

Transkript – Umweltpsychologie (Prof. Dr. Robert Gaschler)

Also Umweltpsychologie, das sind eigentlich zwei verschiedene Sachen. Ich würde das kurz auch an Beispielen erläutern. Das eine ist Wirkung der Umwelt auf den Menschen. Das kann was mit Umweltschutz zu tun haben. Das kann aber auch zum Beispiel die Beleuchtung eines Parkhauses sein, die so gestaltet ist, dass man sich da sicher fühlt und gut zurechtfindet. Das ist auch Umweltpsychologie. Die andere Seite von Umweltpsychologie ist Umweltschutzpsychologie. Da geht es darum, wie man zum Beispiel Personen, die sowieso für Nachhaltigkeit was tun wollen, wie man die dabei unterstützt, das auch besser hinzukriegen, was sie sich vorgenommen haben.

Also zu dem ersten Part, Wirkung der Umwelt auf den Menschen, ein Beispiel, was ich wirklich erwähnenswert und toll finde, ist eine Studie zu Raumtemperatur. Ein großer Teil des CO₂-Ausstoßes basiert auf Gebäudeheizen. Wir hatten 2019 eine Bachelorarbeit von einer FernUni-Studentin, Franziska Stefani. Das hat die damals extern gemacht mit Marcel Schweiker. Der war damals am Karlsruher Institute for Technology, jetzt ist er in Aachen Professor. Und was die gemacht haben, die haben Personen in ein Hitzelabor gesteckt. Was hier im Sommer auch an der FernUniversität manchmal relevant ist: Es ist sehr heiß im Büro. Und die haben untersucht, in welchem Ausmaß sich der positive, erleichternde Effekt von Deckenventilation, na ja, ausschleicht oder man könnte auch sagen auswäscht oder auslutscht. Die Studentin war ein bisschen traurig eigentlich über die Ergebnisse ihrer Arbeit, weil sie diesen Rückgang des positiven Effektes, dass das dann so nachlässt, leider nicht nachweisen konnte. Ich konnte dann immer nur sagen: „Ja, das ist doch toll!“ (*lacht*) Das ist eine energetisch günstige Variante, die dazu führt, dass es Personen im Büro gut aushalten, auch wenn es warm ist, ohne dass man sehr viel Energie für Kühlung aufwenden muss. Also Gebäudeheizen ist wichtig und die Psychologie kann dazu beitragen, besser zu verstehen: Wie viel Kühlung brauchen wir eigentlich? Brauchen wir wirklich Kühlung? Oder brauchen wir eigentlich eher nur das Wissen, dass wir den Ventilator anstellen könnten, wenn es nicht mehr geht? Und das hat einen riesen Einfluss auf den CO₂-Ausstoß.

Gut. Ein anderer Punkt – auch Wirkung der Umwelt auf den Menschen –, der ist unter dem Stichwort „ansteckende Unordnung“ zusammengefasst, von Kaizer und Kollegen in Science 2008 veröffentlicht. Die haben zwei Beobachtungsstudien gemacht, in denen sie nachweisen konnten, wenn es irgendwo schon schmutzilig aussieht und Leute den Eindruck haben, da ist sowieso schon Unordnung, dann schmeißen sie gern noch was dazu – also Werbezettel, die an Fahrrädern drangehängt werden, die wurden einfach fallengelassen, anstatt die woanders zu deponieren, wenn das vorher in der Gegend schon etwas schmierig aussah und man so ... insgesamt sozusagen das Anspruchsniveau an Ordnung gesenkt war. Also Unordnung steckt an. Oder im Parkhaus ist das dann auch so gemacht worden, dass wenn da sowieso schon Einkaufskörbe rumstanden, dass die Personen dann Werbezettel einfach durch die Gegend geworfen haben, anstatt was Vernünftiges damit zu machen. Führt natürlich auch praktisch für mich dazu, dass ich bei uns vor der Tür immer aufräume, was oft nötig ist, weil ich weiß, wenn da schon viel liegt, dann schmeißen die Schülerinnen und Schüler, die auf dem Weg sozusagen von einem kleinen Laden, vom Kiosk zur Schule sind, dann einfach noch mehr dazu. Unordnung steckt an.

