



**INITIATIVE
PSYCHOLOGIE IM UMWELTSCHUTZ**

IPU KONGRESS 2016

MAN SOLL NICHT NICHT KOMMUNIZIEREN

28.OKTOBER

VOLKSHAUS ZÜRICH

KOMMUNIKATION DIE NACHHALLT

Die Auswirkungen des Klimawandels und der Umweltzerstörung werden immer spürbarer. Trotz dieser kritischen Entwicklung findet das Thema verhältnismässig wenig Beachtung in unserer Gesellschaft. Folglich ist eine wirksame Kommunikation unerlässlich, um die Bevölkerung für das Thema Nachhaltigkeit zu sensibilisieren und den Anliegen des Umweltschutzes Gehör zu verschaffen. Aus diesem Grund steht beim diesjährigen Kongress der Initiative Psychologie im Umweltschutz (IPU) das Thema Kommunikation im Fokus. Welche Kommunikationsstrategien gibt es und was lässt sich mit Story Telling, der Kunst des Geschichtenerzählens, alles bewegen? Wie werden Informationen in unserem Gehirn verarbeitet? Erfahren Sie am Kongress, wie die Kommunikation den Weg in eine nachhaltige Zukunft ebnet.

WO & WANN

28. 10. 2016 / 8.30-17.30

Volkshaus Zürich

Stauffacherstrasse 60

8004 Zürich

ANMELDUNG

www.umwelt-psychologie.ch/kongress

TEILNAHMEGEBÜREN

Erwerbstätige	150 CHF
Erwerbstätige IPU-Mitglieder	120 CHF
Nichterwerbstätige	40 CHF
Nichterwerbstätige IPU-Mitglieder (Verpflegung inbegriffen)	30 CHF

Mit freundlicher Unterstützung von:
WWF Schweiz, MAIORES Stiftung, Vaduz

STIFTUNG
MERCATOR
SCHWEIZ



PROGRAMM

- 8.15 **Anmeldung**
- 9.00 **Begrüßung und Einführung in die Thematik**
- 9.20 **Vortrag von Mike Schäfer**
- 10.20 **Kaffee-Pause**
- 10.45 **Vortrag von Martin Meyer**
- 11.45 **Kaffee-Pause**
- 11.55 **Vortrag von Dana Giesecke**
- 13.00 **Mittagspause**
- 14.30 **Workshops**
- 16.30 **Wrap-up**
- 17.00 **Apéro und Infomarkt**

REFERENTEN

Prof. Dr. rer. nat. Martin Meyer

NEUROPSYCHOLOGISCHE GRUNDLAGEN DER KOMMUNIKATION

Der Vortrag wird eine kurze Einführung geben, wie das menschliche Gehirn seine Umwelt wahrnimmt und interpretiert. Im Weiteren wird das Thema Kommunikation im Mittelpunkt stehen. Sich mit der menschlichen Sprache zu beschäftigen, mit ihren evolutionären, neurobiologischen und psychologischen Berührungspunkten, hilft ebenfalls zu verstehen, wie und warum der Mensch seine soziale und kulturelle Umwelt so gestaltet hat, wie sie ist. Dabei werfen wir einen Blick auf die Gehirnentwicklung während der vergangenen Jahrtausende und lernen verstehen, warum es dem Menschen heute so schwerfällt, die technologischen, demographischen, ökonomischen und ökologischen Herausforderungen der Zukunft zu antizipieren und vorausschauend zu handeln.



Prof. Dr. Mike Schäfer

DER KLIMAWANDEL IN DEN MEDIEN

Der Klimawandel ist eine der zentralen Herausforderungen der Menschheit – und zugleich ein lebensweltfernes Thema, über das sich viele Menschen vor allem in den Medien informieren. Folgerichtig haben sich Kommunikations- und Sozialwissenschaft in den letzten 20 Jahren intensiv mit Mediendarstellungen des Klimawandels, ihrer Entstehung und ihren Wirkungen beschäftigt. Der Vortrag führt in das Thema ein, stellt überblicksweise aktuelle Befunde vor und präsentiert Herausforderungen künftiger Forschung.





Dipl.-Soz. Dana Giesecke

ES REICHT NICHT AUS, ETWAS BESSER ZU WISSEN. FUTURZWEI UND DIE KRAFT DER GUTEN GESCHICHTEN.

