



Sonja HÖLZL

Wie Entscheidungen getroffen werden und wie man das für den Naturschutz nutzen kann

Dieser Artikel stellt Ansätze aus der Verhaltenspsychologie vor und gibt Beispiele, um dieses Wissen über Handeln, Verhalten und Entscheidungen innerhalb von Naturschutzvorhaben besser und vor allem bewusster zu nutzen. Möglichkeiten, eine Verhaltensänderung zu bewirken, bestehen durch Ansätze, mit denen Menschen rationale Entscheidungen treffen (1. Wissen/Information, 2. finanzielle Anreize, 3. Regeln und Richtlinien) als auch solche, die den weniger rationalen Charakter von Menschen berücksichtigen (4. Emotionen, 5. soziale Interaktionen, 6. Entscheidungsarchitektur/-struktur). Da Menschen oft auch irrational handeln, möchte ich dazu ermutigen, neben den rationalen Entscheidungsfaktoren insbesondere emotionale, soziale und entscheidungsstrukturelle Aspekte stärker mitzudenken als bisher üblich.

Verhaltensbasierte Ansätze

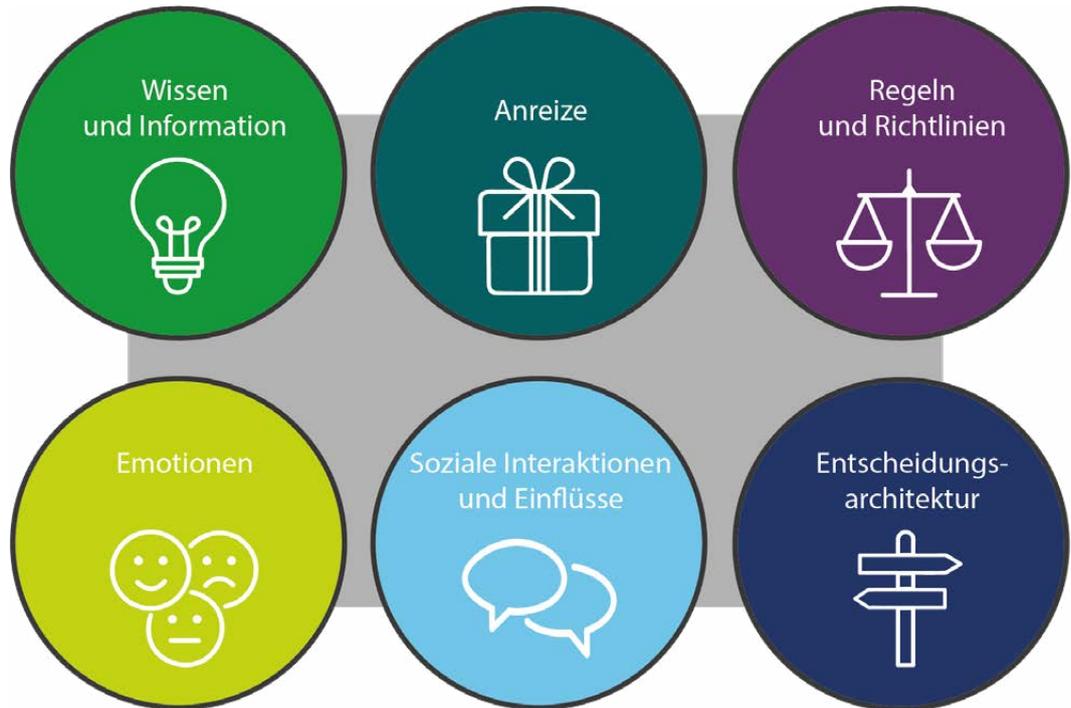
Im Naturschutz dreht sich ebenso viel um menschliches Verhalten wie um die Natur selbst. Wie wir uns in den verschiedenen Rollen als Konsument, Arbeits- oder Fachkraft, in der Freizeit als Tourist oder auch Anwohner verhalten, hat wesentlichen Einfluss darauf, wie unterschiedlich wir Natur und Umwelt gestalten oder entwickeln wollen. Häufig hört man im Naturschutz (und Klimaschutz), dass zwar

genug Wissen vorhanden ist, sich dieses Wissen jedoch nicht im Handeln widerspiegelt beziehungsweise man sich sogar entgegen besseren Wissens anders verhält. Deshalb rückt die Frage ins Zentrum: Was bewegt Menschen dazu zu handeln oder ihr Verhalten zu verändern? Damit beschäftigt sich neben zahlreichen weiteren sozialwissenschaftlichen Ansätzen besonders die Verhaltenspsychologie (Info-Box 1). Obwohl verhaltenspsychologische

Abbildung 1:

Menschen treffen Entscheidungen abhängig von vielen Faktoren. Im Naturschutz können wir diese Faktoren gezielt ansprechen und damit Wegweiser planen, um Menschen zu Entscheidungen und Verhaltensweisen zu bewegen, die dazu beitragen, Naturschutzziele zu erreichen (Foto: Panagiotis Nikoloutsopoulos/unsplash).

Abbildung 2:
Das RARE/CENTER FOR
BEHAVIOR & THE ENVIRONMENT
arbeitet mit sechs Hebeln,
die verwendet werden
können, um Menschen
dazu zu bewegen, ihr
Verhalten zu ändern
(Grafik: Silvia Adamhuber).



Prinzipien durchaus angewandt werden, sind diese und andere sozialwissenschaftliche Ansätze allgemein, im Naturschutz eher nachrangig oder selten gezielt genutzt. Aus diesem Grund nehmen die Vorschläge und Appelle zu, das Wissen und die Konzepte, insbesondere auch aus der Verhaltenspsychologie im Naturschutz, stärker zu berücksichtigen (REDDY et al. 2017; CINNER 2018; NILSSON et al. 2020; BALMFORD et al. 2021). Zu verstehen, wie Menschen sich verhalten und warum sie etwas tun (oder nicht) trägt dazu bei, Naturschutzziele effektiver zu implementieren und Verhaltensänderungen zu erreichen. CERULLO & NIELSEN (2022) sehen verhaltensbasierte Ansätze als essenziell an, um die Ziele der UN-Dekade zur Wiederherstellung von Ökosystemen zu erreichen. Fehlendes Verständnis, was Menschen zum Handeln bewegt, wird zum Beispiel auch als ein Grund angesehen, warum viele europäische Initiativen zum Schutz der Bestäuber eine große Lücke zwischen Wissen und Handeln aufweisen (MARSELLE et al. 2021). Dieser Artikel stellt Ansätze aus der Verhaltenspsychologie vor und gibt Beispiele, um dieses Wissen über Handeln, Verhalten und Entscheidungen (Info-Box 1) innerhalb von Naturschutzvorhaben besser zu nutzen.