Der dritte Beispielpunkt zum Thema, die Umwelt wirkt auf den Menschen oder wirkt darauf, wie Menschen sich verhalten, den könnte man mit „direkt in die Tonne“ überschreiben. Es ist tatsächlich so, wenn man dafür sorgt, dass an einem Haus, in dem viele Personen wohnen, ein paar Personen einen Bitte-keine-Werbung-Aufkleber drauf haben, dann steigt die Chance, dass die anderen das dann auch machen, wenn man ihnen einen Aufkleber in den Briefkasten schiebt. Die Nachbarn haben es auch schon, dann mache ich das mal auch. Also die Umwelt wirkt auf den Menschen, was häufig auch was tatsächlich mit Umweltschutz zu tun hat.

Der zweite Bereich von Umweltpsychologie ist sozusagen die Frage: Wie kann Psychologie Personen, insbesondere dann, wenn sie sowieso schon für Umwelt was machen wollen, dabei unterstützen, das auch hinzukriegen? Dazu gibt es eine ganze Reihe von guten Hilfestellungen und der Grundtenor dahinter ist: Na ja, gute Filter, gute Technologie alleine reicht oft nicht, sondern man braucht auch letztlich eine Art soziale Technologie, also Hilfestellung dabei, dass Menschen, die eigentlich sowieso umweltbewusst sind, das auch hinkriegen, in ihrem Verhalten umzusetzen.

Theorietradition

Da gibt es mehrere. Ich referiere die lieber nicht alle, sondern ich picke jetzt eine raus, die ich besonders spannend und wichtig finde. Wenn man das etwas salopp formuliert, könnte man sagen, die Theorietradition besteht darin, dass man Motivationsprobleme zerlegt. Das haben Heckhausen und Gollwitzer 1978 zum Beispiel auch schon so vorgeschlagen. Das sollte man machen. Man zerlegt die in einen Teil, der im Wesentlichen auf bewussten Entscheidungen beruht, und in einen Teil, in dem es eher darum geht, Gewohnheiten in Schach zu halten. Der Teil, der auf bewussten Entscheidungen beruht, der läuft in der Psychologie allgemein unter dem Stichwort „Erwartung mal Wert“. Das ist eine Theorietradition, die mit Jacqui Eccles, University of Michigan, insbesondere verbunden ist. Erwartung mal Wert, was heißt das? Erwartung bedeutet, glaube ich, dass ich ein Ziel hinbekommen kann. Kann ich das hinkriegen? Glaube ich, dass ich das schaffen kann? Wert bedeutet: Ist das attraktiv für mich? Wenn beides der Fall ist, also ich glaube, ich kann das hinkriegen, und es ist auch attraktiv für mich, dann wird das dazu führen, dass man das Ziel, zumindest erst mal als Ziel akzeptiert und sich dessen annimmt. Bei umweltschutzrelevanten Themen kann das zu Schwierigkeiten führen. Wenn man jetzt an Klimasachen denkt – Wert –, also, ist das attraktiv für mich? Ja, schon. Klar, ist wichtig – offensichtlich. Erwartung – glaube ich, dass ich das hinkriegen kann –, da kann man so seine Fragezeichen dran setzen. Das ist auch ein Bereich, an dem die Psychologie in den letzten Jahren intensiv angesetzt hat, nämlich dass man dafür sorgt, dass Personen sich in solchen Situationen nicht mit der Perspektive, ich bin ein Individuum, zufrieden geben, sondern sich mehr als Teil einer Gruppe sehen, sodass die Chance steigt, dass sie denken, da kann man, da können wir als Gruppe, tatsächlich was erreichen. Weil nur wenn beides gegeben ist – Erwartung ist da, Wert ist da –, also ich glaube, ich kann es hinkriegen, und ich glaube, es ist attraktiv, dann passiert auch was. Dinge, die man nur attraktiv findet, oder Dinge, die man nur schaffbar findet, die nimmt man sich eben leider nicht als Ziel.

