

## Inhalt

Promet – Meteorologische Fortbildung, Heft 101 (2018)

Thema des Heftes: **Klimakommunikation**

Fachliche Redaktion: Marie-Luise Beck (Berlin), Herbert Formayer (Wien)

Fachliche Durchsicht: M.-L. Beck, H. Formayer, et al.

<b>Beitrag</b>	<b>Seite</b>
M. L. BECK Zu diesem Heft, Danksagung	3-4
H. FORMAYER	
<b>1</b> Einleitung	5-6
<b>Klimakommunikation – Warum scheitert sie so oft und wann kann sie gelingen ? Rahmenbedingungen, Hindernisse, Erfolgsfaktoren</b>	
S. LEWANDOWSKY, B. WINKLER	
<b>2</b> Desinformation zum Klimawandel – und was man dagegen tun kann	8-14
T. GROTHMANN	
<b>3</b> Wege für eine handlungsmotivierende Klimakommunikation – Ergebnisse psychologischer Forschung	15-19
A. PRUTSCH, S. CHIARA	
<b>4</b> Killerphrasen und andere Freuden...	20-22
A. GELLRICH	
<b>5</b> Das Milieu macht's! Milieuspezifische Erkenntnisse zum Klimawandel und Ansatzpunkte für zielgruppenbezogene Kommunikation	23-29
J. BORNER	
<b>6</b> „Es wird einmal...“ Narrativer Alphabetisierungsprozess in der Klimakommunikation	30-33
A. KUTHE, A. KÖRFGEN, N. WITSCHI, S. HACKLING, A. KLEINMANN	
<b>7</b> Weniger Klimakommunikation, mehr KlimaSchutzkommunikation? Drei Beispiele	34-37
<b>Kommunikation und Medien</b>	
B. WINKLER	
<b>8</b> Diskussionen über den Klimawandel im Netz	39-41
F. WEDER	
<b>9</b> „Der Klimawandel frisst den Wald“ – Framing-Prozesse in der Klimakommunikation	42-44
M. S. SCHÄFER	
<b>10</b> Bilder in der Klimawandel-Kommunikation – Ein Überblick über die sozialwissenschaftliche Forschung	45-50

I. NIEDEK		
11	Wie Wettermoderatoren das Klima ins Wohnzimmer bringen können	51-54
A. KÖRFGEN, J. STÖTTER		
12	Zielgruppenorientierte Klimawandelkommunikation: Perspektiven aus Politik und Verwaltung	55-57
<b>Was kann Kommunikation beitragen zur Transformation von Gesellschaft(en) ?</b>		
M. HULME		
13	Zwischen Fakten und Bedeutung: Kulturelle Kontexte in der Klimawandelkommunikation	59-65
J. LYNN		
14	Kommunikation der Ergebnisse des IPCC: Herausforderungen und Möglichkeiten	66-68
M.-L. BECK, H.E. OTT		
15	Wie Verbote besser „verkauft“ werden können Reflexionen zum Workshop „Endlich tun, was wir für richtig halten – Standards, Regeln und Routinen für ein nachhaltiges Leben“	69-73
T. KRENNERT, H. SCHEIFINGER, T. HÜBNER		
16	Citizen Science für Wetterextreme und Phänologie in der Klimawirkungsforschung	74-77
<b>Vorstellung der Veranstalter des K3-Kongresses zu Klimawandel, Kommunikation und Gesellschaft im September 2017 in Salzburg</b>		
M.-L. BECK, E. WEIDINGER		
	Das Deutsche Klima-Konsortium an der Schnittstelle zwischen Wissenschaft, Politik und Gesellschaft	79-81
T. STAUD		
	klimatefakten.de – Klima. Sprechen wir darüber	82-84
M. STANGL, S. ROPAC		
	CCCA – Climate Change Centre Austria – Das Klima-(folgen)-forschungs-Netzwerk der österreichischen Wissenschaft	85-88
M. HAMA		
	Das Swiss National Centre for Climate Services (NCCS )	89-90
K. AMMON, U. NEU		
	ProClim baut Brücken zwischen Wissenschaft und Gesellschaft	91-92
<b>Ergänzender Beitrag des DWD</b>		
S. RÖSNER		
	Klimawissen nutzergerecht kommunizieren – Herausforderungen an die technisch-wissenschaftliche Bundesbehörde DWD	94-98
Vorschau auf die nächsten Hefte		