Grundsätzlich lassen sich sechs Faktoren beziehungsweise Hebel beschreiben, warum jemand etwas tut oder sein Verhalten ändert (RARE/CENTER FOR BEHAVIOR & THE ENVIRONMENT 2023):

1. **Wissen und Information,**
 2. **Anreize** (finanziell oder anderer Art) sowie
 3. **Regeln**
- werden am häufigsten eingesetzt und basieren auf der Annahme, dass der Mensch rational handelt („*homo oeconomicus*“).
4. **Emotionen,**
 5. **soziale Interaktionen** und die
 6. **Entscheidungsarchitektur** (also die Bedingungen in der Umgebung, die eine Entscheidung erst ermöglichen, erleichtern oder erschweren)

basieren auf der gegenteiligen Annahme, nämlich dem Menschen als sozialem Wesen, das Informationen unvollständig, emotional und/oder sehr selektiv verarbeitet.

Auch die Naturschutzarbeit kann davon profitieren, diese verschiedenen Entscheidungsfaktoren zu berücksichtigen. Besonders möchte ich ermutigen, emotionale, soziale und entscheidungsstrukturelle Aspekte stärker mitzudenken, denn häufig nutzen Naturschutzvorhaben, -programme, -politik oder -projekte fast ausschließlich die rationalen Entscheidungsfaktoren (vergleiche BALMFORD et al. 2021).

Die Einflussfaktoren auf Verhalten und Entscheidungen

Wissen/Information

Hintergrund

Häufig nimmt man im Naturschutz an, dass sich Menschen für die Natur und deren Schutz einsetzen, sobald sie wissen, wie wichtig Natur und Artenvielfalt als Lebensgrundlage sind. Hier setzen auch viele Informationsveranstaltungen und Beratungsangebote an, die etwa vermitteln, dass eine streifenweise Mahd Refugien für Insekten bietet. Auch Broschüren oder Zeitschriften setzen darauf, dass Wissenstransfer und Informationen über Handlungsoptionen dazu führt, dass die Zielgruppe diese entsprechend aufgreift und umsetzt.

Informationen können für den Einzelnen aufdecken, dass das gegenwärtige Verhalten (zum Beispiel häufiges Mähen für einen „ordentlichen“ Rasen) nicht zu den eigenen Werten (zum Beispiel Insekten schützen) passt. Gehen Verhalten und die eigenen Werte so weit auseinander, dass es für den Einzelnen nicht mehr tragbar ist, wird er zu einer Verhaltensveränderung angeregt (PARK et al. 2019). Oft wird (fälschlicherweise) angenommen, dass eine erfolgreiche Wissensvermittlung, zum Beispiel von der Forschung in die Praxis, vor allem davon abhängt,

Grundsätzliche Begriffe

Naturschutzsozialwissenschaften: Umfassen die gesamte Bandbreite an sozialwissenschaftlichen Ansätzen, die sich mit Naturschutzthemen befassen. Dazu gehört etwa die Verhaltenspsychologie (BENNETT et al. 2017).

Verhaltenspsychologie: Als angewandte Wissenschaft ist der Gegenstand der Verhaltenspsychologie, Verhalten zu verstehen und Verhaltensänderungen als Antwort auf gegenwärtige Problemsituationen anzuregen (CROSMAN et al. 2022).

Verhalten: „Art und Weise [...], wie ein Mensch oder Tier in verschiedenen Situationen agiert oder reagiert“ (ONDRACEK et al. 2006). Damit umfasst Verhalten beobachtbare und wahrnehmbare Regungen des Menschen und berücksichtigt auch Aspekte des Bewusstseins wie Wahrnehmen, Fühlen und Denken beziehungsweise auch als Teil der Interaktion mit anderen Menschen. Während damit Verhalten situationsabhängig ist und sich vergleichsweise schnell ändern kann, sind gerade Werte stabil und konstant über viele Kontexte hinweg (SCHWERDTNER MÁÑEZ et al. 2020).

Handeln: Handeln wird als eine Unterform von Verhalten angesehen. Handeln ist ein „zielgerichtetes Verhalten oder im noch engeren Sinne [...] beabsichtigtes Tun“ (ONDRACEK et al. 2006).



Abbildung 3:

Um das Verhalten der Zielgruppe zu verstehen und gegebenenfalls eine Änderung anzustoßen, ist es wichtig, den Blickwinkel der Zielgruppe und ihre Motive zu kennen (Foto: Isi Parente/Unsplash).

dass Informationen verständlich aufbereitet sind und möglichst breit zugänglich gemacht werden. Die vermittelten Fakten ändern jedoch nicht notwendigerweise Einstellungen, die für ein bestimmtes Handeln entscheidend sind (TOOMEY 2023). Gleichzeitig ist Wissen auch nicht immer Voraussetzung für Handeln. Das ist zum Beispiel der Fall, wenn ökonomische Gründe und insbesondere auch Werte, Emotionen oder soziale Aspekte dem Handeln trotz „Besserwissen“ entgegenstehen oder das Handeln auch ohne das Wissen fördern.

Den Verhaltensebel nutzbar machen

- Den Kontext der Informationen verständlich für die Zielgruppe erklären und die vermittelten Informationen mit Handlungen verknüpfen, die aus diesen Informationen folgen
- Handlungsempfehlungen und Orientierungshilfen zum gewünschten Verhalten zur Verfügung stellen, die die Umsetzung erleichtern (Kurse, Materialien, weitere Kanäle)
- Verständnis und Bewusstsein herstellen und fördern: auf die Kommunikation achten, Forum für Treffen, Austausch und Materialien anbieten, Rückmeldungen geben

Beispiel

Das Praxis-Handbuch aus dem Projekt Kommunale Grünflächen des Blühpakts Bayern bereitet die Informationen zielgruppengerecht für Bauhöfe auf. Fachbegriffe werden erläutert, Informationen hilfreich unterteilt, es gibt eine

Entscheidungshilfe, der Ordner ist modular gestaltet und wird begleitet von Lehrfilmen und Schulungsmaterialien (RIEHL 2021).