Angesichts von Klimawandel, Krisen und Katastrophen werden dringend neue Formen der Mobilität, Architektur und Stadtplanung oder des sparsamen Konsums gebraucht. Apokalyptische Kommunikation bewegt jedoch nicht zur individuellen und kollektiven Verhaltensänderung. Und verordnen und diktieren kann man das ebenfalls nicht.

Doch nachhaltige Handlungsweisen für eine neue gesellschaftliche Utopie gibt es bereits. Ihre Protagonisten sind „praktische Visionäre“, die für eine andere, bessere gesellschaftliche Zukunft kämpfen und sich vom Wachstumsparadigma der Industriegesellschaft abkehren. Ob Bewohner einer Millionenmetropole, Bürger einer Provinzstadt oder Ehrenamtliche im ländlichen Raum: sie sind die „Avantgarde“ und sie sind die Akteure gesellschaftsrelevanter Zukunftsbilder. Last but not least sind sie die Hauptpersonen in den „Geschichten des Gelingens“ der Stiftung FUTURZWEI.

WORKSHOPS

A: STORYTELLING – WIE ERZÄHLT MAN EINE GUTE GESCHICHTE ÜBER UWELTTHEMEN?

Stefan Breit & Anouk Eschelmüller / Umweltnaturwissenschaftler und Journalistin / Das Lamm

Mit der Frage, wie man gute Geschichten über Umweltthemen erzählt, beschäftigen wir uns bei Das Lamm schon seit Langem. In unserem Workshop geben wir dieses Wissen weiter und gehen der Frage nach, wie man ein komplexes Thema in eine verständliche Form überführen kann. In einem ersten Teil des Workshops präsentieren wir theoretische Grundlagen des Storytellings und reichern diese mit Geschichten aus unserem Fundus an. In einem zweiten Teil wird das erlernte Wissen in Gruppen erprobt. Dieses Wissen ist natürlich nicht nur relevant für die Kommunikation von Umweltthemen, sondern kann in vielen Bereichen von Nutzen sein. Deshalb richtet sich der Workshop an alle, die Interesse am Erzählen von Geschichten haben.

B: ZUM HANDELN BEFÄHIGEN: ANSÄTZE UND ERFAHRUNGEN AUS DER UMWELT-ERWACHSENENBILDUNG

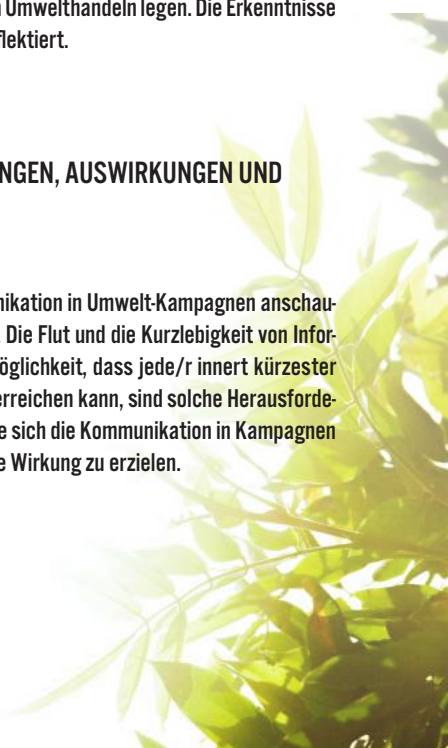
Dr. Helene Sironi / Geographin und Erwachsenenbildnerin / Umwelt Bildung Entwicklung

Bewirkt Umweltwissen, Bewusstsein für Umweltprobleme, Motivation und die Vermittlung von Handlungskompetenzen tatsächlich umweltgerechtes Handeln? Oder braucht es mehr? Im Workshop bearbeiten wir Kompetenzmodelle und wirkungsorientierte Ansätze aus der Umweltbildung und Bildung für Nachhaltige Entwicklung, die den Fokus auf die Befähigung und Qualifizierung zum Umwelthandeln legen. Die Erkenntnisse werden in die Arbeitsbereiche der Teilnehmenden übertragen und reflektiert.

C: KOMMUNIKATION IN KAMPAGNEN – HERAUSFORDERUNGEN, AUSWIRKUNGEN UND TRENDS ANHAND VON KONKRETEN BEISPIELEN

Georg Klingler / Campaigning / Greenpeace

Im Workshop werden wir die klassischen Grundsätze für die Kommunikation in Umwelt-Kampagnen anschauen und dann auf die Herausforderungen der aktuellen Zeit eingehen. Die Flut und die Kurzlebigkeit von Informationen, die Vielzahl an Kanälen und damit verbunden auch die Möglichkeit, dass jede/r innert kürzester Zeit mit wenig Aufwand und etwas Glück riesige Menschenmengen erreichen kann, sind solche Herausforderungen. Wir werden dabei gemeinsam die Fragen erörtern, ob und wie sich die Kommunikation in Kampagnen verändern sollte, um weiterhin relevant zu bleiben bzw. eine grössere Wirkung zu erzielen.



