KLIMASCHUTZ-FORUM e.V.

# Klimawerbung, die man sehen will:

## Statt Schreckensbilder mit erhobenem Zeigefinger

Klimaschutz so kommunizieren,
dass er die Menschen erreicht,
die Entscheidungen prägen.

Ideen, Projekte und Perspektiven

KLIMASCHUTZ-FORUM e.V.

# Inhaltsverzeichnis

Präsentationsmappe und Anlagen

## Präsentationsmappe


| | | |
|---|---|---|
| 1. | Titelseite | **1** |
| 2. | Idee und erreichen wollen | **3** |
| 3. | Was bereits entstanden ist | **4** |
| 4. | Kurzfilm „Klimachirurgie“ | **5** |
| 5. | Weitere Projekte: WERBUNG+ / Pfusch-Detektor | **6** |
| 6. | KLIMA-CLIPS – WEITER GEHT’S | **7** |
| 7. | Als Nächstes | **8** |
| 8. | Perspektive | **9** |
| 9. | Satzung / Gemeinnützigkeit / Nachweise | **10** |


## Anlagen


| | | |
|---|---|---|
| **1.** | **Initiativ-Vortrag „Ein Pakt für die Zukunft“** | **11–29** |
| **2.** | **Satzung Klimaschutz-Forum e.V.** | **30–36** |
| **3.** | **Nachweis der Gemeinnützigkeit** | **37** |
| **4.** | **Jahresbericht 2025** | **38–40** |


Transparenz schafft Vertrauen – Inhalte und Nachweise auf einen Blick.

KLIMASCHUTZ-FORUM e.V.

# 2. Idee und erreichen wollen

Klimaschutz braucht nicht nur Information,
sondern Kommunikation, die Menschen mit Einfluss erreicht.



### Ideen austauschen

Wir vernetzen Menschen mit klugen Ideen und teilen Erfahrungen für wirksamen Klimaschutz.




### Kommunikation mit Wirkung

Mit Humor, Kreativität und klaren Botschaften machen wir Klimaschutz sichtbar und relevant.



### Entscheidungen beeinflussen

Wir sprechen Entscheider indirekt an – über Menschen, Plattformen und Kanäle mit echtem Einfluss.




### Marke mit Haltung

Wir stehen für eine klare Identität, die Vertrauen schafft und zum Handeln motiviert.

## Was wir erreichen wollen

### Multiplikatoren gewinnen

Wir gewinnen Menschen mit Reichweite und Vertrauen als Botschafter für den Klimaschutz.

### Neue Zielgruppen erreichen

Wir öffnen den Klimadialog für neue Milieus und bringen frische Perspektiven in die Debatte.

### Kommunikation verändern

Wir fördern eine neue Sprache des Klimaschutzes – verständlich, unterhaltsam und anschlussfähig.

### Internationale Netzwerke aufbauen

Wir vernetzen engagierte Akteure weltweit und lernen voneinander für mehr Wirkung.

### Gute Ideen skalieren

Wir bringen wirksame Ansätze dorthin, wo sie große Wirkung entfalten können.

### Entscheidungsträger indirekt erreichen

Wir beeinflussen politische und wirtschaftliche Entscheidungen über Vertrauen und Relevanz.

> Nicht mehr Information allein,
> sondern humorvolle Kommunikation mit Wirkung.

KLIMASCHUTZ-FORUM e.V.

# 3. Was bereits entstanden ist

Aus einer Idee wurden bereits erste Formate,
Werkzeuge und Kommunikationsansätze.




## 1. Initiativ-Vortrag

Klimaschutz wird nicht nur als wissenschaftliches Thema behandelt, sondern als Frage von Verantwortung, Kommunikation und gesellschaftlicher Wirkung.



## 2. Kurzfilm „Klimachirurgie“

Ein selbstproduzierter, satirischer Kurzfilm, der mit der Bildsprache einer Operation die Folgen von Gleichgültigkeit, Verzögerung und Pfusch sichtbar macht.




## 3. WERBUNG+

Ein Kommunikationskonzept, das Klima-Botschaften in aufmerksamkeitsstarke Formate für Social Media, Print, Kino und Außenwerbung übersetzt.




## 4. Pfusch-Detektor

Ein konzeptioneller Prototyp, der den Grad der Verbindlichkeit in öffentlichen Aussagen und Texten sichtbar und überprüfbar macht.

> Diese ersten Projekte zeigen:
> Aus dem Klimaschutz-Forum sind bereits
> konkrete Inhalte, Formate und Werkzeuge entstanden.

KLIMASCHUTZ-FORUM e.V.

# 4. Kurzfilm „Klimachirurgie“

Satirische Bildsprache, die Folgen von Gleichgültigkeit sichtbar macht.





## 1. Die Idee

„Klimachirurgie“ nutzt die Bildsprache einer Operation, um die Konsequenzen von Gleichgültigkeit, Verzögerung und Pfusch emotional verständlich zu machen. Mit Humor und Überzeichnung zeigt der Film, was passiert, wenn wir zu lange zuschauen – und zu wenig handeln.

## 2. Was der Film leistet

**Aufmerksamkeit erzeugen**
Packende Bilder und Humor öffnen Türen und bleiben im Gedächtnis.

**Komplexe Themen zuspitzen**
Die Metapher macht abstrakte Krisen konkret und verständlich.

**Diskussion auslösen**
Der Film regt zum Nachdenken an und lädt zum Gespräch ein.

**Als kurzer Clip gut teilbar**
Ideal für Social Media, Events und Bildungsarbeit.

## 3. Bedeutung für das Forum

„Klimachirurgie“ zeigt, wie das Forum anspruchsvolle Themen in prägnante Bilder und neue Kommunikationsformate übersetzt. So erreichen wir Menschen emotional, verständlich und wirksam – und machen Klimaschutz zum Gesprächsthema.

> Ein kurzer Film – und eine starke Metapher für die Folgen des Nicht-Handelns.

KLIMASCHUTZ-FORUM e.V.

# 5. Weitere Projekte: WERBUNG+ / Pfusch-Detektor

Kommunikationsformate und Werkzeuge, die aus der Idee bereits entstanden sind.

## WERBUNG+










Mit WERBUNG+ bringen wir unsere Botschaften dorthin, wo Menschen aufmerksam sind – in Social Media, im Kino und auf Plakaten im öffentlichen Raum.

Eine klare, prägnante Bildsprache sorgt für Wiedererkennung und bleibenden Eindruck.

**Social Media**
Zielgerichtete Anzeigen nach Region und Zielgruppe.

**Print & Kino**
Werbespots vor Filmen oder Anzeigen in regionalen Medien.

**Außenwerbung**
Plakate, Lichtwerbung und Projektionen im öffentlichen Raum.

**Klarer Wiedererkennungswert**
Starke Farben, einfache Botschaft, eindeutige Haltung.

## PFUSCH-DETEKTOR




Der Pfusch-Detektor ist ein digitales Werkzeug, das Aussagen und Versprechen auf ihren Grad der Verbindlichkeit prüft.

Die KI-gestützte Analyse zeigt auf, wie konkret, messbar und umsetzbar ein Text wirklich ist – für mehr Transparenz und Verantwortung in politischer Kommunikation.

**Texte analysieren**
Aussagen eingeben und sofort den Verbindlichkeitsgrad erhalten.

**Verbindlichkeit sichtbar machen**
Die KI bewertet Klarheit, Konkretheit und Umsetzbarkeit.

**Als digitales Werkzeug weiterentwickelbar**
Kontinuierliche Verbesserung, neue Funktionen und Anwendungsmöglichkeiten.

> Diese Projekte zeigen: Aus dem Klimaschutz-Forum entstehen nicht nur Botschaften, sondern auch konkrete Formate und Werkzeuge.

KLIMASCHUTZ-FORUM e.V.

# 6. KLIMA-CLIPS – WEITER GEHT'S

## Kleine Filme. Große Reichweite.




### Menschen zum Nachdenken bringen

Die Clips regen an, Perspektiven zu wechseln und eigene Antworten zu finden.

### Diskussionen auslösen

Sie schaffen Gesprächsanlässe – online und offline.

### In andere Sprachen übertragbar

Die Inhalte sind leicht adaptierbar und weltweit verständlich.

### Von lokalen Initiativen übernehmbar

Das Format kann vor Ort genutzt und weiterentwickelt werden.

## WARUM DIESES FORMAT WIRKT

**kurz**
15 bis 25 Sekunden Aufmerksamkeit

**teilbar**
für soziale Medien und digitale Netzwerke

**messbar**
Reichweite und Resonanz können getestet werden

**Aus wenigen Clips kann ein internationales Format entstehen.**

KLIMASCHUTZ-FORUM e.V.

# 7. NABU und Bundesamt FzA haben uns die Finanzierung einer 40 Stunden BFA-Stelle bestätigt

Was zusätzliche Unterstützung konkret ermöglicht.

