

# «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 war an vier Standorten in der Stadt Zürich, sowie an weiteren sieben Standorten in der Schweiz zu sehen. 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, Ziele, Zielgruppen, Konzept	4
2.	<b>Durchführung</b>	5
2.1.	Partizipativer Prozess Inhalt	5
2.2.	Gestaltung und Umsetzung	5
2.3.	Kommunikationsmittel	6
2.4.	Tournee	6
2.5.	Veranstaltungen	6
3.	<b>Auswertung</b>	7
3.1.	Zielerreichung	7
3.2.	Besucherzahlen und Interaktionen	8
3.3.	Einzelne Quotes	9
3.4.	Partizipativer Prozess	9
3.5.	Inhaltsvermittlung und Sensibilisierung	9
3.6.	Nutzung der Installation und das Gemeinschaftsgefühl	10
3.7.	Standorte und Veranstaltungen	10
3.8.	Freiwilliges Engagement	10
4.	<b>Evaluation</b>	11
5.	<b>Ausblick</b>	11
6.	<b>Dank</b>	11
6.1.	Finanzielle Unterstützer:innen	11
6.2.	Partnerorganisationen	12
6.3.	Projektteam und Umsetzung	12
7.	<b>Kontakt</b>	13
8.	<b>Anhang</b>	13
8.1.	Ausstellungsinhalte	13
8.2.	Fotografische Dokumentation	13
8.3.	Medienberichte	13

# 1. Projektzusammenfassung

## 1.1. Ausgangslage, Ziele, Zielgruppen, Konzept

Aktuell steuern wir auf eine Erwärmung von 4°C oder mehr zu. Das hätte – und hat bereits – katastrophale Folgen wie Hungersnöte, Wasserknappheit, häufigere und stärkere Stürme, Waldbrände, Kriege um schwindende Ressourcen, einen steigenden Meeresspiegel und andere Umweltkatastrophen.

Wir müssen handeln und das nicht nur auf individueller und persönlicher 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 diese individuelle Ebene mit 138 Massnahmen auf gesellschaftlicher Ebene, die wir nur gemeinsam einfordern können. Ziel ist es, Lösungen für die Klimakrise zu finden und eine vereinte Vision für unsere Gesellschaft von morgen zu schaffen. (Quelle: Klima Aktionsplan, Climatestrike Switzerland 08. Januar 2021, Seite 5)

Im Angesicht der Klimakrise fühlen sich viele hoffnungslos. Individuelle Bemühungen scheitern oft-

mals an den bestehenden Rahmenbedingungen. Statt unkonstruktiven Schuldzuweisungen setzt der Klimaball darum auf eine hoffnungsvolle, bunte und konstruktive Art, die breite Öffentlichkeit zu potenziellen Lösungsansätzen auf struktureller Ebene zu sensibilisieren und zusammen Lösungen zu finden.

Aus diesem Grund entwickelten wir den Klimaball. Dieser ist mobil und «rollt» zu verschiedenen Orten im öffentlichen Raum und erreicht so die Passant:innen im Alltag.

Der Klimaball vermittelt Fakten und Handlungsempfehlungen zum Klimaschutz und lädt die lokale und breite Bevölkerung dazu ein, gemeinsam ihre Meinungen und Ideen für eine nachhaltige und ressourcenleichte Gesellschaft einzubringen. Verschiedene Events, wie beispielsweise Podiumsgespräche, Diskussionen oder Improtheater, begleiten den Klimaball.



## 2. Durchführung

Folgende Aktivitäten wurden im Rahmen des Projektes umgesetzt:

### 2.1. Partizipativer Prozess Inhalt

Die Inhalte entstanden partizipativ mit einem Team von Freiwilligen. Die Ergebnisse wurden von Ex-

pert:innen einem Faktencheck unterzogen.

