

Projekt: KLIMA\_\_X Vom Wissen zum Handeln

AZ 38080\_01

8.3.2022 bis 30.11.2023

Museum für Kommunikation Frankfurt  
Schaumainkai 53  
60594 Frankfurt am Main

1. KURZFASSUNG DES BERICHTS
2. DISKUSSION
  - a. Ausstellung & Zeitplanung
  - b. Begleit- und Vermittlungsprogramm
  - c. Outreach
3. ÖFFENTLICHKEITSARBEIT
  - a. Analyse
  - b. Presseberichte (Auswahl)
    - Print
    - TV
    - Hörfunk
    - Podcast
4. FAZIT

## 1. KURZFASSUNG DES BERICHTS

Das Projekt **KLIMA\_X Vom Wissen zum Handeln** mit der Realisierung einer Ausstellung, ihrer aktiven Vermittlung und Evaluierung während der Laufzeit vom 14. Oktober 2022 bis 27. August 2023 im Museum für Kommunikation in Frankfurt kann als sehr erfolgreich gewertet werden. Während der Laufzeit besuchten verglichen mit den Zahlen früherer Ausstellungen, mehr Besuchende die Ausstellung. Die Strategie, bereits während der Ausstellungs-konzeption mit lokalen Kooperationspartnerinnen und Förderern zusammenzuarbeiten, hat zu einer großen Nachfrage geführt. Im Projektverlauf sind daraus Anlässe entstanden, die Ausstellung als Impulsgeber für Diskussionen und Veranstaltungen einzubeziehen. Die projektierte neuartige Umweltkommunikation über die Ausstellung hat somit bestens funktioniert. Verglichen mit der Medienresonanz früherer Ausstellungsprojekte, kann das Ergebnis als sehr zufriedenstellend gelten, weil überregionale und sogar Medien im deutschsprachigen Raum der Schweiz und Österreichs über die Ausstellung berichtet haben.

## ZEITPLANUNG

- |                                      |                           |
|--------------------------------------|---------------------------|
| 1. Mediaplanung 2023                 | seit November 2022        |
| 2. Begleitendes Angebot II           | ab 1. Februar 2023        |
| 3. 2. KLIMA_X-Aktionstag             | 22. April 2023            |
| 4. Finissage und Beginn Abbau        | 27. August 2023           |
| 5. Aufbau und Eröffnung in Berlin    | September/Oktober 2023    |
| 6. Abschluss / Auswertung Evaluation | Dezember 2023/Januar 2024 |

## 2. DISKUSSION

### a. Ausstellung

Zu Projektbeginn steht die Frage, wie wir vom Wissen zum Handeln. Wir wissen, dass wir CO<sup>2</sup> Emissionen deutlich reduzieren müssen, um unseren Lebensraum zu erhalten. Wir wissen, dass wir unsere Mobilität, Ernährung und unseren Konsum verändern müssen. Wir wissen, dass das Thema uns alle angeht – im Großen die Akteure in Politik und Wirtschaft, im Kleinen jede:n in der persönlichen Lebensführung. Umwelt- und insbesondere Klimaprobleme stehen inzwischen im Vordergrund der gesellschaftlichen Problemwahrnehmungen. *Doch warum tun wir nicht, was wir wissen?* Mit welchen Emotionen der Klimakrise reisen wir im Gepäck? Wie kommen wir vom Wissen zum Handeln?

Die Ausstellung spürt den Fragen in sechs Themenfeldern nach und vermittelt die Inhalte anschaulich und interaktiv. Dabei lädt sie Besucherinnen und Besucher ein, ihren eigenen Veränderungstyp spielerisch auszukundschaften. Sie erfahren, dass Veränderungen nicht ohne emotionale Beteiligung erfolgen und jeder Mensch sie anders erlebt, verarbeitet und bewertet. Durch einfache Interaktionen wird deutlich, wodurch Konflikte zwischen unterschiedlichen Perspektiven und Positionen entstehen und dass unsere Emotionen zur Klimakrise sowohl handlungsfördernd als auch -hemmend sein können. Wie über den Klimawandel kommuniziert wird, spielt dabei eine wichtige Rolle und wird in der Ausstellung aufgezeigt.



*Mit der Zuordnung zu Klimatieren wie dem Vogelstrauß, der den Kopf in den Sand steckt, dem Erdmännchen in Schockstarre, der wütende Gorilla, die bedächtig aber nachhaltig vorgehenden Schildkröte, dem bockigen Ziegenbock, dem aufgescheuchten Huhn und fleißigen Bienchen (nicht im Bild) wird Besuchenden vermittelt, dass ein breites Spektrum von Emotionen mit der Auseinandersetzung von Klimathemen einhergeht. Alle Emotionen sind berechtigt und jede und jeder kann davon unterschiedliche Anteile zu verschiedenen Zeitpunkten erfahren. Vermittelt wird auch: ohne Emotionen kommen wir nicht ins Handeln!*

Anhand ausgewählter Beispiele vermittelt die Ausstellung die Kraft gelungener Veränderungen. Neben Beispielen großer historischer Gamechanger – von FCKW, AIDS bis Anti-Raucher-Kampagne – porträtiert sie inspirierende Changemaker: Ausgewählte Protagonist:innen aus der ganzen Welt erzählen in Interviews, wie sie ihre Visionen und Wege für eine klimafreundliche Art zu leben, zu konsumieren und zu wirtschaften gefunden haben und wie man mitmachen kann. Am Ende des Ausstellungsrundgangs berichten vier Personen unterschiedlichen Alters aus der Zukunft im Jahr 2045, welche Ereignisse die Menschheit zum Handeln gebracht haben, um die Erderwärmung vor dem Eintreten der Kippunkte aufhalten zu können.



