



Tapetenwechsel

-

Bilder mit Zukunft

 **Bundesministerium**
Klimaschutz, Umwelt,
Energie, Mobilität,
Innovation und Technologie

 **Bundesministerium**
Bildung, Wissenschaft
und Forschung



LAND
OBERÖSTERREICH



umweltbundesamt^U



Sybille Chiari (Projektleitung / freischaffende Wissenschaftlerin)
Max Reisinger (Klimabündnis OÖ)
Norbert Rainer (Klimabündnis OÖ)
Richard Schachinger (Klimabündnis OÖ)
Janin Salzger (Grafikerin)
Lina Reisinger (Filmmacherin)
Laura Mayer (Grafikerin)

Institution



*"Alles, was an Großem in der Welt geschah,
vollzog sich zuerst in der Phantasie des Menschen."*

Astrid Lindgren

Diese Publikation sollte folgendermaßen zitiert werden:

Chiari, S.; Reisinger, M., Rainer, N., Schachinger, R., Salzger, J., Mayer, L., Reisinger, L. (2021):
Tapetenwechsel. Endbericht von StartClim2020.H in StartClim2020: Planung, Bildung und Kunst für
die österreichische Anpassung, Auftraggeber: BMK, BMWFW, Klima- und Energiefonds, Land
Oberösterreich.

Wien, im Juni 2021

StartClim2020.H
Teilprojekt von StartClim2020

Projektleitung von StartClim2020:
Universität für Bodenkultur, Department für Wasser – Atmosphäre – Umwelt
Institut für Meteorologie und Klimatologie, Gregor-Mendel-Straße 33, 1190 Wien

URL: www.startclim.at

StartClim2020 wurde aus Mitteln des BMK, BMWFW, Klima- und Energiefonds
und dem Land Oberösterreich gefördert.

Inhaltsverzeichnis

H-1	Kurzfassung	4
H-2	Abstract	5
H-3	Zielsetzung des Projekts	6
H-4	Bisherige Erkenntnisse der (visuellen) Klimakommunikation	7
H-5	Visualisierungen einer klimafitten Zukunft	8
H-6	Methodik	10
H-6.1	Projektdesign	10
H-6.2	Qualitative Interviews	10
H-6.3	Grafisches Konzept der Tapete	12
H-7	Ergebnisse	14
H-7.1	Ergebnisse der Interviews	14
H-7.2	Zitate aus den Interviews und Wordcloud	16
H-7.3	Zusätzliche wissenschaftliche Visionsspenden	18
x-7.3.1	Extrahierter Bilder aus dem Referenzplan zur Klima- und Energiestrategie:	18
x-7.3.2	Extrahierte Bilder aus der BOKU Video-Serie "Welche Zukunft wollen wir?":	19
H-7.4	Szenensteckbriefe	19
H-8	Grafische Übersetzung der Ergebnisse	21
H-8.1	Vordergrund der Tapete	21
H-8.2	Hintergrund der Tapete	22
H-8.3	Einzelne Szenen der Tapete	24
	Die folgenden Szenen sind in der finale, hochauflösten Printversion der Tapete in Form von kreisrunden Ausschnitten in die Landschaft (Abbildung 7) eingebettet.	24
H-8.4	Was nicht auf der Tapete zu sehen ist	31
H-8.5	Stakeholder-Workshop: empirische Testung der 'Tapete'	33
H-8.6	Kurzfilm - Making-of Zukunftstapete	34
H-9	Dissemination	35
H-10	Diskussion und Schlussfolgerung	36

H-1 Kurzfassung

Viele Menschen haben dystopische Vorstellungen und Bilder zu Klima-Szenarien im Kopf, auf die wir als Gesellschaft nicht länger zusteuern wollen und können. Um eine klimagerechte Zukunft Wirklichkeit werden zu lassen, brauchen wir als Gegengewicht auch Vorstellungen und Bilder dazu, wie eine klimagerechte Zukunft aussehen könnte, in der wir vieles richtig gemacht haben werden. Was das übersetzt in den zukünftigen Alltag bedeutet, ist für die meisten Menschen jedoch (noch) schwer greifbar.

Das Projekt 'Tapetenwechsel' erzählt eine wissenschaftlich fundierte, grafische Geschichte, wie diese klimafitte Zukunft aussehen könnte. Es greift auf Bilder und Geschichten zurück, die aus Interviews mit Klimapionier*Innen und Wissenschaftler*innen abgeleitet wurden und ergänzt diese durch Aussagen aus der einschlägigen Fachliteratur.

Besonders häufig wurden in den Interviews Themen wie Regionalisierung, Wertewandel, eine neue Art von kooperativem Humanismus und Entschleunigung genannt. Ebenso deutlich wurde die solare Orientierung des Energiesystems und neue Formen der Mobilität bzw. des Wirtschaftens in regenerativen Kreisläufen. Aber auch eine aktive gesellschaftliche Mitgestaltung und neue Formen der politischen Beteiligung wurden häufig aufgegriffen.

Aussagen, die häufig genannt wurden und grafisch gut miteinander verknüpfbar waren, wurden zu Bildszenen zusammengefasst und durch Steckbriefe beschrieben. In einem 48-stündigen co-kreativen Hackaton des Projektteams wurden 12 endgültige Details-Szenen ausgewählt und die dazu passende Tapeten-Landschaft final entworfen. Ein schriftlicher Begleittext zur Tapete "Geschichten mit Zukunft" vertieft Aussagen und Aspekte, die bildhaft schwierig darzustellen waren (z.B. innere Einstellungen). Ein digital abgehaltener Stakeholder-Workshop brachte letzte Inkonsistenzen der Tapete ans Licht, die beim letzten Feinschliff abgeändert wurden. Zusätzlich wurde auch ein „Making-of“-Film zur Tapete produziert.

Die Tapete soll als Inspirationsgrundlage für Diskussionen dienen, die abseits der üblichen Verzichts- und Verlustdebatte auch den Mehrwert und die Qualitäten des Wandels z.B. Lebensqualität, Gesundheit, sozialer Zusammenhalt, thematisieren. Sie ist als creative common online downloadbar und kann einfach gedruckt bei Veranstaltungen verwendet werden. (Download: www.zukunftstapete.at).



H-2 Abstract

Many people have dystopian ideas and images of climate scenarios in their heads, which we as a society do not want to and can no longer head towards. In order to make a climate-just future a reality, we need a counterbalance: ideas and images of what a climate-just future could look like, when we will have managed to transform our society. However, it is still not tangible to many people what that might mean for future everyday life.

The 'change of scenery' project tells a science-based, graphic story of what this climate-just future could look like. It draws on images and stories derived from interviews with climate pioneers and scientists and complements them with statements from the relevant literature.

Themes such as regionalization, changing values, a new kind of cooperative humanism and deceleration were frequently mentioned in the interviews. There was also much emphasis on the solar orientation of the energy system, new forms of mobility and an economy that operates in regenerative cycles. Other frequent themes were active citizenship and new forms of political participation.

Frequent statements were intertwined into scenes and described by written profiles. In a 48-hour co-creative hackaton of the project team, 12 final detailed scenes were selected and a matching landscape was finalized. An accompanying text to the wallpaper "Geschichten mit Zukunft" deepened statements that were difficult to represent graphically (e.g. inner attitudes). Last inconsistencies, that emerged in a feedback workshop with stakeholders were eliminated. To document the process, a "making-of" film was also produced.

The wallpaper provides inspiration for discussions that aim at a debate beyond loss and damage, addressing opportunities and added value transformative changes hold e.g. quality of life, health, social cohesion. The wallpaper can be downloaded online as a creative common and can be easily printed to be used at events. (Download: www.zukunftstapete.at).

H-3 Zielsetzung des Projekts

“Wie können wir die Kraft der Imagination und der Kreativität noch stärker operativ werden lassen für dieses völlig neuartige In-der-Welt-sein, um das es jetzt zu gehen scheint?”

(Zitat aus der Interviewserie)

Die Suche nach einer lebenswerten Zukunft braucht inspirierende Geschichten. Was wir uns – im hoffnungsvollen Sinn - nicht kollektiv vorstellen können, wird vermutlich nicht passieren. Ziel des Projektes ‚Tapetenwechsel‘ war es daher, ein wissenschaftlich abgesichertes Bild und eine Narrative einer klimafitten Gesellschaft zu entwickeln. Dazu wurde eine möglichst große Bandbreite an erstrebenswerten Bildern und Geschichten einer klimagerechten Zukunft eingefangen und ihre Wirkung empirisch getestet. Aus den vielen, kleinen Szenen gelebter oder möglicher Klimalösungen entstand eine digitale “Zukunftstapete” die online zugänglich ist.

H-4 Bisherige Erkenntnisse der (visuellen) Klimakommunikation

Der Eisbär hat als unfreiwilliges Maskottchen der Klimakrise längst ausgedient (Manzo, 2010). Etliche psychologische, kommunikations- und sozialwissenschaftliche Studien haben gezeigt, dass selbst dramatische Bilder, Animationen oder Ikonographien von bedrohten Tierarten oder dem Untergang geweihten Inseln es kaum vermögen, Umdenkprozesse und Verhaltensänderungen anzustoßen, da sich das Gefühl stärken, der Klimawandel wäre ein Problem, das nach wie vor räumlich und zeitlich weit entfernt liegt (Ballantyne 2016, O'Neill et al. 2013 & 2017, Manzo, 2010).

Auch stark katastrophenfokussierte Klimakommunikation führt meist eher zu Ohnmachtsgefühlen oder Verdrängungsmechanismen als zu radikalen Umdenkprozessen (O'Neill 2009). Vor allem, wenn mögliche Lösungsansätze ausgespart werden, oder sich die Menschen mit den angebotenen Lösungsansätzen zu wenig oder nicht identifizieren können.

Je umfassender die Einblicke in das noch immer relativ junge Feld der Klimakommunikation werden, umso deutlicher werden Faktoren sichtbar, durch welche Klimakommunikationsformate Menschen wirklich berühren.

Wenn es darum geht, die Folgen der Klimakrise zu kommunizieren, zeigen sich Menschen deutlich stärker emotional berührt, wenn lokal relevante Folgen der Klimakrise (z.B. Hochwässer, Dürren) in Grafiken und Bildern zu erkennen sind (Schroth et al. 2014). Aus umweltpsychologischer Sicht, wirken solche Bilder zudem besonders stark, wenn Menschen in diesen Bildern zu Klimafolgen mit abgebildet sind (Corner 2015).

In letzter Zeit rückt die Kommunikation zu Chancen der Klimakrise immer stärker in den Vordergrund, um ein motivierendes Gegengewicht zur notwendigen, aber demotivierenden Debatte über die beobachteten und weiter zu erwartenden Folgen der Klimakrise zu schaffen.

In diesem Kontext wird häufig von 'Co-Benefits' oder 'giving frames' gesprochen, die bisherige 'loss frames' nicht gänzlich ablösen, sondern eher um positive Aspekte ergänzen sollen. Durch die erwiesene Wirksamkeit sozialer Normen, spielen hierbei Geschichten von positiven Vorbildern eine wichtige Rolle (Shaw et al. 2019). Emotionale Geschichten über Menschen in vergleichbaren Lebenssituationen machen eine Identifikation auch für Menschen möglich, die bisher weniger mit Klimathemen in Berührung kamen. Diese meisten dieser Geschichten erzählen von mutigen Veränderungen, die nicht auf dem Narrativ der Selbstbescheidung und -kasteiung aufbauen, sondern stärker auf Narrativen von Lebensfreude, Genuss und gelingenden Beziehungen (Hopkins 2019).

H-5 Visualisierungen einer klimafitten Zukunft

In letzter Zeit wurden einige grafische Darstellungen zu unterschiedlichen Aspekten einer klimafitten Zukunft erstellt, die sich hinsichtlich der gewählten Zielgruppen, aber auch hinsichtlich der Zielsetzung unterscheiden.

Der Klimakonkret Plan der Non-Profit-Initiative KlimaKonkret (siehe Abb.1) richtet sich an Gemeinden und visualisiert konkrete Maßnahmen, die Gemeinden ergreifen können, um sich an den Klimawandel anzupassen oder ihre Treibhausgasemissionen zu reduzieren.

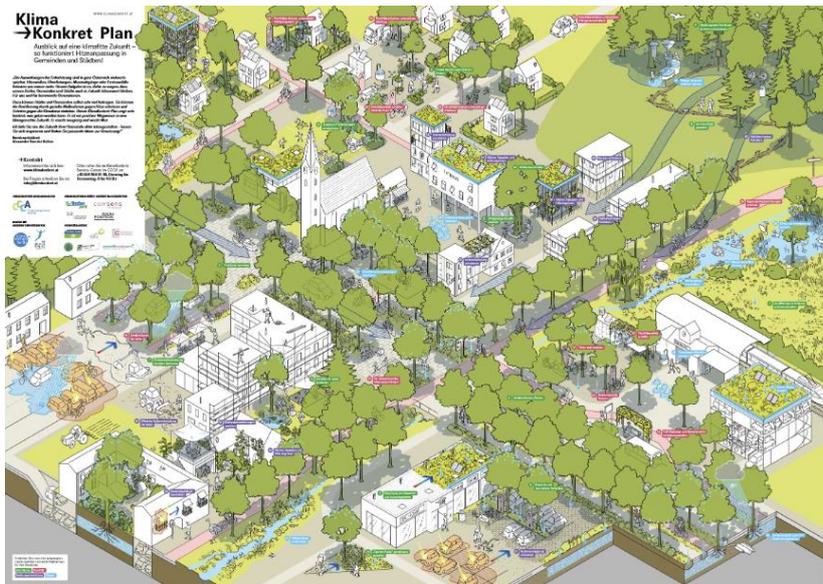


Abb. X- 1: Klimakonkretplan (Klimakonkret)

Die Zukunftsvision (Abbildung 2) ist im Zuge des Tales of Tomorrow Projektes entstanden. Sie fasst die Visionen von Jungpolitiker*innen verschiedener Parteien zusammen, die in einem 2-tägigen Prozess in einer gemeinsamen Zukunftsvision für das Jahr 2035 gegossen wurde. Ihre Vision wurde von Graphic Recorder*innen bildhaft festgehalten. Ziel dieser Visualisierung, war vor allem das sichtbar- und erlebbar machen von Gemeinsamkeiten, um politische Kooperation über Parteigrenzen hinweg zu fördern.