Finanzielle Anreize

Hintergrund

Menschen handeln ebenfalls nach Kosten und Nutzen, vor allem, wenn es um Zeit, Geld oder Aufwand geht. Zahlungen für eine naturschutzfreundliche Bewirtschaftung, wie im Vertragsnaturschutzprogramm (VNP) umgesetzt, sind daher eine effektive Maßnahme, die sogar auf die Flächengröße skalierbar ist. So kann ein späterer Schnitzeitpunkt direkt entlohnt beziehungsweise das Unterlassen einer intensiveren Nutzung durch mehrere Nutzungstermine im Jahr kompensiert werden.

Häufig stehen sich naturschutzfreundliches Verhalten und wirtschaftliche Produktion gegenüber. BELL et al. (2023) untersuchten deshalb in Europa, Afrika und Asien Entscheidungen von mehr als 1.000 Teilnehmern, die Auszahlungsprogramme mit unterschiedlichen Eigenschaften wählen konnten. Die Programme unterschieden sich darin, wie sehr Produktionsziele und Naturschutzziele im Konflikt miteinander stehen. Zahlungen sind demnach vor allem dann wirksam, wenn das gesellschaftliche Ziel „Naturschutz“ auch privaten Nutzen – zum Beispiel eine höhere Tiergesundheit durch artenreiches Heu – erzeugt (BELL et al. 2023). Allerdings ist der private Nutzen manchmal erst langfristig sichtbar oder tritt an anderen Stellen auf als dort, wo die Entscheidung getroffen

Abbildung 4:

Im Vertragsnaturschutzprogramm wird die extensive Weidenutzung mit 440 Euro/ha gefördert, Ziegen mitzuführen, wie hier im Landkreis Kronach, kann gesondert gefördert werden (Foto: Markus Martini).



wird (und somit nicht sichtbar ist). Ein Beispiel wäre, wenn durch eine insektenschonende Mahd oder Verzicht auf Pestizide der Obstbauer nebenan von einer gesteigerten Bestäubungsleistung profitiert.

Programme mit finanziellen Anreizen sind daher insbesondere erfolgreich, wenn sie für Aktivitäten konzipiert werden, die Naturschutz und Wirtschaftlichkeit berücksichtigen. Der Vertragsnaturschutz basiert auf diesem Mechanismus. Die jährlich steigende Zahl der Vertragsabschlüsse und das finanzielle Volumen machen das Vertragsnaturschutzprogramm zu einem Erfolg, um naturschutzfreundliche Bewirtschaftung zu fördern. Solche Programme können darüber hinaus dazu dienen, die Risikobereitschaft zu erhöhen oder neue Methoden auszuprobieren (STETTER & SAUER 2023). Das wird weiter verstärkt, wenn etwa kooperative Ansätze weitere Bonusse einbringen.

Insbesondere finanzielle oder andere Anreize können Motivationsfaktoren allerdings überlagern. Eventuell führen sie zu einer Erwartungshaltung. Das heißt, dass der Anreiz aktiv aufrechterhalten werden muss. Sobald der Anreiz wegfällt oder sich (im Vergleich zu den anderen Motivationsfaktoren) verringert, fällt oft das entsprechende Verhalten ebenfalls wieder weg. Strafen dagegen können auch als zu zahlender Preis gesehen werden beziehungsweise werden akzeptiert, um das bisherige Verhalten beibehalten zu können. Das verstärkt sich noch einmal, wenn diese nicht aktiv verfolgt werden.

Den Verhaltenshebel nutzbar machen:

- Umsetzung vereinfachen: Hürden abbauen und Alternativen anbieten beziehungsweise das nicht gewünschte Verhalten erschweren
- Anreize oder Strafen festsetzen (zum Beispiel Prämien, Belohnungen)

Beispiel

Seit 2023 werden Agroforstsysteme vom Bayerischen Kulturlandschaftsprogramm gefördert (STMELF 2023). Ob dieser Anreiz ausreicht, um solche Systeme mit ihren Vorteilen im Zuge des Klimawandels und darüber hinaus auch naturschutzfachlich wertvoll zu gestalten – zum Beispiel bei einem dafür geeigneten Anreiz –, wird sich zeigen. Für größere Änderungen kann neben einer solchen finanziellen auch die technische Unterstützung oder fachliche Beratung und Betreuung nötig sein.

Regeln/Richtlinien

Hintergrund

Unser Verhalten und unsere Entscheidungen sind maßgeblich beeinflusst von Regeln und Richtlinien. Regeln und Richtlinien sind eines der Hauptinstrumente, um Naturschutzziele zu erreichen, und reichen daher vom Bundesnaturschutzgesetz über die Bayerische Kompensationsordnung bis hin zu vertraglichen Verpflichtungen aus dem Vertragsnaturschutzprogramm oder Verhaltensregeln in Naturschutzgebieten. Gesetze sind etwa formalisierte Regeln, die befolgt werden, um Strafen oder andere negative Konsequenzen, zum Beispiel für die Umwelt oder den Lebensraum, zu vermeiden. Auch informelle Regeln gehören dazu, da sie wie soziale Normen zu bestimmten Verhaltensweisen führen können und in Kombination mit sozialen Interaktionen wirken (siehe unten). Dazu gehört etwa, wenn Gemeinden Beschwerdeanrufe erhalten, weil auf Gemeindeflächen „zu früh“ gemäht wurde und seitens der Anrufenden kritisiert wird, dass ein späteres Mähen nötig sei, um die Insekten zu fördern.

Erfolgreicher Naturschutz hängt also in großen Teilen auch davon ab, ob Gesetze und Regeln befolgt werden. Menschen reagieren sehr unterschiedlich auf Regeln. Wichtig ist also zu verstehen, wie sie von der Zielgruppe verstanden werden. Je nachdem, wie umfangreich das Nichtbefolgen ist, kann eine Regel ineffektiv sein oder gar ein Zustand entstehen, der sich nicht von einer Situation ganz ohne Regel unterscheidet (ARIAS 2015). Für einen erfolgreichen Vollzug hilft ein besseres Verständnis zu 1) wer befolgt sie (nicht)? 2) was wird genau nicht befolgt? sowie 3) wo, 4) wann und 5) warum werden Regeln nicht befolgt? Der Vollzug richtet sich dann auch danach, ob es um Freiwilligkeit geht oder die Regelung durchgesetzt werden muss.

