

METHODEN-HANDBUCH

# Transformative Bildung mit dem Handabdruck

20 Praxismethoden für unterschiedliche Zielgruppen



## Zusammenfassung

Dieses Methoden-Handbuch ist Teil der Bildungsarbeit von Germanwatch im Kontext einer Bildung für nachhaltige Entwicklung. Das Handbuch bietet Methoden, die sich speziell für die Arbeit mit dem Handabdruck-Konzept eignen. Es ist in vielfältigen Kontexten und für unterschiedliche Zielgruppen einsetzbar. Je nachdem, wo die Zielgruppen gerade in ihrer Auseinandersetzung mit dem Handabdruck stehen, setzen die Methoden unterschiedliches Vorwissen voraus, bedienen unterschiedliche Bedarfe und verfolgen unterschiedliche Lernziele. Dabei haben wir die Methoden in vier Lernphasen unterteilt:

- Phase 1: Handabdruck-Perspektive kennenlernen
- Phase 2: Ansatzpunkte für den eigenen Handabdruck finden
- Phase 3: Eigene Handabdruck-Projekte strategisch planen
- Phase 4: Eigene Handabdruck-Projekte umsetzen.

## Impressum

### Autor:innen:

Daniela Baum, Benjamin Bertram, Clémence Bosselut, Agnes Dietrich, Melanie Gehenzig, Arun Hackenberger, Marie Heitfeld, Aylin Lehnert, Frieda Meckel, Alexander Reif, Stefan Rostock, Carina Spieß, Dr. Katja Thiele, Ruth Vollmer, Moritz von der Heiden, Luise Willborn.

### Layout:

Karin Roth – Wissen in Worten

### Redaktion:

Janina Longwitz

### Herausgeber:

Germanwatch e.V.

Büro Bonn:

Dr. Werner-Schuster-Haus

Kaiserstr. 201

D-53113 Bonn

Telefon +49 (0)228/60 492-0, Fax -19

Büro Berlin:

Stresemannstr. 72

D-10963 Berlin

Telefon +49 (0)30/57 71 328-0, Fax -11

Internet: [www.germanwatch.org](http://www.germanwatch.org)

E-Mail: [info@germanwatch.org](mailto:info@germanwatch.org)

Dezember/2022

Bestellnr: 23-6-01

Diese Publikation kann im Internet abgerufen werden unter: [www.germanwatch.org/de/88147](http://www.germanwatch.org/de/88147)

Diese Publikation ist gefördert durch  
ENGAGEMENT GLOBAL



mit Mitteln des Bundesministerium für  
wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung



Diese Publikation ist zusätzlich gefördert  
durch Mittel der Deutschen Postcode Lotterie



Für den Inhalt ist Germanwatch verantwortlich.

# Im Fahrstuhl überzeugen

Phase 4

#18

Mit dem „Elevator pitch“ für Gespräche mit Entscheidungsträger:innen trainieren



45 – 60 min



mind. 2 Personen



**Menschen, die ein Gespräch mit Entscheidungsträger:innen führen wollen**

## Kurzbeschreibung

Entscheidungsträger:innen haben oft wenig Zeit und Energie für zusätzliche Gespräche. Der „Elevator Pitch“ trainiert, das eigene Anliegen möglichst kurz und prägnant zu kommunizieren. Dazu werden die Themenvorlieben, Ziele und Werte des:der Entscheidungsträger:in analysiert, die eigenen Forderungen zugespitzt und auf das wichtigste heruntergebrochen.

## Lernziele

TN lernen, ihre Meinung zu kommunizieren und Zuhörende zu überzeugen. Die Methode schult, komplexe Forderungen zuzuspitzen und Entscheidungsträger:innen auf Augenhöhe zu begegnen.

## Material



Argumente-Siegertreppchen im A3-Format ausgedruckt (siehe digitales Material zur **Methode #18**, [www.germanwatch.org/88147](http://www.germanwatch.org/88147))

## Möglichkeiten zum Weiterarbeiten

- Den „Elevator Pitch“ in der realen Politik anwenden: Bildung für nachhaltige Entwicklung darf nicht beim Rollenspiel aufhören. Stattdessen ist diese Methode ein Training für den notwendigen Gang in den realen politischen Raum. Hier ist es das Gespräch mit Entscheidungsträger:innen, das im Anschluss an die Methode stattfinden sollte. Zur Vorbereitung wird analysiert, wer für das Anliegen relevante Entscheidungen treffen kann und wie man sie oder ihn am besten anspricht und überzeugt. Adressat:innen können lokale Abgeordnete aus Bundes- und Landtag, Menschen aus der Kommunalpolitik, Vertreter:innen lokaler Unternehmen oder die Schulleitung sein.

