

Nachhaltig wirken:

Wie begeistern wir mehr Menschen
für ein umweltneutrales Leben im Stadtteil?

7.5.2024



Enkelfähig leben in Ruhrort
(ELRO)



Wie begeistern wir mehr Menschen für ein umweltneutrales Leben im Stadtteil?

1. Kurzer Rückblick auf die letzte ELRO-Veranstaltung
2. Stand des Wissens zur Motivation von Menschen zu einem umweltneutralen Lebensstil
3. Austausch in Kleingruppen:
Anwendung auf konkrete Projekte in Ruhrort



Rückblick, 14. April 2024: insektenfreundlich Gärtnern



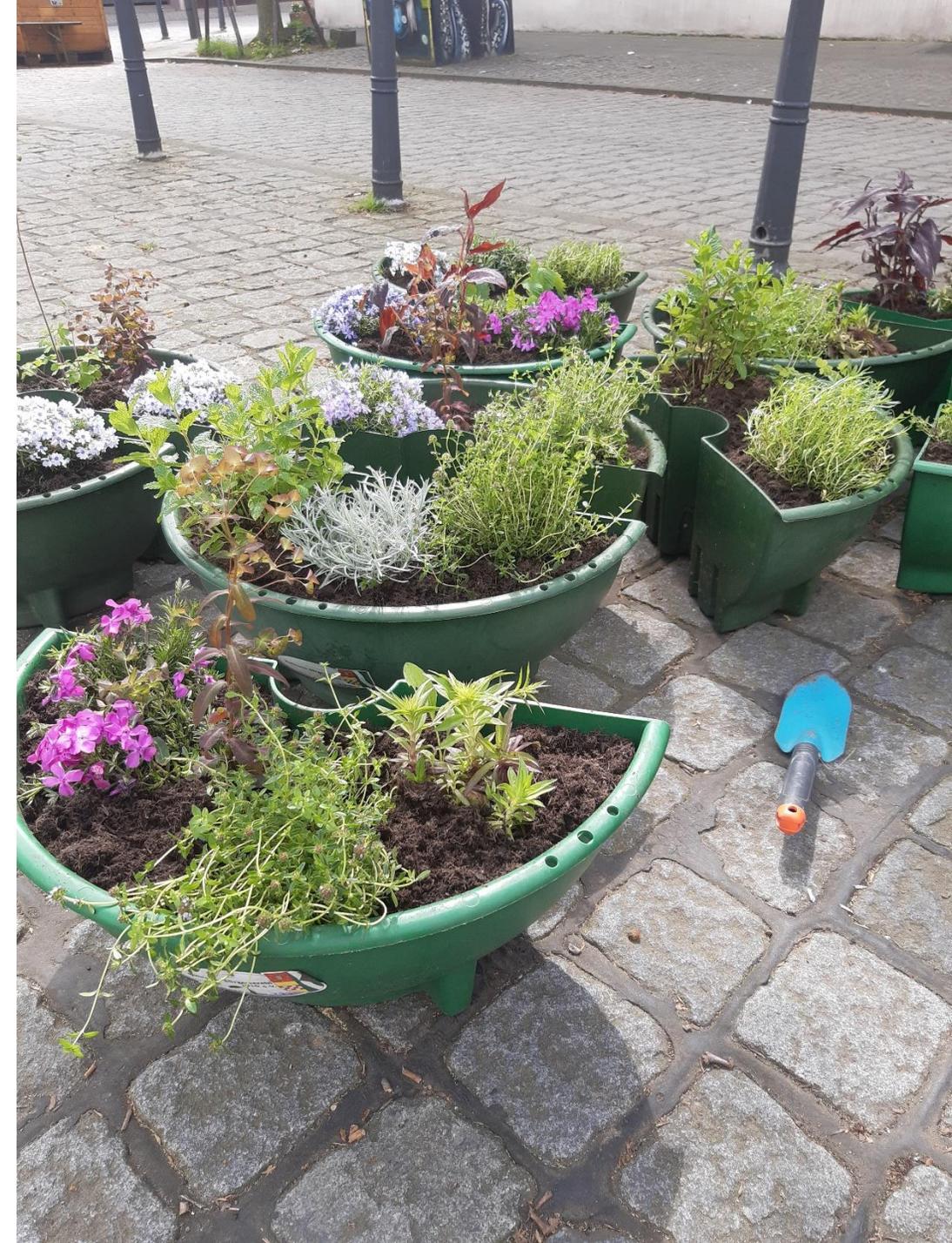
ca. 30 interessierte Bürger:innen

Führung durch einen insektenfreundlichen
Garten mit Handlungstipps

- auf Pestizide verzichten
- passende Pflanzen als Nahrung sowie eine Wasserstelle anbieten
- Unterkünfte anbieten (Insektenhotels, alte Holzstümpfe)

gemeinsame Pflanz-Aktion

- Pflege der bereits insektenfreundlichen Blumenampeln
- Neubepflanzung der 6 Blumenampeln des Bürgervereins am Neumarkt





Stand des Wissens zur Motivation von Menschen zu einem umweltneutralen Lebensstil



Ausgangslage

„Wenn ich nur alle Details kennen würde und mir ausreichend Argumente zurecht lege – dann kann ich alle überzeugen!“

Stimmt das?

