Psychologie zur erfolgreichen Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen

Nathalie Niekisch, Kommunales Energie- und Klimaschutzmanagement 2019, Kurswochenende 5

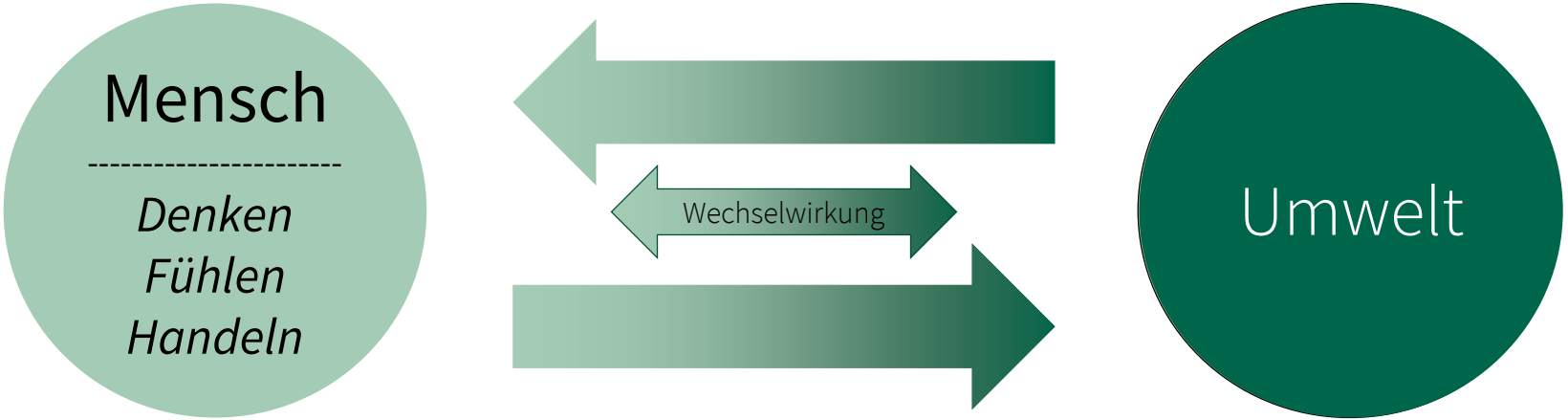
Wandelwerk

Entstanden aus der Initiative Psychologie im Umweltschutz e.V.

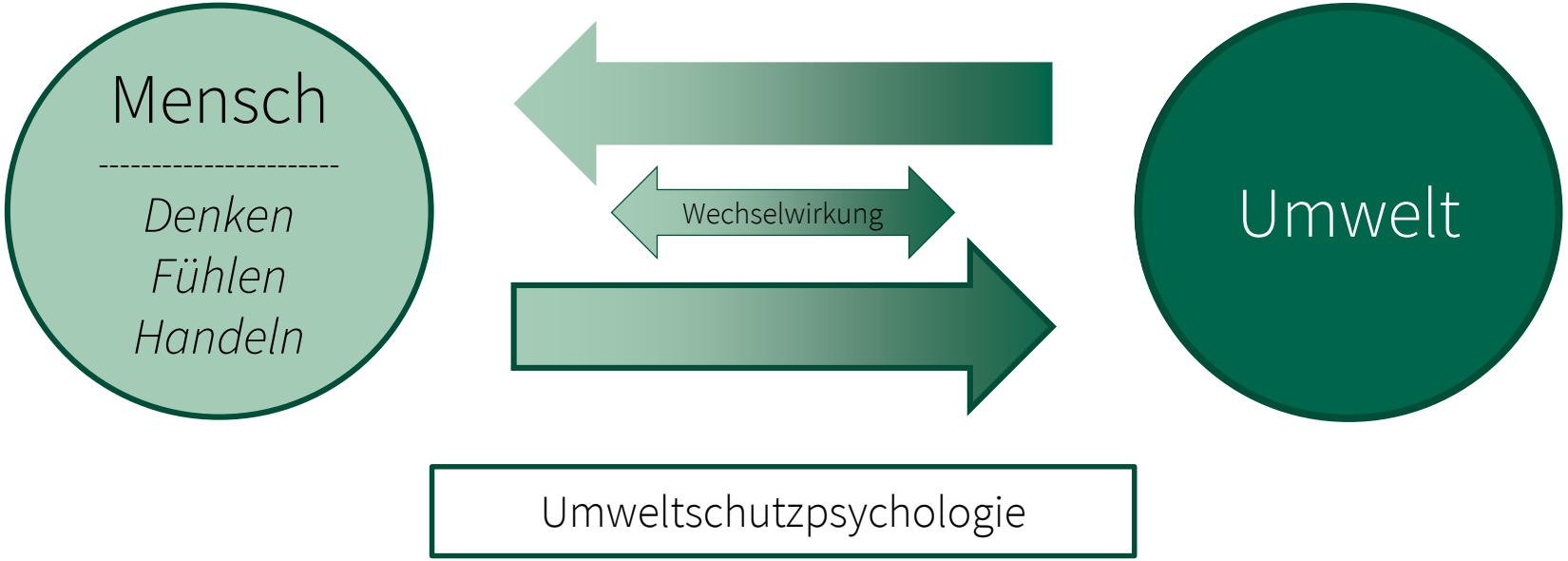
Wir schlagen die Brücke zwischen umweltpsychologischen Erkenntnissen und dem aktiven Umwelt- und Klimaschutz