Freiwilligkeit kann gefördert werden, wenn die verantwortliche Institution als legitim angesehen wird, durch (finanzielle) Anreize, Aufzeigen von Alternativen und Kommunikation. Der Vollzug unter steigenden Kosten mittels Überredung, Drohung, Strafen oder gar Entzug von Genehmigungen hängt weitgehend davon ab, in welchem Umfang Verstöße entdeckt und verfolgt werden (ARIAS 2015).

Beispiel

Artenleere Schottergärten sollen durch die Begrünungspflicht für unbebaute Flächen in den Bauordnungen der Bundesländer

verhindert werden. In Bayern nutzen Kommunen wie Erlangen die Möglichkeit, diese direkt zu verbieten (OFFENBERGER 2021). Die soziale Norm kann dies ebenfalls verstärken (oder umkehren), wenn zum Beispiel in der Nachbarschaft Schottergärten (oder insektenfreundliche, „unaufgeräumte“ Gärten) kritisch beäugt werden.

Den Verhaltenshebel nutzbar machen:

- Verhalten vorschreiben (verpflichten oder ermutigen) oder verbieten
- Regeln klar formulieren und Zweideutigkeiten vermeiden
- Illegales Verhalten sichtbarer machen (Kontaktkanäle für Meldungen, Konsequenzen des Nichteinhaltens veröffentlichen)

Emotionen Hintergrund

Emotionen sind ein wichtiger Zugang zum menschlichen Handeln. Da sie im Gegensatz zu Werten und Einstellungen spontan auftreten, sind Emotionen ein guter Anknüpfungspunkt für Verhaltensänderungen (BRICK et al. 2023).

In der Naturschutzpraxis werden Emotionen gezielt genutzt, etwa bei der Auswahl von Schirmarten oder besonders schönen Charakterarten wie Bläulingen. Diese stehen dann für einen Lebensraum, der auch anderen, weniger eindrucksvollen (und nicht weniger seltenen) Arten zugutekommt. Es wird häufig argumentiert, dass die emotionalen Botschaften positiv sein und Optimismus vermitteln sollen. Dagegen sprechen Argumente, dass die Dringlichkeit des Handelns hervorgehoben werden sollte.

Tatsächlich zeigte sich, dass Optimismus beziehungsweise Hoffnung dazu befähigt, naturfreundliche Verhaltensweisen zu identifizieren und umzusetzen. Hoffnung drückt sich auch dadurch aus, dass man überzeugt ist, dass für ein Problem mehrere Handlungsmöglichkeiten bestehen. Diese Hoffnung mindert aber nicht die Wahrnehmung darüber, wie dringlich ein Problem wahrgenommen wird, wie eine Befragung zum Schutz des Great Barrier Reefs herausfand. Ob die von der befragten Bevölkerung vorgeschlagenen Verhaltensweisen auch umgesetzt wurden, war wiederum abhängig davon, wie tatkräftig sie sich selbst einschätzte. Je engagierter, desto hoffnungsvoller waren die Befragten (DEAN & WILSON 2023). In anderen Worten: Hoffnung, Optimismus und der Wille, aktiv zu werden, bedingen sich gegenseitig.

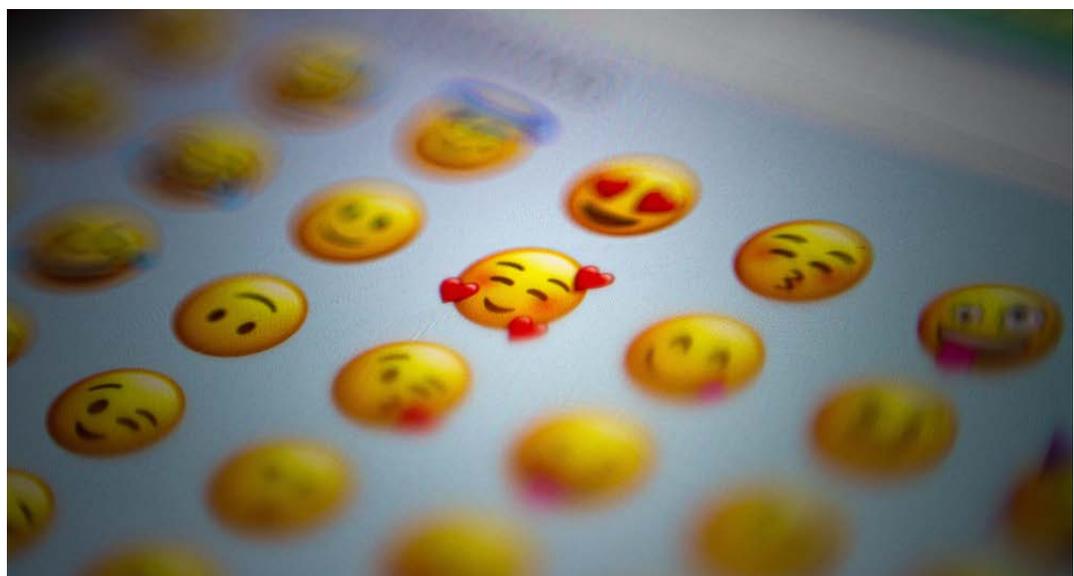
Nichtsdestotrotz können auch negative Emotionen wie Sorge um ökologische Probleme positiv sein und letztlich auch zu aktivem Handeln führen (PIHKALA 2022; BRICK et al. 2023).

Konkret können Emotionen dazu motivieren,

- anderen Menschen zu zeigen, was man tut, zum Beispiel der Landwirt sieht mehr Insekten bei einer Mahd von innen nach außen fliegen und erzählt begeistert davon (Stolz),
- etwas zu unternehmen, um ein Ziel zu erreichen, zum Beispiel Streifenmahd, um Insekten Refugien zu bieten (Hoffnung),
- Informationen zu suchen, zum Beispiel zu Innovationen für eine insektenfreundliche Mahd (Interesse/Neugier),

Abbildung 5:

Emotionen sind ein wichtiger Treiber für menschliches Verhalten (Foto: Domingo Alvarez/Unsplash).