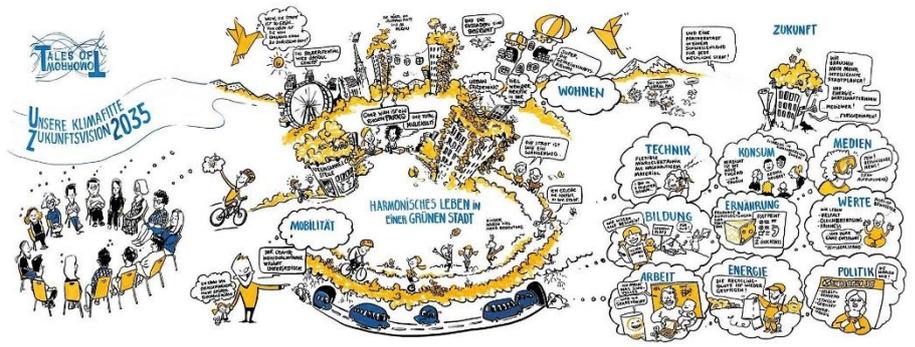


Abb. X- 2: Zukunftsvision aus dem ACRP-Projekt „Tales of Tomorrow“ (UBA / BOKU 2020)

Mit der animierten Visualisierung des Bodenchecks (Abbildung 3) und des zugehörigen Fragebogens möchte das Klimabündnis Tirol Ideen für einen zukunftsfähigen Umgang mit Boden in Gemeinden streuen. Der Weg durch die Karte /den Fragebogen führt an good-practice Beispielen zu den einzelnen Themenbereichen vorbei.

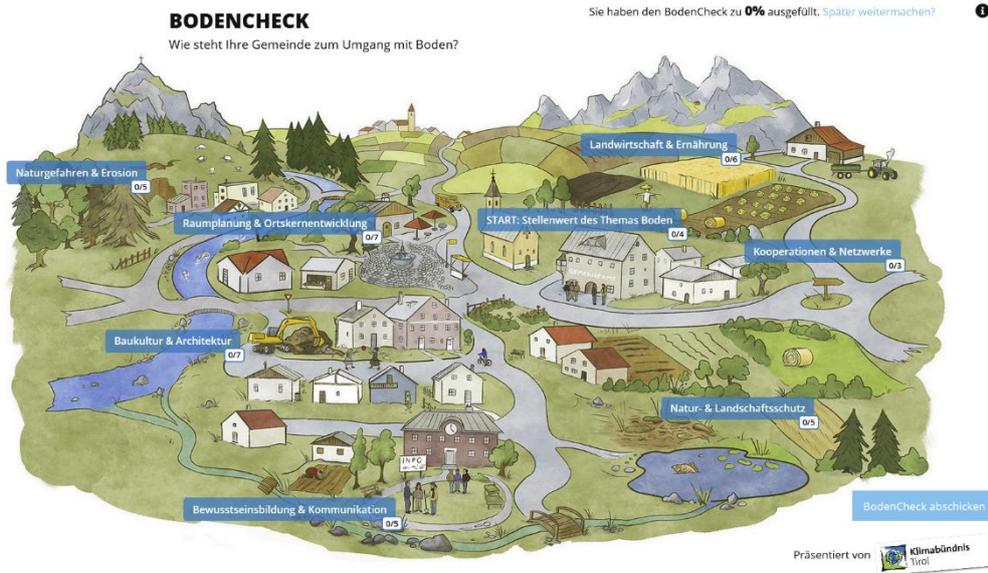


Abb. X- 3: Bodencheck (Klimabündnis Tirol)

Mit seinem Buch '[Fatimas fantastische Reise](#)' (Abbildung 4) hat der Grafiker Jakob Winkler eine Art Wimmelbuch für Kinder und Erwachsene gestaltet, das durch die detailreich gestalteten Bilder Geschichten von einer Zukunft ohne Erdöl erzählt. Das Buch richtet sich an Kinder und Erwachsene.

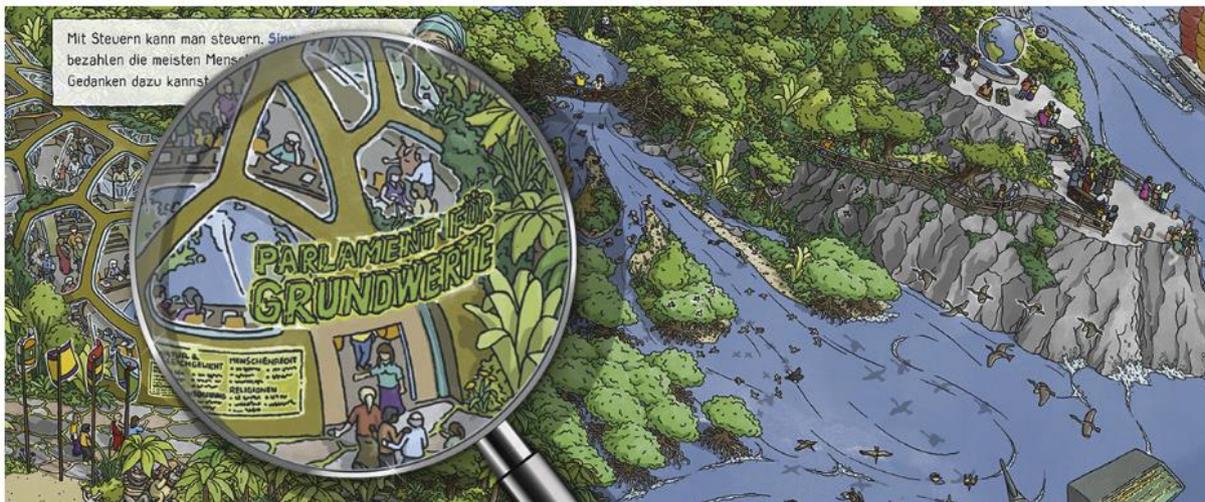


Abb. X- 4: Auszug aus Fatimas fantastische Reise (Jakob Winkler)

H-6 Methodik

H-6.1 Projektdesign

Die einzelnen Arbeitsschritte des Projekts wurden in folgenden vier Arbeitspaketen verpackt:

Arbeitspaket 1: Erarbeitung der Datengrundlage

- Auswahl der Interviewpartner*innen (Klimapionier*innen / ‚Vision Holders‘, Expert*innen)
- Leitfadengestützte Interviews
- Vertiefung der Gespräche und Videodreh mit ausgewählten Stakeholdern (persönliche Besuche)
- Ergänzung der gesammelten Visionsfragmente durch:
 - Ref-NEKP und andere ausgewählte Literatur zu good-practice Klimalösungen
 - BOKU Kurz-Video-Serie „Welche Zukunft wollen wir?“
 - Weitere Quellen
- Verschriftlichung und Synopse der Ergebnisstränge
- Übersetzung der Ergebnisse zu Szenensteckbriefen für die grafische Umsetzung

Arbeitspaket 2: Testen eines vorläufigen Visions-Konglomerats

- Anfertigen von Detail-Szenen aus dem abgeleiteten Datenmaterial
- Testen des Entwurfs der Zukunfts-Tapete in einem Stakeholder-Workshop
- Adaption der identifizierten Nachbesserungspotentiale der Zukunftstapete

Arbeitspaket 3: Übersetzung der Visionen und Geschichten in Bildsprache

- Finale grafische Umsetzung der Tapete

Arbeitspaket 4: Dissemination

- Einrichten der Website zukunfftapete.at
- Upload des Tapeten Pdfs, des Begleittextes und des making-of Videos
- Information im CCCA-Newsletter und Uni-Netz Verteiler
- Präsentation des Projekts Tapetenwechsel bei Veranstaltungen
 - Klimatag 2021/22
 - K3 Konferenz (verschoben auf 2022)
 - Herbst-Event der AG Klimakom (‚Staging climate change‘)
 - BOKU-Nachhaltigkeitstag
 - Jahrestreffen der Manager*innen der Klima- und Energiemodellregionen (Sept. 2021)

H-6.2 Qualitative Interviews

Für die Tapete wurden österreichweit Geschichten und Visionen von Menschen eingefangen, die entweder schon heute zukunftsfähig leben, auf ihrem Gebiet als Klimapionier*innen angesehen werden (Lebensstil, Unternehmen & Start-ups, Bildung, Landbewirtschaftung, Bauwesen, Mobilität etc.) oder als Klimaexpert*innen sachliche fundierte Beiträge zur Vision einer klimafitten Zukunft leisten.

Im Zuge der Datenerhebung wurden knapp 30 Interviews mit dieser Zielgruppe durchgeführt (Liste der Interviewpartner*innen siehe Anhang I). Die Interviews mussten COVID19-bedingt überwiegend online durchgeführt werden.

Im Zuge der qualitativen Interviews (Leitfaden siehe Anhang II) wurde einerseits versucht, konkrete Erfahrungen und pionierhafte Beispiele von gelebten, klimafitten Zukunftsbildern von den Interviewpartner*innen abzufragen. Andererseits wurde aber auch bewusst versucht, den Raum für Imagination zu öffnen und gemeinsam über Zukunftsszenen zu sprechen, die bald Wirklichkeit werden könnten.

Inhalte der Interviews wurden ergebnisorientiert anhand eines schlicht gehaltenen Analyserasters transkribiert. Besonders einprägsame Zitate der Interviewten wurden vollständig transkribiert.

Aussagen aus den Interviews wurden in einer vereinfachten Inhaltsanalyse (in Anlehnung an die Analyseschritte von Mayring) mittels Excel-Matrix ausgewertet. Die extrahierten Aussagen wurden thematisch und nach inhaltlichen Qualitäten geclustert (siehe Tab 1). Für jede Kategorie wurde eine eigene Rohdaten-Tabelle erstellt, in welche die Visionsspenden im ursprünglichen Wortlaut eingefügt wurden. Nach diesem Schritt wurden Redundanzen und besonders häufig genannte Visionsfragmente sichtbar.

Tab. X-1: Kategorien der Inhaltsanalyse: Themenfelder und Qualität der extrahierter Visionsfragmente

Analyse nach Themenfeldern	Analyse nach Qualitäten
Politik	Kraftvolle Bilder, Ideen mit besonderer Strahlkraft
Mobilität	Konkrete Bau- / Puzzlesteine, die jetzt real existieren, skalierbar sind
Landwirtschaft & Ernährung	Zukunftsmusik: Visionen / Ideen, die (bald) real werden könnten
Vielfalt & Klimaschutz	Themen mit besonders großer Hebelwirkung
Wohnen & Bauen	Besonders einprägsame Geschichte / Zusammenhänge
Soziales Miteinander	Mehrwert des Wandels: was gewinnen wir als Menschheit?
Innere Haltung & Achtsamkeit	Fragezeichen / Widersprüche (was sehen wir noch verschwommen?)
Kreislaufwirtschaft	
Abfall	
Energiewende	

Insgesamt wurden aus dem gesammelten Material (27 Interviews, Bücher, Dokumente) 556 konkrete Aussagen bzw. Bilder extrahiert und thematisch geclustert. Aus dem geclusterten Material wurden Szenenvorschläge abgeleitet und in der Folge ausformuliert zu Szenen-Steckbriefen, die als Storyboard für die grafische Umsetzung dienen.

In einem weiteren Verdichtungsschritt, wurde die Szenensteckbriefe auf die wesentlichen Inhalte reduziert und als publizierbarer Begleittext zur Tapete zusammengefasst. Da in den Interviews auch

viele Details zu künftigen Werthaltungen und zum "Kit" einer klimafitten Gesellschaft eingefangen wurden, die schwer bildhaft darzustellen sind, kommt dem Begleittext ebenfalls eine nicht unwesentliche Rolle zu, um die Inhalte der Tapete gesamthaft zu erfassen.

H-6.3 Grafisches Konzept der Tapete

In einem ersten Schritt wurde das Format der Tapete (3-facher A0 Plot, 300 dpi Druckauflösung) und die Farbpalette der Zukunftstapete festgelegt. Die Wahl fiel auf zwei Grundfarben, die das Bild farblich dominieren, und zwei ergänzende Farben und -schattierungen. Dadurch soll eine bunte, aber nicht zu grelle, und auch nicht zu gedeckte Farbwirkung entstehen.

Als Grundkonzept für die grafische Umsetzung wurde eine Kombination aus Hintergrundlandschaft und kreisrunden Detail-Szenen gewählt (siehe Abb 1).

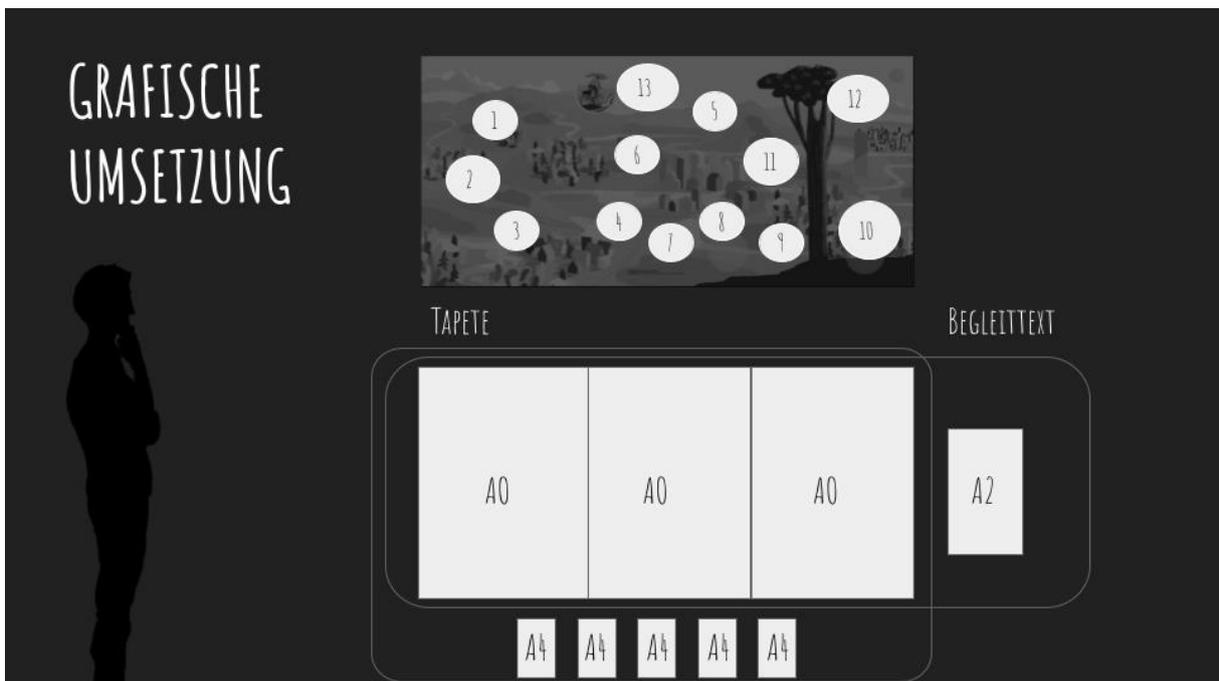


Abb. X- 5: Grafisches Konzept der Zukunftstapete

Der Hintergrund gliedert sich in verschiedene Areale (z.B. Stadt, Land, Ökosysteme, land- und forstwirtschaftliche Flächen, Energie, Mobilität, Erholungsraum etc.).



