

A scenic photograph of a lake at dawn. In the foreground on the left, a large tree with thick, textured bark and branches with yellow and orange autumn leaves frames the scene. The lake is calm, reflecting the clear blue sky and the distant, misty shoreline. The mist is thick and white, creating a soft, ethereal atmosphere. The overall color palette is dominated by blues, yellows, and oranges.

Wandelwerk Umweltpsychologie

WIR BRINGEN PSYCHOLOGIE IN DEN UMWELTSCHUTZ

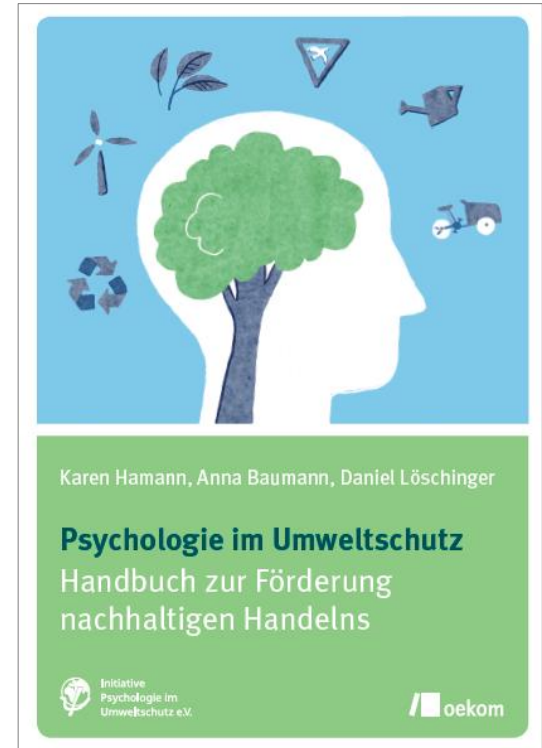
Entstanden aus der Initiative Psychologie im Umweltschutz e.V.



