

A scenic landscape featuring a large tree with yellow and orange autumn leaves in the foreground on the left. The background shows a calm lake with a light mist or fog rising from the water, and a line of trees on the far shore under a clear blue sky.

# Wandelwerk Umweltpsychologie

WIR BRINGEN PSYCHOLOGIE IN DEN UMWELTSCHUTZ



## So wollen wir zusammenarbeiten:

- Chat-Nutzung
  - „An Alle“ für akute Verständnisfragen
  - ++ für Zustimmung, -- für Bedenken
- Ausführliche Fragen & Diskussion am Ende
- Quiz-Fragen
- Schmierpapier für Notizen
- Heute viel Inhalt, weniger Interaktion



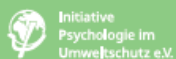


Wir schlagen die Brücke zwischen umweltpsychologischen Erkenntnissen und dem aktiven Umwelt- und Klimaschutz



Karen Hamann, Anna Baumann, Daniel Löschinger

**Psychologie im Umweltschutz**  
Handbuch zur Förderung  
nachhaltigen Handelns



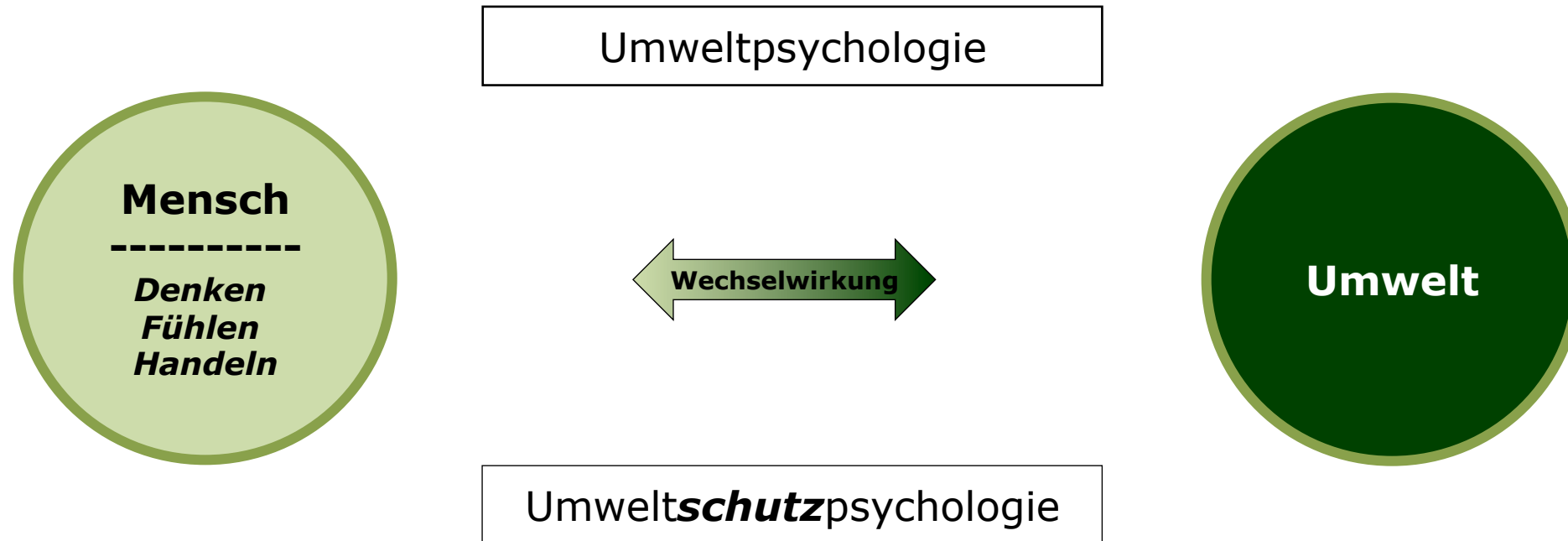
# Willkommensrunde

- Wie heißt du? / Was studierst du? /In welchem Projekt / Initiative / Kampagne engagierst du dich?



# Was ist Umweltpsychologie?

---



# Warum verhalten wir uns (un)nachhaltig?

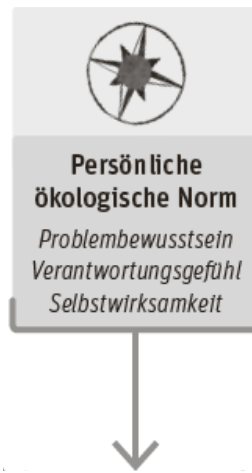




## Quizfrage: Handlungswissen

---

1. Wenn wir Menschen über die Konsequenzen ihres Verhaltens aufklären, werden sie sich nachhaltiger / umweltschützender verhalten.



# Persönliche ökologische Norm

---

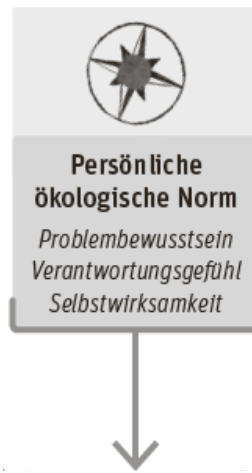
## ***Der innere Kompass***

*Die erlebte persönliche Verpflichtung, sich umweltschonend zu Verhalten. (Matthies, 2005)*

### **Beeinflusst durch:**

1. Problembewusstsein
2. Verantwortungsgefühl
3. Selbstwirksamkeit





# Persönliche ökologische Norm

---

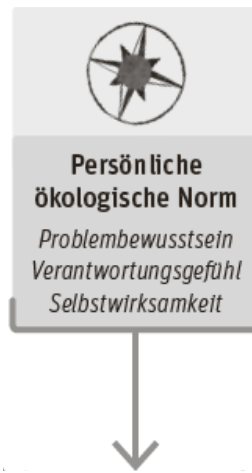
## 1. Problembewusstsein



*Wahrnehmung, dass unsere natürliche Umwelt bedroht ist*

(Matthies, 2005)





# Persönliche ökologische Norm

---

## 1. Problembewusstsein



*Wahrnehmung, dass unsere natürliche Umwelt bedroht ist*  
(Matthies, 2005)

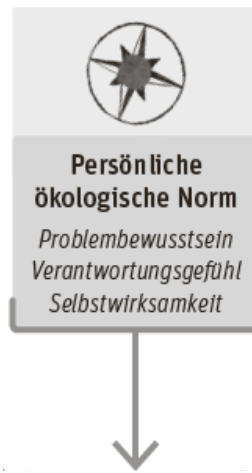
### Wie fördern wir Problembewusstsein?

→ Problemwissen vermitteln

- Aufmerksamkeit
- Involviertheit
- Bildlich, verständlich, unbedingt ehrlich







# Persönliche ökologische Norm

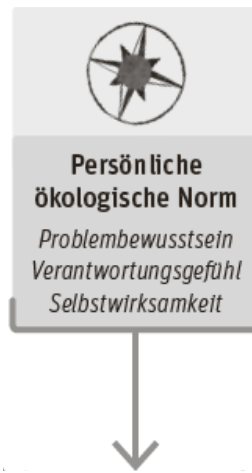
## 1. Problembewusstsein

*Wahrnehmung, dass unsere natürliche Umwelt bedroht ist*  
(Matthies, 2005)

Reine Informationskampagnen führen selten zu wirklicher  
Verhaltensänderung (Steg & Vlek, 2009)

→ Kombination mit anderen Strategien nötig  
(Kazdin, 2009)





# Persönliche ökologische Norm

---

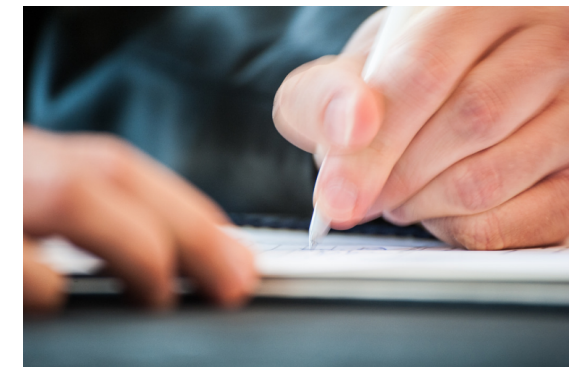
## 2. Verantwortungsgefühl

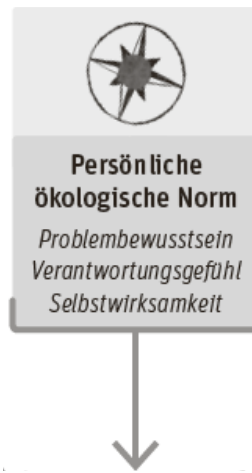


*Bewusstheit, dass mein eigenes Verhalten für Umweltschäden und die Lösung von Umweltproblemen relevant ist* (Matthies, 2005)

### Wie fördern wir Verantwortungsgefühl?

- Vermittlung umweltschützender Werte (Matthies, 2005)
- Selbstaufmerksamkeit & kognitive Dissonanz (Osbaldiston & Schott, 2012)
- Selbstverpflichtung (Clayton & Myres, 2009)





# Persönliche ökologische Norm

---

## 3. Selbstwirksamkeit



*Die Gewissheit, eine Anforderung mit den eigenen Fähigkeiten meistern zu können* (Bandura, 1991)

### Wie fördern wir Selbstwirksamkeit?

- Handlungswissen (Geller, 1995) & ihre Effektivität (Spence et al., 2009)
- Training von Kompetenzen (Clayton & Myers, 2009)
- Feedback (Clayton & Myers, 2009)
- Kollektive Selbstwirksamkeit (Homburg & Stolberg, 2006)



## Quizfrage: Handlungswissen

---

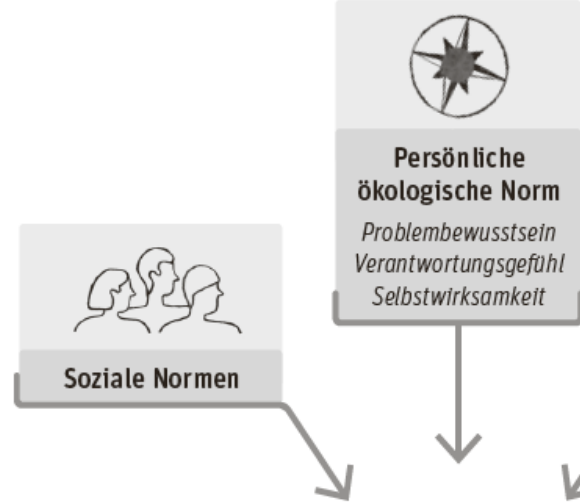
1. Wenn wir Menschen über die Konsequenzen ihres Verhaltens aufklären, werden sie sich nachhaltiger / umweltschützender verhalten.

