

Leitfäden

Bezeichnung:

Die „3 As“ der Verhaltensänderung auf Projektebene: Awareness, Agency und Association

Stichwörter: Raumordnungsplan, Politiker, Fachleute, Interessengruppen, sinnvolle Handlungen, Klimawandel, lokale, regionale und internationale Behörden, Veränderungsprogramm, Veränderungsinitiativen, Partnerschaft, Schrittmacher, Hindernisse, Sensibilisierung, Handlungsbereitschaft, Zusammenarbeit, Kontext, Aktion/Reflexion, Lernprozess, Lernniveau, Organisationen, Change Management, Organisationsveränderung, Motivation, Befähigung, Verhaltensänderung, Engagement, Veränderungsunterstützung, Handlungsunterstützung, Handlungsermutigung, Handlungsforschung

Zielgruppe:

Organisationen jeder Größe, die auf lokaler, regionaler, nationaler oder internationaler Ebene tätig sind, einschließlich Raumplaner, Politiker, Fachleute, Interessengruppen, Strategieentwickler, Entscheidungsträger, NGOs, Behörden, Unternehmen usw. Jede Organisation oder Partnerschaft, die sinnvolle Klimamaßnahmen entwickeln will.

Empfehlungen aus der ESPACE-Strategie, auf die der Leitfaden sich bezieht:

1. X	2.	3.X	4.X	5.	6.X	7.X
8.	9.	10.X	11.	12.X	13.X	14.X

Inhalte der Strategieempfehlungen, die der Leitfaden aufgreift:

- Der Leitfaden „3 As der Verhaltensänderung“ bietet einen innovativen Ansatz zur Zusammenarbeit mit dem Ziel, dass in Raumordnungsplänen das soziale und politische Umfeld berücksichtigt wird.
- Der Leitfaden „3 As der Verhaltensänderung“ enthält innovative Empfehlungen zur Realisierung von Veränderungen, so dass wesentliche und nachhaltige Klimamaßnahmen Förderung und Unterstützung finden. Die Empfehlungen bilden das Rückgrat der Change-Management-Prozesse.
- Der Leitfaden „3 As der Verhaltensänderung“ bietet einen integrierten Ansatz zur Entwicklung realistischer und nachhaltiger Klimamaßnahmen, die sowohl intern in einer Organisation anwendbar sind als auch bei der externen Zusammenarbeit mit anderen Beteiligten.
- Der Leitfaden „3 As der Verhaltensänderung“ bietet einen innovativen Ansatz zur partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit anderen Menschen und Organisationen und legt die Erfolgsbedingungen dafür dar.
- Der Leitfaden „3 As der Verhaltensänderung“ bietet einen innovativen Ansatz zur Zusammenarbeit mit anderen Beteiligten (u.a. Gemeinden, Politikern) bei der Entwicklung sinnvoller Maßnahmen.
- Der Leitfaden „3 As der Verhaltensänderung“ bietet einen innovativen Ansatz zur Zusammenarbeit mit anderen Beteiligten bei der Entwicklung sinnvoller Maßnahmen.
- Der Leitfaden „3 As der Verhaltensänderung“ bietet einen innovativen Ansatz zur Zusammenarbeit mit anderen (u.a. Raumplanern, Politikern, Interessengruppen und

Schrittmachern) bei der Entwicklung sinnvoller und nachhaltiger Maßnahmen.

13. Der Leitfaden „3 As der Verhaltensänderung“ gibt Politikern Leitlinien für proaktives Handeln bei der Entwicklung der Klimapolitik an die Hand.

14. Der Leitfaden „3 As der Verhaltensänderung“ ist eine der Hauptkomponenten des hier empfohlenen Change-Management-Prozesses.

Foto/Abbildung/Karte:



SPACE-Partner bei der Anwendung der „3 As“ in wirklichkeitsnahen Fallstudien.

Überblick:

Der Leitfaden stellt die drei grundlegenden Komponenten vor, die vorhanden sein müssen, um eine wirkliche Veränderung zu erreichen: Sensibilisierung (Awareness) für das Problem und für dessen Bedeutung, Bereitschaft für ein entsprechendes Handeln (Agency) und Bereitschaft zur Zusammenarbeit mit anderen (Association) zum betreffenden Problem. Es müssen nicht nur alle drei Komponenten vorhanden sein, sondern sie müssen alle drei zusammenwirken und sich gegenseitig in einem iterativen Prozess verstärken, damit deutliche Fortschritte erzielt und gefestigt werden.

Beschreibung:

EINLEITUNG

Die Herausforderung ist klar: Bis zu einem gewissen Grade ist sich fast jeder des sich vollziehenden Klimawandels bewusst, *aber nur wenige tun wirklich etwas dagegen.*

Dieser kurze Leitfaden stellt die drei grundlegenden Komponenten vor, die vorhanden sein müssen, um eine wirkliche Veränderung zu erreichen: Sensibilisierung (Awareness) für das Problem und für dessen Bedeutung, Bereitschaft für ein entsprechendes Handeln (Agency) und Bereitschaft zur Zusammenarbeit mit anderen (Association) beim betreffenden Problem. Es müssen nicht nur alle drei Komponenten vorhanden sein, sondern sie müssen alle drei zusammenwirken und sich gegenseitig in einem iterativen Prozess verstärken, damit deutliche Fortschritte erzielt und gefestigt werden.