## BFD-Stelle beim Klimaschutz-Forum




Die BFD-Stelle stärkt unsere Arbeit nachhaltig:

- ✓ Unterstützung bei Projekten, Kommunikation und Organisation
- ✓ Produktion von Inhalten und Pflege unserer Kanäle
- ✓ Aufbau von Kontakten und Netzwerkpflege
- ✓ Unterstützung bei Events, Bildungsveranstaltungen und Verwaltungsaufgaben

## Unsere Materialien – kompakt & hochwertig

Hochwertige Materialien unterstützen unsere Botschaft im Alltag.




BFD-Stelle genehmigt - wir suchen Verstärkung
Das BAfZA hat unsere Einsatzstelle Ende August 2026 anerkannt. Nun suchen wir eine engagierte Person für den Bundesfreiwilligendienst beim Klimaschutz-Forum.

### Professionelle Klima-Clips

Wir produzieren kurze, authentische Videos, die unsere Botschaften emotional und verständlich vermitteln.

### Internationale Versionen

Wir übersetzen Materialien und Formate, um unsere Inhalte weltweit verständlich und wirksam zu machen.

### Aufbau eines Netzwerks

Wir bringen engagierte Partner und Organisationen zusammen und stärken den Austausch für mehr Wirkung.

### Digitale Plattform

Wir entwickeln eine zentrale Plattform für Wissen, Projekte und Austausch – offen, aktuell und barrierearm.

www.Klimaschutz-Forum.org

### Wirkung messen

Wir etablieren Tools und Kennzahlen, um unsere Wirkung belegt, transparenter und vergleichbar zu machen.

> Zusätzliche Förderung schafft aus Ideen sichtbare, nutzbare und weitergebbare Formate.

KLIMASCHUTZ-FORUM e.V.

# 8. Perspektive

Wie aus dem Klimaschutz-Forum in den nächsten Jahren ein wirksames Netzwerk werden kann.

## In 1 Jahr

- Erste professionelle Kommunikationsformate etabliert.
- Ein belastbares Netzwerk von Unterstützern und Multiplikatoren aufgebaut.
- Wiedererkennbare Marke gestärkt und in der Öffentlichkeit sichtbar.
- Erste Materialien und Angebote entwickelt.

## In 2–3 Jahren

- Projekte, Konzepte und Formate werden lokal übernommen und weiterentwickelt.
- Materialien stehen in mehreren Formaten und Sprachen zur Verfügung.
- Regelmäßige Veranstaltungen und Partnerschaften stärken das Netzwerk.
- Das Netzwerk wächst – regional, überregional und international.

## In 5 Jahren

- Ein starkes, internationales Kommunikationsnetzwerk ist gewachsen.
- Viele Menschen, Gruppen und Organisationen sind verbunden und handeln gemeinsam.
- Das Klimaschutz-Forum ist ein verlässlicher Impulsgeber und Plattform für wirksamen Klimaschutz.
- Lokale Initiativen entfalten eigene Ideen und Lösungen – getragen vom Netzwerk.

**40 Std. BFD-Stelle** genehmigt

Das BAfZA hat unsere Einsatzstelle Ende August 2026 anerkannt. Nun suchen wir eine engagierte Person für den Bundesfreiwilligendienst.

Gemeinsam verbinden wir Menschen.
Wir teilen Ideen. Wir übernehmen Verantwortung.
**Für eine lebenswerte Zukunft.**

KLIMASCHUTZ-FORUM e.V.

# 9. Satzung / Gemeinnützigkeit / Nachweise

Formale Grundlagen und Dokumente des Vereins.

## Satzung



Dezember 2025

**Satzung**
**Klimaschutz-Forum e.V.**

**§ 1 Name, Sitz und Geschäftsjahr**
1 Der Verein führt den Namen Klimaschutz-Forum.
2 Der Verein hat seinen Sitz in Koblenz.
3 Er ist in das Vereinsregister einzutragen.

**§ 2 Zweck**
1 Zweck des Vereins ist die Förderung des Klimaschutzes.
2 Der Zweck wird verwirklicht, insbesondere durch Projekte und Initiativen zur Verringerung von Treibhausgasen, zur Förderung erneuerbarer Energien, zur Umweltbildung sowie durch Öffentlichkeitsarbeit.

**§ 3 Gemeinnützigkeit**
1 Der Verein ist ausschließlich, der Förderung des Klimaschutzes nach § 52 Abs. 2 Satz 1 Nr. 8 AO dienenden gemeinnützigen Zwecken (Förderung des Umweltschutzes) verpflichtet und verfolgt keine eigenwirtschaftlichen Zwecke.

**§ 4 Erwerb der Mitgliedschaft**
Mitglieder des Vereins kann jede natürliche oder juristische Person werden, die die Ziele des Vereins unterstützt.

Unsere Satzung legt die rechtlichen Grundlagen des Klimaschutz-Forum e.V. fest. Sie definiert Name, Zweck, Struktur und Organe des Vereins sowie die Grundsätze der gemeinnützigen und selbstlosen Vereinsarbeit.

## Gemeinnützigkeit



RheinlandPfalz
FINANZVERWALTUNG

**FINANZAMT KOBLENZ**
Ferdinand-Sauerbruch-Str. 19
56073 Koblenz

Finanzamt - 56068 Koblenz

Klimaschutz-Forum e. V.
c/o Christoph Weyer
Roonstr. 22
56068 Koblenz

Telefon: 0261 4031-0
Telefax: 0261 4031-30000
Poststelle@fa-koblenz.de
www.finanzamt.rlp.de

10.12.2025

**Mein Aktenzeichen**
02 250 12545 - K01
(Bei Antwort bitte angeben)

**Ansprechpartner/-in/E-Mail**
Herr Schneider
0261 4031 - 2010

**Bescheid über die gesonderte Feststellung der Einhaltung der satzungsmäßigen Voraussetzungen nach § 60a Abs. 1 AO**

**Feststellung**

Es wird nach § 60a Abs. 1 AO gesondert festgestellt, dass die Satzung der Körperschaft Klimaschutz-Forum e. V., c/o Christoph Weyer, Roonstr. 22, 56068 Koblenz in der Fassung vom 22.11.2025 die satzungsmäßigen Voraussetzungen nach den §§ 51, 59, 60 und 61 AO einhält.

Das Finanzamt hat die satzungsmäßigen Vorausetzungen nach § 60a Abs. 1 AO bestätigt. Damit ist die Gemeinnützigkeit des Klimaschutz-Forum e.V. offiziell anerkannt.

## Jahresbericht 2025



**Jahresbericht 2025 Klimaschutz-Forum e.V.**

**1. Einleitung**
Das Jahr 2025 war für unseren jungen Verein ein Jahr des Wachstums und der Konsolidierung mit vielen erfolgreichen Projekten, Kooperationen und wichtigen Weichenstellungen.

**2. Rückblick auf Kooperationen und Partner**
Zusammenarbeit mit Umweltorganisationen, Wissenschaft und lokalen Initiativen wurde weiter ausgebaut.

**3. Projekte und Aktivitäten**
- Bildungs- und Informationsarbeit
- Kampagnen und Öffentlichkeitsarbeit
- Unterstützung innovativer Klimaprojekte

**4. Finanzen und Ressourcen 2025**
Transparenter Umgang mit Mitteln und effiziente Nutzung unserer Ressourcen.

**5. Ausblick**
Für 2026 sind neue Projekte, weitere Kooperationen und die internationale Vernetzung geplant.

Der Jahresbericht 2025 dokumentiert die Entwicklung des Vereins, wichtige Projekte, Kooperationen, Ausgaben und Erfolge im zurückliegenden Jahr.

## Dokumente in der Anlage

Der Initiativ-Vortrag, die Satzung, der Nachweis der Gemeinnützigkeit sowie weitere relevante Nachweise sind diesem Exposé als Anlage beigefügt.

> Transparenz schafft Vertrauen – unsere Dokumente unterstreichen die organisatorische Verlässlichkeit des Klimaschutz-Forum e.V.

KLIMASCHUTZ-FORUM e.V.

# Initiativ-Vortrag:
# Ein Pakt für die Zukunft

**Ein Pakt für die Zukunft**

Sehr geehrte Damen und Herren

**Zwei Fragen vorweg:**

Wer von den Anwesenden glaubt, dass der Klimawandel eine große Gefahr für uns ist?

Wer hält den Klimawandel für die größte Gefahr für unsere Gesellschaft überhaupt?

Vielen Dank, und nun zum Vortrag:



**Erweckung des Bewusstseins**

Vor einigen Wochen wurden Politiker verschiedener Parteien gefragt, welches sie für das drängendste Problem unseres Landes halten. Genannt wurden unter anderem Migration, Wirtschaft, Bildung und Infrastruktur. Dabei stellte ich mir eine andere Frage: Welche Rolle spielt eigentlich der Klimawandel in unserer Wahrnehmung – und unterschätzen wir vielleicht seine Bedeutung?