Was ist Umweltpsychologie?

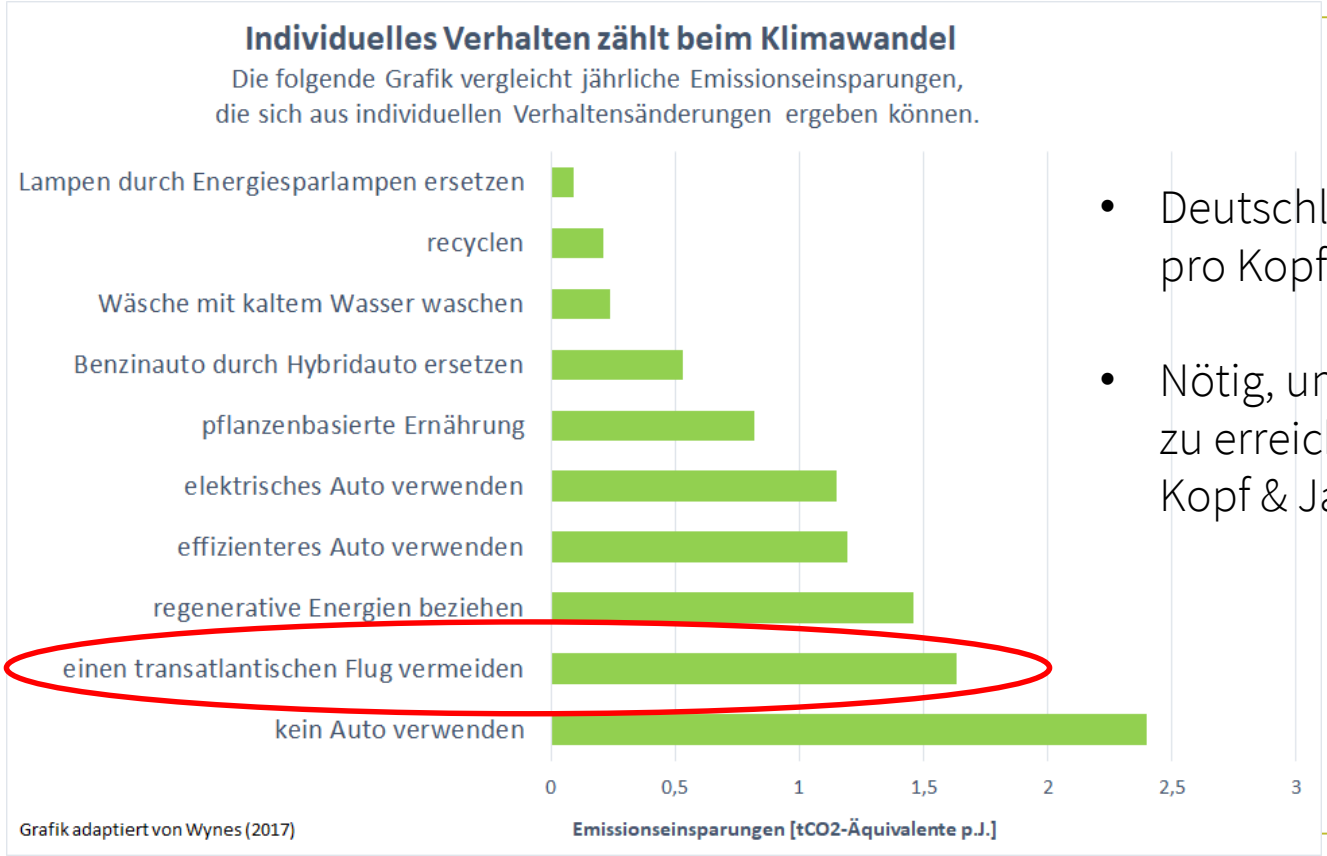
Umweltpsychologie



Was ist Umweltpsychologie?