Abb. X- 6: Zuordnung der geclusterten Themen zu Tapeten-Arealen während des „Co-creation Retreats“

Jeder verschriftlichte Szenen-Steckbrief wurde zunächst in eine eigene, digitale Szene übersetzt. Aus der Gesamtheit der grafisch angelegten Einzelszenen wurde das Gesamt-Arrangement der Tapete fixiert. Die Details-Szenen werden als Kreise in dem jeweils thematisch passenden Bereich der Hintergrundlandschaft abgebildet und sollen wie Lupen gläser wirken, durch die der Betrachter in Bilder und einzelne Details aus einer klimafitten Zukunft zoomen kann.

Diese Komposition der finalen Tapetenelemente entstand in einem co-kreativen Prozess, in den Grafiker*innen und Wissenschaftler*innen involviert waren. Herzstück dieses Prozesses bildete ein 2-tägiger 'Retreat' des Tapetenwechselteams (2.6.-4.6.2021).

Finales Feedback zur Konzeption und Wirkung des Tapeten-Konzeptes wurde nicht nur im Rahmen der beiden Startclim-Workshops eingeholt, sondern auch im Rahmen eines Stakeholderworkshops (10.6.2021), der digital abgehalten wurde. Dazu wurden die Interviewpartner*innen erneut eingeladen Feedback zu geben und auf Inkonsistenzen hinzuweisen. Das Feedback wurde im Zuge des letzten grafischen Feinschliffes an der digitalen Version abgeändert wurden.

Die Tapete wurde als 3-facher A0 Plot (300 dpi Druckauflösung) konzipiert und umgesetzt. Der gewählte Stil vermittelt einen bildlichen Grundtenor der Leichtigkeit und Zuversicht. Die Farbgebung lässt eine bunte, nicht zu grelle, aber auch nicht zu gedeckte Farbwirkung entstehen.

H-7 Ergebnisse

H-7.1 Ergebnisse der Interviews

Der Großteil der Szenen der Zukunftstapete baut auf "Visionsspenden" auf, die im Zuge der qualitativen Interviews gesammelt wurden. Für den inhaltlichen Lückenschluss der Tapete wurden weitere Quellen v.a. der Referenzplan zur Energie- und Klimastrategie (Kirchengast et al. 2019) oder das Buch "From What is to what if" von Rob Hopkins (Sammlung von skalierbaren, bildhaft gut umzusetzenden Beispielen zur Transformation) gewählt.

Tab. X-2: Summe der Einzelaussagen, die pro Themenkategorien gesammelt wurden

	Interviews	Referenzplan	Video-Serie	Gesamt
Politik	52	15	11	78
Mobilität	40	11	-	51
Landwirtschaft & Ernährung	14	23	2	39
Vielfalt & Klimaschutz	25	5	2	32
Wohnen & Bauen	17	9	5	31
Soziales Miteinander	65	10	6	81
Innere Haltung & Achtsamkeit	103	8	8	119
(Kreislauf-) Wirtschaft	64	18	6	88
Abfall	5	2	-	7
Energiewende	21	9	-	30
SUMME	406	110	40	556

Besonders häufig wurden in den Interviews Themen wie Regionalisierung, Wertewandel, eine neue Art von kooperativem Humanismus und Entschleunigung genannt. Ebenso deutlich wurden die solare Orientierung des Energiesystems und neue Formen der Mobilität bzw. des Wirtschaftens in regenerativen Kreisläufen. Aber auch eine aktive gesellschaftliche Mitgestaltung und neue Formen der politischen Beteiligung wurden häufig aufgegriffen.

Diese Themen wurden gemeinsam als Hand-in-Hand-gehend beschrieben und als wichtigste Hebel des Wandels in eine klimafitte Zukunft beschrieben. Es wird an dieser Stelle verzichtet die einzelnen Hebel genauer zu beschreiben, da sie im Punkt 7.4.2. in Form des Begleittextes ("Hintergrund") komprimiert dargestellt werden.

Tab. X-3: Übersicht zu drei ausgewählten Aussagen pro Kategorie

Politik	Mobilität	Landwirtschaft & Ernährung	Vielfalt & Klimaschutz	Wohnen & Bauen
Just transition und Kostenwahrheit werden durch ökosoziale Steuerreform beflügelt	Redesign: auf ehemaligen Flugfeldern, Parkplätzen, nicht mehr benötigten Verkehrsflächen entsteht neues Leben (Outdoorsport, Kühloasen etc.)	Ernährungssouveränität wird erreicht (Bioanbau, samenfestes Saatgut etc.)	Menschen freuen sich über Artenvielfalt im Garten, kennen Vögel, Wildbienen	Zero Waste Lehm- und Holzbau lösen das Betonzeitalter ab
Partizipation und direkte Demokratie führen zur Umgestaltung der politischen Rahmenbedingungen	Mensch wird Maßstab der Verkehrsplanung (nicht wie bislang Auto) -> Mehr Muskelkraft zur Fortbewegung, Car-, Ride-Sharing und ÖV ersetzt restliche Wege	Es wird deutlich weniger Fleisch gegessen (planetary health diet), dafür werden die verbleibenden Tiere ausschließlich auf Weiden gehalten	Carbon-Stewardship und Water-Stewardship: hohes Bewusstsein für die Bedeutung existenzieller Kreisläufe des Planeten	Bodenverbrauch wird gestoppt (auch durch Leerstandsnutzung), Entsiegelung ist ein neuer Trend
Digitalisierung wird staatlich kontrolliert und in den Dienst der Zukunftsfähigkeit gestellt	Alternative Reisebüros (Fernurlaub am Landweg) und Nahurlaub boomen	(Bio-)Regionalität feiert ihr großes Comeback, wovon auch kleine Betriebe und solidarische Landwirtschaften profitieren	Entscheidungen werden so getroffen, dass sie den Grundsatz des Lebens fördern	Flexibles, gemeinschaftliches Wohnen fördert die soziale Kohäsion
Soziales Miteinander	Innere Haltung & Achtsamkeit	(Kreislauf-) Wirtschaft	Abfall	Energiewende
Neuer Humanismus: Zeit- und Beziehungswohlstand sind neue Maxime, soziales Wohlwollen steigt	Bsp. Innehaltstellen: mehr Besinnung und Reflexion	Wohlstand und Wachstum werden neu verstanden und gemessen	Gesellschaft ohne Abfälle („Müll ist ein Fehler im Design“)	Energiewende wird zum Erfolg einer ganzen Gesellschaft (viele neue Energieproduktions-Akteur*Innen)
Potentialentfaltung steht im Vordergrund, egal in welchem Alter (bedeutet auch Umbau des Schulsystems)	Bsp. Wachsen im innen, wirken im außen	Die neue Kreislaufwirtschaft wächst in ein postwachstum-, postkapitalistisches, und postmaterielles Zeitalter hinein	Cradle-to-cradle: Lückenschluss in Material- und Recyclingkreisläufen	Bürgerkraftwerke befeuern dezentrale Energieproduktion (und regionale Energieautonomie)
Verantwortungsgefühl als Welt-Gesellschaft, Bereitschaft für Generationenverträge	Bsp. Rückverbindung mit der Natur / Erde: vom "Ding" zum "Du"	Ökosoziale Mitarbeiterpolitik und kürzere Arbeitszeiten	Minimierung der Lebensmittelverschwendung	Solarzeitalter bricht an, ausgeklügeltes Wärmemanagement (Abwärmenutzung) wird selbstverständlich

ihr und eine schöne Verantwortung ihre Schönheit zu vermehren. Wir leben ein friedliches, achtsames, freies, langsames Leben, in dem wir das größere Ganze erkennen und fühlen uns darin daheim.”

“Man kann sich das vorstellen wie einen Montisori-Kindergarten für Erwachsene. Also wir wollen einen offenen Inspirationsraum schaffen, wo man das eigene Potential voll entfalten kann, alles darf, aber nichts muss.”

“Es muss auch wieder mehr Wertschätzung geben für Handarbeit und für alle Arbeiten, die die Natur fördern, die den Humusaufbau fördern und die aber auch uns Menschen in unserem Menschsein fördern.”

“Nachhaltig ist was für nächsten 12 Generationen funktioniert. Und nicht nachhaltig ist alles, was uns jetzt schon irgendwie Sorgen bereitet.”

“...aber wenn ich von Ressource rede, ist die Welt immer noch ein “Ding”, das wir nützen sollen. Das reicht nicht, das reicht nicht! ... die Welt die lange zu einem Ding gemacht wurde, wieder ein DU werden zu lassen - mit der Erde neu zu kommunizieren.

“Wie können wir die Kraft der Imagination und der Kreativität noch stärker operativ werden lassen für dieses völlig neuartige In-der-Welt-sein, um das es jetzt zu gehen scheint? wie werden wir erdfest, um in dieses neue In-der-Welt-sein hineinzufinden, wo alles Lebendige wieder ein Du wird - ein Gegenüber? Wie können wir in einer Welt die von Beziehungsschwund geprägt ist, neu in Beziehung gehen?

“Also mein positives Zukunftsbild fühlt sich total bunt an, total vielfältig und total lebendig!”

“Das schönste, das ich da zu der Vision habe ist, dass ich das Gefühl haben, dass das schon am werden ist. Das ist das schönste nämlich! Es ist unglaublich, was in den letzten Jahren dahingehend schon passiert ist! ... Unglaublich wie viele kleine Gemüsebetriebe in der letzten Zeit alleine in Oberösterreich aus dem Boden geschossen sind...und jeder macht sein Geschäft und hat seine Kundschaften.”

“Das Suchen bis man eine gemeinsame Vision findet wäre fad. Ich will viel lieber in vielfältiger Welt leben, von einer Welt in die andere reisen, von einer Insel zur anderen und alle sind zukunftsfähig, und alle funktionieren komplett anders. Das wäre spannend - dieser Fleckerlteppich, der als ganzer schön bunt ist und eine schöne Landschaft macht. Der Rest bremsst uns nur.”

“...öffentliche Räume wo du attraktive Rückzugsmöglichkeiten hast und es auch lustvolle Begegnungszonen gibt.”

“Die Mobilität der Zukunft, wenn wir den Klimawandel geschafft haben ist eine, die kein CO2 mehr in die Luft pustet - egal welche Antriebsform. Ob Wasserstoff oder E-Antrieb, ob wir uns noch in der Ebene Bewegen oder mit Flugtaxi.”

“Nachhaltigkeit mit seinen 3 Dimensionen, ökologische, soziale und ökonomische, ist verinnerlicht in dieser Zukunft.”

“Wir müssen Arbeit anders bewerten. Für mich wäre es schon so ein Zukunftsfrage, ob nicht

ein Drittel Erwerbsarbeit, ein Drittel Freizeit und ein Drittel Gemeinwohlarbeit ist...ich glaube das wäre wichtig!"

"Insgesamt leben wir dann in einer relaxteren, entspannteren, cooleren Gesellschaft, wo es mehr ums gute Leben geht. Denn das Leben muss Lust machen und mir ein Gefühl von Sinn geben beizutragen."

"In Wahrheit haben wir eine Übermenge an Energie, denn die Sonne ist einfach da. Jetzt müssen wir nur lernen sie flächendeckend mit vielen kleinen dezentralen Einheiten einzusammeln. Wir haben jetzt Technologien, die uns ermöglichen die Energien zu vernetzen [sie] in Echtzeit zu verschachteln. ... Wir müssen in dieses Solarzeitalter jetzt gehen dadurch."

H-7.3 Zusätzliche wissenschaftliche Visionsspenden

Um eine möglichst große Bandbreite an wissenschaftlich fundierten Bildern zu erhalten, wurden auch zwei einschlägige wissenschaftliche Veröffentlichungen zur Analyse herangezogen:

1. Der Referenzplan zur Klima- und Energiestrategie
2. Die wissenschaftliche Video-Serie mit ausgewählten Expert*innen: "Welche Zukunft wollen wir?" (BOKU, Wien, 2020)

Die im Referenzplan formulierte, verschriftlichte Zukunftsvision hat sich als sehr gute Inspirationsquelle für detailreiche Zukunftsszenen erwiesen. Diese Zukunftsszenen waren Großteils im Einklang mit den Szenen, die aus den Interviews abgeleitet wurden. Auch aus der wissenschaftlichen Video-Serie wurden Aussagen übernommen, v.a. zu den Themenbereichen Politik, Einstellungsfragen und soziales Miteinander.