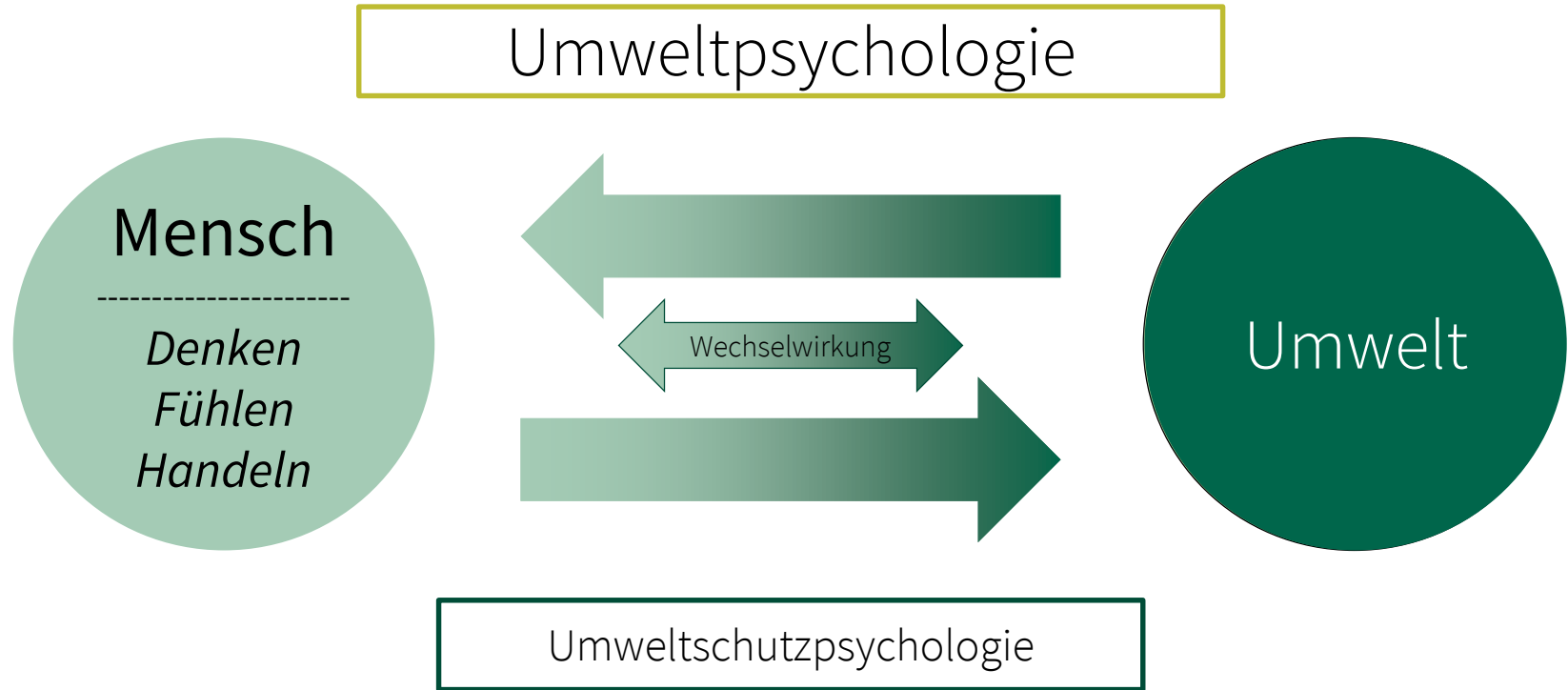
Initiative
Psychologie im
Umweltschutz

Wandelwerk

Wir schlagen die Brücke zwischen
umweltpsychologischen Erkenntnissen und
dem aktiven Umwelt- und Klimaschutz



Was ist Umweltpsychologie?



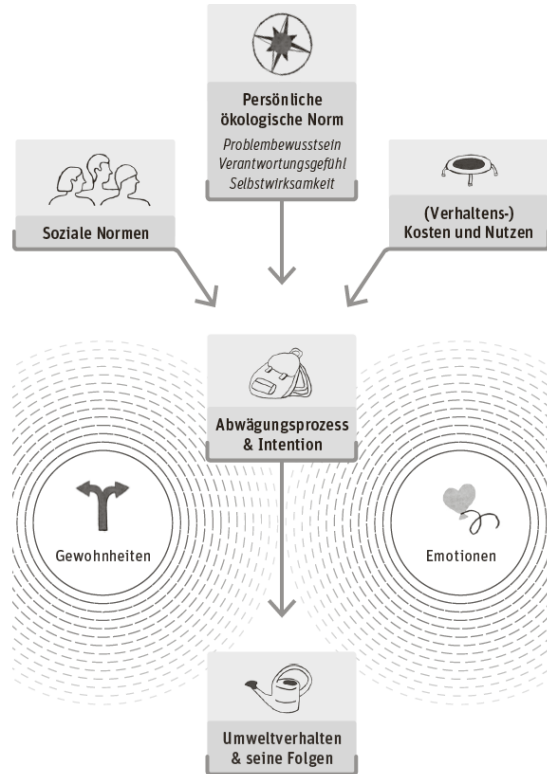
Warum Umweltpsychologie?

Wer hat sich etwas für das neue Jahr vorgenommen?



- Im ersten Jahresquartal fällt der Zigarettenabsatz um 27%
 - Zum Jahresende steigt dieser wieder um 44%
- (dbmobil 01/2018)

Modell zur Erklärung umweltschützenden Handelns



Matthies, 2005

Basierend auf:

- Theorie des geplanten Verhaltens (Ajzen, 1991)
- Norm-Aktivations-Modell (Schwartz & Howard, 1981)



Persönliche ökologische Norm

Problembewusstsein
Verantwortungsgefühl
Selbstwirksamkeit

Persönliche ökologische Norm



Problembewusstsein

Wahrnehmung, dass unsere natürliche Umwelt bedroht ist (Matthies, 2005)



Wie fördern wir Problembewusstsein?