Gut, zu dem Hinkriegen-Problem – wir haben viele Ziele, die haben wir zwar als Ziele uns gesetzt, aber dann passiert halt nicht so viel –, da gibt es eine ganze Reihe von beinahe banalen Hilfestellungen, die aber wirksam sind, die unter dem Stichwort „Volition“ laufen – man könnte sagen Willensunterstützung. Man sorgt dafür, dass man Absichten so formuliert, dass die Chance steigt, dass man in dem Moment, wo man

eine Gelegenheit hat, dass es einem dann auch auffällt – jetzt ist die Gelegenheit, das Ziel auch umzusetzen – und dass man es dann auch tatsächlich macht. Da sind zum Teil, man könnte fast sagen, banale Tricks. Aber wenn Personen das sowieso die ganze Zeit so machen würden, dann würde die Forschung nicht immer wieder große Effekte davon zeigen, dass man Personen das doch noch mal nahelegt, so einen Trick auch anzuwenden.

Fragestellung

Eine für mich spannende Frage ist: Wie kann man Personen, die Umweltschutz gut finden und die das als Ziel wichtig finden, dabei unterstützen, das auch hinzukriegen, was sie prinzipiell gut finden? Gibt es so ähnlich auch in der Gesundheitspsychologie. Menschen wollen sich natürlich gesundheitsgerecht verhalten, aber da ist es oft angezeigt, Hilfestellung zu leisten, dass das, was man will, tatsächlich ... dass man es auch umsetzen kann. Das ist spannend und auch schön, weil man da ja auch agiert im Konsens und in der vollen Unterstützung der Person. Also eine Person will etwas und man hilft ihr dabei, das tatsächlich auch hinzukriegen. Es geht nicht darum, dass man jemanden was unterschiebt, was natürlich unangenehm und ethisch auch durchaus problematisch sein kann.

Dafür vielleicht ein Beispiel. Das könnte man knapp überschreiben mit „Gutschein oder gute Absicht?“. Das illustriert das vielleicht ganz gut, weil es da letztlich um Geld geht und auch um ein Aufwiegen in Geld. Da gibt es eine von vielen Untersuchungen, die deutlich machen, wenn man Absichten geschickt formuliert und Personen dabei hilft, das zu tun, dass das mindestens so erfolgreich ist, wie mehr Geld einsetzen für eine psychologische Intervention. Das ist gemacht worden schon um 2002 herum von Sebastian Bamberg. Studierende haben Gutscheine bekommen, um einen Bioladen mal auszuprobieren. Das ist klar, viele von denen – das war damals nicht anders als heute – haben nicht so viel Geld, sollten aber trotzdem sich das Ding mal angucken. Und irgendwie ist ja auch schade, wenn so ein Gutschein verfällt. Also es waren richtige Gutscheine mit richtigem Geld drauf. Und letztlich ging es darum: Wie viele Personen gucken sich den Laden denn mal an, ob da manches von dem, was die im Angebot haben, für sie auch erschwinglich und vielleicht auch attraktiv sein könnte? Variiert worden ist da experimentell – das heißt also, zufällig zugewiesen –, wie viel Geld auf dem Gutschein drauf waren. 2,5 Euro oder 7,5 Euro? Zusätzlich ist variiert worden, ob