## I. Die Realität der Umweltkrise: Ein kluger Blick auf unsere Zukunft




Als Arzt kann ich sagen: Beim Klimawandel geht es längst nicht mehr nur um Eisbären, steigende Meeresspiegel oder abstrakte $CO_2$-Werte. Es geht um unsere eigene Lebenswelt und damit um jeden Einzelnen von uns.

Dabei ist die Erwärmung selbst nur ein Teil des Problems. Die Folgen reichen weit darüber hinaus und berühren Fragen unserer Gesundheit, unserer Wirtschaft, unseres gesellschaftlichen Zusammenlebens und letztlich auch unseres Wohlstands.

In den vergangenen Jahrzehnten haben wir enorme wirtschaftliche und soziale Fortschritte erreicht. Wir leben in einem Land mit hohem Wohlstand, vergleichsweise geringer Armut und einer insgesamt stabilen sozialen Ordnung. Und genau das möchten wir bewahren.

Der Klimawandel ist deshalb weit mehr als ein naturwissenschaftliches Phänomen. Er berührt zugleich wirtschaftliche, gesellschaftliche, politische und auch ethische Fragen.

Beginnen wir zunächst mit der naturwissenschaftlichen Seite.

Die globale Erwärmung vollzieht sich derzeit mit einer außergewöhnlich hohen Geschwindigkeit. Die Klimaforschung zeigt, dass sich die gegenwärtige Entwicklung nicht allein durch natürliche Schwankungen erklären lässt.

Wenn sich ein physikalisches System innerhalb vergleichsweise kurzer Zeit so deutlich verändert, stellt sich zwangsläufig die Frage nach der Ursache. Die wissenschaftlichen Untersuchungen kommen hier zu einem sehr klaren Ergebnis: Der menschliche Einfluss – insbesondere durch den Ausstoß von Treibhausgasen – ist der entscheidende Treiber der gegenwärtigen Erwärmung.

Unter den Fachwissenschaftlern besteht darüber ein sehr breiter Konsens. Ebenso besteht weitgehende Einigkeit darüber, dass eine ungebremste weitere Erwärmung erhebliche Risiken für Natur, Gesundheit, Wirtschaft und Gesellschaft mit sich bringt.

Die Klimaforschung warnt zudem vor Kippmechanismen, deren Risiko mit zunehmender Erwärmung wächst. Gerade deshalb ist frühes Handeln wertvoller als späteres Reparieren.

**Was steht für uns auf dem Spiel?**

Die Folgen des Klimawandels liegen längst nicht mehr nur in einer fernen Zukunft. Sie beginnen bereits heute, unsere Lebensbedingungen zu verändern und betreffen damit nicht nur kommende Generationen, sondern auch uns selbst.

Besonders deutlich wird dies dort, wo Wasser, Nahrung oder bewohnbarer Lebensraum knapper werden. Solche Veränderungen können bestehende gesellschaftliche Spannungen verschärfen, Wanderungsbewegungen verstärken

und Konflikte um Ressourcen begünstigen. Der Klimawandel ist deshalb nicht nur eine ökologische, sondern zunehmend auch eine Frage von Stabilität, Sicherheit und Frieden.

Auch gesundheitlich rücken seine Folgen näher. In Deutschland breitet sich beispielsweise die Asiatische Tigermücke zunehmend aus. Sie kann unter geeigneten Bedingungen Krankheitserreger wie das Dengue-Virus übertragen. Dass solche Infektionen keine rein theoretische Möglichkeit mehr sind, habe ich selbst erlebt: In meiner Praxis behandelte ich bereits einen Patienten, der sich während eines Urlaubs am Gardasee mit Dengue-Fieber infiziert hatte.



All dies zeigt: Es geht nicht darum, Angst zu verbreiten. Es geht darum, Veränderungen rechtzeitig wahrzunehmen und vernünftig darauf zu reagieren.

Unsere Verantwortung besteht darin, das, was uns wichtig ist – Gesundheit, Sicherheit, Frieden und Wohlstand –, auch für die Zukunft zu bewahren.

Dabei müssen wir beim Thema Klimawandel keineswegs in allen Fragen derselben Meinung sein. Gerade deshalb lohnt es sich, miteinander darüber zu sprechen, welche Maßnahmen sinnvoll, wirksam und zugleich gesellschaftlich tragfähig sind.

Die entscheidende Frage lautet nicht, ob wir unsere Welt von Grund auf neu erfinden müssen, sondern wie wir das Gute, das wir erreicht haben, bewahren und zugleich dort Veränderungen zulassen, wo sie notwendig geworden sind.

So schaffen wir die Voraussetzungen dafür, dass auch die Menschen nach uns in einer sicheren, gesunden und lebenswerten Welt leben können.

## II. Warum Menschen beim Klimawandel unterschiedlich denken




Ein wesentlicher Grund dafür, dass Klimaschutzmaßnahmen gesellschaftlich nur langsam vorankommen, liegt darin, dass ein Teil der Bevölkerung die Bedeutung oder die Ursachen des Klimawandels weiterhin skeptisch beurteilt.

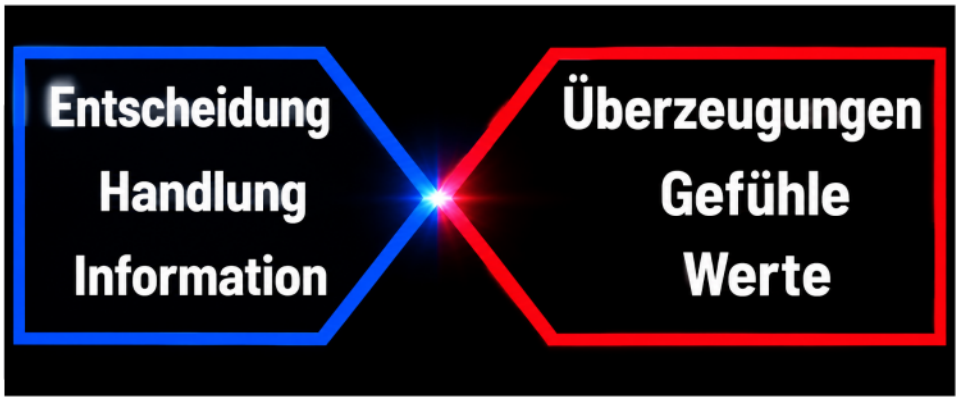
Dabei wäre es zu einfach, diese Menschen als uninformiert oder unvernünftig abzutun. Wer Einstellungen verändern möchte, muss zunächst verstehen, warum Menschen trotz eines sehr breiten wissenschaftlichen Konsenses zu unterschiedlichen Einschätzungen gelangen.

Gerade in den USA zeigt sich, dass Klimaskepsis häufig mit politischen und gesellschaftlichen Grundüberzeugungen verbunden ist. Bestimmte Bevölkerungsgruppen sind dabei stärker vertreten als andere. Entscheidend ist aber weniger die Frage, wer skeptisch ist, als vielmehr, wie solche Überzeugungen entstehen und weshalb sie so beständig sein können.

Die Sozial- und Verhaltensforschung liefert dafür interessante Erklärungen. Zwei Mechanismen möchte ich besonders hervorheben:

die **kognitive Dissonanz** und
die **Macht der Gemeinschaft**

## Kognitive Dissonanz – wenn Überzeugungen miteinander in Konflikt geraten:




**Kognitive Dissonanz** bedeutet vereinfacht gesagt, dass zwei Überzeugungen, Erfahrungen oder Erkenntnisse in unserem Denken nicht recht zueinander passen. Wir Menschen empfinden es als angenehm, wenn unser Weltbild in sich stimmig ist. Widersprechen sich jedoch zwei wichtige Vorstellungen, entsteht eine innere Spannung.

Beim Klimawandel lässt sich dieser Mechanismus besonders gut beobachten.

Auf der einen Seite steht die Erkenntnis der Klimaforschung: Unsere bisherige Wirtschafts- und Lebensweise hat erheblich zur Erderwärmung beigetragen und kann, wenn wir unverändert weitermachen, erhebliche Risiken mit sich bringen.

Der britische Ökonom **Sir Nicholas Stern** bezeichnete den Klimawandel sogar als das größte Marktversagen, das die Welt je gesehen habe.

Auf der anderen Seite steht eine ebenso nachvollziehbare Erfahrung: Gerade wirtschaftliches Wachstum, technischer Fortschritt und industrielle Entwicklung haben uns einen Wohlstand ermöglicht, den frühere Generationen kaum kannten. Dieser Wohlstand wurde über Jahrzehnte erarbeitet. Er bedeutet nicht nur persönlichen Komfort, sondern auch Arbeitsplätze, soziale Sicherheit, medizinische Versorgung und gesellschaftliche Stabilität.

Und nun stehen plötzlich zwei Aussagen nebeneinander:

**Unser bisheriger wirtschaftlicher Erfolg hat uns Wohlstand gebracht.**

Und zugleich:

**Ein Teil genau dieser Entwicklung trägt zu einem Problem bei, das diesen Wohlstand langfristig gefährden kann.**

Diesen Widerspruch empfinden wir unwillkürlich als unangenehm. Genau das bezeichnet die Psychologie als **kognitive Dissonanz**.