In der Gesamtschau auf die gesammelten Visionsfragmente wurden einzelne Widersprüche bzw. verschiedene Lösungsansätze wurden z.B. in folgenden Themenbereichen sichtbar:

- Energieversorgung / -speicherung (global vernetzter oder dezentraler Ansatz)
- Treibstoffe der Zukunft (Rolle der Elektromobilität / grüner Wasserstoff)
- demografische Entwicklung

x-7.3.1 Extrahierter Bilder aus dem Referenzplan zur Klima- und Energiestrategie:

- Öffentliche Gemeinschaftsräume (siehe OTELO in OÖ) im Ortszentrum als Inkubatoren für soziale und ökologische Innovationen
- Neue Mitsprache-Kultur, u.a. durch Bürger*Innenräte und Klimaparlament
- Weiterbildungszentren / -veranstaltungen für diverse Berufsgruppen (u.a. ehemalige Beschäftigte der KFZ-, Stahl- etc. Industrien etc.)
- Werbekampagnen für Nachhaltigkeit
- Jahrhundertfeier am Heldenplatz: Österreich wird emissionsfrei!
- Umgestaltung von Parkflächen zu Begegnungsplätzen
- Ganzheitliche Bildung
- Sharingmodelle (Ride-, Carsharing, Sammeltaxi)
- Leihläden & Tauschkreise
- Biobasierter "Kunststoff" in qualitativ hochwertigen Produkten
- Neue Treibstoffe für weniger Verkehr
- Divestment - Geld wird nachhaltig investiert
- Klimaschutzbauer und CO₂-Senken
- Humusaufbau in Grünland, Äckern,

- Blühendes Grünland
- Klimafitte Wälder
- Weniger Lebensmittelabfälle / gute Vorratshaltung
- Abwärmenutzung, dezentrale Energieproduktion und Verteilung (regionale Energie-Hubs)
- Energiegemeinschaften, Sektorkopplung und Energieraumplanung

x-7.3.2 Extrahierte Bilder aus der BOKU Video-Serie “Welche Zukunft wollen wir?”:

- Funktionierende, lebendige Ökosysteme sind den Menschen heilig, nicht nur wegen ihrer Ökosystemdienstleistungen. Biodiversität wird auch staatlich durch eigenen Fond gefördert.
- Neue Wissenschafts-Hubs: Hier wird inter- und transdisziplinär an innovativem, vernetztem und allgemein zugänglichem und verständlichem Wissen gearbeitet, um globale Probleme als Weltgemeinschaft zu lösen, gemeinsam mit der Wirtschaft und anderen Akteur*innen wird über Ländergrenzen hinweg kooperiert
- Aus Leerstand / Industriebrachen wird Wohnbau: wird auch dadurch leistbar, dass Leerstand für Wohnraumnutzung entdeckt wird und keine neuen Wohnungen gebaut werden
- Wertewandel: Menschen entscheiden sich für aktive Mitgestaltung und -bestimmung in der Gesellschaft; Gemeinwohlorientierung, Genügsamkeit / Suffizienz und Entschleunigung sind neue Werte dieser Zeit; die mittlerweile gänzlich geschlechterneutrale Gesellschaft ist sich ihrer Verletzlichkeit bewusst geworden, wodurch Vorsorgeprinzip und Resilienz zu weiteren Leitlinien geworden sind; die Bedeutung sozialer Netze hat deutlich zugenommen
- Mobilität: Durch einem umfassenden Infrastrukturwandel wird Naherholung und Nahurlaub neu entdeckt; durch das gesellschaftliche Zusammenrücken nimmt auch das Phänomen „Urlaub bei Freunden“ wieder zu
- Regionale, ökologische Ernährung und krisensichere Versorgung: durch direktere Beziehungen zwischen Konsumenten und Produzent nimmt auch die Vielfalt und Krisenfestigkeit im Lebensmittelbereich wieder zu; es wird deutlich weniger Fleisch gegessen
- Wirtschaft orientiert sich um: Naturkapital, Humankapital, Ressourcenverbrauch und eine neue Wohlstandsperspektive lösen das BIP als Wohlstandindikator ab. Bioökonomie und Kreislaufwirtschaft haben sich nicht zuletzt durch den European Green Deal, das Pariser Klimaabkommen und die SDGs voll entfaltet.
- Die Politik steckt einen klaren Rahmen: durch eine sozial-ökologische Steuerreform, ein festgeschriebenes CO₂-Budget und entsprechende Umweltzertifikate wird Österreich zum weltweiten Klimavorreiterland. Entsprechend solide verankert ist Klimaschutz auch rechtlich. Die politische Weitsicht hat zugenommen und dadurch auch der Wille alle anstehenden Krisen gemeinsam anzupacken.

H-7.4 Szenensteckbriefe

Die Fülle aller gesammelten Aussagen wurden in passfähige, zunächst einzeln konzipierte Bildszenen übersetzt. Dazu wurden Fragmente von verschiedenen Quellen (Interviews, Dokumente etc.) und Kategorien miteinander verbunden und in konkrete Steckbriefe für Bildszenen übersetzt.

Tab. X-4: Beispiel für Szenenstreckbrief

1 Szenensteckbrief: Vertikalfabrik (B)

Visionsfragmente:

- Schlüsselindustrien zurück holen / Produktion zurück in die Stadt holen
- Vertikalfabriken
- Wiederbelebung von Hinterhofwerkstätten
- dezentrale 3-D Printzentren
- langlebige, Produkte
- alternative Antriebsformen (hier: Güterverkehr)

Themenbereiche: Kreislaufwirtschaft, regionale Produktion, nachhaltige Gebäude

Tapetenareal: Stadtzentrum

Beziehung zu anderen: Regionale Rohstoffquellen

Beschreibung der bildhaften Umsetzung:

Die Fridays for Future Bewegung hat viele Menschen zum Nachdenken gebracht. Die Umsetzung der öko-sozialen Steuerreform hat den meisten Unternehmen dann den letzten Anstoß gegeben, um ihre Produktionsprozesse und Dienstleistungen in Richtung Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft umzubauen.

So stellt eine Firma jetzt in einem nachhaltig sanierten, mehrstöckigen Gebäude mit begrünter Fassade aus regional angebauten **Fasern** (z.B. Hanf) Kleidung her. Um die bebaute Fläche möglichst klein zu halten, wurde die Fabrik als mehrstöckige **Vertikalfabrik** gestaltet: die Faserverarbeitung findet in mehreren, miteinander verbundenen Stockwerken im Gebäude statt (Waschen, Kämmen, Färben, Weben, Nähen - ev. Produktionsschritte von außen sichtbar). Ein **E-Traktor mit Hänger** beliefert vertikale Fabrik mit Hanffaserballen, aus denen plastikfreie, langlebige Jeans produziert werden. Wenn die Jeans verschlissen sind, können sie problemlos nach dem **cradle-to-cradle Prinzip** kompostiert werden, da ausschließlich pflanzlich gefärbte und kompostierbare Materialien verwendet wurden (Bsp. [Naturfaser Fölser](#)).

An die Vertikalfabrik grenzen zwei etwas niedrigere Gebäude an mit einsehbaren Hinterhofwerkstätten an. Auch hier wird in geschlossenen **Stoffkreisläufen** produziert. Aus Rohstoffabfällen der angrenzenden Fabrik (zu kurze Fasern für die Textilproduktion) werden mittels innovativem Filzverfahren Sneaker hergestellt. Die Sohlen werden aus [Biopolymeren im 3d-Druck](#) gefertigt.

In der anderen Hinterhofwerkstatt werden Printprodukte mit Pflanzenfarben bedruckt, die aus Färberpflanzen des Dachgartens der Werkstättenhäuser angebaut werden.

Für die Verortung im Gesamt-Arrangement der Tapete wurden die Szenen einem oder mehreren möglichen Tapetenarealen zugeordnet (Stadt, Land, Ökosysteme, land- und forstwirtschaftliche Flächen, Erholungsraum etc.) und mit anderen passfähigen Szenen in Beziehung gesetzt, bevor ihr endgültiger Platz in der Tapete festgelegt wurde.

H-8 Grafische Übersetzung der Ergebnisse

Im Folgenden werden Vordergrund, Hintergrund und die einzelnen Szenen der Tapete näher beschrieben. Diese Beschreibung entspricht Auszügen aus dem Begleittext zur Tapete („Geschichten mit Zukunft“). Dieser Text gibt die gesammelten Projektergebnisse in komprimierter Form wieder. Er wurde so konzipiert, dass er auch in rein gelesener oder gehörter Form ein detailreiches Zukunftsbild entstehen lässt. Er beschreibt inhaltliche Elemente der Tapete (Hintergrund, Szenen) ebenso wie wichtige Aussagen, die in den Interviews gesammelt wurden, aber bildlich schwer darstellbar waren (Werthaltungen, Achtsamkeit, soziale Normen).

Das Datenmaterial war so umfangreich, dass nicht alles, grafisch mitabgebildet werden konnte. Visionsschnipsel, die trotzdem nicht verloren gehen sollten, wurden im Kapitel 8.4. „Was nicht auf der Tapete zu sehen ist“ zusammengefasst.



Abb. X- 7: Zukunftstapete (Szenenkreise)

H-8.1 Vordergrund der Tapete

Change by design or change by disaster? Wir sind eindeutig für „change by design“. Wir werfen die Netze aus nach Ideen, die diversen Krisen unserer Zeit die Stirn bieten. Die Gestaltung auch künftig möglich machen. Und auch wenn groß geträumt und hoch gehofft wird, sind alle Details der Tapete auch heute schon als kleine Pflänzchen in unserer Gesellschaft vorhanden. Wir haben sie miteinander grafisch verwoben, um sichtbarer zu machen, wo sich neue Wege auftun. Die Zukunftstapete soll dabei als Inspirationsquelle dienen, und nicht vorgefertigte Antworten liefern. Sie will zum Weiterdenken anregen. Sie stellt nicht „die eine Lösung“ für unsere lebenswerte Zukunft dar, denn wir glauben, dass es ganz viele Wege und lebenswerte Zukünfte gibt und braucht.

Im Vordergrund der Tapete ist ein Motiv zu sehen, das ganz zentral für die Zukunftstapete stehen. In zahlreichen Interviews mit österreichischen Klimapionier*Innen und Wissenschaftler*innen kamen sehr häufig Aussagen zur inneren Haltung und zum sozialen Miteinander. Sie beschreiben einen inneren Wertewandel, bei dem es um mehr Achtsamkeit, eine „neue Langsamkeit“ und einen „neuen Humanismus“ geht. Die Szene im Vordergrund versucht genau diese versteckten Elemente zu verbildlichen:

Eine Frau, die an ihrer Lieblings - „Innehaltestelle“ gerade die Umgebung tankt, sitzt ruhig, schaut vom Hügel aus auf die Welt und tut entspannt nichts Erkennbares. Vielleicht meditiert sie, vielleicht nimmt sie mit allen Sinnen wahr oder vielleicht lässt sie einfach ihre Gedanken schweifen. Sie blickt auf eine Welt voller zukunftsfähiger Lösungen und gesunden Ideen.

Sie spürt deutlich, dass Stress und Hektik, die wir früher gewohnt waren, weitgehend in eine "neue Langsamkeit" umgewandelt sind. Ein Gefühl von Gelassenheit, Achtsamkeit und Genuss im Alltag ist aufgekommen. Wir sind angekommen in uns.

Alle 500 Meter gibt es "Innehaltestellen", die dazu einladen, eigene Gedanken ruhig werden zu lassen, im Moment zu sein und ins Spüren zu kommen. "Innehaltestellen" sehen unterschiedlich aus: Eine Windkoje am Wasser mit ätherischen Wald-Düften, ein Hochstand in einem Baumkreis mit Weitblick, eine Bushaltestelle, eingefasst von Beerenhecken. Inspiriert davon und durch den gestiegenen Zeitwohlstand der Drittelgesellschaft - 1/3 Arbeit, 1/3 Freizeit, 1/3 ehrenamtliches Engagement - passiert der innere Wandel bei immer mehr Leuten, die dadurch auch gleichzeitig gemeinsam die positive Veränderung der Gesellschaft mitgestalten."

H-8.2 Hintergrund der Tapete

Im Hintergrund der Tapete sehen wir Wälder, Felder, Flüsse und Siedlungen. Kühe grasen, ein Flugzeug kreuzt den Himmel und Fußball versetzt uns noch immer kollektiv in Ektase. Was hat sich also verändert?

Vieles, wenn man tiefer eintaucht! Wir haben die Herausforderung sportlich angenommen, Klimakrise und Artensterben als Gesellschaft die Stirn zu bieten. Alles, was uns glücklich macht, ernährt oder warm und trocken hält, wurde vom Tropf der fossilen Industrie abgekoppelt. Die Zukunft ist zu 100% erneuerbar. Oder kompostierbar. Wenn beides nicht, dann aber recyclingfähig. Und sie kommt ohne Verschwendung aus, egal ob Lebensmittel oder Rohstoffe.

Seit die Politik begonnen hat, Klimakrise & Co ernst zu nehmen, weiß man woran man ist, egal ob Bürger*in oder Unternehmen. Man fühlt sich gehört und eingebunden in den Wandel, der sich jetzt überall gleichzeitig vollzieht.

Die Landschaft trägt die Handschrift des (Klima-)politischen Willens. Das Verkehrs- und Energiesystem wurden klimafreundlich umgebaut. Klima- und Umweltziele werden - egal wo - mitgedacht. Vielen Gebäuden sieht man ihre nachhaltige Bauweise gar nicht an. Und trotzdem sorgen Holz, Stroh und Lehm für den Wohnkomfort der Zukunft.

Vierorts wurde aus grau grün. Zum Beispiel auf Dächern und Fassaden oder durch die Entsiegelung ehemaliger Parkflächen.

Auch in der Wirtschaft gehen wir neue Wege und stellen mutig Kooperation vor Konkurrenz, weil es damit allen auf lange Frist besser geht. In Industrie und Konsum besinnen wir uns auf das Wesentliche und die "grünen Ersatzprodukte" werden mehr und mehr von der Alternative zum Mainstream.

Wälder, Gärten und Parks sind bunter geworden. Und oft sogar essbar, wie die Beerensträucher an der E-Bushaltestelle, die essbaren Stadtplätze oder '[Waldgärten](#)'. Wo man hinschaut und hört: es zwitschert, krabbelt und quakt wieder. Vogelschwärme steigen auf. Große 'Flurbelebungs'-Aktionen haben Hecken, Bäume, Moore, Mager- und Feuchtwiesen zurück in die Landschaft gebracht. Flüsse wurden vielerorts aus ihrem Korsett befreit. Wir haben gelernt, die Kreisläufe der Natur zu hüten, egal ob Wasser oder Kohlenstoff.

Landwirtschaft ist jetzt regenerativ, bodenschonend und ökologisch. Landwirt*innen bauen Humus auf und gleichen dadurch Treibhausgasemissionen aus, die durch die Tierhaltung anfallen. Durch neue Ernährungstrends ("[planetary health diet](#)", Regionalität) werden insgesamt weniger Tiere gehalten. Diese dafür besser. Das meiste, was auf unseren Tellern landet, kommt aus der Umgebung.

Ein breites Umdenken und neue Werte haben vieles möglich gemacht. Im "Neuen Humanismus" fühlen wir uns als Teil eines natürlichen Kreislaufs, und nicht getrennt davon - die Natur und die Erde als "Du", als Gegenüber.

