



Wie können PsychologInnen ihr Wissen besser an die PraktikerIn bringen?

Vorschlag eines neuen integrativen Einflusschemas umweltgerechten Alltagshandelns

Ellen Matthies
© 2005
20 Seiten

Take-aways

- Umweltschonendes Verhalten kann durch Wissensvermittlung befördert werden, noch besser aber durch eine zusätzliche Aktivierung persönlicher und sozialer Normen.
- Wichtig ist, dass Bürger über die Konsequenzen ihres Handelns und darüber, welchen Beitrag sie zur Lösung von Umweltproblemen leisten können, aufgeklärt werden.
- Soziale Normen können etwa durch Imagekampagnen mit prominenten Sympathieträgern aktiviert werden.
- Wissen und Normen allein bestimmen noch nicht das Verhalten; dem Verhalten ist ein Kosten-Nutzen-Abwägungsprozess vorgeschaltet.
- Motive wie Gewohnheiten, Bequemlichkeit oder Statusangst beeinflussen die Entscheidung für oder gegen ein umweltschonendes Verhalten.
- Wenn der Aufwand für umweltschonendes Verhalten zu gross ist, wird es abgelehnt.
- Informationen und Strategien zur Normaktivierung sind dann sogar kontraproduktiv, da sie ein schlechtes Gewissen erzeugen und zur Abwehr von Verantwortung führen.
- Um Gewohnheiten aufzubrechen, hilft es, Verhaltensalternativen vorübergehend stark zu subventionieren, etwa durch Gratistickets für den öffentlichen Nahverkehr.
- Auch hilft eine Senkung der Verhaltenskosten, etwa durch eine Verbesserung des öffentlichen Nahverkehrssystems oder durch höhere Parkgebühren für Autos.
- Wichtig ist, dass der bisherige Autofahrer positiv von Bus und Bahn überrascht wird, sonst ist die Massnahme kontraproduktiv.

Relevanz

Das lernen Sie

Nach der Lektüre dieser Zusammenfassung wissen Sie: 1) welche verschiedenen Erklärungsmodelle umweltgerechten Verhaltens es gibt, 2) wie man Menschen motiviert und bei ihnen alte Gewohnheiten durchbricht und 3) wann solche Strategien kontraproduktiv sein können.

Rezension

Neben der klassischen Umweltpsychologie existiert seit den 90er-Jahren die deutlich anwendungsnahere Interventionsforschung. Ellen Matthies hat ein neues Erklärungsmodell umweltschonenden Verhaltens entworfen, das beide Traditionen berücksichtigt und in der Praxis des Umweltschutzes besser funktionieren soll als die älteren, einseitigen und sehr theorielastigen Modelle. Matthies möchte im Umweltschutz tätige Menschen und interessierte Laien ansprechen. Ihr Aufsatz ist zwar auch eher theoretisch als praxisorientiert, dennoch gelingt es der Autorin, individuelle Entscheidungsprozesse für oder gegen umweltschonendes Verhalten im Detail nachzuzeichnen und zu zeigen, an welcher Stelle konkrete Massnahmen zur Förderung und Stärkung ansetzen können.

Zusammenfassung

„Die Psychologie hat ein umfangreiches Bündel von Techniken zur gezielten Förderung und Stabilisierung umweltschonender Verhaltensweisen entwickelt.“

„Zu einer Aktivierung moralischer Motive kommt es dann, wenn die handelnde Person wahrnimmt, dass ein Problem besteht, dass ihr eigenes Verhalten damit in Zusammenhang steht und dass sie die Fähigkeiten hat, sich auch im Sinne einer Problemlösung zu verhalten.“

Gesucht: ein neues Erklärungsmodell umweltgerechten Handelns

Die Umweltpsychologie hat in den letzten Jahrzehnten zahlreiche Modelle entwickelt, um zu erklären, welche Faktoren unser Umweltverhalten beeinflussen. Im Vordergrund stand dabei die Frage, in welchem Verhältnis Umweltbewusstsein und umweltgerechtes Verhalten zueinander stehen. Neben dieser älteren Tradition entstand in den 90er-Jahren die psychologische Interventionsforschung. Sie widmet sich auf eher pragmatische, anwendungsnahe Weise der Frage, wie Menschen im Alltag zu umweltschonendem Verhalten bewegt werden können.

