



Virtuelle Akademie
Nachhaltigkeit



Initiative
Psychologie im
Umweltschutz

Partizipation und Engagement – Individuen als öffentlich Handelnde

Episode 9.3: Rückblick und Praxis

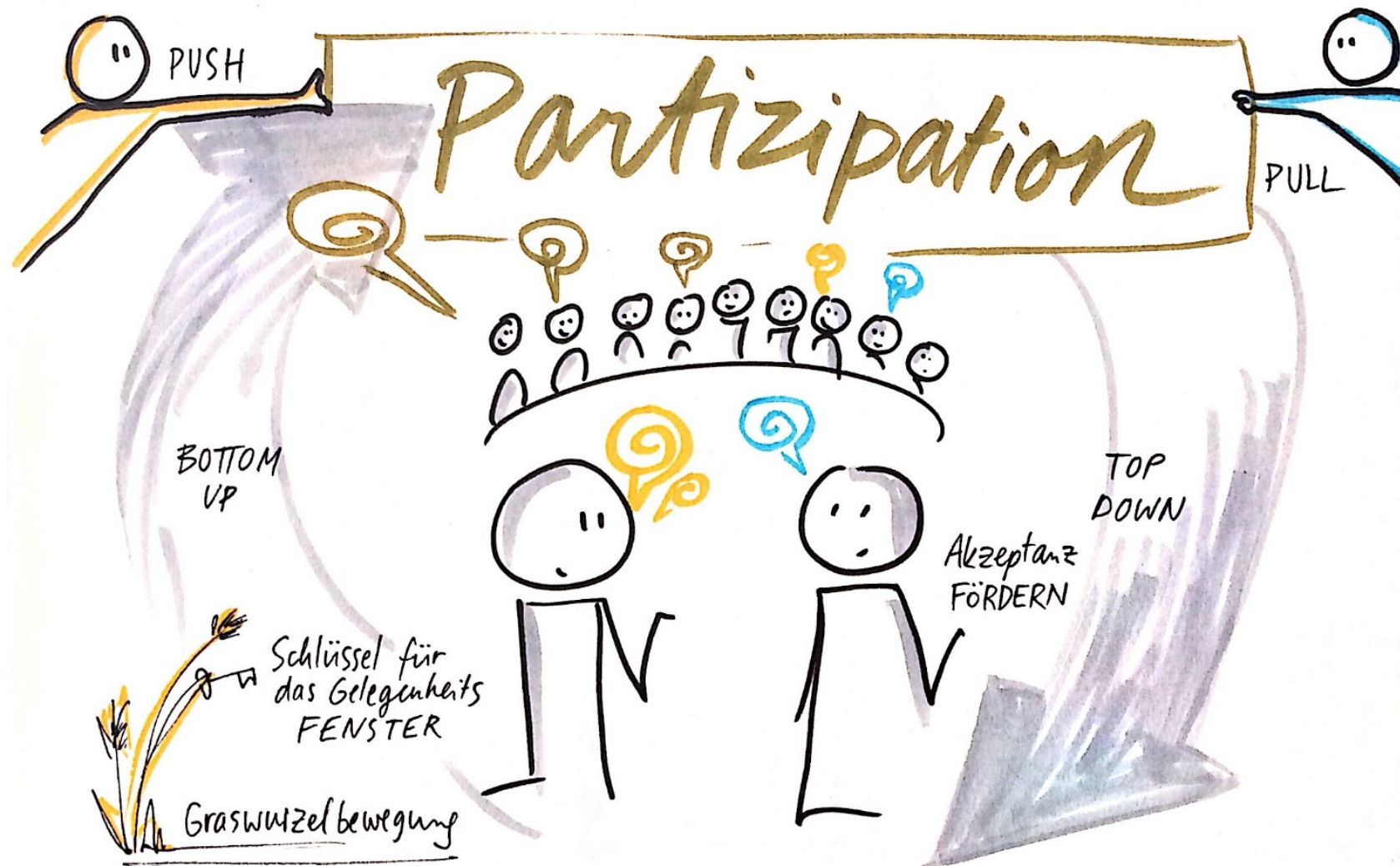
Marlis Wullenkord & Karen Hamann
Arbeitsgruppe Umweltpsychologie
Universität Koblenz-Landau



