

Mut zur Veränderung – Schnell noch mal die Welt retten



Ursula Tischner

econcept, Agentur für nachhaltiges Design, Köln

Manager Sustainability Maker Projekt

u.tischner@econcept.org

**So viele Krisen – man weiß gar nicht
wo man anfangen soll ...**

www.worldchanging.com

Publikationen und Projekte, sehr empfehlenswert !

Warum ist Wandel so schwierig ?

Nur 7% der Deutschen bestreiten, dass es Klimawandel gibt.

Die Mehrheit der Deutschen hält den Klimawandel für ein ernstes, menschengemachtes Problem.

Aber warum geschieht dann so wenig ?

(Public climate-change skepticism, energy preferences and political participation, Anita Engels, Otto Hüther, Mike Schäfer, Hermann Helda, Juni 2013)

‘Unser Gehirn ist optimiert, um Nahrung und Paarungswillige in der afrikanischen Savanne zu finden. Natur hat ein Gefahrerkennungssystem in uns installiert, das sensibel auf Bedrohungen unserer Vorfahren reagiert – eine Schlange, ein Nebenbuhler bei der Paarung, eine Gruppe von Angreifern mit primitiven Waffen – das aber bemerkenswert ignorant den abstrakten Gefahren gegenüber ist, denen wir heute ausgesetzt sind.’

(Gilbert 2011: Buried by bad decisions, Nature).

*„Wir ändern unser Leben, um ein Kind zu retten,
aber nicht unsere Glühbirnen, um alle Kinder zu
retten.“*

*‘We will change our lives to save a child, but
not our light bulbs to save them all.’*

(Gilbert 2011: Buried by bad decisions, Nature).

Wenn Bedrohungen als moralische Verfehlungen beschrieben werden, schlägt Apathie oft in Aktion um. In Texas waren die Autobahnen immer voller Müll bis der Bundesstaat 1986 den Slogan einführte "Don't mess with Texas" ('to mess' heißt 'beschmutzen' und 'jemandem in die Quere kommen'). So wurde Müllabladen gleichbedeutend mit einer Beleidigung für jeden stolzen Texaner und der Abfall verminderte sich um 72%.

McClure, T. & Spence, R. Don't Mess with Texas: The Story Behind the Legend (Idea City Press, 2006).

Erfolgreiche Umweltkommunikation

1. Die Botschaft muss **dringend** sein und **moralische Relevanz** besitzen.
2. Sie muss so viel **Gewissheit** besitzen, wie möglich und wissenschaftlich vertretbar.
3. Es kann nicht nur eine Botschaft geben sondern sie muss **für verschiedene Zielgruppen maßgeschneidert** werden.
4. Botschaften sollten **positiv formuliert** werden. Menschen sind weniger motiviert, wenn man ihnen erzählt, sie müssen verzichten, wenn sie aber Vorreiter, Retter und Helden sein können, sind sie motivierter.
5. Menschen sollten das Gefühl bekommen, dass **ihre Handlungen zählen** und dass ihre Anstrengungen nicht vergeblich sind.

Source: Robert Gifford, American Psychological Association (Gifford, 2009)

Warum ist Wandel so schwierig?



Experiment



Verhaltensänderung ?

80% unserer täglichen Entscheidungen sind **routiniert:**

Wir haben gelernt, eine bestimmte Marke zu kaufen oder einen bestimmten Produkttypen und immer wenn wir einkaufen, wählen wir das Gleiche ohne darüber nachzudenken. Das ist verhaltensökonomisch sinnvoll.

Wenn routiniertes Verhalten ökologisch und sozial nicht nachhaltig ist, dann ist es eine schwierige Herausforderung, dieses zu hinterfragen und zu ändern. (Tischner et al. 2010, SCORE Projekt)

Verhaltensänderung ?

Generelle Hindernisse für Verhaltensänderung sind besonders, dass

- jeder Wandel mehr Arbeit ist, als am gewohnten Verhalten fest zu halten (Verhaltensökonomie).
- jedes neue Verhalten unbekannte Konsequenzen hat und zunächst bedrohlich scheint.

Daher kann Wandel Angst machen und Angst ist bekanntlich ein schlechter Ratgeber.

