

# Angewandte Umweltpsychologie: Fünf Interviews mit UmweltpsychologInnen aus dem Bereich Energie und Klimaschutz

Nicola Moczek



## Nicola Moczek

Diplom-Psychologin, seit 1997 Geschäftsführerin von PSY:PLAN, Institut für Architektur- und Umweltpsychologie, Berlin. Seit 2001 Mitherausgeberin der Zeitschrift Umweltpsychologie. Von 2009 bis 2011 Geschäftsführerin des

Bundesverband Geothermie e.V., davor (2004 bis 2008) Bundesgeschäftsführerin der Jugend im Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e.V. (BUNDjugend). Seit Januar 2013 Geschäftsführerin des „Deutschen Solarbetreiber-Club e.V.“ in Berlin.

## Zusammenfassung

Fünf UmweltpsychologInnen werden mit Hilfe von Interviews vorgestellt. Alle arbeiten im angewandten Bereich „Energie und Klimaschutz“, aber in sehr unterschiedlichen Bereichen. Der Artikel möchte den beruflichen Alltag der KollegInnen vorstellen und thematisiert deren berufliche Rahmenbedingungen, Fragen nach deren umweltpsychologischer Identität, nach Möglichkeiten und Grenzen des kollegialen Austauschs in Bezug auf Wissen, Können und Erfahrung sowie nach der Anbindung an wissenschaftliche Netzwerke. Mit dem

Artikel soll ein Beitrag zu einem Diskurs über ein umweltpsychologisches Berufsbild geleistet werden.

Schlüsselwörter: Umweltpsychologie, Berufliche Identität, Klimaschutz, Beratung

## Abstract

### **Applied Environmental Psychology: Five interviews with psychologists working in the field of energy and climate protection**

Five environmental psychologists are presented through interviews. They all work in the applied psychology of “energy and climate change“, but in very different fields. The article intends to introduce the working lives of colleagues and discuss their professional framework, questions of their environmental psychological identity, the possibilities and limits of the collegial exchange in terms of knowledge, skills and experience as well as the access to scientific networks. The article is a contribution to a discourse on an “environmental psychology“ profession.

Key words: Environmental Psychology, Professional Identity, Climate Protection, Counseling

# 1 Vorbemerkungen

Auslöser für den Artikel war der Wunsch, das Berufsbild der UmweltpsychologInnen einer breiteren Öffentlichkeit vorzustellen. Mit diesen fünf Interviews mit Kolleginnen und Kollegen, die in unterschiedlichen Bereichen von Energie und Klimaschutz arbeiten, soll ein Einblick in deren beruflichen Alltag gegeben und zu einem Diskurs über Berufsfelder für UmweltpsychologInnen einladen werden. Alle vorgestellten KollegInnen haben gemeinsam, dass sie ein Psychologiestudium abgeschlossen haben, beruflich hauptsächlich im Bereich Energie und/oder Klimaschutz aktiv sind und nicht an einer Universität oder Forschungseinrichtung arbeiten, sondern in der Praxis.

Die Gruppe der Kolleginnen und Kollegen, auf die diese Merkmale zutreffen, ist nicht sehr groß. Drei der fünf Interviewpartner kennt die Autorin persönlich, zwei davon seit über zehn Jahren. Über Empfehlungen konnte der Kreis um Minu Hemmati und Jennifer Zielinski erweitert werden. Darüber hinaus gab es weitere KollegInnen, die für ein Interview angefragt wurden, die aber aus verschiedenen Gründen nicht über ihre jeweils laufenden Projekte berichten konnten. Weitere drei sind Mitherausgeber dieser Zeitschrift (Klaus Wortmann, Dirk Scheffler und die Autorin) und sollten daher nicht in den Artikel einbezogen werden.

Bei der Vorbereitung, Durchführung und Auswertung der Gespräche spielten die folgenden Fragen eine Rolle:

- In welchen Bereichen und unter welchen Rahmenbedingungen arbeiten UmweltpsychologInnen?
- Pflegen sie einen kollegialen Austausch, sind sie in Netzwerken aktiv?
- Welchen Austausch in Bezug auf Wissen, Können und Erfahrung haben sie

mit KollegInnen aus der Wissenschaft und Forschung, gibt es hier erfolgreiche Wechselbeziehungen?

- Haben sie eine „umweltpsychologische Identität“? Können sie ihr spezifisches Wissen und Erfahrung im beruflichen Alltag einbringen?

Die im Folgenden dokumentierten Interviews entstanden in der Zeit zwischen Juni und Dezember 2012. Sie sind das Produkt von persönlichen Treffen, Telefonaten, E-Mail-Korrespondenz und skype-Gesprächen. Die einzelnen Artikel entstanden im Dialog, sie sind damit ein Gemeinschaftswerk. Im Artikel wird jeweils nur ein Teil der Informationen verwertet, die im Nachhinein als besonders relevant erachtet wurde. Die Entscheidung für das Format „Interview mit wörtlichen Zitaten“ wurde gewählt, da alle den Eindruck hatten, dass dies dem Charakter des Austauschs am besten entspräche. Die Berichte haben dadurch etwas Anekdotisches, sie folgen keinem strengen Raster und streben auch nicht die Vergleichbarkeit der verschiedenen Tätigkeitsfelder an.

## 2 Solarlampen für Uganda



Annika Tillmans  
Small Solutions Technology Consultants Ltd.  
Plot 136, Nakulabye  
P.O. Box 25839  
Kampala, Uganda  
E-Mail: atillmans@smallsolutions.org  
Skype: annika.tillmans

Annika Tillmans ist Diplompsychologin mit dem Schwerpunkt Umweltpsychologie. Sie studierte an der Humboldt-Universität zu Berlin und promoviert zu mentalen Modellen beim Wissenstransfer bei der Implementierung von Solar Home Systemen. Derzeit arbeitet sie – nicht im Rahmen der Promotion – für ein soziales Unternehmen in Uganda. Dessen Ziel ist es, Menschen weitab vom Stromnetz mit Solarlampen und solarbetriebenen Handy-Ladestationen zu versorgen.

*Moczek: Liebe Annika, was machst du derzeit in Uganda?*

Tillmans: Seit Juni 2012 arbeite ich wieder in Uganda für die Firma „Small Solutions Technology Consultants“. Mein Aufenthalt ist diesmal für 12 Monate geplant. Zuvor

war ich schon vier Mal beruflich in Uganda, jeweils für drei bis fünf Wochen. Als Director of Operations leite ich in Kampala das Projekt SEED (Solar Energy Enterprise Development). Im Team arbeiten drei fest angestellte ugandische MitarbeiterInnen, die in Personalunion für Buchhaltung, Marketing und Verkauf zuständig sind, aber auch das Warenlager betreuen, als Fahrer arbeiten und technische Lösungen erarbeiten.

*Was ist das Ziel eures Projektes?*

Tillmans: Wir finden, trainieren und unterstützen lokale KleinunternehmerInnen, die unsere solarbetriebenen Lampen und Ladegeräte an EndverbraucherInnen verkaufen. Sie sollen damit ihren Lebensunterhalt finanzieren können. Wir verstehen uns als „social enterprise“, das Unternehmen ist nicht auf den schnellen Profit aus. Die lokale Bevölkerung, insbesondere diejenigen, die weit weg von der Hauptstadt oder einer befahrbaren Straße wohnen, sollen Zugang zu guten Solarlampen und solarbetriebenen Ladestationen erhalten.

*Was ist der konkrete Vorteil für die Menschen?*

Tillmans: Wir sind davon überzeugt, dass unsere Produkte die Lebensqualität der Bevölkerung verbessern helfen. Hier geht jeden Abend um 19 Uhr die Sonne unter, jeden Morgen um 7 Uhr wieder auf. Der Bedarf an Licht ist also hoch, bislang nutzen die Menschen meistens Kerosinlampen oder Kerzen. Das führt zu einer erhöhten Brandgefahr und zu einer Belastung der Innenräume durch Gase. Ärmere Familien können es sich nicht leisten, den



Foto 1: Uganda

ganzen Abend Licht zu machen. Viele Familien haben nur eine einzige Lampe und dafür nicht immer genug Kerosin, das wirkt sich natürlich auf das Familienleben aus: Das Licht reicht oft nicht für Kochen, Schularbeiten machen, Lesen oder Spielen.

*Das heißt, insbesondere Kinder profitieren von dem Licht?*

Tillmans: In vergleichbaren Projekten im Süd-Sudan<sup>1</sup> und Sambia<sup>2</sup> ergaben die Evaluationen, dass mit Hilfe der Solarlampen signifikant mehr Kinder auch abends für die Schule lernen und dies auch länger tun als die Nachbarkinder ohne Solarlampen. Das wirkte sich unmittelbar auch auf deren Schulleistungen aus (Gustavsson, 2007).

*Kannst du uns diese Zielgruppe eures Projekts näher beschreiben?*

Tillmans: Wir wenden uns hauptsächlich an Menschen, die „off-grid“ leben, also nicht an ein Stromnetz angeschlossen sind. Das sind in Uganda ca. 90 Prozent der Bevölke-

rung. Daneben gibt es aber Gebiete, die offiziell als elektrifiziert gelten. Ein gutes Beispiel ist der District Arua im Nordwesten Ugandas. Arua gilt als elektrifiziert, weil es ein Generator-betriebenes Inselnetz gibt. Der Generator fällt jedoch häufig und dann sogar für Monate aus. Wenn er läuft, bekommt jeder Haushalt nur etwa vier Stunden pro Tag Strom, damit es für alle im Gebiet reicht („load shedding“). Auch in dieser Region sind wir aktiv. In Uganda leben rund 90 Prozent der Bevölkerung „off-grid“, sind also nicht an ein Stromnetz angeschlossen. An diese Menschen wenden wir uns.

**In Uganda leben rund 90 Prozent der Bevölkerung „off-grid“, sind also nicht an ein Stromnetz angeschlossen. An diese Menschen wenden wir uns**

*Gibt es Angebote für diejenigen, die sich die Lampen nicht leisten können?*

Tillmans: Um die hohe Investition auch für ärmere Bevölkerungsschichten zu ermöglichen, arbeiten wir eng mit Mikrofinanz-



**Foto 2: Auf dem Markt**

Institutionen zusammen, die in speziellen Programmen Kredite für Solaranlagen vergeben. Diesen Kredit können die NutzerInnen über mehrere Monate aus den eingesparten Ausgaben für Kerosin und das Laden ihres Mobiltelefons (ca. 2 Euro pro Woche) begleichen.

