Bevölkerung zu erhöhen. Es stellte sich aber heraus, dass Ernährungswissen und -verhalten größtenteils voneinander unabhängig ist.]

GESPRÄCHSLEITFADEN

Puzzle - Grobübersicht

[Puzzle - Grobübersicht - 15min]

Schritte	Ansprechen (Eröffnung des Gesprächs)	Ist-Analyse (Wissen, wo der Gegenüber steht)	Verstehen & Motivieren (Erfahrungs- und Emotionsaustausch)	Ins Handeln bringen (Call-to-Action)	Gesprächsausstieg (Wertschätzendes Ende)
Ziel	Mit Person ein Gespräch beginnen	Herausfinden, inwiefern sich ein längeres Gespräch mit der Person lohnt	Verstehen, was eine Person braucht und wie sie sich fühlt, um sie zum Handeln zu bewegen	Person zu der höchstmöglichen & realistischen & effektiven Handlung bringen	Das Gegenüber mit einem positiven Gefühl verabschieden
Formulierungen	Hi, ich bin und wir sind Extinction Rebellion aus....	Ich mache mir... wegen der Klimakrise. Wie geht es Ihnen dabei?	Welche Aktionen oder Entscheidungen sollte die Regierung durchführen?	Damit wir das hinkommen, brauchen wir Dich! Wenn die Zeit läuft ab. Wir wissen, dass wir nur noch X Jahre haben.	Vielen Dank! Ich habe das Gespräch den Austausch genossen.
	Hallo, was halten Sie von der Aktion?	Haben Sie eine Idee, wie wir unsere Bewegung/Aktion beim nächsten Mal besser machen können?	Wie stellen Sie sich die Welt in 10 Jahren vor, wenn wir jetzt als Bürger nicht aktiv werden?	Könntest Du Dir vorstellen, ...?	Kommen Sie doch gerne Mal bei einem Info-Vortrag /.../ vorbei, dort können wir das Gespräch weiterführen.
	Entschuldigung, was verbindet Sie mit dem Logo?	Was wissen Sie bereits über unsere Bewegung?	Wann wäre es Ihrer Meinung nach notwendig, dass wir als Bürger aktiv werden?	Wie klingt das für Dich?	Danke für Ihre Meinung! Leider muss ich aufgrund von... das Gespräch unterbrechen
Bitte beachte	Nicht jeder möchte ein Gespräch (über die Klimakrise) jetzt führen	Was wären Signale, dass der Gegenüber in der Zukunft bereit sein könnte, sich für den Klimaschutz zu engagieren?	Est wer sich verstanden fühlt, ist offen, den anderen zu verstehen	Innerhalb eines Gesprächs wird niemand seine Meinung um 180° ändern	Was ist der Grund dafür, dass das Gespräch beendet wird?

s. 'Puzzle Erläuterung' in der 'Advanced Knowledge Base' am Ende.

Durchführung (10 min)

Auflösung des Puzzles/richtige Ergebnisse durch den Trainer (5 min)

Schritt 1 + 2

Schritt 1: Ansprechen (Eröffnung des Gesprächs)	
Zielsetzung:	Mit einer Person ein Gespräch beginnen
Abwägung:	Ein Gespräch starten vs. aufdringlich sein
Umsetzung:	<p><i>Variante 1:</i> Hi, ich bin _____, und wir sind Extinction Rebellion ...</p> <ul style="list-style-type: none"> - ... Hast Du / Haben Sie schon von uns gehört? - ... Wir machen auf die Klimakrise/Umweltkrise aufmerksam – Was denken Sie zu dieser Performance/ diesem Protest? <p><i>Variante 2:</i> Entschuldigung/Hallo/...</p> <ul style="list-style-type: none"> - ... Was halten Sie von der Aktion? - ... Kennen Sie das Logo?/Was verbinden Sie mit dem Logo? - ... Möchten Sie wissen, was hier gerade passiert? - ... Verrückt, was hier gerade passiert, oder? - ... Die sind alle wohl auch nicht mehr ganz dicht, oder? - ... Wollen Sie gleich weiter oder verstehen, was hier gerade passiert? - ... Wollen Sie nur kurz wissen, welche Bedeutung diese Aktion für Sie hat oder wollen Sie auch gleich mitmachen?
Bitte Beachten:	Nicht jeder möchte ein Gespräch (über die Klimakrise) jetzt führen. Das Gegenüber siezen oder duzen?

Anmerkung zu Variante 2: Das Eröffnungswort “Entschuldigung/Hallo” wird genutzt, damit die Person merkt, dass sie angesprochen wird und Zeit hat, einem die volle Aufmerksamkeit zu schenken, bevor man mit der ‘wirklichen’ Eröffnung beginnt.

[Hintergrund-Gedanke 1: Jemandem nur einem Flyer in die Hand zu drücken birgt die Gefahr, dass der Flyer danach einfach weggeschmissen wird. Anregung: gerne ein kleines Stimmungsbild mit den Passanten machen. z.B. Schaut Ihr Euch grundsätzlich Flyer an, die Ihr bekommt? Verändert sich das, wenn Ihr aufgrund des Themas des Flyers schon keine Lust hattet, ein Gespräch diesbezüglich zu führen? Was passiert mit dem Flyer im Anschluss?