GEFÖRDERT VOM

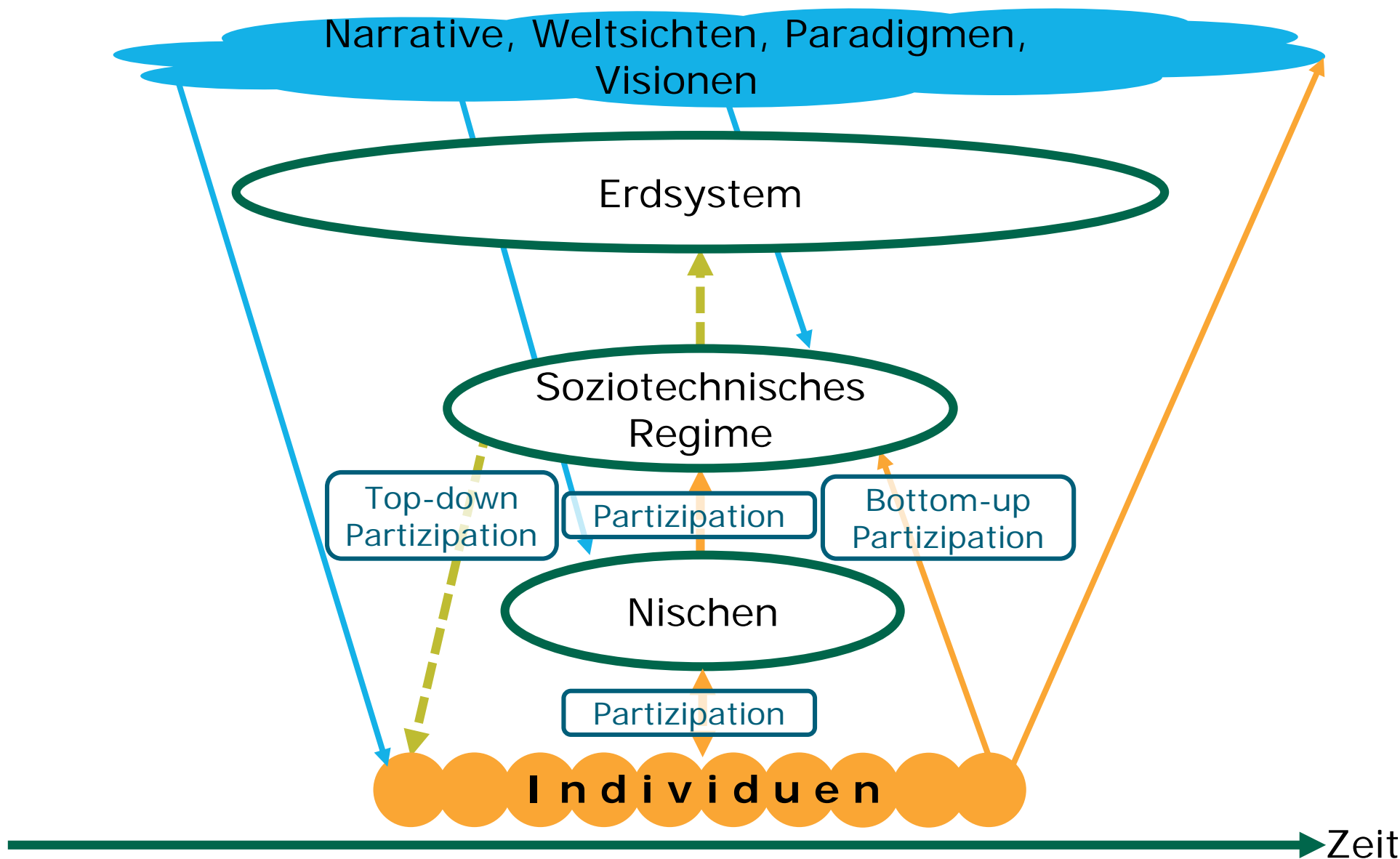


Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



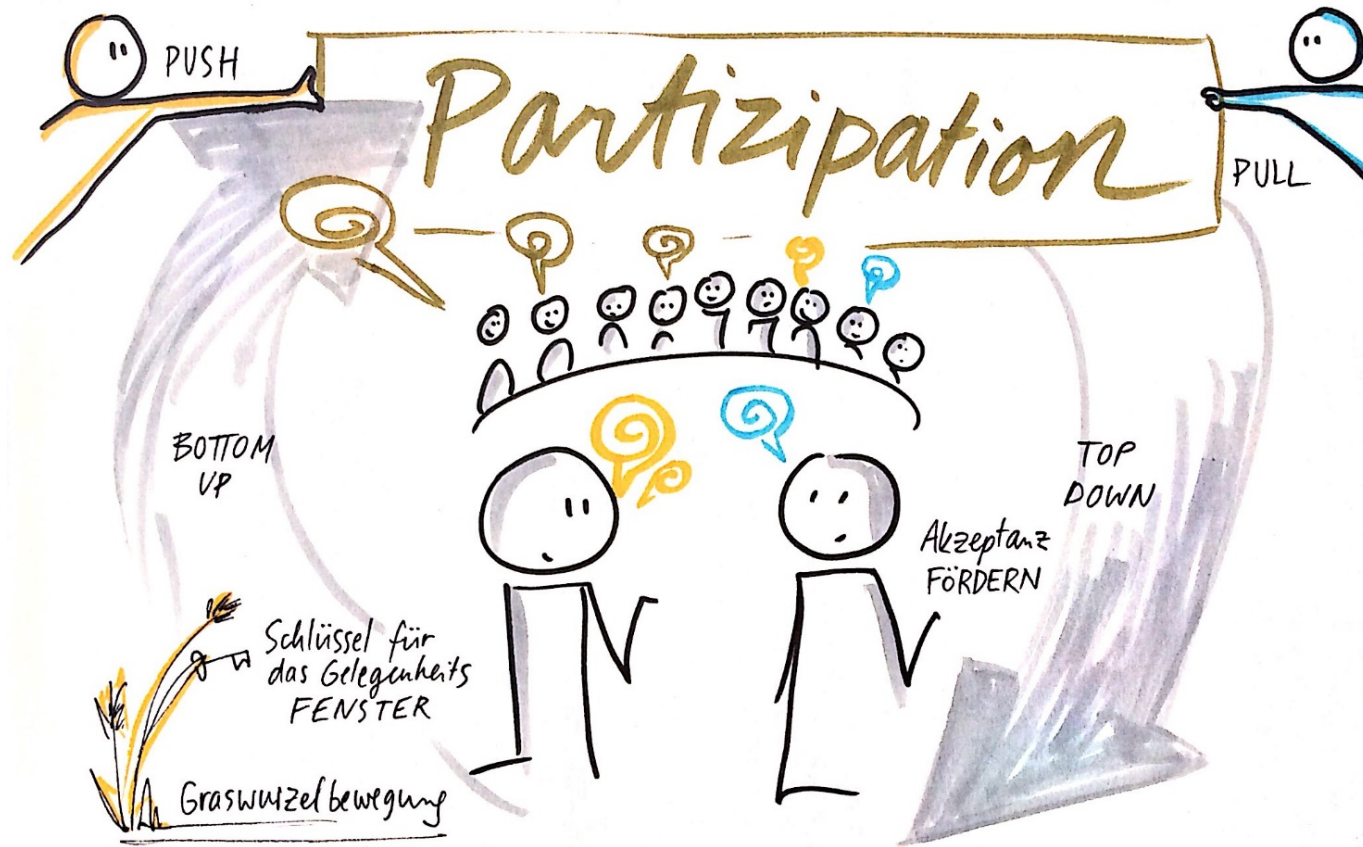


Multilevel-Perspektive





Arbeitsauftrag



1. Planen Sie Ihre eigene (fiktive) Aktion der sozial-ökologischen Transformation.
2. Reflektieren Sie anhand des Canvas, wie die Aktion gestaltet werden müsste, damit Ihre Zielgruppe dadurch maximal motiviert wird.











Canvas zur Psychologie des sozial-ökologischen Wandels

Ziel & Zielverhalten:









Zielgruppe:

Aktion:

Wissen & Einstellung 	Sozialer Kontext			Impact 
	Soziale Identitäten 	Soziale Normen 	(Kollektive) Selbstwirksamkeit 	
Werte 	Partizipation 			Freies Feld 



Canvas zur Psychologie des sozial-ökologischen Wandels

Ziel & Zielverhalten:	Zielgruppe:			Aktion:
Wissen & Einstellung  Wie viel Wissen über das Problem und über Problemlösungen hat die Zielgruppe? Wie hoch schätzt sie die mit dem Problem verbundenen Risiken ein und welchen Einstellungen bringt sie mit? Welches Wissen möchte ich vermitteln?	Sozialer Kontext			Impact  Wie groß ist der Impact des Zielverhaltens? Wie könnte man den Impact der Aktion noch erhöhen? Werden durch die Aktion Menschen in ihren Handlungskompetenzen ermächtigt? Wie wird die Aktion evaluiert?