“Time over money” lautet das neue Motto, Überkonsum war gestern. Wir haben gelernt mit dem hauszuhalten, was uns als Weltgemeinschaft zur Verfügung steht. Wir leben dadurch bewusster, solidarischer, sorgenfreier und wesentlich gesünder.

Nicht zuletzt auch, weil der obligate Griff zum Autoschlüssel seltener geworden ist und mehr geradelt, flaniert und gewandert wird. Wer früher unter Flug- und Verkehrslärm gelitten hat, genießt, dass es ruhiger geworden ist und weit nicht mehr so viel gefahren und geflogen wird. Die Entschleunigung ist überall spürbar.”

H-8.3 Einzelne Szenen der Tapete

Die folgenden Szenen sind in der finalen, hochauflösten Printversion der Tapete in Form von kreisrunden Ausschnitten in die Landschaft (Abbildung 7) eingebettet.

1 Vertikalfabrik

Die [Fridays for Future](#) Bewegung hat viele Menschen zum Nachdenken gebracht. Die Umsetzung der öko-sozialen Steuerreform hat den meisten Unternehmen den letzten Stupser gegeben, um ihre Produktionsprozesse und Dienstleistungen in Richtung Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft umzubauen.

Um möglich wenig Fläche zu versiegeln, wurde für die Textil-Firma im Bild ein mehrstöckiges, saniertes Gebäude als Vertikalfabrik konzipiert: die Faserverarbeitung findet in verschiedenen, miteinander verbundenen Stockwerken im Gebäude statt. Aus regional angebauten Fasern (z.B. Hanf, Zellulose) werden langlebige Jeans produziert. (Bsp. [Naturfaser Fölser](#)). Wenn die Jeans verschlissen sind, können sie problemlos nach dem cradle-to-cradle Prinzip kompostiert werden, da ausschließlich pflanzliche Materialien verwendet wurden.

An die Vertikalfabrik grenzen zwei Hinterhofwerkstätten an. In einer wird aus Rohstoffabfällen der Vertikal-Fabrik (z.B. zu kurze Fasern für Jeansgewebe) mittels innovativem Filzverfahren Sneaker hergestellt. Die Sohlen werden aus [Biopolymeren im 3D-Druck](#) gefertigt. Die Druckerei der zweiten Hinterhofwerkstatt nutzt für ihre Printprodukte [Pflanzenfarben](#), die im Färber-Dachgartens der Werkstätten angebaut werden.



2 Konstruktive Nachrichten



Unsere Medien- und Informationskultur folgt einer neuen Logik. Statt der langjährigen Sensationslust, die auf Superlativen der Schreckens- und Negativberichterstattung aufbaut, wünschen sich Menschen heute Medien, die informieren, ermutigen und inspirieren. Es wird verstärkt über soziale Innovationen und Meilensteine der Wiedergutmachung mit unserem Planeten berichtet.

[Positive Sensationen](#), Erfolgsgeschichten des solidarischen Miteinanders und die Megatrends Nachhaltigkeit und

Gesundheit nehmen viel Raum in der neuen Medienwelt ein.

Ein Blick in die sozialen Medien erzeugt nicht länger fassungsloses Kopfschütteln, sondern tägliches Staunen über die Welt, im lebensbejahenden Sinn. Aus 'news-feeds' werden 'nurturing news'.

Elektronische Werbetafeln im öffentlichen Raum begleiten den gesellschaftlichen Wandel kommunikativ (z.B. im Zug, an Haltestellen). Die Schlagzeilen des neuen "Tomorrow-Magazins" lauten beispielsweise:

- We will survive! 50% des Planeten beim Biodiversitätsgipfel unter Schutz gestellt
- Größte internationale Waldschutzzone wird ausgerufen, die für die Menschen zu Umweltbildungszwecken und als Naturerlebniszone nutzbar ist
- Der "Earth-Overshootday" ist Geschichte: wir haben gelernt, die Ressourcen, die der Weltgemeinschaft zur Verfügung stehen nicht mehr zu erschöpfen.
- Wildbienen, willkommen zurück! Die Insektenpopulation erholt sich und steigt!

3 Lebendiger Dorfplatz

Der Ortskern, früher Durchzugsstraße mit Parkplätzen, ist jetzt ein "Menschenplatz". Menschen flanieren, andere machen Musik oder tanzen. Menschengruppen sitzen abends lachend zusammen, gewärmt von Feuerschalen. Beziehungen haben sich vertieft, wozu auch neue soziale Praktiken, wie [Redekreise](#) (bewusstes Zuhören), neue Entscheidungsstrukturen ([Soziokratie](#)) oder Wege der Problemlösung ([Großmütterrat](#)) beigetragen haben. Es werden Geschichten erzählt, Babys willkommen geheißen, Abschiede geteilt.

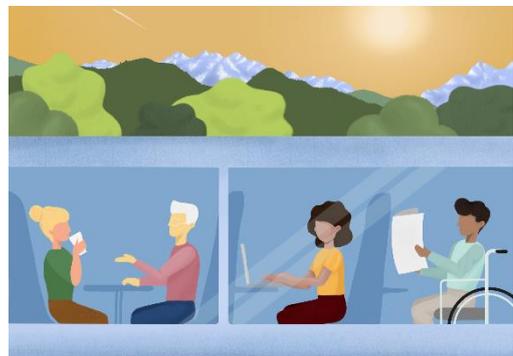


Das Dorfleben passiert nicht auf asphaltierten Flächen, sondern auf Wiesen und Schotterrasenflächen, im Schatten von den großen Bäumen oder im neu entstandenen [Permakultur-Waldgartenpark](#).

Von den vielfältigen (essbaren), miteinander vernetzen Bäumen, Sträuchern und Blumenwiesen profitieren auch Pflanzen- und Tiervielfalt. Nach dem Motto: Leben, das Leben anzieht (siehe [National Park City](#)). Dadurch können viele Tierarten wieder leichter ihren saisonalen Wanderungen nachkommen. Beim jährlichen 'Froschfest' wird gefeiert, dass alle Amphibienarten in Österreich mittlerweile wieder stabile Bestände haben und nicht, wie noch im Jahr 2020, allesamt auf der roten Liste als bedrohte Arten geführt wurden.

4 Mobilität in neuen Bahnen

Die Politik hat die Mobilitätswende gemeinsam mit interdisziplinär geschulten Planer*innen und der Zivilbevölkerung erfolgreich in die Wege geleitet. Die Attraktivität des österreichischen Öffi-Netzes und das innovative Preismodell wird in Medien weltweit häufig berichtet. Seit Österreich das Steuersystem grundlegend nach öko-sozialen Kriterien umgestaltet hat, ist der Gestaltungsspielraum für attraktive 'Öffis' deutlich größer geworden aber auch Car- und Ride-Sharingmodelle boomen.



Es wird bewusster gereist. Für Fahrten quer durch Europa werden die immer attraktiver werdenden Langstrecken-Bahn Angebote genutzt. Fast alle europäischen Städte sind mittlerweile durch Nachtzüge verbunden. Die Buchung internationaler Tickets ist einfacher denn je: viele Menschen nutzen

alternative Reisebüros ([Traivelling](#)) oder Apps, um mit einem Klick ein Ticket für Europareisen (egal Bahn, Bus oder Fähre) zu buchen (siehe [Vojo](#)).

Dadurch sieht man auch deutlich weniger Flugzeuge am Himmel. [Kurzstreckenflüge](#) wurden sukzessive abgebaut und durch klimafreundlichere Angebote ersetzt. Der Trend zum sehr bewussten Umgang mit Langstreckenflügen setzt sich weiter fort, da auch klimafreundliche Treibstoffe energieaufwändig produziert werden müssen. Manche segeln deshalb sogar CO₂-neutral zur Klimakonferenz nach Chile und retour, um bewusst ein Zeichen zu setzen (z.B: [Sail to the Cop](#)).

Upcycling und Redesign sind Zauberworte im Umgang mit überflüssig gewordener Infrastruktur. Durch das "Down-Scaling" des Fliegens werden etliche ehemalige [Flugfelder](#) auf verschiedene Arten nachgenutzt: als Skateparks, Open-Air Kulissen für Kulturevents, Landeplätze für Biogas-Zeppelins oder als ausgewiesene Wildniszonen. Ähnliche Nachnutzungskonzepte beleben auch andere "Infrastrukturruinen" aus der Ära des Überkonsums (Bsp. Shutdown-Festival in stillgelegtem [AKWs](#), [Kohletagebaustätten](#) etc.)

5 Gemeinschaftswohnprojekt

Gemeinschaftswohnprojekte, wie dieses, gibt es mittlerweile viele ([Gemeinsam Bauen und Wohnen](#), [GEN Austria](#), [WOGEN](#)). Hier leben viele Menschen unter einem Dach. Sie teilen die Verantwortung für Gemeinschaftsräume, -werkstätten, -gärten und Kinderbetreuung (siehe z.B. [Wohnprojekt Wien](#) oder [Belehof](#)). Das begrünte Gebäude wurde mehrstöckig in [Holz-Stroh-Lehm-Bauweise](#) errichtet. Es gibt viele Gemeinschaftsräume wie eine Werkstatt, eine 'Foodcoop', Seminar-/Mehrzweckräume, viel Platz für Fahrräder und einen großen Gemeinschaftsgarten mit Slacklines, Kletterbäumen und Jurten als Gästeunterkunft.



Das Projekt gilt als Leuchtturmprojekt der Sanitärwende: Kein Trinkwasser wird mehr für Klospülungen verwendet. Durch die ausgeklügelte Kombination von Komposttoiletten (z.B. [öKlo](#)) und der hausinternen Kompostierung mit Heißrotte-Verfahren, kann im 'Humuskeller' wenige Wochen nach dem Klogang Kompost geerntet und als Dünger wieder dem natürlichen Kreislauf zugeführt werden. Die Erde wandert direkt ins Hochbeet des Gemeinschaftsgartens. Den Boden aufzureißen um große Kanalisationssysteme zu bauen ist damit ebenso Geschichte wie die Verschmutzung von Flüssen durch menschliche Abwässer. Wodurch sich die weltweiten [Phosphor- und Stickstoffkreisläufe](#) erholen können.

In diesem [autofreien](#) Stadtteil wimmelt es an Menschen auf den Straßen. Ein kleiner Bioladen mit Bistro im Erdgeschoss der Wohnprojekts ist zum 'Zu-Fuß-Treffpunkt' und Begegnungsort des Stadtteils geworden. Man hat sich eingereicht in die prominente Reihe der 'Autofreien Städte' dieser Welt (siehe [Paris](#), [Oslo](#)). Auf Flächen, die früher Parkplätze waren, spielen Kinder und Erwachsene heute Fußball und Frisbee.

6 Resiliente Selbstversorgungsregionen



Eine Landschaft mit kleinteiligen Ackerschlägen, extensiv bewirtschaftete Weiden, Hecken und Waldgärten: Die bio-intensiv bewirtschafteten Felder und Agroforstsysteme werden wieder mit wesentlich mehr Handarbeit und teilweise ganz ohne große Traktoren oder Pflüge bestellt. Gemüse wächst in Mischkultur (z.B. Mais, auf dem die Stangenbohnen hochwachsen können und die Kürbisse bedecken dazwischen die Bodenschicht). [Permakultur](#)-Höfe

schließen natürliche Kreisläufe und teilen ganzjährig ihre Lebensmittel.

Wasser- und Nährstoffkreisläufe sind geschlossen. Schafe, Ziegen und Hühner liegen im Schatten der großen Obstbäume und ihre Weide rotiert zwischen der Waldweide und den Feldern die schon abgeerntet sind. Schweine laufen frei über die Wiesen und suhlen sich im kühlen Bacherl.

Es wird regenerativ gewirtschaftet: Bodenleben und Bodengesundheit wird gefördert, sodass der [Boden als CO₂-Senke](#) wirkt und wieder mehr Wasser im Boden gehalten wird. Biodiversität wird

gefördert, Nährstoffe durch Pflanzenkohle gebunden und Abfälle wiederverwendet. Die Region ist sehr resilient, da 80% aller Dinge, die die Menschen wirklich brauchen, wie Nahrung, Baumaterialien, Kleidung, Maschinen und Dienstleistungen direkt in der Region selbst hergestellt werden. Der Bio-Anteil ist standardmäßig nun bei [70-80%](#). Dieser Anteil wurde ohne große Mehrkosten (max. 10%) für die Konsument*innen erreicht. Auch aus volkswirtschaftlicher und gesundheitlicher Sicht ist das erfreulich. Durch die Reduktion von Fleischproduktion und Lebensmittelverschwendung ist unsere Ernährung auch deutlich klimafreundlicher. Kostenwahrheit wird gelebt. Synthetische Dünger, Pestizide und Herbizide sind kaum mehr in Verwendung, da sie nicht dem allgegenwärtigen Grundsatz entsprechen, das Leben zu fördern.

7 Regionale Rohstoffe nähren Kreislaufwirtschaft

Die meisten Dörfer entdecken ihre eigenen Rohstoffquellen wieder. Kurze Transportwege, lokale Kreislaufwirtschaft und regionale Resilienz haben sich nach diversen Krisen als am gesündesten für Mensch und Planet herausgestellt. Zukunftsfähige Ressourcen-nutzung wird mit Biodiversität gemeinsam gedacht: In der ruhend gelegten Lehmgrube, wurde vor 3 Jahren noch Lehm für den Innenraum Verputz des neuen Gemeindeamts verwendet. Damals sind Amphibienteiche und Trockensteinmauern angelegt worden, die mittlerweile gut bewohnt sind. Frösche,



Molche, seltene Libellen und Eidechsen beleben der Ort, quaken, springen herum und genießen die warmen Steine. Immer wieder lädt das Gemeindeamt nun Leute in den lauen Sommer-Nächten zu abendlichen [Amphibienkonzerten](#) ein um sich an der Lebendigkeit und Vielfalt dieser Oase zu erfreuen. Sogar eine Libellenart, die schon Jahrzehnte in dieser Region als ausgestorben galt, tauchte wieder auf.

Das Konzept von 'Abfall' gilt als überholt: Wirtschaft wird in geschlossenen Kreisläufen gedacht ('[Cradle to cradle](#)'-Prinzip), wodurch Ressourcen bestmöglich geschont werden. Über Upcycling-Plattformen verschenken Leute, Dinge und Rohstoffe, die sie selbst nicht mehr brauchen. Diese werden direkt abgeholt, oder sind im Upcycling-Hof zur freien Entnahme (siehe: erste japanische Zero-Waste-Stadt [Kamikatsu](#)).