Startseite | Klimawissen | Fakt ist ... | Fakt ist: Weit mehr als 90 Prozent der...

Gibt es wirklich einen Klimawandel?

Behauptung: „Es gibt (noch) keinen wissenschaftlichen Konsens zum Klimawandel“

Fakt ist: Weit mehr als 90 Prozent der Klimaforscher sind überzeugt, dass der Mensch den gegenwärtigen Klimawandel verursacht

Antwort: Es ist wissenschaftlich gesichert und gut belegt, dass menschliche Aktivitäten die Hauptursache der laufenden globalen Erwärmung sind. Diesem Konsens stimmen Wissenschafts-Akademien aus 80 Ländern zu, außerdem viele weitere wissenschaftliche Organisationen und – laut mehrerer Studien – mindestens 97 Prozent der Klimawissenschaftler:innen.

Vermutlich wird es immer Menschen geben, die den menschengemachten Klimawandel bestreiten – die große Frage ist aber, wie kompetent diese sind und wie verlässlich ihre Einschätzungen.

Wissenschaftler:innen müssen bekanntlich ihre Aussagen und Einschätzungen mit Forschungsergebnissen und Daten untermauern, die einen strengen Begutachtungsprozess überstanden haben. Bei diesem sogenannten „Peer Review“-Prozess wird eine Veröffentlichung anderen Kolleg:innen mit derselben Spezialisierung vorgelegt und so geprüft, ob sie eventuell überzeugende Einwände haben.

Vor rund 20 Jahren ergab erstmals eine Untersuchung von peer-reviewten Veröffentlichungen zum Thema (konkret: aller Studien zum Stichwort „globaler Klimawandel“ aus den Jahren 1993 bis 2003),

1.1 Fakt ist: Weit mehr als 90 Prozent der Klimaforscher sind überzeugt, dass der Mensch den gegenwärtigen Klimawandel verursacht

→ Weiterlesen

1.2 Fakt ist: Die sogenannte „Oregon-Petition“ von angeblich 31.000 Wissenschaftlern wurde fast ausschließlich von Fachfremden unterzeichnet

→ Weiterlesen

1.3 Fakt ist: Es gibt zahlreiche und voneinander unabhängige Belege dafür, dass die globale Erwärmung stattfindet

→ Weiterlesen

1.4 Fakt ist: Die meisten Fachleute, die als vermeintliche Kronzeugen gegen den Klimawandel präsentiert werden, wehren sich vehement gegen diese Vereinnahmung

→ Weiterlesen

1.5 Fakt ist: Der Trend der Erderwärmung kann mit unzähligen Daten von Wetterstationen und anderen Quellen belegt werden

→ Weiterlesen

1.6 Fakt ist: Der Einfluss von Städten auf Temperaturdaten wird oft überschätzt, der Erwärmungstrend unterscheidet sich in urbanen und ländlichen Gebieten kaum.

→ Weiterlesen

1.7 Fakt ist: Zwar gibt es einzelne wachsende Gletscher – eine Gesamtschau aber zeigt, dass weltweit die Gletschermasse deutlich schrumpft