*Wie funktionieren die Produkte?*

Tillmans: Die Akkus der Solarlampen können tagsüber durch ein anschließbares Panel aufgeladen werden. Wichtig ist, dass das Panel nicht schmutzig, verschattet oder falsch ausgerichtet ist. Außerdem können mit Hilfe der Akkus auch Kleingeräte geladen werden, z.B. Mobiltelefone. Dann müssen die

Besitzer nicht mehr zum Laden in die nächste Stadt fahren, sie sind damit unabhängig und können das gesparte Geld und die Zeit in andere Lebensbereiche investieren. Unsere Geräte sind ein bisschen teurer als Konkurrenzprodukte mit geringerer Qualität. Sie rentieren sich über die Zeit. Da, wo Leute unsere Produkte kennen und sehen, dass sie länger halten und besser funktionieren, z.B. tatsächlich Handys laden und nicht nur so tun als ob, steigt auch die Nachfrage.

*Haben viele Menschen in Uganda ein Mobiltelefon?*

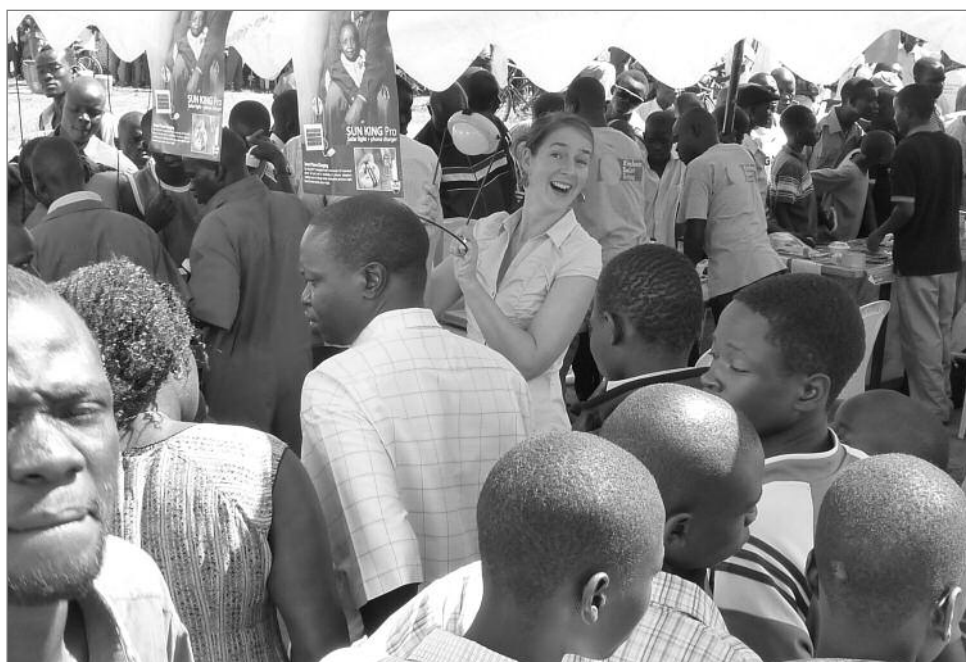
Tillmans: In so gut wie jeder Familie gibt es mindestens ein Handy. Selbst sehr arme Menschen sparen sich das Geld buchstäblich vom Munde ab, um sich eines zu leisten. Das ist auch vergleichsweise günstig, weil es einen großen Gebrauchtmittelmarkt gibt. Für Leute auf dem Land ist das mobile Telefon die einzige Verbindung zur Außenwelt. Post gibt es nicht und Festnetz-Telefonie nur in ganz großen Büros.

*Woher bezieht ihr die Solarlampen und wer sind die Abnehmer?*

Tillmans: In Uganda sind viele solarbetriebene Produkte auf dem Markt, die nicht unseren Qualitätsanforderungen entsprechen. Daher importieren wir die in unseren Augen momentan besten Lampen in dem Preissegment selbst. Sie heißen „Sun King“ und werden von der in Indien ansässigen Firma Greenlight Planet<sup>3</sup> hergestellt. Unsere Firma operiert in Uganda als Importeur, Groß- und Einzelhändler. Wir beliefern aber auch Projekte in Kenia, Tansania und hoffentlich bald auch nach Südsudan. Unsere Abnehmer sind verschiedene NGOs, die sie in ihren Projekten verwenden (z.B. Gesundheitsprojekte, Enterprise Development Projekte, Mikrokreditinstitutionen, Schulen, etc.), aber auch Läden und Händler im ganzen Land.



**Foto 3: Die Nähmaschine wird mit dem Fuß angetrieben, das Licht liefert die Solarlampe**



**Foto 4: Beratung am Infostand**

*Wie wird das Projekt finanziert?*

Tillmans: Das SEED Projekt war für die Startphase von 2010 bis Mai 2012 teilweise durch Spenden finanziert. Jetzt trägt es sich selbst. Unser Ansatz ist es, nicht nur ein Produkt, sondern ein verlässliches Produkt-Service-System zu liefern, in dem KäuferInnen auch ihre Garantie einfordern können, auch in vielen Jahren noch Ersatzteile bekommen können und AnsprechpartnerInnen haben. Das ist alles überhaupt nicht alltäglich in Uganda!

*Wie genau kommen die Produkte zu euren KundInnen, wie funktioniert die Lieferkette?*

Tillmans: Im SEED Programm bauen wir ein Vertriebsnetz direkt in den Dörfern auf. Wir fahren einmal pro Monat in jedes Gebiet, besuchen unsere PartnerInnen, bieten Verkaufstrainings für Neue an und machen vor allem Informationsangebote für die Bevölkerung. Zum Beispiel fahren wir in den Abendstunden in die Dörfer, damit die Be-

völkerung die Lampen mit ihren Kerosinlampen vergleichen können. Wir versuchen für jede Region so genannte Area Manager zu identifizieren, die wir anschließend dabei unterstützen, „Agents“ zu rekrutieren. Das sind unsere lokalen Verkäufer und Verkäuferinnen. Sie erhalten schon beim Kauf von zwei Lampen den Großhandelspreis und können sich nach und nach ein kleines Geschäft aufbauen, das sonst wegen der hohen Investitionskosten für sie nicht möglich wäre. Mit den „Forward Warehouse“ bringen wir die Lampen auf unsere Kosten so nah an sie heran, dass sie immer Nachschub vor Ort haben. Irgendwann läuft es dann von allein. Unsere Kontaktperson bleibt der Area Manager, der oder die uns auf dem Laufenden hält

**Im SEED Programm bauen wir ein Vertriebsnetz direkt in den Dörfern auf. Wir fahren einmal pro Monat in jedes Gebiet, besuchen unsere PartnerInnen, bieten Verkaufstrainings für Neue an und machen vor allem Informationsangebote für die Bevölkerung**

und dafür auch etwas Geld bekommt. Das ist zumindest der Idealfall. In der Realität läuft das natürlich nicht so glatt. Da gibt es Area Manager, die nichts machen, Agents, die mit unbezahlten Lampen verschwinden, oder Gegenden, in denen schon schlechte Solar-Produkte unterwegs waren und die Leute daher extrem skeptisch sind.

*Wie viel Psychologie steckt in dem Projekt? Wo kannst du umweltsychologische Ansätze einbringen?*

Tillmans: Durch meinen umweltsychologischen Hintergrund kann ich Organisationen, wie die GIZ<sup>4</sup> oder andere Forschungseinrichtungen bei Studien zu Umweltbewusstsein und Verhalten oder bei Leitfäden für die Implementierung erneuerbarer Energietechnologien beraten. Dadurch gewinnt unsere kleine Firma zusätzlich an Sichtbarkeit. Ich versuche geplante oder laufende Kampagnen, die unser Feld betreffen, zu ergänzen. Wenn die GIZ eine Kampagne

zu Umweltbewusstsein an Schulen unternimmt, weise ich z.B. darauf hin, dass Bewusstsein allein noch nicht umweltschonendes Verhalten bewirkt. Wir setzen auf unser konkretes Verhaltensangebot und bitten die GIZ dann, einen unserer lokalen Händler mit seinen Produkten mit an die Schule zu nehmen. Andere (umwelt-)psychologische Themen in meinem Arbeitsfeld sind der Wissenstransfer, also z.B. wie gut verstehen Leute, wie Akkus funktionieren oder wovon sie kaputt gehen, Glauben und Irrglauben zu Solar – Solarlampen vertreiben angeblich Geister, das ist ein nicht zu vernachlässigendes Verkaufsargument – und die Änderung von stark habituertem Verhalten, z.B. inwiefern sind NutzerInnen bereit, von Kerosinlampe auf Solarlampe umzusteigen? Noch spannender wird es bei neuen Kochtechnologien, da scheint Verhaltensänderung aber schwerer möglich. Dann natürlich auch, wie man Business Trainings für die lokalen Händler gestaltet, welche Incentives wirken können, welche Wege des Marketings am besten wirken, und so weiter.

*Gibt es für dich in Uganda Möglichkeiten für einen fachlichen Austausch mit psychologischen KollegInnen?*

Tillmans: Leider nein, hier bin ich echte Einzelkämpferin. Im ugandischen Team sind keine PsychologInnen und der Kontakt zu meinen deutschen KollegInnen und FreundInnen ist derzeit schwierig. Einerseits liegt das an technischen Voraussetzungen, oft sind die Verbindungen über das Internet, also E-Mail oder Skype schlecht. Andererseits ist mein Tag hier sehr voll. Ich arbeite viel und ich muss leider lange Anfahrtswege zum Büro in Kauf nehmen. Jetzt in der Regenzeit brauche ich pro Strecke oft bis zu zwei Stunden, das strengt auch an. Heute hat es hier wieder den ganzen Tag geschüttet und die Wege sind voller riesiger



Foto 5: Auslieferung der Solarlampen

Wasserpfützen. Zudem merke ich, dass ich durch die vielen neuen Eindrücke in diesem grundsätzlich anderen kulturellen Kontext selbst auch langsamer in der kognitiven Verarbeitung bin. Unter anderem brauche ich daher mehr Schlaf als in Berlin. Also sind die Tage insgesamt kürzer.