man die Person dann, wenn man ihr den Gutschein in die Hand drückt, dazu bringt, eine konkrete Absicht zu formulieren, die dann zum Beispiel heißt: „Na ja, Sie haben doch die Absicht, diesen Laden auszuprobieren. Deswegen nehmen Sie ja den Gutschein, sonst würde das ja gar keinen Sinn machen. Und schreiben Sie doch mal ganz kurz auf, wann genau Sie das ausprobieren möchten in der kommenden Woche.“ Wann – nach welcher Veranstaltung, bei welcher Gelegenheit genau? Wozu soll man das machen? Das macht man, damit das Ziel, das man sich gestellt hat – ich will diesen Gutschein natürlich nicht verfallen lassen –, dass einem das auch einfällt in der konkreten Situation, also zum Beispiel nach einer spezifischen Vorlesung oder nachdem man einen bestimmten Tag aufsteht oder nach dem Joggen oder was auch immer. Dann fällt einem ein, da wollte ich doch noch was machen. Ist so ähnlich wie Gelb für den gelben Briefkasten. Man investiert also ein bisschen Mühe, so eine konkrete Absicht zu formulieren. Und das führt dazu, dass einem automatisch später, wenn die Gelegenheit da ist, also die konkrete Situation, die man in diese Absichtsformulierung eingeschlossen hat, dass es einem dann auch einfällt und man es dann auch macht. Gut, und um es ganz knapp hinsichtlich der Ergebnisse zusammenzufassen: Wenn man diesen nahezu banalen Trick, konkrete Absicht formulieren, nutzt, dann hat man eine so hohe Chance, dass jemand tatsächlich in dem Laden aufschlägt, wenn er nur einen 2,50-€-Gutschein bekommen hat, wie jemand, der einen 7,50-€-Gutschein bekommen hat, aber nicht dazu gebracht worden ist, vielleicht sich doch noch kurz zu überlegen, wann er den dann einsetzt. Also dieser einfache, verbale Trick spart sozusagen fünf Euro, könnte man sagen, oder ist so viel wert. Man könnte jetzt auch sagen: Bezahlen Sie lieber eine Psychologin oder einen Psychologen, das lohnt sich, Sie sparen am Ende sehr viel Geld, weil die mit einfachen Maßnahmen dazu beitragen können, dass Dinge funktionieren. Und diese Idee – konkrete Absichten, wann genau mache ich das eigentlich und wie mache ich das –, die ist über viele Themenbereiche durchexerziert worden, erfolgreich: Energiesparen bei Jugendlichen – also „Wenn ich aus dem Zimmer gehe, dann ...“, und so weiter. Oder auch bei Personen, die sowieso von sich aus mehr vegetarisches Essen ausprobieren möchten – also nicht, es wird jemand untergeschoben, sondern Personen, die sowieso sagen: „Ja, ich will das jetzt machen“ –, auch bei denen ist das so, wenn man ihnen dabei hilft, indem man sie dazu bringt, eine konkrete Absicht zu formulieren, dann steigt beträchtlich der Anteil der vegetarischen Mahlzeiten,

die dann eben auch eingenommen worden sind. Ansonsten hat man viele schöne Ziele im Leben und viele davon bleiben einfach liegen oder bleiben Ziele.

Methodischer Zugang

In der Psychologie insgesamt werden überwiegend quantitative Studien durchgeführt. Es gibt in einigen Bereichen, so auch in der Umweltpsychologie, auch qualitative Arbeiten. Ist häufig auch wirklich sehr nützlich. Die Umweltpsychologie arbeitet sowohl mit korrelativen Designs, also man schaut einfach, was sowieso schon an Variation da ist, und untersucht das dann. Oder man arbeitet experimentell, indem man eben selber herstellt, was man an Variation so braucht, wie eben gerade erläutert, dass man zum Beispiel zufällig und absichtlich manchen Personen einen 2,50-€-Gutschein gibt und anderen einen 7,50-€-Gutschein. Beides geht. Hinsichtlich der abhängigen Variablen ist das sehr bunt und breit. Es wird mit Selbstbericht gearbeitet, häufig mit geschlossenen Fragen, also zum Ankreuzen sozusagen, überwiegend natürlich online mittlerweile. Beobachtetes Verhalten spielt eine wichtige Rolle. Ich habe vorhin über diese Parkhaus- und Fahrradparkplatz-Studien gesprochen, da ist ausgezählt worden, wie häufig ein Zettel einfach fallen gelassen wird. Oder wenn es darum geht: „Wie viele Personen kleben ein Bitte-keine-Werbung-Aufkleber auf ihren Briefkasten in Abhängigkeit davon, ob ihre Nachbarn schon einen haben?“, auch da wird natürlich nachgezählt einfach, also beobachtetes Verhalten. Eine Technik, die vielleicht etwas besonders ist, zumindest innerhalb der Psychologie, nicht innerhalb der Wirtschaftswissenschaften, wäre kontingente Evaluierung. Also da würde man tatsächlich schauen, indem man Gutscheine unterschiedlich hohem Geldbetrages in Aussicht stellt: Wie viel ist jemandem etwas zum Beispiel wert? Zum Beispiel das Aufgeben einer Jagdlizenz, die vielleicht gar nicht mehr wirklich sinnvoll ist, aber die man den Leuten auch nicht so ohne weiteres wegnehmen kann oder möchte. Kann man dann rausfinden. Wie hoch muss ich eigentlich gehen, bis die meisten sagen: „Ja, dann mache ich ein anderes Hobby“? Gut, ein letztes Beispiel für methodische Breite innerhalb der Umweltpsychologie, da würde ich kurz auf eine Studie eingehen von Lewandowsky und Kollegen, die heißt „A blind expert test of contrarian claims about climate change“. „Blind expert test“, was soll das sein? Die haben erst mal rausgesucht, dass auch in wissenschaftlichen Kontexten argumentiert wird, dass bestimmte öffentlich zugängliche Daten und Datengrafiken über den Klimawandel unterschiedlich und heterogen interpretiert