→ Weiterlesen

1.8 Fakt ist: Das wichtige Festland-Eis der Antarktis schwindet, und zwar in zunehmendem Tempo

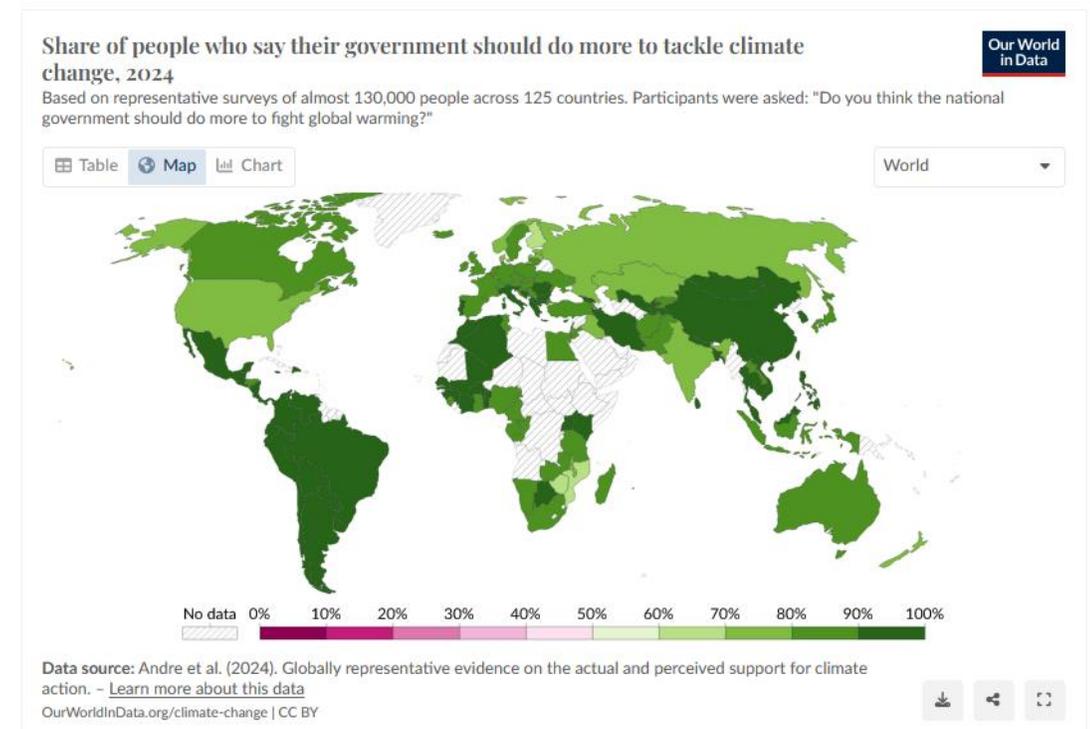
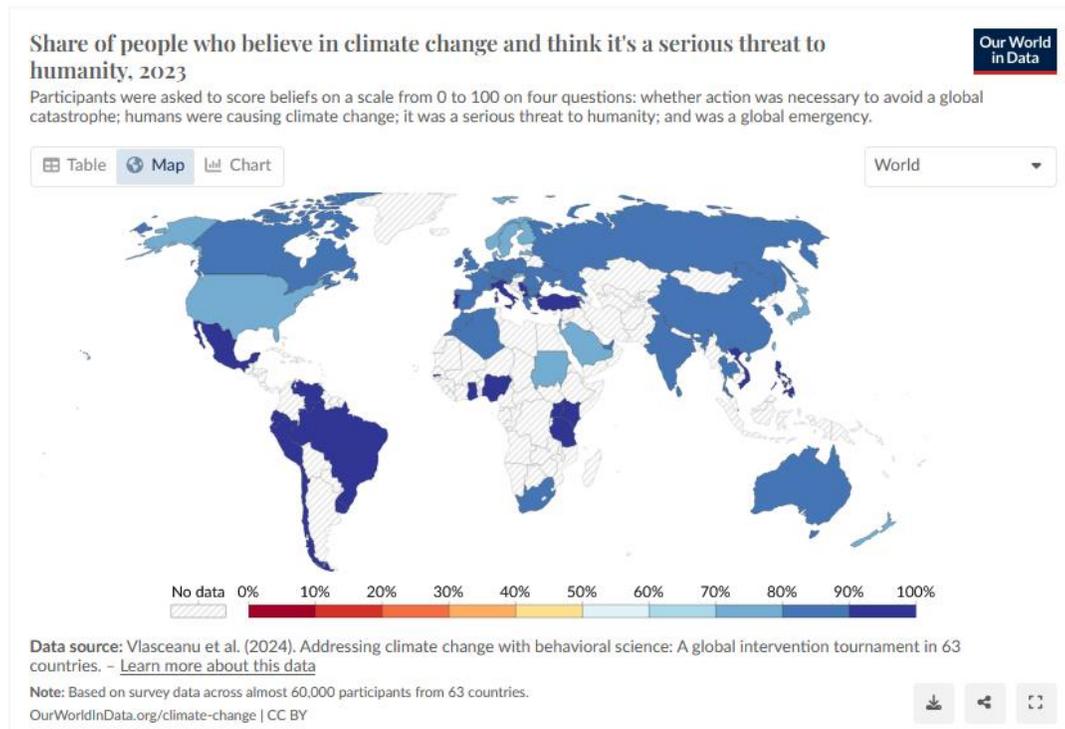
→ Weiterlesen



Angangslage

Der Großteil der Menschen sagt bereits, dass die Klimakrise eine ernsthafte Bedrohung für die Menschheit sei (83% in Deutschland) und ihre Regierung mehr dagegen tun sollte (86 %).

Quelle: Ritchie (2024)





Motivation: Vom Wissen zum Handeln

Handlungsphase	Herausforderung	Zentrale Konstrukte	Interventionsstrategien
Sorglosigkeit	Information	◆ Problembewusstsein	Aufmerksamkeitslenkung & Wissensvermittlung
Intentionsbildung	Motivation	◆ personale Norm ◆ subjektive soziale Norm ◆ Einstellungen ◆ wahrgenommene Zielerreichbarkeit ◆ Zielintention	Neubewertung individueller Vor- und Nachteile & Neustrukturierung von Zielhierarchien
Handlungsvorbereitung	Planung	◆ Implementationsintention ◆ motivationale Selbstwirksamkeit	Konkretisierung von Handlungszielen & Handlungsplänen
Handlungsausführung	Umsetzung	◆ wahrgenommene Verhaltenskontrolle	Bereitstellung unterstützender sozialer, organisatorischer, infrastruktureller, technologischer Angebote & soziale Unterstützung
Aufrechterhaltung	Routinisierung	◆ Aufrechterhaltungselbstwirksamkeit ◆ Wiederherstellungselbstwirksamkeit	Positive Verstärkung & Rückfallprävention