[Hintergrund-Gedanke 2: Welche Frageart wäre für Schritt 1 angemessen? (Geschlossen vs. offen s. ‘Fragetechniken Basics’ in der Advanced Knowledge Base)]

Schritt 2: Ist-Analyse (Wissen, wo der Gegenüber steht)	
Zielsetzung:	Entscheiden, wie viel Zeit man in das Gespräch investieren möchte
Abwägung:	Mit jeder Person diskutieren vs. Nur Gespräche führen, bei denen man etwas erreichen kann
Umsetzung:	<p>In Abhängigkeit von Schritt 1 kann man schon erahnen, wo der Gegenüber inhaltlich & emotional steht. Darauf aufbauend kann man in den meisten Fällen abschätzen, ob bzw. wie das Gespräch weitergeführt werden sollte. Falls diese Information noch nicht vorhanden ist, können offene Fragen wie diese helfen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ich mache mir ... wegen der Klimakrise. Wie geht es Ihnen dabei? - Haben Sie eine Idee, wie wir unsere Bewegung/Aktion beim nächsten Mal besser machen können? - Was wissen Sie bereits über unsere Bewegung? - Meinungsfrage (Was halten Sie von XR? Wie klingt das für Sie?) + Themenbezug z.B. Klimaschutz/Bewegung/Vorgehensweise/Klimapaket
Bitte beachten:	Was wären Engagement-Signale, dass Dein Gegenüber in der Zukunft bereit sein könnte, sich für den Klimaschutz zu engagieren?

- Anmerkung zur Formulierung 'Ich mache mir ... wegen der Klimakrise. Wie geht es Ihnen dabei?'. Bitte den ersten Teil der Formulierung nicht weglassen. Es ist meistens sehr unangenehm, seine politische Meinung zu einem teilweise sehr emotionalen Thema zu äußern, wenn man vorher nicht weiß, wo der Gesprächspartner hierzu steht.

Übung #1 (Schritt 1 & 2)

[Übung #1 - 15 min (Durchführung: 10 min, Nachbesprechung: 5 min)]

- Ziel: Teilnehmer können ein Gespräch gut starten und können das Potenzial im Gespräch einschätzen.
- Bildet Zweiergruppen - jede Gruppe wird zwei Rollenspiele machen.
- Einführung in die Übungssituation: Du "flyerst" bei einem 'Die-In' und gehst während der Aktion auf die Leute zu, um zu reden.
- Einer von Euch spielt die Rolle des Rebellen und die andere Person ist der Passant.
- Vor jedem Rollenspiel sollte der Passant kurz die Möglichkeit bekommen, sich in eine realistische Rolle hineinversetzen zu können (kurze Rollenkarten wären praktisch).
- Dann geht es los. Der Aktivist versucht das Gespräch zu beginnen.
- Nach ~1min wird vom Trainer gestoppt. Der Aktivist muss dann versuchen, die Einstellung des Passanten einzuschätzen, d.h. sagen, ob bzw. inwiefern er das Gespräch weitergeführt hätte. Danach bekommt er ein kurzes Feedback vom Passanten.
- Aktivisten & Passanten-Rollen werden getauscht.
- Das Ganze 2-3 Mal wiederholen.

Anmerkung:

- Alle Übungen in diesem Workshop kosten am Anfang viel Überwindung -> Davor gerne mal als Trainer vormachen & empathisch bezüglich der Teilnehmer sein.
- Mögliche Rollenkarten wären:
 - 1) Klimaschützer, der sich gut vorstellen könnte bei XR aktiv zu sein und nur noch ein paar Bedenken hat
 - 2) Interessierte Person, die Klimaschutz emotional schlimm findet, aber noch kaum Wissen dazu hat
 - 3) Klimaleugner

----- PAUSE -----
20 Minuten

Schritt 3

[Schritt 3 – 5 min]

Schritt 3: Verstehen und Motivieren (Erfahrungs- und Emotionsaustausch)	
Zielsetzung:	Verstehen, was eine Person braucht und wie sie sich fühlt, um sie zum Handeln zu bewegen
Abwägung:	Mit jemandem reden vs. Gegen jemanden anreden
Umsetzung:	<p>Was tun?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kennenlernen des Gesprächspartners und Gründe für zurückhaltende bzw. ablehnende Haltung verstehen - Dann ggf. eine neue Perspektive aufzeigen <p>Wie?:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Leitfragen + fortführende Fragen - Unterschiedliche Meinungen/Einwände? ABC Technik nutzen anstatt dagegen argumentieren - Wiederholen, bis beide Parteien sich ausreichend verstanden fühlen - → Schritt 4: Ins Handeln bringen (Call-to-Action) <p>[Im Folgenden findet Ihr die Erklärung der ABC-Technik. Formulierungen für Schritt 3 sind in der Tabelle 'Beispielformulierungen für Schritt 3' in der Advanced Knowledge Base zu finden.]</p>
Bitte beachten:	<ul style="list-style-type: none"> - Es geht nicht ums Überzeugen, sondern um das Schaffen einer neuen Perspektive. - Faustregel: Erst wer sich verstanden fühlt, ist offen dafür den anderen zu verstehen. - Wenn die andere Person mehr redet, machst du es richtig! - Aber wie kann man den Redefluss eines Passanten am besten stoppen, wenn er nicht aufhört zu reden? -> durch die Wiederholungstechnik (paraphrasieren), z. B.: <p>„Entschuldigung, wenn ich Sie richtig verstanden habe, geht es Ihnen um...“</p> <p>„Ich höre heraus, dass für Sie...“</p> <p>“Habe ich richtig verstanden, dass Sie.... meinen?“</p>