- Risiken zu vermeiden, zum Beispiel vor der Mahd nach Wiesenbrüteregelegen suchen, um diese nicht zu schädigen (Angst/Sorge),
- sozial unerwünschtes Verhalten zu vermeiden, zum Beispiel, wenn die Naturschutzverbände einen Bürgermeister darauf hinweisen, dass die Grünflächen nicht ökologisch gestaltet sind (Scham) sowie
- Mitmenschen auf ein Verhalten aufmerksam zu machen, wenn es gegen die eigenen Werte verstößt, zum Beispiel im Nachbargarten auch weniger häufig mähen (Ärger/Wut).

Den Verhaltenshebel nutzbar machen:

- Emotionen überlegt einsetzen; für eine Kommunikationsstrategie sollte man daher die Situation (mit Daten belegt) sehr gut kennen.
- Hoffnung kann gefördert werden, indem Ziele konkret gesetzt und übergreifende Ziele mit erreichbaren Zwischenschritten unterteilt werden. Auch eine offene Diskussion über mögliche Wege, die Ziele zu erreichen, sowie mögliche Probleme und wie man diese überwinden kann, tragen zur Hoffnung bei.

Beispiel

Dadurch, dass in den beiden Projekten „Tiere live“ und „ELENA“ lebende Tiere in den Schulunterricht eingebunden wurden, erhöhte sich die Motivation und das Engagement der

Schüler. Der Mechanismus war, eine emotionale Bindung zum tierischen Individuum aufzubauen und so Begeisterung und Interesse für die Art an sich sowie für ihre Lebensraumansprüche zu wecken (ADELMANN & STURM 2014; ADELMANN & FEICHTNER 2015).

Soziale Interaktionen Hintergrund

Mitmenschen und unsere Umgebung beeinflussen unsere Entscheidungen, etwa weil wir uns den Mitmenschen anpassen oder uns als Teil dieser Gruppe sehen beziehungsweise jemandem mit Vorbildrolle nacheifern. Ein Gefühl der Gemeinschaft basiert auf vier Faktoren (MCMILLAN & CHAVIS 1986):

- **Zugehörigkeit**, das heißt ich fühle mich einer Gruppe zugehörig; das kann auch auf Basis von oberflächlichen Eigenschaften sein (zum Beispiel auf Grundlage der gemeinsamen Tätigkeit für den Naturschutz).
- **Einflussvermögen** innerhalb der Gemeinschaft; das heißt ich habe das Gefühl, dass die Gemeinschaft mir zuhört und ich sie etwa von etwas überzeugen kann.
- **Integration**, das heißt dass meine Bedürfnisse durch die Gemeinschaft erfüllt werden (ich möchte insektenfreundlich mähen und bekomme dazu Informationen sowie ich kann mich auf Veranstaltungen dazu austauschen).

Abbildung 6:

Gemeinsame Aktivitäten (wie hier die Pflegeaktion der Regierung von Oberbayern und unteren Naturschutzbehörde Rosenheim im Naturschutzgebiet Hochmoor am Kesselsee im Landkreis Rosenheim) stärken oder begründen ein Gemeinschaftsgefühl und können in Naturschutzmaßnahmen auch für andere Gruppen genutzt werden, um ein naturschutzfreundlicheres Verhalten, zum Beispiel auch über die Gruppe hinausreichend, zu fördern (Foto: Jonas Garschhammer).

- **Emotionale Verbundenheit**, das heißt dass ich Gefühle, Erfahrungen, Zeit und Orte mit der Gemeinschaft teile; zum Beispiel unter den Gartenbesitzenden, diesen als Rückzugsraum zu nutzen oder die Begeisterung, wie viele Insekten dort auftauchen.

Gleichzeitig entscheidet diese soziale Komponente auch darüber, ob wir mit jemandem kooperieren (oder nicht). In einer Studie in England setzten sich die Befragten aktiver für Bestäuber (zum Beispiel durch Verzicht auf Insektizide oder selteneres Mähen) ein, je mehr sie sozialen Druck spürten, Bestäubern helfen zu müssen (KNAPP et al. 2021).

Diese sozialen Aspekte wirken dabei auch indirekt: Je näher sich die Teilnehmenden einer weiteren Studie standen beziehungsweise je besser sie einander kannten, desto mehr wählten sie „pro-Naturschutzverhaltensweisen“ an verschiedenen Varianten von Agrarumweltprogrammen, oft sogar auf Kosten von Produktionsfaktoren (BELL et al. 2023).

Den Verhaltenshebel nutzbar machen:

- Gemeinschaftsgefühl und Vertrauen aufbauen, dies macht für die Empfänger Informationen glaubhafter und vertrauensvoller
- Austausch in der Gemeinschaft organisieren (Gruppenstrukturen aktivieren und nutzen), zum Beispiel auf Veranstaltungen und gemeinsamen Aktionen
- Gemeinsame Vereinbarungen festhalten (erhöht die Umsetzung durch empfundene – positive – Rechenschaft)
- Gewünschtes Verhalten als das neue „Normal“ etablieren: „Vorreiter beziehungsweise Vorbilder finden...“, „9 von 10 ...“ und diese Botschaften personalisieren: mit Akteuren und Gesichtern kommunizieren
- Botschaften so formulieren, dass sie nicht nur verständlich, sondern vor allem persönlich relevant und nachvollziehbar sind (also etwa den Einzelnen und seine Wirkmöglichkeiten direkt ansprechen: zum Beispiel mit dem Aufruf zum Kauf torffreier Erde als Beitrag für den Moorschutz)
- Erfolgsgeschichten („Best practice“) kommunizieren („wenn der/die das kann, kann/will ich das auch“)

Beispiel

- Die Wiesenmeisterschaft, die von BUND Naturschutz und der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft organisiert wird, hebt Landwirte hervor, die durch die extensive Bewirtschaftung artenreiche Wiesen besitzen. Dadurch werden potenziell auch weitere Landwirte erreicht, die sehen, welchen Wert die Arbeit der Berufskollegen hat (LFL 2023).