Unser Denken versucht nun, diese Spannung aufzulösen. Eine Möglichkeit besteht darin, die neuen Erkenntnisse anzunehmen und das eigene Weltbild entsprechend weiterzuentwickeln. Eine andere besteht darin, die Bedeutung dieser Erkenntnisse abzuschwächen oder sie grundsätzlich infrage zu stellen.

Vielleicht hilft deshalb ein anderer Blick: Wir müssen unseren bisherigen Wohlstand nicht schlechtreden, um die Erkenntnisse der Klimaforschung ernst zu nehmen. **Wir können das Erreichte wertschätzen und zugleich überlegen, wie wir es unter veränderten Bedingungen bewahren können.**

**Die entscheidende Frage lautet nicht, ob wir unsere Welt von Grund auf neu erfinden müssen, sondern wie wir das Gute, das wir erreicht haben, bewahren und zugleich dort Veränderungen ermöglichen, wo sie notwendig geworden sind.**

Ein zweiter wichtiger Einfluss ist unser soziales Umfeld – also

**Die Macht der Gemeinschaft: Wie soziale Dynamiken Meinungen prägen.**




**KI-generierte Illustration: Wahlkampfveranstaltung von Donald Trump.**

Besonders deutlich zeigt sich das in den USA, in abgeschwächter Form aber auch in Deutschland: Die Haltung zum Klimawandel wird dort häufig nicht nur als wissenschaftliche Einschätzung verstanden, sondern zugleich als Ausdruck einer politischen oder gesellschaftlichen Zugehörigkeit.

Wer eher konservative Werte vertritt, begegnet weitreichenden Klimaschutzmaßnahmen oftmals skeptischer. Wer sich stärker liberalen oder progressiven Positionen verbunden fühlt, misst dem Klimaschutz meist eine größere Bedeutung bei.

Das Interessante daran ist: Unsere Überzeugungen entstehen eben nicht ausschließlich aus Fakten und persönlichem Nachdenken. Wir orientieren uns auch an Menschen, denen wir vertrauen und mit denen wir uns verbunden fühlen.

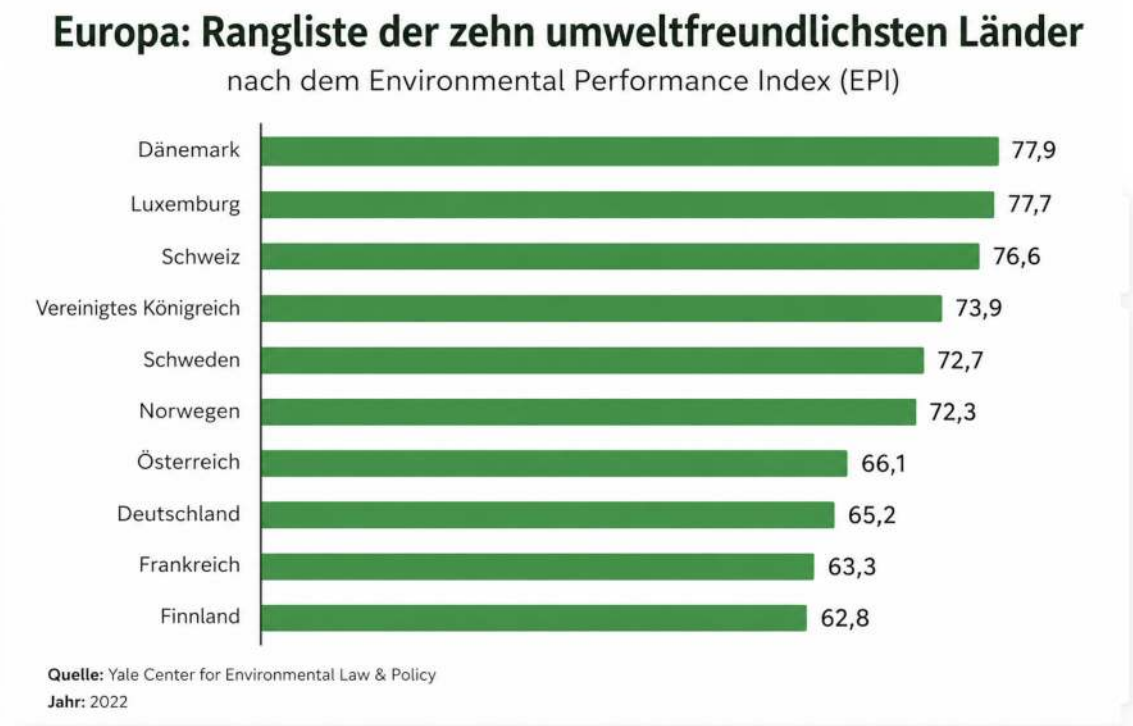
Wenn Familie, Freunde, Kollegen oder eine politische Gemeinschaft eine bestimmte Auffassung teilen, vermittelt uns das Sicherheit. Ganz unbewusst entsteht leicht der Eindruck: **„Die Menschen, deren Werte ich teile, sehen es ähnlich wie ich – also wird an dieser Sichtweise etwas richtig sein.“**

Das ist keineswegs ungewöhnlich. Zugehörigkeit ist ein menschliches Grundbedürfnis. Problematisch wird es erst dann, wenn eine wissenschaftliche Frage so stark Teil einer politischen Identität wird, dass neue Erkenntnisse nicht mehr danach beurteilt werden, wie überzeugend sie sind, sondern danach, **von welcher Seite sie kommen**.

Gerade deshalb können politische Führungspersönlichkeiten einen erheblichen Einfluss darauf haben, wie ganze Bevölkerungsgruppen den Klimawandel wahrnehmen. Sie können bestehende Gegensätze verschärfen – oder dazu beitragen, sie zu überwinden.

**Vielleicht liegt eine der wichtigsten Aufgaben deshalb darin, den Klimaschutz aus dieser politischen Lagerbildung herauszulösen.**

Denn die Frage, wie wir Gesundheit, Sicherheit, Wohlstand und eine lebenswerte Umwelt bewahren, sollte keine Frage von „konservativ“ oder „liberal“ sein. Sie betrifft uns alle.




Viele Menschen haben noch immer den Eindruck, Deutschland gehöre beim Klimaschutz selbstverständlich zur internationalen Spitze. Internationale

Vergleiche zeigen jedoch ein differenzierteres Bild. Deutschland hat in vielen Bereichen Fortschritte gemacht, bleibt aber zugleich deutlich hinter seinen Möglichkeiten zurück.

Das ist durchaus bemerkenswert. Denn Deutschland verfügt über große wirtschaftliche Möglichkeiten, eine leistungsfähige Wissenschaft und erhebliche technologische Kompetenz.

**Vielleicht sollten wir uns deshalb weniger darauf verlassen, bereits Vorreiter zu sein – und uns vielmehr fragen, wo wir tatsächlich noch besser werden können.**

Dabei geht es nicht darum, bisherige Leistungen kleinzureden. Deutschland hat in vielen Bereichen wichtige Schritte unternommen. Aber gerade ein wohlhabendes und technologisch starkes Land sollte den Anspruch haben, vorhandene Möglichkeiten auch konsequent zu nutzen.

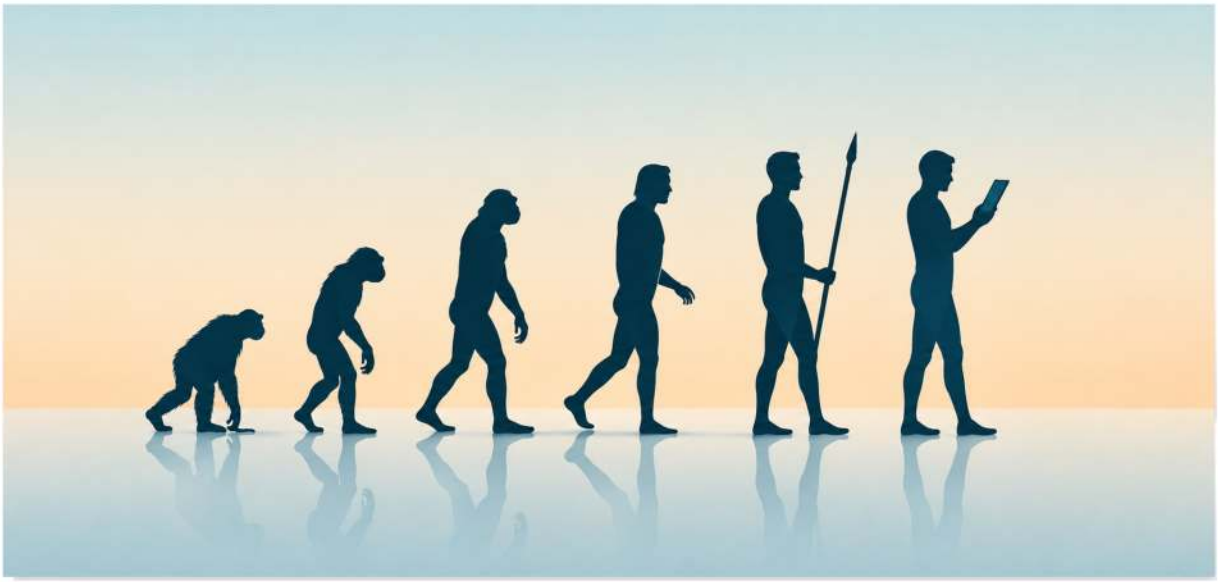
Weltweit ist unser Land der 7. größte Emittent von Treibhausgasen, hinter China, USA, Indien, Russland, Japan und Iran.