*Maja Göpel und Eckart von Hirschhausen sind zwei von fünf Klimapionieren, die öffentlich für ihr Engagement zu Klimathemen auftreten. Sie antworten auf die Fragen: Wofür setzen Sie sich gerade intensiv ein? Was war der Moment, in dem Sie aktiv wurden? An welche Zukunft glauben Sie? Was sollen wir jetzt tun? Mit ihren Antworten inspirieren und motivieren sie die Besuchenden. // Unterstützer\*innen der Ausstellung, wie Eckart von Hirschhausen informieren ihre Fangemeinde in den Sozialen Medien darüber [Foto: Timo Gertler]*

Die Ausstellung zeigt auf, wie über den Klimawandel kommuniziert wurde bzw. wird und welche emotionale Wirkung diese sprachlichen Metaphern und Bilder auf die Betrachter:innen haben. Dabei versteht sie die Besuchenden als handelnde Akteure: Inwiefern betrifft diese Entscheidung mein Leben? Durch Geschichten, interaktive Stationen, eindrückliche Bilder und Interviews will das Museum für Kommunikation folgende Inhalte, Haltungen, Erkenntnisse, Ziele vermitteln:

Die Ausstellung verfolgt den Anspruch, den vielfältigen Meinungen zum Thema Raum zu geben, wobei sie diesbezüglich deutlich Stellung bezieht: Wir erleben die Auswirkungen des menschengemachten Klimawandels weltweit und dieser gibt dringenden Anlass, unser Verhalten zu ändern. In einer Ausstellung über die Klimakommunikation selbst zu reflektieren, sie transparent zu machen und aufzudecken, welche Motive und Strategien dahinter liegen, ist eine neue Art der Umweltkommunikation.

Weitere Projektbausteine sind neben der Realisierung der Ausstellung weitreichende Outreach-Aktivitäten und ein begleitendes Vermittlungs- und Veranstaltungsprogramm.

## Expotizer

Mit der digitalen Erweiterung, dem Expotizer unter [www.klima-x.museumsstiftung.de](http://www.klima-x.museumsstiftung.de), erhalten Interessierte die Möglichkeit, wesentliche Narrative der Ausstellung online und damit ortsungebunden nachzuvollziehen und sich über das Thema Klimakommunikation auszutauschen. Die Customer Journey, das Angebot, weicht von der Dramaturgie der Ausstellung im realen Museumsraum ab. Im Fokus stehen Erkenntnisgewinn mittels Voting, Spielelementen und Chat- bzw. Kommentarfunktionen: Als Einstieg wählen die Nutzer ein Klima-Tier aus und lernen so spielerisch verschiedene Emotionen, die Menschen gegenüber den Herausforderungen der Klima-Krise bewegen, kennen. Ein weiteres dialogisches Element ist der „Markt der Möglichkeiten“, bei dem die Nutzer:innen ihre persönliche Klimatipps teilen und die Tipps anderer Nutzer:innen mitnehmen. Das Angebot wird gut genutzt.

Zudem beinhaltet der Expotizer ein Blog (das Logbuch). Hier wird zur Ausstellung aus dem Museum berichtet, Einblicke hinter die Kulissen der Museumsarbeit ermöglicht und die Auswirkungen des Realisierungsprozesses der Klima-Ausstellung reflektiert. Inhaltlich wird zudem über begleitende Outreach-Projekte berichtet. Kooperationspartner werden ermuntert, eigenen Content einzubringen. Der Expotizer als autonomes Medium funktioniert unabhängig von der Ausstellung und wurde bereits vor der Ausstellungseröffnung gelauncht. Hier erhalten Kooperationspartner:innen die Möglichkeit ihre Angebote zu präsentieren, ein Kalender informiert die Besuchenden über Veranstaltungen auch außerhalb des Museums zu ausstellungsbezogenen Themen. Zudem lässt der Webauftritt die Besucher:innen hinter die Kulissen des Museums schauen. Die Website wird auch weiterhin sukzessive um neue interaktive Angebote erweitert.

## Klimaguides

Da Veränderungsbereitschaft vor allem in Gesprächen erzeugt wird, sind im Besucherservice des Museums eingearbeitete Kommunikator:innen zu Klimaguides geschult worden. Sie begrüßen die Besucher:innen, geben Hinweise und Tipps zur Benutzung der interaktiven und partizipativen Stationen. An der WANDELBAR und an der MACHBAR sorgen sie für Gespräche zu Themen wie Selbsteinschätzung, Veränderungsbereitschaft und schon vorhandene Aktivität. Die Klimaguides übernehmen ihre Aufgabe außergewöhnlich motiviert und berichten von sehr guten Gesprächen mit den Besuchenden.



*Klima-Guides – erkennbar am blauen Shirt mit i für Information – vermitteln Besuchenden die Ausstellung und beantworten Fragen.*

## Evaluation

Die Ausstellung wurde durch eine externe Evaluation begleitet. Bei der Erstellung des Fragebogens hat das Museumsteam mit KULTUREVALUATION WEGNER zusammengearbeitet. Das Institut hat eine Zwischenauswertung im März 2023 vorgenommen. Die Abschlussdokumentation kann erst nach dem Ende der Laufzeit in Frankfurt Ende Dezember 2023 bzw. Anfang 2024 vorgenommen werden. Von besonderem Interesse ist, dass das Unternehmen auch die Ausstellung Planetopia (13.09.2022-23.07.2023, Museum für Kommunikation Bern) evaluiert hat. Da bereits bei der Entwicklung der Ausstellungskonzepte eine auf kollegialen Austausch und Synergien bedachte Kommunikation mit dem Berner Museum bestand, werden nach Absprache bestimmte Fragen in beiden Museen evaluiert.