### 2.2. Gestaltung und Umsetzung

Die Inhalte wurden konstruktiv und gestalterisch in Form von einer 3 Meter grossen Kugel, mit plakativer Fernwirkung umgesetzt. Die Stahlkonstruktion in Form einer Kugel bildete die im öffentlichen Raum aufmerksamkeiterregende Grundform. Sie wurde mit von der Mulde «geretteten» Dibond-Platten bestückt. Auf den Platten waren in den Grundfarben rot und gelb grosse Begriffe rund um die Thematik sichtbar. In Blau gehalten wurden die Bilder, welche die verschiedenen Themen noch einmal erweiterten und die Breite und Vielschichtigkeit aufzeigten. Im Innern der Konstruktion gab es Vertiefungstexte. Sie

vermittelten kurz und prägnant die Ausganglage, die Problematiken und mögliche Lösungsansätze. Auf der Klimaball-Oberfläche verbargen sich zudem die Zukunftsvisionen als Audios, die analoge (bewegliche Elemente auf der Konstruktion) und digitale Interaktionsmöglichkeiten (Programmierung einer Web-Applikation) zur Bewertung von Klima-Massnahmen auf gesellschaftlicher Ebene, sowie die Visualisierung der am meisten befürworteten Massnahmen in Form von kurzen Aussagen gedruckt auf auswechselbare textile Elemente.



### 2.3. Kommunikationsmittel

Nebst der öffentlichen Präsenz des Projektes an sich wurde eine Projektwebseite erstellt und betreut, ein Plakat produziert, sowie ein Flyer für jeweils zwei bis drei Standorte zusammen (in fünf Flyer, drei davon für Standorte in Zürich), sowie regelmässige Social-Media Posts veröffentlicht. 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 (17 Stück).

### 2.4. Tournee

Der Klimaball besuchte insgesamt elf öffentliche Orte, davon vier in Zürich und sieben in anderen Deutschschweizerstädten:

21.06. - 29.06.2022	Zürich, Werdmühleplatz
30.06. - 15.07.2022	Zürich, Stauffacher
16.08. - 19.08.2022	Windisch, Campus Brugg- Windisch FHNW
21.08. - 26.08.2022	Bern, Museum für Kommunikation
28.08. - 13.09.2022	Zürich, Weinbergfussweg vor der Kirche Liebfrauen
14.09. - 19.09.2022	Bülach, Sonnenhof
20.09. - 02.10.2022	Luzern, Matthias-Luchsinger- Platz
04.10. - 13.10.2022	Aarau, Igelweid zwischen Migros und Starbucks
15.10. - 23.10.2022	Zug, Bundesplatz vor dem Coop City
25.10. - 01.11.2022	Basel, Holzpark neben der Zentrale für Umweltausstellungen
03.11. - 21.11.2022	Zürich, Lagerstrasse 104 vor dem Kosmos

### 2.5. Veranstaltungen

Es gab eine Eröffnung je Standort, sowie mehrere Diskussionspicknicks (Gespräche mit Passant:innen), ein Klimagespräch, ein Ethik-Café, ein Theater, ein Improtheater, zwei individuelle Führungen auf Anfrage, ein Rollenspiel, ein Vortrag mit Diskussion, sowie eine Finnissage.