**Falsch!**

## Quizfrage: Ist- und Soll-Norm

---

2. Die Aussage: „Jedes Jahr steigt die Anzahl der Ökostromkund\*innen um 60 %“ führt eher dazu, dass Menschen zu Ökostromanbietern wechseln als die Aussage: „Ökostrom ist gut für die Umwelt: Wechsel jetzt!“



## Soziale Normen

*Sind Regeln und Standards, die von vielen Menschen geteilt werden und unser Verhalten lenken*

- Subjektive Norm (Ajzen, 1991)
- IST- vs. SOLL-Normen (Cialdini et al., 1990)

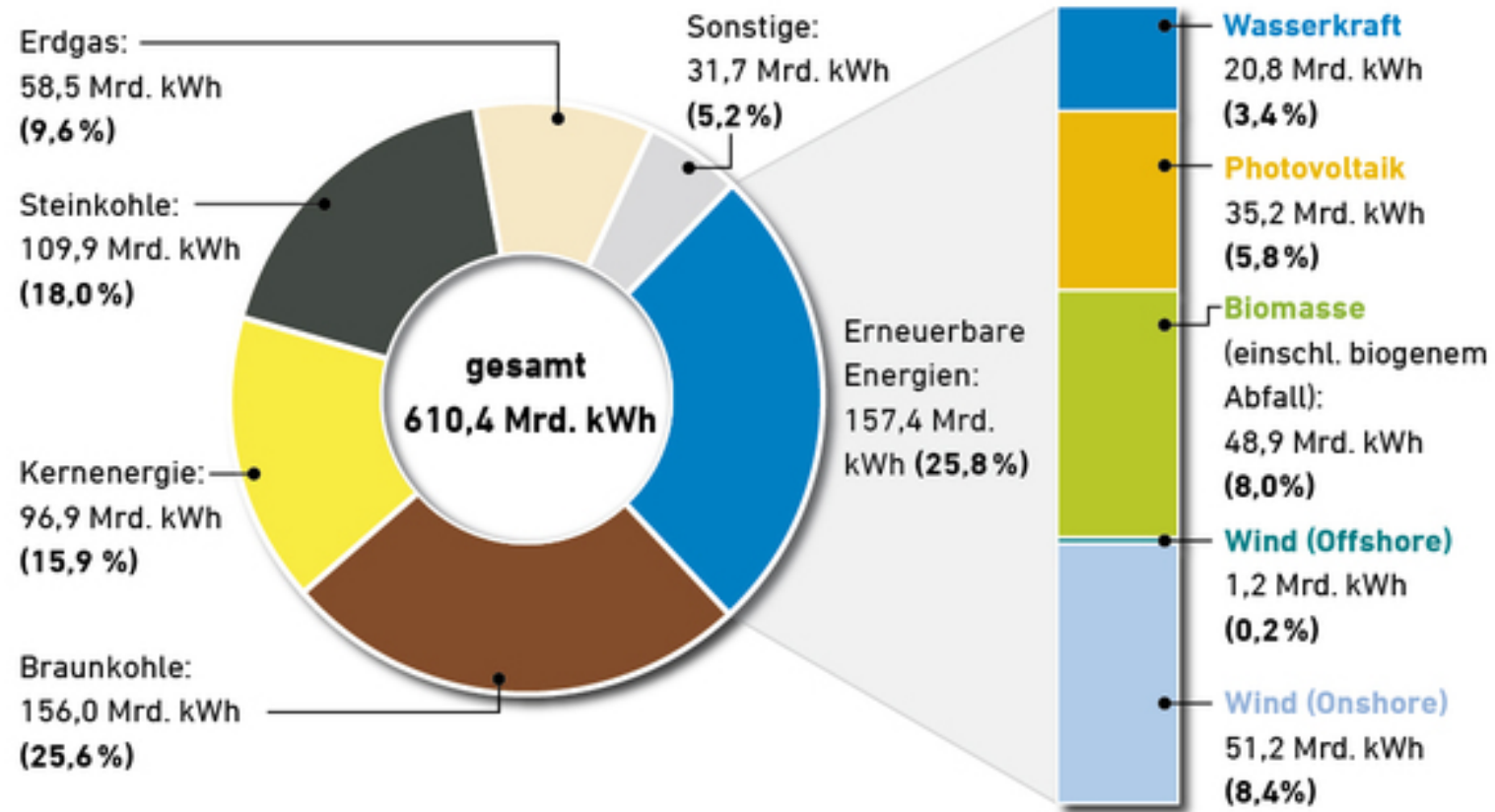


## Welche sozialen Normen beeinflussen euch jetzt gerade?



# Der Strommix in Deutschland im Jahr 2014

Mit 157 Milliarden Kilowattstunden lieferten Erneuerbare Energien mehr als ein Viertel der deutschen Bruttostromerzeugung. Zusammen hatten sie damit erstmals den größten Anteil im Vergleich zu den einzelnen anderen Energieträgern. Ihr Anteil am Bruttostromverbrauch betrug 27,3 %.



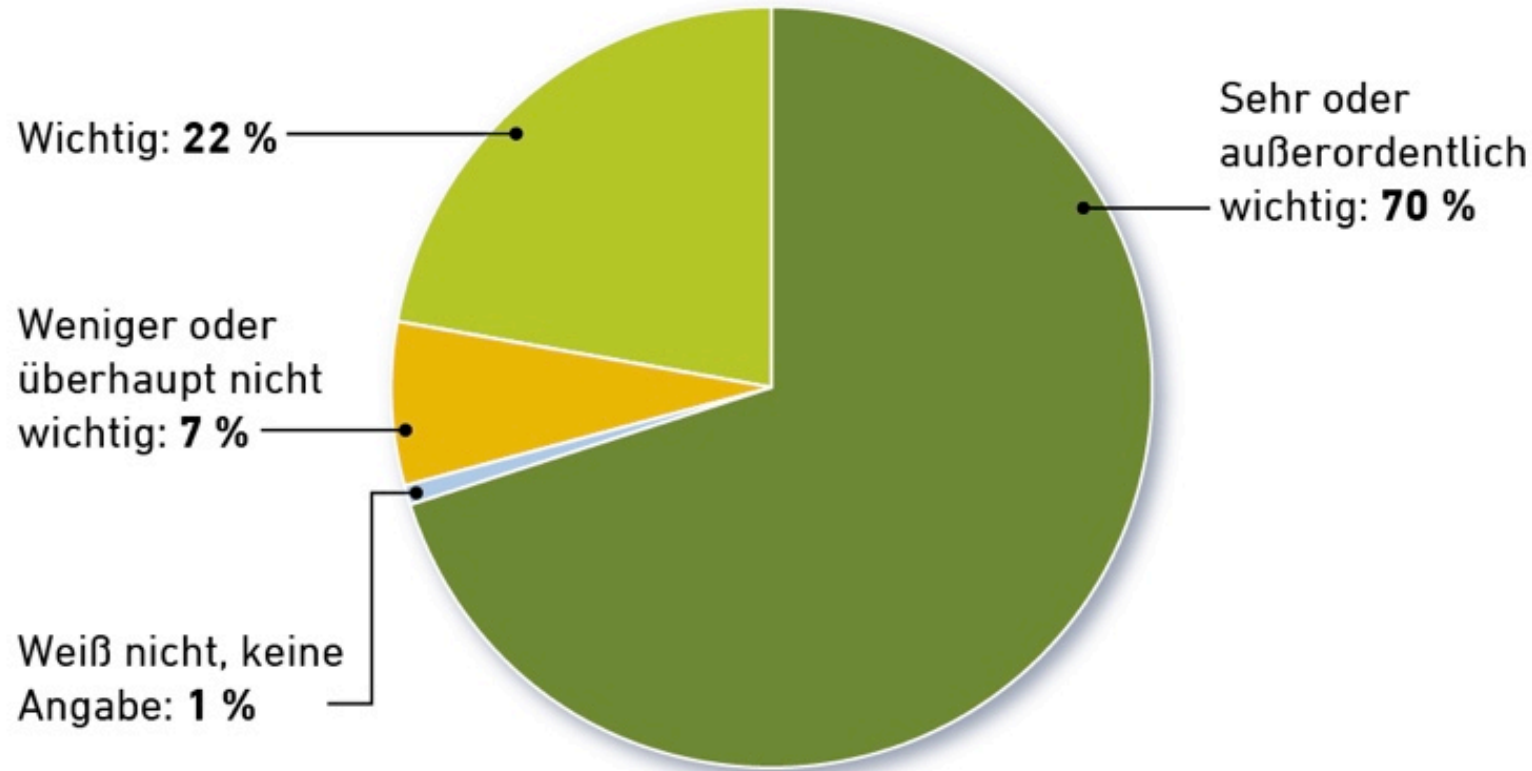
Quelle: BDEW; Stand: 12/2014



AGENTUR FÜR  
ERNEUERBARE  
ENERGIEN  
unendlich-viel-energie.de

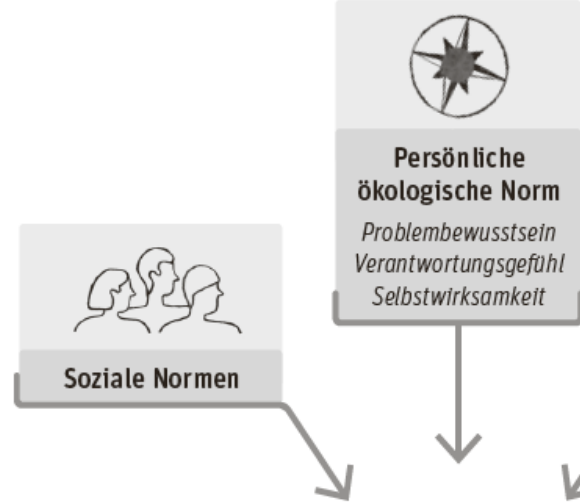
# 92 Prozent der Deutschen unterstützen den verstärkten Ausbau Erneuerbarer Energien

Nutzung und Ausbau Erneuerbarer Energien sind...



Quelle: Umfrage von TNS Emnid im Auftrag der Agentur für Erneuerbare Energien, 1.015 Befragte  
Stand: 10/2014





## Soziale Normen

*Sind Regeln und Standards, die von vielen Menschen geteilt werden und unser Verhalten lenken*

- Subjektive Norm (Ajzen, 1991)
- IST- vs. SOLL-Normen (Cialdini et al., 1990)
- Vorbildverhalten (Steg & Vlek, 2009)
- Minderheiteneinfluss (Harre, 2011)



## Quizfrage: Ist- und Soll-Norm

---

2. Die Aussage: „Jedes Jahr steigt die Anzahl der Ökostromkund\*innen um 60 %“ führt eher dazu, dass Menschen zu Ökostromanbietern wechseln als die Aussage: „Ökostrom ist gut für die Umwelt: Wechsel jetzt!“

*Richtig!*



## Quizfrage: Verhaltenskosten (Belohnung & Bestrafung)

---

3. Rabatte für Bioprodukte im Supermarkt sind eine effektive Methode um Konsument\*innen zum dauerhaften Umschwenken auf Bioprodukte zu bewegen.