[zur Auswertung, s. PDF Zwischenbericht]

### b. Begleit- und Vermittlungsprogramm

Die Übersicht des Begleit- und Vermittlungsprogramms umfasst analoge und digitale Veranstaltungen und Kooperationen. Separat erfasst wurden museumspädagogische Angebote, darunter öffentliche Führungen und Workshops wie Utopialab Klima (ab 9. Klasse), Ideenwerkstatt Klima (ab 6. Klasse), Wetterstation (ab 12 Jahren). Zur Ausstellung stehen Lehrermaterialien zum Download auf dem Expotizer bereit: <https://klima-x.museumsstiftung.de/schulmaterialien>

Datum	Titel	Besucher gesamt
11.10.22	Pressegespräch Klima X	30
11.10.22	Social Media Walk	30
12.10.22	Ausstellungseröffnung Kima X	253
13.10.22	Volle Halle	86
12.11.22	EÖ Klima & Du. Ein Denkraum zum Mitmachen	246
12.11.22	Connect local - Klima_X-Aktionstag	480
15.11.22	Debatten-Dienstag: Infocalypse now? Die Klimakrise und ihre medialen Bilder	25
26.11.22	SaTOURday: Verborgene Welten	13
07.12.22	KlimaKINO DEAR FUTURE CHILDREN	135
21.01.23	Klima-Café	14
15.02.23	Ditzner Lönsch Duo - Rage against Plastic Jazzkonzert in Kooperation mit Die Fabrik - Kulturfabrik Frankfurt	25
18.02.23	Klima-Café	15

18.02.23	LEA	65
19.01.23	Digitaler Klima-Club "Duschen, Heizen, Sparen: Die Energiewende und wie wir damit umgehen"	39
15.03.23	Wir wollen reden: Kann individueller Konsumverzicht die Welt retten? Kooperation mit BUND Jugend	35
16.03.23	Für Übermorgen: KLIMA_X-Poetry Show (verlegt in das NdM-Programm)	115
23.03.23	Digitaler Klima-Club: Klimakrise und Partizipation mit Klimaentscheid Frankfurt	47
27.03.23	KlimaKINO BARRIKADE	73
01.04.23	Klima-Café	24
05.04.23	#Krautschau mit Julia Krohmer (Senckenberg Museum)	19
17.04.23	KlimaKINO BIGGER THAN US	57
22.04.23	Connect local - Klima_X-Aktionstag	513
10.05.23	#Krautschau mit Julia Krohmer (Senckenberg Museum)	15
13.05.23	Nacht der Museen "Grüne Nacht"	7.795
31.05.23	Saisonauftritt und Jubiläumsfeier 20 Jahre Velo Taxi	52
07.06.23	Kleidertauschparty Klima_X	18
22.06.23	Digitaler Klima-Club "Heiß, heißer ..." mit Hessisches Landesamt für Naturschutz, Umwelt und Geologie	35
24.06.23	Klima-Café	5
28.06.23	"Zwischen Eco-Depression und Radical Hope"	165
05.07.23	Stadtspaziergang "Museumsgrün und Stadtklima" Lara-Maria Mohr, Klimareferat der Stadt Frankfurt	19
10.07.23	KlimaKINO EVERYTHING WILL CHANGE	42
11.07.23	Lesung Schäuble "Godland"	23
12.07.23	#Krautschau mit Julia Krohmer (Senckenberg Museum)	5
13.07.2023	K3-Preisverleihung	328
18.07.2023	Projektwoche Nachhaltigkeit	49
19.07.2023	Projektwoche Nachhaltigkeit	54
20.07.2023	Projektwoche Nachhaltigkeit	54
25.-27.08.23	Museumsuferfest	21.304
<b>Gesamt:</b>		<b>31.621</b>



*Besonders beliebt waren beim Publikum die Klima Aktionstage.*

### **TikTok- und LinkedIn-Accounts**

Anlässlich der Ausstellung KLIMA\_X hat das Museum in den Sozialen Medien einen TikTok-Account und ein LinkedIn-Profil eingerichtet, die für die Begleitkommunikation zur Ausstellung und ihre partizipatorischen Formen genutzt wurden.