### 3. Auswertung

#### 3.1. Zielerreichung

Ziele	Zielerreichung
Sensibilisierung für die Klima- veränderung und motivierende Auseinandersetzung der Be- völkerung 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 er- hielten 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 aktu- ellen Rahmenbedingungen, die Veränderungen gegen den Klimawandel bisher nicht aus- reichend schnell zulassen	Die Vertiefungsebene, die auf Tafeln die mit Blick durch Gucklöcher in den Ball hinein zu entdecken war, zeigte prägnant zusammengefasst, die Problemlage.
Aufzeigen verschiedener Handlungsmöglichkeiten und Massnahmen, sowie Anstoss für individuelles Handeln für ein ressourcenleichtes Leben und Inspiration für konstruktive Bürgerinitiativen für eine nach- haltige Gesellschaft	Dieselben Tafeln, zeigten kurz und knapp, welche Handlungsmöglich- keiten es auf gesellschaftlicher Eben für ein ressourcenleichtes Leben gibt.  Auf das Aufzeigen von individuellen Handlungsmöglichkeiten wurde schlussendlich bewusst verzichtet. Zielpublikum war die breite Be- völkerung, die bereits minimale Kenntnisse über die Klimakrise hat, aber beim ins Handel-kommen bestärkt werden muss. Diese Gruppe ist sich den individuellen Handlungsmöglichkeiten bewusst, weshalb es sinnvoll schien, der Fokus auf die Vermittlung der gesellschaftlichen Möglichkeiten zu legen.
Das positive Gemeinsamkeits- gefühl für gesellschaftliche Lö- sungen in der Klimakrise stärken	Das Gemeinsamkeitsgefühl konnte in erster Linie während den Veran- staltungen gestärkt werden und war dann auch am meisten spürbar.
Meinungen und Ideen der Passant:innen sammeln, auf- bereiten, zugänglich machen und ein aktuelles Stimmungsbild aufzeigen, sowie die Mitsprache visualisieren	Die Passant:innen interagierten analog als auch digital mit der Installa- tion. 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 Begleitver- anstaltungen die inhaltliche Auseinandersetzung und den Austausch unter den Teilneh- menden für ein ressourcenleich- tes Leben fördern	Es fanden insgesamt 18 Begleitveranstaltungen statt. Die Diskussions- formate wurden im Verlaufe der Tournee verbessert und für Besu- cher:innen zugänglicher und einfacher verständlich gemacht. Es wur- den verschiedene Formate ausprobiert, um unterschiedliche Gruppen zu erreichen.

### 3.2. Besucherzahlen und Interaktionen

Standorte	Veranstaltung	Anzahl Tage	Pers. an Events	Besucher:innen Ausstellung (Schätzung)	Digitale Interaktionen (mind. 3min lang)
Werdmühleplatz 21.06. – 29.06.2022	Vernissage, Rollenspiel, Klimagespräche, Diskussionspicknick	9	55	2100	101
Stauffacher 30.06. – 15.07.2022	Vernissage mit Tanztheater, zwei Diskussionspicknick, Vortrag mit Diskussion	16	20	2300	61
Campus Brugg-Windisch FHNW 16.08. – 19.08.2022	Diplomausstellung der FHNW, Gespräche rund um den Klimaball	4	20	900	41
Bern, Museum für Kommunikation 21.08. – 26.08.2022	Sommerfest des Museumsquartiers	6	-	300	5
Weinbergfussweg 28.08. – 13.09.2022	Vernissage, Ethik-Café, Finnissage	17	80	1600	45
Bülach, Sonnenhof 14.09. – 19.09.2022	Vernissage mit Vertreter aus der Stadtentwicklung und Improtheater	5	30	1000	37
Luzern, Matthias-Luchsinger-Platz 20.09. – 02.10.2022	Eröffnung	13	10	2100	71
Aarau, Igelweid 04.10. – 13.10.2022	IT-Café in der Stadtbibliothek, Infostand der Stadt Aarau gemeinsam mit dem Naturama	10	30	1700	49
Zug, Bundesplatz 15.10.-23.10.2022	Vernissage mit Pronatura und einer Politikerin	13	30	600	19
Basel, Holzpark 25.10.-01.11.2022	Vernissage mit der Zentrale für Umweltausstellung	13	15	1200	31
Lagerstrasse 104 03.11. – 21.11.2022	Input vor Filmvorführung im Rahmen des films for future festivals im KOSMOS	19	140	2700	68
11 Standorte	19 Veranstaltungen	125 Tage	440 Pers. an Events	16'500 Ausstellungsbesucher:innen	528 Digitale Interaktionen



### 3.3. Einzelne Quotes

«Die Texte sind sehr informativ und geben fundierte Informationen.» // «Die Gestaltung transportiert die Dringlichkeit der Massnahmen zu wenig aggressiv.» // «Die Installation ist hochwertig – als Besucher:in fühlt man sich ernst genommen.»