*Gibt es Momente, wo du dir zusätzliches Wissen aus anderen Disziplinen wünschst?*

Tillmans: In unserem Projekt bin ich oft diejenige, die nach technischen Details gefragt wird, da komme ich mir manchmal wie eine Ingenieurin vor. Aber mir fehlt leider jede Menge Wissen und es gibt Tage, da würde ich am liebsten einen Solarkurs an der Uni besuchen oder zusätzlich Elektrotechnik studieren.

*Fehlt dir denn der umweltpsychologische Austausch und wenn ja, wie könntest du ihn dennoch herstellen?*

Tillmans: Der Austausch fehlt mir in jedem Fall! Ich freue mich auch schon sehr auf die Weihnachtsferien, da komme ich nach Deutschland. Dort bin ich über die IPU (Initiative Psychologie im Umweltschutz<sup>5</sup>) gut vernetzt. Leider komme ich im Mai wenige Tage nach deren großem Jubiläumskongress nach Deutschland zurück, den verpasse ich also. Derzeit plane ich aber, in Kooperation mit der IPU einen Praktikanten für eine Studie nach Uganda zu holen. Dann hätte ich einen fachlichen Ansprechpartner und unser Projekt könnte zusätzlich von weiteren Erkenntnissen profitieren. Ich hoffe, das klappt.

*Das hoffe ich auch für euch und wünsche dir weiterhin viel Erfolg bei deiner Arbeit!*

### 3 Kommunalen Klimaschutz in Castrop-Rauxel



Jennifer Zielinski  
EUV Stadtbetrieb Castrop-Rauxel AöR  
Klimaschutzkoordinatorin der Stadt Castrop-Rauxel, Ressort für Energie und Umwelt  
Westring 215  
D-44575 Castrop-Rauxel  
E-Mail: jennifer.zielinski@euv-stadtbetrieb.de

Jennifer Zielinski studierte Psychologie mit dem Abschluss Master of Science an der Ruhr-Universität Bochum. Direkt nach Abschluss des Studiums war sie von 2008 bis 2009 als wissenschaftliche Mitarbeiterin der AG Umwelt- und Kognitionspsychologie im BMBF-geförderten Projekt „CHANGE“ tätig. Seit 2010 ist sie Klimaschutzkoordinatorin der Stadt Castrop-Rauxel und dort mit der Koordination der kommunalen Klimaschutzarbeit betraut.

*Moczek: Liebe Frau Zielinski, bitte stellen Sie kurz Ihren Arbeitgeber vor.*

Zielinski: Der EUV Stadtbetrieb Castrop-Rauxel AöR<sup>6</sup> ist eine 100-prozentige Tochter der Stadt Castrop-Rauxel und versteht sich als kommunales Dienstleistungsunternehmen. Inhaltlich deckt das Unternehmen die Leistungsbereiche Abfallentsorgung, Straßeninfrastruktur, Straßenreinigung und Winterdienst, Stadtentwässerung sowie Umweltschutz ab. Der Aufgabeninhalt „Kommunaler Klimaschutz“ ist beim Umweltschutz angesiedelt.

*Wie nennt sich Ihre Aufgabe?*

Zielinski: Das Projekt heißt „Beratende Begleitung bei der Umsetzung der Klimaof-



fensive für Castrop-Rauxel“ und wird gefördert über die nationale Klimaschutzinitiative des BMU. Es hat eine Laufzeit vom 01.02.2009 bis zum 31.01.2013. Die Stellenausschreibung lautete „wissenschaftliche Mitarbeiterin“. Meine Position ist auf der Sachbearbeiterebene unter dem Ressortleiter eingestuft.

*Wie ist der Klimaschutz in Castrop-Rauxel verankert?*

Zielinski: Die Stadt Castrop-Rauxel engagiert sich schon seit über 25 Jahren aktiv für den Klimaschutz. Die Kommune ist beispielsweise seit 1995 Mitglied in der Alianza del Clima<sup>7</sup>, das ist ein Bündnis von europäischen Städten mit den indigenen Völkern des Regenwaldes.

Die Stadt nimmt auch seit 2005 regelmäßig am Zertifizierungsverfahren European Energy Award<sup>®8</sup> teil und konnte ihre Auditergebnisse seitdem stetig verbessern. Seit 2008 gibt es zusätzlich den Ratsbeschluss „Modellstadt für innovative Energiepolitik“, welcher sehr konkrete Aussagen zu Klimaschutzmaßnahmen macht. Die

Aktivitäten zeigen Erfolg: Für die Stadt Castrop-Rauxel beträgt die CO<sub>2</sub>-Reduktion in 2010 gegenüber 1990 derzeit 23 Prozent absolut, der Pro-Kopf-Verbrauch ist um 20 Prozent auf 6,84 Tonnen pro Jahr gesunken.

*Castrop-Rauxel ist eine Stadt im Ruhrgebiet mit rund 75.000 Einwohnern. Wie stemmt die Kommune diese Aufgabe?*

Zielinski: Klimaschutz ist heute noch keine kommunale Pflichtaufgabe. In Zeiten der knappen Haushaltskassen sind Investitionen nur noch möglich, wenn wir dazu Projekt-

mittel einwerben oder Partner für die Finanzierung gewinnen können. Derzeit stehen uns originär keine Haushaltsmittel zur Verfügung, das schränkt die Möglichkeiten deutlich ein. Finanzpolitisch ist dies nachvollziehbar, aber praktisch ist es eine große Herausforderung, in dieser Situation den nachhaltigen Klimaschutz voranzutreiben.

*Wie umfangreich ist das laufende Projekt?*

Zielinski: Es geht um die Umsetzung eines Maßnahmenkatalogs mit über 60 Einzelmaßnahmen, wobei die Hauptarbeit in der Organisation und Netzwerkbildung liegt und die operative Durchführung von den jeweiligen Fachbereichen der Stadtverwaltung betrieben wird. Manche der Einzelmaßnahmen werden aber auch von mir direkt bearbeitet, dann meist mit Unterstützung von KollegInnen. Das sind IngenieurInnen, GeografInnen oder UmweltschutztechnikerInnen. Oft habe ich auch mit ElektrikerInnen, Betriebswirten und StadtplanerInnen zu tun.

*Eines der von Ihnen bearbeiteten Projekte mit hohem Einsparpotenzial ist die Lichtleitplanung. Hier gab es sogar eine direkte Bürgerbeteiligung?*

Zielinski: Seit Anfang 2010 wurde durch die Fachhochschule Dortmund, Fachbereich Architektur, Forschungslinie Licht\_Raum die Straßenverkehrsbeleuchtung in Castrop-Rauxel analysiert. Dazu wurde jede Leuchtstelle mit ihren technischen Daten erfasst. Zudem wurden aber auch Bewegungsmuster der Bevölkerung erhoben, unter anderem durch eine Online-Befragung und Workshops, an denen sich Bürgerinnen und Bürger beteiligen konnten. Ergänzt wurden diese Daten durch Verkehrszählungen. Aus allen Daten hat der Projektleiter Dennis Köhler eine Reihe von Maßnahmen abgeleitet, die der Kommune bis zu 165.000 € pro Jahr bzw. 520 TSD kWh oder 346 t CO<sub>2</sub> sparen helfen könnten<sup>9</sup>.

**Es geht um die Umsetzung eines Maßnahmenkatalogs mit über 60 Einzelmaßnahmen, wobei die Hauptarbeit in der Organisation und Netzwerkbildung liegt und die operative Durchführung von den jeweiligen Fachbereichen der Stadtverwaltung betrieben wird**

*Können Sie uns Beispiele für Maßnahmen geben, die einen direkten Bezug zu den Bewegungsmustern haben?*

Zielinski: Von den ungefähr 8.400 Leuchten sind nach Ansicht der Experten rund 1.100 aufgrund der örtlichen Gegebenheiten nicht nötig und könnten zurückgebaut werden. Dies hat einerseits mit den Bewegungsmustern zu tun, andererseits handelt es sich um Leuchten im unbebauten Außenbereich, der nicht zwingend beleuchtet werden muss und sollte. Neben den Kosten und dem Energieverbrauch sind hier ökologische Gründe bedeutsam. So kann das dauernde nächtliche Licht dem Ökosystem durchaus schaden, z.B. weil der Tag-Nacht-Rhythmus gestört wird. Viele weitere Leuchten könnten in der Kernnachtzeit entweder ganz abgeschaltet bleiben, bzw. die Halbnachtschaltung könnte früher einsetzen. Die Ermittlung des besten Zeitpunkts für die Halbnachtschaltung ist ebenfalls vor dem Hintergrund der Bewegungsmuster und Verkehrsdaten erfolgt. Hiernach kann eine Halbnachtschaltung bereits um 21 Uhr einsetzen und nicht erst – wie bisher willkürlich gesetzt – erst um 22 Uhr. Die Vorschläge kommen aber nicht überall gleich gut an, es melden sich BürgerInnen mit Sicherheitsbedenken und sind gegen die Abrüstung von Leuchtstellen. Oftmals sind es Einzelinteressen, die hier zum Tragen kommen. Mitunter werden Wege im unbebauten Außenbereich sporadisch von Einzelpersonen zu Fuß oder mit dem Fahrrad genutzt. Diese Personen haben verständlicherweise ein Interesse, dass der von ihnen genutzte Weg weiter beleuchtet wird, allerdings sieht das allgemeine und ökologische Interesse in solchen Situationen anders aus.

*Mit welchen umweltsychologischen Maßnahmen begleiten Sie das Projekt jetzt weiter?*

Zielinski: Ich denke, dass Anfang 2013 das weitere Vorgehen geplant wird. Wie viel

Umweltsychologie, Konfliktmoderation oder Ähnliches einfließen wird, kann ich jetzt noch nicht sagen. Dies ist unter anderem davon anhängig, wie viel Zeit dafür eingeräumt werden kann. Eine öffentliche Veranstaltung mit der Darstellung der Maßnahmen und den dahinterliegenden Gründen wird vermutlich nicht ausreichen, wenn wir die Akzeptanz der Bürgerinnen und Bürger erreichen wollen.

*In einem anderen Projekt wurden für die MitarbeiterInnen des EUV und der Stadtverwaltung Elektrofahrräder angeschafft, die einen Teil der Dienstwagenfahrten ersetzen. Wie kommt das an?*

Zielinski: Das ist ein gutes Beispiel für ein gelungenes Angebot, welches direkt an dem Alltagsverhalten anknüpft. Viele Dienstwege sind nur kurz, aber zu lang zum Laufen.