#### c. Outreach

### **Community Gardening auf dem Museumsplatz**

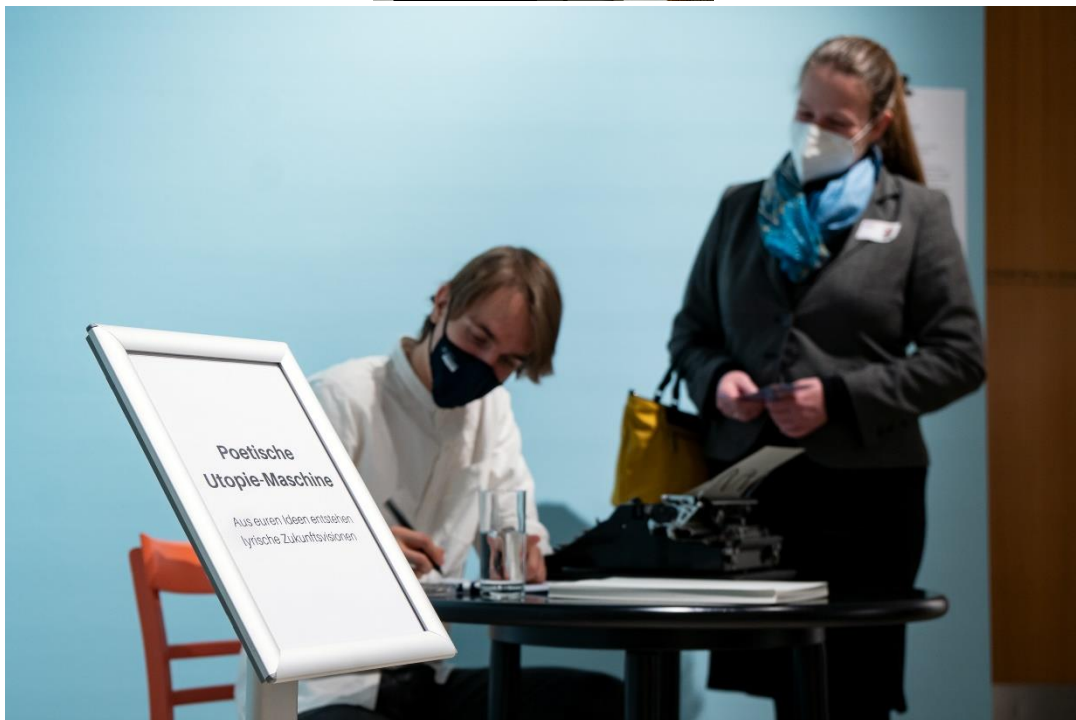
<https://klima-x.museumsstiftung.de/hochbeete/> Vor dem Museum bieten Hochbeete mit Informationsschildern Präsentationsräume für Bepflanzungen, die dem Klimawandel gerecht werden. Dazu hat das Museum DIE KOOPERATIVE zur Erarbeitung eines Konzepts eingeladen. In vier Hochbeeten erhielten Interessierte Beispiele für Bepflanzungen, die mit Trockenheit und Hitze gut zurechtkommen, wie man essbares Grün auf einer Verkehrsinsel anpflanzt, über die positiven Auswirkungen von Leguminosen und die Auswirkungen auf das Stadtklima durch Fassadenbegrünungen.

### **KLIMA-Satellit**

Klima & Du. Ein Denkraum zum Mitmachen



In Ergänzung zur Ausstellung hat das Museum einen KLIMA-Satelliten eingerichtet. Er wurde am 13.10.2022 mit den Beteiligten eröffnet. In zusätzlichen Ausstellungsräumen wurden Ergebnisse aus dem Vermittlungsprogramm und den partizipativen Aktionen gezeigt. Die Ausstellung veränderte sich immer wieder. Es kamen Beiträge hinzu, andere wurden beendet. Gruppen und Initiativen erhielten damit die Möglichkeit, sich einzubringen.



## **CO-CREATION/MITBEGRÜNDUNG & HOSTING/MODERATION**

### Co-Creation und Hosting-Ansätze in der Ausstellung Klima X

Diese Formen der Mitgestaltung hat Outreach bereits vor der Eröffnung geschaffen und entwickeln sich während der Laufzeit der Ausstellung weiter. Bisher sind Co-Creation/Mitbegründung bzw. Hosting/Moderation umgesetzt worden mit:

## Evangelische Akademie

Eine visuelle Einstimmung auf die Ausstellung, das sogenannte „Vorwort“, wurde in einem Kooperationsprojekt mit der Evangelischen Akademie gemeinsam mit jungen Menschen zwischen 16 und 25 Jahren und Künstler:innen gestaltet. An zwei Wochenenden fanden Change-Workshops statt. Der Soziologe Hartmut Rosa nahm mit einem Video-Impuls für die Jugendlichen am Workshop teil.



*Zu drei Workshopwochenenden haben sich 68 Jugendliche angemeldet, um eine künstlerische Ausdrucksform für ihre Gedanken zu Klimathemen zu entwickeln. Gemeinsam mit Künstler:innen entstanden Poesie, KlimaComics und eine Skulptur, die als Prolog in die Ausstellung einstimmt.*

## Umweltamt der Stadt Frankfurt am Main

Gemeinsam mit dem Umweltamt der Stadt Frankfurt hat das Museum im Frühjahr eine klimafreundliche Begrünung des Museumsdachs umgesetzt. Das Umweltamt hat mit dem Projekt „Frankfurt frischt auf!“ Unterstützung mit Fachwissen zur Entsigelung und Begrünung von Dächern. Durch die Klimaanpassungsmaßnahmen kann der zunehmenden Erwärmung in Frankfurt entgegengewirkt werden. Die Maßnahmen und Fortschritte des Wachstums von der Vorbereitung der Dachfläche bis zum insektenfreundlichen Mikroklima arbeiten Museum und Umweltamt in enger Abstimmung und kommunizieren gemeinsam an die Öffentlichkeit.

<https://klima-x.museumsstiftung.de/ein-jahr-bluehendes-museumsdach/>

Mit Co-Creation- und Hosting-Projekten erreicht das Museum Personen, die in gesellschaftlichen Prozessen für das Klima aktiv sind. Durch die Partizipation von Künstler:innen wird ein zusätzlicher Weg beschritten, der Menschen anspricht, die gerne über eine ästhetisch-konzeptionelle Weise angesprochen werden.

## COLLABORATION/ZUSAMMENARBEIT

### Collaboration-Ansätze in der Ausstellung Klima X

Mit den Collaboration/Zusammenarbeits-Maßnahmen vermittelt das Museum die Ausstellung auch in die Netzwerke der Kooperationspartner. Dies sind Wissenschaftler:innen und das

universitäre Umfeld, Interessierte an wissenschaftlichen Zusammenhängen, Lehrer:innen und Schüler:innen

## **Klimafakten.de**

Der Redakteur Toralf Staud und der Chefredakteur Carel Mohn haben das Kurator:innenteam intensiv bei der Ausgestaltung einzelner Stationen in der Ausstellung und beraten und inhaltliche Impulse aus Ihrer elfjährigen Erfahrung mit Klimafakten.de gegeben. Sie veranstalten u.a. den Kongress K3, in dem das Kurator:innenteam einen Workshop durchgeführt hat. Im Rahmen der Zusammenarbeit mit klimafakten.de wurde das Museum eingeladen, der Fachjury 2023 für die Auslobung des K3-Preises für Klimakommunikation anzugehören. Am 13. Juli 2023 fand die Preisverleihung im Museum für Kommunikation Frankfurt statt.