KI-generierte, symbolische Darstellung des Treffens Biden und Xi – keine Originalaufnahme.

Auch international zeigt sich: Politisches Handeln beschleunigt sich häufig dann, wenn die Folgen unmittelbar spürbar werden, etwa durch Luftverschmutzung, Gesundheitsbelastungen oder wirtschaftliche Schäden.

Idealerweise würden alle Staaten gleichzeitig und entschlossen handeln. Die Erfahrung zeigt jedoch, wie schwierig eine solche weltweite Koordination ist..



So beginnen häufig gesellschaftliche Veränderungen: Einzelne Menschen handeln, andere schließen sich an – und aus einer kleinen Initiative kann allmählich etwas Größeres entstehen.

So war es etwa bei der **Abschaffung der Sklaverei**, bei der **Bürgerrechtsbewegung in den USA** oder bei der **Frauenrechtsbewegung**. Am Anfang standen jeweils Menschen, die bestehende Verhältnisse nicht einfach hinnahmen, sondern andere überzeugten, Mitstreiter fanden und schließlich gesellschaftliche Mehrheiten gewannen.

Auch beim Klimaschutz müssen deshalb nicht von Anfang an alle einer Meinung sein. Oft genügt es, wenn einige beginnen, glaubwürdig handeln und andere mit ihrer Idee erreichen.

## III. Was können wir selbst beitragen?

Wie wird aus einer guten Idee schließlich eine gesellschaftliche Bewegung?



Stellen Sie sich vor, Sie sitzen mit einigen anderen **Menschen in einem Rettungsboot**. Plötzlich dringt Wasser ein. Einige beginnen zu schöpfen, andere zögern. In diesem Augenblick stellt sich nicht zuerst die Frage, wer das Leck verursacht hat, sondern: Wer beginnt zu handeln?

Genau darin liegt für mich der entscheidende Punkt: Wir müssen nicht darauf warten, dass alle gleichzeitig beginnen.

## IV. Was wir heute für morgen bewahren können



Natürlich bleibt Politik dabei unverzichtbar.

Politik und internationale Staatengemeinschaften spielen beim Klimaschutz eine entscheidende Rolle. Gleichzeitig stoßen sie bei langfristigen Veränderungen immer wieder auf besondere Schwierigkeiten:

1. Interessenkonflikte und zwar politische gegen wirtschaftliche Interessen,
2. kurzfristige Politikzyklen versus langfristige Klimaziele,
3. Schwierigkeiten bei der internationalen Koordination,
4. Einfluss von Lobbygruppen und
5. mangelnde öffentliche Unterstützung

Vor allem diese 5 Punkte behindern die Umsetzung effektiver Maßnahmen.

## V. Wie erreichen wir Menschen mit unterschiedlichen Sichtweisen?



Es gibt bereits zahlreiche engagierte Umweltorganisationen, die wichtige Arbeit leisten. Unser Ansatz soll diese Arbeit nicht ersetzen, sondern einen Bereich ergänzen, der aus meiner Sicht noch stärker genutzt werden könnte: professionelle, zielgerichtete Kommunikation.

## Man fragt sich erneut: Was können wir also konkret tun?




KI-generierte, symbolische Darstellung des Sturms auf das US-Kapitol - keine Originalaufnahme.

Skepsis gegenüber dem Klimawandel oder gegenüber Klimaschutzmaßnahmen ist häufig mit politischen oder kulturellen Überzeugungen verbunden.

Oft werden Werte wie Individualismus, persönliche Freiheit und Skepsis gegenüber kollektiven Lösungen genannt.

Mehr Informationen allein reichen dann nicht aus. Menschen werden nicht nur durch Fakten erreicht, sondern auch durch Werte, Vertrauen, Geschichten und Emotionen.

**Und wie erreicht man nicht nur den Verstand, sondern auch das Herz? Durch gute Kommunikation.**
Professionelle Werbung kann dabei ein besonders wirkungsvolles Instrument sein. Aber wann haben Sie zuletzt eine Klimaschutzwerbung gesehen, die Sie wirklich berührt oder noch Tage später beschäftigt hat?

Also warum gibt es so wenig zielgerichtete Klimakommunikation? Gute Kommunikation kostet Geld und gerade für langfristige, professionell entwickelte Kampagnen stehen oft nicht die nötigen Mittel zur Verfügung.

Mit ausreichenden Mitteln ließen sich gemeinsam mit professionellen Agenturen Kampagnen entwickeln, die Menschen wirklich erreichen.

Dass Werbung Einstellungen und gesellschaftliches Verhalten verändern kann, zeigen zahlreiche Kampagnen der vergangenen Jahrzehnte:

**Vielleicht erinnern Sie sich an einige Kampagnen, die Einstellungen und Verhalten nachhaltig verändert haben:**
Denken Sie etwa an die AIDS-Aufklärung der 1980er- und 1990er-Jahre oder an die jahrzehntelangen Anti-Raucher-Kampagnen. Beide zeigen, dass

Kommunikation nicht nur Wissen vermitteln, sondern auch gesellschaftliche Einstellungen verändern kann.







## Aber was kann ein einzelner Mensch dazu beitragen?

Dazu die folgende Antwort:

Wir stehen vor einer großen Herausforderung: Um diese Idee Wirklichkeit werden zu lassen, braucht es Menschen, die sie mittragen - mit Erfahrung, Engagement, Ideen oder der Bereitschaft, gute Projekte möglich zu machen.

Doch gibt es eigentlich eine Organisation, die sich ganz gezielt darauf konzentriert, solche professionellen Klimaschutzkampagnen zu ermöglichen?

Bei meiner Suche fand ich keine Organisation, deren Schwerpunkt genau auf diesem Ansatz lag: professionelle, gesellschaftlich breit anschlussfähige Klimakommunikation gezielt zu ermöglichen und zu finanzieren.

Irgendwann dachte ich: Eigentlich müsste es eine solche Organisation geben. Und weil man das Wort „eigentlich“ manchmal besser streicht, wurde aus diesem Gedanken schließlich ein konkretes Vorhaben: die Gründung des gemeinnützigen **Klimaschutz-Forum e.V.**

Vielleicht kennen Sie diese Situation: Man hat eigentlich alles, was man braucht, und trotzdem fragt die Familie zum Geburtstag: „Was wünschst du dir?“

Warum nicht einmal sagen: **Ich wünsche mir nichts für mich. Unterstützt stattdessen etwas, das mir wirklich wichtig ist.**

Die organisatorischen Voraussetzungen sind inzwischen geschaffen. Wenn Sie mehr über die Idee erfahren oder sie unterstützen möchten, sprechen Sie mich nach dem Vortrag gern an.

**Ich danke Ihnen sehr für Ihre Aufmerksamkeit und freue mich auf unser Gespräch.**



Dezember 2025

# SATZUNG

## 1 Name, Sitz und Geschäftsjahr

1 Der Verein führt den Namen: Klimaschutz-Forum

2 Der Verein soll mit diesem Namen ins Vereinsregister eingetragen werden und nach Eintragung den Namenszusatz "eingetragener Verein" beziehungsweise e.V. führen.

3 Der Sitz des Vereins ist Koblenz am Rhein.

4 Das erste Geschäftsjahr beginnt an dem Tag der Eintragung und endet am darauffolgenden 31.12. Danach ist das Geschäftsjahr das Kalenderjahr.

5 Der Verein ist parteipolitisch unabhängig. Öffentlichkeitsarbeit und Stellungnahmen erfolgen ausschließlich im Rahmen des gemeinnützigen Zwecks (Förderung des Klimaschutzes). Eine unmittelbare Unterstützung politischer Parteien oder Wahlwerbung finden nicht statt.

## 2 Zweck

1 Zweck des Vereins ist die Förderung des Klimaschutzes.

2 Der Zweck wird verwirklicht, durch die Beschaffung von Mitteln für Werbung für die Reduktion von Treibhausgasen.

3 Der Verein kann auch selbst Werbemaßnahmen zur Förderung des Klimaschutzes durchführen.

4 Der Verein verfolgt ausschließlich gemeinnützige Zwecke im Sinne der Abgabenordnung.

5 Der Verein fördert den Austausch verschiedener gesellschaftlicher Gruppen zum Thema Klimaschutz

## 3 Selbstlosigkeit, Mittelverwendung

1 Der Verein verfolgt ausschließlich und unmittelbar gemeinnützige Zwecke im Sinne des Abschnitts „Steuerbegünstigte Zwecke“ der Abgabenordnung.

