

# «Klimaball – Spiel mit der Zukunft»

Wanderausstellung für eine klimaneutrale  
und nachhaltige Gesellschaft



Foto © Klimaball

## Abstract

Der Klimaball ist eine mobile Installation, die interaktiv über die Klimakrise sowie Lösungsmassnahmen informiert und Meinungen der Besucher:innen sammelt. Die drei Meter grosse Kugel ist seit Juni 2022 schweizweit unterwegs und besuchte 2022 elf Orte und 2023 neun Orte in der Deutschschweiz, sowie in der Westschweiz. Die Ausstellung ist öffentlich sowie kostenlos zugänglich und wird von Events begleitet. Weitere Informationen unter [www.klimaball.ch](http://www.klimaball.ch).



# Inhalt

1.	<b>Projektzusammenfassung</b>	4
1.1.	Ausgangslage und Konzept	4
1.2.	Ziele	4
1.3.	Zielgruppe	4
2.	<b>Umsetzung</b>	5
2.1.	Anpassungen	5
2.2.	Kommunikationsmittel	5
2.3.	Tournee	6
2.4.	Veranstaltungen	6
3.	<b>Auswertung</b>	6
3.1.	Zielerreichung	6
3.2.	Besucherzahlen und Interaktionen	7
4.	<b>Learnings</b>	8
5.	<b>Ausblick</b>	8
6.	<b>Dank</b>	9
6.1.	Partner:innen	9
6.2.	Projektteam und Umsetzung	9
7.	<b>Kontakt</b>	9
8.	<b>Anhang</b>	10
8.1.	Ausstellungsinhalte	10
8.2.	Fotografische Dokumentation	10
8.3.	Medienberichte	10

# 1. Projektzusammenfassung

## 1.1. Ausgangslage und Konzept

Aktuell steuern wir auf eine Erwärmung von 4°C oder mehr zu. Das hätte – und hat bereits – katastrophale Folgen lokal und weltweit. Im Angesicht der Klimakrise fühlen sich viele Menschen hoffnungslos. Individuelle Bemühungen scheitern oft an bestehenden Rahmenbedingungen. Darum müssen wir Handeln, und zwar nicht nur auf individueller und persönlicher Ebene, sondern auch auf gesellschaftlicher Ebene.

Der Klima-Aktionsplan (CAP) ([www.climatestrike.ch/de/posts/cap-table-of-policies](http://www.climatestrike.ch/de/posts/cap-table-of-policies)) der Schweizerischen Klimabewegung ergänzt die individuelle Ebene mit 138 Massnahmen auf gesellschaftlicher Ebene, die wir nur gemeinsam einfordern können.

Wir entwickelten den Klimaball als Wanderausstellung, die keine unkonstruktiven Schuldzuweisungen zeigt, sondern Lösungsansätze auf struktureller Ebene auf eine hoffnungsvolle, bunte und konstruktive Art, in die breite Öffentlichkeit trägt.

Ziel ist es, zusammen Lösungen für eine nachhaltige und ressourcenleichte Gesellschaft zu finden und eine vereinte Vision für unsere Gesellschaft von morgen zu schaffen. Damit dies gelingt, besucht die Installation möglichst viele verschiedene öffentliche Plätze, um einen Dialog mit den Menschen dort zu führen, wo sie sich aufhalten.

## 1.2. Ziele

- Sensibilisierung für die Klimaveränderung und motivierende Auseinandersetzung der Bevölkerung
- Wissensvermittlung zu aktuellen Rahmenbedingungen
- Vermittlung verschiedener Handlungsmöglichkeiten auf gesellschaftlicher Ebene
- Inspiration für konstruktive Bürgerinitiativen für eine nachhaltige Gesellschaft
- Stärkung des positiven Gemeinschaftsgefühl für gesellschaftliche Lösungen in der Klimakrise
- Förderung des thematischen Austauschs unter den Teilnehmenden während den Veranstaltungen

## 1.3. Zielgruppe

Zielgruppe ist die breite Bevölkerung, die sich vor allem zu Fuss im öffentlichen Raum aufhält. Da der Klimaball in einfacher Sprache formulierte Texte enthält, richtet sich die Ausstellung an Personen ab der Sekundarstufe bis ins hohe Alter.



## 2. Umsetzung

Die Abbildung zeigt, aus welchen Bestandteilen der Klimaball besteht.