werden. Die einen sagen dann: „Ja, sieht man doch. In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts wird der Anstieg flacher.“ Und andere sagen: „Nein, das sieht man nicht.“ Und das ... Also, unterschiedliche Leute gucken auf dieselbe Datengrafik – das sind öffentliche Daten, die Daten sind an sich sauber –, aber die interpretieren das unterschiedlich. „Blind expert test“, was soll das nun? Na ja, also die Studie dort ist so gemacht worden, dass dann tatsächlich die Datengrafiken, über die im Kontext von Klimawandel gestritten wird, auch in wissenschaftlichen Zusammenhängen, und bei denen man nicht so genau weiß, ist das vielleicht eher motivierte Kognition, die wollen es irgendwie nicht sehen oder einsehen, oder ist es wirklich so, dass das sozusagen echte und nicht basierend auf Vorannahmen und politischen Überzeugungen fundierte Uneinigkeit da zum Tragen kommt. Also um das hinzukriegen, um das da rauszusubtrahieren, sind diese Datengrafiken sozusagen entkernt worden. Also anstelle von schmelzendes Grönlandeises steht dann auf der y-Achse was anderes, zum Beispiel der Rückgang der ländlichen Bevölkerung oder oder oder, und eine ganze Reihe von echten Datengrafiken, über die im Kontext „Klimawandel“ gestritten wird. Die wurden in einen neuen Kontext übersetzt – gleiche Grafik, andere Achsenbeschriftung. Und das wurde dann Personen, die man als Experten für das Herauslesen von Trends aus Datengrafiken durchaus ansehen kann, Leute aus der Statistik und Leute aus der Ökonomie, vorgelegt. Die haben sich das alle angeguckt und siehe da, der Konsens war fast 100 Prozent. Also wenn man sozusagen den strittigen Inhalt rausnimmt, gibt es keine Streiterei hinsichtlich der Frage, ob der Anstieg in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts möglicherweise stärker ist oder nicht. Die Studie ist spannend. Man kann das von Lewandowsky auch runterladen. Also diese ganzen Studienmaterialien, die hatten einen kleinen Haken natürlich. Man muss mit Vorspiegelung falscher Tatsachen arbeiten, also „deception“. Das ist ethisch problematisch. Das haben die so gemacht mit dem Argument, das Thema ist so wichtig, dass man Personen da auch ein bisschen an der Nase herumführen kann und natürlich ihnen hinterher erläutert, wofür man das gemacht hat und was man da gemacht hat und dass das wichtig war und dass es das auch wert war. Ich vermute, häufig kann man so eine Entkernung auch machen, ohne falsche Dinge dran zu schreiben, sondern einfach, indem man gar nichts an die Achsen schreibt. Das geht auch.