In der Umweltschutzpraxis werden vor allem die Ergebnisse der anwendungsnahe Interventionsforschung wahrgenommen und umgesetzt. Dabei könnte die Umweltpsychologie auch einiges zum besseren Verständnis beitragen. Doch ihre sehr theoretischen Forschungsergebnisse werden weder von den im Umweltschutz Tätigen, etwa Umweltberatern, Technikern und Ingenieuren, noch von interessierten Laien wahrgenommen. Zudem sind die alten Erklärungsmodelle aus den 80er-Jahren, als die Umweltpsychologie noch in den Kinderschuhen steckte, inzwischen überholt. Spätestens seit den 90er-Jahren rücken neben dem Umweltbewusstsein auch soziale Normen und Gewohnheiten als entscheidende Faktoren für das tatsächliche Umweltverhalten stärker ins Blickfeld. Wir brauchen also ein neues Erklärungsmodell für umweltgerechtes Verhalten, das sowohl die neuen Erkenntnisse in der theoretischen Umweltpsychologie als auch die Ansätze der Interventionsforschung berücksichtigt. Wichtig ist: Ein solches Modell müsste zeitnah zur Verfügung stehen, auch wenn das bedeutet, dass es nicht in allen Einzelheiten empirisch geprüft werden kann. Zugleich muss das Modell praxistauglich und auch für psychologische Laien gut verständlich sein.

Rationale Überlegungen oder soziale Normen?

In der neueren Umweltforschung lassen sich zwei Richtungen unterscheiden: die Theorie des geplanten Handelns, die davon ausgeht, dass rationale Kosten-Nutzen-Erwägungen unser Umweltverhalten bestimmen, und sogenannte Normaktivierungsmodelle, die eher subjektive ökologische Normen und das ihnen zugrunde liegende Problemwissen betonen.

Das hier vorgeschlagene Modell, das beide Forschungsrichtungen miteinander verbinden möchte, unterscheidet sieben Faktoren für umweltgerechtes Handeln:

1. **Kosten- und Nutzenerwartungen:** Welche Folgen bringt umweltschonendes Handeln mit sich? Kostet es gar etwas? Oder ist es unbequem?
2. **Soziale Norm und subjektive Norm:** Welche Erwartungen richten Personen, deren Meinung man schätzt, an einen?
3. **Persönliche Norm:** Wie stark fühlen wir uns persönlich zu umweltgerechtem Verhalten verpflichtet?
4. **Problemwahrnehmung:** Ist uns bewusst, wie stark unsere Umwelt gefährdet ist?
5. **Wahrnehmung von Handlungskonsequenzen:** Ist uns eigentlich klar, dass wir etwas zur Lösung des Umweltproblems beitragen können?
6. **Wahrgenommener Verhaltensspielraum:** Welche subjektiven und objektiven Verhaltensmöglichkeiten gibt es?
7. **Verhaltensgewohnheiten:** Welche umweltschonenden oder umweltschädigenden Verhaltensweisen hat man sich im Lauf der Jahre angewöhnt?

Massnahmen, die zur Verhaltensänderung beitragen

Die Interventionsforschung hat eine Reihe von Massnahmen entwickelt, die dazu beitragen können, umweltgerechtes Verhalten zu befördern und zu festigen. Die ältere Interventionsforschung unterschied dabei zwischen dem Ansatz der Wissensvermittlung und dem Ansatz, mit Belohnungen und Bestrafungen auf Verhaltensweisen einzuwirken. Letzteres wurde als effizienter erkannt.

Beide Ansätze werden heute oft miteinander verknüpft. Moderne Theorien fokussieren zudem vermehrt auf Normenaktivierung und Selbstverpflichtung. In der Praxis, etwa beim Thema Recycling, zeigt sich, dass eine Aktivierung sozialer Normen, zusammen mit normativem Feedback und Selbstverpflichtung, wirksamer ist als einseitige Strategien, die sich entweder auf Wissensvermittlung oder auf Belohnung und Strafe beschränken.

Der moralische Entscheidungsprozess

Im Zentrum des hier vorgestellten neuen Erklärungsmodells steht die Theorie der moralischen Entscheidung. Danach hängt umweltschonendes Verhalten von einer Reihe ganz unterschiedlicher Motive ab – von Kosten- und Nutzenerwartungen über persönliche Normen bis hin zu sozialer Motivation. Unter Berücksichtigung all dieser Faktoren läuft der moralische Entscheidungsprozess wie folgt ab:

Zunächst braucht es ein Wissen um die Umweltproblematik und ein Bewusstsein eigener Einflussmöglichkeiten. Entscheidend ist das Gefühl, dass man durch eigenes Verhalten etwas zum Schutz der Umwelt beitragen kann. Diese kognitiven Faktoren beeinflussen die Motivation für oder gegen umweltgerechtes Verhalten. Die Motivation selbst entsteht im Zusammenspiel aus persönlichen Normen, sozialen Erwartungen und Überlegungen, mit welchen Einschränkungen eine mögliche Verhaltensänderung verbunden wäre.