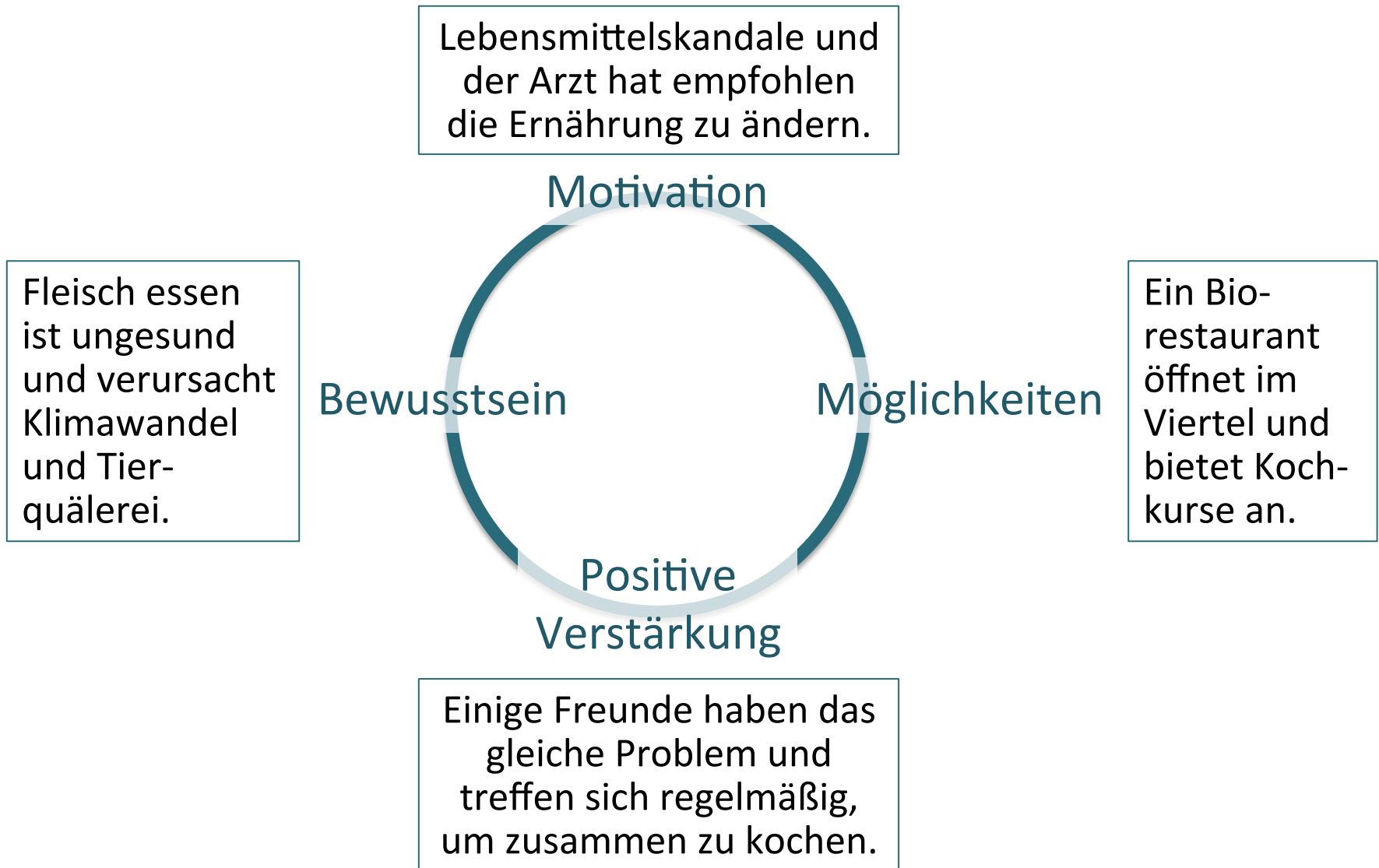
Wie findet Verhaltensänderung statt ?