# ABLAUF

## Vorbereitung

Die TN sollten bereits Vorwissen zu einem bestimmten Thema, vorzugsweise einem eigenen Anliegen, erworben und eine eigene Position/Meinung/Forderung entwickelt haben. Sie sollten wissen, mit welchen Entscheidungsträger:innen sie darüber sprechen wollen. Im besten Fall haben sich Teamende oder TN schon um einen Gesprächstermin gekümmert, sodass der Gesprächsrahmen berücksichtigt werden kann.

Das „Argumente-Siegertreppchen“ muss für alle TN einzeln ausgedruckt werden.

## Ungewollte Nebeneffekte

- Das Herunterbrechen von Informationen sollte nicht dazu führen, dass TN nur wenige Informationen zu ihrem Anliegen kennen. Für den Fall von Rückfragen, Diskussionen und das Finden von Verbündeten müssen die TN ausreichend Hintergrundwissen haben, die relevanten Akteur:innen und ihre Werte kennen und die unterschiedlichen Argumente und Perspektiven auf den Konflikt, die Debatte oder die Forderung kennen.

## Durchführung (35 – 50 min)

1

5 – 10 min

Die TN tragen auf maximal einem halben DIN A4-Blatt Informationen zusammen, die für ihr Anliegen relevant sind (u.a. Hintergründe und Handlungsoptionen).

2

5 – 10 min

Die TN recherchieren, welche Werte und Positionen der:die Entscheidungsträger:in vertritt, und ergänzen auf dem Blatt Ideen, wie er:sie überzeugt werden könnte.

3

5 – 10 min

Das Methodenblatt zum „Argumente-Siegertreppchen“ wird ausgeteilt. Die TN werden aufgefordert, die Ihnen bekannten Informationen zu strukturieren. Sie beschränken sich für die Vorbereitung des „Elevator Pitches“ auf eine Forderung, die oben auf das Blatt geschrieben wird. Die TN setzen die 3 besten Argumente für die Forderung in das „Argumente-Siegertreppchen“. Wichtig ist, dass Argumente aus verschiedenen Perspektiven bedacht werden (Wissenschaft, Bildung, Politik, Religion, ...). Unten auf dem Blatt sammeln sie Gemeinsamkeiten mit dem:der Gesprächspartner:in, die helfen können, eine persönliche Beziehung herzustellen („Bonding“).

4

5 min

Die TN finden sich in Paaren zusammen. Die eine Person hält einen Kurzvortrag von höchstens 60 Sekunden und beginnt mit dem „Bonding“. Dazu verweist er:sie auf gemeinsame Interessen oder Erlebnisse, um die Aufmerksamkeit des Gegenübers zu erlangen. Dann stellt der:die TN die 3 Argumente aus der Pyramide dar und schließt den „Elevator Pitch“ mit einer Forderung. Die andere Person spielt eine:n Entscheidungsträger:in, hört aufmerksam zu und stoppt die Zeit. Danach werden die Rollen getauscht.

5

10 min

Die Paare geben sich gegenseitig Feedback: Welche Inhalte kamen kurz und prägnant an? Ist der Handlungsappell deutlich geworden? Wie hat die Körpersprache den Vortrag beeinflusst? Der:die Entscheidungsträger:in berichtet, ob und warum er:sie überzeugt wurde.

6

5 min

Wer nach dem Feedback den „Elevator Pitch“ nochmal üben möchte, darf das jetzt vor dem Plenum tun. Die:Der Teamende stoppt die Zeit.

## Auswertung und Reflexion (10 min)

Die Personen, die ihren „Elevator Pitch“ im Plenum gehalten haben, bekommen Feedback von der Gruppe. Anschließend diskutiert das Plenum, inwiefern es schwergefallen ist, das Anliegen in 60 Sekunden auf den Punkt zu bringen. Steht ein Gespräch mit einer:m Entscheidungsträger:in an, werden besondere Herausforderungen zusammengetragen und wie das Feedback dort am besten umgesetzt werden kann.

## VARIANTEN

- Arbeiten alle aus der Gruppe an einem Thema, ist es hilfreich, „neutrale, unwissende“ Personen einzuladen und deren wichtige Meinung danach anzuhören.
- Für eine überzeugende Kommunikation ist es wichtig zu verstehen, wie eine Person am besten ansprechbar ist. Dazu ist es hilfreich, vor dem „Elevator Pitch“ politische Werte, Einstellungen und Interessen der Person zu kennen und den Pitch daran anzupassen.

### Mehr Infos und Methoden dazu gibt es hier:



<https://klimakommunikation.klimafakten.de/download-handbuch/>



<https://www.regenwald-schuetzen.org/unsere-projekte/oeffentlichkeitsarbeit/nachhaltigkeits-kommunikation/>