Die nachstehende Tabelle zeigt, was geschieht, wenn nur eine davon bei einer Veränderungsinitiative fehlt:

Awareness	Agency	Association	Likely Result
✓	x	✓	'When all's said and done, there's a lot more <i>said</i> than <i>done!</i> '
x	✓	✓	'We're rearranging the deckchairs on the Titanic while she sinks!'
✓	✓	x	'I'm banging my head against a brick wall!'

SENSIBILISIERUNG (AWARENESS)

Obwohl heute in der Wissenschaft nahezu einhelliger Konsens über den Klimawandel besteht, ändert sich das menschliche Verhalten nicht in dem notwendigen Maße. Ein Grund für ausbleibende Verhaltensfortschritte ist, dass es mehrere „Sensibilisierungsniveaus“ gibt, von denen einige effektives Handeln ausschließen. Die für ESPACE tätige Alexander Ballard Limited hat vier Sensibilisierungsniveaus für den Klimawandel identifiziert:

- **Niveau 0 – „Problembewusstsein“:** Der *Gedanke*, dass sich das Klima wandelt, ist sehr weit verbreitet. Fast alle Europäer haben davon gehört. Aber viele wissen oder glauben nicht, dass die menschlichen Aktivitäten Einfluss auf die Dynamik des Klimawandels haben. Dieses Sensibilisierungsniveau lässt sich mit dem Satz ausdrücken: *„Es mag zwar so sein, aber es interessiert mich nicht.“*
- **Niveau 1 – „Das stimmt!“:** In Großbritannien sind sich etwa 85% der Menschen bewusst, dass der Klimawandel eine *Tatsache* ist. Sie wissen, dass der Mensch daran einen Anteil hat. Sie glauben aber nicht, dass der Klimawandel *sie* persönlich betrifft. Sie halten es daher nicht für erforderlich, selbst zu handeln. Der Klimawandel wird wie das Rauchen verstandesmäßig akzeptiert, aber das Gefühl einer Mitverantwortung bei der Suche nach Problemlösungen fehlt: *„Es mag ja wirklich ein Problem sein, aber nicht für mich und nicht, so lange ich lebe.“*
- **Niveau 2 – „Schlechtes Gewissen“:** Manche Menschen empfinden den Klimawandel als dringliches Problem und fühlen sich verpflichtet, einen Beitrag zu dessen Eindämmung zu leisten. Sie haben den Umfang und den Ernst seiner wahrscheinlichen Folgen begriffen. Ihre Gefühle reichen von Unruhe über Zorn bis zu Engagement für notwendige Maßnahmen: *„Das kann sehr wichtig sein. Ich muss etwas dagegen tun!“*
- **Niveau 3 – „Volles Problemverständnis“:** Nur Einzelne haben die Komplexität des Problems und die Notwendigkeit, Veränderungen durchzuführen, voll begriffen. Diese verstehen die Struktur der Klimafragen, haben Umfang und Dringlichkeit des Problems erfasst und können den Verantwortlichen sagen, welche Maßnahmen am besten zu ergreifen sind, bzw. können selbst Verantwortung übernehmen: *„Diese Maßnahmen könnten am effektivsten sein – und jenes Ziel müssen wir erreichen!“*

Einer der Schlüssel zur Erzielung entscheidender Veränderungen ist, die Sensibilisierung der Menschen auf ein höheres Niveau anzuheben. Das geht jedoch keinesfalls nur durch Vollstopfen mit mehr Informationen (Studien zeigen, dass dies kontraproduktiv wirkt). Wichtig ist hingegen, mit den Menschen auf dem Niveau zu arbeiten, auf dem sie sich befinden, und sie erst zu Handlungen zu bewegen, wenn sie reif dafür sind. Bei manchen heißt das, sie den kurzfristigen wirtschaftlichen Nutzen erkennen lassen, der aus der Beschäftigung mit Klimafragen entstehen kann.

Wenn Veränderungen des Sensibilisierungsniveaus eintreten, kommt es oft zu emotionalen Reaktionen. Das gilt vor allem für den Übergang von Niveau 1 zu Niveau 2. Werden Menschen sich der Folgen des Klimawandels für sich, für ihre Kinder, ihre Umgebung, die Menschheit, die Erde und das Leben, an das sie gewöhnt sind, bewusst, ist dies emotional schwer zu bewältigen. Bei der richtigen Begleitung kann dies jedoch zu einer besonders effektiven Veränderungsbereitschaft führen.