ABC Technik

[ABC Technik – 5 min]

<p>ABC Technik Akronym für 'Affirm - Bridge - Connect'. Eine wertschätzende Art, dem Gegenüber eine neue Perspektive aufzuzeigen anstatt gegen seinen Standpunkt zu argumentieren.</p>	
<p>Affirm</p>	
<p><i>Erkenne die Person in dem an, was sie gesagt hat und wie sie denkt und fühlt.</i></p>	<p>Das kann ich nachvollziehen; Du sprichst hier einen wichtigen Punkt an; Das klingt interessant; Die Sorge hatte ich auch immer.</p>
<p>Bridge</p>	
<p><i>Zeit für die Überleitung ohne das 'Affirm' abzuschwächen. Versuche daher bitte das Wort 'aber' nicht zu benutzen.</i></p>	<p>... Gleichzeitig; Und; Tatsächlich; Eben deswegen; In dieser Quelle; So wie ich es sehe ...</p>
<p>Connect</p>	
<p><i>Jetzt eine neue Perspektive aufzeigen. Falls Du es schaffst, dabei aus der eigenen Perspektive in einer offenen und respektvollen Weise beziehen.</i></p>	<p>Vor einem halben Jahr war ich in genau der gleichen Meinung... Als das gehört habe ... dachte ich mir..... Dann habe ich erfahren, dass... Ich habe mich dadurch so gefühlt...</p>

- Anmerkung:
 - Die ABC Technik braucht Zeit zum Einüben. Gerne erst 1-2 Beispiele mit der Gruppe machen, bevor die Teilnehmer es selber ausprobieren sollen.
 - Beim Affirm aufpassen, dass die eigene Formulierung authentisch bleibt.

Übung #2 (Schritt 3)

[Übung #2 - 25 min]

- Ziel: Teilnehmer wissen, wie sie das Ende des Gesprächs so gestalten können, dass der Gesprächspartner etwas verändert.
- (Idealerweise) 4 erfahrene Trainer stellen sich in die 4 Ecken des Raumes auf.
- Jeder Trainer erhält eine "typische" Rolle eines Bürgers, z.B. mit den folgenden Argumenten:
 - Trainer 1: Die Wirtschaft ist wichtiger als der Klimaschutz / Man darf die Wirtschaft nicht vernachlässigen, denn sonst gehen Arbeitsplätze verloren.
 - Trainer 2: Es bringt nichts, wenn wir uns in Deutschland um Klimaschutz bemühen, denn z.B. China ist ein viel größerer Umweltsünder.
 - Trainer 3: Ich als einzelner Bürger kann eh nichts erreichen / das ist ein Tropfen auf den heißen Stein.
 - Trainer 4: Ich muss jeden Tag mit dem Auto zur Arbeit fahren / öffentliche Verkehrsmittel sind nicht vorhanden oder dauern zu lange / wenn die Spritpreise steigen kann ich mir das nicht mehr leisten.
- Die TN verteilen sich in Kleingruppen (Größe abhängig von der Teilnehmerzahl) in die 4 Ecken, jeweils 1 TN spielt den Aktivist, die anderen TN hören zu.
- Der Aktivist beginnt das Gespräch und geht dabei auf das jeweilige Thema des Bürgers ein.
- Dabei wendet er die ABC-Technik an:
 - Aktives Zuhören & Zustimmung - zuhören, um zu verstehen, ohne zu antworten
 - Bridge - versuche nicht 'aber', sondern die Alternativen aus der Tabelle zu benutzen
 - Connect - versuche die Verbindung zu einer persönlichen Erfahrung herzustellen
- Nach jedem Versuch gibt es direktes Feedback vom Trainer. Dann darf der Nächste es versuchen bzw. man überlegt zusammen weiter.
- Nach ~5 Minuten wandert die Gruppe zur nächsten Ecke. Das Ganze so lange wiederholen, bis jede Gruppe alle Ecken durchlaufen hat bzw. die Zeit um ist.

Schritt 4 & 5

[Schritt 4 & 5 - 10 min]

Schritt 4: Zum Handeln bringen (Call-to-Action)	
Zielsetzung:	Die Person zur höchstmöglichen & realistischen & effektiven Handlung/Umstellung bringen
Abwägung:	Erfolgreich überzeugen aktiv zu werden vs. Nur über die Klimakrise gesprochen haben
Umsetzung:	<p>Mögliche Handlungsempfehlungen:</p> <p>a) <u>XR-bezogene Möglichkeiten:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Direkt Busticket für die nächste RW buchen ;) - 5 Freunde überzeugen, gemeinsam zum Onboarding, Aktionstraining oder Info-Event zu kommen. - Alleine zum Onboarding, Aktionstraining oder Info-Event vorbei kommen - Info-Event-Kanal beitreten (s. unten) - Spenden <p>b) <u>XR-unabhängige/indirekte Möglichkeiten:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Sich eine eigene politische Meinung bilden - Freunde und Eltern zum Thema Klimaschutz ansprechen - Den eigenen Lebensstil verbessern (Reduktion von bzw. Verzicht auf Fleisch und Flugreisen) - Teilnahme an FFF Demos - Social Media Kanäle abonnieren ?/ Nummern austauschen
Bitte beachten:	<ul style="list-style-type: none"> - Die Entscheidung des Gesprächspartners respektieren - Festgefahrene Haltungen gegenüber dem Klimaschutz sind oft unumkehrbar - Gespräch kann Denkprozesse anregen, die sich langfristig bemerkbar machen