Warum Umweltpsychologie?



- Deutschland 2016: 9,1 t CO_2e pro Kopf (Statista)
- Nötig, um das Zwei-Grad-Ziel zu erreichen: 2,7 t CO_2e pro Kopf & Jahr!! (WBGU, 2009)

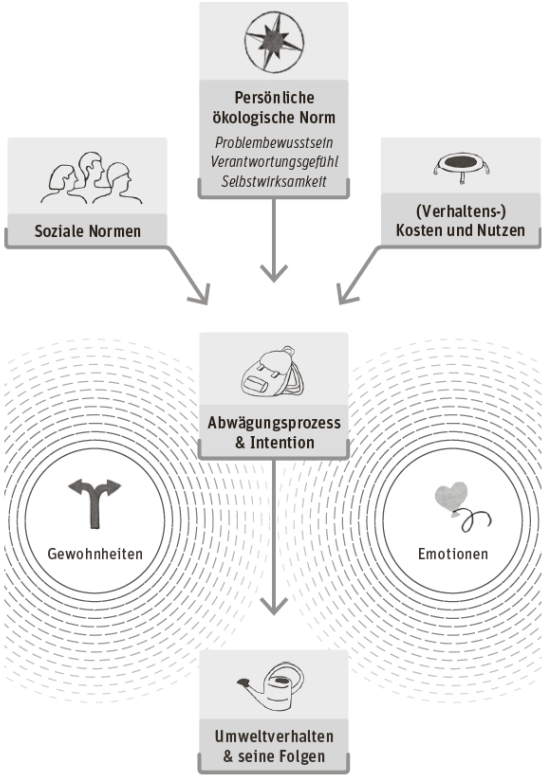
Warum Umweltpsychologie?

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), Erweiterung nach Hamann (2016)

Basierend auf:

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

Persönliche ökologische Norm

Persönliche ökologische Norm

Problembewusstsein
Verantwortungsgefühl
Selbstwirksamkeit

Der innere Kompass

Die erlebte persönliche Verpflichtung, sich umweltschonend zu Verhalten. (Matthies, 2005)

Beeinflusst durch:

- Problembewusstsein
- Verantwortungsgefühl
- Selbstwirksamkeit

Persönliche ökologische Norm

Persönliche ökologische Norm
Problembewusstsein
Verantwortungsgefühl
Selbstwirksamkeit

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)

- Kombination mit anderen Strategien nötig (Kazdin, 2009)

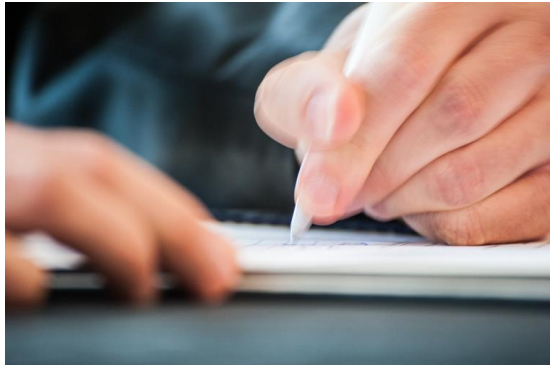
Persönliche ökologische Norm

Problembewusstsein
Verantwortungsgefühl
Selbstwirksamkeit

Persönliche ökologische Norm

Verantwortungsgefühl

Bewusstheit, dass mein eigenes Verhalten für Umweltschäden und die Lösung von Umweltproblemen relevant ist (Matthies, 2005)



Wie fördern wir Verantwortungsgefühl?