Daher haben wir Elektrofahrräder angeschafft, sie werden durch unsere eigene kleine Solartankstelle mit Photovoltaikmodulen auf dem Garagendach mit Strom versorgt. Jedes Rad

hat sein eigenes Fahrtenbuch, daher kann ich die Nutzung gut evaluieren. Insgesamt wurden im Jahr 2011 auf diese Weise knapp 1.800 PKW-Kurzstrecken-Kilometer eingesparrt. Schaut man sich die Dienstwagen hier an, ergibt das eine Einsparung von etwa 320 kg CO<sub>2</sub>. Beim EUV zeichnen wir jährlich den oder die fleißigste NutzerIn aus und durch dieses Belohnungssystem hat sich ein interner Wettbewerb unter KollegInnen ergeben.

*Strahlt das Projekt auch auf die Bevölkerung aus?*

Zielinski: Wir nehmen die Räder oft zu unseren Veranstaltungen mit. Dann können Interessierte diese ausleihen und Probefahren. Das kommt immer sehr gut an, viele haben uns danach erzählt, dass sie sich auch

**Viele Dienstwege sind nur kurz, aber zu lang zum Laufen. Daher haben wir Elektrofahrräder angeschafft**

privat Pedelecs angeschafft haben. Diese Öffentlichkeitsarbeit ist ein wichtiger Teil meiner Arbeit.

*Können Sie weitere Beispiele geben?*

Zielinski: Wir kooperieren unter anderem mit der Energieberatung der Verbraucherzentrale. Projekte und Veranstaltungen wie den „Tag der Umwelt“, die Energiesparfamilien oder die „Woche der Sonne“ werden meistens gemeinschaftlich mit Projektpartnern geplant und durchgeführt. Am Tag der Umwelt in 2010 waren wir beispielsweise in der Castrop-Rauxeler Innenstadt gemeinsam mit der Energieberatung der Verbraucherzentrale, einem Unternehmer, der u.a. Fahrräder zu Pedelecs umbaut, und einem ortsansässigen Fahrradhändler. Der EUV hat die eigenen Pedelecs für Probefahrten angeboten und die Energieberatung der Verbraucherzentrale hat zum Thema Ökostrom informiert. Die „Woche der Sonne“ im Jahr 2010 wurde dazu genutzt, ein Fahrrad der Radstation Castrop-Rauxel in der

Verbraucherzentrale zu einem Pedelec umbauen zu lassen. Die Radstation hat dazu ein neues Rad angeschafft und der EUV hat den Umbausatz finanziert. Dieses Elektrofahrrad kann seitdem ausgeliehen werden.

Die Energiesparfamilien sind auch ein schönes Projekt, welches von dem Bereich Stadtentwicklung der Verwaltung, der Verbraucherzentrale und dem EUV verfolgt wird. In der Heizperiode 2011/2012 ist das Projekt so abgelaufen, dass sich Familien melden konnten, die gerne Energie sparen wollten. Diese Familien wurden in mehreren Sitzungen informiert, sie erhielten eine Energieberatung zu Hause und nach der Heizsaison wurde der Energieverbrauch ermittelt. Als umweltpsychologischen Teil habe ich den Familien Ideen vorgestellt, wie sie ihre Gewohnheiten bei der Energienutzung ändern können. Sehr gut angekommen sind die kleinen Prompts aus den Projekten „Change“ und „Energiebewusste RUB“, auf denen der Spruch „Drück mich zum Abschied“ steht.

*Der vom BMU bezuschusste Teil Ihrer Stelle läuft Ende Januar 2013 aus. Welches Fazit ziehen Sie schon jetzt und wie geht es weiter?*

Zielinski: Es ist geplant, dass ich auf einer halben Stelle weiter arbeiten kann. Für mich persönlich bedeutet das einen Einschnitt, der sich auf meine finanzielle Situation auswirken wird, aber vor allem auch auf die Erfolge im Klimaschutz. Bereits in der bisherigen Arbeit war es oftmals schon schwer, genügend Zeit für die umweltpsychologisch relevanten Anteile wie Beteiligung, Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit zu finden. Eine Lampe kann ich gegebenenfalls einfach an- oder abschalten. So einfach geht das aber nicht mit den Menschen: Für die Implementierungen von Klimaschutzmaßnahmen im Alltag ist oft ein ausführlicher Dialog mit der Bevölkerung nötig. Der muss sorgfältig geplant werden



**Foto 6: Solartankstelle für die Dienstfahräder**



**Foto 7: Probefahrt mit Pedelecs**

und die Verhaltensangebote müssen passen, nur dann werden sie auch angenommen. Darüber hinaus ist es eine ganz besondere Erfahrung, die Möglichkeit zu haben, den Bereich des Klimaschutzes aus zwei Perspektiven zu betrachten: Zuerst aus der wissenschaftlichen Perspektive in einem Praxisprojekt und dann aus Sicht der Verwaltung. Viele Barrieren für klimafreundliches Verwaltungshandeln werden erst deutlich, sobald man die Organisation bzw. Institution „von innen“ kennengelernt hat. Mitunter war dies vorher für mich wie eine „black box“, da viele Hemmnisse von außen einfach unlogisch wirkten. Nach ein wenig Einsicht in die Organisationsstruktur einer Kommune und in das kommunale Haushaltsrecht erschließt sich mir, warum es so schwierig ist, das Verwaltungshandeln zugunsten der Nachhaltigkeit und der Klimafreundlichkeit zu verändern.

*Herzlichen Dank für den Einblick in Ihre Arbeit!  
Wir drücken Ihnen die Daumen für einen guten Start ins Jahr 2013.*

#### 4 Umweltpsychologisches Wissen für den schweizerischen WWF



Elmar Große Ruse  
WWF Schweiz  
Hohlstrasse 110  
CH-8010 Zürich  
E-Mail: [Elmar.GrosseRuse@wwf.ch](mailto:Elmar.GrosseRuse@wwf.ch)

Elmar Große Ruse arbeitet seit Mai 2012 als Projektleiter Klima und Energie beim WWF Schweiz in Zürich. Zuvor war er dreieinhalb Jahre in ähnlicher Funktion für den Naturschutzbund NABU tätig und hat in Deutschland die Energie- und Klimapolitik begleitet. Er studierte von 1996 bis 2003 Psychologie mit Schwerpunkt Umweltpsychologie in Bonn, Edinburgh und Bochum.

*Moczek: Lieber Elmar, erzähle uns zunächst etwas über den WWF.*

Große Ruse: In der Schweiz ist der WWF die größte Umweltorganisation<sup>10</sup>. In der Bundesgeschäftsstelle in Zürich arbeiten etwa 120 MitarbeiterInnen, die meisten davon sind von der Ausbildung her Natur- oder SozialwissenschaftlerInnen. Der WWF hat in der Schweiz ungefähr 260.000 Mitglieder und Spender und verfügt über ein Jahresbudget von rund 40 Mio. CHF.

*Bist du dort der einzige Umweltpsychologe?*

Große Ruse: Außer mir arbeiten zwei weitere PsychologInnen beim WWF. Wir planen gerade einen intensiven Austausch. Das Ziel ist es, für den WWF umweltspezifisches Wissen und Methoden für möglichst viele Bereiche abrufbar und nutzbar zu machen. Das reicht dann von

**Das Ziel ist es, für den WWF umweltspezifisches Wissen und Methoden für möglichst viele Bereiche abrufbar und nutzbar zu machen**

der Entwicklung eines Projektes oder einer Kampagne bis zur Evaluation nach Abschluss.

*Das klingt spannend! Kannst du konkreter werden?*

Große Ruse: Wir planen eine Schulung für alle MitarbeiterInnen, Info-Dokumente zum Nachschlagen und eine Art Checkliste, die bei der Projektentwicklung, -durchführung und -auswertung eingesetzt werden soll. Überall, wo es sinnvoll ist, sollen die Erkenntnisse der (Umwelt-)Psychologie berücksichtigt werden, um letztlich die Wirksamkeit unserer Umweltschutzarbeit weiter zu erhöhen. Erfreulicherweise gibt es bis hinauf in die Geschäftsleitung Unterstützung für dieses Anliegen. Aber wir stehen erst am Anfang.

*Du arbeitest auch für den Strategieprozess „Energiewende“. Was verbirgt sich hinter dem Projekt?*

Große Ruse: In der Schweiz stehen in diesen Monaten die zentralen politischen Entscheidungen an, wie wir unsere Energieversorgung in den nächsten Jahren und Jahrzehnten gestalten wollen – also ob mit oder ohne Atomkraft. Um möglichst wirksam die Anliegen des Klima- und Naturschutzes einzubringen, wollten wir nicht wahllos Lobbyarbeit machen. Deswegen haben wir mit einem internen Workshop zur Stakeholder-Analyse angefangen. Diesen habe ich konzipiert und auch moderiert. Dazu haben wir uns zunächst über die für uns wichtigsten Teilziele bei der Energiewende verständigt – also z. B. ein festes Datum für den Atomausstieg. Dann haben wir, für jedes der Teilziele getrennt, mit der Powermapping-Methode eine „Macht-Landkarte“ erstellt: Wie stehen die wichtigsten Organisationen und Institutionen zu unserem Ziel? Wie stark engagieren sie sich dazu im politischen Prozess? Am Ende des Workshops – zu dem wir auch externe ExpertInnen eingeladen hatten – standen sechs gemeinsam erarbeitete Powermaps. In mittlerweile fünf Folgetreffen haben wir, nun gemeinsam mit den anderen Umweltverbänden, jede Powermap einzeln ausgewertet: Wer sind die wichtigsten Akteure? Wie wollen bzw. können wir sie beeinflussen? Wenn dieser Analyse-Prozess abgeschlossen ist, sind wir in der Lage, auf die Energiewende in der Schweiz viel strategischer und wirksamer einzuwirken als vorher.

*Erlebst du im Alltagshandeln Unterschiede zwischen der Schweiz und Deutschland?*

Große Ruse: Für mich neu war, dass die meisten SchweizerInnen ihren Stromanbieter nicht frei wählen können. Anders als in Deutschland müssen sie die Tarifangebote nutzen, die ihnen vom jeweiligen regionalen Stromversorger angeboten werden.