- Problemwissen vermitteln
 - Aufmerksamkeit
 - Involviertheit
 - Bildlich, verständlich, unbedingt ehrlich

ABER:

Reine Informationskampagnen führen selten zu wirklicher Verhaltensänderung (Steg & Vlek, 2009)



Persönliche ökologische Norm

*Problembewusstsein
Verantwortungsgefühl
Selbstwirksamkeit*

Persönliche ökologische Norm

Negative Emotionen...

- haben sich häufig als wirkungslos erwiesen (Clayton & Myers, 2009)
- Fokussierung auf das Problem
- verhindern Lösungsorientierung (Harré, 2011)





Persönliche ökologische Norm

*Problembewusstsein
Verantwortungsgefühl
Selbstwirksamkeit*

Persönliche ökologische Norm

Negative Emotion zu nutzen...

- kann Wut auslösen
 - kann Hilflosigkeit auslösen
- Neuheit der Information und Dosis entscheidend (3:1!)





**Persönliche
ökologische Norm**

Problembewusstsein
Verantwortungsgefühl
Selbstwirksamkeit

Persönliche ökologische Norm



Selbstwirksamkeit

Die Gewissheit, eine Anforderung mit den eigenen Fähigkeiten meistern zu können (Bandura, 1991)



Persönliche ökologische Norm

Problembewusstsein
Verantwortungsgefühl
Selbstwirksamkeit

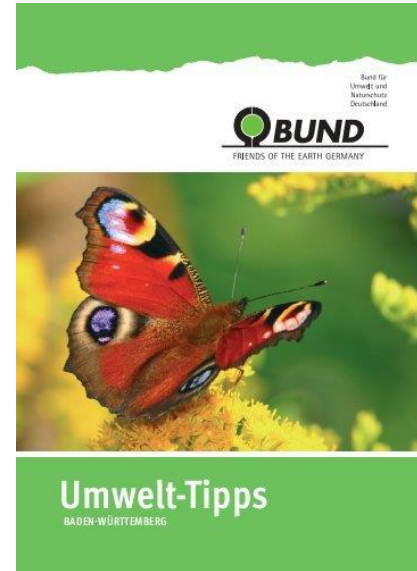


Selbstwirksamkeit

Die Gewissheit, eine Anforderung mit den eigenen Fähigkeiten meistern zu können (Bandura, 1991)

Wie fördern wir Selbstwirksamkeit?

- Handlungswissen (Geller, 1995) & ihre Effektivität (Spence et al., 2009)





Persönliche ökologische Norm

Problembewusstsein
Verantwortungsgefühl
Selbstwirksamkeit

Persönliche ökologische Norm



Selbstwirksamkeit

Die Gewissheit, eine Anforderung mit den eigenen Fähigkeiten meistern zu können (Bandura, 1991)

Wie fördern wir Selbstwirksamkeit?

- Handlungswissen (Geller, 1995) & ihre Effektivität (Spence et al., 2009)
- Training von Kompetenzen (Clayton & Myers, 2009)
- Feedback (Clayton & Myers, 2009)



Platzhalter Video:
https://www.youtube.com/watch?time_continue=51&v=LpvzVstU5RU



Soziale Normen

„Viele Menschen fliegen in den Urlaub
– mach es anders!“



Soziale Normen

„Viele Menschen fliegen in den Urlaub
– mach es anders!“



Soziale Normen

Ist-Norm

„Viele Menschen fliegen in den Urlaub
– mach es anders!“

Soll-Norm

Soziale Normen



Soziale Normen

... sind Regeln und Standards, die von vielen Menschen geteilt werden und unser Verhalten lenken

Soziale Normen



Soziale Normen

... sind Regeln und Standards, die von vielen Menschen geteilt werden und unser Verhalten lenken

- IST- vs. SOLL-Normen (Cialdini et al., 1990)
- Vorbildverhalten (Steg & Vlek, 2009)



Soziale Normen: Vorbildverhalten

- Soziales Modellverhalten: Prominente, aber auch in Zivilgesellschaft (v.a. Menschen, die einem selbst ähneln)

Papst Franziskus und die Nachhaltigkeit
Habemus Elektroauto



Franziskus fährt Elektroauto: Seit Kurzem steht ein Nissan Leaf für den Papst bereit.

