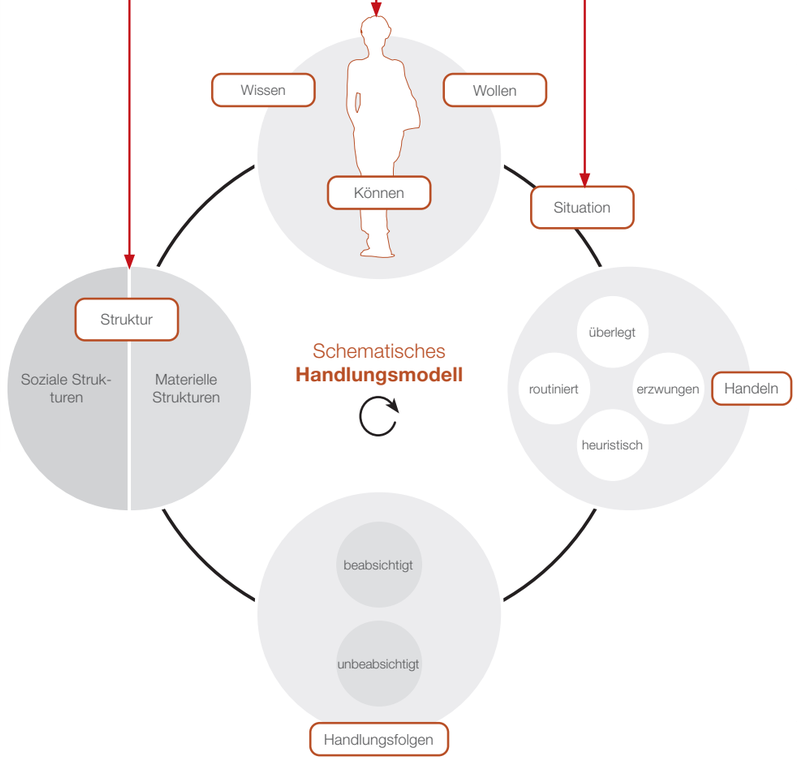
Personenfokussierte Techniken	Überzeugungstechniken, um personenimmanente, verhaltensrelevante Faktoren zu verändern		
Wissensvermittlung	Sie vermitteln verhaltensrelevantes Wissen und verbessern das «Know-how» • Systemwissen • Handlungswissen • Wirksamkeitswissen	Affektive Persuasion/ emotionale Kommunikation	Diese Techniken wollen durch die Vermittlung von Emotionen und Gefühlen «überzeugen» bzw. die «Lust» auf ein bestimmtes Verhalten wecken. • Veränderung aktueller Affekte: «Abfalltrennen hilft, unangenehme Geruchsbildung zu vermeiden». • Beeinflussung affektiver Konnotationen: «Grünmasse im Abfall gibt eine eklige Mischung». • Beeinflussung der intrinsischen Motivation: «Ich recycle, weil ich es für richtig halte»; «Recycling ist cool!». • Einsatz von Spielelementen im Nicht-Spielkontext («Gamifikation»): In Arbeits- oder Schulklassenteams, die im Wettbewerb versuchen, mehr zu recyclieren, z. B. «Wer schafft es, in einem Monat am meisten zu recyclieren?»
Argumentative Persuasion	Mittels logischer und korrekter Argumente werden Überzeugungen, Ressourceneinschätzungen, Normen, Ziele, Werthaltungen verändert; sie baut auf der Wissensvermittlung auf, ist aber auf die Veränderung bestimmter Kognitionen gerichtet • Überzeugungen: «Recyceln lohnt sich, da man mit wenig Aufwand viele Ressourcen sparen kann.» • Ressourceneinschätzung: «Recyceln ist einfach und braucht nur wenige Minuten Zeit.» • (Soziale) Normen: «Hier in der Schweiz trennen wir Abfall». • Ziele: «In kommenden Jahr sparen Sie so und so viele Abfallgebühren.» • Werthaltungen: «Recycling ist wichtig.»	Aufforderungen	• Direktes Auffordern, etwas zu tun («Versuchen Sie für ein paar Wochen Abfall zu trennen») • Auffordern zum Nachdenken («Überlegen Sie sich einmal, wie viel Abfall Sie einsparen, wenn Sie recyceln») oder • Auslösen von kognitiven Spannungszuständen, welche zu bestimmten Verhaltensweisen drängen «Finden Sie es als umweltbewusste Person nicht auch wichtig Ressourcen durch Recycling einzusparen?».