<https://www.klimafakten.de/meldung/loesungsorientiert-ueber-den-klimaschutz-sprechen-das-war-die-feier-zum-k3-preis>

## **Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz und LEA LandesEnergieAgentur Hessen und Hessisches Landesamt für Naturschutz, Umwelt und Geologie (HLNUG)**

Ein Kooperationsvertrag mit der LEA und dem HLNUG beinhaltete die Übernahme von Ausstellungsobjekten, welche die Umweltkommunikation des Hessischen Umweltministeriums und insbesondere die Nachhaltigkeitsstrategie veranschaulichen.

Im Themenbereich Klimakommunikation wird die Umweltkommunikation über Klimahandler\*innen und Bürgerbeteiligung veranschaulicht. Von Januar bis August 2023 fand an 6 Terminen der Digitale Klima-Club statt, bei dem Expertinnen mit dem digitalen Publikum diskutiert haben.

## **CONTRIBUTION – MITARBEIT**

### Contribution-Ansätze in der Ausstellung Klima X

Während des gesamten Ausstellungsrundgangs laden partizipative und interaktive Stationen die Besuchenden ein, Position zu beziehen, abzustimmen, ihre Meinung oder Ideen zu hinterlassen und ins Gespräch mit anderen Besuchenden sowie den ausgebildeten Klimaguides zu kommen. Darüber hinaus bietet der Expotizer – die Online-Erweiterung der Ausstellung – Möglichkeiten der Beteiligung und dient als Diskussionsforum.

Die nachfolgenden kurz beschriebenen Beispiele geben einen Einblick in die Contribution-Ansätze von KLIMA\_X:

### **wandelBar**

An einer mobilen Mini-Bar können Besuchende in ein offenes Gespräch mit ausgebildeten Klimaguides zu den Themen der Ausstellung kommen und für das persönliche Handeln zusätzliche Tools, Tipps und Tricks eingesammelt werden.

## Positionierung

Die Ausstellung begrüßt die Besuchenden mit dem Zitat von Marshall McLuhan: „There are no passengers on spaceship earth. We are all Crew“. Davon angeregt, beziehen Besuchende zu Beginn der Ausstellung auf dem Raumschiff Erde Position. Auf die Frage „Welches Crewmitglied möchten Sie sein?“ sind drei Zuordnungen möglich: Springerin, Navigatorin und Crew-Mitglied.



*Mit der Wahl eines Buttons bekennen sich Besuchende vor dem Ausstellungsrundgang zu ihrer Haltung: bin ich eher jemand, der aktiv wird, wenn es brennt und damit Springerin. Gebe ich gerne die Richtung vor und weiß was getan werden muss, wie die Navigatorin oder bin ich Teil der Mannschaft und mit allen gemeinsam aktiv, wie das Crew-Mitglied. Mit diesen Vorüberlegungen begeben sich die Besuchenden auf die Reise durch die Ausstellung. [Foto: Timo Gertler]*

## Emotionsrad

Im Bereich Klimaemotionen können Besuchende in einem interaktiven Netzdiagramm hinterlassen, wie stark sie Emotionen im Zusammenhang mit der Klimakrise fühlen. Zur Auswahl stehen zwölf Emotionen wie beispielsweise „verärgert“, „verängstigt“, „schuldig“, „machtlos“, „apathisch“, „hoffnungsvoll“. Im Anschluss können sie sehen, was andere Besuchende gewählt haben.



## Emotionsdetektor & Klimatiere

Im Raum Klimaemotionen können Besuchende mit spielerischem Zugang herausfinden, wie sie auf die Bilder der Klimakrise emotional reagieren. Dabei hilft ihnen eine Auswahl von sieben Klimatiern wie z.B. der „Vogel Strauß“, der den Kopf in den Sand steckt oder das „panische Huhn“ für das Gefühl von Angst und Unruhe oder die „fleißige Biene“ für das emsige Arbeiten an der Veränderung. Die Klimatiere können gemeinsam mit den Klimaguides als Gruppenerfahrung entdeckt werden oder von Einzelbesuchenden am „Emotionsdetektor“, einer digitalen Interaktionsstation. Dabei ist es auch möglich, ein Tier aus mehreren Qualitätsanteilen verschiedener Emotionstiere zu sein. Dafür können die Besuchenden an einer Wand Spielkarten mit den Anfangsbuchstaben der Tiernamen mitnehmen und Neuzusammensetzungen ausdenken:

Aus dem wütenden Gorilla – Go, der fleißigen Biene – Bi und dem bockigen Bock -Bo kann so ein GoBiBo werden. Die Besuchenden können auf einer Blanko-Karte das neu entstandene Emotionstier gestalten.



*Auf leeren Kartenvorlagen konnten Besucherinnen und Besucher ihr persönliches Klima-Tier festhalten.*

## Klimaausreden

Im Bereich Klimakommunikation können Besuchende typischen Klimaausreden gute Argumente in einer partizipativen Station entgegenbringen. Das schult die Gespräche zu Taktiken der Verzögerung und ermöglicht, Argumente zur Klimakommunikation zu erlernen.



*Mit humoristischen Zeichnungen erhalten Besuchende einen Überblick zu den 12 häufigsten Klimaausreden.*

## Geschichten zur Klimakrise

An einer Partizipationsstation hinterlassen die Ausstellungsbesuchenden ihre Meinung zu folgenden Fragen: „Welche Geschichten zur Klimakrise können Sie nicht mehr hören?“ „Welche Geschichten möchten Sie stattdessen hören?“

Die Beiträge werden gesammelt und in die Evaluation mit aufgenommen.