Praxistipps:

- Wenn Flyer ausgehen, diese abfotografieren lassen
- Gute Links mit Passant*innen teilen s. 'Wie kann man sein eigenes Wissen erweitern?' (für XRler und interessierte Passanten), s. Advanced Knowledge Base

Anmerkung Handlungsempfehlung:

- Bei der Handlungsempfehlung mit der für die jeweilige Person höchstmöglichen & realistischen Variante reingehen (= Ankering). Runter gehen kannst Du danach immer noch. Dabei ist es wichtig, immer erst EINEN Call-to-Action sicher durchzubringen. Erst danach kann man noch eine zweite Handlungsempfehlung einbringen. Dabei haben geplante Handlungen z.B. zu 'Event X' zu kommen, wenn sie nicht in den nächsten 48 Stunden angefangen werden können, eine geringe Chance auf Realisierbarkeit.
- Reflexionsfrage: Werden in unserer OG zeitnahe und passende Events angeboten? Wissen alle Outreach-Personen in jeder Aktion über die bevorstehenden Termine Bescheid?
- Den eigenen Lifestyle klimafreundlich zu gestalten reicht zwar nicht aus, ist aber eine Methode, die das fehlende Handeln der Politik in den nächsten Jahren zum Teil ausgleichen kann.

Conversion-Best-Practice Tipp:

- Ein Call-to-Action, der fast immer funktionieren sollte und direkt vor Ort durchgeführt werden kann, ist ein sofortiger Beitritt in den XR Newsletter der Ortsgruppe über einen verkürzten Joinlink.
- Dies hat drei immense Vorteile und wird daher sehr stark empfohlen.
 - 1) Es kann vor Ort gemacht werden, und die Umsetzung ist damit zu 100% garantiert.
 - 2) Ab diesem Tag sieht die Person, wie viele Aktionen es im Hinblick auf die Zukunft bereits gibt und wie wenig sie vermutlich selbst macht.
 - 3) Diese 'Werbung' ist auf der effektivsten Kommunikationsebene, die Online-Kommunikation hergibt, positioniert: Auf der Ebene mit den Nachrichten der eigenen Freunde.
- Bitte beachte: Die meisten Menschen haben nur Whatsapp. Deswegen ist es wichtig, einen Whatsapp Infokanal dafür zu haben.

Schritt 5: Gesprächsausstieg (Wertschätzendes Ende)	
Zielsetzung:	Den Gesprächspartner mit einem positiven Gefühl/einer persönlichen Note verabschieden
Abwägung:	Positives Gefühl mitgeben vs. aufrichtig & ehrlich sein
Umsetzung:	<p><u>Mögliche Formulierungen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Vielen Dank! Ich habe das Gespräch/den Austausch genossen (+ Wir brauchen mehr Menschen wie Sie!) - Ich finde es gut/wichtig, dass Sie diesen Punkt ansprechen/mit Leib und Seele beim Thema sind. - Kommen Sie doch gerne mal bei einem Info-Vortrag/Onboarding/X vorbei, dort können wir das Gespräch weiterführen. - Vielen Dank, dass Sie das gleich ansprechen. Ich wünsche Ihnen einen schönen Tag! <p>Mögliche Add-Ons: Handschlag, zusätzlich nach dem Namen/den Kontaktdaten fragen</p> <p><u>Notfall Closing:</u> Wenn man das Gespräch nicht mehr weiterführen kann oder sollte z.B. unkonstruktives Gespräch:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Danke für Ihre Meinung. Leider muss ich aufgrund von ... Zeitdruck los/dem Demonstrationszug folgen/fühle ich mich nicht mehr in der Lage fortzuführen/ich finde das Gespräch unkonstruktiv/fühle mich angegriffen... - ...Ich werde daher das Gespräch an dieser Stelle leider beenden/unterbrechen/auf ein anderes Mal verschieben müssen.... - ...Ich hoffe, Sie können das verstehen! Ich wünsche noch einen schönen Tag!
Bitte Beachten:	<p>Hat der Gesprächsausstieg die richtige Wirkung ?</p> <p>Ein Gespräch sollte nur sehr überlegt mit einem 'Notfall-Gesprächsausstieg' frühzeitig beendet werden.</p>

----- **PAUSE** -----
5 Minuten

Gutes Beispiel für gelungenen Outreach: [5 min]

- Link: <https://www.youtube.com/watch?v=BY7DmCuUEcl>
- Anmerkung: Video(-ausschnitte) erneut zeigen. Danach ggf. besprechen: Welche Techniken wurden angewandt? Macht das Sinn? Fühlt ihr Euch bereit dazu, etwas Ähnliches zu machen?