Normalerweise hat Verhaltensänderung (soziales Lernen) folgende Elemente:

1. **Bewusstsein** über ein Problem / eine Sache und wie das eigene Verhalten damit zusammenhängt
2. **Motivation** das Verhalten zu ändern (intrinsisch oder extrinsisch)
3. **Möglichkeiten** das Verhalten zu ändern, akzeptable Alternativen, ein positives Umfeld, in dem neues Verhalten ausprobiert werden kann
4. **Positive Bestärkung:** Belohnung (finanziell, ideell, emotional usw.) und Bestätigung durch die ‚Peer-Group‘ oder andere Institutionen mit hohem Einfluss

(Kanfer & Schmelzer 2005 and eigene Forschungsarbeiten)

Wie Verhaltensänderung passiert



Die Rolle von Design und den Künsten

1. **Besser Kommunizieren**, verständlicher, motivierender und positiver über schwierige Nachhaltigkeitsthemen, zugeschnitten auf spezifische Zuhörergruppen.
2. **Motivation erzeugen**, Lust auf den Wandel machen z.B. durch das Zeigen von attraktiven Vorbildern oder das Visualisieren der persönlichen und allgemeinen Vorteile des neuen Verhaltens.
3. **Möglichkeiten gestalten**, machbare und erschwingliche neue Handlungsoptionen (Produkte, Dienstleistungen, Infrastruktur, Systeme, soziale Innovationen) und ein positives Umfeld, um neues Verhalten auszuprobieren
4. **Positive Verstärkung** organisieren und positive Effekte in den verschiedensten Dimensionen (materiell, ideell, sozial, moralisch ...) ermöglichen.

Wie viele Leute braucht es?

"Never doubt that a small group of thoughtful committed citizens can change the world. Indeed, it is the only thing that ever has."

Margaret Mead (1901-1978)

Die Revolutionen im nahen und mittleren Osten sind eindrucksvolle Beispiele dafür, wie eine kleine Gruppe von Aktivisten mit Hilfe des Internets und Social Media eine Bewegung anstoßen und schließlich ganze Regierungen stürzen können.



Learning Sustainable Behavior

Un-Learning Un-Sustainable Behavior

Having Fun by doing so

=

(F)Un-Learning

Möglichkeiten schaffen

www.sustainabilitymaker.org www.innonatives.com

LOGIN

search

Home Beta-Invite Imprint



www.innonatives.com is the world's first Open Innovation Platform, that uses Crowd Sourcing, Crowd Voting and Crowd Funding to create radical Innovation for Sustainability.

GET BETA-INVITE HERE

innonatives
from innonatives

So register today and get involved!

The first Challenge is to make a better clip than this one.

The purpose of this video clip is:
Explain what Sustainability and Innovation is and how the innonatives platform works with a nice little video animation.

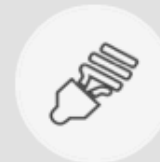
03:33

LIKE LATER SHARE

HD

COLLABORATE FOR A BETTER WORLD

Innovate with the international community, propose your own projects to be funded and implemented, pose your problems and challenges to the platform to be solved, finance radical innovation projects for Sustainability ...



EU Projekt Sustainability Maker

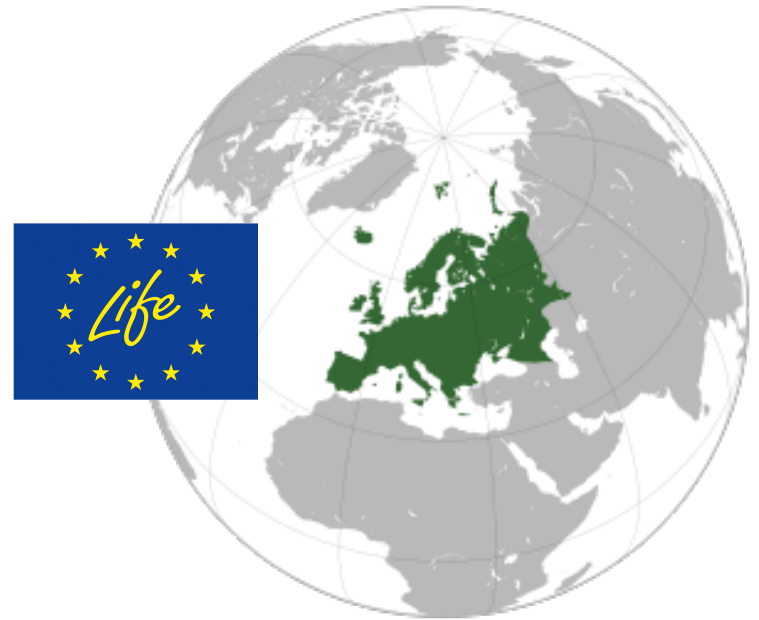
Unterstützt durch das europäische LIFE Programm