### 3.4. Partizipativer Prozess

Der Partizipative Prozess der Inhaltsentwicklung nahm mehr Zeit in Anspruch als geplant. Da der Prozess offengehalten wurde, fiel es dem Projektteam schwer, einen Schlusspunkt bei der Inhalts-Recherche zu set-

### 3.5. Inhaltsvermittlung und Sensibilisierung

Die Inhaltsvermittlung und Sensibilisierung erstreckten sich über mehrere Teilbereiche des Projektes und manifestieren sich in der Darstellungsart und den Begleitveranstaltungen. Im Feedback der Besucher:innen wurde die Gestaltung und der Einsatz der Materialien als hochwertig eingeschätzt. Dies wurde als Wertschätzung gegenüber den Besucher:innen und der Ernsthaftigkeit des Themas wahrgenommen. Das bestätigt uns, dass sich der hohe Entwicklungsaufwand im Vorfeld gelohnt hat.

Statt Infografiken setzten wir grossformatige Fotografien ein. Das funktionierte als Gesamteindruck für die Aussenbespielung besser als Infografiken. Auch die Vertiefungsebene war gemäss Rückmeldungen, kurz, knapp, umfassend und einfach verständlich. Hier würden hingegen Infografiken oder Illustrationen den Zugang vereinfachen. Auch ist über eine Vermittlungsebene für Kinder nachzudenken, da diese Zielgruppe in der aktuellen Version des Klimaballs ausgeschlossen bleibt.

Die positiven Zukunfts-Visionen sind als Audio über einen QR-Code abhörbar. Diese Lösung resultiert



zen, damit die gestalterische und konstruktive Entwicklung starten konnte. Für ein nächster partizipativer Prozess sollten die Leitplanken klarer formuliert und der Ablauf bei einer Planänderung definiert sein.

aus den Anforderungen, dass die Installation unbetreut und bei Wind und Wetter funktionieren muss. Ein integriertes Audio-Wiedergabegerät für diese Bedingungen konnte (noch) nicht entwickelt werden. Für den einfachen Zugang für Passant:innen birgt eine direkte Audio-Wiedergabe jedoch weiteres Potential zur vertieften Auseinandersetzung.

Die inhaltliche Auseinandersetzung fand auch über die analogen und digitalen Interaktionsmöglichkeiten statt. Bei den analogen Interaktionen handelt es sich um verschiebbare Elemente auf der Installationsoberfläche. Diese funktionierten im Grundsatz. Im Vergleich zu vergangenen Projekten könnten sie aber noch spielerischer und dadurch zugänglicher sein. Die Balance zwischen analogen Interaktionsmöglichkeit und Vandalen-sicheren Elementen, ist hingegen gelungen.

Für künftige Standorte bieten die bereits ausgearbeiteten Vermittlungsebenen eine optimale Ausgangslage zur Weiterentwicklung.

### 3.6. Nutzung der Installation und das Gemeinschaftsgefühl

Die Nutzung der digitalen Interaktionen (Augmented Reality Web-Applikation) vor Ort scheint auf den ersten Blick nicht besonders hoch ausgefallen zu sein. Es handelt sich dabei aber um Interaktionen, die eine für den öffentlichen Raum lange Auseinandersetzung forderten: Bis jemand eine Meinungsabgabe machen kann, muss er oder sie zuerst in die digitale Welt einsteigen, und sich dann bei den ver-

schiedenen Inhalten Gedanken machen, bevor die Stimm-Abgabe erfolgt. Das bedeutet, dass die Nutzungszahlen als wertvoll einzustufen sind. Das Gemeinschaftsgefühl entsteht sowohl bei der Nutzung der digitalen Interaktionen bei der Auswertungsansicht, bei der ersichtlich ist, wie viele andere Personen auch noch dieser Meinung sind, als auch bei physischen Veranstaltungen.