Übung #3 (Schritt 1-5)

[Übung #3 - 40 min (Durchführung: 2x15 min, Nachbesprechung: 10 min)]

- Ziel: TN können das Gelernte anwenden und erhalten Feedback.
- Inhalt: Die TN üben ein komplettes Outreach-Gespräch, indem sie alle 5 Schritte und die dazugehörigen Frage-/Antworttechniken anwenden.
- Dauer: Rollenspiel: 2 x 15 min. Nachbesprechung/Feedback/Gruppendiskussion 10 min.
- Rollenspiel in Zweiergruppen - jedes Paar macht zwei Rollenspiele, wobei jeder einmal die Rolle des Aktivisten und einmal die Rolle des Passanten spielt.
- Der Trainer erklärt die Übung:
 - Jeweils 2 Personen bilden ein Paar, wobei Ihr im Raum möglichst weit entfernt von den anderen Paaren steht, um die Konversation nicht zu stören.
 - Jeder von Euch spielt einmal den Rebellen (der das Gespräch beginnt) und einmal den Passanten.
 - Bevor es losgehen kann, bekommt der Passant kurz Zeit sich in eine realistische Rolle hineinzuversetzen und dann geht es los (~1min)
 - Jedes Rollenspiel dauert 7 min., danach tauscht Ihr die Rollen. Ihr habt insgesamt 14 min. Zeit, um beide Rollen durchzuspielen.
- Die Trainer gehen im Raum umher und hören bei den Rollenspielen zu, wobei sie sofortiges Feedback geben oder dringende Fragen beantworten.
- Mögliche anspruchsvolle Szenarios:
 - Im stehe im Stau und muss schnell zur Arbeit, habe einen wichtigen Termin.
 - Klimaschutz kotzt mich einfach an, weil es immer auf Kosten der Armen geht. Ich habe mein ganzes Leben bis jetzt doch so gelebt, ohne irgendjemandem schaden zu wollen, und jetzt kommen diese Ökofuzzis daher.
 - Ich möchte einfach ein bisschen schlagfertig über das Thema sprechen und schauen, ob die Aktivist*innen, die sich das Thema heraussuchen, sich auch wirklich auskennen oder einfach nur unreflektierte Blocker sind.

- Mögliche Feedbackfragen:
 - Innerhalb der Zweiergruppe:
 - Inhalt/Ablauf: wie ist das Rollenspiel gelaufen?
 - Gefühle: Wie habt Ihr Euch in der jeweiligen Rolle gefühlt?
 - Innerhalb der gesamten Gruppe:
 - Was war besonders schwer?
 - Was war leicht?
 - Erfahrungen:
 - *Welche Erfahrungen habe ich durch das Rollenspiel gemacht?*
 - *Welche Tipps kannst Du an die Gruppe weitergeben, um Gespräche gut zu führen?*

AUSSTIEG & ENDE DES WORKSHOPS

[25 min]

Inhaltlicher Ausstieg

- Inhaltlicher Durchgang der Agenda. Beispiel: Der*diejenige, der*die den Ball zugeworfen bekommen hat, wiederholt kurz das Wichtigste für ihn*sie von Agendabaustein Nr. 1 und wirft den Ball dann der nächsten Person zu. Diese fasst dann den Agendabaustein Nr. 2 zusammen, und so weiter.

Emotionaler Ausstieg + Feedback

- Variante 1 (bei einer kleinen Gruppe bis 15 Personen):
Jede*r sagt,
 - mit welchem Gefühl er*sie den Workshop verlässt
 - was ihm*ihr gut gefallen hat
 - wie man den Workshop verbessern könnte
- Variante 2 (bei einer Gruppe > 15 Personen oder Zeitdruck):
 - Klare Zeitangaben: Jede Person max. 30 Sekunden
 - Oder Unterteilung der Gruppe in kleinere Gruppen zur Besprechung oben genannter Fragen und Vorstellung des Gruppenergebnissen von einem*r Sprecher*in in max. 2 Minuten

Offizielles Beenden des Workshops + Bedanken bei den Teilnehmenden

Viel Spaß beim Trainieren! #keepyourpassionup #keeptheclimatechangedown

Noch Fragen, Anregungen oder Co? Link zu unserer Community, Webinar zum Trainer und Co erhältst Du im Vorwort auf der ersten Seite.

Das Konzept wurde von David Böttcher, Ashley Cummings, Alexander Slivinskiy und Diana Brand (XR München) erstellt. XR Deutschland darf das Skript benutzen. Das Urheberrecht liegt dennoch bei den Erstellern. Nutzungsanfragen von anderen Bewegungen zum Konzept und den Materialien gerne bitte direkt an boettcherdb@gmail.com. An dieser Stelle wollen wir uns auch noch bei der Vielzahl von Supportern bedanken, die das ganze Projekt erst möglich gemacht haben.

Im Anschluss findet Ihr noch die 'Advanced Knowledge Base' mit weiterführendem Wissen zum Thema Outreach.

ADVANCED KNOWLEDGE BASE

[Dies ist eine Sammlung mit weiterführendem Wissen zu dem Workshop bzw. zum Outreach-Thema für die Trainer. Die Themen sind chronologisch zur Seminarstruktur aufgebaut.]

Eröffnung & Rahmen setzen

Alternatives Kennenlernspiel

- Die TN stellen sich auf eine Stuhldreiecke und müssen, ohne diese verlassen zu dürfen, sich der Reihenfolge nach anordnen anhand von Kriterien wie z.B.
 - Vornamen (alphabetisch)
 - Extrovertiert vs. introvertiert
 - Erfahrung beim Fliegen
 - Farbe der Unterwäsche (Regenbogenreihenfolge; muss man mit Humour framen, damit es nicht falsch überkommt)

Outreach Grundlagen

Wie könnte man sich im Outreach langsam vorantasten?