- Vermittlung umweltschützender Werte (Matthies, 2005)
- Selbstverpflichtung (Clayton & Myres, 2009)

Persönliche ökologische Norm

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)
- Training von Kompetenzen (Clayton & Myers, 2009)
- Feedback (Clayton & Myers, 2009)
- Kollektive Selbstwirksamkeit (Homburg & Stolberg, 2006)

Soziale Normen

Soziale Normen

Soziale Normen

Soziale Normen

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

Soziale Normen

Soziale Normen

„Viele Menschen schmeißen ihren Müll auf den Gehweg – mach es anders!“

Soziale Normen

Soziale Normen

„Viele Menschen schmeißen ihren Müll auf den Gehweg – mach es anders!“

Soziale Normen

Ist-Norm

„Viele Menschen schmeißen ihren Müll auf den Gehweg – mach es anders!“

Soll-Norm

Soziale Normen

Soziale Normen

Soziale Normen

Soziale Normen

- SOLL und IST Norm stärken Umweltverhalten → unbedingt hervorheben
- IST Norm schwächt Umweltverhalten: Gefahr, die SOLL Norm zu entkräften
- Bei der Wahrheit bleiben!

80 % der Menschen in Baden-Württemberg finden Ökostrom super!

Jedes Jahr steigt die Anzahl der Menschen, die Ökostrom beziehen um 60 %.
Wechsel auch du!

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.

Und jetzt seid ihr dran!

Wie kann das bisher Gehörte auf die Konzeption von (kommunalen) Klimaschutzmaßnahmen angewandt werden?

Psychologie im kommunalen Klimaschutz

- ✓ Gamification
- ✓ Rückmeldungsschleifen für z.B. Erfolge beim Stromsparen etablieren
- ✓ Zu öffentlichen Klimaschutzbekenntnissen aufrufen
- ✓ Positive Trends hervorheben
- ✓ SprecherInnen für bestimmte Themen vor Ort finden

(Verhaltens-) Kosten & Nutzen

… monetäre Kosten & Verhaltenskosten

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

- Verhalten bequemer gestalten (Matthies, 2005)
- Leidenschaften nutzen (Harè, 2011)
- Belohnung & Bestrafung (Clayton & Myers, 2009)
  - Belohnung ist wirksamer
  - Anreize sollten zeitnah sein
  - Anreize nicht zu groß
  - Vorsicht bei der Entfernung von Anreizen

Gewohnheiten

… sind ein über Jahre erworbenes Verhaltensskript, das mit bestimmten Situationshinweisen verknüpft ist. (Steg et al. 2012)

- 35% bis 53 % der Verhaltensweisen sind Gewohnheiten (Steg et al., 2012)
- Hohe Verhaltenskosten bei Änderung von Gewohnheiten

Gewohnheiten

- Wie können wir alte Muster durchbrechen?
  - Temporäre Veränderung der Handlungssituation (Fujii & Gärling, 2003)
  - Kritische Lebensereignisse (Matthies, 2005)
  - Prompts

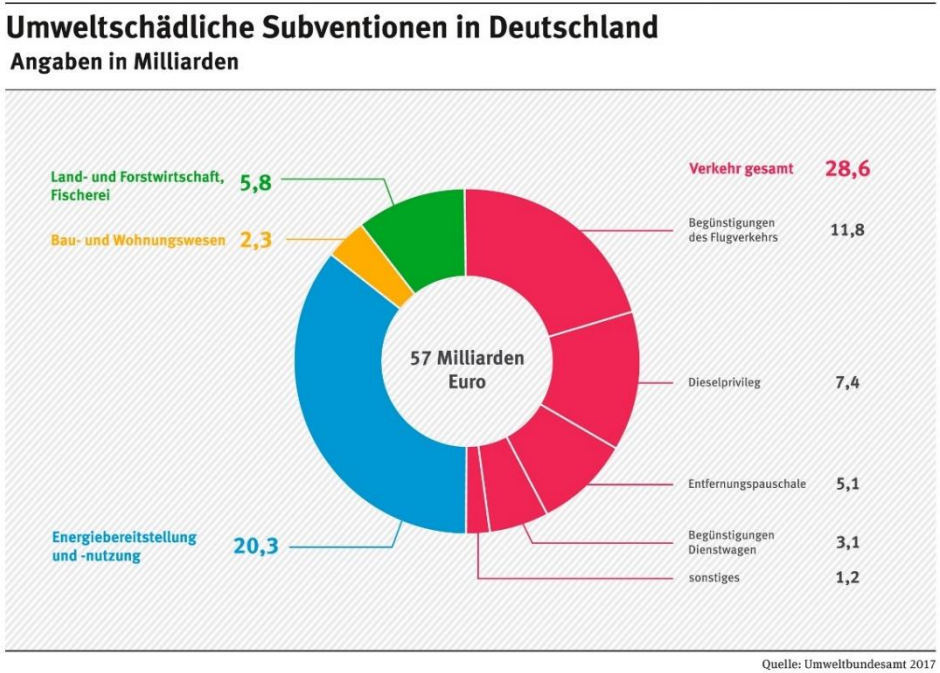
Gewohnheiten

- Prompts (Osbaldiston & Schott, 2012)
  - eindeutig
  - höflich
  - leichtes Verhalten
  - zeitlich & räumlich nahes Verhalten
  - mit Referenz zum korrekten Verhalten