*Besucherinnen und Besucher hinterließen X Geschichten zur Klimakrise, die sie nicht mehr hören wollten und X, die sie gerne zu hören wünschten. Die Beiträge wertete das Kuratorinnenteam aus.*

## NOTWENDIGE PROJEKTANPASSUNGEN

An der MachBar erhalten Besuchende Tipps zum Umgang mit der Klimakrise. Hier geht es nicht nur um Lifehacks-Ideen für den Alltag, sondern auch um mutmachende und aktivierende Hinweise, sich politisch zu engagieren, um einen Filmtipp oder einfach mal um eine andere Perspektive auf ein Thema.



*Auf Tafeln hinterlassen die Besuchenden Vorschläge an Politiker, Unternehmerinnen und die Gesellschaft für Handlungen zur Begegnung des Klimawandels. [Foto: Marina Schilke]*

Mit den partizipativen Angeboten, die zur **Contribution/Mitarbeit** einladen, werden vor allem Besuchende angesprochen, die gerne aktiv sind und Inhalte über eigenes Handeln erschließen. Sie sind für Besuchende aller Altersgruppen gedacht und werden ohne Vorwissen genutzt.

## NOTWENDIGE PROJEKTANPASSUNGEN

Aufgrund der wirtschaftlichen Situation und dem starken Anstieg von Materialkosten ab der Mitte des Jahres 2022, lagen die Angebote der Unternehmen, die im Rahmen der Ausschreibung für den Bau der Ausstellung geboten haben, mindestens 80% über den Erwartungen des mit der Gestaltung beauftragten Büros Studio it's about. Das Museum hat sich zur Auflösung der Vergabe entschieden und mit dem bestbietenden freihändig

weiterverhandelt. Durch die Verhandlungen ist viel Zeit verloren gegangen, einige Mittel mussten aus dem Werbeetat umgebucht werden und es waren kostensparende Anpassungen beim Material und auch bei einigen Mitmachangeboten erforderlich.

So wurde das „Klimaskop“, das als eine Art Reisetagebuch zum Gestalten und Mitnehmen geplant war, durch das Angebot von Spielkarten mit den Klimatieren ersetzt. Angelehnt an die Beschreibungen der Klimatiere und ihrer Emotionen, können dazu Spiele gespielt werden oder auf einer Leerkarte ein eigenes Klimatier gemalt werden. Anregungen und Erläuterungen erhalten Besuchende von den Klima-Guides.

Im Verlauf der Ausstellung hat sich herausgestellt, dass die Materialwahl von Pappwabenplatten für die sogenannten „Eisberge“, auf denen die Historie der Klima-Kommunikation seit 1952 dargestellt wird, nicht wie erwartet nachhaltig war. Das Material hat sich als stoßanfällig und empfindlich bei der Bearbeitung gezeigt. Daher wurde es für die Weitergabe nach Berlin durch Holzplatten ersetzt.

## **KOSTENABWICKLUNG**

Für das Projekt wurden neben der DBU weitere Förderer gewonnen, die Outreach finanziert haben:

- Das **Umweltamt Frankfurt** hat mit dem Programm Frankfurt frisch auf! Die Umwandlung des Museumsdachs in eine Blühwiese gefördert. Mit der Ansiedelung von heimischen Blühpflanzen wird die Insektenvielfalt gefördert und der Wasserverbrauch sinkt im Vergleich zum Erhalt eines Golfrasens um rund 70%!
- Die **Landesenergieagentur Hessen (LEA)** und das Hessische Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz haben zur Veranschaulichung gelungener Klimakommunikation in der Ausstellung kooperiert. Am 28.02.2023 stellt die LEA den überarbeiteten Klimaschutzplan des Landes Hessen bei einer internen Veranstaltung im Museum vor. Alle Beteiligten werden durch die Ausstellung geführt.
- **klimafakten.de** hat das Museum in die Jury des K3-Preis für Klimakommunikation aufgenommen. Am 13.07.2023 fand die Preisverleihung im Museum statt.

## **ÖFFENTLICHKEITSARBEIT**

### a. Analyse

Mit dem Thema Klimawandel behandelte die Ausstellung KLIMA\_X ein hochaktuelles und gesellschaftlich relevantes Thema, worüber in den Medien seit vielen Jahren kontinuierlich berichtet wird. Dadurch gelang es neben der Regionalpresse und dem Feuilleton auch Medien außerhalb des klassischen Kulturbereichs für die Ausstellung zu interessieren.

Mit der Jahrespressekonferenz am 26. Januar 2022 startete die Ansprache von Journalist:innen zu KLIMA\_X. Zum Auftakttermin für die Medien berichteten u.a. dpa, epd, Frankfurter Rundschau und Frankfurter Allgemeine Zeitung und stimmten auf die KLIMA\_X-Ausstellung und ihr Begleitprogramm ein.

Mit der Bepflanzung des Museumsdachs leistete das Museum selbst einen aktiven Beitrag zu Artenvielfalt und Klimaschutz. Am 21. Juni 2022 stellten das KLIMA\_X-Projektteam und



Vertreter:innen des Umweltamtes der Stadt Frankfurt am Main die Blühwiese auf dem Museumsdach der Öffentlichkeit vor. Neben dem Jahrespressegespräch konnte so bereits im Vorfeld bei den Medien und der Öffentlichkeit Aufmerksamkeit für die Ausstellung geweckt werden. Besonderen Zuspruch erfuhr die Neubepflanzung der Wiese durch den Hessischen Rundfunk. Das ARD-Wetterkompetenzzentrum griff in mehreren „alle Wetter!“-Sendungen, aber auch in der hessenschau die Wiese als gelungenes Beispiel für Stadtbegrünung auf. Höhepunkt der Berichterstattung war diesbezüglich die Halbjahresbilanz des Deutschen Wetterdienstes im August und die Feststellung, dass in Deutschland der sonnigste Sommer seit Aufzeichnungsbeginn verzeichnet wurde. KLIMA\_X wurde dabei als gelungenes Beispiel für eine Ausstellung genannt, die die Klimakrise sichtbar macht und Orte des Austauschs zu Klimakommunikation schafft.