Wie kann man sein eigenes Wissen erweitern? (Für XRler und interessierte Passanten)

- XR-Talk: <https://www.youtube.com/watch?v=eopJw91cxL0&t=427s>
- Was passiert, wenn wir nichts tun? <https://is.gd/DRftKv>
- CO2-Budget (Wie viele Jahre haben wir noch?): <https://scilogs.spektrum.de/klimalounge/wie-viel-co2-kann-deutschland-noch-ausstossen>
[In dem Artikel wird mit dem 1,75 Grad Ziel gerechnet. Dadurch kommt man, wenn man ab jetzt kontinuierlich die Treibhausgase reduziert, auf ein notwendiges CO2 Netto-Null

bis 2035. In unserer zweiten XR-Forderung erwarten wir ein CO2 Netto-Null von 2025. Dies entspricht, wenn man die im Artikel benutzte Berechnung anwendet, dem 1,5 Grad Ziel.]

- Wie kann man der Klimakrise effektiv begegnen?
<https://www.youtube.com/watch?v=4K2Pm82IBi8>
- Hilfreiche Ressource zur Beantwortung schwieriger Fragen: XR FAQ:
<https://rebellion.earth/the-truth/faqs/>

Meinungsgruppen zum Thema Klimawandel in Deutschland

Es ist wichtig zu verstehen, dass es verschiedene Haltungen gegenüber der Klimakrise gibt. Je nachdem, zu welcher Haltung eine Person gehört, sollte mit verschiedenen Aufgaben und Erwartungen auf die Person zugegangen werden.

Klima-Meinungsgruppe	Anteil (DE)
Alarmiert	24%
Besorgt & aktiv	18%
Vorsichtig	28%
Unbeteiligt	20%
Kritisch	10%

Quelle: <https://www.klimafakten.de/meldung/sachen-klimawandel-ist-deutschland-fuenfgeteilt>

Vor allem interessant an dieser Studie ist, dass die wegen der Klimakrise weniger besorgten Bürger mehr für den Klimawandel tun als die alarmierten. -> Was bedeutet das für die Nachrichten, die wir als XR in die Außenwelt tragen? -> Hoffnung & Selbstheilungskraft anstelle von Alarmismus verkünden?

Welches Framing hat welche Erfolgswahrscheinlichkeit im Hinblick auf die Wahrnehmung & Reaktion bezüglich der Klimakrise?

Es geht um metaphorisches Framing und dessen Auswirkung auf die Dringlichkeitswahrnehmung, Risikoeinschätzung und Bereitschaft zum Handeln. Es werden Kriegs-, Wettbewerbs- und Problemframing verglichen. S. Studie: Flusberg, S. J., Matlock, T., &

Thibodeau, P.H. (2017). Metaphors for the War (or Race) against Climate Change. Environmental Communication, 11(6), 769 - 783 (http://www.stephenflusberg.com/uploads/2/6/9/4/26942597/2017_flusberg_matlock_thibodeau.pdf). Bitte vergleiche dies mit dem Fazit von 'Meinungsgruppen zum Thema Klimawandel in Deutschland'.

Fragetechniken Grundlagen

- Wichtigste Fragetechniken:
 - o Geschlossen: "Möchten Sie noch einen Nachtisch?" (30 %, J/N-Antwort)
 - o Offen: "Was möchten Sie noch?" (30%, Auskunft-gebende Antwort + kann offen antworten)
 - o Alternativfrage: "Möchten Sie einen Apfelkuchen oder einen frisch gebackenen Himbeerkuchen?" (70%, Betonung auf den zweiten Satzteil, Entscheidungs-Antwort)
 - o NOA'-Frage (= 'Nur oder auch'): "Möchten Sie nur einen Kaffee oder auch noch ein Stück Kuchen?"
 - o Anmerkung:
 - Die Art der Antwort ist natürlich offen, es kann also auch etwas Unerwartetes geantwortet werden
 - X % entspricht der Wahrscheinlichkeit auf ein ‚Ja‘ nach Dirk Kreuter
- Mögliche Übungen:
 - o Den Teilnehmern die Formulierungsbeispiele von Schritt 1 einordnen lassen
 - o Diskussion: Wann benutzt man welche Frage?
 - o Mögliche Antwort: Spannungsfeld 'Ja' bekommen vs. aufdringlich sein.
 - o Empfehlung: Das 'Nein-Sagen' am Anfang einfach machen. Vor allem bei Swarmings und Blockaden. Ausnahme: Person möchte eigentlich sprechen, ist aber vielleicht nur zu schüchtern.
- Anmerkung:
 - o Mögliche Herleitung: Wer fragt, der führt. Um ein effektives Outreach Gespräch zu machen, sollte man es führen. Damit man dies sinnvoll tun kann, sollte man auch verstehen, welche Fragetechniken es überhaupt gibt und was sie bewirken.
 - o Es kann passieren, dass dem Gesprächspartner die Benutzung dieser Fragetechniken auffällt.
 - o Bestimmte Fragetechniken haben einen leicht manipulativen Charakter. Gleichzeitig werden sie von uns allen unbewusst tagtäglich benutzt