Exkurs: Handlungssituation

- Manchmal müssen NICHT WIR uns verändern, sondern wir müssen die UMSTÄNDE, in denen wir leben & Entscheidungen treffen verändern.

- Möglichkeiten schaffen (Steg & Vlek, 2009)
- Default-Modus/ „nudging“ (Kazdin, 2009)



Und jetzt seid ihr dran!

Wie kann das bisher Gehörte auf die Konzeption von (kommunalen) Klimaschutzmaßnahmen angewandt werden?

Psychologie im kommunalen Klimaschutz

- ✓ Anreizsysteme für nachhaltige Lebensstile
- ✓ Gratis ÖPNV-Nutzung für NeubürgerInnen (mindestens drei Wochen)
- ✓ Radwegen Vorfahrt gewähren
- ✓ Aufsuchende Kampagnen, z.B. „Energiekarawane“
- ✓ Kommunaler Strom standardmäßig aus EE

Emotionen

PLATZHALTER VIDEO 1

https://www.youtube.com/watch?v=_JhaVNJb3ag&t=6s (Heart-Wrenching Video: Starving Polar Bear on Iceless Land | National Geographic)

Emotionen

Unangenehme Emotionen…

- verhindern Lösungsorientierung (Harré, 2011)
- haben sich häufig als wirkungslos erwiesen (Clayton & Myers, 2009)
- Emotionsbewältigung statt Problemlösung
- fokussieren die Aufmerksamkeit auf das Problem (Harré, 2011)

Emotionen

Unangenehme Emotion zu nutzen…

- kann Wut auslösen
- kann Hilflosigkeit auslösen

→ Neuheit der Information und Dosis entscheidend

(Harré, 2011)

Emotionen

PLATZHALTER VIDEO 2

- https://www.youtube.com/watch?v=4rPGVPC6KYQ („Tomorrow – Die Welt ist voller Lösungen“ dt. Filmtrailer)

Emotionen

Angenehme Emotionen…

- bewirken Offenheit und Kreativität
- ermutigen, nach Lösungen zu suchen
- rufen eine leichtere Ablenkbarkeit hervor
- lassen uns auf Stereotype zurück greifen

(Harré, 2011)

Angenehme Emotionen – wie?

- Unterstützung und Anerkennung in der Gruppe
- Essen & Humor
- Erfolge teilen (auch die kleinen)

Negative Emotionen:

- Auffangen

(Clayton & Myers, 2009; Harré, 2011; Olli, Grendstad & Wollebaek, 2001)

Emotionen

- ✓ Bedeutung von Emotionen beachten
- ✓ Vorsicht vor dem Verbreiten unangenehmer Emotionen, Dosis!
- ✓ Sorgsamer Umgang mit Fakten und Quellen
- ✓ Aktivierende Ansprache

→ allgemein immer: positive Botschaften, nicht Verzicht suggerieren

Warum Psychologie im kommunalen Klimaschutz?

- ✓ Neben strukturellen Änderungen braucht es auch die Änderungen des individuellen Verhaltens
- ✓ Wissenschaftliche Legitimation für Kampagnen und Fördermittelanträge
- ✓ Motivationale Aspekte auch für institutionelle Veränderungen anwendbar

Vielen Dank für eure Beiträge!

