

## UP 2: Climate Communication

Climate communication, public engagement, education, and implementation of sustainability goals.

Time: Tuesday 9:30–10:45

Location: MER/0002

UP 2.1 Tue 9:30 MER/0002

**Die AG Klima der DPG - Ziele und Projekte im Bereich Klimakommunikation** — ●CEDRIC HOSSACK — Mitglied des Vorstandes der AG Klima der DPG, Oberaudorf, Deutschland

Der anthropologische Einfluss auf das Erdsystem hat ein kritisches Ausmaß erreicht. Beinahe täglich werden wir mit Nachrichten über Starkregenfälle, Überschwemmungen, Sturmfluten oder Dürreperioden auf der ganzen Welt konfrontiert. Diese Ereignisse sind auf den Klimawandel zurückzuführen und betrifft die Menschen weltweit. Wie können die Menschen sensibilisiert werden und welchen Beitrag kann die Wissenschaft beim Thema Klimakommunikation leisten? Wer erklärt ihnen was da passiert und vor allem warum? Hier setzt Klimakommunikation an. Die Vermittlung von Fakten, der Austausch der Fachleute mit Politik und Gesellschaft.

Die Fakten und Risiken des Klimawandels für die menschliche Gemeinschaft sowie die sich daraus resultierende wissenschaftliche Verantwortung sind der Grund warum sich in der Deutschen Physikalischen Gesellschaft die Arbeitsgruppe Klima gegründet hat.

In diesem Vortrag werden die Ziele, Projekte und Resultate im ersten Jahr des Bestehens der Arbeitsgruppe Klima vorgestellt und was für die Zukunft geplant ist um das Thema Klima wieder in den Fokus des gesamtgesellschaftlichen Diskurses zu bringen.

UP 2.2 Tue 9:45 MER/0002

**On the communication of climate research: Who wants to know about it, when and why?** — ●MIRJAM BOURGETT — Alfred-Wegener-Institut, Bremerhaven, Germany

Effective climate communication is crucial for translating scientific certainty into climate action, yet it presents unique challenges compared to communicating other scientific fields. This presentation explores the complex communication landscape of climate research.

A focus will be placed on the influence of media and how varying socio-ecological backgrounds shape the reception and perception of climate science. Who seeks climate information, when, and for what purpose? When does the reception of climate science appear to be political? We will also address the role of climate emotions and how scientific results trigger emotions. It is important to try to anticipate possible reactions of the public and provide different communication strategies as well as additional information on possible actions and processing strategies.

As an outlook we discuss a set of communication strategies for today's environment, emphasizing: 1) Direct Communication, bypassing traditional news filters; 2) Enrolling the power of climate science by linking it directly to essential planetary and human health outcomes; and 3) Target-Oriented Communication, where the message is adapted

to the specific needs of the public. The presentation will conclude with concrete good practice examples to guide researchers in making their work more usable in achieving planetary health.

UP 2.3 Tue 10:00 MER/0002

**From Climate Science to Collective Action: How Participatory Formats Shape Organizational Climate Engagement** — ●CLARA SCHEVE and THOMAS WRONA — Hamburg University of Technology, Hamburg, Germany

While climate science has established robust evidence on anthropogenic climate change, translating this knowledge into sustained organizational action remains a critical challenge. Our research investigates how science-based participatory formats function as socio-material devices that bridge climate science communication and organizational transformation. We study "Climate Fresk," a three-hour collaborative workshop format that translates IPCC-based climate science into 42 illustrated cards. Participants collectively reconstruct causal chains of climate change by arranging and connecting these cards, moving from cognitive understanding through emotional engagement to collective sensemaking. Implemented in large industrial organizations (e.g., aerospace, manufacturing, banking), Climate Fresk operates as more than a one-time educational intervention: through train-the-trainer structures, companies internalize the format, creating self-reinforcing "swarm effects" that enable sustained engagement. This work contributes to understanding how climate science communication can be designed not merely for awareness but for fostering collective agency and embedding climate action in organizational infrastructures. By examining how scientific knowledge is translated through participatory formats into organizational transformation, we offer evidence-based design principles for effective climate communication in organizations.

**Invited Talk**

UP 2.4 Tue 10:15 MER/0002

**Klimakommunikation in der Schule? Mehr als nur darüber reden!** — ●MICHAEL SACH — Studienseminar für Gymnasien Bad Vilbel, Burggymnasium Friedberg, Uni Frankfurt

In diesem Kurzvortrag stelle ich einige Facetten der Klimabildung in Schulen mit speziellem Bezug zum Physikunterricht vor. Dabei beziehe ich mich auf alltägliche Unterrichtserfahrungen im Spannungsfeld curriculärer Rahmenbedingungen und pädagogischer Herausforderungen der Klimakrise, auf das didaktische Konzept des Bildungsprogramms der LMU München (Klimawandel - verstehen und handeln), auf unterschiedliche Konzepte der BNE (Bildung für nachhaltige Entwicklung) sowie auf eine kritische Perspektive auf die Etablierung von Klimaschulen in Deutschland.