Motivation: Beispiel Information

Aufmerksamkeitslenkung

- hohe Anzahl konkurrierender Informationen
- Tendenz zur Verdrängung bedrohlicher Informationen



Wissensvermittlung

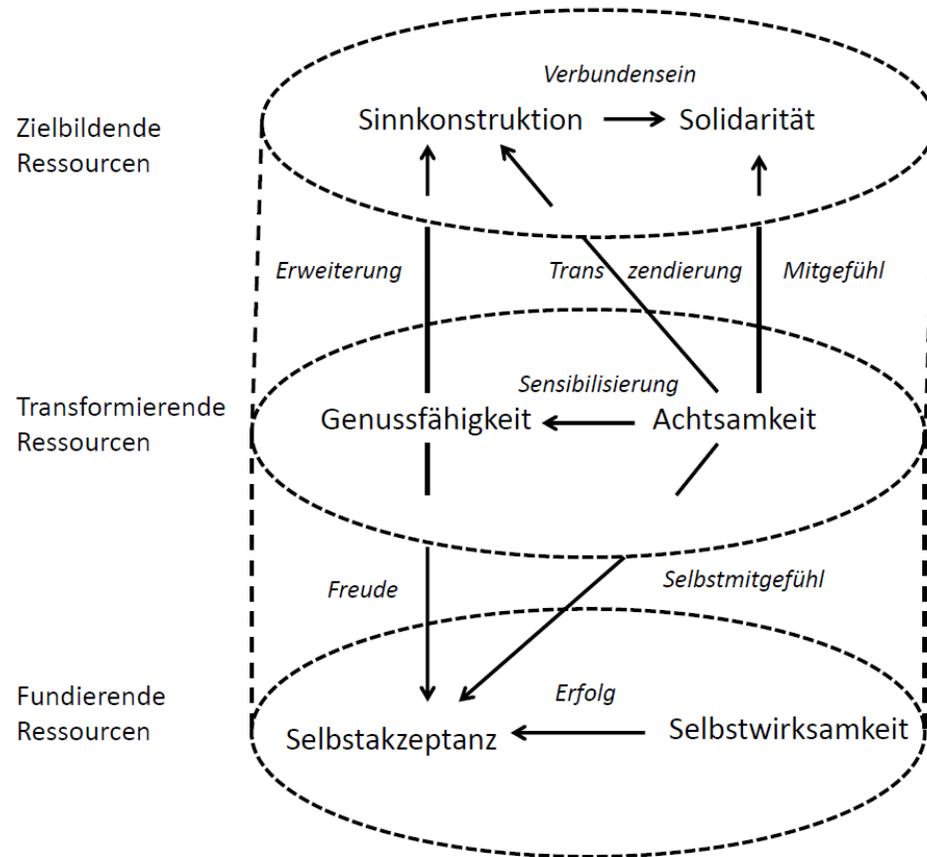
- verständlich
- handlungsorientiert
- glaubwürdig
- zielgruppenspezifisch
- aktuell
- professionelle Gestaltung



Marcel Hunecke



Motivation: Glückliches und nachhaltiges Leben



Vorteile nachhaltiger Lebensstile

Autonomie
Entschleunigung
Zeitwohlstand
Entrümpelung
Gesundheit
Gemeinschaft
Geldsparen

Quelle: Hunecke (2022), S.134



Motivation in Gruppen von Engagierten erhalten

- Mitgliedern ein Gefühl der Zugehörigkeit geben
- Gruppenerfolge feiern
- spaßige Momente schaffen
- Emotionen durchscheinen lassen
- eine organisierte Konfliktkultur pflegen
- Kulturen der Aufopferung, der Leistung und des Wettbewerbs reflektieren
- freundlich zu anderen Gruppen innerhalb der Nachhaltigkeitsbewegung sein
- Gruppen-Ressourcen überprüfen (Zeit, Geld, Arbeitskraft)
- gesundes Engagement zum Thema machen