Initiative Psychologie im Umweltschutz

Wandelwerk

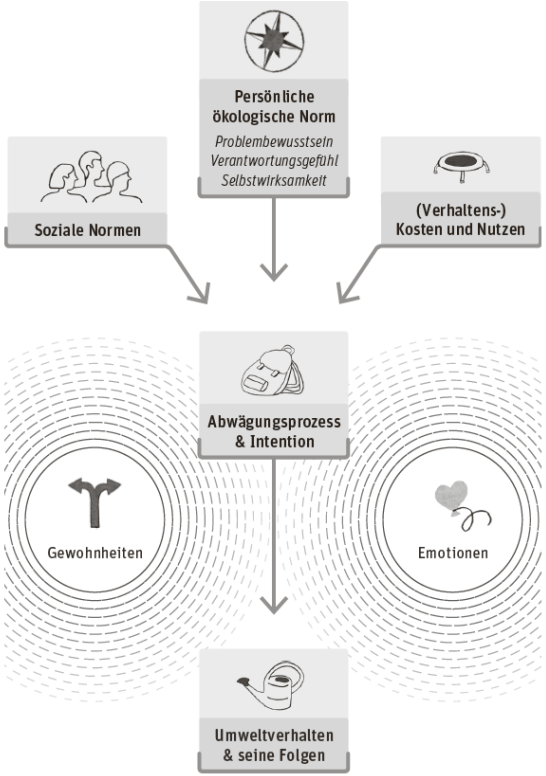
Umweltpsychologie im Netz

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

Kontakt

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

Fragen


Persönliche ökologische Norm
Problembewusstsein
Verantwortungsgefühl
Selbstwirksamkeit
Soziale Normen
(Verhaltens-) Kosten und Nutzen
Abwägungsprozess & Intention
Gewohnheiten
Emotionen
Umweltverhalten & seine Folgen

Der Umweltpsychologie-Canvas

Zur Planung einer Umweltschutzaktion mit psychologischem Fokus

Soziale Normen

SOLL-Norm: werden wir auf einer dem Aufkleber beigefügten Nachricht erwähnen

IST-Norm: ist in dem ausgewählten Wohngebiet sehr hoch, da schon viele Nachbar*innen Aufkleber an ihren Briefkästen besitzen

Also: je mehr Nachbarn*innen wieder neue Sticker aufkleben, desto stärker wird die IST-Norm :-)

Vorbilder? Gibt es nicht.

Persönliche ökologische Norm

Problembewusstsein

... ist wahrscheinlich hoch, da in ganz Deutschland die Auswirkungen von hohem Papierverbrauch bekannt sind.

kann auf dem beigelegten Zettel kurz angerissen werden.

Es braucht ein ansprechendes Layout um Aufmerksamkeit zu wecken!

Verantwortungsgefühl

#. Unbekannt

Selbstwirksamkeit

Unbekannt

Erhöhen wir!

Auf dem beigefügten Zettel werden wir vorrechnen, wie viel pro Haushalt durchschnittlich eingespart werden kann.

Weiteres?
Keine Kompetenzen notwendig :-)

(Verhaltens-) Kosten & Nutzen

Pro: Sie müssen den vielen Papiermüll nicht mehr entsorgen, fühlen sich evtl. durch die viele Werbung nicht mehr belästigt.

Kontra: Sie erhalten keine kostenlose Zeitung und Werbung mehr, können keine Schnäppchen mehr suchen, haben evtl. weniger zu lesen, erfahren weniger über lokale Geschehnisse.

Durch das Einwerfen des Aufklebers in den Briefkasten müssen sie sich keinen kaufen oder in ein Ortsteilbüro gehen, dadurch wird das Verhalten bequemer und Verhaltenskosten minimiert.

Gewohnheiten

Das Verhalten ist absichtsvoll und nicht automatisch.

Die Zielgruppe soll ihre Gewohnheiten umstellen.

Abwägungsprozess und Intention

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 Nachbarn*innen haben sicherlich schon die Absicht, einen derartigen Sticker anzubringen, es nur bisher aus Bequemlichkeitsgründen nicht gemacht.

⇨ Wir könnten eine Liste der Vor- und Nachteile anfertigen, die dann in der beigefügten Nachricht auftaucht.

Umweltverhalten und seine Folgen

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 umweltschützender verhalten!

Emotionen

Das Verhalten ist wahrscheinlich wenig an Emotionen gekniipft. Evtl. fühlen sich Menschen erleichtert, wenn sie sich von den riesigen Papiermengen gestört fühlen.

Ärger über die Papiermengen kann auch dazu führen, den Aufkleber anzubringen.

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. & Stanszus, 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://flickriver.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://www.facebook.com/tink.bike/photos/a.446351285719179/446351352385839/?type=3&theater
- https://www.regenwald-schuetzen.org/fileadmin/user_upload/pdf/Projekt/systemisch/poster-systemisch-nachhaltigkeitskommunikation.pdf