(Verhaltens-) Kosten & Nutzen



**(Verhaltens-)
Kosten und Nutzen**

*... monetäre Kosten
& Verhaltenskosten*



(Verhaltens-) Kosten & Nutzen



(Verhaltens-) Kosten und Nutzen

Wie können wir (Verhaltens-) Kosten & Nutzen mit Umweltschutz vereinbaren?

- Verhalten bequemer gestalten (Matthies, 2005)
- Belohnung & Bestrafung (Clayton & Myers, 2009)

*... monetäre Kosten
& Verhaltenskosten*



(Verhaltens-) Kosten & Nutzen



(Verhaltens-) Kosten und Nutzen

*... monetäre Kosten
& Verhaltenskosten*

Wie können wir (Verhaltens-) Kosten & Nutzen mit Umweltschutz vereinbaren?

- Verhalten bequemer gestalten (Matthies, 2005)
- Belohnung & Bestrafung (Clayton & Myers, 2009)
 - Belohnung ist wirksamer
 - Anreize zeitnah setzen
 - Vorsicht bei der Entfernung von Belohnungen!

(Verhaltens-) Kosten & Nutzen



(Verhaltens-) Kosten und Nutzen

Wie können wir (Verhaltens-) Kosten & Nutzen mit Umweltschutz vereinbaren?

- Verhalten bequemer gestalten (Matthies, 2005)
- Belohnung & Bestrafung (Clayton & Myers, 2009)
- Leidenschaften nutzen (Harè, 2011)

*... monetäre Kosten
& Verhaltenskosten*



(Verhaltens-) Kosten & Nutzen



Positive Emotionen...

- bewirken Offenheit und Kreativität (Harré, 2011)
- ermutigen, nach Lösungen zu suchen (Harré, 2011)
- Weniger „Gefahr“ der Reaktanz

(Verhaltens-) Kosten & Nutzen



(Verhaltens-) Kosten und Nutzen

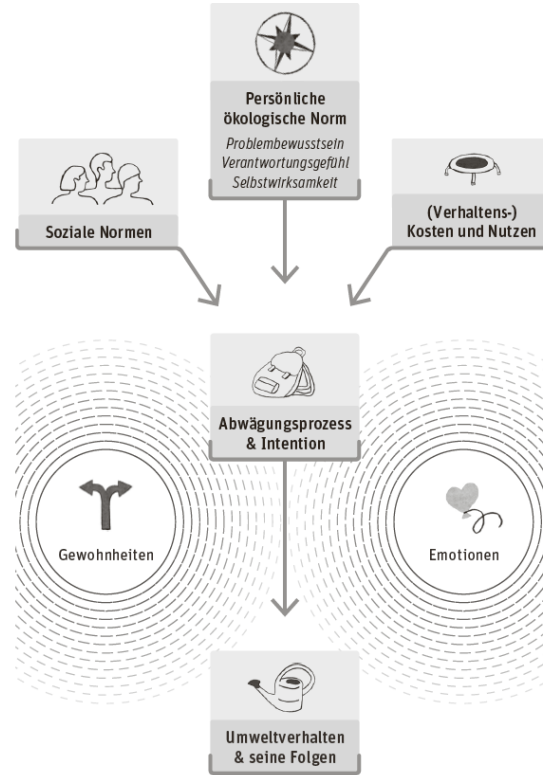
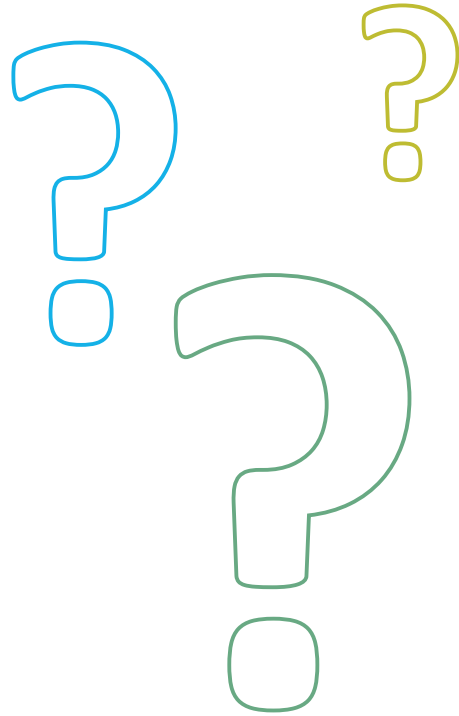
*... monetäre Kosten
& Verhaltenskosten*