Die Pressekonferenz zur Ausstellung am 11. Oktober 2022 zog zahlreiche TV-, Radio- und Printberichterstattung nach sich. Am Abend der Eröffnung am 11. Oktober 2022 waren auch zahlreiche Social-Media Vertreter:innen aus dem Rhein-Main-Gebiet dazu eingeladen, die Ausstellung exklusiv vor der Eröffnung zu besuchen. Die Social-Media-Aktivitäten, u.a. vom Hessischen Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, der LandesEnergieAgentur Hessen, klimafakten.de, der Stadt Frankfurt sowie der DBU trugen wesentlich dazu bei, dass auch Medienvertreter:innen und Besucher:innen über die Rhein-Main-Region hinaus auf die Ausstellung aufmerksam wurden.

Anlässlich der Ausstellungseröffnung berichtete der Hessische Rundfunk intensiv mit ausführlichen Gesprächen und Hintergrundberichten auf hr-iNFO (25 Min.) sowie hr2-Kultur (12 Min.). Erfreulich ist auch die breite Streuung des Artikels von Christian Huther, der u.a. im Gießener Anzeiger, Darmstädter Echo und in den Badischen Neuesten Nachrichten veröffentlicht wurde. Für überregionale Strahlkraft sorgte der Beitrag von ARD Brisant. Diese Berichterstattung wurde flankiert von strategischen Medienpartnerschaften mit ARTE (hier wurde ein Beitrag im Rendez-Vous Kultur gesendet) sowie mit Schrot & Korn und chrismon, die ebenfalls über die Ausstellung berichteten. Die beiden Magazine hoben vor allem die Klimatiere, die für einen spielerischen Zugang zur Ausstellung sorgten, positiv hervor.

Mit dem vielseitigen Rahmenprogramm und zahlreichen Aktionstagen konnte das Interesse von Seiten der Presse über die gesamte Laufzeit der Ausstellung aufrechterhalten werden. Auch im Rahmen der Berichterstattung rund um die Großveranstaltungen „Lange Nacht der Museen“ und „Museumsuferfest“ wurde das Museum für Kommunikation mit seinen Angeboten in den großen Regionalmedien (Frankfurter Neue Presse, Frankfurter Rundschau etc.) positiv erwähnt.

Durch die Zusammenarbeit mit prominenten Persönlichkeiten, die sich für den Klimaschutz einsetzen, wie z. B. Dr. Eckart von Hirschhausen gelang es auch 2023 für erneute Aufmerksamkeit in den Medien zu sorgen. Sowohl die regionale Printpresse (Frankfurter Neue Presse) als auch der hr-iNFO Podcast interviewten von Hirschhausen und verwiesen auf die Ausstellung.

Auch zum Ende der Ausstellung berichtete die FAZ am 19. August 2023 erneut mit einem großen Artikel über die Ausstellung und bezeichnete sie als „[e]ine Ausstellung mit Wirkung“.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass es gelungen ist, nicht nur die museumsrelevanten Ressorts – und damit das Feuilleton – zu adressieren, sondern darüber hinaus auch regionale und überregionale Wissenschafts- und Umweltredaktionen. Damit ist die Pressearbeit zu KLIMA\_X ein großer Erfolg gewesen und konnte maßgeblich zur Bewerbung der Ausstellung beitragen, wodurch viele Besucher:innen angezogen und nicht zuletzt das Ansehen des Museums gestärkt wurde. Diese breite Streuung spiegelt sich auch bei den

Besucher:innengruppen wieder: Das Publikumsspektrum reichte von Interessensverbänden über Verbraucherzentrale und Stadtplanungsamt bis hin zu Schüler:innengruppen und Akteur:innen aus dem kirchlichen Bereich.

## AUSWAHL

### Print

Frankfurter Allgemeine Zeitung

Erscheinungsdatum: 22.6.2022

**Artenreiche Blühwiese statt Rasen**

Frankfurter Rundschau

Erscheinungsdatum: 22.6.2022

**Die Wiese lebt**

Welt

Erscheinungsdatum: 09.10.2022

**KLIMA\_X**

Frankfurter Rundschau

Erscheinungsdatum: 12.10.2022 20

**Warum tun wir's nicht?**

Frankfurter Allgemeine Zeitung

Erscheinungsdatum: 12.10.2022 21

**Gute Vorsätze reichen nicht**

Gießener Anzeiger, Allgemeine Zeitung, Wiesbadener Kurier, Darmstädter Echo, Wetzlarer Neue Zeitung, Main Echo, Badische Neueste Nachrichten

Erscheinungsdatum: 13.10.2022 22

**Anruf aus dem Jetzt im Jahr 2045**

FRIZZ

Erscheinungsdatum: Oktober 2022

**50 Jahre Klimakommunikation**

Nassauische Neue Presse

Erscheinungsdatum: 17.10.2022

**Warum tun wir's nicht?**

Schrot & Korn

Erscheinungsdatum: 24.10.2022

**Klima\_X sucht den Austausch**

Frankfurter Rundschau

Erscheinungsdatum: 10.11.2022

**Welt retten im Museum**

Badische Neueste Nachrichten

Erscheinungsdatum: 3.11.2022

**Anruf aus dem Jahr 2045**

Frankfurter Neue Presse  
Erscheinungsdatum: 10.11.2022  
**Eisbären auf schmelzenden Schollen**