**Foto 8: Ökostromvignette**

Zwar ist der Strommix in der Schweiz mit 60% Wasserkraft und 35% Atomkraft bereits relativ klimafreundlich. Aber wenn mein Elektrizitätswerk keinen Ökostromtarif anbietet, dann muss ich ggf. auch Atomstrom kaufen. Um dennoch die Marktdurchdringung von Ökostrom voranzutreiben, hat der WWF eine „Ökostrom-Vignette“<sup>11</sup> mit entwickelt, die mit jedem elektrisch betriebenen Fahrzeug (Auto, Motorrad, Fahrrad) vertrieben werden soll und die gewährleistet, dass der dafür benötigte Strom zertifizierter Ökostrom ist. Umweltpsychologisch daran ist, wie das Angebot KundInnen und den VerkäuferInnen der Fahrzeuge gegenüber erfolgreich kommuniziert werden kann.

*Welche Wege beschreitet ihr dazu in der Kampagne und wie ist die bisherige Resonanz?*

Große Ruse: In der Schweiz sind manchmal andere Motive für ökologisches Verhalten zu beobachten als in Deutschland. Ein wichtiger Faktor ist die Landschaft und ihre Schönheit. Bevölkerungswachstum und damit einhergehende Zersiedelung und Bebauung verändern das Landschaftsbild. Das nehmen viele zum Anlass, sich zu engagie-

ren. Für die Ökostrom-Vignette heißt dies, dass wir stärker die Stromherkunft aus natur- und landschaftsverträglicheren Wasserkraftwerken betonen als aus klimafreundlichen – aber hier oft unbeliebten – Windkraftanlagen. Wenn es uns gelingt, einen großen Anteil der elektrisch betriebenen Neuwagenflotte mit einer Ökostrom-Vignette zu verkaufen, dann erzeugen wir ein starkes Nachfragesignal für zertifizierten Ökostrom und erreichen, dass immer mehr Wasserkraftwerke ökologisch modernisiert werden. Allerdings stehen wir noch ganz am Anfang: Die Vignette wurde Anfang 2012 ins Leben gerufen und in den ersten Monaten erst einige Hundertmal verkauft.

*Du vermittelst den Eindruck, dass du froh darüber bist, an der neuen Stelle auch als Umweltpsychologe gefragt zu sein, und nicht „nur“ als politischer Referent.*

Große Ruse: Die Offenheit meines Arbeitgebers für psychologisches Know-How ermöglicht es mir, viel mehr Fachwissen einzubringen, als es mir bislang bei meinen vergangenen Stellen möglich war. Durch die starke Orientierung an der Wirksamkeit unseren beruflichen Tuns bekommt die Psychologie eine Chance. Für die (Umwelt-)Psychologie bedeutet das: Unsere erste Aufgabe besteht darin, immer wieder die Frage zu stellen, wo wir am wirksamsten Umweltschutz fördern können.

*Das freut mich natürlich außerordentlich für dich. Wie können wir anderen UmweltpsychologInnen davon profitieren? Wie könnten wir einen Austausch organisieren?*

Große Ruse: Ich bin gut innerhalb der IPU<sup>12</sup> vernetzt. Über die Mailingliste habe ich schon einen ersten Aufruf gesendet, wel-

**Für die (Umwelt-) Psychologie bedeutet das: Unsere erste Aufgabe besteht darin, immer wieder die Frage zu stellen, wo wir am wirksamsten Umweltschutz fördern können**

che Aspekte umweltpsychologischen Wissens für Umweltschutzorganisationen besonders relevant sein könnten, und habe interessante Hinweise erhalten. Gern stelle ich die für den WWF Schweiz entwickelten psychologischen Hilfen auf einem IPU-Kongress oder an anderer geeigneter Stelle vor. Vielleicht ergeben sich daraus Ideen zur Zusammenarbeit und Weiterentwicklung.

*Herzlichen Dank und weiterhin viel Erfolg bei deinen und euren Aktivitäten!*

## 5 Dialog zu einem großen Geothermiekraftwerk in Hessen



Matthias Holenstein  
Stiftung Risiko-Dialog St. Gallen  
Office: Technoparkstr. 2  
CH-8406 Winterthur  
E-Mail: [matthias.holenstein@risiko-dialog.ch](mailto:matthias.holenstein@risiko-dialog.ch)

Matthias Holenstein (MSc ETH Zürich, Psychosoziales Management) beschäftigt sich als Geschäftsführer der Stiftung Risiko-Dialog mit Energie- und Netzwerkrisiken, Risiken der Informations- und Kommunikationstechnologie, der Naturgefahrenkommunikation sowie mit methodischen Aspekten von Risikowahrnehmung, -bewertung und -kommunikation. Diese Themen unterrichtet er auch an der Hochschule Luzern im MAS Risk Management.

*Moczek: Lieber Herr Holenstein, stellen Sie uns bitte die Stiftung Risiko-Dialog vor.*

Holenstein: Die Stiftung Risiko-Dialog<sup>13</sup> ist eine gemeinnützige und neutrale Stiftung

mit Sitz in St. Gallen und wurde vor mehr als zwanzig Jahren gegründet. Die Stiftung führt unterschiedliche Perspektiven zu Risikofragen zusammen. Hierfür beobachtet und analysiert sie Risikodebatten, initiiert und leitet Dialoge, forscht und berät Organisationen und Unternehmen in ihrer Risikokommunikation. Die sechs festangestellten Mitarbeitenden aus den Naturwissenschaften, Psychologie, Soziologie und Ökonomie werden durch freie MitarbeiterInnen aus einem breiten Netzwerk ergänzt.

*Und womit beschäftigen Sie sich aktuell?*

Holenstein: Seit 2011 begleiten wir ein geplantes Geothermie-Projekt im Kreis Groß-Gerau, südlich von Frankfurt am Main. Auftraggeber ist die Überlandwerk Groß-Gerau GmbH (ÜWG). 2011 führten wir in einem ersten Schritt 30 Gespräche mit VertreterInnen verschiedener Interessengruppen aus Landwirtschaft, Umweltorganisationen, Bürgerinitiativen und Privatpersonen. Es gab einen halbstandardisierten Leitfaden für die Interviews. Wir wollten Wahrnehmungen, Hoffnungen, Ängste, offene Fragen und Anliegen der BürgerInnen im Kreis Groß-Gerau rund um das Thema Tiefe Geothermie erfassen. Wir wollten und konnten keine repräsentative Studie zur Akzeptanz durchführen, sondern mittels einer qualitativen Analyse frühzeitig erkennen, welche Themen die Öffentlichkeit im Kreis Groß-Gerau im Zusammenhang mit der Geothermie beschäftigen, ob diese Technologie grundsätzlich als Option für die Energieproduktion unterstützt wird und wie das Projekt weiter entwickelt werden soll. Ebenso können Interessenkonflikte und Themengebiete identifiziert werden, in welchen Handlungs- und oder Informationsbedarf besteht. Wichtig war dabei ebenso der Aufbau der Beziehungen zu den einzelnen Interessengruppen. Für die nächsten Monate geht es nun darum, im Bürger-

dialog „DialoGGeo“<sup>14</sup> den Prozess weiterzuführen.

*Wer ist der künftige Betreiber des geplanten Kraftwerks?*

Holenstein: Die Überlandwerk Groß-Gerau GmbH ist ein kommunales Unternehmen im Besitz der Stadtwerke Mainz. Sie möchten künftig dieses Geothermiekraftwerk betreiben. Viele der Befragten waren sich zu Beginn der Gespräche dessen noch nicht bewusst. Vereinzelt gab es auch Gerüchte, dass die ÜWG zu einem großen privaten Energiekonzern gehöre. Andere wiederum strichen den Vorteil der lokalen Verankerung heraus und schenken der ÜWG gerade deswegen ihr Vertrauen.

*Welches sind schwerpunktmäßig die Ergebnisse der Befragung?*

Holenstein: Zunächst konnten wir feststellen, dass das Wissen über tiefe Geothermie und das geplante Projekt in Groß-Gerau sehr unterschiedlich war. Einige GesprächspartnerInnen hatten noch kaum etwas von Geothermie gehört, andere hatten sich bereits intensiv mit dem Thema beschäftigt und sich ein breites Wissen angeeignet. Etliche unterschieden aber nicht zwischen oberflächennahen und tiefen Geothermieprojekten. Die Einstellungen waren überwiegend positiv. Insgesamt war das Vorhaben zum Zeitpunkt der Befragung noch nicht sehr weit vorangeschritten, zum Beispiel gab es noch keine klare Empfehlung für einen Standort des zukünftigen Kraftwerks.

*Welche negativen Assoziationen verknüpfen die Befragten mit Geothermie? Welche Risiken wurden genannt?*

Holenstein: Sorgen bereiten manchen die Medienberichte über Risse in Häusern, ausgelöst durch seismische Ereignisse in der Nähe von anderen Geothermieranlagen. Die

Tatsache, langfristige geologische Folgen nicht abschätzen zu können, weckt Unbehagen. In der Bevölkerung besteht unter anderem die Besorgnis, dass für den unwahrscheinlichen Fall eines Schadens kein ausreichender Versicherungsschutz gewährleistet werden könnte und sie alleine gelassen würden. Andere Bedenken drehen sich um den Umweltschutz, den Verlust von landwirtschaftlichen Flächen und die Verstärkung von bestehenden Belastungen wie Lärm und Verkehr. Diese Fragen mündeten im Wunsch nach umfassenden Vorabklärungen, also bevor das Projekt in Angriff genommen wird, sowie nach einem fairen und respektvollen Entscheidungsprozess.

*Und wie sieht es mit den erwarteten positiven Effekten aus? Welche Vorteile versprechen sich die Groß-Gerauer?*

Holenstein: Das Erdwärmeprojekt der ÜWG soll einen wichtigen Beitrag zum Ausstieg aus der Atomenergie und zur Energiewende in der Region leisten. Dies ist die große Hoffnung. Biblis ist nicht weit entfernt von Groß-Gerau und hängt für viele wie ein Damoklesschwert über der Region. Während sich Gebiete im Norden von Deutschland für Windenergie eignen, hat der Oberrheingraben Potenzial für Geothermie. Deshalb denken viele, dass die Region die Verantwortung hat, die Geothermie sinnvoll zu nutzen. Außerdem kann die Geothermie Tag und Nacht konstant Energie produzieren und ist nicht abhängig vom Wetter. Dies wird als Vorteil und als sinnvolle Ergänzung zu anderen Energietechnologien gesehen. Einen direkten Nutzen versprechen sich die Groß-Gerauer von der Versorgung ihrer Häuser mit Erdwärme zu Heizzwecken.