HANDLUNGSBEREITSCHAFT (AGENCY)

Die Handlungsbereitschaft des Einzelnen kann allgemein definiert werden als: *Die Fähigkeit, so zu handeln, wie es für ihn in diesem Moment sinnvoll erscheint.* Je nach Sensibilisierungsniveau kann dies von Kraftstoffsparen und Transportvermeidung über die Wertsicherung des Eigenheims bis hin zum Vorschlagen strategischer Maßnahmen an Politiker mit globaler Verantwortung gehen.

Eine höhere Handlungsbereitschaft erfordert also ein entsprechendes Sensibilisierungsniveau für die Art, den Umfang und die Dringlichkeit des Problems. Es ist jedoch wichtig zu lernen, wie mit Menschen unterschiedlicher Sensibilisierungsniveaus umzugehen ist. Notwendig ist, dass jeder Einzelne

- a) handlungsbereit und motiviert sowie
- b) zum Handeln befähigt ist.

Motiviert werden Menschen jeden Niveaus, wenn sie lernen, *warum* gehandelt werden muss und *welche* Veränderungsziele realistischerweise zu erreichen sind. Manche wollen einfach Antworten auf die Fragen: „Was bringt mir das?“ und „Was bringt das für die Probleme, über die ich mir Sorgen mache?“ Befähigung heißt, dass die Motivation in bekannte, voraussichtlich mögliche oder noch zu bahnde Wege geleitet wird.

Den Lernprozessen inhärent ist ironischerweise, dass der Betreffende dann, wenn seine Sensibilisierung wächst, von der Größe der Herausforderungen überwältigt wird. Das kann wiederum viele von konkreten Handlungen oder weiterem Hinzulernen abhalten. Erforderlich ist daher auch hier, dass das verständliche Gefühl der Machtlosigkeit erkannt und der Übergang zu Handlungsbereitschaft sorgfältig begleitet wird. Effektiv ist es, den Betreffenden dabei zu unterstützen, sein persönliches „Möglichkeitsfenster“ zu finden. Ein solches Fenster steht möglicherweise nur kurze Zeit offen. Dazu im Widerspruch stehende Notwendigkeiten – z.B. anspruchsvolle Arbeitspläne oder Kollegen mit niedrigerem Sensibilisierungsniveau – können jedoch zusätzliche Hindernisse darstellen. Neben einer zweckmäßigen Unterstützung kann Zusammenarbeit ein wichtiger Aspekt bei der Überwindung dieser Hindernisse sein.

ZUSAMMENARBEIT (ASSOCIATION)

Die Zusammenarbeit mit anderen in Umweltgruppen hat sich als effektivstes Mittel für erfolgreiche Aktionen erwiesen. Ein solcher Zusammenschluss ist das beste Mittel, eine bei Einzelnen durch Machtlosigkeit hervorgerufene Lern- und Handlungsagonie zu überwinden. Damit verbunden sind noch weitere Vorteile.

Die Zusammenarbeit in Klimaschutzgruppen ist im Allgemeinen effektiver, weil

- sich in Gruppen Verhaltensweisen normalisieren; Klimaschützer werden hier nicht – wie oft sonst oft in der Gesellschaft – als Gegenkultur abgestempelt
- in Gruppen natürliche Motivationsverluste mit oder ohne aktiver Unterstützung anderer Gruppenmitglieder überwunden werden können; manchmal genügt ein verständnisvoller Zuhörer
- „niemand schlauer ist als alle zusammen“; unterschiedliche Blickwinkel auf die Herausforderungen helfen bei der Überwindung von Hindernissen, so dass neue oder bessere Lösungsmöglichkeiten gefunden werden können
- geteiltes Lernen zu einem *neuen* Lernprozess führen kann; Perspektivenvielfalt bei einem Thema kann dazu beitragen, Durchbrüche zu forcieren; in jedem Fall gilt: „Das Ganze ist mehr als die Summe der Teile“
- Lernen und Aktionen sich gegenseitig verstärken; alle Gruppenmitglieder haben eigene Netzwerke, über die sie ihr erworbenes Wissen verbreiten und aus dem sie weitere Mitstreiter rekrutieren können, manchmal sogar wertvolle Fachleute.

Diese Vorteile entstehen nachweislich nur dann, wenn die Gruppenmitglieder begreifen, dass eine solche Zusammenarbeit mehr ist als das Besuchen gewöhnlicher Zusammenkünfte. Die Teilnehmer müssen sich als Teil einer Gruppeninitiative von Menschen mit gemeinsamen Zielen begreifen.

<p>Autoren: David Ballard und Rob Weston (Alexander Ballard Limited) und Doogie Black (Hampshire County Council)</p>	<p>Weitere Informationen:</p> <p>In englischer Sprache</p> <p>SPACE-Bericht: How can local authorities stimulate & support behavioural change in response to climate change? erstellt von Alexander Ballard Ltd in Zusammenarbeit mit HCC</p> <p>Teil Teil 2 - Anhang</p> <p>Bericht: Warm Hearts and Cool Heads: The Leadership Potential for Climate Change Champions, erstellt von Alexander Ballard Ltd in Zusammenarbeit mit HCC</p> <p>Teil Teil 2</p>
---	---