2 Der Verein ist selbstlos tätig. Er verfolgt keine eigenwirtschaftlichen Zwecke.

3 Mittel des Vereins dürfen nur für die satzungsmäßigen Zwecke verwendet werden.

4 Die Mitglieder erhalten keine Zuwendungen aus Mitteln des Vereins. Es darf keine Person durch Ausgaben, die dem Zwecke des Vereins fremd sind oder durch unverhältnismäßig hohe Vergütungen begünstigt werden.

5 Der Verein kann im Rahmen des § 62 AO Rücklagen bilden. Dies gilt insbesondere für zweckgebundene Rücklagen zur nachhaltigen Finanzierung von Projekten und zur Vorsorge für unvorhergesehene Ausgaben, soweit dies mit den gemeinnützigkeitsrechtlichen Vorgaben vereinbar ist.

6 Alle Inhaber von Vereinsämtern sind ehrenamtlich tätig.

**4 Erwerb der Mitgliedschaft**

1 Es gibt 2 Arten von Mitgliedern

2 stimmberechtigte Mitglieder (maximal 20)

3 Fördermitglieder

4 Kriterien für stimmberechtigte Mitglieder: Jede volljährige natürliche Person kann die stimmberechtigte Mitgliedschaft im Verein erlangen. Grundvoraussetzungen hierfür sind das Erreichen des 18. Lebensjahres, das Bekenntnis zu gewaltfreiem Handeln und der verantwortungsvolle Umgang mit der Umwelt und Mitmenschen. Zudem ist es erforderlich, dass die Person sich politisch neutral verhält und keine leitende Position in einer politischen Partei innehat. Ebenso ausgeschlossen von der stimmberechtigten Mitgliedschaft sind Personen, die aufgrund ihrer beruflichen Tätigkeit für Regierungen, wirtschaftliche oder politische Interessengruppen in potenzielle Interessenkonflikte geraten könnten. Ein aktives Engagement für die Ziele des Vereins „Klimaschutz-Forum“ ist eine weitere Bedingung. Personen, deren Haupteinkommen aus Mitteln des Vereins oder einer nach § 2 Abs. 1 dieser Satzung verbundenen Werbe-Organisationen stammt, sind von der stimmberechtigten Mitgliedschaft ausgenommen, es sei denn, sie sind Angestellte des Vereins.

5 Fördermitglied kann jede natürliche Person werden, die sich zum Vereinszweck bekennt und einen regelmäßigen Beitrag leistet. Die Fördermitgliedschaft beginnt durch Erklärung gegenüber dem Verein.

6 Über den schriftlichen Aufnahmeantrag entscheidet der Vorstand.

7 Ein Rechtsanspruch auf Aufnahme besteht nicht. Der Vorstand kann Aufnahmeanträge ohne Angabe von Gründen ablehnen. Die Aufnahme kann zunächst als Probemitgliedschaft erfolgen. Diese dauert bis zu sechs Monate; während dieser Zeit ruht das Stimmrecht. Erfolgt keine Bestätigung durch den Vorstand innerhalb dieses Zeitraums, endet die Probemitgliedschaft automatisch.

**5 Mitgliedschaftsrechte**

1 Fördermitglieder besitzen das Recht, Empfehlungen zu den Aktivitäten des Vereins zu unterbreiten und regelmäßig Auskunft über die Verwendung ihrer Beiträge. Dies umfasst periodische, mindestens jährliche schriftliche Berichte über die Fortschritte und die Arbeit des Vereins in seinen Kampagnen sowie über die jährliche Mitgliederversammlung. Weiterhin steht es Fördermitgliedern frei, regionale Gruppierungen zu gründen und an Zusammenkünften dieser Gruppen aktiv teilzunehmen.

2 Stimmberechtigte Mitglieder haben das Recht, an den Veranstaltungen des Vereins teilzunehmen, Anträge zu stellen und das Stimmrecht auszuüben.

**6 Beendigung der Mitgliedschaft**

1. Die Mitgliedschaft der stimmberechtigten Mitglieder endet:
    1. mit dem Tod des Mitglieds

2. durch freiwilligen Austritt. Der freiwillige Austritt erfolgt durch schriftliche Erklärung gegenüber dem Vorstand.
3. durch Ausschluss aus dem Verein (Absatz 3)
4. durch Einstellung der regelmäßigen Beitragszahlung,
5. Ein wichtiger Ausschlussgrund liegt insbesondere bei vereinsschädigendem Verhalten, bei Verstoß gegen die freiheitlich-demokratische Grundordnung oder bei öffentlicher Herabwürdigung der Ziele und Tätigkeiten des Vereins vor. Dazu zählen auch Aktivitäten, die dem Klimaschutz zuwiderlaufen oder das Ansehen des Vereins erheblich beeinträchtigen.

2. Die Mitgliedschaft als Fördermitglied endet.
1. mit dem Tod des Mitglieds
2. durch Kündigung der Fördermitgliedschaft, die jederzeit gegenüber dem Vorstand erklärt werden kann,
3. durch Ausschluss aus dem Verein (Absatz 3)
4. durch Einstellung der regelmäßigen Beitragszahlung,

3. Ein Mitglied kann, wenn es gegen die Vereinsinteressen gröblich verstoßen hat, aus wichtigem Grund durch Beschluss des Vorstands aus dem Verein ausgeschlossen werden. Vor der Beschlussfassung ist dem Mitglied unter Setzung einer angemessenen Frist Gelegenheit zur Stellungnahme zu geben. Gegen den Ausschließungsbeschluss des Vorstands kann das Mitglied binnen eines Monats Einspruchs erheben. Die Mitgliederversammlung entscheidet danach in der nächsten ordentlichen Versammlung mit 2/3 Mehrheit über den Ausschluss.

4. Der Vorstand ist berechtigt, bei Vorliegen eines schwerwiegenden Verdachts ein sofortiges Ruhen der Mitgliedschaftsrechte bis zur abschließenden Entscheidung anzuordnen.
5. Unvereinbar mit der Mitgliedschaft ist insbesondere die Zugehörigkeit zu Organisationen oder Gruppierungen, deren Zielsetzung den Vereinszwecken widerspricht. In diesen Fällen endet die Mitgliedschaft automatisch mit der Feststellung des Unvereinbarkeitsgrundes durch den Vorstand.

**7 Mitgliedsbeiträge**

1 Von den Mitgliedern und Fördermitgliedern werden Jahresbeiträge erhoben. Näheres regelt eine noch zu erlassene Beitragssatzung.

**8 Organe des Vereins**

1 Organe des Vereins sind:
a) die Mitgliederversammlung (bestehend aus den stimmberechtigten Mitgliedern)
b) der Vorstand (bestehend aus Vorsitzendem, Stellvertreter, Beisitzer)

2 Es können ein Beirat oder Fachausschüsse gebildet werden.

**9 Vorstand**

1 Der Vorstand des Vereins besteht aus drei Personen:
1.1 dem Vorsitzenden
1.2 dem stellvertretenden Vorsitzenden, der zugleich Schriftführer ist
1.3 dem Beisitzer

2 Der Verein wird gerichtlich und außergerichtlich durch den Vorsitzenden allein mit Einzelvertretungsvollmacht vertreten.

3 Die Vorstandsmitglieder werden für die Dauer von zwei Jahren von der Mitgliederversammlung gewählt. Sie bleiben im Amt, bis ihre Nachfolger gewählt sind.

4 Der Vorstand tritt mindestens 1x jährlich zu einer Sitzung in einer rechtlich zulässigen Form zusammen. Über Verhandlungen und Beschlüsse sind Niederschriften zu fertigen, die von dem gesamten Vorstand zu unterzeichnen sind.

5 Der Rücktritt eines Vorstands ist schriftlich gegenüber einem anderen Vorstandsmitglied zu erklären.

6 Die Vorstandstätigkeit endet mit Zugang einer entsprechenden Erklärung nach Abs. 5, dem Verlust der Geschäftsfähigkeit oder dem Tod.

7 Scheidet ein Mitglied vorzeitig aus dem Vorstand aus, so sind die verbleibenden Mitglieder des Vorstands berechtigt, ein Mitglied des Vereins bis zur Wahl des Nachfolgers durch die Mitgliederversammlung in den Vorstand zu wählen, wenn andernfalls die Mindestzahl der Vorstandsmitglieder unterschritten würde.

8 Scheidet der Vorsitzende aus, so wählt der verbliebene Vorstand aus seiner Mitte einen neuen Vorsitzenden für den Rest der Legislaturperiode. Dies kann auch ein nach Abs. 10 (7) nachgerücktes Vorstandsmitglied sein.

9 Der Widerruf der Berufung zum Vorstand (auch die Abberufung oder Abwahl) durch die Mitgliederversammlung ist nur aus wichtigem Grund im Sinne des § 27 Absatz 2 BGB möglich.