Quelle: Hamann et al. (2024), S. 186-190



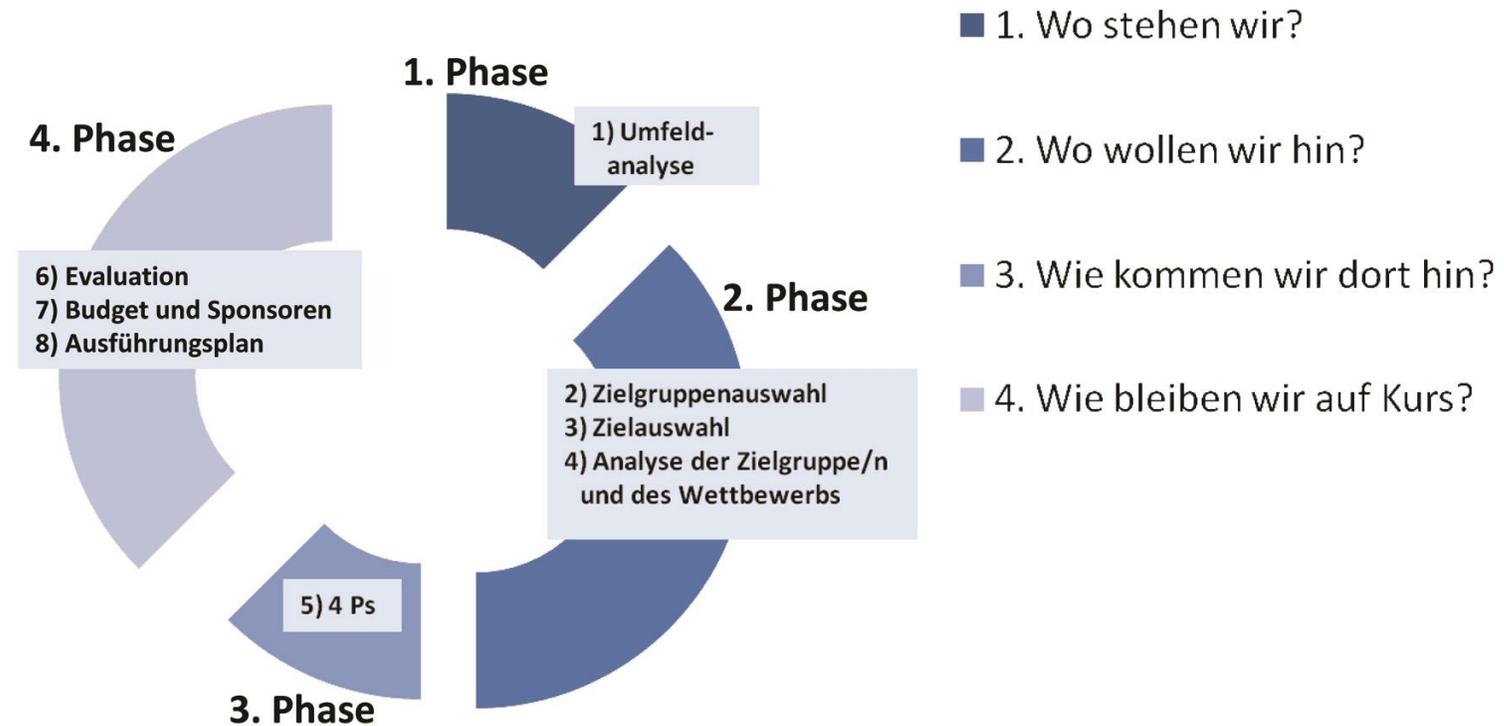
Prozessorientierung: Marketing-Zyklus





Prozessorientierung: Soziales Marketing

4 Phasen mit 8 Schritten

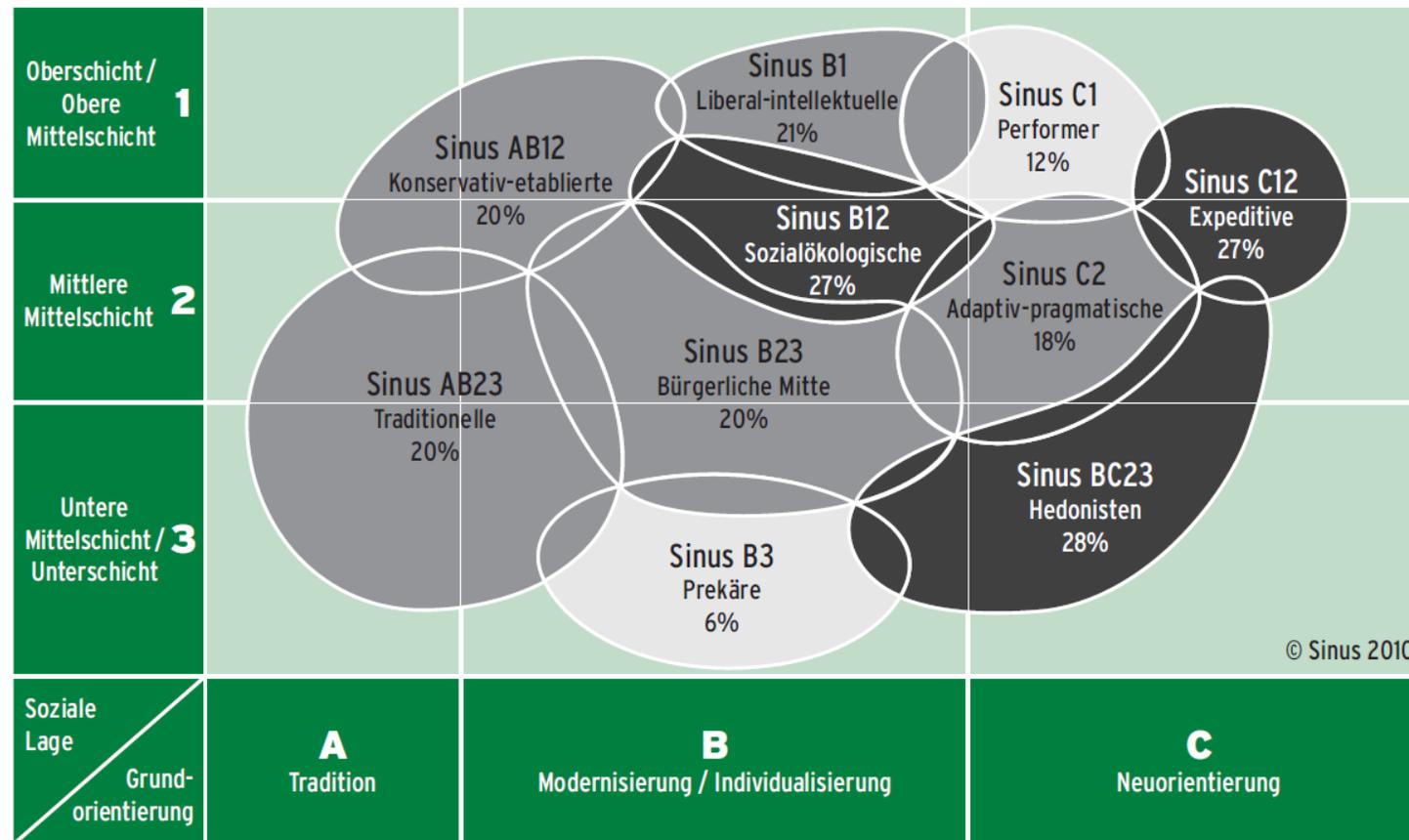




Zielgruppen: Beispiel SINUS-Milieus

Abbildung 3: Priorität des Aufgabenfelds Umweltschutz (Bevölkerungsdurchschnitt: 20 %)

■ stark überdurchschnittlich ■ überdurchschnittlich ■ durchschnittlich ■ unterdurchschnittlich ■ stark unterdurchschnittlich



© Sinus 2010

Frage: Was, glauben Sie, ist das wichtigste Problem, dem sich unser Land heute gegenübersteht? Umweltschutz (1. und 2. Nennung bei einer offenen Fragestellung)

Quelle: Borgstedt, Hipp & Reusswig (2011)