Budget: 1,221,503 €

EU Förderung: 50 %

Dauer: 01-06-2012 bis
29-02-2016

Region: Ganz Europa (Partner in
Deutschland, Holland,
Italien, Polen, Ungarn,
Dänemark)



Netzwerk

Manager

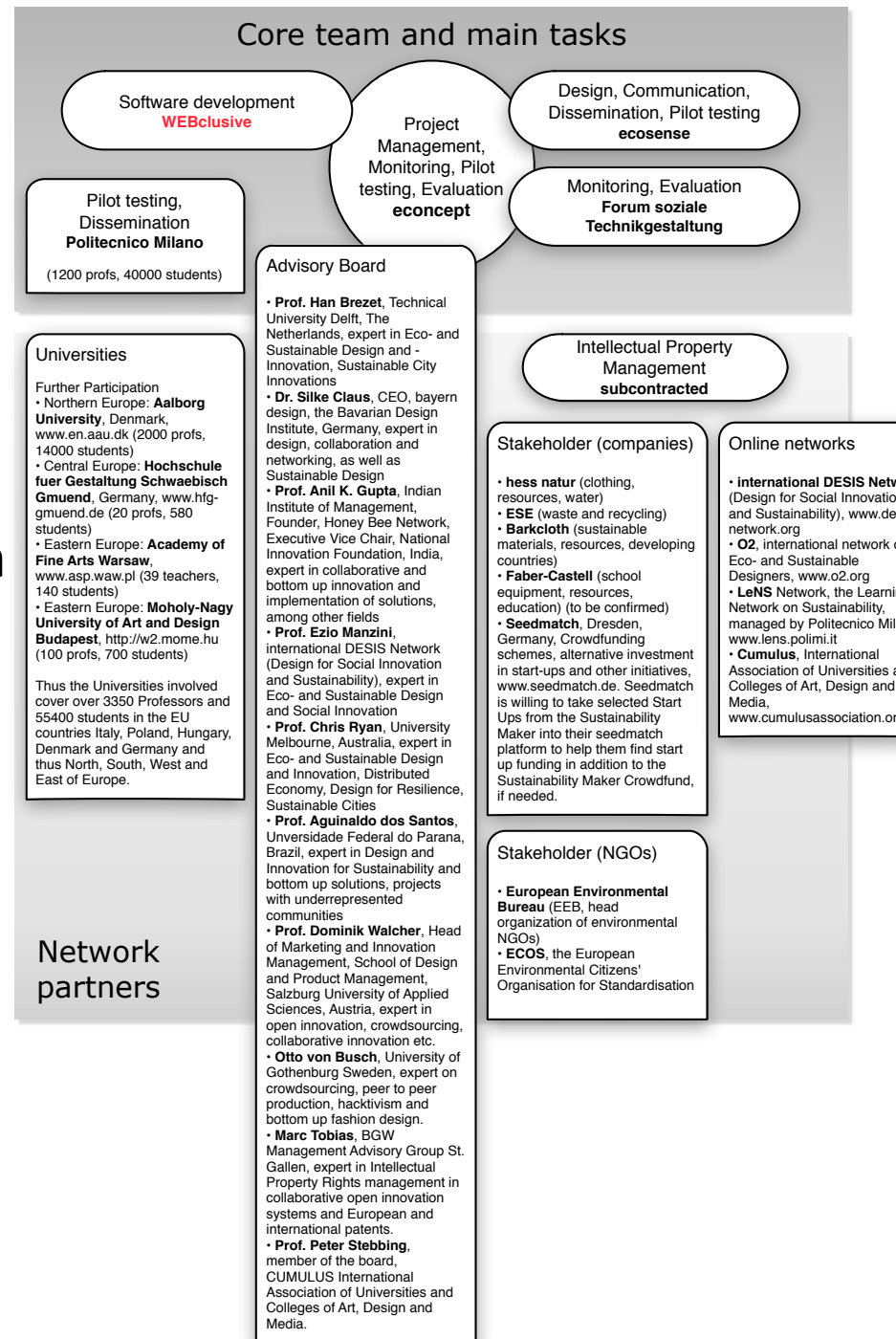
- econcept, Agentur für nachhaltiges Design

