

# Kommunikation als Element von betrieblichem Hitzeschutz

## Warum ist Kommunikation wichtig?

Gute Hitzeschutzmaßnahmen wirken nur dann, wenn sie **verstanden**, **akzeptiert** und **umgesetzt** werden. Deshalb sollte Kommunikation **von Anfang an Teil der Maßnahmenplanung** sein. Sie bietet enorme Chancen für eine gelingende Umsetzung, wenn Kommunikation als gegenseitiger Austausch verstanden wird.

## Wichtige Fragen für die Planung

Für eine gute Kommunikation ist es wichtig zu klären:

- Wer soll erreicht werden?
- Wie bekannt ist das Thema bereits?
- Wo ist Zurückhaltung oder Widerstand zu erwarten?
- Wo ist hingegen (stille) Zustimmung zu erwarten?
- Welche Fragen oder Bedenken könnte es geben?
- Welche Barrieren gibt es möglicherweise (z. B. Sprachbarrieren, Schichtarbeit)?

## Kommunikationsziele festlegen

Das **Ziel der Kommunikation** richtet sich danach, **wo die Zielgruppe steht** und wo sie entsprechend ihres Wissens und ihrer Einstellung **abgeholt werden** kann.

Abbildung 1 verdeutlicht, dass Beschäftigte einem neuen Thema ablehnend, neutral oder zustimmend gegenüberstehen können. Dabei äußert sich häufig eine **kleine Gruppe von ablehnenden Personen aktiv**, viele Personen halten sich jedoch mit ihrer Meinung eher zurück. Dadurch kann der Eindruck **allgemeiner Skepsis** entstehen, der **nicht die Meinung der gesamten Belegschaft** widerspiegeln muss. Häufig ist die **Zustimmung zu einem Thema größer als gedacht** und durch passende Kommunikation können viele Beschäftigten mitgenommen werden!

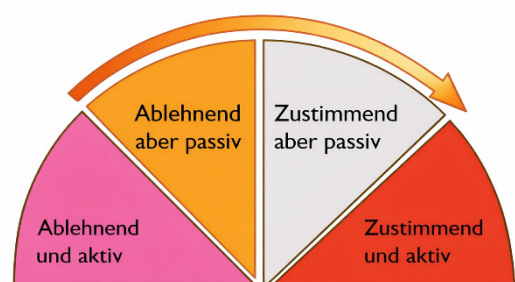


Abbildung 1: Das Spektrum der Verbündeten

## Wichtig bei ablehnenden Gruppen:

- Sorgen ernst nehmen und Problembewusstsein stärken, Räume für Dialog schaffen
- Akzeptanz von Lösungen stärken: z.B. Beteiligung bei der Einführung von persönlicher Schutzausrüstung wie beispielsweise Kühlkleidung

### Wichtig bei neutralen oder passiv zustimmenden Gruppen:

- Aktives Verhalten fördern: Expertise nachfragen, Einzelne direkt ansprechen

### Wichtig bei aktiver Zustimmung:

- Mitarbeitende innerhalb ihrer Rollen als Multiplikatorinnen/Multiplikatoren einbinden
- Eigeninitiative der Mitarbeitenden fördern, Gestaltungsspielraum geben

Viele Beschäftigte stehen **Hitzeschutzmaßnahmen** zunächst **neutral gegenüber**; offene Ablehnung ist selten. **Aktive Unterstützung** ist jedoch eine **wichtige Ressource** und sollte **gezielt genutzt werden**, z. B. durch frühzeitige Information und Beteiligung der Beschäftigten. Je mehr Beschäftigte im Prozessverlauf **eigene Vorschläge einbringen** können (z. B. zu Arbeitszeiten, Schutzkleidung oder Pausengestaltung), desto eher kann sich **aktive Zustimmung entwickeln**.

### **Betriebliche Beteiligung**

Als Expertinnen und Experten ihrer eigenen Tätigkeiten können Beschäftigte Belastungen, mögliche Entlastungen sowie praktische Hindernisse bei der Umsetzung besonders gut einschätzen. Ihre aktive Einbeziehung erhöht sowohl die **Akzeptanz** als auch die **Qualität** der entwickelten Maßnahmen.

Für den betrieblichen Hitzeschutz bedeutet das so zu kommunizieren, dass Beschäftigte nicht nur über Entscheidungen informiert, sondern auch zu **ihren Perspektiven, Befürchtungen und Vorschlägen angehört** werden. Dafür ist eine Grundhaltung von **Offenheit und Respekt** entscheidend.

### **Schlüsselpersonen für den Hitzeschutz**

Botschaften wirken besonders gut, wenn sie von **vertrauten Personen** aus dem Arbeitsumfeld vermittelt werden, die die Botschaften **authentisch** vertreten und die „**Sprache der Zielgruppe**“ sprechen. Je nach Betrieb können Schlüsselpersonen für den Hitzeschutz folgende Personen sein:

- Langjährige Mitarbeitende, Auszubildende
- Mitglieder aus Betriebsrat/Personalrat
- Bereichsleitungen, Führungskräfte
- Betriebsärztinnen und -ärzte
- Fachkräfte für Prävention und Gesundheitsförderung
- Fachkräfte für Arbeitsschutz



Bild erstellt mit ChatGPT

### **Zugangswege und Kommunikationsanlässe**

Häufig können bereits **bestehende Kommunikationswege** und **Kommunikationsanlässe** wie beispielsweise die Gefährdungsbeurteilungen, Unterweisungen, Gesundheitszirkel, Schulungen und Gesundheitstage genutzt werden, in die das Thema Hitzeschutz eingebettet wird. Der **persönliche und direkte Zugang** zu den Beschäftigten ist der erfolgversprechendste Weg. Idealerweise werden **verschiedene Kommunikationskanäle** kombiniert, so dass **handlungsorientierte Botschaften** stimmig und einprägsam vermittelt werden.