### 3.7. Standorte und Veranstaltungen

Im Vergleich zu ähnlichen Projekten in vorherigen Jahren, fielen die Besucher:innen Zahlen bei Veranstaltungen sowie die Medienpräsenz deutlich tiefer aus als gewohnt. Wir vermuten, dass sich das «Ausgeh-Verhalten» der Bevölkerung durch die Pandemie verändert hat (Zuhause und im Freundeskreis ist es am gemütlichsten). Zugleich gab es unglaublich viele Kulturangebote, was es zusätzlich erschwerte unbekannte Menschen für Veranstaltungen zu gewinnen. Dass die Installation auch unbetreut und in-

dividuell genutzt werden konnte, stach in diesem Fall besonders positiv heraus. Die Erkenntnis aus früheren Projekten, dass verschiedenen Partnerschaften einen Mehrwert auf verschiedenen Ebenen haben, hat sich auch bei diesem Projekt bewährt. Dank den verschiedenen Inhalts-, aber auch Standortspartnern mit jeweils eigenen Netzwerken, konnten sowohl freiwillige Helfer als auch Ressourcen für Veranstaltungen, für das Projekt «Klimaball» genutzt werden.

### 3.8. Freiwilliges Engagement

Das Projekt wurde mit rund 3000 Arbeitsstunden geleistet. Davon leistete die Projektleitung rund 1433 Arbeitsstunden, wobei 747 Arbeitsstunden ehrenamtlich erfolgten und 1579 Stunden wurden durch weitere Projektmitglieder, die unentgeltlich, oder im Rahmen einer Kooperation mit einer Hochschule (so mit nicht mit einem Geldwert vergütete Arbeit) geleistet.



## 4. Evaluation

Nach Abschluss der Tournee wurden die Aktivitäten ausgewertet, siehe Kapitel drei. Die qualitativ gelobten Inhalte und die allgemein positive Resonanz auf der einen Seite, sowie die robuste und langlebige Bauweise auf der anderen Seite, führten dazu, dass das Projekt mindestens bis Ende 2023 weitergeführt werden soll. Digitale Inhalte sollen bis 2025 abrufbar sein.

## 5. Ausblick

Der Klimaball reist 2023 weiter – sowohl in Zürich als auch Schweizweit. Bereits zugesagt wurde ein Standort am Hirschengraben 66 in Zürich, bei der Paulusakademie in Zürich, sowie ein Standort auf dem Weisenhausplatz in Bern. Vier weitere Standorte sind im Gespräch: Chur, Biel, Adliswil, Winterthur.

Inhaltlich soll der Klimaball weiterentwickelt werden. Die bestehenden Texte wurden zwar gelobt und als einfach und verständlich eingestuft. Trotzdem sollen punktuell mehr Bild-Elemente dazu einladen, die Themen noch schneller zu verstehen.

## 6. Dank

Den Klimaball gibt es dank einem Grossen Team an Freiwilligen, Partnerorganisationen und Geldgebern. Ich möchte mich im Namen aller Projektbeteiligter

Es ist zudem zu prüfen, ob in Zusammenarbeit z.B. mit einer Sekundarschule, während ein bis zwei Monaten der Inhalt als Panorama-Rundbild oder als Multimediale Innenwelt zu gestalten wäre. Potential bergen auch die Weiterentwicklung der Zukunftsvisionen als Audiobeiträge.