Wie können wir (Verhaltens-) Kosten & Nutzen mit Umweltschutz vereinbaren?

- Verhalten bequemer gestalten (Matthies, 2005)
- Belohnung & Bestrafung (Clayton & Myers, 2009)
- Leidenschaften nutzen (Harè, 2011)
 - Soziale Medien
 - Gamification
 - Sport



Fragen



Evaluation

<https://www.soscisurvey.de/wandel-werk/>

Wir freuen uns, wenn ihr mitmacht!

Vielen Dank für eure Beiträge!



Initiative
Psychologie im
Umweltschutz











Wandelwerk

Umweltpsychologie im Netz

- www.ipu-ev.de
- www.wandel-werk.org

Kontakt

- info@wandel-werk.org
- nathalie.niekisch@wandel-werk.org

<p>Soziale Normen</p>  <p>SOU-Norm: werden wir auf einer dem Aufkleber beigefügten Nachricht erwähnen</p> <p>ISF-Norm: ist in dem ausgewählten Wohngebiet sehr hoch, da schon viele Nachbar*innen Aufkleber an ihren Briefkästen besitzen</p> <p>Also: je mehr Nachbar*innen wieder neue Sticker aufkleben, desto stärker wird die ISF-Norm ;-) Vorbilder? Gibt es nicht</p>	<p>Persönliche ökologische Norm</p> 		<p>(Verhaltens-) Kosten & Nutzen</p> 
<p>Gewohnheiten</p>  <p>Das Verhalten ist absichtsvoll und nicht automatisch.</p> <p>Die Zielgruppe soll ihre Gewohnheiten umstellen.</p>	<p>Abwägungsprozess und Intention</p> <p>Der Abwägungsprozess dauert höchstwahrscheinlich nur sehr kurz an (der Moment, in dem sie den Sticker im Briefkasten finden), evtl. werden sie noch mit Familienmitgliedern oder WG-Bewohner*innen über das Anbringen des Stickers sprechen. Manche Nachbar*innen haben sicherlich schon die Absicht, einen derartigen Sticker anzubringen, es nur bisher aus Bequemlichkeitsgründen nicht gemacht.</p> <p>⇒ Wir könnten eine Liste der Vor- und Nachteile auffertigen, die dann in der beigefügten Nachricht auftaucht.</p>		<p>Emotionen</p>  <p>Das Verhalten ist wahrscheinlich wenig an Emotionen geknüpft. Evtl. fühlen sich Menschen erleichtert, wenn sie sich von den riesigen Papiermengen gestört fühlen.</p>
<p>Problem-bewusstsein</p>  <p>... ist wahrscheinlich hoch, da in ganz Deutschland die Auswirkungen von hohem Papierverbrauch bekannt sind.</p> <p>kann auf dem beigefügten Zettel kurz angesprochen werden.</p> <p>Es braucht  ein ansprechendes Layout um Aufmerksamkeit zu wecken!</p>	<p>Verant-wortungs-gefühl</p>  <p>#:Unbekannt</p>	<p>Selbst-wirksamkeit</p>  <p>Unbekannt</p> <p>Erreichen wir!</p> <p>Auf dem beigefügten Zettel werden wir vorrechnen, wie viel pro Haushalt durchschnittlich eingespart werden kann.</p> <p>Weiteres? Keine Kompetenzen notwendig :-)</p>	<p>Pro: Sie müssen den vielen Papiermüll nicht mehr entsorgen, fühlen sich evtl. durch die viele Werbung nicht mehr belästigt.</p> <p>Kontra: Sie erhalten keine kostenlose Zeitung und Werbung mehr; können keine Schnäppchen mehr suchen, haben evtl. weniger zu lesen, erfahren weniger über lokale Geschehnisse.</p> <p>Durch das Einwerfen des Aufklebers in den Briefkasten müssen sie sich keinen Kauf oder in ein Ortsteilbüro gehen, dadurch wird das Verhalten bequemer und Verhaltenskosten minimiert.</p>
	<p>Umweltverhalten und seine Folgen</p>  <p>Wenn wir in dem beigefügten Zettel den Umweltschutz besonders hervorheben, könnte es zu einem Spillover-Effekt kommen und die Personen werden sich evtl. auch in anderen Bereichen langsam umweltschonender verhalten!</p>		<p>Ärger über die Papiermengen kann sich dazu führen, den Aufkleber anzubringen.</p>