Entscheidungsstrukturen/Wahlmöglichkeiten (Choice Architecture)

Hintergrund

Mit Choice Architecture sind die Strukturen und Bedingungen gemeint, innerhalb derer eine Entscheidung ermöglicht wird, aber auch erleichtert oder erschwert werden kann. Darunter fallen zum Beispiel der Nutzen oder die Kosten, die eine Entscheidung bringen, und die Aufmerksamkeit, mit der sie verfolgt werden muss (MERTENS et al. 2022). Die Entscheidungsstruktur ist deshalb ein wirksamer Hebel für Verhaltensänderungen (REDDY et al. 2017; BALMFORD et al. 2021), weil Menschen dazu tendieren, schwere Entscheidungen zu vermeiden (CINNER 2018). Voraussetzung ist, dass das Verhalten oder die Entscheidung überhaupt möglich ist: zum Beispiel Weidetiere für eine extensive Beweidung sind vorhanden oder es gibt Absatzmöglichkeiten für Streuobst. Ein klassisches Beispiel hierfür ist der Organspendeausweis. Solange ein aktives „Dafür-Entscheiden“ notwendig ist, wird ein kleinerer Teil der Menschen als Organspender zur Verfügung stehen, als die Anzahl an Menschen, die dies wirklich nicht wollen. Wenn jeder automatisch Organspender wäre (Default-Option), sofern er oder sie nicht widerspricht, werden auch Menschen adressiert, die nichts dagegen haben, sich aber zum Beispiel nicht aktiv um den Organspendeausweis gekümmert haben.

Zur Entscheidungsarchitektur gehört auch, ob alle Informationen zur Verfügung stehen und in welcher Form diese vermittelt werden. Informationen beeinflussen also nicht nur die Entscheidung an sich, sondern grundlegend auch die Entscheidungsstrukturen. Broschüren über insektenfreundliche Mahdtechniken (Balkenmäher, Mahd von innen nach außen, Streifenmahd), eröffnen jemandem, der bisher nichts davon wusste (etwa, weil dies in der Ausbildung nicht vorkam), diese Entscheidung als Option. Das Wissen wiederum, dass vorgestellte Methoden insektenschonend sind, kann zusätzlich zur Entscheidung beitragen. Ökonomische Rechnungen ermöglichen darüber hinaus zu prüfen,

Schritt	Was?
Das Gesamtbild erfassen	<ul style="list-style-type: none"> • Was ist mein Ziel und was erwarte ich mir in welcher Zeit? • Um welche Situation beziehungsweise Herausforderung geht es? • Wer sind die Zielgruppen/relevanten Akteure? • Was ist das derzeitige und was das gewünschte Verhalten?
Das Verhalten und den Kontext verstehen	<ul style="list-style-type: none"> • Wie ist die Einstellung der Zielgruppe zum gewünschten Verhalten? • Warum verhalten die Akteure sich so? • Was sind ihre Motivationen, was sind mögliche Hindernisse?
Ideen bilden, sammeln und priorisieren	<ul style="list-style-type: none"> • Welchen Zusammenhang zwischen Gründen für das Verhalten und Hebel für die Verhaltensänderung nehme ich an? • Welche der sechs Ansätze/Verhaltenshebel kommen infrage und adressieren die Gründe für das bisherige Verhalten? • Welcher Ansatz ist am vielversprechendsten und sollte priorisiert werden?
In kleinem Rahmen einen Testlauf entwerfen und testen	<ul style="list-style-type: none"> • Wie wirkt die ausgewählte Idee auf die Zielgruppe? • Hat die ausgewählte Intervention nachteilige Auswirkungen auf andere Gruppen? • Sind Änderungen nötig oder möglich? • Wie sieht das Feedback der Testgruppe aus?
Verhaltensbasierten Ansatz umsetzen	<ul style="list-style-type: none"> • Wie lässt sich die Intervention in vollem Umfang umsetzen? • Was sind geeignete Indikatoren zur Bewertung?
Die Wirkung bewerten und Erfahrungen dokumentieren	<ul style="list-style-type: none"> • Welche Wirkung hatte die Intervention (ökologisch und sozial)? • Was war gut und was könnte verbessert werden? • Wie kann ich das an andere Interessierte kommunizieren? • Welche Erfahrungen können auf andere Bereiche übertragen werden?

Tabelle 1:

Schritte zur verhaltensorientierten Projektplanung (Behavior-Centered Design), angepasst aus PARK et al. (2019). Die Reihenfolge ist linear, es wird jedoch empfohlen, den Prozess auch zirkulär zu sehen und vorherige Schritte mit neuen Erfahrungen anzupassen. Der Begriff Intervention bezieht sich auf die verhaltensorientierte Maßnahme beziehungsweise Aktivität durch das Vorhaben oder ein Projekt.

ob ein Einsatz innerhalb des Betriebs Sinn macht oder den Aufwand idealerweise wert ist.

zu häufigen Fragen zur Verfügung gestellt werden

Den Verhaltenshebel nutzbar machen

- Die Rahmenbedingungen und Situationen von Entscheidungen aktiv gestalten
- Entscheidungen vereinfachen: Aufmerksamkeit auf das gewünschte Verhalten lenken
- Handeln ermöglichen: Bürokratische Hürden abbauen, entsprechende Informationen oder Gerätschaften zur Verfügung stellen
- Gelegenheitsfenster als Teil der Entscheidungsstruktur ausnutzen, zum Beispiel aktuelle Hitzeperioden für ökologische Gestaltung und Pflege städtischer Grünanlagen
- Die Planung erleichtern, zum Beispiel durch vorbereitete To Do-Listen oder indem Tipps

- Konkrete Vereinbarungen treffen, die als Orientierung dienen: zum Beispiel realistische Fristen und Termine, regelmäßiger Austausch

Beispiel

Indem die untere Naturschutzbehörde und der Landschaftspflegeverband für die Beratung zum Ackerwildkrautschutz vor Ort an das AELF kam, förderten sie die Entscheidungsarchitektur. Landwirte, die über Blühstreifen nachdachten, deren Standorte aber für Maßnahmen des Ackerwildkrautschutzes besser geeignet waren, konnten sich direkt nach der KULAP-Beratung über diese Alternative informieren. Die Entscheidungsstruktur beinhaltete deshalb nicht mehr die Frage, ob man sich den „Aufwand“ macht, zeitlich und räumlich zu einer VNP-Beratung zu gehen (EBERL & NAUDASCHER 2021).

Überzeugen und Manipulieren – eine Gratwanderung

Verhaltensbasierte Ansätze bringen häufig auch eine Diskussion über Manipulation von Entscheidungen hervor (HANSEN & JESPERSEN 2013).