Auf die Motivationsphase folgt eine Phase der Evaluation: Die sozialen, moralischen und sonstigen Kosten werden gegen den möglichen Nutzen eines bestimmten Verhaltens abgewogen. Erst an diesem Punkt findet eine Entscheidung darüber statt, wie man sich in einer konkreten Situation verhalten soll: umweltschonend oder umweltschädigend. In allen Phasen dieses Prozesses können eigene Gewohnheiten einem umweltschonenden Verhalten im Weg stehen – sei es, dass Einsichten unbewusst blockiert werden, sei es, dass Verhaltenskosten übermässig hoch angesetzt werden.

„Sind Normen aktiviert, können aber aufgrund von starken konkurrierenden Motiven nicht umgesetzt werden, führt dies zu Verantwortungsabwehr und Redefinitionsprozessen.“

„Für die kognitive Phase liegt es auf der Hand, dass hier verschiedene Techniken der Informationsvermittlung anknüpfbar sind; so etwa die Vermittlung von Wissen über die negativen Folgen der globalen Erwärmung sowie die Vermittlung von Wissen über die ökologischen Konsequenzen des eigenen Handelns.“

„Betrachtet man die Motivations- und Entscheidungsphase, geraten vor allem die mit der moralischen Motivation konkurrierenden Motive als Ansatzpunkte für Interventionen in den Blick.“

„Als weitere Ansatzpunkte für Interventionen geraten ausserdem Gewohnheiten in den Blick.“

Konsequenzen für die Praxis

Aus dem neuen, integrativen Erklärungsmodell folgen für die aktuelle Planung von Umweltschutzmassnahmen diese Punkte:

- Informations- und Wissensvermittlung hinsichtlich von Umweltproblemen ist zwar nötig, damit sich persönliche Normen überhaupt herausbilden können. Moralische Gründe allein reichen aber nicht aus, um jemanden zu umweltgerechtem Handeln zu motivieren. Wenn einem Menschen der Aufwand, den eine Verhaltensänderung ihn (nicht nur finanziell) kosten würde, zu hoch erscheint, wird er sich entgegen allen moralischen Erwägungen nicht dafür entscheiden.
- Normzentrierte Strategien dürfen nicht wahllos eingesetzt werden. Informationen über Umweltprobleme tragen zwar dazu bei, dass jemand persönliche Normen im Hinblick auf sein Umwelthandeln entwickelt. Wenn einer entsprechenden Verhaltensänderung aber gegenläufige Motive im Weg stehen – etwa die Angst davor, an Ansehen zu verlieren –, löst man den inneren Konflikt zuungunsten der Normen, die dann womöglich der Bequemlichkeit zuliebe heruntergeschraubt werden.
- Gezielte Informationen über Umweltschutz und Selbstverpflichtung sind also nur dann zu vermitteln, wenn es in der Zielgruppe keine anderen starken Motive gibt, die einer Umsetzung im Weg stehen könnten. Dazu zählt neben einem geringen Ansehen des angestrebten Verhaltens auch der persönliche Eindruck, der Aufwand für eine Änderung sei zu gross.

Beispiel: umweltschonende Verkehrsmittelwahl

Viele Kommunen möchten das Mobilitätsverhalten ihrer Bürger verändern, um den Kohlendioxidausstoss zu verringern. Bei der Planung ist folgendermassen vorzugehen:

Zunächst müssen Sie die Bevölkerung darüber informieren, welche negativen Folgen für die Umwelt etwa Luftverschmutzung und Lärmbelästigung haben. Zugleich sollten Sie klarmachen, was jeder Einzelne zur Lösung der Umweltproblematik beitragen kann, zum Beispiel indem Sie den Anteil der privaten Pkw-Nutzung an der Kohlendioxidproduktion hervorheben.

Vorausgesetzt, Ihre Stadt oder Kommune verfügt über Radwege und einen gut ausgebauten öffentlichen Nahverkehr, sollten Sie öffentlich über diese umweltfreundlichen Formen der Mobilität informieren. Langfristig gilt es, die Erkenntnis zu stärken, dass jeder etwas dazu beitragen kann, den Kohlendioxidausstoss zu reduzieren.