8 Nahversorgung & regionale (Öko-)Märkte



Der Großteil aller Lebensmittel wird in der Region produziert und konsumiert: über [solidarisch organisierte](#) Nahversorger, Permakultur-Märkte, Foodcoops, Hofläden und Solawis.

Die Wertigkeit für gesundes, regionales, regeneratives Gemüse ist stark gestiegen, wodurch Einrichtungen, wie das Zero-waste Restaurant "Healthy Planet" gut besucht sind. Es verwertet Reste aller Art aus der Region und kocht nach Rezepten

(z.B. 'Eat Good', 'Restlos glücklich') der "[Planetary health diet](#)".

Passend dazu gibt es eine neue "[Ernährungspyramide](#)", die sowohl eine gesunde, als auch eine ökologisch und sozial vertretbare Ernährung der gesamten Weltbevölkerung ermöglicht.

Nebenan gibt es den Nahversorgungsmarkt, wo nicht nur Kooperativen der örtlichen Lebensmittelproduzent*innen, sondern auch Handwerkliches (z.B. Getöpferetes, [Upcyclingprodukte](#), Nachhaltige Mode aus der Region) hoch im Kurs stehen. Bäuer*innen kooperieren und sorgen dafür, dass sie gemeinsam, je nach Stärken und Leidenschaften, Bodenverhältnissen und Mikroklima, möglichst alle regionalen Kulturen anbauen können. Ganzjährig wächst etwas und der solidarische Aspekt ermöglicht es Ihnen, zu experimentieren und ohne Zwischenhändler fair bezahlt zu werden.

9 Aktive Bürger*innen



Politik hat sich völlig neu organisiert. Durch Demokratie-Innovationen waren politische Prozesse noch nie zuvor so direkt und nah am Volk. Was durch konsequente Bürgerbeteiligung und die dadurch entstandene neue Lust an Politik entstanden ist: Jeder fühlt sich an irgendeinem Moment ihres/seines Lebens als Politiker*in.

Das neue "Ministerium für aktive Lebensförderung und beherrzte Gemeinschaftskultur" unterstützt ehrenamtliches Engagement und Bürger*innenbeteiligung. Einige Leute aus dem lokalen

[Bürger*innen-parlament](#) entscheiden gemeinsam über die Nachnutzung der versiegelten Gewerbeflächen am Stadtrand. Sie stehen vor Ort auf der Fläche und sehen sich alles genau an.

Es werden Entscheidungen mit [soziokratischen Werkzeugen](#) getroffen: alle die wollen und sich betroffen fühlen, können bei der Lösungsfindung mitarbeiten. Mitgestalten macht Spaß! Die lebensklugen älteren Menschen, mit besonders guten Beobachtungs- und Weitblick-Fähigkeiten kommen zusammen, tauschen sich aus und ihr erfahrener Rat ist wie immer sehr willkommen. Auch die Jugendlichen, die es in Zukunft am Meisten betrifft, gestalten gerne mit.

Der Konsent - Entscheid fällt für ein großes Naherholungs-Biotop aus, mit Biodiversitäts-Oase am Westufer. Die globale [CO₂-Steuer](#) und das "[partizipative Klimabudget](#)" (regionales Budget, das für Klimainvestitionen verwendet wird) finanziert das Projekt. Die Bürger*innen können damit aktiv entscheiden, in welche Projekte Staatsgelder und Teile ihrer Steuergelder fließen. Somit wird die Kraft des Geldes bewusst für Umwelt- und Klimaprojekte verwendet. Bevor die Umgestaltung startet, kommt vom neuen nationalen Klima-Rat, der nach dem [Klimavolksbegehren](#) ins Leben gerufen wurde, grünes Licht. Die Baumaschine, die die Gewerbefläche umgeackert und entsiegelt, fährt auf.

10 Celebrating Diversity - slow music festival

Eine Band bestehend aus 5 Musiker*innen radelt samt all ihrem Equipment für eine Tour durch Österreich und macht Halt bei einem Slow Music Festival (Bsp. [ReCycling Tour](#)). Auf ihren Radanhängern sind Solarpaneele, die gemeinsam mit der Bewegungsenergie des Rades eine Batterie laden, welche abends den nötigen Strom fürs Konzert liefert. Somit erzeugt die Band ihren Strom schon am Weg zum Konzert und kann deshalb offgrid auf einer großen Lichtung im Wald spielen.



Nicht nur die Musik ist CO₂ neutral, sondern sogar das ganze Event. Die Gäste sind nämlich auf Wunsch der Band alle möglichst klimaschonend, zu Fuß, mit dem Zug oder auch mit dem Fahrrad angereist und haben ihre eigene Verpflegung dabei. Wir Menschen genießen diese neue Langsamkeit, die auch das Motto dieses Slow Music Events ist, wo ganz viele Kulturen zusammenkommen. Wir feiern die Diversität von Afrikanischen Djembe Workshops über, Afghanischen Tanz und Südtiroler Jodelgruppen.

[Slow Music](#) gibt es aber nicht nur in Österreich überall: Eine amerikanische Band fährt auf einem Segelboot nur mit Windkraft von Land zu Land und spielt Hafenkonzerte direkt vom Boot aus.

11 Herzensbildung & Potentialentfaltung



Bildung ändert sich grundlegend. Junge Menschen werden dabei begleitet ihre Talente zu entdecken, Stärken zu stärken, Empathie, Kooperation und Kreativität zu schulen. Bildung passiert nicht mehr nur im herkömmlichen schulischen Rahmen, sondern an vielfältigen Lernorten und in Verbundenheit mit der Natur (Bsp. [Schule an der Alm](#) / Oberösterreich; [Art Angels UK](#)).

Aber nicht nur Kindern und Jugendlichen stehen offene

Lernorte, Werkräume und Experimentier-flächen zur Verfügung. Ein neues, kreatives Miteinander entsteht auch durch diesen geschützten Raum für Experimente, Vernetzung und Austausch. Ein Raum für Fehler, Ermutigung und Neugierde (z.B. Art Angels UK).

Orte, die sich wie Montessori-'Erwachsenengärten' anfühlen, an welchen Menschen jeden Alters ihr spielerisches Ich, ihre Vorstellungskraft und ihre Lust am Gestalten wiederentdecken können (z.B. ["Otelo"](#))

Auch regionale '[Climathons](#)' werden dort regelmäßig abgehalten, wo Menschen zusammen Projekte für mehr Klimaschutz und Klimawandelanpassung umsetzen. So ist im Bezirk eine Rad-Schnellstraße entstanden, alle öffentlichen Gebäude wurden auf 100% Photovoltaik-Energie umgestellt und jede Schule bekam eine*n Klimabeauftragte*n.

12 Bürger*innenkraftwerke

Das 1000. [Bürger*innenkraftwerk](#) geht ans Netz und war schon nach 5 Minuten auf der Crowdfunding Plattform ausfinanziert. Die Menschen investieren gerne in sinnvolle erneuerbare Energie-Projekte. Es ist ein weiteres kleines PV-Kraftwerk, das auf den ungenutzten Flächen einer alten Industriehalle in Betrieb geht. Es wurde gemeinsam von einigen hundert Menschen finanziert, die nun dafür kostenlos den Solarstrom davon in Echtzeit direkt beziehen (z.B. ['eFriends'](#)). Einige Solarpaneele beschatten die Parkplätze und überdachen E-Autos, E-Lastenräder und E-Bikes, die dort direkt geladen werden können.



In der Halle wird außerdem der Server betrieben, über den die regionale Kryptowährung läuft. Dieses Geld bleibt wie andere Regionalwährungen (z.B: ['EnnsTaler'](#)) länger in der Region und fördert somit die lokale Wirtschaft.

Über 70 Betriebe nutzen aktiv diese Währung: beim Tischler kann man mit der Regionalwährung zahlen, dieser kauft sich darum beim Bauernladen seine frischen Eier und die Bäuerin mietet mit demselben Geld das Lastenfahrzeug jeden Samstag, um ihre Produkte vom Hofladen zum Marktstand zu fahren.

Generell setzt sich der [Divestment-Trend](#) fort und immer mehr konventionelle Banken werden zu Umwelt-Banken (z.B [Umweltcenter Gunskirchen](#)), die ausschließlich in ökologisch zukunftsfähige Projekte investieren.

Co-Benefit: die Leute kennen sich besser, das Vertrauen steigt und die Währung bleibt 5 Mal länger in der Region als der Euro, was wiederum die Kreislaufwirtschaft ankurbelt.

H-8.4 Was nicht auf der Tapete zu sehen ist

Die folgenden Szenen wurden nur textlich beschrieben, wurden aber nicht als eigene Detailsszene in der Tapete umgesetzt.

Tiere im Waldgärten

In Zukunft werden unsere Nutz- und Wildtiere wieder viel mehr in die landwirtschaftlichen Kreisläufe eingebunden: Schweine laufen im Frühling über das Feld und lockern durchs umgraben den Boden für die Aussaat auf. Schafe liegen im Schatten der Streuobstbäume und genießen ihren Verdauungsschlaf. Hühner freuen sich über die Gründünger-Pflanzen, die den Winter über gewachsen sind und bringen ihren Mist in die Gemüsefelder ein. Laufenten fressen die Schnecken, die am Feld sind und legen zusätzlich hin und wieder ein Ei.

Tiere und Pflanzen werden gemeinsam gedacht: Es gibt mehr Agroforstsysteme, Waldgärten, Mischkultur und Diversität in der Landwirtschaft. Tiere werden als Mitarbeiter*innen betrachtet, und nicht in erster Linie als Produkte oder Lebensmittel.

Die Welt aus Kinderaugen

Stell dir für einen Moment eine etwas weiter entfernte und klimafitte Zukunft aus Kinderaugen vor. Kinder finden eine gestaltbare Welt vor, in der sie sich frei bewegen können und es eingeladen ist, dass

sie stundenlang mit anderen Kindern durch den Wald streifen, spielen und die Gegend erkunden. Durchgängige grüne Korridore und Grünflächen, viel weniger Autos und keine synthetischen Gifte in der Natur, machen das sorgenfreier möglich. Frisch gebackene Väter und Mütter können selbstverständlich durch dynamische Karenzmodelle, Familien-Kurzarbeit und Home-Office die ersten Jahre beide viel Zeit mit ihren Kindern verbringen. Vor allem Väter können nun auch mehr da sein.

Die Kinder und Jugendlichen feiern mit der globalen Fridays for Future Bewegung, dass die Welt aufgehört hat fossile Treibstoffe zu verbrennen. Wodurch sich das Klimasystem - langfristig – wieder stabilisieren kann. Auch wenn die Folgen der Erwärmung die Menschheit noch lange in ihrem Zusammenhalt herausfordern werden (z.B. durch die dadurch ausgelösten Migrationsbewegungen), gibt es doch Grund hoffnungsvoll auf die weitere Zukunft zu blicken. Denn junge Menschen haben die Erfahrung gemacht, dass wir als Weltbevölkerung aus dieser existenziellen Krise letztlich die richtigen Lehren gezogen haben.

Visionskultur leben

Da sich Menschen nie zuvor so viele Gedanken über die Zukunft gemacht haben, etablieren wir ein Gefühl von "Stewardship" - die schöne Verantwortung zu übernehmen, das Land, die Region, die Ökosysteme in denen wir leben zu schützen bzw. sogar dabei zu unterstützen sich zu regenerieren.

Es wird eine große Kraft mit viel Sogwirkung frei, wenn wir geteilte Visionen haben und diese Wirklichkeit werden lassen wollen. Visionskultur wird gelebt: Es gibt Traumabende, wo sich Menschen treffen, um ihre schönsten Bilder zu teilen, wie ihre Region in 100 Jahren sein könnte. Es gibt Visionscafés in denen Leute sich kennenlernen können, um Ideen auszutauschen und sich zusammenzuschließen. Die größeren Ziele in der Politik werden auch gemeinsam und inklusiv, parteiunabhängig entwickelt, indem groß und langfristig gedacht wird.

Die Lust am Mitgestalten der gemeinsamen Zukunft zieht sich durch diese Visionskultur und macht ungeahnte Kräfte frei.

Erdfeste feiern - erdfest sein

Es gibt Zeiten im Jahr, wo wir viele lokale Erdfeste gleichzeitig feiern. In diesen Zeiten gehen wir vom Machen ins Vernehmen und fangen an zu staunen, wie die Erde eigentlich ständig mit uns kommuniziert. Beglückung pur durch vollkommenes Wahrnehmen und Spüren!

Alles Lebendige ist in unserer Betrachtung vom "Ding" zum "Du" - ein Gegenüber auf Augenhöhe geworden. Wir erfreuen uns am Lebendig-Sein. Diese Erdfeste können ganz unterschiedlich gefeiert werden und aussehen. Gemeinsam haben sie jedoch, dass Leute sich gegenseitig überraschen und einen Raum schaffen wo sie in gegenseitiger Liebe zum Lebendigen sich zum Aufblühen bringen.

Arbeiten der Zukunft

Die Ausbildung und Arbeit, der wir nachgehen, ist von Erfüllung und Sinn durchdrungen. Wir machen genau das, was uns richtig Freude bereitet und unseren Talenten entspricht. Wir denken zukünftig statt in "Projekten", die nur solange funktionieren, solange Geld fließt, mehr und mehr in "Initiativen", die es eher erlauben, wirklich in Beziehung mit dem zu sein, was gerade benötigt wird.

Home Office hat ein positives Image im Vergleich zu früher. Es wird nicht mehr mit "Faulen", die von zu Hause arbeiten assoziiert, sondern es wird geschätzt, wenn jemand von zuhause arbeitet und dadurch mehr Zeit für die Familie, den Gemüsegarten und das selbst gebackene Sauerteigbrot hat.

Auch Studieren hat sich weiterentwickelt. Professor*innen laden zu "Walking lectures" ein, bei denen alle Student*innen gebeten werden, an der online Lehrveranstaltung teilzunehmen und dabei einen Spaziergang durch den Park zu machen. Bewegung, frische Luft und Bildung in einem!

Mittlerweile leben wir statt einer "40 Stunden - Woche" in einer "3 bis 4 Tages Woche": Die freiwerdende Zeit und die dadurch steigende Lebensqualität erhöht auch deutlich die Motivation und Produktivität und schafft mehr Arbeitsplätze.

