

Erneuerbare Energien – Entwicklungsperspektiven für Gemeinden

Collegium Polonicum Słubice, Polen – 27.04.2011

Soziale und psychologische Aspekte bei der Akzeptanz Erneuerbarer Energien

oder

*„Warum ist es nur so schwer, sein Verhalten dauerhaft
zu ändern ...?“*

Prof. Dr. Jutta M. Bott
Fachhochschule Potsdam, Fachbereich Sozialwesen

FHP:~)

»Klimawandel bedeutet Kulturwandel.«

Der großen Dramatik einer *Great Transformation* steht ein Verharren in Gewohnheiten und Sachzwängen gegenüber. Die Kluft zwischen dem, was man eigentlich weiß, was getan werden sollte, und dem, was **Individuen und Organisationen tun**, gilt als wesentliches Hindernis für eine offensive Haltung gegenüber den ökologischen Herausforderungen.

(Frank Heidmann/Hermann Voegen, Innovationskolleg der FHP
„Stadtklima Potsdam“, Vortrag vom 14.12.2010)

Soziale und psychologische Aspekte bei der Akzeptanz Erneuerbarer Energien

Agenda

- (1) Hindernisse für nachhaltiges Handeln**
- (2) Akzeptanzprobleme**
- (3) Einstellung, Verhalten und Handeln**
- (4) Relevante motivationspsychologische Modelle**
- (5) Erkenntnisse aus der sozialpsychologischen Dilemmataforschung**
- (6) Gestaltungsprinzipien aus der Forschung zu transformationalen Produkten**
- (7) Diskussion, Fragen & Kritik**

Was hindert uns daran, nachhaltig zu handeln?

Hindernisse nachhaltigen (umweltfreundlichen) Handelns.

Kategorien von Hindernissen	personenexterne Hindernisse	personeninterne Hindernisse
Nicht-Wissen	Ökologisches Wissen ist nicht vorhanden, nicht zugänglich oder wird nur unzureichend vermittelt.	Unzureichende Fähigkeit zur Aufnahme und Verarbeitung ökologischen Wissens bzw. Schwierigkeiten beim Abruf in einer konkreten Situation.
Nicht-Wollen	Fehlen konsensfähiger umweltfreundlicher Werte im sozialen Bezugssystem einer Person.	Nachhaltigkeit spielt für eine Person als Wert keine Rolle oder wird nicht in konkrete Handlungsziele (z.B. weniger Auto fahren) umgesetzt.
Nicht-Sollen	Fehlen von Nachhaltigkeit betreffenden Normen im sozialen Bezugssystem einer Person.	Normen werden von einer Person nicht verinnerlicht, entsprechend fühlt sie sich nicht zum nachhaltigem Handeln verpflichtet.
Nicht-Können	Politische, rechtliche, wirtschaftliche und technische Rahmenbedingungen verhindern umweltfreundliches Handeln.	Politische, rechtliche, wirtschaftliche und technische Rahmenbedingungen werden von einer Person als Hindernisse für nachhaltiges Handeln interpretiert.

Was hindert uns daran, nachhaltig zu handeln?

Hindernisse nachhaltigen (umweltfreundlichen) Handelns.

Kategorien von Hindernissen

Was kann man tun auf der Ebene individueller Akteure

Nicht-Wissen
Nicht-Wollen
Nicht-Sollen
Nicht-Können

- Wissensvermittlung, zielgruppengerecht und medienadäquat
- Auswirkungen des eigenen Handelns sichtbar machen
- Planspiele und Simulationen
- Komplexität von Umweltwissen reduzieren
- Wissensvermittlung und Austausch in Kleingruppen unterstützen
- Werte mit Handlungszielen verknüpfen

... auf der Ebene kollektiver Akteure

- Wissen, Werte und Normen teilen und anderen Akteuren/Gruppenmitgliedern zur Verfügung stellen
- Transparenz und demokratische Organisation sicherstellen
- Vergleichsmöglichkeiten (Wettbewerb) schaffen
- Erfolgserlebnisse teilen

Akzeptanz ist keine statische Größe, sondern ein Prozeß

Wenn Großprojekte wie Gaskraftwerke, Windkraftanlagen nicht durchsetzbar sind ...