Projektbeschreibung

Ich würde knapp über eine Studie von Mariam Katsarava, aus ihrer Dissertation, die ich betreut habe, sprechen. Der Hintergrund war, wir haben an der FernUniversität so einen Bereich, der heißt „energieflexible Produktion“. Das ist so ein interdisziplinärer Verbund. Die Idee ist: Der Input von erneuerbaren Energien schwankt stark. Solar und auch Wind natürlich haben starke Schwankungen im Angebot. Und das kann man ausgleichen, indem man Industrieproduktion insbesondere flexibler macht. Zum Beispiel Kühlhäuser, die kann man auch mal drei Stunden früher anwerfen und zu einer Zeit, wo gerade mehr Windstrom im Netz ist und der vielleicht sogar im Überfluss vorhanden ist. Gut, zu dem Projekt von Mariam Katsarava – die Frage da war: Brauchen wir eigentlich dieses Wissen über die Perspektive „energieflexible Produktion“ als Kommunikationsstrategie, um die Akzeptanz von Windenergie zu retten oder hochzuhalten? Oder ist das eigentlich egal? Die Idee war: Wir wollen wissen, ob man ... ob dann, wenn wir Personen das wirklich sehr deutlich auf dem Tablett servieren, wie variabel Windstrom ist, ob das die Akzeptanz von Windenergie kompromittiert oder ob das eigentlich nicht viel macht. Wie haben wir das gemacht? Damit man jetzt nicht einfach nur einen Text vorlegt, den manche Personen vielleicht lesen und andere nicht so lesen, haben wir Personen die Aufgabe gegeben, dass sie für einen Monat, das war der September 2019, für jeden Tag den Energie... oder den Verlauf der Windstromeinspeisung in Megawatt sich angucken und dazu sagen: Wie stark fluktuiert das und wie stark vorhersagbar ist das? Na, da gibt es Tage, da ist die Kurve recht flach, um die 5000 Megawatt. Es gibt andere, da geht das bis auf 20.000 hoch. Innerhalb der Tage gibt es große Schwankungen, zwischen den Tagen gibt es große Schwankungen. Wenn man da dreißig Tage durchgeht und man sagt: „Ja, heute große Schwankungen“, „vorhersagbar“, „nicht so vorhersagbar“, dann hat man sicherlich verstanden, dass man mit der Windenergie nicht so ganz, ganz sicher rechnen kann, sondern dass das ein Tag mal mehr ist, auch deutlich mehr – wie das Vierfache –, und ein Tag auch mal weniger. Gut, also die Teilnehmerinnen und Teilnehmer an dem Versuch haben als Erstes sich die dreißig Tage der Reihe nach angeguckt, da Ratings abgegeben und hinterher haben sie Akzeptanzfragen zu Windenergie beantwortet: „Wie wäre es denn in fünf Kilometer Abstand?“, „Oder auch in zwei Kilometer Abstand?“, „Und ist so was prinzipiell sinnvoll?“, und so weiter. Akzeptanzfragen eben.

Um jetzt den Einfluss davon auch festmachen zu können, dass man jemanden das noch mal auf dem Tablett serviert, wie doll das fluktuiert, ist variiert worden, ob man die Akzeptanzfragen am Anfang stellt oder ob man die Akzeptanzfragen erst nachdem man diese ganzen Tage des September 2019 durchbewertet hat, stellt.