Zielgruppen: Beispiel Lifestyle of Health and Sustainability (LOHAS)



Quelle: SPIEGEL, 2011, S. 6f



Zielgruppen: Vor- & Nachteile unterschiedlicher Segmentierungen

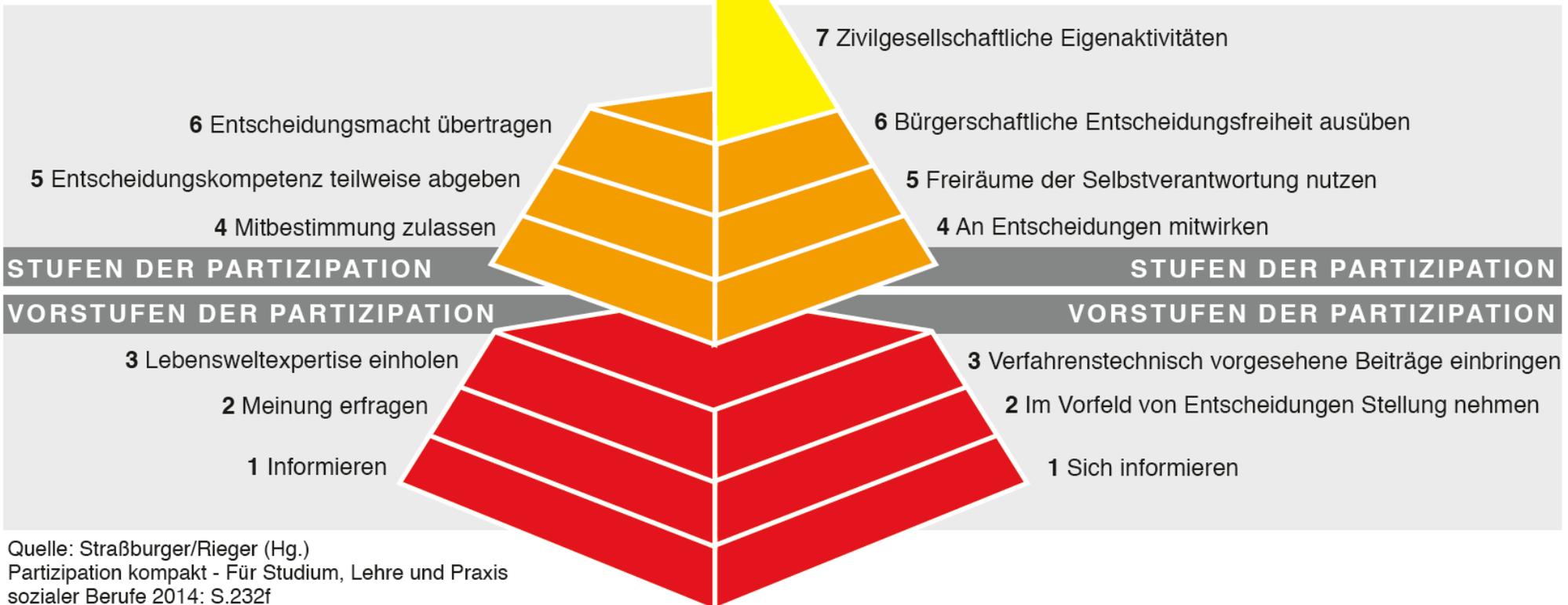
	Zielbezogene Kriterien		Methodische Kriterien		Umsetzungsbezogene Kriterien	
	Verhaltensrelevanz	Ansatzpunkte Verhaltensänderung	Messbarkeit	Zeitliche Stabilität	Adressierbarkeit	Verhältnis von Aufwand und Nutzen
Geographische Segmentierung	+ /0/ -	-	++	++	++	+/0/-
Verhaltensbasierte Segmentierung	X	--	+	0	+	-
Soziodemografische Segmentierungen: Haushaltstypen & Lebensphasen	0	+	++	+	+	+
Lebensstile & soziale Milieus	-	++	--	+	0	-
Mobilitäts-, Ernährungs- & Konsumstile	+	+	-	0	--	0
Psychografische Segmentierungen	++	+	0	-	--	+