## (Verhaltens-) Kosten und Nutzen

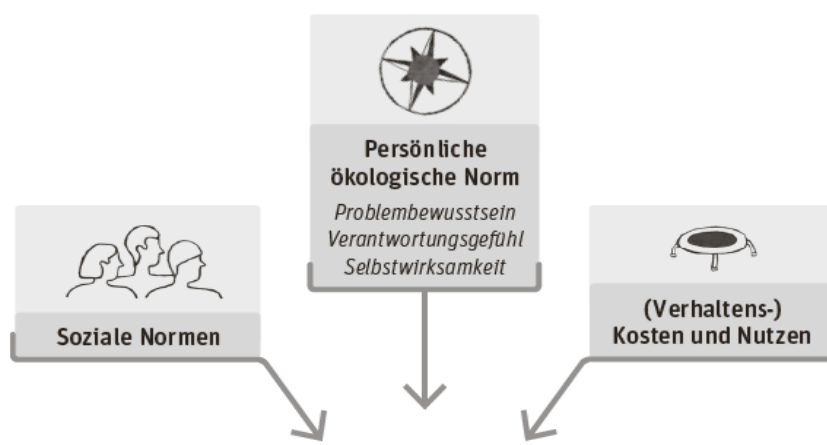
*Monetäre Kosten & Verhaltenskosten*

**Wie können wir (Verhaltens-)Kosten & Nutzen mit Umweltschutz vereinbaren?**

- Belohnung & Bestrafung (Clayton & Myers, 2009)
  - Belohnung ist wirksamer
  - Anreize sollten zeitnah sein
  - Anreize nicht zu groß
  - Vorsicht bei der Entfernung von Anreizen
  - Apelle an egoistische Werte vermeiden



## (Verhaltens-) Kosten und Nutzen



*Monetäre Kosten & Verhaltenskosten*

**Wie können wir (Verhaltens-)Kosten & Nutzen mit Umweltschutz vereinbaren?**

- Belohnung & Bestrafung (Clayton & Myers, 2009)
- Verhalten bequemer gestalten (Matthies, 2005)
- Leidenschaften nutzen (Harè, 2011)



## Quizfrage: Verhaltenskosten (Belohnung & Bestrafung)

---

3. Rabatte für Bioprodukte im Supermarkt sind eine effektive Methode um Konsument\*innen zum dauerhaften Umschwänken auf Bioprodukte zu bewegen.

**Falsch!**



## Exkurs: Handlungssituation

Manchmal müssen NICHT WIR uns verändern, sondern wir müssen die UMSTÄNDE, in denen wir leben & Entscheidungen treffen verändern.

- Möglichkeiten schaffen (Steg & Vlek, 2009)
- Default-Modus (Kazdin, 2009)

# RADFAHREN IM WINTER



Viel Rücksicht und  
manchmal Verzicht



 **AUTOFAHRER:** Mit Radlern rechnen, Rücksicht, Abstand

 **RADFAHRER:** bei extremem Wetter ÖPNV nutzen

 **RADFAHRER:** gute Beleuchtung und sichtbare Kleidung

 Wenn auf der Straße nichts mehr geht, **FAHRRAD** schieben

 Im **FACHHANDEL:** Spikes, Winterreifen, gute Bremsen

 **KOMMUNEN:** Radwege und Schutzstreifen räumen

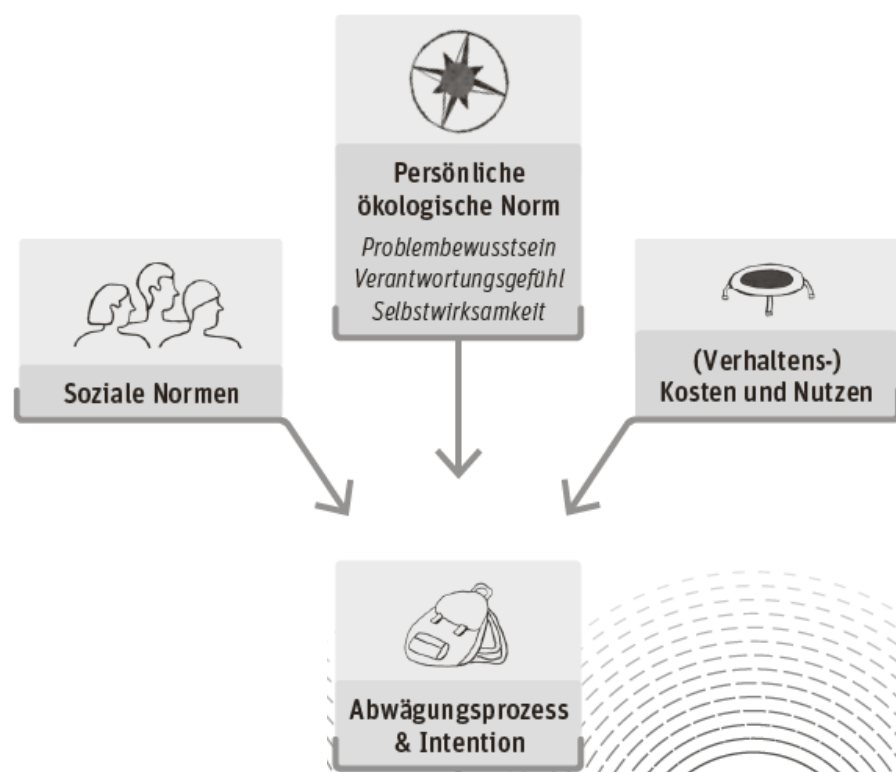
Quelle: Unfallforschung der Versicherer 2013

## Quizfrage: Intention

---

4. Ein Neujahrsvorsatz wie „In Zukunft will ich mich nachhaltiger verhalten“ führt eher nicht dazu, dass ich mein Verhalten in Zukunft ändere.

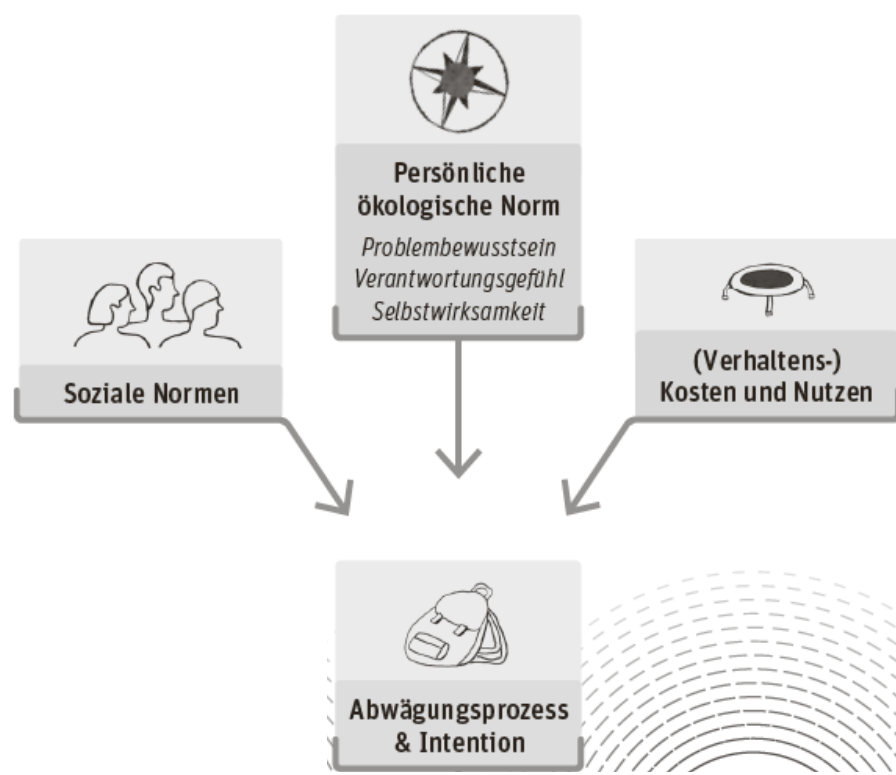
## Abwägungsprozess & Intention



*Entscheidung wird getroffen – es fließen ein:  
Persönliche ökologische Norm, soziale Normen,  
Kosten- & Nutzenabwägung*

Hilfreich: Achtsamkeit & bewusstes Reflektieren

# Abwägungsprozess & Intention



*Entscheidung wird getroffen*

Hilfreich: Achtsamkeit & bewusstes Reflektieren



**Intention** = die Absicht, sich auf eine bestimmte Weise zu verhalten

**Wird unterstützt durch:**

- Klare (Teil-)Zielsetzung (Abrahamse et al. 2005)
- Implementationsabsichten (Steg & Vlek, 2009)
- Prompts (Osbaldiston & Schott, 2012)

## Quizfrage: Intention

---

4. Ein Neujahrsvorsatz wie „In Zukunft will ich mich nachhaltiger verhalten“ führt eher nicht dazu, dass ich mein Verhalten in Zukunft ändere.