Letztlich ist es nicht möglich, einen klaren Handlungsrahmen zu skizzieren, der bei Vorhaben angewendet werden kann. Vielmehr kann ein qualitativer Orientierungsrahmen (da konkrete, quantifizierbare Schwellen fehlen) Hilfestellung geben. Dabei kann man annehmen: Verhaltensbasierte Ansätze unterscheiden sich in 1) welche Art von Handeln/Denken (automatisch oder reflektiert/zielgerichtet) sie adressieren und 2) wie transparent sie gestaltet sind.

In Kombination lassen sich verhaltensbasierte Ansätze hinsichtlich dessen, wie problematisch (im Sinne einer nicht vertretbaren Manipulation) sie sind, einordnen (HANSEN & JESPERSEN 2013).

	Transparent	Nicht transparent
Reflektiertes Verhalten (basiert auf einer Entscheidung)	Transparente Moderation von konsistenter Entscheidung <i>Beispiel:</i> den CO ₂ -Ausstoß beim Kauf von Flugtickets anzeigen oder die absichtlich abschreckenden Abbildungen auf Zigarettenpackungen. <i>Einordnung:</i> kaum problematisch	Nicht transparente Manipulation von Entscheidungen <i>Beispiel:</i> Wenn bei der Beratung zu Medikamenten gezielt positiv oder negativ assoziierte Eigenschaften und Worte verwendet werden oder Produkte künstlich verknapppt werden, um deren Qualität auszudrücken. <i>Einordnung:</i> am problematischsten, kaum Argumente für eine solche Maßnahme
Automatisches Verhalten	Transparenter Einfluss (technische Manipulation) von Verhalten <i>Beispiel:</i> Wenn ruhige Musik im Flugzeug abgespielt wird, ist die Absicht (Entspannen der Passagiere) ersichtlich, aber geschieht automatisch. <i>Einordnung:</i> kann problematisch sein, da Verhalten bewusst geändert werden kann; dem kann Sorge getragen werden, indem man sich als Intervenierender mit dem eigenen Vorhaben und dessen Umsetzen verantwortlich auseinandersetzt.	Nicht transparente Manipulation von Verhalten <i>Beispiel:</i> Wenn in der Mensa Schüsseln durch kleinere ausgetauscht werden, damit weniger Essen aufgeladen wird mit dem Ziel, dass weniger übrigbleibt. <i>Einordnung:</i> problematisch, durch höhere Transparenz kann man gegensteuern (die Verwendung von kleineren Schüsseln und das Ziel kommunizieren).

Verhaltensbasierte Ansätze für den Naturschutz anwenden

Viele Leitfäden und Handlungsempfehlungen kommen noch aus anderen Disziplinen. Es gibt aber eine wachsende Anzahl an Materialien aus den verwandten Themengebieten Nachhaltigkeit oder Klimawandel und Anwendungsbereichen aus dem internationalen Natur-/Umweltschutz. Tabelle 1 präsentiert sich als kurzer Wegweiser mit den Orientierungsfragen zu den einzelnen Schritten, wie Sie bei der

Planung eines verhaltensorientierten Vorhabens anfangen können. Daher sind Sie gefragt: Welche weiteren Anwendungen verhaltensbasierter Ansätze gibt es im Naturschutz/in Ihrer Naturschutzarbeit? Wie könnten Emotionen, soziale Interaktionen oder die Entscheidungsstrukturen stärker genutzt werden? Haben Sie vielleicht sogar eine Projektidee für eine Anwendung in Ihrer Naturschutzarbeit?

Mehr Bewusstsein für die Rolle von Verhaltensfaktoren mitnehmen

Die biologische Krise erfordert schnelles Handeln. Verhaltensbasierte Ansätze bieten großes Potenzial, gesetzte Ziele zum Erhalt der Natur besser zu erreichen. Wie so oft gilt auch hier, dass verhaltensbasierte Ansätze nicht das Allheilmittel sein können, insbesondere, da diese Mechanismen oft noch unzureichend verstanden sind (BALMFORD et al. 2021). Eine weitere Limitierung ist, dass die vorgestellten Möglichkeiten nicht unbedingt tiefer verankerte Werte oder andere psychologische Faktoren adressieren, die ebenfalls (parallel oder überlagernd) Entscheidungen beeinflussen. Nichtsdestotrotz sollten verhaltensorientierte Ansätze und Hebel bewusster in den Naturschutz integriert werden. Insbesondere gilt das für die Hebel möglichst positiver Emotionen, soziale Aspekte und die Entscheidungsstrukturen. Wichtig ist auch, zu verstehen, wie diese Hebel zusammenhängen und in Kombination wirken können. Das trägt dazu bei, die Wissensbasis und das Bewusstsein über solche Ansätze und Vorhaben weiter zu vergrößern. Voraussetzung hierfür ist es, das gewünschte Verhalten der beteiligten Akteure und ihre Beweggründe für das aktuelle Verhalten zu kennen, um diese adäquat ansprechen zu können (MARSELLE et al. 2021). Stehen Sie also vor einer Situation, 1) in der Verhalten und Entscheidungen eine Rolle spielen, 2) in der durch eine Änderung positive Effekte erwartet werden können und 3) diese Änderung mit vertretbarem Aufwand erreicht werden könnte, sollten Sie sich vielleicht auch praktisch mit dem Thema befassen und könnten das ein oder andere Instrument aus der Verhaltenspsychologie in Ihrer Arbeit anwenden.