Gesprächsleitfaden

Puzzle Erläuterung



Das Bild im Skript stellt das richtig angeordnete Puzzle dar. Als Karten eignen sich Moderationskarten oder stabileres farbiges Papier. Damit die Teilnehmer ohne Vorwissen das Puzzle zum Gesprächsleitfaden anhand logischen Denkens lösen können, sollten sich die einzelnen Puzzleteile pro Kategorie farblich unterscheiden (s. Beispiel). Zusätzlich wird empfohlen, dass die Trainer die Umrisse auf einem Flipchart mit leichten farblichen Andeutungen vormarkieren, damit die Struktur des Puzzles klar wird und die Teilnehmer nur noch überlegen müssen, welche Karte in welche Form passt. Die Puzzleteile könnten dann mit Crêpeband auf der Vorlage fixiert werden. Optimal wäre es, das fertige Puzzle an die Wand zu hängen und es zur Erklärung der einzelnen Schritte zu benutzen. Die ausführlichen Tabelleninhalte für jeden einzelnen Schritt sind für ein vertieftes Wissen der Trainer im Skript festgehalten.

Ein paar weitere Punkte, die bei der Nutzung der 'Puzzle'-Methode im Workshop zu beachten sind:

- 1) Beim Anmordieren des Puzzles wäre es schön, den Teilnehmer ein 'Warum' zu geben, z.B. "Damit Ihr Euer Wissen mit der Struktur eines Gesprächsleitfadens verknüpfen könnt,

haben wir hier ein Puzzle vorbereitet. Eure Aufgabe ist... Ihr habt dafür X Zeit. Die Struktur auf dem Flipchart hilft euch dabei, ein grobes Bild zu bekommen, wie es am Ende ausschauen könnte. Viel Spaß dabei!”

- 2) Die Teilnehmer werden eigentlich nie von alleine fertig. Wenn sie sich ungefähr bei 80% einig sind, sollte man das Puzzle frühzeitig beenden und auflösen.
- 3) Didaktisch wäre es schön, wenn die Teilnehmer das Puzzle nicht auf dem Boden, sondern auf einem Tisch/an der Wand zusammensetzen könnten. Im Optimalfall befindet sich der Tisch/die Wand auf der anderen Seite des Raumes, so dass man hier didaktisch gesehen auch noch einen Raumwechsel drin hat.
- 4) Ab 10 Personen benötigt man ein neues Puzzle, damit jeder auch aktiv mitarbeiten kann.
- 5) Ein paar der Karten können nicht eindeutig einem einzelnen Schritt zugeordnet werden. Z. B. die gelbe Karte im Puzzle ‘Haben Sie eine Idee, wie wir unsere Bewegung/Aktion beim nächsten Mal besser machen können?’ wird häufig Schritt 5 zugeordnet. Dort kann sie natürlich auch genutzt werden. In Schritt 2 bietet sie sich aber auch sehr stark an, vor allem dann, wenn der Gesprächspartner sehr kritisch/wütend ist. In diesem Fall kann diese Frage auf eine sehr wertschätzende Art und Weise dem anderen den Wind aus den Segeln nehmen und parallel einen Reflexionsprozess bei ihm einleiten.

Individuelle Motive der einzelnen Personen

Gründe dafür, warum Menschen sich für den Klimaschutz engagieren oder nicht sind sehr individuell. Möchte man eine Person motivieren, sollte man in deren und nicht in der eigenen Motivationsstruktur argumentieren. Beispiel: Wer Klimaschutz blöd findet, weil er Angst hat, dass die Wirtschaft zu stark geschwächt wird, wird seine Meinung wohl kaum ändern, wenn man mit den armen Koalas in Australien beginnt, die gerade wegen der Buschbrände ums Leben kommen. Deswegen macht es Sinn, dass der Aktivist seine Wahrnehmung verfeinert, indem er überlegt welche Motivationsstruktur für den Gesprächspartner relevant ist und dann in dessen Perspektive argumentiert.

Mögliche Motivationsstrukturen:

1. Menschlich/ethisch (Wie wollen wir zusammenleben? Welches Verhalten ist ethisch und welches nicht? Ist es okay, wenn Tiere unter dem Klimawandel aussterben? usw.)
2. Umweltbezogen (Was bedeutet die Klimakrise für unsere Ökosysteme, Biodiversität und Naturkatastrophen? Im Einklang mit der Natur leben, etc.):
3. Wirtschaftlich (Wie kann man die Wirtschaft im Veränderungsprozess unterstützen? Wie schafft man einen ‘gerechten’ Klimaschutz? Welche Innovationen können uns Hoffnung machen? Wie sieht die technische Welt von morgen aus? etc.)
4. Politisch (Bringt Aktivismus überhaupt etwas? Ist ziviler Ungehorsam nicht Demokratiefeindlich? Wer hat das Recht, über die Maßnahmen zum Klimaschutz zu entscheiden? Wie kann man alle Länder motivieren, bezüglich des Klimaschutzes am gleichen Strang zu ziehen?)