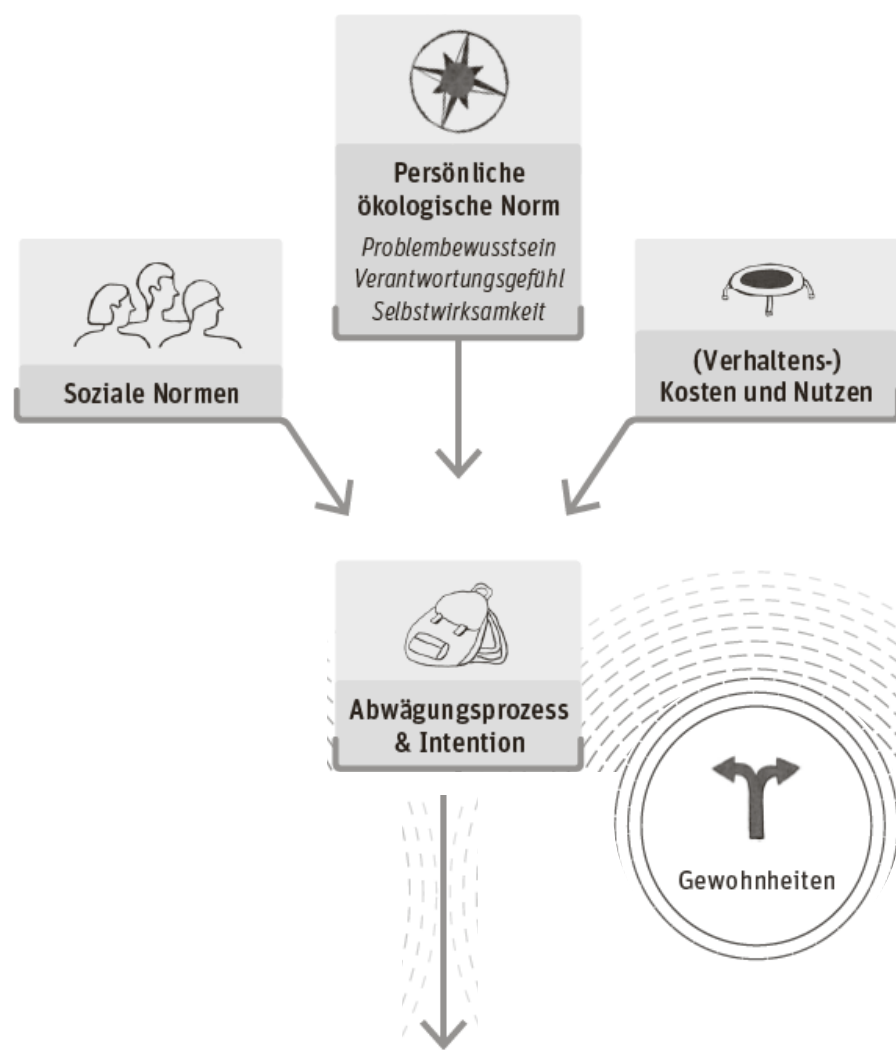
**Richtig!**



## Quizfrage: Gewohnheiten

---

5. Es ist leichter Erstsemester\*innen für vegane Ernährung zu begeistern als  
Drittsemester\*innen.

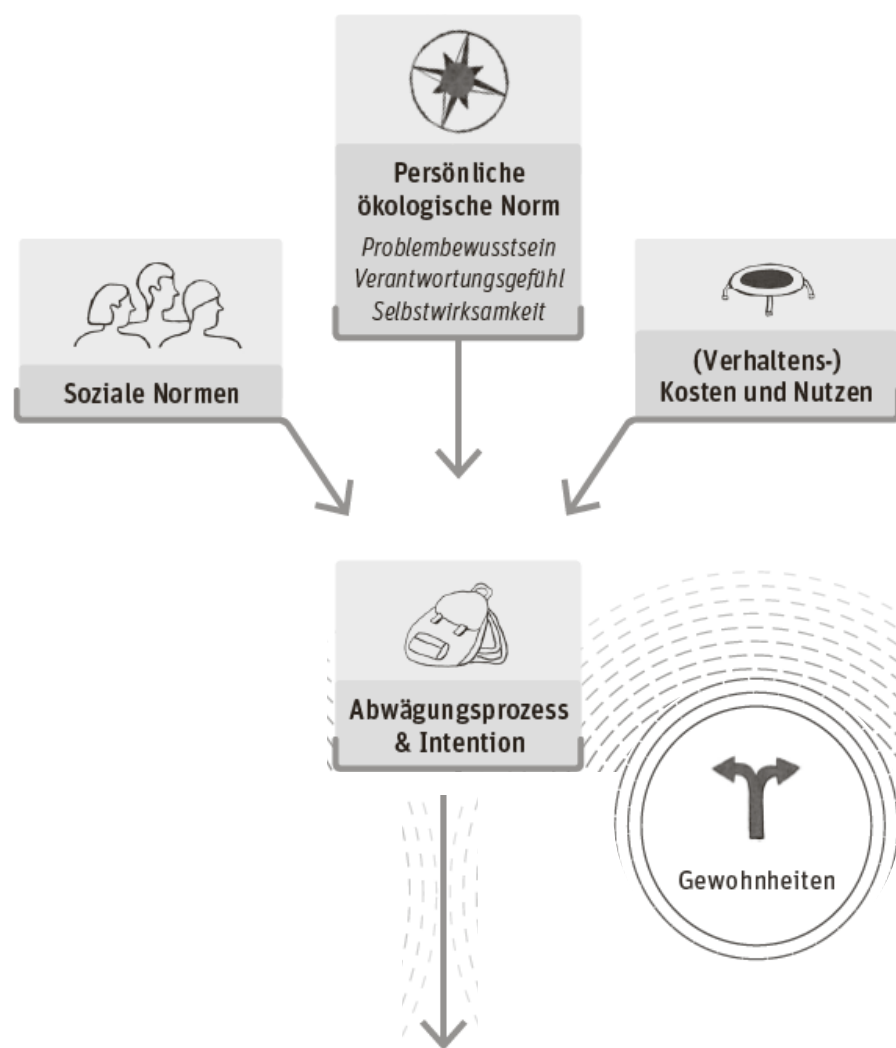


## Gewohnheiten

Ein über Jahre erworbenes Verhaltensskript, das mit bestimmten Situationenshinweisen verknüpft ist. (Steg et al. 2012)



35% bis 53 % der Verhaltensweisen sind Gewohnheiten (Steg et al., 2012)



## Gewohnheiten

### Wie können wir alte Muster durchbrechen?

- Prompts
- Implementationsabsichten
- Temporäre Veränderung der Handlungssituation (Fujii & Gärling, 2003)
- Kritische Lebensereignisse (Matthies, 2005)

# Prompts



## Beachte:

- eindeutig
- höflich
- leichtes Verhalten
- zeitlich & räumlich nahes Verhalten
- mit Referenz zum korrekten Verhalten

# Implementation Intentions

---

***Wann*** findet das Verhalten statt?

***Wo*** findet das Verhalten statt?

***Wie*** gelange ich dorthin?

***Wer*** ist involviert?

***Was passiert, wenn etwas unvorhergesehenes passiert?***



## Quizfrage: Gewohnheiten

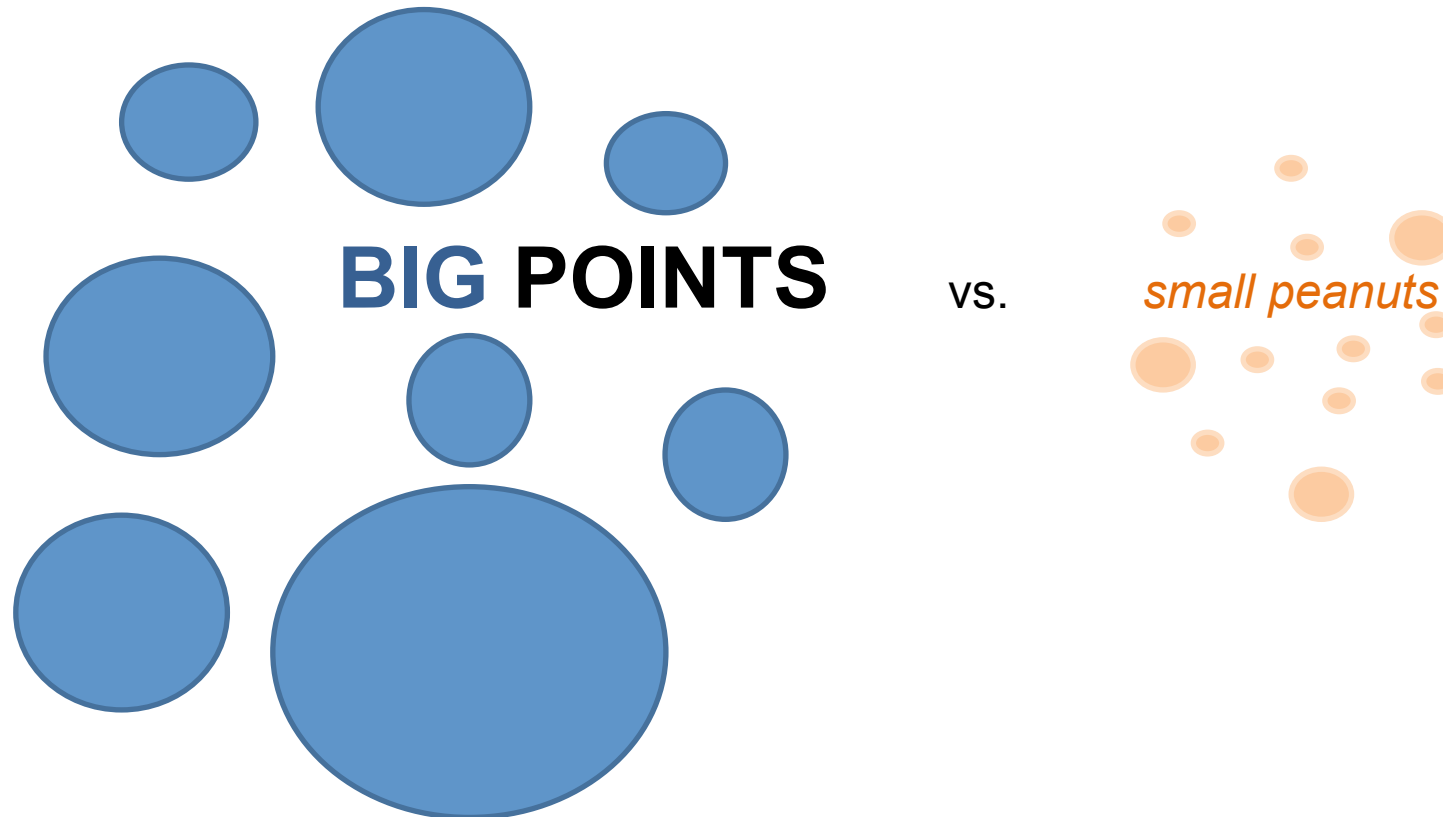
---

5. Es ist leichter Erstsemester\*innen für vegane Ernährung zu begeistern als  
Drittsemester\*innen.

**Richtig!**

# Einsparungen pro Verhaltensweise

---



## Viele Studien – viele Unterschiede

---



Bilharz, 2008; Gardner & Stern, 2008; Moser & Kleinhüchelkotten, 2017; Wynes & Nicholas, 2017

## Big Points

Bestellbar gegen  
Spende hier:

[https://ipu-ev.de/  
postkarte/](https://ipu-ev.de/postkarte/)