D: UMWELTKOMMUNIKATION UND DESIGN

Evert Ypma / Designforschung / Hochschule Luzern

Beschreibung in Bearbeitung

E: NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION IN ORGANISATIONEN DURCH GAMIFICATION: WIE MAN MIT HERZ UND STRATEGIE MENSCHEN ERREICHT UND BEWEGT

Majka Baur / Mitgründerin vom ETH Spinoff WeAct, spezialisiert auf Mitarbeiterengagement-Programme für Nachhaltigkeit in Organisationen

Nachhaltigkeit in Unternehmen, Schulen oder Vereinen auf eine Weise zu kommunizieren, die Mitglieder zum Handeln bewegt, ist eine grosse Herausforderung. Im hektischen Alltag ist jeder mit sich selbst und seinen Aufgaben beschäftigt. Deshalb ist es besonders wichtig, die Thematik packend zu kommunizieren, um Menschen emotional und rational für Nachhaltigkeit zu gewinnen. Im Workshop erhalten die Teilnehmenden zuerst einen theoretischen Input, wie sie Menschen erreichen und sie zum Handeln bewegen können. Es werden Strategien und Lösungsbeispiele vorgestellt, die innerhalb von Organisationen angewendet werden können. Die Teilnehmenden verknüpfen dann die Theorie mit eigenen Herausforderungen und finden gemeinsam passende Lösungen. Die Inhalte am Workshop werden spielerisch mit Gamification-Elementen präsentiert.

F: UMWELTPSYCHOLOGIE IN DER KOMMUNIKATION

Somara Gantenbein und Maya Mathias / Umweltpsychologie/ IPU Vorstand

Katastrophenszenarien sind Symbolbilder in der Kommunikation rund um den Klimawandel. Doch in der letzten Zeit scheinen diese Mittel ausgereizt und der Fokus wird immer mehr auf positive Bestärkung und das Aufzeigen von Handlungsalternativen gesetzt. Im Workshop werden Hindernisse in der Kommunikation von nachhaltigen Themen diskutiert. Anschliessend werden umweltpsychologische Tipps zur Überwindung vorgestellt, anhand deren die Teilnehmenden eigene Kommunikationsideen zu einem Thema in der Nachhaltigkeitsdebatte entwickeln. Zusätzlich wird ein Einblick in die Grundlagen der Umweltpsychologie gegeben.



VERANSTALTER: IPU SCHWEIZ

Die IPU Schweiz ist ein interdisziplinäres Netzwerk von Berufstätigen und Studierenden, Praktikern und Forschern. Seit ihrer Gründung im Jahr 2006 vertritt sie in der Schweiz den Einsatz der Psychologie in Umweltschutz und Nachhaltigkeit. Ziel unseres Vereins ist es, die Umweltpsychologie und ihren Beitrag zu Umweltschutz und Nachhaltigkeit bekannter zu machen, und UmweltpsychologInnen mit Akteuren aus Umweltschutz und Nachhaltigkeit zu vernetzen. Dies verfolgen wir durch die Organisation von Kongressen, Umweltpsychologie-Kursen, Stammtischen und weiteren Projekten und Veranstaltungen.

KONGRESSTEAM:

Yésica Martínez, Studentin B. Sc. Psychologie und Neuroinformatik, IPU Vorstand

Noemi Bumann, M. Sc. Psychologie, Netzwerk Schweizer Pärke

Anja Tesic, M. Sc. Umweltnaturwissenschaften, Psychiatrische Universitätsklinik Zürich

Ursula Büsser, lic. phil. Psychologin, LCC Consulting AG

Alice Ghidossi, Studentin B. Sc. Psychologie, Biologie und Betriebswirtschaftslehre

Michelle Donzallaz, Studentin B. Sc. Psychologie und Betriebswirtschaftslehre

Silvia Studer, M. Sc. Psychologin, SVA ZH

Layout: Yael Anders / www.amedring.com

IPU Schweiz

INITIATIVE PSYCHOLOGIE IM UMWELTSCHUTZ

umwelt-psychologie.ch / info@umwelt-psychologie.ch