## Emotionen ansprechen und Bilder sprechen lassen

Erfolgreiche Kommunikation löst immer **Emotionen** aus. Bei der Planung von Kommunikation ist es deshalb wichtig zu reflektieren, welche Emotionen angesprochen werden sollen.

**Gelungene (Hitzeschutz-)kommunikation** könnte etwa **positive Emotionen** wie **Neugier** (mehr über die Risiken erfahren zu wollen) oder **Zuversicht** (sich ausreichend schützen zu können) beim Gegenüber auslösen. **Negative Emotionen** sollten hingegen eher vermieden werden.

Abbildung 2 und 3 verdeutlichen unterschiedliche Kommunikationsmaßnahmen im Arbeitsschutz: Während die erste Abbildung an **Kompetenz** und **Leistungsfähigkeit** appelliert und ausdrückt, dass UV-Schutz **selbstverständlich** ist, löst die zweite eventuell **Angst** und **Sorge** aus.



Abbildung 2: Beispiel für eine gelungene Kommunikation zum betrieblichem UV-Schutz. Bildquelle: [SUVA](#)



Abbildung 3: Beispiel für eine weniger gelungene Kommunikation zum betrieblichen Hitzeschutz, Bild erstellt mit Chat GPT

## Erfolgsgeschichten teilen

Komplexere Themen lassen sich gut durch das Teilen von Geschichten vermitteln. Nicht nur die **motivierende Wirkung von Erfolgen** ist dabei wichtig, sondern gerade auch die Geschichten, in denen erst mal **Hindernisse überwunden** werden mussten. Solche Geschichten (des Gelingens) können sowohl innerbetrieblich als auch in der Außenkommunikation geteilt werden und andere motivieren, sich mit dem Thema zu beschäftigen.

In diesem Kurzfilm erzählen Unternehmen, wie sie sich auf den Weg gemacht haben, sichere und gesunde Arbeitsbedingungen in Zeiten des Klimawandels sicherzustellen:



[Beispiele guter Betriebspraxis - vier Unternehmen, die ins Handeln kommen](#)

## Fazit

Gelingende Kommunikation vermittelt nicht nur Fakten zu Risiken, sondern bezieht auch die Perspektive der adressierten Personen mit ein. Um Menschen zu erreichen und ihre Compliance zu stärken, nutzt sie die motivierende Funktion von Emotionen. Planvolle Kommunikation schafft eine wichtige Grundlage für erfolgreiche Hitzeschutzmaßnahmen.

### Weitere Quellen zum Nachlesen:

- Bundesministerium für Gesundheit (BMG) (2024). Kommunikationsleitfaden: Im Freien arbeitende vor Hitze schützen. [https://hitzeservice.de/wp-content/uploads/2024/05/BMG\\_Hitze\\_Leitfaden\\_Freiarbeit.pdf](https://hitzeservice.de/wp-content/uploads/2024/05/BMG_Hitze_Leitfaden_Freiarbeit.pdf)
- Bundesministerium für Gesundheit (Hrsg.) (2024): Gemeinsam gesund durch die Hitze. Kommunikationskonzept für die Ansprache von Risikogruppen. [https://www.klimawandel-gesundheit.de/wp-content/uploads/2024/06/BMG\\_Hitze\\_Kommunikationskonzept.pdf](https://www.klimawandel-gesundheit.de/wp-content/uploads/2024/06/BMG_Hitze_Kommunikationskonzept.pdf) Berlin: Bundesministerium für Gesundheit.
- Klimafakten (2016). Warum viele Menschen lieber nicht über den Klimawandel sprechen. <https://www.klimafakten.de/kommunikation/warum-viele-menschen-lieber-nicht-ueber-den-klimawandel-sprechen>
- KLUG e.V. (2025). Factsheet: Klimakommunikation. [https://www.klimawandel-gesundheit.de/wp-content/uploads/2025/03/20250310\\_Factsheet\\_Klimakommunikation\\_barrierefrei.pdf](https://www.klimawandel-gesundheit.de/wp-content/uploads/2025/03/20250310_Factsheet_Klimakommunikation_barrierefrei.pdf)
- Schrader, C., Diels, J., Thorun, C., Münsch, M., Mohn, C. & Jenny, M. (2024). Effiziente Ansätze in der Klimakommunikation.
- Schrader, C. & Mohn, C. C. (2022). Über Klima sprechen. München: oekom Verlag.
- Sippel, M. (2022). Besser übers Klima reden: 10 wissenschaftlich belegte Regeln. [https://www.kea-bw.de/fileadmin/user\\_upload/ServiceMenu/Veranstaltungen/klimaschutz\\_konkret-online/Besser\\_uebers\\_Klima\\_reden\\_Sippel\\_20230321.pdf](https://www.kea-bw.de/fileadmin/user_upload/ServiceMenu/Veranstaltungen/klimaschutz_konkret-online/Besser_uebers_Klima_reden_Sippel_20230321.pdf)