- *Für etwas zu sein, zu informieren, ist schwieriger als gegen etwas!*
- *Wann fängt man in einem politischen Entscheidungsprozeß an Informationen zu transportieren*
- *Authentische Kommunikation versus technisch rationaler, Risiken, Beinträchtigungen minimalisierende (leugnende) Sprache*
 - ➔ *nach der Umweltkatastrophe und Tragödie in Japan*

Akzeptanz als Hoffnungsgröße...

- *Welche Szenarien werden besprochen*
 - ➔ *Menschen funktionieren über Befindlichkeiten, Emotionen, Einstellungen*
 - ➔ *Kosten, Nutzen persönlich und als Gemeinschaft, Kommune*
- *Zielgruppenanalyse*
- *Visualisierungsformen einsetzen*
- *Welche anerkannten Schlüssel- und/oder Vertrauenspersonen, unabhängige Persönlichkeiten sind in den Überzeugungsprozess eingebunden*
- *Frühzeitige Einbindung von repräsentativen Beiräten*

Der Zusammenhang von Einstellung, Verhalten und Handeln

- Menschen tun oftmals nicht, was sie sagen
 - Sie sind sich eines Problems *bewusst*
 - Sie wissen was sie tun *sollten*
 - Sie haben zu einer Sache, einem Problem oder einem bestimmten Verhalten eine *Einstellung*, die eigentlich eine bestimmte *Handlung* nach sich ziehen sollte
- **Alltagserwartung:** Einstellungen sind Determinanten von Verhaltensweisen; ansonsten Verdacht „*auch einer, der nur schön redet und nichts tut ...*“

Was ist Ihre Problematik? Ein reines Akzeptanzproblem, eine Einstellungs- oder eine Verhaltensänderung?

So einfach ist es nicht ...

- Das Verhalten einer Person wird bestimmt durch **Ansichten** und **Motivation**, die das Ergebnis ihrer **Wertvorstellungen**, **Einstellungen** und **Antriebe** oder **Instinkte** sind und von **sozialen Normen** beeinflusst werden.
- Das Verhalten ist aber auch abhängig von **Verhaltensangeboten** und **Anreizen**.

Theorien des geplanten Verhaltens

Ajzen (1991) – Erwartungs-mal-Wert-Modelle

Zwischen Verhalten/Handeln und Einstellungen vermitteln Verhaltensintentionen:

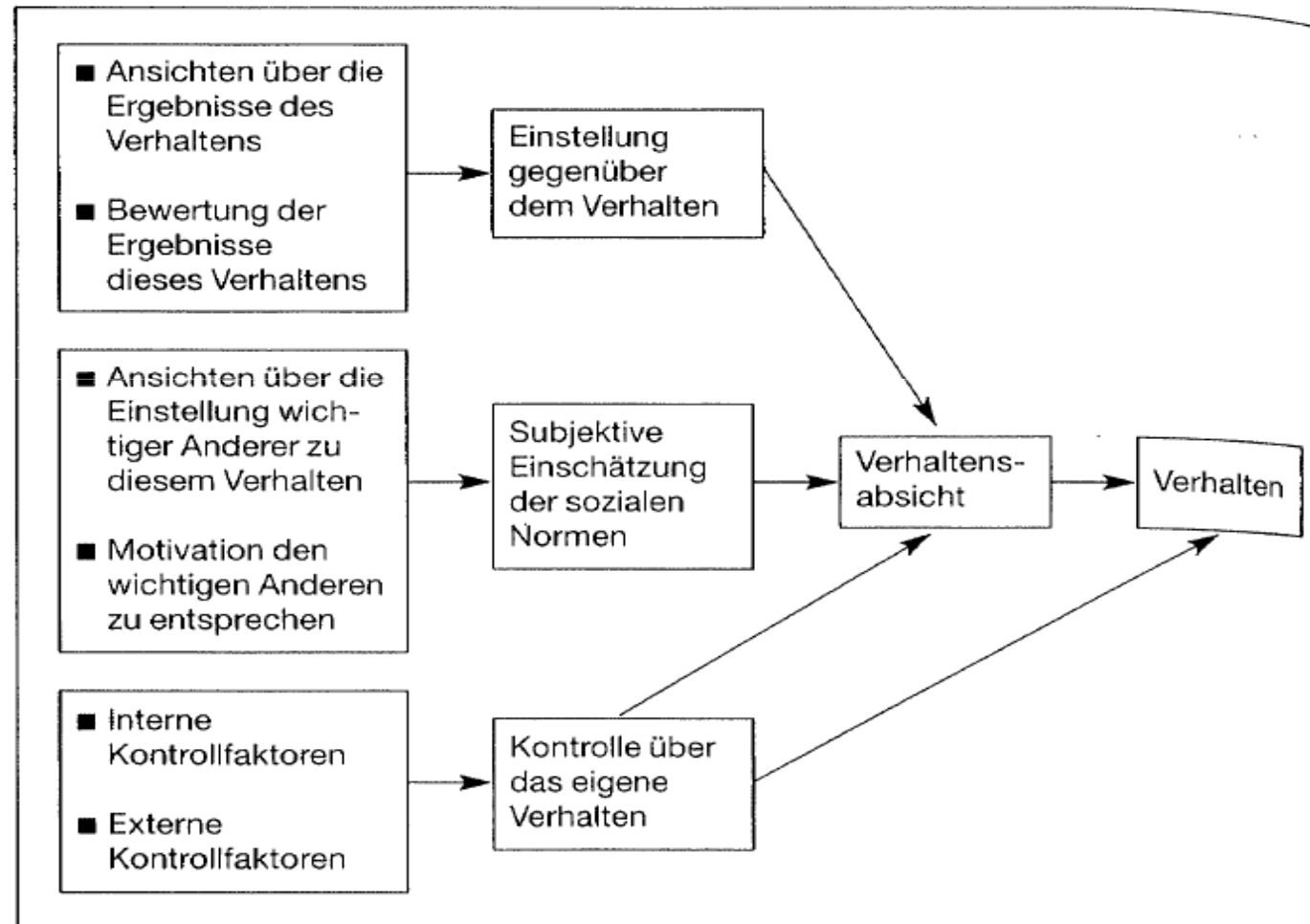
- Einstellungen gegenüber dem Verhalten
- Die subjektive Norm (antizipierbare Erwartungen von bedeutsamen anderen Personen)
- Durch die wahrgenommene Verhaltenskontrolle

Kontrolle – die handelnde Person kann selbst entscheiden, ob sie die Handlung ausführt (Abhängigkeit von inneren oder äußeren Ressourcen, günstige Gelegenheiten, willentliche Kontrolle ...?)

Erwartungs-mal-Wert-Modelle

Einstellung ist die Summe der Produkte aus der Stärke der Überzeugung für jede einzelne Konsequenz mit deren jeweiliger Bewertung

Abb. 11.3
Theorie des geplanten Verhaltens. Entnommen von Ajzen 1991.