**Was tust du für den Klimaschutz?**  
**Male die Felder aus, die zutreffen.**


Alle Glühbirnen durch LEDs ersetzen


Plastikverpackungsfrei leben

Auf Flugobst und -gemüse verzichten


Leitungswasser statt Flaschenwasser trinken


Auf Coffee-to-go-Becher verzichten


 Initiative Psychologie im Umweltschutz

**Flugfrei leben** 

**Nutzung eines sehr sparsamen Autos (unter 5 l/100 km)**

**Autofrei leben** 

**Wohnen auf weniger als 30 m<sup>2</sup> pro Person** 

**Wenig Fleisch essen (1-2 mal pro Woche)** 

**auf weniger als 20 m<sup>2</sup> pro Person**

**Vegetarisch ernähren**

**Vegan ernähren**

**Engagement für den Klimaschutz**

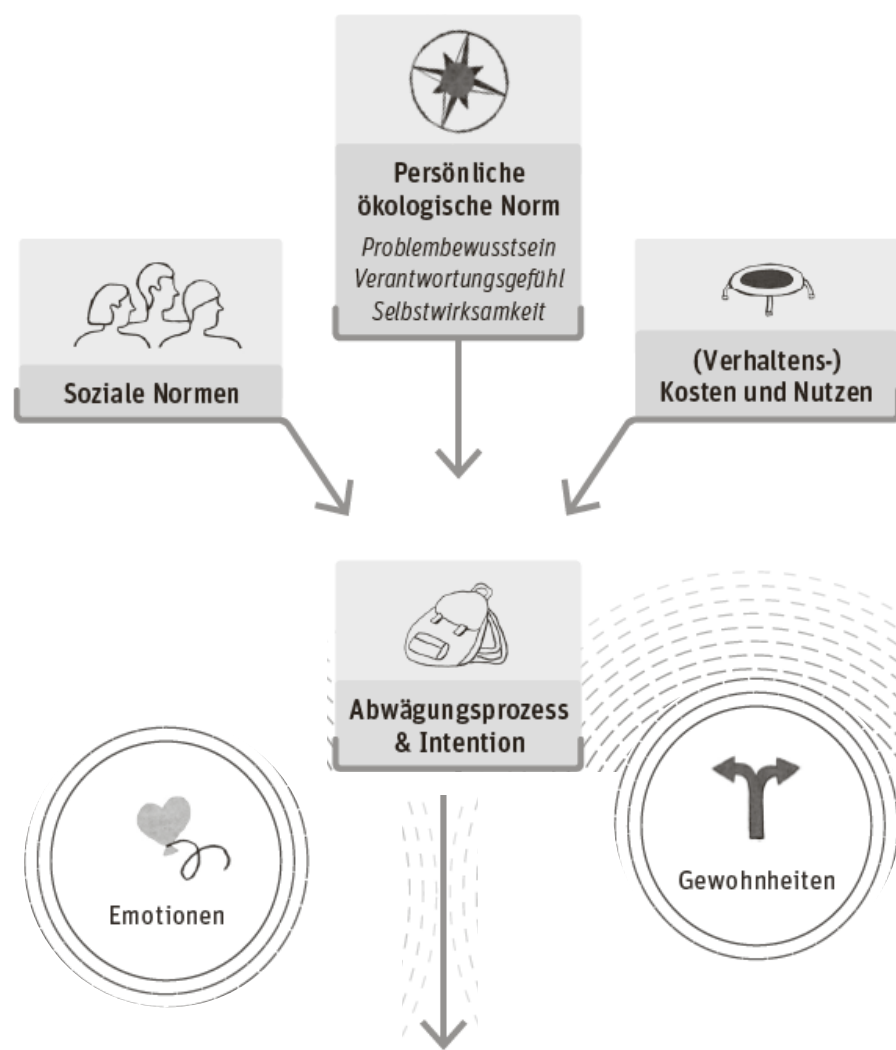
**Spenden für den Klimaschutz**

## Quizfrage: Emotionen

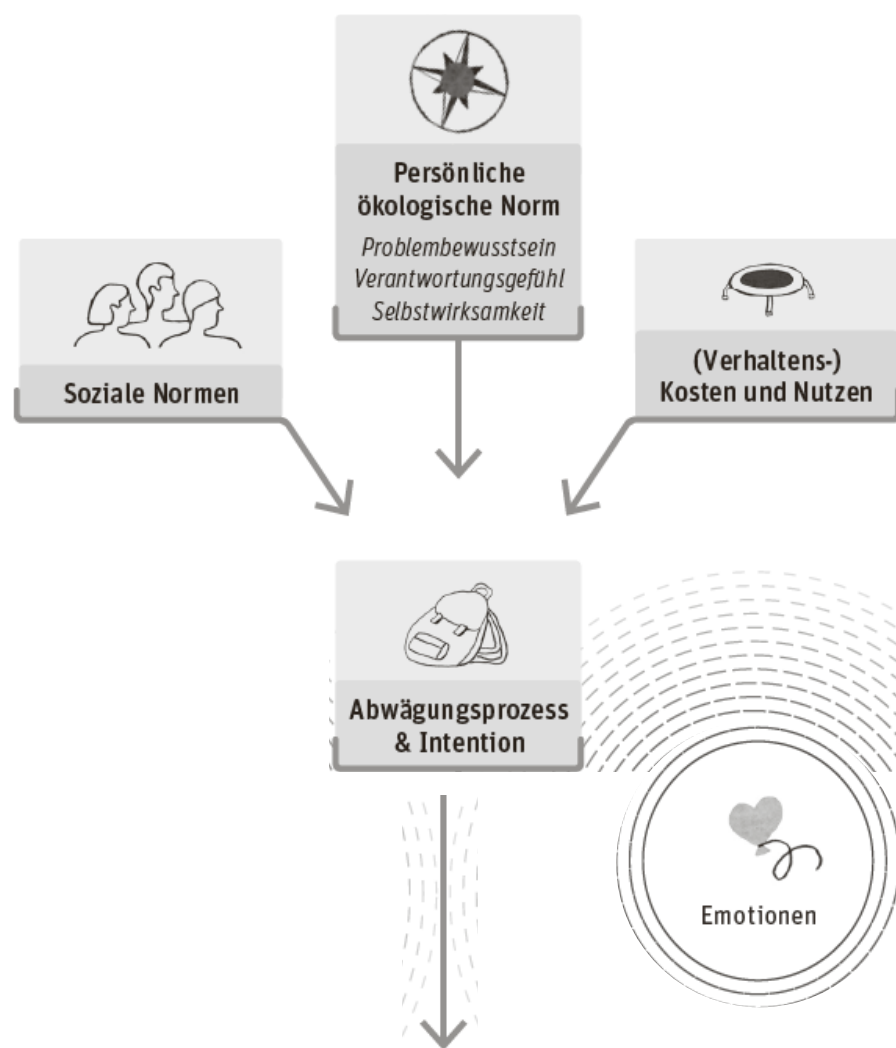
---

6. Wenn ich gut gelaunt einen Vortrag über die Ursachen des Klimawandels höre, neige ich eher dazu, den Unternehmen die Schuld zu geben, als mir selbst.

# Emotionen

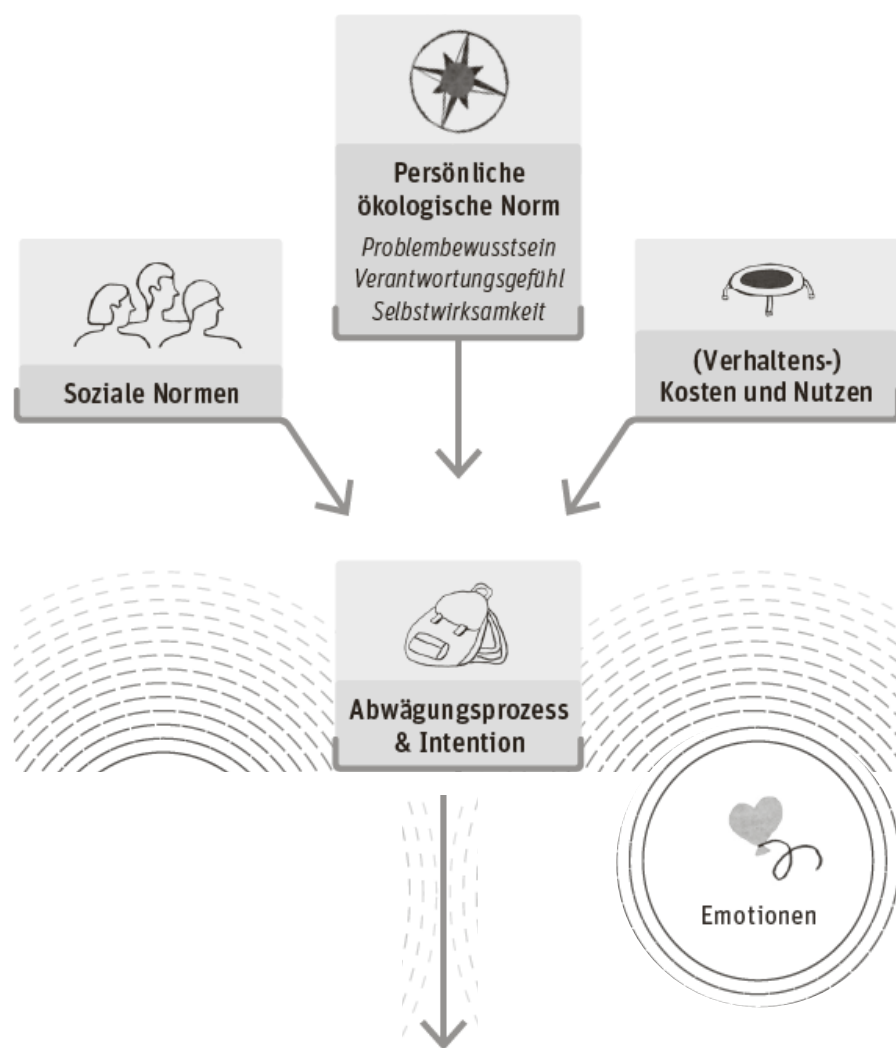






## Negative Emotionen

- Einengung der Aufmerksamkeit & Fokus (Harré, 2011)
- hilfreich, wenn Ernst der Lage noch nicht deutlich (Harré, 2011)
- Wut als Motivator politischer Aktivist\*innen (Harré, 2011)
- ABER:
  - Verhindern Lösungsorientierung (Harré, 2011)
  - Häufig wirkungslos (Clayton & Myers, 2009)
  - Ggf. ungewollte Bewältigungsstrategien



## Negative Emotionen

- Einengung der Aufmerksamkeit & Fokus (Harré, 2011)
- hilfreich, wenn Ernst der Lage noch nicht deutlich (Harré, 2011)
- Wut als Motivator politischer Aktivist\*innen (Harré, 2011)
- ABER:
  - Verhindern Lösungsorientierung (Harré, 2011)
  - Häufig wirkungslos (Clayton & Myers, 2009)
  - Ggf. ungewollte Bewältigungsstrategien

→ Kleine Dosis

→ Positive Alternativen suchen 😊

## Problemorientiert

vs.

## Emotionsorientiert

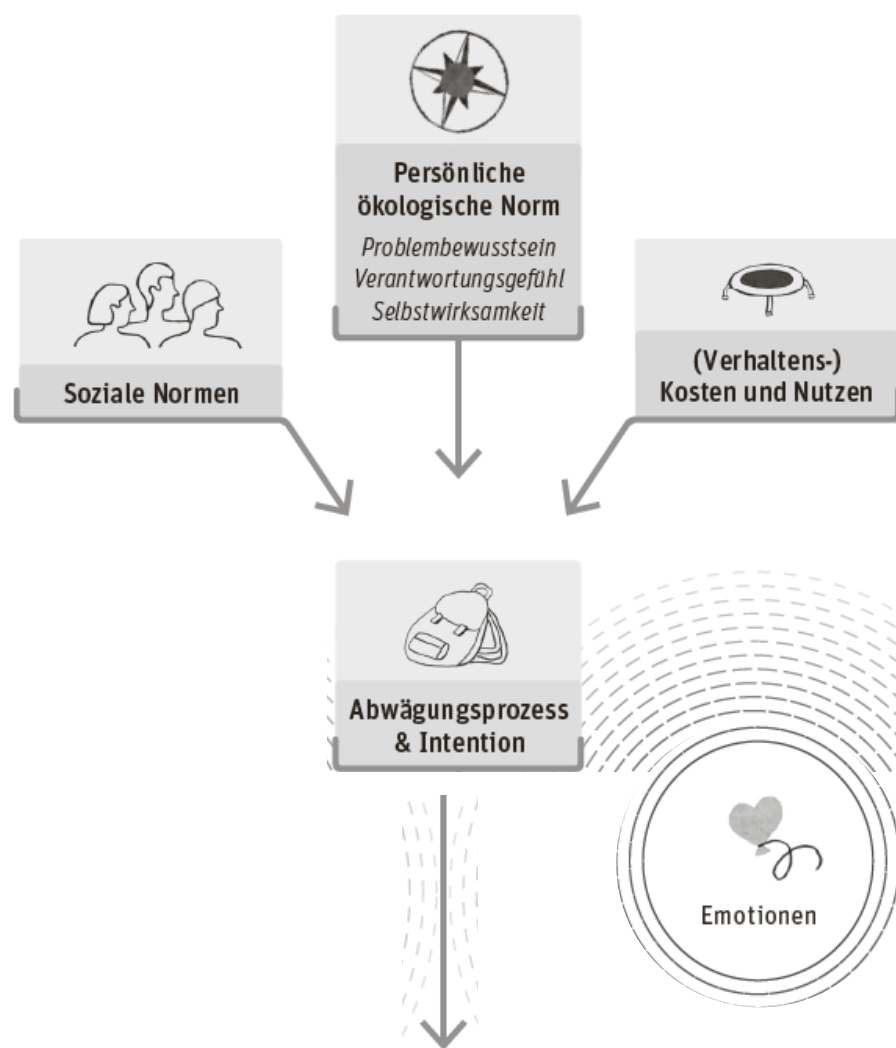
z.B. ab jetzt nur noch vegetarisch/  
vegan essen