Kernteam

- ecosense, media&communication
- WEBclusive
- Forum Soziale Technikgestaltung
- Politecnico di Milano

Weiteres Netzwerk

- Universitäten
- Unternehmen
- GOs / NGOs
- andere Netzwerke



Wie geht offene 'Crowd' basierte Innovation und Design für Nachhaltigkeit?



Offene Innovationsplattform

www.innonatives.com



[BLOG](#) [FAQ](#) [CONTACT](#)

[LOGIN](#)

CHALLENGES

SOLUTIONS

CROWDFUNDING

IMPLEMENTATION

SHOP

HOW DOES IT WORK?



Create radical Innovation for Sustainability through Crowd Sourcing, Crowd Voting and Crowd Funding.

START YOUR OWN CHALLENGE



Radical innovation leads to better solutions, new systems, processes, products, services, education, communication and life styles.

REGISTER NOW!



Register now to join innonatives.com and be part of the international innovation community.

Start innovation **challenges**, share ideas, comment and vote, contribute to solutions and collaborate with other creative people. Create radical innovation for sustainability through crowd sourcing, crowd voting and crowd funding.

Radical innovation leads to fundamentally better solutions, new systems, processes, materials, products, services, education, communication and life styles. All activities at [innonatives](http://innonatives.com) are directed towards sustainability. [innonatives](http://innonatives.com) offers an expert system and evaluation tools to help with developing sustainable solutions.