Frankfurter Neue Presse  
Erscheinungsdatum: 22.12.2022  
**Eckhart von Hirschhausen ist das Lachen vergangen**

FAZ Rhein-Main-Zeitung  
Erscheinungsdatum: 18.2.2023  
**Im Gleichklang gegen Plastik**

Frankfurter Neue Presse  
Erscheinungsdatum: 22.4.2023  
**Zwischen Kinderuni und Klimacafé**

FRIZZ  
Erscheinungsdatum: 25.5.2023  
**Klima im Kopf**

mare  
Erscheinungsdatum: 1.4.2023  
**Tiefere Wahrheiten – Eine Ausstellung über Klimawandel und Krisenkommunikation**

FAZ  
Erscheinungsdatum: 19.8.2023  
**Eine Ausstellung mit Wirkung (erschieden in Print und Online)**

## **TV-Berichte**

RTL Hessen  
Erscheinungsdatum: 12.10.2022  
**Klima\_X im Museum für Kommunikation**

Rhein Main TV  
Erscheinungsdatum: 12.10.2022  
**Klima\_X im Museum für Kommunikation**

## **Hörfunk**

hr-iNFO  
Erscheinungsdatum: 12.10.2022

Radio Frankfurt  
Erscheinungsdatum: 12.10.2022

hr2  
Erscheinungsdatum: 13.10.2022

SWR2

Erscheinungsdatum: 20.10.2022

## Podcast

hr-iNFO Nachrichten

Erscheinungsdatum: 27.4.2023

### **Die Klimakrise ist unsere größte Gesundheitsbedrohung**

[https://www.hr-inforadio.de/programm/das-interview/das-interview-mit-eckart-von-hirschhausen-arzt-moderator-und-kabarettist-v1\\_das-interview-mit-eckart-von-hirschhausen-arzt-und-kabarettist-100.html](https://www.hr-inforadio.de/programm/das-interview/das-interview-mit-eckart-von-hirschhausen-arzt-moderator-und-kabarettist-v1_das-interview-mit-eckart-von-hirschhausen-arzt-und-kabarettist-100.html)

## Online

Frankfurter Rundschau Online

Erscheinungsdatum: 27.6.2023

### **Der Lauschende in der Blauraute**

<https://www.fr.de/frankfurt/der-lauschende-in-der-blauraute-92368229.html>

journal.de

Erscheinungsdatum: 13.10.2022

### **Was wissen wir über die Klimakrise und welche Ausreden haben wir?**

[https://www.journal-frankfurt.de/journal\\_news/Kultur-9/Museum-fuer-Kommunikation-Was-wissen-wir-ueber-die-Klimakrise-und-welche-Ausreden-haben-wir-39843.html](https://www.journal-frankfurt.de/journal_news/Kultur-9/Museum-fuer-Kommunikation-Was-wissen-wir-ueber-die-Klimakrise-und-welche-Ausreden-haben-wir-39843.html)

Feuilleton Frankfurt

Erscheinungsdatum: 9.2.2023

<https://www.feuilletonfrankfurt.de/2023/02/09/kommunikationsmuseum-frankfurt-trumpft-mit-hochaktuellen-ausstellungen-auf/>

Frankfurter Neue Presse

Erscheinungsdatum: 23.3.2023

### **T-Shirts werden zu Taschen**

<https://www.fnp.de/frankfurt/shirts-werden-zu-taschen-92230061.html>

klimafakten.de

Erscheinungsdatum: 14.7.2023

### **Lösungsorientiert über den Klimaschutz sprechen – Das war die Feier zum K3-Preis**

<https://www.klimafakten.de/meldung/loesungsorientiert-ueber-den-klimaschutz-sprechen-das-war-die-feier-zum-k3-preis>

## FAZIT

Während der Laufzeit vom 13.10.2022 bis zum 27.08.2023 wurde die Ausstellung KLIMA\_X . Vom Wissen zum Handeln an 274 Öffnungstagen von 50.744 Gästen besucht. Dies liegt im

Vergleich 17% über dem Durchschnitt der seit 2015 gezeigten Wechselausstellungen im zweiten Obergeschoss des Museums. Trotz der nach wie vor geringeren Gesamtbesuchendenzahlen durch die Coronapandemie, wurde die Ausstellung überdurchschnittlich gut besucht. An den vier Tagen der Frankfurter kulturellen Großveranstaltungen "Nacht der Museen" am 13. Mai 2023 und "Museumsuferfest" vom 25. bis zum 27. August 2023 besuchten 9.790 Interessierte die Ausstellung. Das Programm beider Veranstaltungen wurde jeweils mit Bezug zur Ausstellung konzipiert. Zur Partynacht und dem kostengünstigem Museumsuferwochenende kamen viele Menschen, die nicht regelmäßig Museen besuchen. Insbesondere der Besuchendenrekord von 21.304 Personen beim Museumsuferfest kann der Attraktivität der Ausstellung zugeschrieben werden.

Am Ende der Laufzeit nutzten Viele die Gelegenheit, die Ausstellung, von der sie bereits gehört hatten, zu einem sehr guten Preis zu besuchen. Das Projekt wirkt nachhaltig, weil das Museum fortan eine insektenfreundliche Blühwiese unterhält, das Bewusstsein aller Mitarbeitenden darüber geschärft wurde und auch weil Ausschreibungen der MSPT für die Auswahl von Ausstellungsgestalter:innen zukünftig mit Fokus auf Upcycling-, Re-use und Cradle-to-Cradle-Aspekten erfolgen. KLIMA\_X wandert und ist bis Ende 2024 in Berlin zu sehen.