Quellen

- Hamann, K., Baumann, A., & Löschinger, D. (2016). *Psychologie im Umweltschutz – Handbuch zur Förderung nachhaltigen Handelns*. München: oekom verlag.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Blackmore, E., Underhill, R., McQuilkin, J., Leach, R., & Holmes, T. (2013). *Common Cause for Nature. A Practical Guide to Values and Frames in Conservation*. Retrieved on 1.11.2016 from www.valuesandframes.org/initiative/nature
- Böhme, T., Geiger, S., Grossman, P., Schrader, U. & Stanzus, L. (2016). *Arbeitsdefinition von Achtsamkeit im Projekt BiNKA*. Arbeitspapier Technische Universität Berlin. Retrieved from <http://achtsamkeit-und-konsum.de/de/publikationenpresse/>
- Cialdini, R. B., Reno, R. R. & Kallgren, C. A. (1990). A focus theory of normative conduct: Recycling the concept of norms to reduce littering in public places. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 1015–1026.
- Clayton, S. & Myers, G. (2009). *Conservation Psychology Understanding and promoting human care for nature*. West Sussex, UK: Wiley-Blackwell.
- Crompton, T. & Kasser, T. (2009). Meeting environmental challenges: The role of human identity. Retrieved on 1.11.2016 from www.valuesandframes.org/downloads
- Fujii, S. & Gärling, T. (2003). Development of script-based travel mode choice after forced change. *Transportation Research*, 6, 117–124.
- Gardner, G. T. & Stern, P. C. (2002). *Environmental problems and human behavior*. Boston, MA: Pearson Custom Pub.
- Geiger, S., Böhme, T., Fischer, D., Pascal, F., Grossman, P., Schrader, U., et al. (2018). *BiNKA - Bildung für nachhaltigen Konsum durch Achtsamkeitstraining. Ergebnisse eines Interventionsprojekts*. Retrieved from <http://achtsamkeit-und-konsum.de/de/publikationenpresse>
- Geller, E. S. (1995). Actively caring for the environment: An integration of behaviorism and humanism. *Environment and Behavior*, 27, 184–195.
- Gifford, R. D. (2014). Environmental psychology matters. *Annual Review of Psychology*, 65, 541–579.

Bildnachweise

- <http://einmaleinbaum.de/>
- <https://de.pinterest.com/pin/470063279831537007/>
- <http://energielux.de/schulen/energielux-material/>
- <http://flickrriver.com/photos/haeusler-info/sets/72157615887702514/>
- https://cdn.pixabay.com/photo/2016/04/19/14/14/guidance-1338686_340.jpg
- https://cdn.pixabay.com/photo/2015/08/30/12/47/justice-914229_960_720.png
- <https://www.flickr.com/photos/re-publica/26521977810>
- <https://image.shutterstock.com/image-vector/cute-low-battery-vector-260nw-1009899301.jpg>