### 2.1. Anpassungen

Verschiedene Bereiche wurden im Verlaufe der bisherigen Tournee weiterentwickelt. Beispielsweise wurden die Gucklöcher visuell stärker hervorgehoben, die Tasten und Lautsprecher für die Audiobei-

träge eingesetzt und die Texttafeln weiter vereinfacht und mit Illustrationen ergänzt. Dadurch wurde der Klimaball deutlich einfacher zugänglich.

### 2.2. Kommunikationsmittel

Nebst der öffentlichen Präsenz des Projektes an sich wurde die Projektwebseite laufend aktualisiert und unterhalten. Zusätzlich wurden digitale Flyer, sowie Social-Media Beiträge erstellt. Die Instagram Beiträge sind unter [www.instagram.com/klimaball/](http://www.instagram.com/klimaball/) und die Flyer sind unter [www.klimaball.ch/events/](http://www.klimaball.ch/events/) am

unteren Seiten-Ende einsehbar. Sämtliche Medienberichte sind unter [www.klimaball.ch/medien](http://www.klimaball.ch/medien) aufgeführt (21 Stück seit Projektstart).

### 2.3. Tournee

Der Klimaball besuchte 2023 insgesamt neun öffentliche Orte, davon drei in der Westschweiz und sechs in der Deutschschweiz:

07.03. - 19.03.2023	Bern, Waisenhausplatz
20.03. - 30.03.2023	Zürich, Pfingstwaidstrasse 28
12.05. - 20.05.2023	Lausanne, Place Pépinet
20.05. - 25.05.2023	Fribourg, Place de la Gare
25.05. - 05.06.2023	Neuchâtel, Jardin Anglais
26.06. - 17.07.2023	Adliswil, Bahnhofplatz
21.08. - 14.09.2023	Zürich, Hirschengraben 66
21.09. - 24.09.2023	Basel, vor dem kHaus am Rhein
22.09. - 01.10.2023	Solothurn, an der HESO

### 2.4. Veranstaltungen

Basierend auf den bisherigen Erfahrungen wurden die Veranstaltungen an bestehende Formate geknüpft, die bereits bekannt sind. Durchgeführt wurden zwei Vernissagen, ein Konzert, Flyer Aktionen, eine Siebdruck-Aktion, ein Quiz und Workshops mit Schulklassen.



## 3. Auswertung

### 3.1. Zielerreichung

Ziele	Zielerreichung
Sensibilisierung für die Klimaveränderung und motivierende Auseinandersetzung der Bevölkerung mit der Klimakrise zu verschiedenen Themen	Die Installation zeigte von weit sichtbar eine plakative und zugleich differenzierte Bild-Welt zu neun Themen rund um den Klimawandel, kombiniert mit Begriffen in Deutsch, Französisch und Italienisch. Die Begriffe waren mit gelben und roten Farbflächen hinterlegt, und erhielten dadurch Signalwirkung. Die vielschichtigen Bilder waren in blau gehalten und wirkten sachlich und informativ, aber nicht abschreckend. Dadurch konnte ein leichter Zugang für Passant:innen im öffentlichen Raum geschaffen werden.
Wissensvermittlung zu aktuellen Rahmenbedingungen.	Die Vertiefungsebene, die auf Tafeln, die mit Blick durch Gucklöcher in den Ball zu entdecken war, zeigte prägnant zusammengefasst, die Problemlage. Illustrationen unterstützten die Texte.
Vermittlung verschiedener Handlungsmöglichkeiten auf gesellschaftlicher Ebene	Die illustrierten Texttafeln zeigten kurz und knapp Handlungsmöglichkeiten auf gesellschaftlicher Ebene für ein ressourcenleichtes Leben.