Strukturfokussierte Techniken	Techniken, mit denen man Verhaltensbedingungen verändert
Gebote/Verbote	Sie fördern oder verbieten bestimmtes Verhalten und begrenzen damit den Umfang der Handlungsoptionen; in der Regel sind sie sanktioniert: Vorschriften, verbindliche Standards, Begrenzungen, Pflichten
Marktwirtschaftliche Instrumente	Sie regulieren die Handlungsoptionen über die Kosteneffizienz: Kosten des erwünschten Verhaltens werden reduziert bzw. des unerwünschten erhöht; materielle Belohnung: Subventionen, Pfandsysteme, Wettbewerbe etc.
Vereinbarungen	Rechtlich bindende Verpflichtungen, welche auf Verhandlungen basieren: Entsorgungsgebühren, Produktenormen, Zertifizierungen und Labels
Service- und Infrastrukturinstrumente	Sie betreffen das Bereitstellen oder den Rückzug von Produkten, organisatorische, bauliche Massnahmen (z. B. Buslinie); die Abgabe realer Ressourcen (z. B. Wasserspardüse); aber auch physischen Zwang zur Beeinflussung von Handlungen.



Situationsfokussierte Techniken	Techniken, die auf Verhaltensgelegenheiten hinweisen bzw. die Situation derart verändern, dass das erwünschte Verhalten beinahe automatisch ausgeführt wird.
Erinnerungshilfen und Hinweise (Prompts, Nudges)	Dabei handelt es sich um Träger von Botschaften wie Schilder oder Aufkleber, die am Ort des Handelns, also im entscheidenden Moment, darauf hinweisen, ein bestimmtes Verhalten auszuüben. Z.B. Recycling-Tasche in der Küche; Recycling-Aufforderung beim Abfallkübel; Post-it mit Entsorgungstagen; Reminder-App mit Kalenderfunktion, «Recycling-Map» etc.
Direktes Feedback (Fremdfeedback oder Selbstfeedback)	Direkte Rückmeldung auf die Ausführung einer Handlung, welche die Handlung oder das Ergebnis beurteilt. Z.B. Abfallberg nach einem Clean-up-day oder Selbstfeedback mittels Protokollen oder Tagebüchern. Die umweltfreundliche Online-Suchmaschine «Ecosia» zeigt beispielsweise bei jedem Suchvorgang an, wie viele Bäume dank der Nutzung gepflanzt werden.
Vermittlung und Hervorhebung deskriptiver Normen	Beeinflussung der Bewertung einer Situation durch • Die Hervorhebung sozialer Normen: Zeigen, dass ein erwünschtes Verhalten als normal gilt. Z.B. indem darauf hingewiesen wird, dass eine grosse Zahl von Personen das Verhalten ausführt. Oder durch Hinweise, wie man sich hier verhält (entsprechend den kulturellen Werten). Z. B. Anti-Littering-Strassenschilder «Don‘t Mess with Texas». • Vorbilder, Modelle, Blockleader: Gewünschtes Verhalten wird von einer Modelperson öffentlich vorgezeigt. Z. B. Littering-Botschafter.
Vorsatzbildung, Selbstverpflichtung, Commitments	Brechen von Gewohnheiten, indem Handlung für eine spezielle Situation geplant werden («In Situation X mache ich…») durch • Private Selbstverpflichtung: Zeitlich beschränkte freiwillige Verpflichtung, eine bestimmte Verhaltensweise auszuführen, ohne dass dies anderen Personen bekannt gemacht wird, • Öffentliche Selbstverpflichtung: Analog zur privaten Selbstverpflichtung, aber mit öffentlicher Bekanntmachung der Verpflichtung via Namenslisten oder ähnlich. • Alle-oder-Niemand-Verträge: sind kollektive mündliche oder schriftliche Versprechen, das eigene Verhalten zu ändern Die Vorsatzbildung wird idealerweise kombiniert mit Feedbacks zur Wirksamkeit.
Kollektive Aktionen	Kollektive Aktionen sind Veranstaltungen, welche z. B. das Recyclieren als ein soziales Ereignis organisieren und somit die persönliche Norm ansprechen. Durch gemeinsame Handlungen entstehen neue Normen über das von einzelnen Menschen erwartete Verhalten. Das gemeinsam gezeigte Verhalten wird als das «richtige», den Normen entsprechende Verhalten wahrgenommen.

Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften
zhaw Life Sciences und Facility Management
IUNR Institut für Umwelt und Natürliche Ressourcen

(Quellen: Mosler 2008; Mosler und Tobias 2007; Artho et al. 2012), www.zhaw.ch/iunr/bid, Stand: September 2024