Zukunftsfähige Wälder

Wir können wieder mehr eine Wald-Subsistenzgesellschaft sein in der wir Wildkräuter kennen und nutzen, Nüsse sammeln, Früchte aus dem Wald genießen, nachwachsendes Baumaterial verwenden und Kleidung aus Holzfasern herstellen. Ein solches designtes Waldgarten-System, erhält und regeneriert sich nach einigen Jahren selbst und produziert und floriert im Überfluss.

Es gibt keine Wiesen- und Fichtenmonokulturen mehr. Die klimatischen Veränderungen sorgen sowieso dafür, dass Fichten in den nächsten Jahrzehnten bis auf Höhenlagen verdrängt werden. Bis zu dieser Höhe gedeihen aber vielfältigste Obst-, Nuss- und Wildobstgehölze die ein wichtiger Bestandteil von diesen neuen resilienten Regionen sind. Auf den Stämmen der Bäume ranken Weintrauben, Kiwis und Bohnen hinauf und sorgen für Nutzung auf mehreren Ebenen.

Es werden "Bäume für die Zukunft" gepflanzt: auf allen Grünflächen, die nicht "genutzt" werden, auf allen öffentlichen Spielplätzen, in Schulen, als Alleen, entlang von Straßen. Ziel ist die CO₂-Speicherung, Selbstversorgung, und mikroklimatische Verbesserung von besiedelten Gebieten, und Begegnungsräume zu schaffen, wo Leute rund um diese Bäume zusammenkommen. Patenschafts-Modelle ermöglichen die langfristige Pflege und steigern die Wertschätzung und emotionale Verbindung zu den Bäumen. Infolge davon steigt auch die Wertschätzung und Identifikation zur Region und infolge daraus auch zur Natur.

Natur wird nicht mehr als etwas Fremdes da draußen, sondern als Teil von uns, als lebenswichtiges Gegenüber wahrgenommen! Diese unglaubliche Veränderung löst aus, dass wir Dinge oder Verhalten, die der Natur, also folglich uns selbst, schaden, natürlich nicht mehr machen/produzieren/nutzen. Die Erde kann aufatmen und wir haben einen Weg gefunden, um gut in Einklang und tiefer Verbindung mit ihr zu leben.

Das Museum für angewandte (Zukunfts)kunst

Es gibt ein Museum für angewandte Zukunftskunst - das MAZK. Dort kann man verschiedenste zukunftsfähige und klimafitte Lösungen bewundern und bekommt alle Tools in die Hand um sofort einen nachhaltigeren Lebensstil zu starten. In den verschiedenen Räumen werden verschiedenste Bereiche des Lebensstils dargestellt: vom Badezimmer mit Regenwasser Klospülung, über Do-it-yourself Bauanleitungen für Kleinwindräder und eine alternativen Reiseplattformen. Man erlebt mit allen Sinnen welche ökologischen Auswirkungen mein aktuelles Verhalten hat und wie mein ökologischer Fußabdruck durch den Umstieg von ein, oder mehreren Gewohnheiten im Lebensstil verringert wird. Auch der ökologische Handabdruck, die positiven Spuren, die ich durch bewusste Entscheidungen hinterlasse, werden erlebbar. Ein solcher Ort der Inspiration, auch die Kultur und Gastronomie, leben von der neuen Diversität in der Gesellschaft.

H-8.5 Stakeholder-Workshop: empirische Testung der 'Tapete'

Um die Wirkung des grafischen Konzeptes auf mögliche Missverständnisse und Schwachstellen zu testen und letzte Verbesserungsvorschläge integrieren zu können, wurde am 10.6.2021 ein (digitaler) Stakeholder-Workshop mit 10 Teilnehmer*innen veranstaltet.

Insgesamt gab es viele positive Rückmeldungen zum grafischen Konzept, zum gewählten Stil der Tapete und auch zur Art, wie für die Szenen Themen miteinander zu stimmigen Geschichten verbunden wurden.

„Man lässt sich in diese Szenen so richtig gerne reinfallen.“ (Zitat aus dem Workshop)

„Es ist gut, dass der Traum so groß ist“ (Stimme aus dem Workshop)

Gefragt zu möglichen Schwachstellen, wurde vor allem die Anschlussfähigkeit diskutiert. Zwei Teilnehmer teilten die Wahrnehmung, dass einzelne Szenen womöglich einen öko-romantischen

Eindruck hinterließen. In der Folge wurde diskutiert, welchen Feinschliff es bräuchte, um die Tapete auch als Diskussionsgrundlage für Menschen zu verwenden, die heute noch sehr tief in der „alten“ Realität verankert sind. Und welche inhaltlichen Brücken zu solchen „business-as-usual“-Mentalitäten gebaut werden könnten (Zitate von Teilnehmenden: „An manchen Stellen etwas weniger dick auftragen“; „Besser nicht übertreiben mit Multi-Kulti-Vorstellungen“). Eine weitere Anregung bezog sich auf das Sichtbarmachen der Verbindungen zwischen den „Kreisen“.

Für die finale Umsetzung wurden vor allem inhaltliche Andockstellen und entsprechende grafische Ankerpunkte aus der heutigen Realität diskutiert (z.B. ein Flugzeug am Himmel, das eine oder andere sichtbare Auto, ein Baumarkt). Das Feedback aus dem Workshop wurde beim Feinschliff berücksichtigt. Zusätzlich wurde versucht, einen stärkeren den Bezug zu heutigen Mainstream-Lebenswelten herzustellen.

Zum Abschluss des Workshops wurde diskutiert, ob eine abgestimmte Öffentlichkeitsarbeit nach Projektschluss denkbar wäre, um die Tapete gleichzeitig in verschiedenen Medien und Kanälen erscheinen zu lassen. Wofür nicht nur einschlägige Magazine wie TAU, Oya und Gaia angefragt werden könnten, sondern bewusst auch Magazine, die eine Reichweite quer durch verschiedene Zielgruppen der Gesellschaft haben (Krone, Heute, das ÖAMTC Magazin).

H-8.6 Kurzfilm - Making-of Zukunftstapete

Mit ausgewählten Interviewpartner*innen wurden die Gespräche durch persönliche Besuche vertieft und durch den Dreh kurzer Videoszenen ergänzt. Ebenso wurde das 2-Tages Retreat des Tapetenwechsel-Teams filmisch dokumentiert. Die Videos wurden in einem ca. 10-minütigen 'Making-of' Video zur Zukunftstapete zusammengefasst (zu sehen auf www.zukunftstapete.at).

Ziel war es, Initiativen und Visionsspender*innen mit besonders anschaulichen praktischen Lösungen, quer über die verschiedenen Themenbereiche (Landwirtschaft, Ernährung, Energiewende, Wohnen, Mobilität und innerem Wandel) auch in bewegten Bildern zu porträtieren. Wir wollten uns die zukunftsfähigen Lösungen / Initiativen vor Ort anschauen und durch die Videoszenen zugänglich machen. Damit werden die beschriebenen Visionen der Zukunftstapete noch anschaulicher, da es schon unzählige Best Practice Beispiele heute gibt.

Aus dem Making-of Video geht außerdem die Interview Methode, der grafische Prozess und einige starke Zitate hervor. Es soll inspirieren und Mut machen, zukunftsfähige Wege in verschiedensten Lebensbereichen einzuschlagen.

H-9 Dissemination

Um alle Ergebnisse des Projektes (Tapete, Detailsszenen, Begleittext, Making-of video) kompakt downloaden zu können wurde eine eigene Website eingerichtet (www.zukunftstapete.at). Hier befinden sich nicht nur die Tapeten Pdfs, einzelne Szenen und Begleittexte zum Download, sondern auch das making-of Video und Informationen zum Projektteam.

Für die Verbreitung der Projektergebnisse werden die Kanäle und Netzwerke des Projektteams (Information im CCCA-Newsletter und Uni-Netz Verteiler und des Projektträgers (Klimabündnis OÖ) genutzt. Die Dissemination erfolgt einerseits über soziale Medien, andererseits „analog“ durch die Nutzung und Ausstellung der Tapete im Rahmen verschiedener Veranstaltungen. Konkret ist geplant, die Zukunftstapete bei einschlägigen Veranstaltungen auszustellen:

- Klimatag 2021/22
- K3 Konferenz (verschoben auf 2022)
- Herbst-Event der AG Klimakom („Staging climate change“)
- BOKU-Nachhaltigkeitstag
- Jahrestreffen der Manager*innen der Klima- und Energiemodellregionen (Sept. 2021).

Dadurch, dass das endgültige Produkt mit einer creative-common Lizenz versehen ist und einfach per Plotdruck in jedem Kopiergeschäft vervielfältigbar ist, erhoffen wir uns einen Schneeballeffekt in der Verbreitung der Tapete. Und würden uns freuen, wenn sie niederschwellig als anregender Raumhintergrund und Grundlage für konstruktive Diskussionen Eingang findet in diverse lokale / regionale (Klima-)Veranstaltungen und Diskussionsrunden.

H-10 Diskussion und Schlussfolgerung

‘Ökoromantik’ versus Zielgruppenwahl

Die Tapete versucht mit einem positiven Framing und einladenden, neugierig machenden Bildwelten die öffentliche und politische Debatte über Kurs und Geschwindigkeit der großen Transformation zu positiv zu stimulieren. Sie öffnet einen neuen Raum für Vorstellungen von einer klimafreundlichen Zukunft in Österreich, abseits der üblichen Verzichts- und Verlustdebatte. Mehrwerte und Qualitäten des Wandels, wie Lebensqualität, Gesundheit oder ein stärkerer sozialer Zusammenhalt, werden durch die Tapete visuell, und durch den begleitenden Text auch noch stärker emotional erlebbar.

Angedacht ist die Verwendung der Tapete in unterschiedlichen Kontexten, wodurch auch die Zielgruppe relativ breit gefasst wurde: sie umfasst Menschen, die durch die Klimabewegung der letzten Jahre bereits leise für Zukunftsthemen rund um die Klimakrise sensibilisiert wurden und jetzt durch grafische Bilder zu Zukunftsideen und Zukunfts-Know-How weiter inspiriert werden sollen, Teil der großen Transformation zu werden.

Im Stakeholder-Workshop wurde diskutiert, ob die Tapete ein zu wolkiges Bild und eine Prise zuviel “Ökoromantik” verbreitet. Diese Frage kann nur mit Blick auf die Zielgruppe und Art der Verwendung der Tapete beantwortet werden. Grundsätzlich zielt das Format darauf ab, Menschen abzuholen, die - z.B. durch die aufstrebende Klimabewegung der letzten Jahre - für das Klimathema bereits leise sensibilisiert wurden und diskussionsbereit sind. Klimakritiker*innen oder Menschen, die größeren gesellschaftlichen Veränderungen vehement kritisch gegenüberstehen, sind dezidiert nicht die Zielgruppe, die mit diesem Format emotional angeregt werden soll.

Dennoch wurde durch dieses Feedback auf eine gute Anschlussfähigkeit durch “Ankerthemen” aus der heutigen Realität geachtet (z.B. Zugverkehr, lebendiger Dorfplatz). Andererseits wurden aber auch Szenen eingebaut, die zwar realistisch Mögliches darstellen, aber einen spürbaren gedanklichen Spagat zur heutigen Realität bedeuten (z.B. Kompostklos in Häusern). Dadurch sollen “out of the box” Diskussionen über Möglichkeiten abseits des Bekannten eröffnet werden.

Im Gegensatz zu “sachlicheren” Zukunfts-Darstellungen (Klimakonretplan, Bodencheck), geht die Tapete geht durch die Kombination von wissenschaftlich fundierten Narrativen, und deren bewussten Übersetzung in eine emotionalisierende Bildsprache, noch einen Schritt weiter.

Die Kluft zwischen Wissen und Handeln überbrücken

Die Entscheidung Menschen auch emotional abzuholen, geht auf Erkenntnisse der Klimakommunikationsforschung zurück, wonach die Vermittlung von ‘reinen’ Fakten nur in geringem Maße zu nennenswerten Verhaltensänderungen führt.

Das Klimabewusstsein der EuropäerInnen liegt laut Eurobarometer-Umfrage mit 93% auf historischem Höchststand (Eurobarometer 2019). Trotzdem bleiben entschlossene Verhaltensänderung nach wie vor aus. In Österreich ist nach wie vor jeder 3. gekaufte Neuwagen ein SUV (VCÖ, 2019). Und die Nutzung fossile Energieträger, v.a. im Bereich der Mobilität, wird nach wie vor staatlich subventioniert (z.B. Dieselprivileg). Diese Inkonsistenz zwischen Wissen und Handeln wird in der wissenschaftlichen Literatur als “Knowledge-Action-Gap” oder “Value-action-gap” bezeichnet (Kollmuss und Agyeman 2002, Tavri 2021).

Trotzdem ist über Ursachen und Folgen der Klimakrise informiert zu sein ist, ein wichtiger erster Schritt, um sich aktiv hinter den Kampf gegen die Klimakrise stellen zu können. Damit dieses Eintauchen in die Schrecken der Klimakrise (z.B. Kippunkt-Thematik) aber nicht zu psychologischen Reaktionen Phänomenen wie “Klimaangst” (Kleres & Wettergren 2017) oder “Pre-Traumatic-Stress-

Disorder“-Syndrom (Kaplan, 2020) führt, ist es gleichzeitig immer auch notwendig, Auswege und Lösungen mit zu kommunizieren.

Die Zukunftstapete will daher ein lösungsbetontes Gegengewicht zum Schrecken der Klimakrise schaffen. Sie will Menschen aktiv für Lösungen begeistern und diese für sie hautnah erlebbar machen. Durch die Tatsache, dass in der Tapete nur real Mögliches und großteils in Nischen schon vorhandenes Zukunftsverhalten abgebildet ist, soll auch Überzeugungsarbeit für die Machbarkeit und Skalierbarkeit solcher Lösungen geleistet werden. Menschen, die sich des Problems bewusst sind, können die Lücke zwischen Wissen und Handeln nur dann überbrücken, wenn nicht nur das Problem, sondern Lösungsansätze für sie (in ihrem Handlungsspielraum) sichtbar werden. Und wenn diese attraktiv genug sind, um sich damit nicht ins “soziale Aus” zu manövrieren. Gerade in den letzten Jahren ist scheinen sich die “sozialen Normen” diesbezüglich stark geändert zu haben, wodurch klimafreundliche Entscheidungen in weiten Teilen der Bevölkerung sozial akzeptiert werden.