Werte  Welche Werte sind der Zielgruppe wichtig? Welche Werte möchte ich in der Aktion ansprechen?	Soziale Identitäten  Welche sozialen Identitäten sind relevant für die Zielgruppe? Welche möchte ich in der Aktion ansprechen?	Soziale Normen  Welche deskriptiven und präskriptiven Normen umgeben die Zielgruppe? Welche Normen möchte ich hervorheben oder unerwähnt lassen?	(Kollektive) Selbstwirksamkeit  Wie wirksam fühlt sich die Zielgruppe? Wie kann in der Aktion Selbstwirksamkeit entstehen?	Freies Feld 
	Partizipation  Wer wird wie in die Aktion eingebunden? Wie wird zusammengearbeitet? Wer darf entscheiden, was die Aktion ist, wie sie ausgeführt wird und wie transparent ist dieser Prozess? Wie wird Group Think entgegengewirkt?			



Empfehlungen zum Lesen, Hören, Sehen

Sehen Interview „Bürgerbeteiligung aus Sicht eines Oberbürgermeisters“
der Stiftung Mitarbeit

https://www.mitarbeit.de/veranstaltungen/rueckblick/forum_fuer_demokratie_und_buergerbeteiligung/forum2015/videos_forum2015/klopfer_interview_forum2015/



Hinweis zu Bildquellen

Die in dieser Präsentation verwendeten Bilder sind lizenzfrei verwendbar.

Illustrationen von Lara Schmelzeisen

