

the good wave

NETWERK
VOOR
EFFECTIEVE
KLIMAATACTIE

STORYTELLING

10 TIPS
Voor effectieve
klimaatverhalen



WAAROM DEZE TIPS?

De sociale en humane wetenschappen barsten van de kennis en inzichten waarmee jij jouw klimaatactie- en communicatie nog effectiever kan maken. We lichten graag 10 storytelling tips uit — altijd wetenschappelijk onderbouwd, met een focus op tastbare impact in de wereld.

1 MAAK HET LOKAAL

Vertel mensen over de specifieke uitdagingen van klimaatverandering in hun eigen omgeving om de afstand met de realiteit te verkleinen. Zo kan je verwijzen naar recente gebeurtenissen zoals de overstromingen in België en bosbranden in Frankrijk. Zo worden mensen persoonlijk betrokken bij het thema en zullen ze sneller actief bijdragen aan verandering.

2 MAAK HET PERSOONLIJK

Persoonlijke verhalen resoneren beter bij mensen omdat ze zich hiermee beter kunnen identificeren dan met voorstelling van feiten en cijfers. Aangezien mensen niet vaak de neiging hebben om verhalen tegen te spreken of te weerleggen, aanvaarden ze een boodschap uit een verhaal gemakkelijker, wat leidt tot meer actie.





3 VERTEL HERKENBARE VERHALEN

Vertel herkenbare verhalen en getuigenissen. Zo kan je via storytelling informatie over klimaatverandering overbrengen die mensen anders ingewikkeld vinden. We memoriseren bijvoorbeeld veel sneller hoe onze buur recycleert dan dat we technische details van verschillende types plastic onthouden.

4 COMMUNICEER IN ZEKERHEDEN

Klimaatverandering is een realiteit en er is wetenschappelijke consensus dat onze menselijke activiteiten hier verantwoordelijk voor zijn: een zekere boodschap wordt sneller aanvaard. Daarom is het ook belangrijk om verhalen te vertellen over personen waarmee we ons kunnen identificeren of die we kennen. Mensen reageren emotioneel sterker en behulpzamer als het gaat om een specifiek, zeker en identificeerbaar slachtoffer. Statistische slachtoffers zijn waarschijnlijk en lokken minder actie uit.



5 VERGROOT HET GEVOEL VAN EFFECTIVITEIT

Je kan het gevoel van zelfeffectiviteit versterken door mensen te informeren over positieve veranderingen die voortvloeien uit de inspanningen van individuen of groepen. Als bepaalde mensen het verschil kunnen maken, kan jouw publiek dat ook. Daarnaast zullen mensen zich minder alleen voelen wanneer ze zien dat acties van anderen ook positieve resultaten opleveren. Ze voelen dat ze deel uitmaken van een grotere beweging met duidelijke positieve impact.

6 STRAAL POSITIVITEIT UIT

Informatie over de klimaatverandering is vaak negatief en fatalistisch. Het gaat over branden, overstromingen en dreigende achteruitgang. Dat kan emoties uitlokken die klimaatactie verlammen. Benadruk daarom positieve veranderingen die voortvloeien uit persoonlijke of collectieve acties. Koppel klimaatactie aan een gelukkige levensstijl waarvoor mensen niet aan comfort moeten inboeten. Via sterke storytelling kan je een hoopvolle en haalbare ecologische toekomst voorstellen die emotionele betrokkenheid creëert.

7 BENADRUK DE VERLIEZEN

Mensen zijn dubbel zo gevoelig voor verlies dan voor winst. Als je het hebt over klimaatverandering is het dus beter om de nadruk te leggen op de mogelijke verliezen dan op de winst. “Door je huis te isoleren kan je 50 euro besparen per dag” heeft bijvoorbeeld minder impact dan zeggen: “Zoals jouw isolatie er nu aan toe is, verlies je 50 euro per dag”.

8 MAAK HET BEGRIJPELIJK MET EENVOUDIGE VOORBEELDEN

De terminologie om te praten over de oorzaken en gevolgen van en de mogelijke oplossingen voor klimaatverandering is vaak ingewikkeld. Gebruik daarom eenvoudige voorbeelden om cijfers, concepten en ideeën begrijpelijk te maken. Of visualiseer. Toon bijvoorbeeld hoeveel badkuipen kerosine een vliegtuig per passagier nodig heeft voor een langeafstandsvlucht.

9 KIES DE JUISTE BOODSCHAPPERS

Wie de informatie deelt, kan het verschil maken. Mensen luisteren vaak naar experts, maar ook gezinsleden en zelfs kinderen kunnen een positieve invloed hebben op klimaatacties. Verrassend genoeg kunnen zelfs dieren die lijden onder klimaatverandering krachtige boodschappers zijn. Het toekennen van menselijke eigenschappen aan dieren (oftewel 'antropomorfisme') bewees al meermaals zijn nut bij bewustmakingsacties.

10 COMMUNICEER OP HET JUISTE MOMENT

Mensen zijn meer bereid om te veranderen als ze de informatie op het juiste moment ontvangen. Gewoonten die bijdragen aan klimaatverandering kunnen sneller veranderen als mensen worden geïnformeerd of gestimuleerd tijdens kantelpunten in hun leven. Het is dus slim om groepen aan te spreken die zich in zo'n veranderingsfase bevinden, denk maar aan jonge ouders. Communiceer met hen via kanalen waar zij toegang toe hebben: ziekenhuizen, winkels met baby-uitzet of workshops voor jonge ouders.



MEER WETEN?

Ontdek ook de tips rond andere thema's:

[polarisatie](#)

[contextcreatie](#)

[klimatemotie](#)

[fake news](#)

[impact](#)

[iedereen mee](#)

www.thegoodwave.be

**the
good
wave**

Wil jij écht het verschil maken met klimaatactie? Dan ben je niet alleen. The Good Wave - een initiatief van de Koning Boudewijnstichting - is een netwerk van professionals die allemaal één ding gemeen hebben: ze willen op een positieve manier mensen in beweging zetten. The Good Wave inspireert en verbindt, zodat we voluit van elkaar kunnen leren. Doe je mee?