**Gleichgültigkeit:**  
„Ist mir doch egal!“

**Umdeutung der Problemsituation:**  
„Die anderen sind Schuld.“  
„Technischer Fortschritt wird den  
Klimawandel aufhalten“

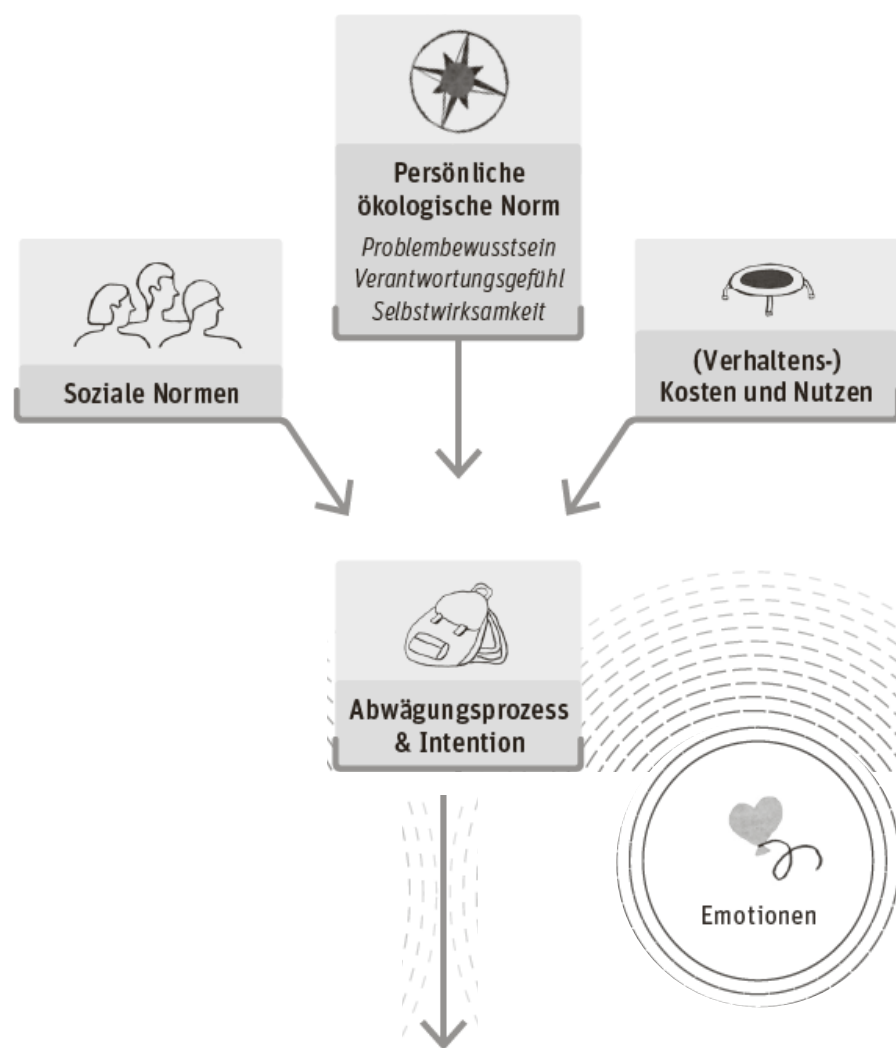
**Rechtfertigung:**  
„Ich würde häufiger vegetarisch/vegan essen,  
aber meine Familie kocht immer mit Fleisch.“

**Selektive Aufmerksamkeit**  
„Ich lebe in der Gegenwart, nicht  
in der Zukunft“  
„Ich esse ja schon einmal in der  
Woche kein Fleisch.“



## Positive Emotionen

- Bewirken Offenheit und Kreativität (Harré, 2011)
- Ermutigen, nach Lösungen zu suchen (Harré, 2011)
- ABER:
  - Ablenkung
  - Soziale Stereotype



## Positive Emotionen

- Bewirken Offenheit und Kreativität (Harré, 2011)
  - Ermutigen, nach Lösungen zu suchen (Harré, 2011)
  - ABER:
    - Ablenkung
    - Soziale Stereotype
- Inhalte
- Humor
- Tales of Joy
- Unterstützung und Anerkennung in der Gruppe

## Quizfrage: Emotionen

---

6. Wenn ich gut gelaunt einen Vortrag über die Ursachen des Klimawandels höre, neige ich eher dazu, den Unternehmen die Schuld zu geben, als mir selbst.

**Richtig!**

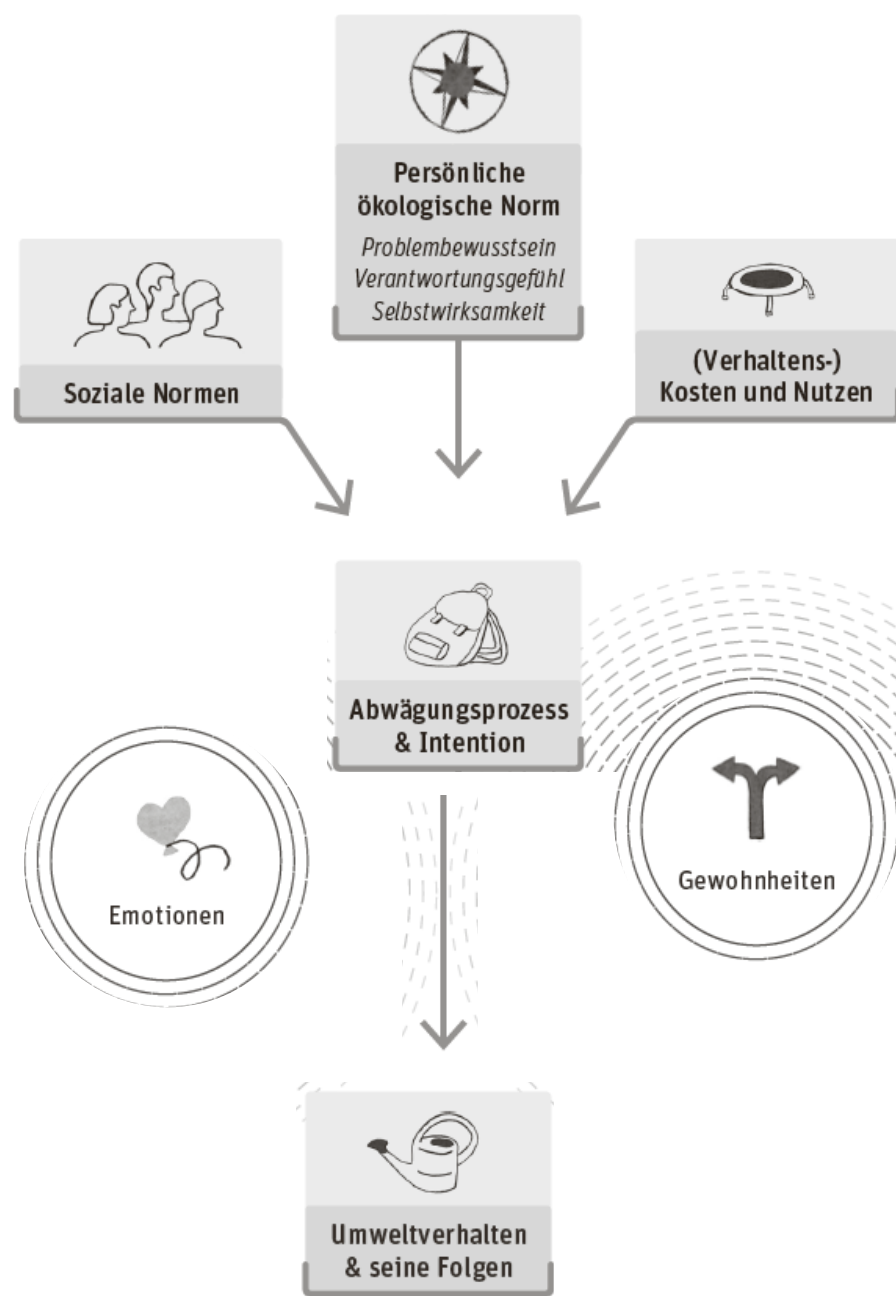


## Quizfrage: Umweltverhalten & Folgen

---

7. Wenn ich mich aus Umweltschutzgründen vegan ernähre, werde ich auf jeden Fall auch darauf achten, Geräte im Standby auszuschalten.

## Umweltverhalten & Folgen



- Spillover-Effekte (Gifford, 2014)
- Rebound-Effekte (Gifford, 2014)

### Verhalten dauerhaft aufrecht erhalten durch:

- Selbstbelohnung (Clayton & Myres, 2009)
- Selbstregulierung (Harre, 2011)
- Bisherige Fördermöglichkeiten (z.B. Prompts)



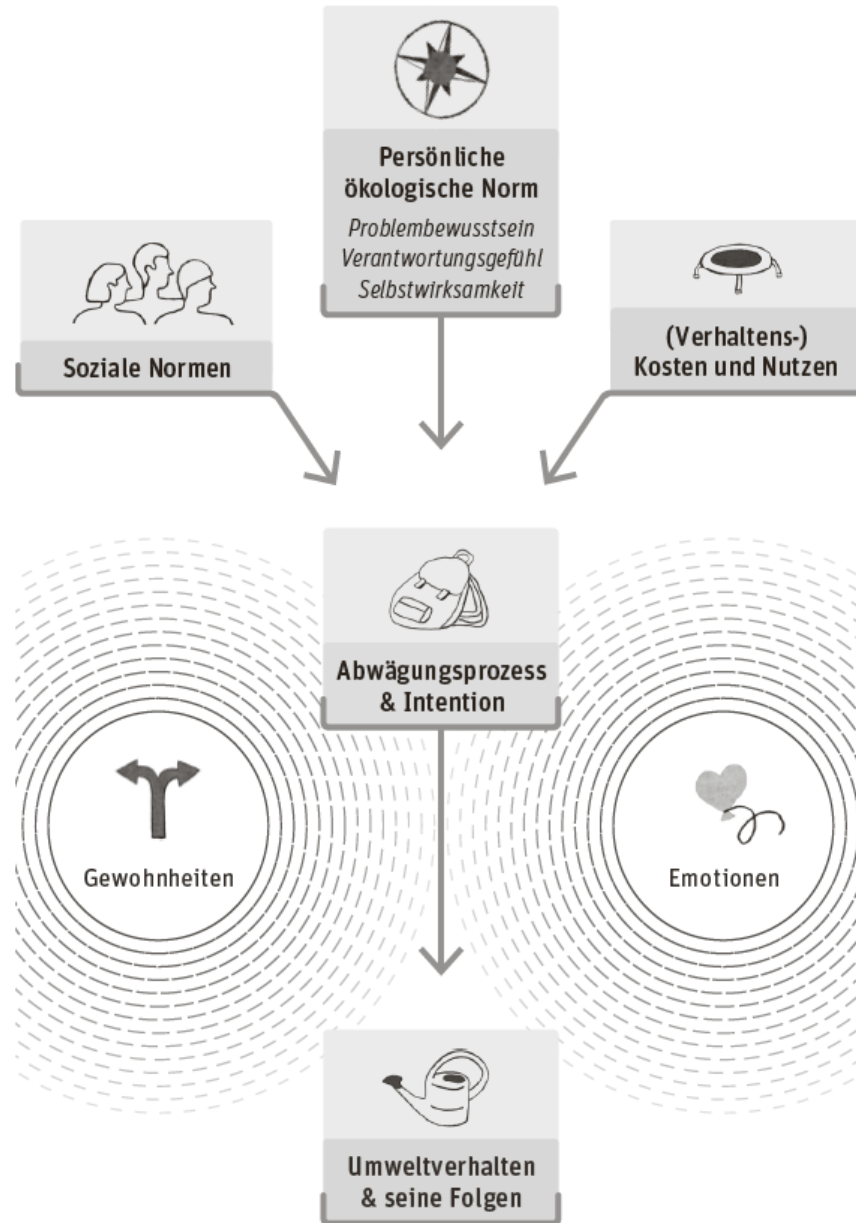
## Quizfrage: Umweltverhalten & Folgen

---

7. Wenn ich mich aus Umweltschutzgründen vegan ernähre, werde ich auf jeden Fall auch darauf achten, Geräte im Standby auszuschalten.