Stärkung des positiven Gemeinsamkeitsgefühl für gesellschaftliche Lösungen	Das Gemeinsamkeitsgefühl konnte während den Veranstaltungen gestärkt werden und war dann auch am meisten spürbar.
Förderung des thematischen Austauschs unter den Teilnehmenden während den Veranstaltungen	Die Passant:innen interagierten analog als auch digital mit der Installation. Der digitale Zugang wurde laufend verbessert. Die digitalen und analogen Eingaben wurden gesammelt und sind unter <a href="http://www.klimaball.ch/auswertung">http://www.klimaball.ch/auswertung</a> einsehbar.
Mit thematischen Begleitveranstaltungen die inhaltliche Auseinandersetzung und den Austausch unter den Teilnehmenden für ein ressourcenreiches Leben fördern	Es fanden insgesamt 11 Begleitveranstaltungen statt. Es wurden weitere Formate (Quiz, Konzert, Workshop mit SuS, Siebdruckaktion)

### 3.2. Besucherzahlen und Interaktionen

Standorte	Veranstaltung	Anzahl Tage	Pers. an Events (Schätzung)	Besucher:innen Ausstellung (Schätzung)	Digitale Interaktionen (mind. 3min lang)
Bern, Waisenhausplatz 07. – 19.03.2023	Vernissage & Konzert, später Museumsnacht	13	20	1250	28
Zürich, Pfingstweidstrasse 20. – 30.03.2023	Einführung, Q&A mit Aperó	10	15	1680	59
Lausanne, Place Pépinet 12.05. – 20.05.2023	Flyer Aktion am 13. Mai und am 20. Mai	9	100	2160	101
Fribourg, Place de la Gare: 20.5. – 25.05.2023	Flyer Aktion und Siebdruck	5	40	240	4
Neuchâtel, Jardin Anglais: 25.5. – 05.06.2023	-	16	-	770	1
Adliswil, Bahnhofplatz: 26.6.23 – 17.7.23	-	22	-	1060	13
Zürich, Hirschengraben: 21.08.23 – 14.09.2023	Infoanlass mit Rätsel	25	15	1200	22
Basel, vor dem kHaus: 21.09.23 – 24.09.23	Vor Ort für Fragen; Festival	4	5	190	2
Solothurn, Herbstmesse vor dem Sonderschauzelt: 22.09.23 – 01.10.23	Workshops mit Schulklassen	10	100	4800	413
9 Standorte	11 Veranstaltungen	114 Tage	295 Pers. an Events	13'350 Besuchende	643 Digitale Interaktionen

## 4. Learnings

**Finanzierung:** Die verschiedenen Standorte wurden individuell durch die jeweiligen Standortpartner:innen finanziert. Das garantierte, dass die Leistungen individuell verhandelbar waren, professionell und fristgerecht umgesetzt wurden und es Planungssicherheit gab. Zusätzlich leistete das Projektteam ehrenamtliche Arbeit im Bereich Übersetzungen und Logistik. Soweit möglich, wird versucht zukünftige Standorte ebenfalls individuell zu finanzieren.

**Events:** Vor allem am Vergleich der Standorte Solothurn und Neuchâtel wird sichtbar, dass Begleitveranstaltungen die thematische Auseinandersetzung erhöhen. Der Vergleich zwischen den neun verschiedenen Orten zeigt aber auch wie wichtig es ist, dass eine Veranstaltung erstens mit lokalen Partnern durchgeführt wird, zweitens an bestehende Formate angeknüpft werden sollte, um die Reichweite zu erhöhen und drittens, wie wichtig es ist, dass ein intensives Begleitprogramm durch zusätzliche Mittel und Ressourcen getragen werden muss.

**Analoge Nutzung:** Die physischen Anpassungen, wie beispielsweise die Illustrationen und die Audio-Tasten führten dazu, dass die Inhalte einfacher zugänglich wurden. Die Stromversorgung für die Audiobeiträge bildete Anfangs eine kleine Schwachstelle, konnte aber dank einem Set Powerbanks gelöst werden.

## 5. Ausblick

Nach Abschluss der Tournee wurden die Aktivitäten ausgewertet. Die qualitativ gelobten Inhalte und die allgemein positive Resonanz auf der einen Seite, sowie die robuste und langlebige Bauweise auf der anderen Seite, führten auch 2023 dazu, dass das Projekt mindestens ein weiteres Jahr auf Tournee gehen soll. Digitale Inhalte sollen bis 2027 abrufbar sein.