Unabhängig von der inhaltlichen und gestalterischen Weiterentwicklung und der Tourneeplanung wird die Präsentationsform der Meinungen der Besuchenden zu den verschiedenen Massnahmen weiterentwickelt und gewährleistet, dass diese mindestens für fünf Jahre digital zugänglich bleiben.

herzlich für die Unterstützung und das grosse Engagement bei folgenden Personen, Organisationen und Institutionen bedanken:

### 6.1. Finanzielle Unterstützer:innen

- Abteilung Landschaft und Gewässer BVU / Kanton Aargau
- Bundesamt für Raumentwicklung
- Charity Pot von LUSH
- Ernst Göhner Stiftung
- Katholische Kirche im Kanton Zürich
- Katholische Pfarrei Liebfrauen
- Migros Kulturprozent
- Reformierte Kirche Kanton Zürich
- Stiftung Corymbo
- Stiftung Temperatio



- Umwelt und Gesundheitsdepartement der Stadt Zürich
- Stiftung, die anonym bleiben möchte

## 6.2. Partnerorganisationen

- FHNW HT, Institut für Interaktive Technologien: Partner:in für die Vermittlung digitaler Inhalte (AR)
- films for future: Partner:in für Standort, Event und Netzwerk
- Greenpeace, versch. Lokalgruppen: Partner:in für Inhaltsentwicklung und Standorte
- Klimapavillon Zürich: Partner:in für Austausch, Standort und Event
- Museum für Kommunikation: Partner:in Standort
- MYBLUEPLANET: Partner:in für inhaltlichen Fakten-Check, Social Media und Event
- Naturama Aargau: Partner:in für inhaltlichen Fakten-Check und Event
- Offener St. Jakob: Partner:in für Standort und Event
- One Planet Lab: Partner:in für Kommunikation
- Pfarrei Liebfrauen: Partner:in für Standort und Event
- Raumbörse-Dynamo: Partner:in für Zwischenlager
- Stadtbibliothek Aarau: Partner:in für Event
- umverkehrR: Partner:in für inhaltlichen Fakten-Check
- Verein Shiftmode: Standort
- Zentrale für Umweltausstellungen: Partnerin für Austausch

## 6.3. Projektteam und Umsetzung

- Projektkoordination und Szenografie: Sonja Koch, Ausstellungsgestalterin
- Inhaltliche Grobkonzeption: Philip Koch
- Konzeptionelle Beratung: Rafael Freuler, Sozialarbeiter und Interaction Designer
- Szenografische Beratung: Antonia Banz, Inhaberin Raumprodukt GmbH
- Inhalte und Texte: Markus Leupp, Blanca Bernardinis, Ursula Rütter, Claudia Eisenring, und Selina Lauener
- Technische Beratung Augmented Reality und Programmierung: Madlaina Kalunder, Yves Simmen, Fachhochschule Nordwestschweiz, Hochschule für Technik, Institut für Interaktive Technologien
- Programmierung: Rahel Koch und Leonie Jacobs
- Visuelle Konzeption & Bildrecherche: Meltem Kalayci und Julian Peschel
- Konstruktion: Nathalie Spiller und Samuel Keller
- Übersetzungen: Valentina De Marchi, Camille Burg, Liselotte Kuster und Marilène Broglie
- Lektorat: Valentina De Marchi
- Medienarbeit: Jennifer Zimmermann und Sonja Koch
- Metallbau: froelich + Corbella gmbh
- Druck: Logo Reklamen AG
- Logistik und Aufbau: Raphael Fuchs
- Feedbackgruppe: Aline Telek, Antonella De Marchi-Pilotto, Antonia Ulmann, Barbara Oehninger, Camille Burg, David Muchau, Franziska Steinberger, Gioia da Silva, Julia Sommerfeld, Larissa Mettler, Meinrad Koch, Sibylla Iten, Susanna Niederer, Tim Brühlhart, Verena Flues, Yvan Maillard Ardenti und viele weitere (die Liste wird auf der Webseite laufend ergänzt: <https://klimaball.ch/dank/>).

## 7. Kontakt

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

Verein Permeable  
Sonja Koch  
Rotwandstrasse 39, 8004 Zürich  
www.permeable.ch  
s.koch@permeable.ch  
+41 78 783 51 02

## 8. Anhang

### 8.1. Ausstellungsinhalte

Sämtliche Ausstellungsinhalte sind inzwischen auf der Webseite zugänglich gemacht:  
<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/impressionen/>

### 8.3. Medienberichte

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