Innovationsprojekte = Challenges

www.innonatives.com



BLOG FAQ CONTACT

LOGIN

CHALLENGES

SOLUTIONS

CROWDFUNDING

IMPLEMENTATION

SHOP

3 CHALLENGES FOUND

Challenge



FOOD ≠ WASTE



Challenge



SUSTAINABILITY COMMUNICATION WITH FUN



Challenge

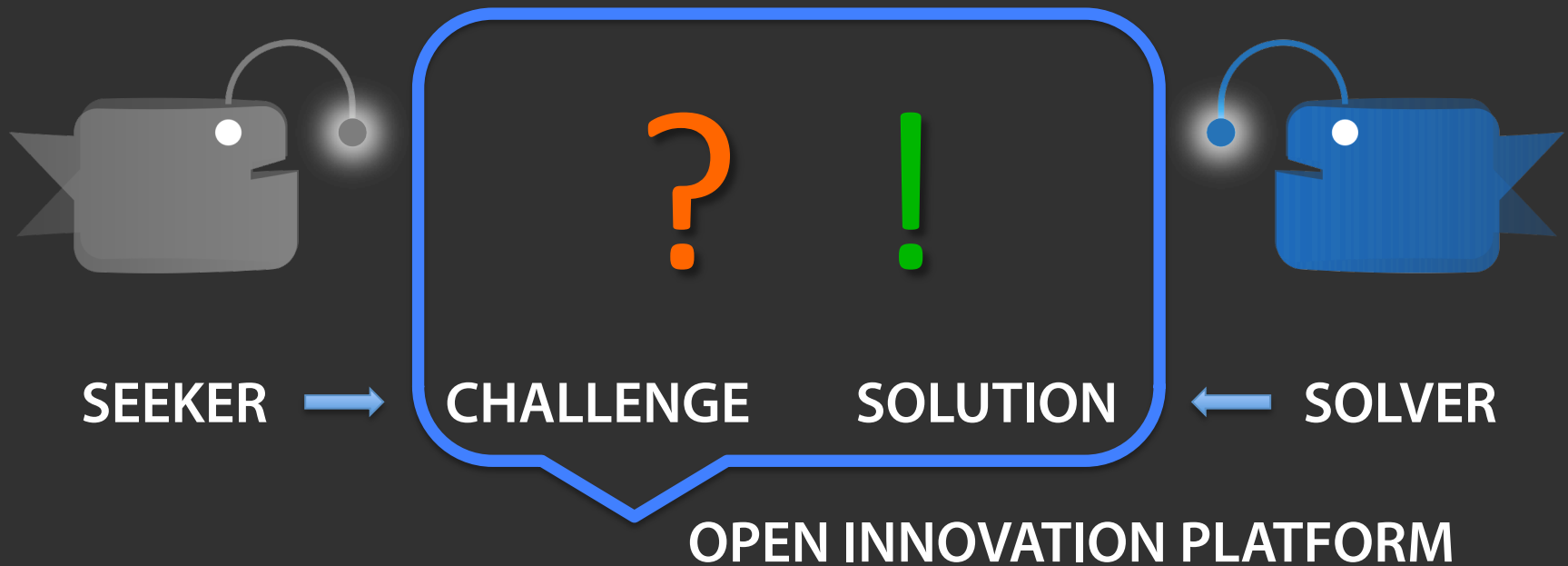