Bilder und Geschichten übersetzen Fakten

Die Frage, ob wir als Gesellschaft im post-faktischen Zeitalter angekommen sind, wird wissenschaftlich rege diskutiert (Lewandowsky et al. 2017). Hinzu kommt, dass klimawissenschaftlicher Erkenntnisse traditionell komplex kommuniziert wurden und selbst für interessierte Menschen schwer verständlich waren (Berkemeyer et al. 2016). Linguistische Studien stellen den Berichten des Weltklimarates in Sachen Verständlichkeit ein äußerst schlechtes Zeugnis aus.

In Kombination mit den veränderten Vorzeichen unserer Informationskultur, bedeutet das für die Klimakommunikation, dass der Weg tendenziell weg von Fakten- und Zahlenschlachten hin zu Kommunikationsformaten führt, die in einfacher Sprache, über Geschichten, an die Gefühlswelt der Betrachtenden anknüpfen. Die Kunst ist es, dabei ohne erhobenen Zeigefinger auskommen oder den Boden der Realität zu verlassen. Äußerst pingelig muss dabei auch auf die wissenschaftliche Fundiertheit solcher Formate geachtet werden, vor allem, wenn Sie als Sprachrohr der Klimawissenschaften gelten. Diesen Anspruch hegt die Zukunftstapete. Sie will informieren, inspirieren, Möglichkeiten aufzeigen und dadurch wieder mehr Lust auf Zukunft machen (Alt, 2018).

Echte Bilder vs. grafische Darstellungen

Eventuell könnten die Betrachter*innen noch etwas stärker an einzelne Inhalte der Tapete andocken, wenn diese Szenen aus dem echten Leben mit echten Menschen zeigen würden (Corner, 2015). Für das Projektteam hat jedoch der Vorteil überwogen, dass grafisch gestaltete Szenen jederzeit um weitere Aspekte erweiterbar sind die Tapete einfach nach Bedarf in den nächsten Jahren erweitert und aktualisiert werden kann. Mit dem zusätzlich gestalteten making-of Video zum Entstehungsprozesse der Tapete rücken ergänzend Tapetenakteur*innen und Interviewte in den Vordergrund, um ihr auch “echte Gesichter” zu verleihen.

Die Tapete und die COVID 19-Pandemie

Die Tapete ist in einem historisch denkwürdigen Zeitraum entstanden: während der weltweiten COVID19 Pandemie. Auch wenn das Klimathema dadurch von diversen medialen Hauptschauplätzen für lange Zeit verdrängt wurde, so wurden durch die Pandemie doch auch die Poren der Gesellschaft für etliche Aspekte geöffnet, die auch eine hohe Relevanz haben, für die große Transformation, die gerade begonnen hat (Webster, 2020; Janko, 2020). Themen wie Versorgungssicherheit, Regionalität und soziale Beziehungen erscheinen heute in einem ganz anderen Licht als vor der Pandemie. Vieles davon wurde auch in den Interviews thematisiert und nimmt dadurch relativ viel Raum unter den präsentierten Lösungen ein.

Ausblick

Wir hoffen mit den Ergebnissen dieses Projekts zahlreiche Diskussionen und (Weiter-)Denkprozesse angestoßen zu haben und noch weitere in Zukunft anzustoßen. Für das Projektteam war dieses Pilotprojekt ein wichtiger, erster Grundstein, um weiter in Richtung der angewandten Klimakommunikationsforschung zu forschen.

Ihre volle Wirkung entfaltet die Tapete jetzt - nach Abschluss des Projektes. Dem Projektteam hat die Arbeit an der Tapete definitiv Lust auf mehr (Zukunft!) gemacht. Folgeprojekte und -kooperationen stehen wir daher offen gegenüber.

Danksagung

Wir bedanken uns für bei den Fördergeber*innen des Startclim-Programms für die finanzielle Unterstützung unseres Vorhabens und besonders für die administrative Unterstützung bei Hr. Becsi.

Den Interviewpartner*innen danken wir für das intensive, gemeinsame Nachdenken über Puzzlesteine, aus welchen sich Zukunft solide aufbauen lässt. Genießen Sie den imaginären Applaus von all jenen, die nach uns kommen werden und hoffentlich eine Welt vorfinden, die auch dann die Menschen noch immer in Staunen versetzt. In positiven Sinn, versteht sich.

x-1 Literaturverzeichnis

- Alt, F. (2018): Lust auf Zukunft. Wie die Menschheit die Wende schaffen wird.
- Ballantyne, A. G., Wibeck, V., & Neset, T. S. (2016). Images of climate change – a pilot study of young people’s perceptions of ICT-based climate visualization. *Climatic change*, 134(1-2), 73-85.
- Barkemeyer, R., Dessai, S., Monge-Sanz, B., Renzi, B. G., & Napolitano, G. (2016). Linguistic analysis of IPCC summaries for policymakers and associated coverage. *Nature Climate Change*, 6(3), 311-316.
- Corner, A., Webster, R., & Teriete, C. (2015). Climate visuals: Seven principles for visual climate change communication (based on international social research).
- Corner, A., Roberts, O., Chiari, S., Völler, S., Mayrhuber, E. S., Mandl, S., & Monson, K. (2015). How do young people engage with climate change? The role of knowledge, values, message framing, and trusted communicators. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 6(5), 523-534.
- Hopkins, R. (2019). *From what is to what if: Unleashing the power of imagination to create the future we want*. Chelsea Green Publishing.
- Jankó, F. (2020). Fear regimes: Comparing climate change and the Covid-19 pandemic. *Geoforum*, 117, 308-310.
- Kaplan, E. A. (2020). Is Climate-Related Pre-Traumatic Stress Syndrome a Real Condition?. *American Imago*, 77(1), 81-104.
- Kirchengast, G., Kromp-Kolb, H., Steininger, K., Stagl, S., Kirchner, M., Ambach, Ch., Grohs, J., Gut-sohn, A., Peisker, J., Strunk, B. (2019): Referenzplan als Grundlage für einen wissenschaftlich fundierten und mit den Pariser Klimazielen in Einklang stehenden Nationalen Energie- und Klimaplan für Österreich (Ref-NEKP) —Vision 2050 und Umsetzungspfade: Österreich im Einklang mit den Pariser Klimazielen und der Weg dorthin, November 2019, 25 S., CCCA Wien-Graz. – Verlag der ÖAW, Wien, Österreich.
- Kleres, J., & Wettergren, Å. (2017). Fear, hope, anger, and guilt in climate activism. *Social Movement Studies*, 16(5), 507-519.
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). Mind the gap: why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior?. *Environmental education research*, 8(3), 239-260.
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K., & Cook, J. (2017). Beyond misinformation: Understanding and coping with the “post-truth” era. *Journal of applied research in memory and cognition*, 6(4), 353-369.
- Mayring, P., & Fenzl, T. (2019). Qualitative inhaltsanalyse. In *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (pp. 633-648). Springer VS, Wiesbaden.
- Manzo, K. (2010). Imaging vulnerability: the iconography of climate change. *Area*, 42(1), 96-107.
- Nicholson-Cole, S. A. (2005). Representing climate change futures: a critique on the use of images for visual communication. *Computers, environment and urban systems*, 29(3), 255-273.

- O'Neill, S., & Nicholson-Cole, S. (2009). "Fear won't do it" promoting positive engagement with climate change through visual and iconic representations. *Science communication*, 30(3), 355-379.
- O'Neill, S. J., Boykoff, M., Niemeyer, S., & Day, S. A. (2013). On the use of imagery for climate change engagement. *Global environmental change*, 23(2), 413-421.
- O'Neill, S. (2017). Engaging with climate change imagery. In *Oxford Research Encyclopedia of Climate Science*.
- Schroth, O., Angel, J., Sheppard, S., & Dulic, A. (2014). Visual climate change communication: From iconography to locally framed 3D visualization. *Environmental Communication*, 8(4), 413-432.
- Tavri, P. (2021). Value action gap: a major barrier in sustaining behaviour change. *Academia Letters*, 2.
- Wang, S., Corner, A., Chapman, D., & Markowitz, E. (2018). Public engagement with climate imagery in a changing digital landscape. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 9(2), e509.
- Webster, R., Corner, A., Clarke, J., & Capstick, S. (2020). Communicating climate change during the Covid-19 crisis: what the evidence says. Report. Climate Outreach.
- Wozniak, A. (2020). Stakeholders visual representations of climate change. In *Research Handbook on Communicating Climate Change*. Edward Elgar Publishing.

Weblinks

- BOKU Video-Serie "Welche Zukunft wollen wir?" <https://boku.ac.at/nachhaltigkeit/video-reihe-welche-zukunft-wollen-wir>
- Climate Visuals <https://climatevisuals.org/>
- Eurobarometer Umfrage (2019): Citizen support for climate action https://ec.europa.eu/clima/citizens/support_en
- Fatimas Reise <https://www.fatimasfantastischereise.com/>
- Klimakonkretplan: https://www.klimakonkret.at/wp-content/uploads/2020/10/KlimaKonkret_Karte_WEB.pdf
- Klimabündnis Tirol, Bodencheck-Umfrage: URL: <https://bodencheck.klimabuendnis.at/de/survey/s/bodencheck>
- Shaw et al. (2019): Factsheet: recommendations for engaging young people with climate change campaigns. https://climates.boku.ac.at/wp-content/uploads/2019/09/Factsheet_climates_2019.pdf
- True Cost of Coal: <https://klimakollektiv.org/de/projekte/the-true-cost-of-coal/>
- UBA / BOKU, Tales of Tomorrow - Vision 2035: URL: <https://www.klimawandelanpassung.at/ratgeber/kwa-theses/kwa-theses-ergebnisse>
- VCÖ (2019): URL: <https://www.vcoe.at/presse/presseaussendungen/detail/trotz-klimakrise-war-heuer-jeder-3-neuwagen-ein-suv>

x-2 Anhang

I. Liste der Interviews

Nr.	Institution/Projekt	Bereich	Datum
1	Permakultur, Arche 21	Landwirtschaft& Ernährung; Soziales Miteinander	22.02.2021
2	Sail to the COP	Mobilität & Reisen	23.02.2021
3	Umweltrecht	Vielfalt und Umweltschutz	23.02.2021
4	Biohof Fairleben	Landwirtschaft und Ernährung	25.02.2021
5	Institut für Technikfolgenabschätzung	Vielfalt & Klimaschutz	26.02.2021
6	Umweltcenter Gunkskirchen	(Kreislauf-) Wirtschaft	26.02.2021
7	MA 22 Wien	Landwirtschaft und Ernährung,	01.03.2021
8	Die ZIVI - freiwilliges Engagement	Soziales Miteinander	04.03.2021
9	öklo - Komposttoiletten	Kreislauf (-wirtschaft)	04.03.2021
10	F4F	Vielfalt und Umweltschutz, Politik	05.03.2021
11	Büro für Freiwilliges Engagement und Beteiligung (FEB)	Soziales Miteinander	09.03.2021
12	TAU Magazin	Innere Haltung und Achtsamkeit	11.03.2021
13	Ums Egg - genossenschaftl. Nahversorger; Lokalwährung	Kreislaufwirtschaft	11.03.2021
14	Geschichtenerzähler	innere Haltung & Achtsamkeit	13.03.2021
15	Wien Energie Bürgerraftwerke	Energiewende	22.03.2021
16	Vorarlberger Architektur Institut	Bauen und Wohnen	25.03.2021
17	Traivelling	Mobilität & Reisen	25.03.2021
18	Otello (offenes Technologie Labor	Bildung & soziales Miteinander	06.04.2021
19	Erdfest Initiative	Innere Haltung & Achtsamkeit	09.04.2021
20	e-Friends	Energiewende	09.04.2021
21	IIASA	Vielfalt und Umweltschutz	27.04.2021
22	TU Wien	Mobilität & Verkehr	29.04.2021
23	Belehof	Landwirtschaft & Co-Housing	30.04.2021
24	Natur- und Menschenverbindung	innere Haltung & Achtsamkeit; Landwirtschaft und Ernährung	09.05.2021
25	Wegener Center	Ökonomie	20.05.2021
26	Wegener Center	Klimaphysik	01.06.2021
27	Stadt Wien MA 20 Energieplanung / Students Innovation Center	Stadtplanung und Klimaschutz	06.06.2021

II Semi-strukturierter Leitfaden der qualitativen Interviews

Vision

- Einstieg zu Antrieb/Motivation: Warum machen Sie, was Sie machen?
- Vision: Wo kann uns soll es gemeinsam als Gesellschaft hingehen? Wie können wir alle und der Planet davon profitieren? Wie kann Ihr Umfeld davon profitieren?
- Wie stellen Sie sich eine klimafitte/lebenswerte Zukunft vor? Was ist da gelebte Wirklichkeit geworden? Warum und für wen ist das wichtig?
- Was sind die 3 wichtigsten Bausteine dafür?
- Wenn Sie eine Seherin fragen könnten, wie die Lösungen für eine klimafitte Zukunft und Gesellschaft aussehen, was würde sie Ihnen antworten?
- Was sind Ihrer Meinung nach die größten Hebeln zum Klimaschutz bzw. Klimawandelanpassung und welche konkreten Beispiele fallen Ihnen dazu ein.
- Auf Welche Details würden Sie zoomen?

Zukunftsbild

- Welche Narrative, Geschichten und Bilder bringt Ihr Fachbereich/ Projekt ein?
- Wenn Sie versuchen ein positives Zukunftsbild zu beschreiben, was ist da gelebte Wirklichkeit geworden? Wie fühlt sich das an (kraftvolle Details)?
- Wie hat sich Ihr Bereich verändert in diesem positiven Zukunftsbild?
- Eine Zukunft innerhalb der ökologisch notwendigen Grenzen ist häufig noch mit Angst, Verzicht assoziiert. Welche Mehrwerte sehen Sie mit einer solchen Transformation assoziiert?
- Falls noch wenig Details erwähnt: Erzählen Sie mir Ihre Geschichte einer klimafitten Gesellschaft

Ergänzende Fragen an Wissenschaftler*Innen

- Welche wissenschaftliche Sichtweise bringt Ihr Bereich auf eine zukunftsfähige Transformation ein?
- Welche sachlich fundierten Beiträge zu einer Zukunftsvision kann Ihre Fachrichtung leisten?
- Gibt es passfähige Bilder zu den zukunftsrelevanten Erkenntnissen Ihrer Forschung?
- Welcher Teil dieser zukünftigen Vision sehen Sie schon scharf und welche eher noch verschwommen?