**Falsch!**

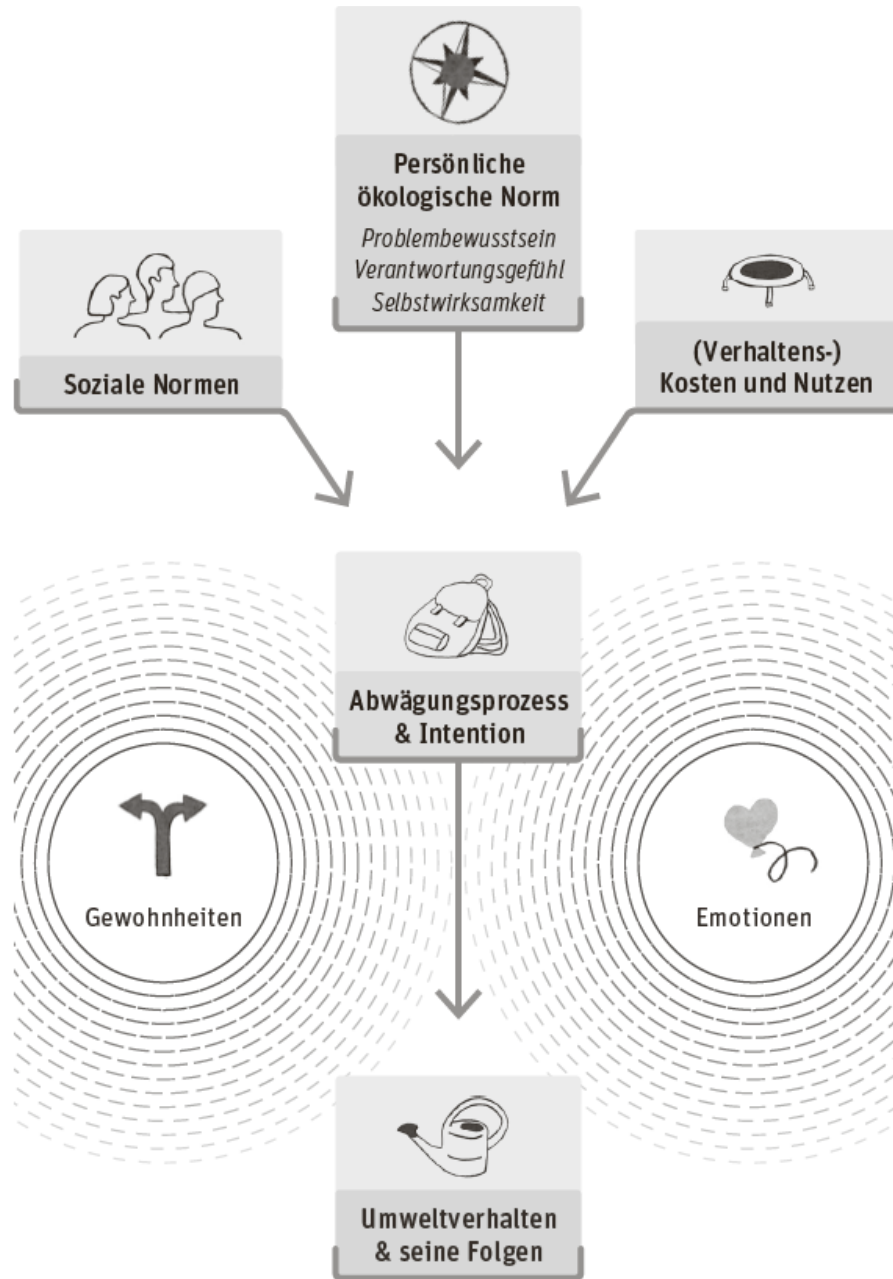
# Modell zur Erklärung umweltschützenden Handelns



## Erweiterung des integrativen Einflusschemas umweltgerechten Alltagshandelns (Matthies, 2005)

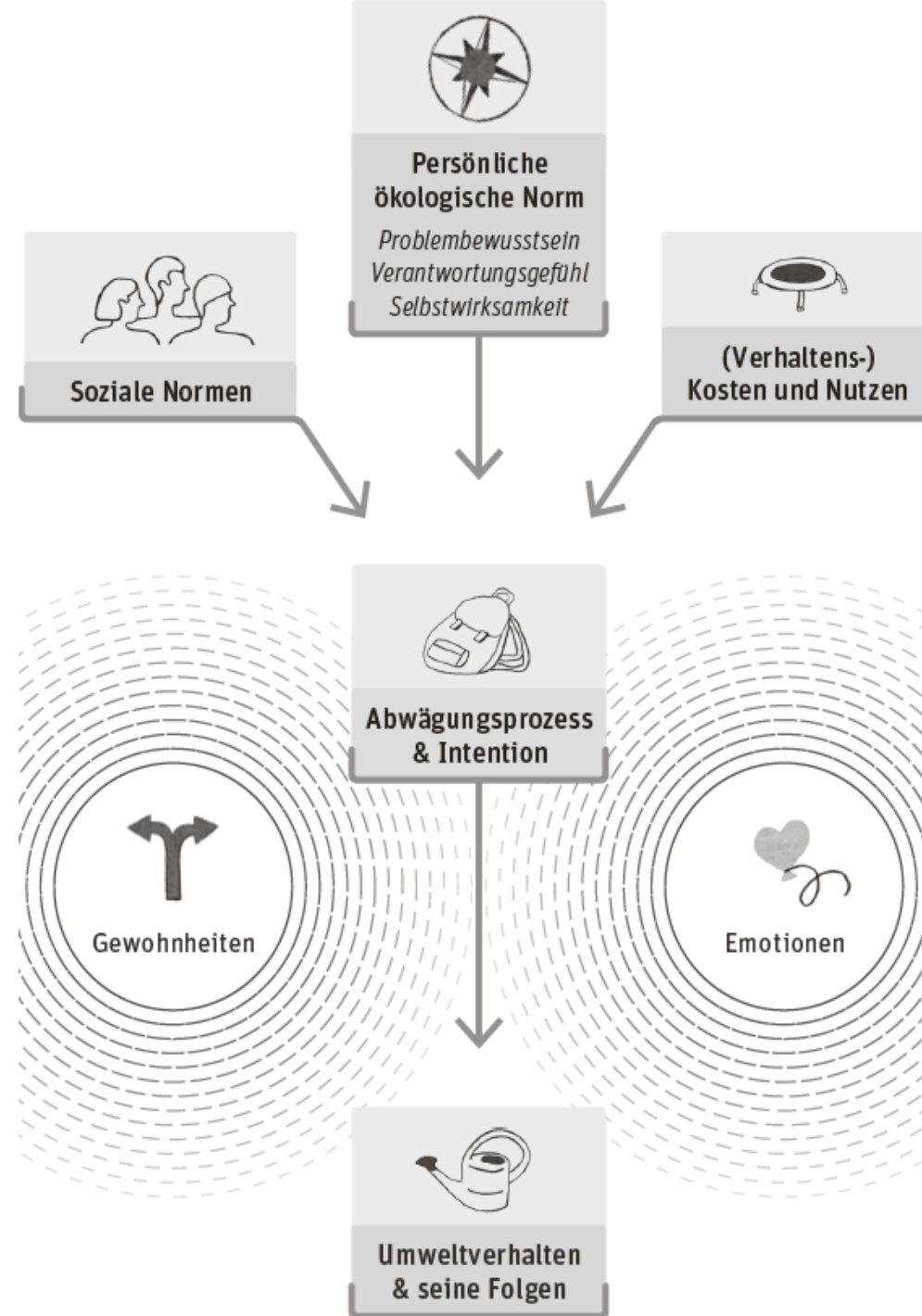
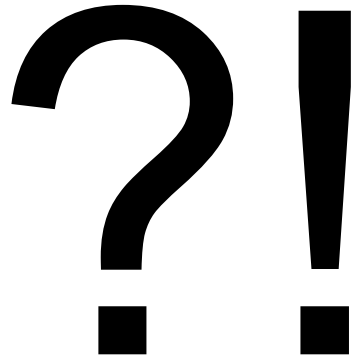
- Theorie des geplanten Verhaltens (Ajzen, 1991)
- Norm-Aktivations-Modell (Schwartz & Howard, 1981)