Auf diese Phase der Information folgt die Phase der Motivation. Dabei treten moralische Motive, selbst etwas für den Umweltschutz zu tun, mit anderen Motiven in Konkurrenz. Um nun entsprechende soziale Normen zu fördern, können Sie beispielsweise Werbekampagnen mit prominenten Sympathieträgern starten. Ein gut ausgebautes Netz im öffentlichen Nahverkehr oder auch hohe Parkgebühren machen es den Bürgern zudem leichter, ihr Verhalten zu ändern und seltener das Auto zu benutzen. Wenn konkret aufgezeigt wird, wie man das eigene Mobilitätsverhalten verändern kann, stärkt dies bei den Bürgern die persönliche Norm und Selbstverpflichtung.

Zugleich müssen Sie etwas gegen eingefahrene, umweltschädliche Gewohnheiten unternehmen. Es hat sich gezeigt, dass „temporäre starke Veränderungen der aktuellen Handlungssituation“ besonders wirksam sind, wenn es darum geht, bestimmte Gewohnheiten aufzubrechen.

„Für ein Aufbrechen von Autonutzungsgewohnheiten wäre etwa an die Vergabe von Freitickets (zum Beispiel zur Erprobung einer neuen, bisher nicht ausreichend wahrgenommenen attraktiven Buslinie) zu denken.“

„Ist die Qualität des ÖV-Angebots mittelmässig, das heisst die Verhaltenskosten für potenzielle NutzerInnen hoch, so muss von normzentrierten Massnahmen abgesehen werden, da die Gefahr besteht, dass Verantwortungsbewehr auftritt.“

„Im Anschluss an die Motivationsphase werden Kosten und Nutzen des Verhaltens unter dem Aspekt der verschiedenen Motivationen abgewogen und eine Entscheidung für oder gegen das moralisch motivierte Verhalten getroffen.“

„Im Anschluss an die Motivationsphase werden Kosten und Nutzen des Verhaltens unter dem Aspekt der verschiedenen Motivationen abgewogen und eine Entscheidung für oder gegen das moralisch motivierte Verhalten getroffen.“

So können Sie etwa Autofahrer durch eine Gratisaktion, bei der eine neue Buslinie ausprobiert werden kann, zum Umdenken bewegen. Allerdings nur, wenn diese dabei feststellen, dass der öffentliche Nahverkehr tatsächlich besser ist, als sie dachten. Es gilt also, Autofahrer positiv zu überraschen.

Wenn der öffentliche Nahverkehr als attraktiv wahrgenommen wird, erreichen Sie durch die Stärkung sozialer wie persönlicher Normen und durch das gezielte Aufbrechen alter Gewohnheiten ein gutes Ergebnis. Das gilt vor allem für Bevölkerungskreise, in denen Umweltschutz ohnehin schon ein hohes Ansehen genießt. Als langfristig besonders wirkungsvoll hat sich eine Kombination aus Freitickets und Selbstverpflichtungsstrategien erwiesen.

Wenn der öffentliche Nahverkehr dagegen nicht gut ausgebaut und insgesamt unattraktiv ist, sind solche Massnahmen eher kontraproduktiv. Die Verhaltensumstellung ist dann für die Betroffenen mit so hohen Einschränkungen verbunden, dass sie lieber ganz darauf verzichten und eine Verantwortung für den Umweltschutz ablehnen. Bevor nicht der öffentliche Nahverkehr entsprechend ausgebaut und verbessert ist, sollten Sie also unbedingt auf Strategien zur Stärkung von Normen und Selbstverpflichtung verzichten.

Anpassung an die Realität

Das beschriebene Einflusschema ist im Wesentlichen eine Heuristik, sprich ein pragmatisches Lösungsmodell. Sowohl theoretisch als auch praktisch ließe sich daran noch vieles ausbauen und überprüfen. Es ist jedoch aufgrund der Dringlichkeit des Problems wichtig, möglichst rasch mit einer Umsetzung zu beginnen und Entscheider mit diesem Interventionsmodell auszustatten.

Über die Autorin

Ellen Matthies ist Professorin für Umweltpsychologie an der Otto-von-Guericke-Universität in Magdeburg. Sie ist Mitbegründerin des Journals *Umweltpsychologie* und berät seit 2013 die deutsche Regierung in Umweltfragen.