**Während sich Gebiete im Norden von Deutschland für Windenergie eignen, hat der Oberrheingraben Potenzial für Geothermie. Deshalb denken viele, dass die Region die Verantwortung hat, die Geothermie sinnvoll zu nutzen**



*Welches sind die nächsten wichtigen Schritte, die Sie in diesem Projekt machen werden? Welche Schwerpunkte setzen Sie dabei in der Kommunikation?*

Holenstein: Nach Abschluss der technischen Machbarkeitsstudie sind für 2013 eine Reihe von Bürgerforen geplant, an welchen das Geothermieprojekt von Bürgern, Interessengruppen und ÜWG zusammen mit externen ExpertInnen vertieft diskutiert wird. Außerdem soll ein Beirat mit VertreterInnen verschiedener Interessengruppen gegründet werden. Der Dialog wird über DialoGGeo auch online geführt und dokumentiert. In der Kommunikation setzen wir den Schwerpunkt auf eine ausgewogene Darstellung der Chancen und Risiken der Geothermie in Groß-Gerau. Die Öffentlichkeit soll informierte Entscheidungen treffen können.

*Wie viel Psychologie steckt in dem Projekt?*

Holenstein: Unsere Aufgabe in diesem Projekt ist es die Bevölkerung zu befähigen, informierte Entscheidungen zu treffen, und ihr die Möglichkeit zu bieten, diese den Projektbetreibern und der Öffentlichkeit mitzuteilen. Es geht in unserer Arbeit in Groß-Gerau also darum, die Beteiligung der Menschen an der Entscheidungsfindung zu fördern. Ein zentraler Faktor ist dabei das Vertrauen. Auch aus der Literatur ist

**Es geht in unserer Arbeit in Groß-Gerau also darum, die Beteiligung der Menschen an der Entscheidungsfindung zu fördern**

bekannt, dass Fairness (im Ergebnis, aber v.a. auch im Prozess) einen positiven Einfluss auf Vertrauen ausübt, während Vertrauen die Kooperationsbereitschaft erhöht. Indem wir uns für einen fairen Prozess einsetzen, erreichen wir hoffentlich eine gute Kooperation zwischen den Beteiligten vor Ort.

*Die Akzeptanz der Bevölkerung gilt als Schlüssel, um die anstehenden großen Infrastrukturprojekte auch innerhalb der Energiewende umsetzen zu können. Es sind schon einige Projekte gescheitert oder stehen auf der Kippe. Was sind für Sie Erfolgsfaktoren?*

Holenstein: Unsere Erfahrungen zeigen, dass eine breite und kontext-spezifische Risikokommunikation sowie ein ehrliches Engagement des Projektentwicklers die stabile Basis für eine erfolgreiche Bürgerbeteiligung und in der Folge für ein akzeptables Projekt bilden. Wichtig ist, die Bevölkerung so früh wie möglich mit ins Boot zu holen und lokale Besonderheiten zu berücksichtigen. Transparenz, Fairness und Ergebnisoffenheit im Prozess erhöhen das gegenseitige Vertrauen und sind wichtige Voraussetzungen für den erfolgreichen Dialog. Wir können festhalten, dass nicht die Akzeptanz in der Bevölkerung, sondern die Akzeptabilität der Projekte für alle Beteiligten der Schlüssel für die Energiewende ist. Dies ist als wertvolle Ausgangslage beim Projekt in Groß-Gerau gegeben.

*Welchen Austausch pflegen Sie mit KollegInnen und Kollegen, sind Sie in psychologischen Netzwerken aktiv?*

Holenstein: Die Kontakte sind häufig sehr projektspezifisch. So haben wir unser Vorgehen in diesem Projekt von zwei unabhängigen Fachkollegen reviewen lassen. Zudem bieten Kongresse wertvolle Gesprächsplattformen – ebenso wie die informelle Pflege des persönlichen Netzwerkes.

*Wir werden Ihr Projekt weiter aufmerksam verfolgen und wünschen Ihnen ein gutes Vorankommen!*

## 6 Wasser in Kenia, Klima in Deutschland



Minu Hemmati

Gutzmannstraße 24

D-14165 Berlin

E-Mail: [minu@minuhemmati.net](mailto:minu@minuhemmati.net)

[www.minuhemmati.net](http://www.minuhemmati.net)

Dr. rer. pol. Minu Hemmati, Dipl.-Psych., arbeitet seit 1998 als unabhängige Beraterin. Ihre Schwerpunkte sind dialogische Lern- und Entwicklungsprozesse, Weiterbildung und Coaching, politische Partizipation, Corporate Stakeholder Engagement, Gender und Nachhaltigkeit. Sie verfügt über langjährige Erfahrung mit internationalen Politikprozessen als Projektkoordinatorin, Trainerin und Evaluatorin in Industrieländern und Entwicklungsländern.

*Liebe Frau Hemmati, bitte stellen Sie uns vor, wie Sie arbeiten.*

Hemmati: Seit fünfzehn Jahren bin ich als Freiberuflerin tätig, vorwiegend als unabhängige Projektentwicklerin, Beraterin und Moderatorin. Ich arbeite im Auftrag von Regierungen, Organisationen oder Programmen der Vereinten Nationen, Beratungsinstituten, NROs, Frauennetzwerken, Unternehmen, Forschungsinstituten, Verbänden, und Konsortien oder Partnerschaftsprojekten, in denen sich verschiedene Organisationen zusammengeschlossen haben. Dabei sind die vertraglichen Konstellationen sehr unterschiedlich - es gibt Aufträge, Werkverträge oder Zuwendungen.

*Sie haben in Heidelberg Psychologie studiert. Wie kamen Sie zu Ihrem Tätigkeitsfeld?*

Hemmati: Die Baha'i-Gemeinde Deutschland<sup>15</sup> fragte 1996 an, ob ich ihr BeobachterInnen-Team beim VN Gipfel zur Stadtentwicklung „Habitat II“ in Istanbul unterstützen könnte. Ich hatte bis dahin ein paar kleinere Arbeiten zu Gender-Fragen im Bereich der Stadtentwicklung gemacht. Der Gipfel war für mich ein Crash-Kurs in Nachhaltigkeit, Gender-Themen, Lobby-Arbeit und Verhandlungsführung. Schon auf dem Rückflug aus Istanbul hatte ich das Gefühl, dass es für mich spannender sein könnte, zur Nachhaltigen Entwicklung beizutragen, als die akademische Laufbahn weiter zu verfolgen. Danach habe ich versucht herauszufinden, wie die Beiträge einer Psychologin aussehen könnten – und im Laufe der Jahre verschiedenste Antworten gefunden!

*Sie haben ganz offenbar mit vielen verschiedenen Menschen zu tun. Wie oft treffen Sie dabei auf PsychologInnen?*

Hemmati: Sehr selten! In meinem Umfeld arbeiten eher PolitikwissenschaftlerInnen, NaturwissenschaftlerInnen, JuristInnen, ÖkonomInnen, IngenieurInnen sowie viele aus nicht-akademischen Berufen der Verwaltung, der Landwirtschaft und der freien Wirtschaft. In vielen Projekten arbeite ich auch mit Menschen zusammen, die keine formale Ausbildung haben, z.B. wenn Eco-Agriculture Partners<sup>16</sup> Kleinbauern in Ostafrika mit WissenschaftlerInnen, Vorständen von internationalen Konzernen und PolitikerInnen zusammenbringt oder wenn GenderCC<sup>17</sup> vom Klimawandel direkt betroffenen Frauen aus Entwicklungsländern die Beteiligung an VN-Konferenzen ermöglicht.

*Was verbirgt sich hinter dem Begriff Corporate Stakeholder-Engagement?*

Hemmati: Der Begriff ist recht weit, er kann alle möglichen Prozesse bezeichnen,

bei denen Unternehmen mit Interessengruppen in Kontakt treten. Lassen Sie mich ein aktuelles Beispiel im Bereich Nachhaltigkeit geben: Der Reiseveranstalter Kuoni<sup>18</sup> engagiert sich seit ein paar Jahren in einem Stakeholder Engagement-Prozess. 1906 von Alfred Kuoni gegründet, ist er heute ein globales Reisedienstleistungsunternehmen und beschäftigt rund 12.000 Mitarbeitende in über 60 Ländern auf fünf Kontinenten. Kuoni hat eine Strategie zur nachhaltigen Unternehmensverantwortung verabschiedet, zu der unter anderem der Bereich „Klimawandel und Verantwortung der Umwelt gegenüber“ gehört. Innerhalb dieses großen Themenfeldes haben wir uns als einen Bereich die Trinkwassernutzung, z. B. in Hotels in Kenia, vorgenommen. Sie müssen sich vorstellen, dass es dort in direkter Nachbarschaft zu großen Hotelanlagen Dörfer gibt, die keinen oder nur teuren Zugang zu Trinkwasser haben. Und da läuft hinter dem Zaun die Sprinkleranlage für den Golfplatz und der Pool wird ebenfalls mit wertvollem Wasser befüllt.

teuren und einigen externen ExpertInnen gesprochen, zu denen bereits Vertrauen bestand. Weitere KollegInnen aus Umweltschutzorganisationen kamen auf Empfehlungen hinzu. Daraus bildete sich schnell eine kleine Kerngruppe wirklich Interessierter, die wir nun den „Inner Circle“ nennen. Diese Gruppe trifft sich regelmäßig, auch mit der Geschäftsleitung von Kuoni, und begleitet den Prozess. Sie haben das Thema Trinkwasser zum Einstieg ausgewählt sowie TeilnehmerInnen eines erweiterten Kreises empfohlen („Wider Circle“). Der Inner Circle hat auch Ziele und Agenda eines Wider Circle-Treffens kommentiert, bei dem die existierenden Herausforderungen diskutiert und Empfehlungen für Kuoni erarbeitet wurden. Die Firma hat einige ausgewählt und arbeitet derzeit an Pilotvorhaben dazu, z. B. im Bereich Weiterbildung ihres Personals oder Mechanismen der Qualitätskontrolle bei Zulieferern. Dies alles fand zunächst auf globaler und regionaler Ebene statt; die Pilotprojekte werden aber lokal umgesetzt und von lokalen BeraterInnen und ModeratorInnen unterstützt.