# Modell zur Erklärung umweltschützenden Handelns



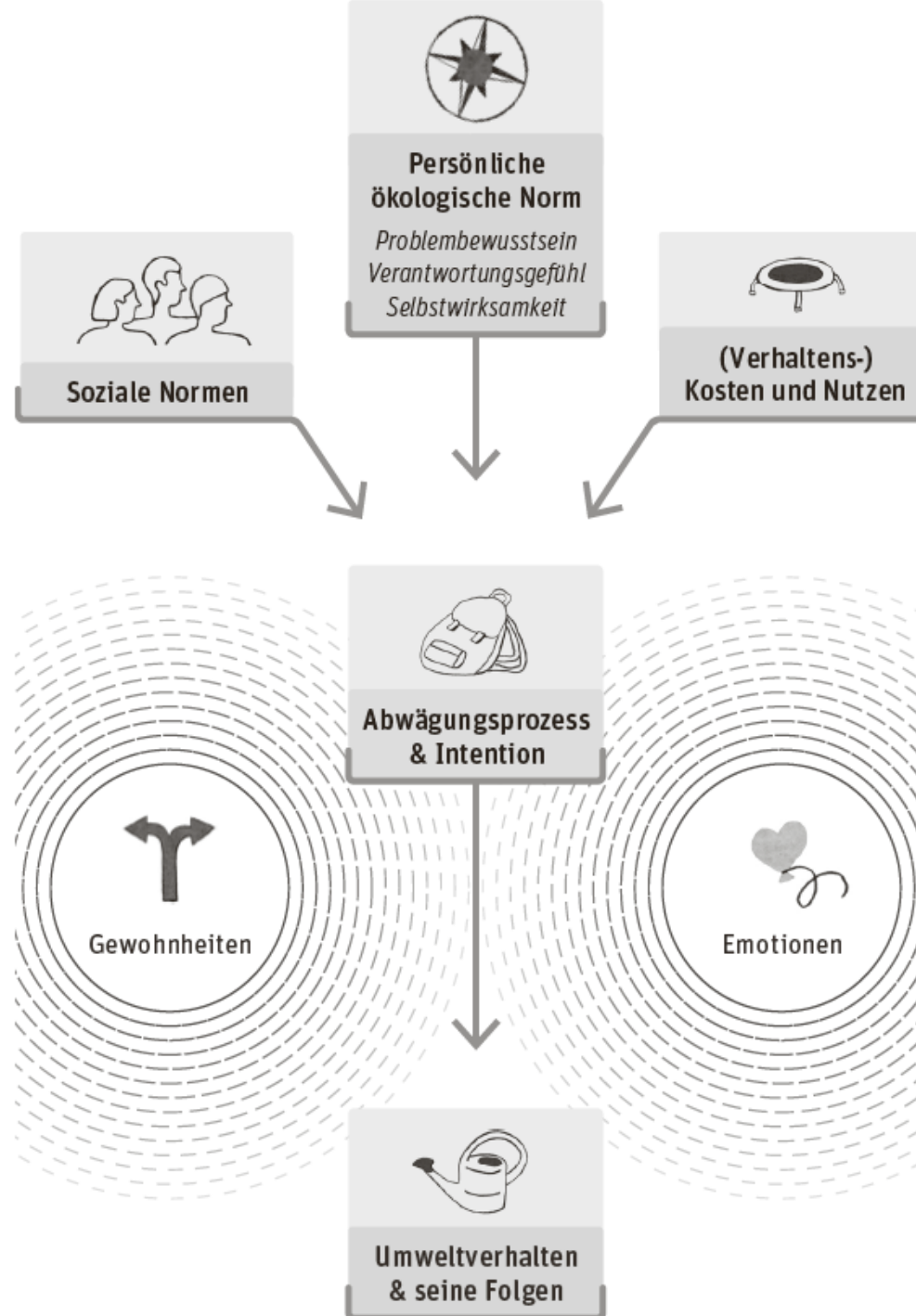
- Kein Phasenmodell
- Keine Patentlösung
- Kombination von Maßnahmen
- Reaktanz vermeiden

# Fragen & Diskussion





# Was nimmst du mit?



**Vielen Dank für eure Aufmerksamkeit!**

---



Initiative  
Psychologie im  
Umweltschutz

[www.ipu-ev.de](http://www.ipu-ev.de)

[www.wandel-werk.org](http://www.wandel-werk.org)

[info@wandel-werk.org](mailto:info@wandel-werk.org)

Wandelwerk

[Eva.Junge@wandel-werk.org](mailto:Eva.Junge@wandel-werk.org)

# Ziele SMART formulieren

---

## Spezifisch

Ziele müssen eindeutig definiert sein (vage vs. präzise Formulierungen)

## Messbar

Ziele sollten messbar sein

## Ausführbar

Ziele müssen erreichbar sein

## Relevant

Ziele müssen Sinn machen







## Terminiert

Ziele sollten vorgeben, bis wann sie erreicht sein müssen



## Der Umweltpsychologie-Canvas

Zur Planung einer Umweltschutzaktion mit psychologischem Fokus

<p><b>Soziale Normen</b></p>  <p><i>SOLL-Norm: werden wir auf einer dem Aufkleber beigelegten Nachricht erwähnen</i></p> <p><i>IST-Norm: ist in dem ausgewählten Wohngebiet sehr hoch, da schon viele Nachbar*innen Aufkleber an ihren Briefkästen besitzen</i></p> <p><i>Also: je mehr Nachbar*innen wieder neue Sticker aufkleben, desto stärker wird die IST-Norm</i></p> <p><i>-&gt; Vorbilder? Gibt es nicht</i></p>	<p><b>Persönliche ökologische Norm</b></p> 		<p><b>(Verhaltens-) Kosten &amp; Nutzen</b></p>  <p><i>Pro: Sie müssen den vielen Papiermüll nicht mehr entsorgen, fühlen sich evtl. durch die viele Werbung nicht mehr belästigt.</i></p> <p><i>Kontra: Sie erhalten keine kostenlose Zeitung und Werbung mehr, können keine Schwäppchen mehr suchen, haben evtl. weniger zu lesen, erfahren weniger über lokale Geschenisse.</i></p> <p><i>Durch das Einwerfen des Aufklebers in den Briefkasten müssen sie sich keinen kaufen oder in ein Ortsteilbüro gehen, dadurch wird das Verhalten bequemer und Verhaltensarten minimiert.</i></p>
<p><b>Gewohnheiten</b></p>  <p><i>Das Verhalten ist absichtsvoll und nicht automatisch.</i></p> <p><i>Die Zielgruppe soll ihre Gewohnheiten umstellen.</i></p>	<p><b>Abwägungsprozess und Intention</b></p> <p><i>Der Abwägungsprozess dauert höchstwahrscheinlich nur sehr kurz an (der Moment, in dem sie den Sticker im Briefkasten finden), evtl. werden sie noch mit Familienmitgliedern oder WG-Bewohner*innen über das Anbringen des Stickers sprechen. Manche Nachbar*innen</i></p> <p><i>haben sicherlich schon die Absicht, einen derartigen Sticker anzubringen, es nur bisher aus Bequemlichkeitsgründen nicht gemacht.</i></p> <p><i>=&gt; Wir könnten eine Liste der Vor- und Nachteile auffertigen, die dann in der beigelegten Nachricht auftaucht.</i></p>	<p><b>Emotionen</b></p>  <p><i>Das Verhalten ist wahrscheinlich wenig an Emotionen geknüpft. Evtl. fühlen sich Menschen erleichtert, wenn sie sich von den riesigen Papiermengen gestört fühlen.</i></p> <p><i>Ärger über die Papiermengen kann auch dazu führen, den Aufkleber anzubringen.</i></p>	
	<p><b>Umweltverhalten und seine Folgen</b></p>  <p><i>Wenn wir in dem beigelegten Zettel den Umweltschutz besonders hervorheben, könnte es zu einem Spillover-Effekt kommen und die Personen werden sich evtl. auch in anderen Bereichen langsam umweltschützender verhalten!</i></p>		

- Hamann, K., Baumann, A., & Löschinger, D. (2016). *Psychologie im Umweltschutz – Handbuch zur Förderung nachhaltigen Handelns*. München: oekom verlag.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Blackmore, E., Underhill, R., McQuilkin, J., Leach, R., & Holmes, T. (2013). *Common Cause for Nature. A Practical Guide to Values and Frames in Conservation*. Retrieved on 1.11.2016 from [www.valuesandframes.org/initiative/nature](http://www.valuesandframes.org/initiative/nature)
- Cialdini, R. B., Reno, R. R. & Kallgren, C. A. (1990). A focus theory of normative conduct: Recycling the concept of norms to reduce littering in public places. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 1015–1026.
- Clayton, S. & Myers, G. (2009). *Conservation Psychology Understanding and promoting human care for nature*. West Sussex, UK: Wiley-Blackwell.
- Crompton, T. & Kasser, T. (2009). *Meeting environmental challenges: The role of human identity*. Retrieved on 1.11.2016 from [www.valuesandframes.org/downloads](http://www.valuesandframes.org/downloads)
- Fujii, S. & Gärling, T. (2003). Development of script-based travel mode choice after forced change. *Transportation Research*, 6, 117–124.
- Gardner, G. T. & Stern, P. C. (2002). *Environmental problems and human behavior*. Boston, MA: Pearson Custom Pub.
- Geller, E. S. (1995). Actively caring for the environment: An integration of behaviorism and humanism. *Environment and Behavior*, 27, 184–195.
- Gifford, R. D. (2014). Environmental psychology matters. *Annual Review of Psychology*, 65, 541–579.

- Hamann, K. R. S., Reese, G., Seewald, D. & Loeschinger, D. C. (2015). Affixing the theory of normative conduct (to your mailbox): Injunctive and descriptive norms as predictors of anti-ads sticker use. *Journal of Environmental Psychology, 44*, 1–9.
- Harré, N. (2011). *Psychology for a Better World*. Auckland Department of Psychology, University of Auckland. Entnommen am 17.08.2014 von <http://www.psych.auckland.ac.nz/en/about/our-staff/academic-staff/niki-harre/download-the-book.html>
- Kazdin, A. (2009). Psychological science's contributions to a sustainable environment Extending our reach to a grand challenge of society. *American Psychologist, 64*, 339-356
- Matthies, E. (2005). Wie können PsychologInnen ihr Wissen besser an die PraktikerIn bringen? Vorschlag eines neuen integratives Einflusschemas umweltbewussten Alltagshandelns. *Umweltpsychologie, 9*, 62-81.
- Osbaldiston, R. & Schott, J. (2012). Environmental sustainability and behavioral science: Meta-analysis of pro-environmental behavior experiments. *Environment and Behavior, 44*, 257–299.
- Pallak, M. S., Cook, D. A., & Sullivan, J. J. (1980). Commitment and energy conservation. *Applied Social Psychology Annual, 1*, 235-53.
- Schwartz, S.H. & Howard, J.A. (1981). A normative decision-making model of altruism. In J.P. Rushton & R.M. Sorrentino (Eds.), *Altruism and Helping Behavior* (pp.189-211). Hillsdale: Erlbaum.
- Spence, A., Pidgeon, N. F. & Uzzell, D. (2009). Climate change – psychology's contribution. *The Psychologist, 22*, 108–111.
- Steg, L., Van den Berg, A.E., & De Groot, J.I.M. (2012). *Environmental psychology: An introduction*. Oxford, UK: John Wiley & Sons.
- Steg, L. & Vlek, C. (2009). Encouraging pro-environmental behavior: An integrative research agenda. *Journal of Environmental Psychology, 29*, 309-317.



# Bildnachweise

---

- <http://einmaleinbaum.de/>
- <https://de.pinterest.com/pin/470063279831537007/>
- <http://energielux.de/schulen/energielux-material/>
- <http://flickrriver.com/photos/haeusler-info/sets/72157615887702514/>
- [https://cdn.pixabay.com/photo/2016/04/19/14/14/guidance-1338686\\_340.jpg](https://cdn.pixabay.com/photo/2016/04/19/14/14/guidance-1338686_340.jpg)
- [https://cdn.pixabay.com/photo/2015/08/30/12/47/justice-914229\\_960\\_720.png](https://cdn.pixabay.com/photo/2015/08/30/12/47/justice-914229_960_720.png)
- [http://img.zeit.de/politik/deutschland/2017-02/bauernregeln-bundesumweltministerium/wide\\_820x461\\_desktop](http://img.zeit.de/politik/deutschland/2017-02/bauernregeln-bundesumweltministerium/wide_820x461_desktop)