Partizipation

Partizipation aus institutionell-professioneller Perspektive

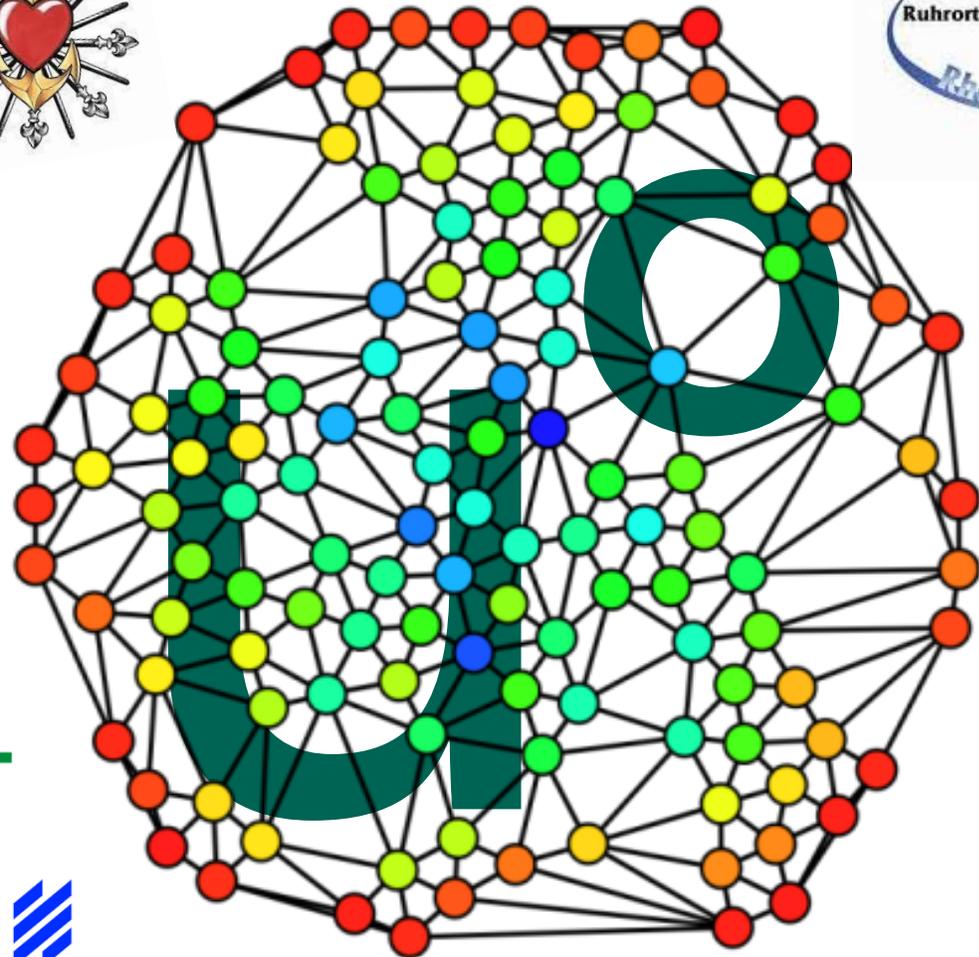
Partizipation aus der Perspektive der Bürgerinnen und Bürger



Quelle: Straßburger/Rieger (Hg.)
Partizipation kompakt - Für Studium, Lehre und Praxis
sozialer Berufe 2014: S.232f