*Die daraus resultierenden Probleme kann ich mir vorstellen. Sicherlich reagieren neben dem Hotelmanagement und den DorfbewohnerInnen auch die Gäste zunehmend sensibel auf solch ein Ungleichgewicht in der Verteilung. Wie sieht Ihr Konzept für den Dialog aus?*

Hemmati: Es ist wichtig, den gesamten relevanten Kontext in den Blick zu nehmen – eine sorgfältige Analyse der Themen und der Akteure bildet die erste Phase eines Stakeholder-Prozesses. Es ist entscheidend, interne und externe Akteure zu berücksichtigen, auch jene, die sich noch nicht zu Wort gemeldet haben. Im Fall von Kuoni haben wir zunächst mit den wichtigsten internen Ak-

*Wie schaffen Sie es, dass solche Prozesse nicht vereinzelte Bemühungen bleiben, die letztlich kaum etwas am Geschäftsmodell ändern, und so immer wieder neue Probleme mit Ressourcenraub und Ungerechtigkeit erzeugt werden?*

Hemmati: Langfristig kommt es darauf an, Nachhaltigkeit in der Geschäftsstrategie von Unternehmen zu verankern – ein Ziel, das auch im Inner Circle bei Kuoni ausführlich diskutiert wird. Mögliche Veränderungen des Unternehmens wachsen dann über das Management des Reputationsrisikos durch Stakeholder Prozesse weit hinaus: Es geht nicht nur darum, schlechte Presse und Irritationen bei KundInnen und AnlegerInnen zu vermeiden, sondern in der Tat ein nachhaltig wirtschaftendes Unternehmen zu entwickeln. Die Abteilung für Corporate

**Eine sorgfältige Analyse der Themen und der Akteure bildet die erste Phase eines Stakeholder-Prozesses**

Responsibility bei Kuoni findet dabei Unterstützung in der Arbeit mit dem Inner Circle: Hier kommen Anregungen und Außenwahrnehmungen her, welche die Geschäftsleitung sonst nicht bekäme. Für mich ist es immer wieder faszinierend zu sehen, wie schnell und wie intensiv die Identifikation mit solchen Prozessen und Gruppen entstehen und wachsen kann, und zwar bei allen Beteiligten, intern wie extern. Sinnvolle Partizipationsprozesse können das Erleben von Zugehörigkeit und das Engagement fördern – ich sehe das in der Praxis und bedauere immer häufiger, wie wenig wir dies zu unser aller Wohl nutzen.

*In Deutschland sind Sie auch im Kommunalen Klimaschutz engagiert. Was ist hier Ihre Aufgabe?*

Hemmati: Mit Beginn des neuen Jahres fördert das BMU<sup>19</sup> im Rahmen der ‚Nationalen Klimaschutzinitiative‘ ein dreijähriges Beratungsvorhaben zu „Prozessoptimierung, Kommunikation und Mobilisierung im kommunalen Klimaschutz“, kurz „Klimaschutzdialog“ genannt. Mit der Durchführung des Vorhabens ist ein Konsortium<sup>20</sup> betraut. Als Unterauftragnehmerin habe ich die inhaltliche Leitung des Projekts übernommen. Das BMU möchte mit dem Klimaschutzdialog den kommunalen Klimaschutz als einen Grundpfeiler der Energiewende stärken. Es baut auf Erkenntnissen zuvor durchgeführter Analysen des Politikfeldes und der Stakeholder- und der Netzwerk-Landschaft auf.

*Welche sind die nächsten Schritte?*

Hemmati: Ziel des dreijährigen Vorhabens ist es, das Beratungsangebot für die zentralen Verantwortlichen im kommunalen Klimaschutz zu stärken sowie den systematischen Austausch von Erfahrungen und die Vernetzung aller Akteure zu fördern. Auch sollen BürgerInnen über Möglichkeiten zum aktiven Mitgestalten von lokalem Kli-

maschutz informiert werden. Im Rahmen des Vorhabens werden u.a. Fortbildungsangebote entwickelt (z.B. für kommunale ‚KlimaschutzmanagerInnen‘), Vernetzungsveranstaltungen für zentrale Akteure durchgeführt sowie in 2014 ein bundesweiter „Tag des Kommunalen Klimaschutzes“ organisiert. Hinzu kommen Studien zur Übertragbarkeit von lokalen Erfahrungen und zur Förderung einer „Kultur des Klimaschutzes“. Außerdem gibt eine Sparte „internationaler Austausch“, wo wir einen langfristigen Reflektions- und Lernprozess durchführen, in dem die Bundesregierung und andere deutsche Akteure sich mit den VertreterInnen anderer Länder über Erfahrungen bei der Arbeit mit Kommunen austauschen können. Hier besteht auch eine Verknüpfung mit den VN-Verhandlungen zum Klimaschutz. So haben wir bspw. schon 2011 in Durban und Ende 2012 in Doha bei den internationalen Klimakonferenzen die Arbeit in Deutschland zur Diskussion gestellt. Bei diesen Aktivitäten übernehme ich jeweils die Moderation.

*Wie viel Psychologie steckt in dem Projekt? Wo können Sie spezifische umweltspsychologische Ansätze einbringen?*

Hemmati: In meinen Projekten steckt einiges an Psychologie, zumeist Sozial- und Organisationspsychologie, aber auch Umweltpsychologie, sowie Geschlechterforschung. Die wichtigen Stichworte sind Kommunikation (vom Dialog bis zur Verhandlung), Konflikt und Mediation, Führung, Teamentwicklung, Organisationsentwicklung, aber auch die Auseinandersetzung mit Stereotypen und Vorurteilen (vor allem zwischen Interessengruppen), Intergruppen-Beziehungen und Kooperation zwischen verschiedenen Sektoren oder Regionen sowie die soziale Identität und ihre Auswirkungen auf die Möglichkeiten der Vertrauensbildung und der Integration von gegen-

sätzlichen Interessen. Ich versuche, psychologische Prozesse und Effekte zu berücksichtigen – und bspw. Verständnis und Respekt für andere Interessen(gruppen) zu unterstützen, ausreichend Zeit für Vertrauensbildung zu schaffen, die Freude an Aktivitäten und (gemeinsamen) Erfolgen in den Vordergrund zu rücken, Anstrengungen und erste Schritte zu belohnen, usw.

In Multi-Stakeholder-Prozessen ist psychologisches Wissen ein Erfolgsfaktor, genauso wie ausreichende Ressourcen und die Bereitschaft der Beteiligten, sich auseinanderzusetzen.

*Können Sie etwas über die generelle Relevanz der Psychologie in Ihrer Arbeit sagen?*

Hemmati: Für mich ist mein psychologischer Hintergrund sehr relevant und da er in meinem Feld so selten ist, versuche ich immer wieder psychologische Perspektiven einzubringen. Vielen KollegInnen ist es z. B. fremd, auf individuelle Wahrnehmung und Interpretation von Situationen zu achten,

die individuelle und soziale Konstruktion von Wirklichkeit zu reflektieren oder die multi-faktorielle Bedingtheit von Verhalten zu berücksichtigen. Überhaupt wird „Verhalten“ häufig als „black box“ wahrgenommen. Technische, finanzielle, juristische Interventionen erscheinen den meisten meiner KollegInnen einfacher als verhaltensbezogene.

Das Verhalten von Menschen wird häufig als „black box“ wahrgenommen, daher versuche ich, immer wieder psychologische Perspektiven einzubringen

*Gibt es KollegInnen, mit denen Sie sich speziell über Ihre Erfahrungen austauschen können?*

Hemmati: Meine Arbeit ist häufig international, selbst habe ich auch lange in London und Brüssel gelebt. Daher habe ich mir ein überwiegend englischsprachiges Netzwerk mit KollegInnen aufgebaut, die ich aus

unterschiedlichen Projekten kenne. Darunter sind zwar keine PsychologInnen, aber PraktikerInnen, mit denen ich mich über alle Fragen meiner Arbeit austauschen kann. Im Moment suche ich insbesondere den Austausch zu Transformationsprozessen. Die Gemeinsamkeiten der Prozesse überwiegen aus meiner Sicht die regionalen oder thematischen Unterschiede. Zum Beispiel habe ich zum Klimaschutzdialog-Projekt nun einen monatlichen Skype-Termin mit einem amerikanischen Kollegen, der ansonsten in Afghanistan und Somalia Konfliktbearbeitung durchführt.

*Wie organisieren Sie den Austausch und welche Themen sind Ihnen dabei wichtig?*

Hemmati: Oft sind es ganz praktische Fragen von Prozessdesign, Moderation oder Umgang mit einem schwierigen Partner, über die wir sprechen. Ab und an tauschen wir auch Dokumente aus, zum Beispiel in der Phase der Konzeptentwicklung. Wir fragen uns dann gegenseitig kritisch nach der Umsetzbarkeit und möglichen Schwierigkeiten. Ich schätze an diesem Netzwerk, dass wir einander vertrauen und einen gleichwertigen Austausch pflegen können, da die anderen in ähnlichen Kontexten arbeiten.

*Auch im deutschsprachigen Raum gibt es Netzwerke, sind Sie hier auch aktiv?*

Hemmati: Ich bin Mitglied in der DGPs. Früher bin ich öfter zu den Fachgruppentagungen gegangen. Mittlerweile habe ich das Gefühl, dass ich mich da nicht mehr zu Wort melden kann. In dem überwiegend wissenschaftlichen Diskurs finde ich kaum ein Dialogforum mehr für mich. Im Zusammenhang mit dem lokalen Klimaschutz finde ich nun allerdings zunehmend relevante Netzwerke, Forschungsverbände, soziale Bewegungen, die meine Arbeit un-

mittelbar berühren. Da tun sich viele wertvolle Austauschmöglichkeiten auf!

*Dabei können Ihre weltweiten praktischen Erfahrungen von enormem Nutzen sein.*

Hemmati: Als PraktikerInnen können wir da tatsächlich einen großen Dienst leisten. Wir verfügen ja über einen großen Fundus an Daten und Erfahrungen, und wir sehen auch die praktischen Aspekte bei der Umsetzung der Interventionen, also Erfolgsfaktoren und Hindernisse. Ich wünsche mir hier mehr Möglichkeiten für Austausch, Lernen und gegenseitige Inspiration, vielleicht auch durch Evaluationsvorhaben. Das kann ja für beide Seiten sehr interessant werden. Wir PraktikerInnen können einen großen Dienst leisten, daher wünsche ich mir mehr Möglichkeiten für Austausch, Lernen und gegenseitige Inspiration.