Geplant ist eine Tournee zu drei Orten im Tessin, sowie weitere Orte in der Deutschschweiz. Dafür werden zurzeit lokale Partnerschaften aufgebaut und Gelder für die Adaption ins Italienische und die Logistik gesucht.

den. Wie auch die bisherigen Erfahrungen zeigten, bleiben ab und zu Menschen stehen, schauen und laufen dann weiter. Sobald Menschen davorstehen, kommen weitere Menschen hinzu und sind neugierig. Es fallen positive Aussagen, aber auch negative, wie beispielsweise «das ist eine komplette Lüge» oder «das bringt sowieso nichts». Besonders am Standort in Solothurn, fielen solche Sätze, da dieser Standort vermutlich das Setting bot, solche Aussagen in einer grossen Menschenmenge auch laut auszusprechen. Wir erhielten zudem die Rückmeldung, dass ein Glossar für schwierige Begriffe hilfreich wäre.

**Digitale Nutzung und Voting:** Die intensive Nutzung der Webapplikation vor allem am letzten Standort zeigte, dass die digitale Infrastruktur stabil ist und wir damit weiterfahren können. Besuchende hatten die Möglichkeit ihre Stimmabgabe mit Kommentaren zu ergänzen. Die Kommentare reichten von «Daumen hoch Emoji bis zu zwei Sätze langen Erklärungen. Welche Massnahmen wie beantwortet wurden kann unter <https://klimaball.ch/auswertung/> nachgelesen werden. Falls der Klimaball wieder in einem Schulkontext genutzt wird, sollte im Vorfeld geklärt werden, ob ein WLAN zu Verfügung steht, da nicht alle Jugendliche unlimitiert Daten auf ihrem Smartphone haben.

Für ab 2025 wird bis Mitte 2024 geprüft, in welcher Form die Inhalte des Projektes weitergeführt, verändert und präsentiert werden können. Denkbar sind zum Beispiel multimediale Innenwelten, eine noch stärker vereinfachte Darstellung der Aussenbilder, ein Begriffs-Glossar, eine weitere Vereinfachung der Texte, die Überarbeitung der Audiobeiträge oder die Zusammenarbeit mit weiteren Kunstschaffenden.



## 6. Dank

Den Klimaball gibt es dank einem grossen Team an Geldgebern, Partnerorganisationen und Freiwilligen, die die Umsetzung 2022 ermöglicht haben. Alle Beteiligten sind unter <https://klimaball.ch/dank/> aufgeführt. Die Weiterführung 2023 war möglich dank verschiedenen Standortpartnern, sowie dem Umsetzungsteam. Herzlichen Dank für das grosse Engagement:



### 6.1. Partner:innen

- Katholische Kirche im Kanton Zürich: Partnerin für die beiden Zürcher Standorte
- Greenpeace, versch. Lokalgruppen: Partner:in für Übersetzungen, Logistik und Standorte
- Stadt Adliswil: Partner:in für den Standort in Adliswil
- Science and Fiction Festival: Partner:in für den Standort in Basel
- Stiftung 3FO: Partner:in für den Standort in Solothurn und Workshops mit Schulklassen

### 6.2. Projektteam und Umsetzung

- Projektkoordination und Szenografie: Sonja Koch, Ausstellungsgestalterin
- Illustrationen: Fruzsina Korondi
- Übersetzungen: Joseph Trüeb
- Korrektorat: Prof. Antonella De Marchi-Pilotto
- Druck: Logo Reklamen AG
- Programmierung und IT-Support: Leonie Jacobs
- Umbau und Logistik: Raphael Fuchs, Markus Leupp, Sonja Koch, Simon Gude, Joseph Trüeb,
- Koordination mit Freiwilligen: Markus Leupp, Sonja Koch

## 7. Kontakt

Die Trägerschaft für das Projekt übernahm der Verein Permeable – Verein für Interventionen zu gesellschaftlichen Themen im Öffentlichen Raum.

Verein Permeable  
Sonja Koch  
Kanzleistrasse 109  
CH - 8004 Zürich

[www.permeable.ch](http://www.permeable.ch)  
[s.koch@permeable.ch](mailto:s.koch@permeable.ch)  
+41 78 783 51 02

## 8. Anhang

### 8.1. Ausstellungsinhalte

Sämtliche Ausstellungsinhalte sind auf der Webseite zugänglich:

<https://klimaball.ch/inhalte/>

### 8.2. Fotografische Dokumentation

Das Projekt wurde fotografisch dokumentiert. Die Bilder können über die Webseite aufgerufen und heruntergeladen werden: <https://klimaball.ch/galerie/>

### 8.3. Medienberichte

Die Medienberichte über den Klimaball sind unter <https://klimaball.ch/medien/> abrufbar.