Partizipation: Akteurs-Netzwerke





Quellen

- Borgstedt, Hipp & Reusswig (2011). Umweltbewusstsein in Deutschland 2010. Vertiefungsbericht 1: Vertiefende Milieu-Profile im Spannungsfeld von Umwelt und Gerechtigkeit.
- Klimafakten (o.D.). Fakt ist. <https://www.klimafakten.de/klimawissen/fakt-ist>
- Hamann, Blumenschein, Junge, Dasch, Wernke & Bleh (2024). Klimabewegt – Die Psychologie von Klimaprotest und Engagement. Oekom.
- Hunecke (2022). Psychologie der Nachhaltigkeit. Oekom.
- Ritchie (2024). More people care about climate change than you think. Our world in data. <https://ourworldindata.org/climate-change-support>
- Spiegel (2011). LOHAS. Lifestyle of Health and Sustainability.
- Straßburger & Rieger (2014). Partizipation kompakt – Für Studium, Lehre und Praxis sozialer Berufe.



Umsetzung in konkreten Projekten



Engagement für Nachhaltigkeit in Ruhrort

- Kitsche/ Lebensmittelrettung
- Kleidertauschparty
- Hafenkrauter
- insektenfreundliche Blumenampeln
- Neumarkt-Gruppe
- ...



1. Motivation

Handlungsphase	Planungsphase	Zentrale Konstrukte	Interventionsstrategien
Handlungsplanung	Planung	<ul style="list-style-type: none"> Problembewusstsein 	Aufmerksamkeitslenkung & Wissensermittlung
Handlungsvorbereitung	Planung	<ul style="list-style-type: none"> personale Norm subjektive soziale Norm Einstellungen wahrgenommene Zielwertnähe Zielwertnähe 	Nachvermittlung individueller Vor- und Nachteile & Bewusstseinsbildung von Zielbarrieren
Handlungsvollziehung	Umsetzung	<ul style="list-style-type: none"> Implementationsintention motivationale Selbstwirksamkeit 	Konkretisierung von Handlungsplänen & Handlungsgründen
Aufrechterhaltung	Routineerwerb	<ul style="list-style-type: none"> wahrgenommene Verhaltenskontrolle 	Bereitstellung unterstützender sozialer, organisatorischer, infrastruktureller, technologischer, rechtlicher & sozialer Unterstützung
Aufrechterhaltung	Routineerwerb	<ul style="list-style-type: none"> Aufrechterhaltungsbefähigung Wiederherstellung Selbstwirksamkeit 	Positive Verstärkung & Belohnungserwartung

Vorteile nachhaltiger Lebensstile

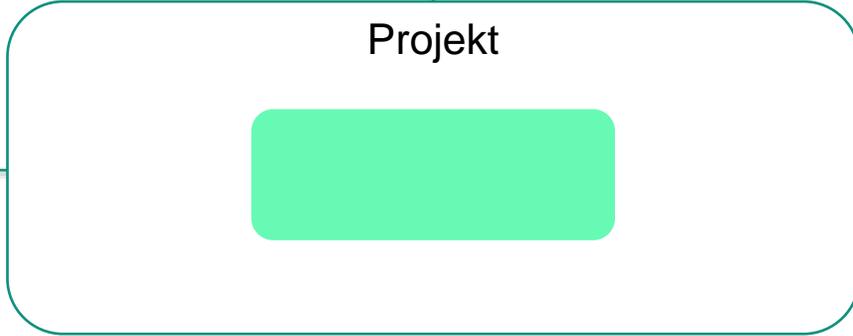
- Autonomie
- Entschleunigung
- Zeitwohlstand
- Entrümpelung
- Gesundheit
- Gemeinschaft
- Geldsparen



	Belastungskriterien	Belastungskriterien	Belastungskriterien	Belastungskriterien	Belastungskriterien
Belastungskriterien	+	+	+	+	+
Belastungskriterien	-	-	-	-	-
Belastungskriterien	0	0	0	0	0
Belastungskriterien	+	+	+	+	+
Belastungskriterien	-	-	-	-	-
Belastungskriterien	0	0	0	0	0
Belastungskriterien	+	+	+	+	+
Belastungskriterien	-	-	-	-	-
Belastungskriterien	0	0	0	0	0
Belastungskriterien	+	+	+	+	+
Belastungskriterien	-	-	-	-	-
Belastungskriterien	0	0	0	0	0



2. Prozessorientierung Zielgruppen Partizipation



3. Maßnahmen zur Aktivierung neuer Zielgruppen

4. Verstärkung von Maßnahmen



Save the date!

Genossenschaften

- Dienstag, der 11. Juni 2024
- ab 18:30 Uhr im UMWELT-lokal, Weinhagenstraße 23
- mit Dirk Grotstollen



Bei Interesse:

- Eintrag in unsere Mailing-Liste (liegt aus)
oder E-Mail an: susanne.mauersberger@fh-dortmund.de