Metapher: Die richtige Motivationsstruktur in der Diskussion zu wählen, ist wie die Köderwahl beim Angeln. Nicht welchen Köder der Angler bevorzugt ist entscheidend, sondern welcher Köder dem Fisch schmeckt. ;)

Beispiel-Formulierungen für Schritt 3:

Leitfragen für offene Gespräche:
Welche Aktionen oder Entscheidungen sollte die Regierung durchführen?
Wie stellen Sie sich die Welt in 10 Jahren vor, wenn wir als Bürger jetzt nichts unternehmen/jetzt nicht aktiv werden?
Wann wäre es notwendig, dass wir als Bürger aktiv werden?
Kann X (Lebensstil/Konsum/Gemütlichkeit/Tradition) die Zerstörung der Umwelt / das Artensterben rechtfertigen?
Was denken Sie wird passieren, wenn wir an den Wurzeln der Klima-/Umweltkrise arbeiten?
Können Sie sich vorstellen, warum ich das hier mache, obwohl es definitiv nicht leicht ist?
Welche drei Wörter oder Sätze fallen Ihnen ein, wenn Sie an die Klimakrise denken?
Glauben Sie, dass wir mehr tun müssen, um unsere Umwelt zu schützen und nachhaltig zu leben? Welche drei Dinge sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten / worauf sollten wir uns konzentrieren?
Was halten Sie von den jüngsten Protesten und Demonstration wegen der Klimakrise? Warum denken Sie das?
Was denken Sie wird passieren, wenn wir nicht an den Wurzeln der Klima-/Umweltkrise anpacken?
Denken Sie, dass die Führungskräfte/Regierungen im Land das Richtige/Genug gegen die Klima-/Umweltkrise tun?
Wurden in letzter Zeit Maßnahmen ergriffen (zur Bewältigung der Klima-/Umweltkrise), mit der Sie zufrieden sind?
Warum denken Sie machen wir diese Sache/Aktivität (als Gesellschaft)?

Wie man das Gespräch am Laufen hält:	
Fragen zum Nachhaken	Möglichkeiten, Fragen abzumildern (personalisieren, einfühlen....), deeskalierend, persönlich machend -
Was meinen Sie mit _____?	Kann ich Sie fragen, ob,
Sie haben erwähnt _____, können Sie mehr darüber sprechen, warum Sie das glauben oder es so sehen?	Würden Sie sagen, dass ... ?
Was halten Sie davon?	Die schwierige Frage ist:
Wie fühlen Sie sich dabei?	Ich bin neugierig,
Was denken Sie sollen wir tun?	
Die meisten Menschen sehen das wie Sie. Aber nur die wenigsten handeln auch. Was glauben Sie ist der Grund dafür, wenn doch eigentlich alle so empfinden?	
Glauben Sie, dass das genug ist?	
Halten Sie das für realistisch?	
Was wäre der härteste Teil für Sie?	
Wenn jemand sehr fragwürdige Aussagen oder seltsame Argumente hat	Fragen, um gemeinsame Gefühle zu erzeugen: Fördert Empathie und Verständnis
Das überrascht mich gerade. Von wem/wo haben Sie das gehört?	Können Sie sich vorstellen, warum ich das hier jeden Tag mache, obwohl es definitiv nicht leicht ist?
	Wissen Sie, warum ich (_____)?

Wie kann ich XR kompakt erklären?

Wir sind eine weltweite Bewegung, die durch konsequente Aktionen die Politik dazu bewegen wird, alle notwendigen Maßnahmen zu ergreifen, um eine lebenswerte Zukunft trotz der Klimakrise zu ermöglichen. [+ Unsere Forderungen]

Wie kann ich strukturell meinen Schritt 4 (Call-to-Action) aufbauen?

[0. Voraussetzung: Weiß der andere schon, wer XR ist? Falls nicht, an dieser Stelle nachholen. s. 'Wie kann ich XR kompakt erklären?' in der Advanced Knowledge Base]

1. Dringlichkeit zum Handeln aufzeigen

Beispiel:

- ... *Damit wir das hinbekommen, brauchen wir Sie! Denn die Zeit läuft ab. Wir wissen, dass wir nur noch X Jahre haben. ..., bis wir X Grad erreicht haben.*

2. Handlungsempfehlung geben

Beispiel:

- *“Es freut mich, dass Sie das so sehen. Einer der besten Wege, wie Sie uns unterstützen können ist, indem Sie ...”*

- *“Ich verstehe Sie da voll! Das schöne an XR ist, dass Sie genau das tun können, was Sie gut können oder was Sie gerne machen. Ob Sie jetzt bei einer Aktion wie hier mitmachen, unsere Beiträge auf sozialen Medien teilen oder etwas total Persönliches machen wie Kekse backen oder eine Yogastunde geben... Wir brauchen alle, egal mit wie viel oder wenig Zeit. Könnten Sie sich vorstellen, ... ?”*

3. Standabfrage (= Sehr offene Frage: Was halten Sie davon?! Wie klingt das für Sie?...um herauszufinden, wie die Person die Handlungsempfehlung findet)

4. Wie geht es weiter?

Überzeugt? Leite konkrete Schritte ein.

Noch nicht überzeugt? Versuche, den Grund nachzuvollziehen und wenn möglich zu lösen (s. Schritt 3 - Verstehen und Motivieren)

[Anmerkung Standabfrage:_Wer bei der Standabfrage eine eher 'manipulative' Frage wählt z.B. 'Sie sind auf jeden Fall am Start oder?' wird zwar im Gespräch eher ein 'Ja' bekommen, dabei handelt es sich aber häufig um ein nicht aufrichtiges 'Ja', welches am nächsten Tag keine Bedeutung mehr hat. Deswegen ist unsere Empfehlung, eine offene Standabfrage zu stellen, um wirklich zu erkennen, wo die Person steht.]