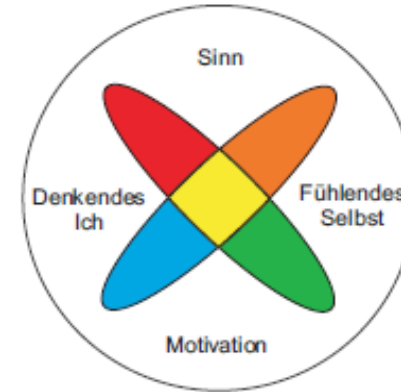


Naidoo & Wills
2003, S. 228

Motivations- und persönlichkeitspsychologische Aspekte



Heinz Heckhausen (1926-1988)



Theorie der Persönlichkeits-System-Interaktionen



Julius Kuhl (* 1947)

Kriterien einer guten Selbstmotivation

- *Verbindung zu persönlichen Motivatoren herstellen*
 - *Zielbilder entwerfen*
 - *Ein Pendeln zwischen Gefühl und Verstand*
 - *Vorbilder nutzen*
 - *überzeugt sein, dass eine Änderung (langfristig) von Nutzen ist und die damit verbundenen Schwierigkeiten aufwiegen, wenige negative Folgen*
 - *sich in der Lage sehen, die Verhaltensänderung auch praktisch durchführen zu können*
-
- *Erlebte Erfolgserlebnisse vermitteln*
 - *Misserfolgserlebnisse verarbeiten*
 - *Erfolgserlebnisse selbst geben können*
 - *Auf's Durchhalten vorbereiten*
 - *Auf den erforderlichen Energieaufwand vorbereiten*
 - *Förderliche Umgebung schaffen*
 - *Sich persönlichen Entschluss abverlangen*

Ökologisch-soziale Dilemmata: Situation, Person, Interaktion, Motive ... Ressourcendilemma, Allmendeforschung

Hardin (1968)



Individuelle Ansätze zur Verhaltensbeeinflussung

- **Die Lehren aus dem „Gefangenendilemma“:**
 - Kooperation kann in Gang gesetzt werden ... – kleine Gruppen, Gegenseitigkeit, Interaktionen müssen möglich sein
 - Auf Gegenseitigkeit gegründete Strategie kann Erfolg haben (Rückgriff auf bisherige Erfahrungen und eigene Absichten)
 - Auf Gegenseitigkeit etablierte Kooperation kann sich gegen das Eindringen weniger kooperativer Strategien schützen
 - Genauer und möglichst immer aktuelle Kenntnis des Zustandes einer Ressource

Individuelle Ansätze zur Verhaltensbeeinflussung: Kommunikation

Wirkmechanismen (Dilemmataforschung):

1. Informationsvermittlung
2. Vertrauensbildung
3. Die Vermittlung sozialer Normen
4. Gruppenidentität – (Reduktion von Ohnmachtsgefühlen in einer erfolgreichen Gruppe)

Eine ausgefeilte Kombination von Kommunikation, Öffentlich-Machen, Selbstverpflichtung (Tempo 30...)

Verhaltensänderungen: Erkenntnisse aus der Forschung zu transformationalen Produkten

- *Erlebbarkeit*
- *Feedback als wichtige Voraussetzung des Kompetenzerlebens*
- *Kompetenzerleben als Voraussetzung für intrinsische Motivation*
- *Eigenes, selbst-initiiertes Handeln* führen zu Verhaltens- und Einstellungsänderungen
- *Wiederholte Handlungen bauen Routinen auf*

Verhaltensänderungen: Erkenntnisse aus der Forschung zu transformationalen Produkten

- *Unmittelbarkeit, unmittelbare Korrekturen zu Fehlverhalten*
- *Charmante Aufforderung, nicht zu pädagogisch, nervig oder gar bestrafend*
- *Autonomiebedürfnis des Nutzers*
- *Einfachheit, wenn wir etwas nicht mehr überblicken, innerer Ausstieg, kein Interesse*

Heidecker, Diefenbach, Creutz, Laschke & Hassenzahl (2010). Transformationale Produkte: Erleben und wahrgenommene Veränderungspotentiale. In: Mensch & Computer 2010. München: Oldenbourg Verlag, 195-204.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

*bott@fh-potsdam.de
innovationskolleg.fh-potsdam.de
nachbarschaft-und-altern.de*