*Liebe Frau Hemmati, herzlichen Dank für Ihren spannenden Bericht und für Ihre konkreten Anregungen für den Austausch!*

## 7 Fazit

*In welchen Bereichen und unter welchen Rahmenbedingungen arbeiten UmweltpsychologInnen?*

Durch die vorgestellten fünf Arbeitsbereiche der KollegInnen zeigt sich, wie unterschiedlich der Arbeitsalltag und die damit verbundenen Herausforderungen für UmweltpsychologInnen in der Praxis sein können. Genau genommen hat keine/r der interviewten KollegInnen eine Position inne, die originär für eine/n Umweltpsychologen/in ausgeschrieben worden war. Sie bearbeiten Aufgaben, die ebenso mit VertreterInnen anderer Disziplinen hätten besetzt werden können. Das heißt auch, dass sie ihre umweltpsychologische Perspektive und ihr Fachwissen aktiv anbieten und einbrin-

gen müssen, es wird nur selten explizit vom Arbeitgeber eingefordert. Sie müssen sich alle in unterschiedliche thematische Fachgebiete einarbeiten und arbeiten in interdisziplinären Teams, in denen häufig keine oder nur wenige SozialwissenschaftlerInnen vertreten sind. Die Rahmenbedingungen sind oft gekennzeichnet durch befristete Projektarbeit, manchmal mit unsicheren Zukunftsaussichten. Dennoch haben alle fünf Interviewte einen Arbeitsbereich gesucht und gefunden, in dem sie ihr spezifisches Wissen und ihre Erfahrungen als Bereicherung für die Projekte ansehen.

*Pflegen sie einen kollegialen Austausch, sind sie in Netzwerken aktiv?*

Den kollegialen Austausch organisieren sich alle soweit wie möglich durch persönliche Netzwerke. Die konkrete Ausgestaltung ist ganz unterschiedlich. Zwei nennen explizit die Initiative Psychologie im Umweltschutz als wichtiges Netzwerk. Dies ist auch nicht weiter verwunderlich, da dort mittlerweile über 300 Mitglieder assoziiert sind. Ein institutionalisierter Austausch, wie er beispielsweise von den KollegInnen in den klinischen Bereichen durch Supervision und Intervision gepflegt wird, findet nicht statt, u.a. da er durch die Berufsverbände nicht organisiert wird.

*Welchen Austausch in Bezug auf Wissen, Können und Erfahrung haben sie mit KollegInnen aus der Wissenschaft und Forschung, gibt es hier erfolgreiche Wechselbeziehungen?*

Es fällt ebenfalls auf, dass es keinen systematischen Austausch zwischen psychologischen PraktikerInnen und WissenschaftlerInnen gibt. Explizit wird dieses Thema von Minu Hemmati angesprochen. Sie bedauert die fehlenden Angebote für den Erfahrungsaus-

tausch mit auch wissenschaftlich arbeitenden PsychologInnen, der ihrer Ansicht nach beiden Seiten sehr zugute kommen würde.

*Wie steht es um ihre „umweltpsychologische Identität“? Können sie ihr spezifisches Wissen und ihre Erfahrung im beruflichen Alltag einbringen?*

Vier der fünf Befragten nennen sich selbst Umweltpsychologen, Matthias Holenstein wählt die Bezeichnung Risikopsychologe. Alle sind sich ihrer umweltpsychologischen Kompetenzen, insbesondere der Methodenkompetenzen für Analysen, Moderation, Kommunikation, Kampagnenplanung und -durchführung sowie für Evaluation, bewusst und können diese auch konkret benennen. Es fiel in den Gesprächen aber immer wieder auch der vorsichtige Hinweis, dass diese besonderen Kompetenzen im Alltag oft „banal“ wirken und sich insbesondere die Ingenieure unter den KollegInnen manchmal schwer tun, diese anzuerkennen.

## Ausblick

Das Team der HerausgeberInnen der Zeitschrift Umweltpsychologie arbeitet an neuen Formaten, den Austausch zwischen den – in der Praxis und in der Forschung und Lehre – arbeitenden KollegInnen zu fördern. Dazu soll die Reihe der Interviews in loser Folge fortgesetzt werden, als nächstes mit UmweltpsychologInnen, die im Bereich Mobilität arbeiten. Die Autorin möchte in den kommenden Monaten eine Liste mit in Deutschland, Österreich und der Schweiz in der Praxis arbeitenden KollegInnen zusammenstellen.

Weiter sind auch persönliche Treffen für die Netzwerkbildung in Planung, idealerweise

verknüpft mit Veranstaltungen wie z.B. der Tagung der Fachgruppe Umweltpsychologie der Deutschen Gesellschaft für Psychologie im September 2013 in Magdeburg oder/und einem der nächsten Kongresse der Initiative Psychologie im Umweltschutz.

Jegliche Hinweise sind sehr willkommen!

## Kontakt

Nicola Moczek

PSY:PLAN Institut für Umwelt- und Architekturpsychologie

Moczek + Rambow GbR

Libauer Straße 14

D-10245 Berlin

E-Mail: moczek@psyplan.de

## Endnoten

- 1) In Sudan, Where There is Power, There is Development. <http://go.worldbank.org/8ZRQV6L1T0> (Zugriff am 28.11.2012)
- 2) Gustavsson, Mathias (2007). Educational benefits from solar technology – Access to solar electric services and changes in children’s study routines, experiences from eastern province Zambia. In: Energy Policy, Volume 35, Issue 2, February 2007, S. 1292-1299
- 3) <http://www.greenlightplanet.com> (Zugriff am 28.11.2012)
- 4) Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit
- 5) IPU, Initiative Psychologie im Umweltschutz. [www.ipu-ev.de](http://www.ipu-ev.de) (Zugriff am 28.11.2012)
- 6) [www.euv-stadtbetrieb.de](http://www.euv-stadtbetrieb.de) (Zugriff am 3.12.2012)
- 7) Alianza del Clima e.V. /Klimabündnis: <http://www.klimabuendnis.org> (Zugriff am 28.11.2012)
- 8) European Energy Award: Informationen der Aktivitäten in Castrop-Rauxel

- und der EAA-Bericht auf <http://www.castrop-rauxel.de> (weiter unter Stadtentwicklung und Umwelt; Zugriff am 5.11.2012)
- 9) Lichtleitplanung: Informationen und der vollständige Bericht zum Herunterladen auf <http://euv-stadtbetrieb.de/leistungen/tiefbau/integrierte-lichtleitplanung-castrop-rauxel.html> (Zugriff am 5.11.2012)
  - 10) [www.wwf.ch](http://www.wwf.ch) (Zugriff am 5.11.2012)
  - 11) <http://www.oekostromvignette.ch> (Zugriff am 3.12.2012)
  - 12) vgl. Endnote Nr. 3; IPU in der Schweiz: <http://www.umwelt-psychologie.ch> (Zugriff am 13.1.2013)
  - 13) [www.risiko-dialog.ch](http://www.risiko-dialog.ch) (Zugriff am 3.12.2012)
  - 14) Mehr Informationen zum Bürgerdialog im Geothermie Projekt Groß-Gerau unter: [www.dialoggeo.de](http://www.dialoggeo.de) (Zugriff am 3.12.2012)
  - 15) Baha'i-Gemeinde Deutschland: [www.bahai.de](http://www.bahai.de) (Zugriff am 28.11.2012)
  - 16) EcoAgriculture Partners: [www.ecoagriculture.org](http://www.ecoagriculture.org) (Zugriff am 28.11.2012)
  - 17) Plattform für Information, Wissen und Netzwerke für Geschlechterfragen und Klimawandel (gender and climate change), s.a. <http://gendercc.net/> (Zugriff am 28.11.2012).
  - 18) Kuoni Stakeholder Management: <http://www.kuoni.com/corp-responsibility/stakeholder-management> (Zugriff am 28.11.2012)
  - 19) [www.bmu.de](http://www.bmu.de) (Zugriff am 28.11.2012)
  - 20) Das Konsortium besteht aus adelphi, [www.adelphi.de](http://www.adelphi.de); Deutsches Institut für Urbanistik, [www.difu.de](http://www.difu.de); dem Klima-Bündnis, [www.klimabuendnis.org](http://www.klimabuendnis.org); dem Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg GmbH, [ifeu](http://www.ifeu.de), [www.ifeu.de](http://www.ifeu.de); dem Institut für Entwicklungsberatung und Supervision EBUS, [www.institut-ebus.de](http://www.institut-ebus.de) und dem Eduard Pestel Institut, [www.pestel-institut.de](http://www.pestel-institut.de) (Zugriffe am 22.1.2013).

*Reinhold ABfalg*

## Über das Glück – und wie wir es verhindern können

### Neun Strategien zur Förderung des Unglücks

Alle Menschen suchen das Glück, – sagt man. Doch stimmt das auch? Geht es uns wirklich um das Glück? Vielleicht ist diese Aussage, auch wenn sie uns noch so plausibel erscheint, falsch. Wir reden und träumen vom Glück, aber wenn es auch nur ansatzweise da ist, schauen wir weg. Wir wissen, was wir tun müssten, um ein bisschen glücklicher zu sein, aber wir tun das Gegenteil, um dem Glück ja nicht auf den Leim zu gehen. Das Glück ist eine Verheißung, aber im Unglück kennen wir uns aus.

Beschrieben werden neun bewährte Strategien zur Förderung des Unglücks; auch wenn die Vor- und Nachteile der einzelnen Strategien und ihre möglichen Nebenwirkungen abzuwägen sind, empfehlen sich die entsprechenden Ratschläge unbedingt der Beherzigung.

**176 Seiten, ISBN 978-3-89967-797-3, Preis: 15,- €**

PABST SCIENCE PUBLISHERS

Eichengrund 28, D-49525 Lengerich, Tel. ++ 49 (0) 5484-308, Fax ++ 49 (0) 5484-550

E-Mail: [pabst@pabst-publishers.de](mailto:pabst@pabst-publishers.de) \* [www.pabst-publishers.de](http://www.pabst-publishers.de) \* [www.psychologie-aktuell.com](http://www.psychologie-aktuell.com)