THE KITCHEN CHALLENGE



Innovationsprojekte = Challenges

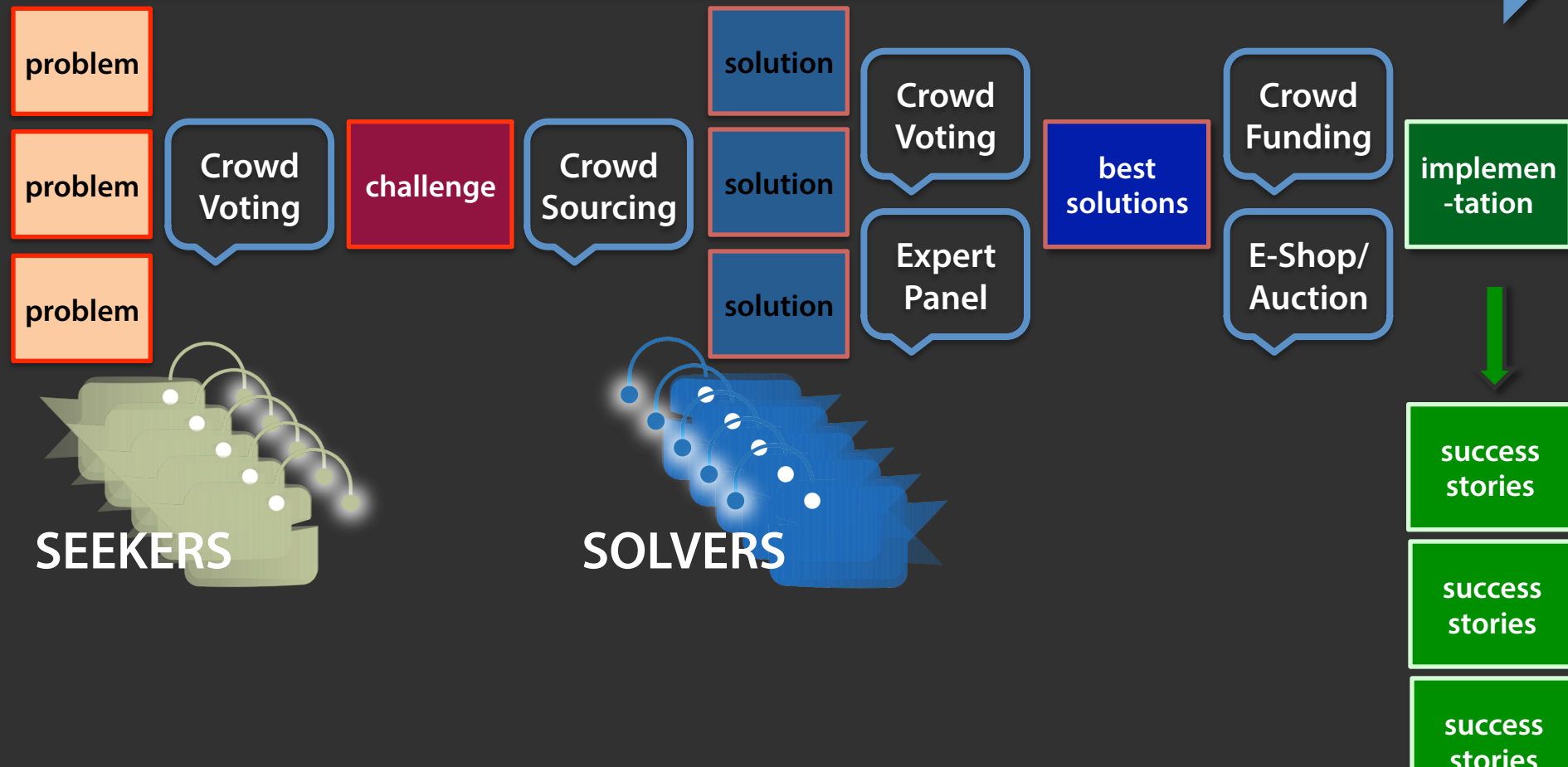
Die innovative Plattform bringt Akteure zusammen, die Nachhaltigkeits-relevante Probleme ausgemacht haben und Lösungen suchen (SEEKERS) mit denen, die Lösungen erarbeiten möchten oder bereits haben (SOLVERS).