Literatur

- ADELMANN, W. & FEICHTNER, V. (2015): Begeisterung lernen und lehren: Mit lebenden Tieren für den Naturschutz! – *Anliegen Natur* 37(2): 15–16; www.anl.bayern.de/publikationen/anliegen/meldungen/wordpress/begeisterung_lernen/.
- ADELMANN, W. & STURM, P. (2014): Das ELENA-Projekt – Lebende Tiere in den Schulen Europas. – *Anliegen Natur* 36(2): 97–100; www.anl.bayern.de/publikationen/anliegen/doc/an36210adelmann_et_al_2014_elena.pdf.
- ARIAS, A. (2015): Understanding and managing compliance in the nature conservation context. – *Journal of Environmental Management* 153: 134–143.
- BALMFORD, A., BRADBURY, R. B., BAUER, J. M. et al. (2021): Making more effective use of human behavioural science in conservation interventions. – *Biological Conservation* 261: 109256.
- BELL, A. R., RAKOTONARIVO, O. S., BHARGAVA, A. et al. (2023): Financial incentives often fail to reconcile agricultural productivity and pro-conservation behavior. – *Communications Earth & Environment* 4(1): 27.
- BENNETT, N. J., ROTH, R., KLAIN, S. C. et al. (2017): Conservation social science: Understanding and integrating human dimensions to improve conservation. – *Biological Conservation* 205: 93–108.
- BRICK, C., NIELSEN, K. S. & HOFMANN, W. (2023): Opportunities for emotion research on biodiversity. – (PsyArXiv).
- CINNER, J. (2018): How behavioral science can help conservation. – *Science* 362(6417): 889–890.
- CROSMAN, K. M., JURCEVIC, I., VAN HOLMES, C. et al. (2022): An equity lens on behavioral science for conservation. – *Conservation Letters* 15(5).
- DEAN, A. J. & WILSON, K. A. (2023): Relationships between hope, optimism, and conservation engagement. – *Conservation Biology* 37(2): e14009.
- EBERL, J. & NAUDASCHER, L. (2021): Mit vereinten Kräften für den Ackerwildkrautschutz im Landkreis Main-Spessart. – *Anliegen Natur* 43(2): 79–80; www.anl.bayern.de/publikationen/anliegen/meldungen/wordpress/ackerwildkrautprojekt/.
- HANSEN, P. G. & JESPERSEN, A. M. (2013): Nudge and the Manipulation of Choice: A Framework for the Responsible Use of the Nudge Approach to Behaviour Change in Public Policy. – *European Journal of Risk Regulation* 4(1): 3–28.
- KNAPP, J. L., PHILLIPS, B. B., CLEMENTS, J. et al. (2021): Socio-psychological factors, beyond knowledge, predict people's engagement in pollinator conservation. – *People and Nature* 3(1): 204–220.
- LFL (= BAYERISCHE LANDESANSTALT FÜR LANDWIRTSCHAFT, 2023): Wiesenmeisterschaft Bayern. – Retrieved August 7, 2023, from www.lfl.bayern.de/Wiesenmeisterschaft.
- MARSELLE, M. R., TURBE, A., SHWARTZ, A. et al. (2021): Addressing behavior in pollinator conservation policies to combat the implementation gap. – *Conservation Biology* 35(2): 610–622.

- McMILLAN, D. W. & CHAVIS, D. M. (1986): Sense of community: A definition and theory. – *Journal of Community Psychology* 14(1): 6–23.
- MERTENS, S., HERBERZ, M., HAHNEL, U. J. J. et al. (2022): The effectiveness of nudging: A meta-analysis of choice architecture interventions across behavioral domains. – *Proceedings of the National Academy of Sciences* 119(1): e2107346118.
- NILSSON, D., FIELDING, K. & DEAN, A. J. (2020): Achieving conservation impact by shifting focus from human attitudes to behaviors. – *Conservation Biology: The Journal of the Society for Conservation Biology* 34(1): 93–102.
- OFFENBERGER, M. (2021): Verbot oder Appell: Wie vorgehen gegen Schottergärten? – *Anliegen Natur* 43(2): 109–110; www.anl.bayern.de/publikationen/anliegen/meldungen/wordpress/schottergaerten/.
- ONDRACEK, P., HORŇÁKOVÁ, M. & KLENOVSKÝ, L. (2006): Verhalten und Handeln/Behaviour and action. – Frank & Timme, Berlin: 291 pp.
- PARK, T., REINER, C., GREEN, K. et al. (2019): Behavior Change for Nature: a behavioral science toolkit for practitioners. – VA (Rare), Arlington: 84 pp.
- PIHKALA, P. (2022): The Process of Eco-Anxiety and Ecological Grief: A Narrative Review and a New Proposal. – *Sustainability* 14(24): 16628.
- RARE/CENTER FOR BEHAVIOR & THE ENVIRONMENT (2023): Levers of Behavior Change. – Retrieved July 14, 2023, from <https://behavior.rare.org/behavioral-science-landing/>.
- REDDY, S. M. W., MONTAMBAULT, J., MASUDA, Y. J. et al. (2017): Advancing Conservation by Understanding and Influencing Human Behavior. – *Conservation Letters* 10(2): 248–256.
- RIEHL, S. (2021): Bayernweite Bauhofschulungen für mehr kommunale Biodiversität. – *Anliegen Natur* 43(1): 27–30; www.anl.bayern.de/publikationen/anliegen/meldungen/wordpress/bauhofschulungen/.
- SCHWERDTNER Máñez, K., WESTERHOUT, D. & MILLER, B. (2020): Save nature please – a behaviour change framework for conservation. – 26 pp. (WWF International: 26 pp).
- STETTER, C. & SAUER, J. (2023): Die Bereitschaft bayerischer Landwirt:innen zur Kultivierung von Agroforstsystemen in Anbetracht regionaler Wetterextreme. – *Anliegen Natur* 46(1): 12; www.anl.bayern.de/publikationen/anliegen/meldungen/wordpress/agroforstsysteme/.
- STMELF (= BAYERISCHES STAATSMINISTERIUM FÜR ERNÄHRUNG LANDWIRTSCHAFT UND FORSTEN, 2023): Agrarumwelt- und Klimamaßnahmen (AUKM). – www.stmelf.bayern.de/foerderung/foerderung-von-agrarumweltmassnahmen-in-bayern/index.html (Zugriff: 07.07.2023).
- TOOMEY, A. H. (2023): Why facts don't change minds: Insights from cognitive science for the improved communication of conservation research. – *Biological Conservation* 278: 109886.

Autorin



Sonja Hölzl

Jahrgang 1992

Sonja Hölzl studierte Staatswissenschaften, Ökologie und Umweltplanung sowie Naturressourcenmanagement in Passau und Berlin. Ihre interdisziplinäre Perspektive erweiterte sie in internationalen Projekten zu nachhaltiger Landnutzung, Biodiversität und Großen Beutegreifern (EU-Plattform). Seit 2020 betreut sie das Netzwerk Forschung für die Praxis an der ANL.

Bayerische Akademie für Naturschutz
und Landschaftspflege (ANL)
+49 8682 8963-75
sonja.hoelzl@anl.bayern.de

Zitiervorschlag

HÖLZL: Wie Entscheidungen getroffen werden und wie man das für den Naturschutz nutzen kann. – *Anliegen Natur* 46(1): 105–116, Laufen; www.anl.bayern.de/publikationen.