10 Zuständigkeit und Aufgaben des Vorstands

1 Der Vorstand ist für alle Angelegenheiten zuständig, soweit sie nicht durch die Satzung der Mitgliederversammlung zugewiesen sind.
2 Er hat vor allem folgende Aufgaben:
2.1 Vorbereitung der Mitgliederversammlungen und Aufstellung der Tagesordnungen
2.2 Einberufung der Mitgliederversammlung
2.3 Ausführung der Beschlüsse der Mitgliederversammlung
2.4 Aufstellung eines Haushaltsplans für jedes Geschäftsjahr, Buchführung, Erstellung eines Jahresberichts
2.5 Beschlussfassung über Aufnahme und Ausschluss von Mitgliedern

3 Der Vorstand beschließt mit 2/3-Mehrheit. Er ist beschlussfähig, wenn mindestens zwei Vorstandsmitglieder anwesend sind.

4 Der Vorstand fasst seine Beschlüsse im allgemeinen in Vorstandssitzungen, die von dem Vorsitzenden, bei dessen Verhinderung vom stellvertretenden Vorsitzenden, schriftlich, fernmündlich, elektronisch oder per Email mit einer angemessenen Frist einberufen werden.

5 Außerhalb der Vorstandssitzungen können Beschlüsse, soweit nicht zwingendes Recht eine andere Form vorschreibt, schriftlich, fernmündlich, elektronisch oder per Email im Umlaufverfahren gefasst werden.

**11 Mitgliederversammlung**

1 Die Mitgliederversammlung ist ausschließlich für folgende Angelegenheiten zuständig:
1.1 Aufnahme von stimmberechtigten Mitgliedern
1.2 Beschlussfassung über Änderung der Satzung und Auflösung des Vereins
1.3 Genehmigung des vom Vorstand aufgestellten Haushaltsplans für das nächste Geschäftsjahr; Entgegennahme der Jahresrechnung, des Jahresberichts des Vorstands, Entlastung des Vorstands;
1.4 Erstellung und Beschluss einer Beitragsordnung (bei Bedarf)
1.5 Wahl und Abberufung der Mitglieder des Vorstands (bei Bedarf)
1.6 Beschlussfassung über Einspruch gegen einen Ausschließungsbeschluss des Vorstands

2 Mindestens einmal im Jahr soll eine ordentliche Mitgliederversammlung stattfinden. Dabei sind alle gesetzlich zulässigen Formen, z.B. Anwesenheit, virtuell, hybrid zulässig. Der Vorstand lädt schriftlich (per Post, Fax oder Email) zwei Wochen im Voraus mindestens einmal im Jahr zur Mitgliederversammlung ein. Dabei ist die vom Vorstand festgesetzte Tagesordnung mitzuteilen.

3 Die Mitgliederversammlung wird vom Vorsitzenden, bei dessen Verhinderung, vom stellvertretenden Vorsitzenden geleitet.

4 Die Mitgliederversammlung ist ohne Rücksicht auf die Zahl der anwesenden Mitglieder beschlussfähig.

5 In der Mitgliederversammlung hat jedes stimmberechtigte Mitglied eine Stimme.

6 Die Mitgliederversammlung fasst Beschlüsse mit einfacher Mehrheit der abgegebenen gültigen Stimmen; Stimmenthaltungen bleiben dabei außer Betracht. Zur Änderung der Satzung ist jedoch eine Mehrheit von 2/3 der abgegebenen gültigen Stimmen notwendig. Eine Änderung des Zwecks des Vereins oder eine Auflösung des Vereins kann nur mit Zustimmung aller stimmberechtigten Mitglieder einstimmig beschlossen werden.

7 In Angelegenheiten, die in den Zuständigkeitsbereich des Vorstands fallen, kann die Mitgliederversammlung Empfehlungen an den Vorstand beschließen. Der Vorstand kann seinerseits in Angelegenheiten seines Zuständigkeitsbereichs die Meinung der Mitgliederversammlung einholen.

8 Für die Wahlen gilt folgendes: Hat im ersten Wahlgang kein Kandidat die Mehrheit der abgegebenen Stimmen erreicht, findet eine Stichwahl zwischen den Kandidaten statt, welche die beiden höchsten Stimmzahlen erreicht haben. Auf Antrag kann eine geheime Abstimmung erfolgen.

9 Über die Beschlüsse der Mitgliederversammlung ist ein Protokoll aufzunehmen, das vom jeweiligen Vorstandsvorsitzenden und dem stellvertretenden Vorstandsmitglied zu unterzeichnen ist. Es soll folgende Feststellungen enthalten: Ort und Zeit der Versammlung, die Person des Versammlungsleiters und des Protokollführers, die Zahl der erschienenen Mitglieder, die Tagesordnung, die einzelnen Abstimmungsergebnisse und die Art der Abstimmung. Bei Satzungsänderungen soll der genaue Wortlaut angegeben werden. Ergibt sich der genaue Wortlaut zu einer Satzungsänderung aus einer Anlage zum Protokoll, so muss auch die Anlage zum Protokoll vom Versammlungsleiter und vom Protokollführer unterzeichnet werden.

10 Nachträgliche Anträge zur Tagesordnung oder eine Änderung der Tagesordnung sind mit 2/3 Mehrheit zulässig. Satzungsänderungen können nicht nachträglich auf die Tagesordnung gesetzt werden.

11 Der Vorstand kann jederzeit eine außerordentliche Mitgliederversammlung einberufen. Diese muss einberufen werden, wenn das Interesse des Vereins es erfordert oder wenn die Einberufung von 1/3 aller Mitglieder schriftlich unter Angabe des Zwecks und der Gründe verlangt wird. Für außerordentliche Versammlungen ist stets in einer dem Mitglied zugehenden Form einzuladen, d.h. schriftlich per Post, Fax oder Email. Für die außerordentliche Mitgliederversammlung gelten die vorstehenden Bestimmungen entsprechend.

12 Die Mitgliederversammlung wählt alle zwei Jahre zwei Kassenprüfer. Diese müssen Mitglieder des Vereins und dürfen keine Mitglieder des Vorstands sein. Sollte ein Kassenprüfer während seiner Amtsperiode ausscheiden, so ist es Aufgabe der Mitgliederversammlung, bei der nächstfolgenden Versammlung einen Nachfolger zu wählen, der das Amt für die verbleibende Amtszeit übernimmt.

13 Die Mitgliederversammlung ist grundsätzlich nicht-öffentlich. Der Vorstand kann einzelne Gäste (zum Beispiel Referenten usw.) zulassen oder die Teilnahme externer Personen insgesamt erlauben.

14 Die stimmberechtigten Mitglieder der Mitgliederversammlung können jede Entscheidung des Vorstands nach Abs. 13 mit einer Zweidrittelmehrheit ändern.

**12 Haftung und Auslagenersatz**

1 Personen, die mit Zustimmung des Vereins für diesen tätig sind, haften dabei für dem Verein zugefügte Schäden nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit.

2 Personen, die mit Zustimmung des Vereins für diesen tätig sind, sind von der Haftung, die dabei gegenüber Dritten entsteht, freizustellen; es sei denn, sie haben den Schaden vorsätzlich oder grob fahrlässig verursacht.

3 1 und Abs. 2 gelten auch für den Vorstand.

4 Personen, die im Auftrag oder mit Zustimmung des Vorstandes für den Verein tätig werden, haben einen Anspruch auf Ersatz notwendiger Kosten im Sinne des § 670 BGB.

5 Die Mitgliedsbeiträge des Vereins werden unter anderem für die Finanzierung von Haftpflichtversicherungen verwendet, die zur Absicherung der persönlich haftenden Organe des Vereins dienen. Diese Versicherungen bieten Schutz vor Haftungsrisiken, die sich aus den Tätigkeiten und Entscheidungen der Organe im Rahmen ihrer ehrenamtlichen Funktion für den Verein ergeben können. Der Vorstand ist beauftragt, geeignete Versicherungspolicen auszuwählen und abzuschließen, um eine angemessene Deckung zu gewährleisten. Die Details zur Auswahl und Finanzierung dieser Versicherungen sollen in den jährlichen Finanzberichten des Vereins transparent dargelegt werden.

6 Der Verein kann Mitglieder, die aufgrund ihrer Tätigkeit für den Verein rechtlichen Risiken ausgesetzt sind, im Rahmen seiner finanziellen Möglichkeiten durch die Vermittlung oder Übernahme von Kosten für Rechtsberatung oder -beistand und ggf. Haftungsbeträgen unterstützen. Dies setzt voraus, dass das Verhalten des Mitglieds

nach Einschätzung des Vorstands im Einklang mit den Vereinszielen, den geltenden Gesetzen sowie dieser Satzung steht. Ein Rechtsanspruch hierauf besteht nicht.

7 Für Verbindlichkeiten des Vereins haftet ausschließlich dessen Vermögen. Eine persönliche Haftung der Mitglieder ist ausgeschlossen, soweit nicht gesetzlich eine abweichende Haftung, insbesondere bei vorsätzlichem oder grob fahrlässigem Verhalten,m, vorgesehen ist.