Challenges offen oder geschlossen

Challenges können offen für alle sein mit Creative Common Licenses oder nur für bestimmte Experten oder Akteure geöffnet sein, z.B. weil ein Unternehmen die Copy Rights schützen möchte.

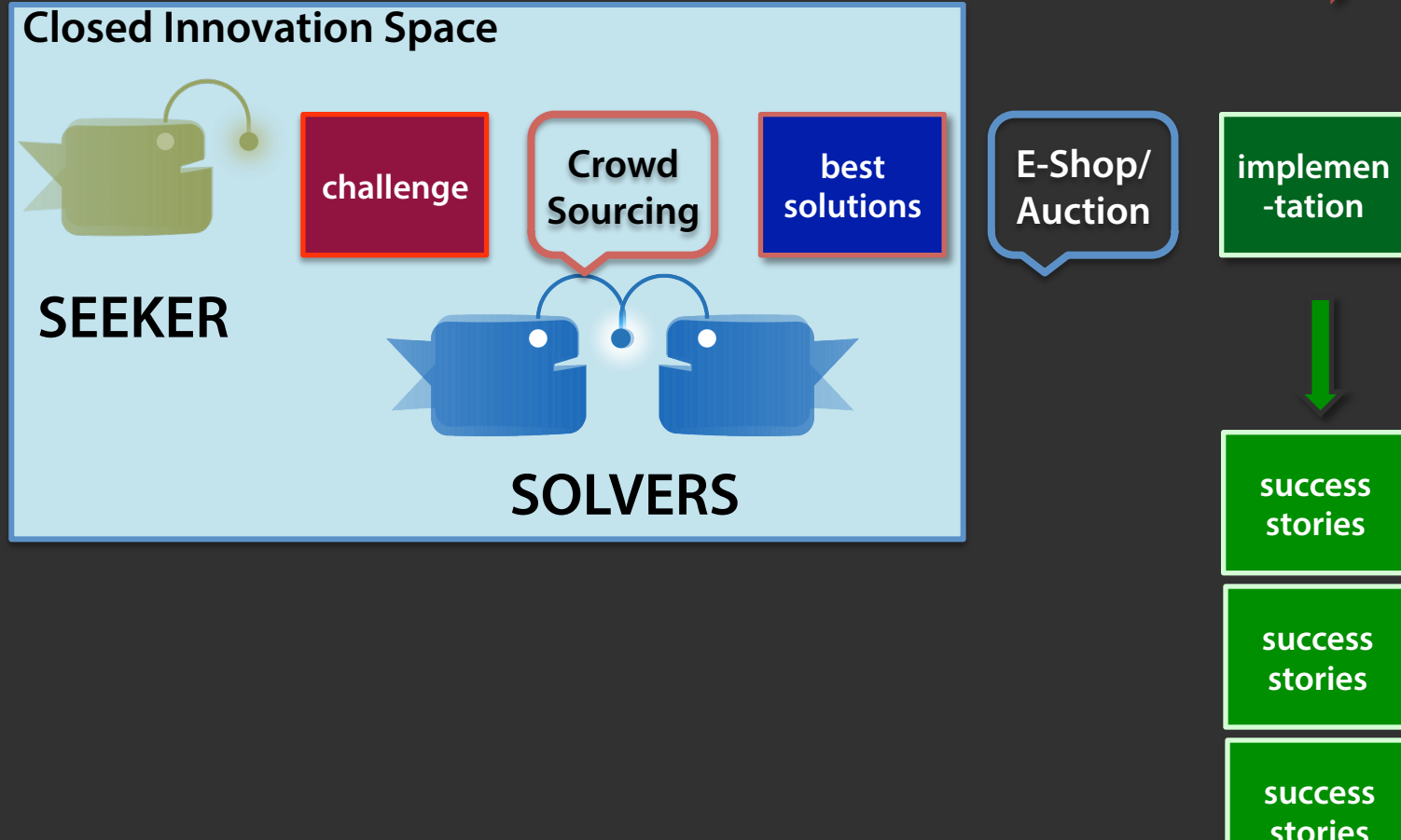
regular open challenge



Challenges offen oder geschlossen

Challenges können offen für alle sein mit Creative Common Licenses oder nur für bestimmte Experten oder Akteure geöffnet sein, z.B. weil ein Unternehmen die Copy Rights schützen möchte.

regular closed challenge



Innovationsprojekte = Challenges

CHALLENGES SOLUTIONS CROWDFUNDING IMPLEMENTATION SHOP

THE KITCHEN CHALLENGE

by Federal University of Paraná, Brazil.

Challenge 0 Ideas 0 Concepts 0 Solutions 0 Winners

SUBMIT YOUR OWN IDEA

★★★★★ 3

Sum/Br The Kitchen Challenge

work
receive visit
study
cook
store
the heart

Challenge brief

In Brazil, low income houses have typically an average of 42m² and around 6m² being intended for the kitchen. If the kitchen space is already quite small for the family members, how will it also fit visitors?

Offen für alle weltweit

www.innonatives.com



[BLOG](#) [FAQ](#) [CONTACT](#)

U.TISCHNER



[LOGOUT](#)

CHALLENGES

SOLUTIONS

CROWDFUNDING

IMPLEMENTATION

SHOP



U.TISCHNER

[Edit your profile](#)

[Change password](#)

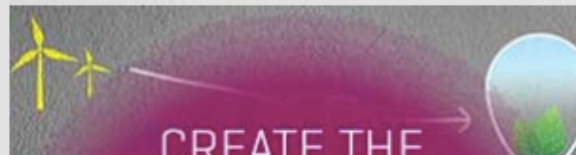
MY CHALLENGES



FOOD ≠ WASTE



SUSTAINABILITY COMMUNICATION
WITH FUN



HUMAN POWERED OBJECTS



Themen z.B.

- Nachhaltige Anwendungen für neue Materialien und Technologien
- Wasserfreie Textilverarbeitungs- und -reinigungsmethoden
- Energieeffizienz in existierenden und neuen Gebäuden steigern
- Nachhaltige Mobilitätssysteme
- Ökologisch sinnvolles Produzieren und Konsumieren von Nahrungsmitteln
- Zugang zu Frischwasser und sanitären Einrichtungen in Entwicklungsländern
- Neue Geschäftsmodelle für sozio-ökonomische Entwicklung und Fair Trade
- Hilfe für Katastrophengebiete ...

MOST POPULAR



ad - hab+
adaptable habitat for



The Design
Development of Hexi-



Tentsile - shelter in the
sky



Water Shelter –
Sustainable Shelter



An efficient and clean
way to access water



Satellite blinks Morse
code



Fragen / Diskussion

- ... Machen Sie mit ?
- ... Welche Anreize benötigen verschiedene Akteure?
- ... Wie kann die Plattform attraktiv bleiben auch langfristig?
- ... Welches sind die drängendsten Probleme aus Ihrer Sicht ?