Zusätzlich, um auch an diesen Blind-Expert-Test noch mal anzuknüpfen, gab es eine Bedingung, bei der von Windenergie gar keine Rede war, sondern bei der dieselben Grafiken ohne Beschriftung gezeigt worden sind und auch da gefragt worden ist: „Wie doll schwankt diese denn?“, „Wie vorhersagbar ist es denn bei dieser hier?“, sodass man nachschauen kann, ob prinzipiell, zum Beispiel bloß, weil da Windstrom dran steht, Personen das schon für stärker fluktuierend oder schlechter vorhersagbar oder vielleicht auch für weniger fluktuierend und besser vorhersagbar, weil sie das irgendwie gut finden, einschätzen. Was kam da raus? Da kam raus, alles kein Problem, um es knapp zu machen. Also die Einschätzung der Person, wie doll so was fluktuiert, die hat sich nicht unterschieden in Abhängigkeit davon, ob sie wussten, dass es da um Windstrom geht, oder ob da gar nichts weiter an den Achsen dran stand. Wir konnten zeigen, dass die Personen das prinzipiell sehr gut einschätzen können. Also über die Teilnehmer*innen hinweg herrscht sehr hohe Konsistenz, welcher Tag ein guter Tag ist und welcher Tag ein schlechter ist. Es ist also nicht, dass die Leute einfach überfordert sind und „Ach, na gut. Die wollen Antworten von mir. Hier habt Ihr.“ Nein, die Leute sind sich sehr einig. Also wissen wir, die haben das tatsächlich gemacht und verstanden. Außerdem ist dabei rausgekommen, dass die Akzeptanz nicht gefährdet ist. Also wenn man das vorher noch mal auf dem Tablett serviert bekommt, dass das leider sehr variabel ist, schadet das der Akzeptanz nicht, sodass man auch keine besonderen Handstände hinsichtlich Kommunikationsstrategien da erst mal sich überlegen muss. Die WiWi-Kollegen aus dem Verbund meinten dann gleich: „Na ja, habt Ihr den Teilnehmerinnen und Teilnehmern auch richtig deutlich gemacht, dass das auch Geld kostet?“ Also da gibt es Folgestudien natürlich zu der Studie, die da in der Dissertation schon enthalten und zur Veröffentlichung in so einer Fachzeitschrift auch vorgesehen ist.

Textvorschlag

Ich versuche jetzt, zwei Texte reinzumogeln. Genau, die sind sehr unterschiedlich und haben dann beide ihre Berechtigung. Der eine ist von Immo Fritsche, der lehrt in Leipzig,

und Kolleginnen und Kollegen, der heißt „A social identity model of pro-environmental action“. „Social identity model“, wenn man das auseinandernimmt und sozusagen aufklappt, dann ist das ungefähr das, was ich vorhin auch schon bei dem Thema „Erwartungs-mal-Wert-Theorien“ erläutert habe. Also, manchmal denken Personen über sich selbst mehr als Teil einer Gruppe nach und manchmal sehen sie sich mehr als einzelne Personen. Da es aber für die Frage, ob man sich ein Ziel setzt oder ob man das lieber bleiben lässt, sehr wichtig ist, dass man eine hohe Erwartung hat – also, Erwartung heißt, dass man glaubt, dass man das auch hinkriegen kann –, ist es sehr hilfreich, unter anderem bei Klimaschutz, wenn man sich als Teil einer Gruppe sieht. Weil das die Chance steigert, dass man glaubt, dass man da was hinkriegen kann, und dass man das Ziel tatsächlich auch dann sich setzt.

Der andere Text ist von Karin Hamann und anderen Personen, der heißt „Psychologie im Umweltschutz. Handbuch zur Förderung nachhaltigen Handelns“. Den kann man frei als PDF runterladen. Da haben sich Leute schon während ihres Studiums zusammengetan und das kurz nach dem Studium fertig gemacht und haben das, was die Wissenschaft da so produziert hat in den letzten (*lacht*) dreißig Jahren, würde ich fast sagen, zusammengetragen in einer sehr ansprechenden Art und Weise und so, dass man das auch mit Checklisten durcharbeiten kann, dass man es gut versteht, dass man auch Lust hat, das anzuwenden und dass man auch das Fach nicht studiert haben muss, sondern dass es reicht, wenn man das Fach und das Thema interessant findet. Also, das heißt „Handbuch zur Förderung nachhaltigen Handelns“. Genau. das kann man frei runterladen. Das sind 100 Seiten, am besten nicht ausdrucken natürlich (*lacht*), sondern gleich vom Computer aus umsetzen.