**13 Auflösung des Vereins und Anfallberechtigung**

1 Die Auflösung des Vereins kann nur in einer Mitgliederversammlung mit der in dieser Satzung festgelegten Stimmenmehrheit beschlossen werden. Sofern die Mitgliederversammlung nichts anderes beschließt, sind der Vorstandsvorsitzende und der stellvertretende Vorstand gemeinsam vertretungsberechtigte Liquidatoren. Die vorstehenden Vorschriften gelten entsprechend für den Fall, dass der Verein aus einem anderen Grund aufgelöst wird oder seine Rechtsfähigkeit verliert.

2 Bei Auflösung des Vereins oder bei Wegfall steuerbegünstigter Zwecke fällt das Vermögen des Vereins an Greenpeace e.V. in Hamburg, der es unmittelbar und ausschließlich für gemeinnützige Zwecke zu verwenden hat.

**14 Inkrafttreten**

1 Die Mitgliederversammlung hat diese geänderte Satzung am 22.11.2025 beschlossen. Sie tritt mit ihrer Eintragung in das Vereinsregister in Kraft und ersetzt die bisherige Fassung der Satzung vollständig.

RheinlandPfalz
FINANZVERWALTUNG

**FINANZAMT KOBLENZ**

Ferdinand-Sauerbruch-Str. 19
56073 Koblenz

Telefon: 0261 4931-0
Telefax: 0261 4931-20090
Poststelle@fa-ko.fin-rlp.de
fa-koblenz.rlp.de

Finanzamt - 56060 Koblenz

Klimaschutz-Forum e. V.
c/o Christoph Weyer
Roonstr. 22
56068 Koblenz

10.12.2025

| Mein Aktenzeichen: | Ihr Schreiben vom | Ansprechpartner/-in/E-Mail | Telefon/Fax |
|---|---|---|---|
| 22 / 651 / 50201 KXXVI/20<br>Bitte immer angeben | | Herr Appold<br>koe.20@fa-ko.fin-rlp.de | 0261 4931 - 20200<br>0261 4931 - 50720 |

## Bescheid über die gesonderte Feststellung der Einhaltung der satzungsmäßigen Voraussetzungen nach § 60a Abs. 1 AO

### Feststellung

Es wird nach § 60a Abs. 1 AO gesondert festgestellt, dass die Satzung der Körperschaft Klimaschutz-Forum e. V., c/o Christoph Weyer, Roonstr. 22, 56068 Koblenz in der Fassung vom 22.11.2025 die satzungsmäßigen Voraussetzungen nach den §§ 51, 59, 60 und 61 AO einhält.

# Jahresbericht 2025

## 1. Einleitung

Das Jahr 2025 war für unseren jungen Verein ein Jahr des Übergangs, der Konsolidierung und besonders der professionellen Weiterentwicklung. Trotz anfänglich ernüchternder Kooperationen gelang es uns, unser Kernziel, die Entwicklung einer wirkungsvollen, humorvollen und international verständlichen Klimaschutzkampagne, entscheidend voranzubringen.

## 2. Rückblick auf Kooperationen und externe Partner

2.1 Anläufe mit Werbeagenturen – enttäuschende Ergebnisse

Zu Jahresbeginn nahmen wir erneut Gespräche mit zwei Werbefirmen auf:

• Capacity

• steinrücke+ich

Fazit:

Trotz hoher Anfangshoffnungen führten beide Kontakte nicht zu umsetzbaren Ergebnissen. Nach den Kontakten zu Werbefirmen 2024 und nun erneut 2025 entschied sich der Verein daher bewusst gegen eine Zusammenarbeit und suchte kreative Alternativen.

## 3. Strategische Neuausrichtung: Der Weg zur Filmhochschule

3.1 Die zündende Idee

Die Zusammenarbeit mit den Agenturen führte nicht zu den gewünschten Ergebnissen und so entschieden wir uns für einen unkonventionellen Ansatz: Wir kontaktierten Filmhochschulen – mit dem Ziel, kreative, motivierte Teams zu finden, die sich mit Leidenschaft in ein gesellschaftlich relevantes Projekt einbringen.

3.2 Kooperation mit der Filmakademie Baden-Württemberg (Ludwigsburg)

Die Filmakademie eröffnete uns die Möglichkeit, einen Konzeptwettbewerb innerhalb der Hochschule auszuschreiben.

Drei ausgewählte Teams präsentierten ihre Ideen – alle drei auf hohem Niveau und mit beeindruckender Professionalität.

3.3 Gewinnerteam: Josia Brezing & Julius Wieler

Das Konzept des Teams um Josia Brezing und Julius Wieler überzeugte durch:

• eine klare, humorvolle und internationale Erzählweise

• filmische Qualität (Brezing ist mehrfach ausgezeichnet, u.a. mit Werbefilmen zum Klimaschutz)• strategisch stimmiges Storytelling

Die Präsentationen und Mappe können eingesehen werden unter:

https://josiabrezing.my.canva.site/doyourjob

## 4. Finanzen und Ressourcen 2025

4.1 Spendeneinnahmen

Im Laufe des Jahres konnten etwa 40.000 Euro gesammelt werden (genauer Kassenbericht mit Kassenrüfung erfolgt mit dem Jahresabschluss).

Diese Mittel wurden zu etwa 95% eingesetzt für:

• Filmproduktion
• Postproduktion
• Website-Entwicklung
• internationale Übersetzungen
• Aufbau der digitalen Reichweite
• organisatorische Infrastruktur (Hosting, Tools, rechtliche Anforderungen)
• externe Rechtsberatung wegen Satzung, Markenschutz, Filmvertrag

4.2 Suche nach einem OP-Raum / Drehort

Das Filmkonzept erforderte einen OP-ähnlichen Raum in oder bei Ludwigsburg oder Berlin. Gefunden wurde ein weniger geeigneter in Ludwigsburg und ein idealer in Berlin.

## 5. Produktion des Werbefilms

5.1 Vorbereitung

Der Film verlangt aufwendige Sets, professionelle Maske, Requisiten, medizinisches Equipment und eine OP-Atmosphäre. Drehplanung: KW 42 (Oktober) konnte eingehalten werden.

5.2 Veröffentlichung vor Weihnachten

Trotz des engen Zeitplanes war das Team hochmotiviert, den Film noch vor Weihnachten 2025 breitflächig in die sozialen Medien zu bringen und – wenn möglich – in ausgewählten Kinos zu platzieren. Der Film geht schon erfolgreich „viral“.

5.3 Internationale Reichweite

Der Film wird samt Erklärungstext in rund zehn Sprachen veröffentlicht, u. a.:

• Englisch
• Französisch• Japanisch
• Spanisch
• Arabisch
• …

=> sehr großer potenzieller Sprachraum in denen der Film funktionieren könnte.

## 6. Internationalisierung & digitale Infrastruktur

6.1 Website & technische Umsetzung

• Website neu entwickelt und auf WordPress übertragen
• Inhaltliche Vereinfachung (Website-Fokus auf Vermittlung des gemeinnützigen Filmprojekts und Möglichkeit zur Unterstützung.)
• Mehrsprachige Planung
• Integration als Spendenplattform über Betterplace (wichtig für Reichweite und Spendenbescheinigungen)

6.2 Spendenportale & Kontaktaufbau

Wir möchten international Menschen erreichen, die Klimaschutzkommunikation in ihren Regionen weitertragen, insbesondere auch internationale Spendenplattformen, um die Klimaschutzkommunikation global zugänglich zu machen.

## 7. Organisatorisches & Personal

7.1 Hohe Arbeitsbelastung

Der Einsatz im Jahr 2025 war enorm – insbesondere durch:

• Projektmanagement

• Filmkoordination

• Übersetzungen

• Website-Arbeiten

• rechtliche Anpassungen ((z. B. zum Schutz des Vereinsnamens im Rahmen der Gemeinnützigkeit).

• Betreuung externer Dienstleister

• Kampagnendesign & Spendenlogistik7.2 Geplante Unterstützung 2026

Aufgrund der Arbeitsmenge ist geplant, im kommenden Jahr eine geringfügige Kraft (520-Euro-Job) aus privaten Mitteln einzusetzen, um:

• Website-Pflege

• Social-Media-Management

• Kommunikation

• Spendenkoordination

zu unterstützen.

## 8. Ausblick 2026

Unsere Ziele für das kommende Jahr:

1. Weitere Veröffentlichung des Films in allen geplanten Sprachräumen
2. Aufbau eines internationalen Netzwerkes
3. Stärkung der Plattform Klimaschutz-Forum e.V. mit klarer Identität
4. Start einer zweiten Filmkampagne (abhängig von Spenden)
5. Rechtssichere Etablierung des neuen Vereinsnamens und Logos
6. Professionalisierung durch eine Hilfskraft
7. Erweiterung der digitalen Reichweite
8. Aufbau weiterer Kooperationen mit Film- und Kunsthochschulen