

# Umweltpsychologie: Fachliche und globale Perspektiven

Joachim Schahn

## 1 Die Zeitschrift „Umweltpsychologie“: Vergangenheit und Zukunft

1997 erschien das erste Heft der „Umweltpsychologie“. Unausgesprochenes Ziel war es seinerzeit, der deutschsprachigen Umweltpsychologie ein Forum zu bieten, welches zu dieser Zeit fehlte. Explizit war daran gedacht, Umweltpsychologie als Fach und ihre Relevanz für den Umweltschutz einer größeren Öffentlichkeit vorzustellen; die Zeitschrift sollte sich in diesem Bereich aber auch der Integration von Psychologie mit ihren Nachbardisziplinen widmen, zur Verzahnung von Grundlagenforschung und zur Anwendung der gewonnenen Erkenntnisse beitragen sowie einen Rahmen bieten, in dem sowohl „etablierte“ Forschende, als auch neu in dieses Fach Gekommene zur Wort kommen und ihre Befunde veröffentlichen können. So steht es im ersten Heft der Zeitschrift und in einem Informationsblatt, was zeitgleich im Umlauf gebracht wurde. Mehrfach, besonders ausführlich 2007 (Heft 11) und zuletzt 2013 (Heft 17) wurden Befragungen der Leserinnen und Leser veröffentlicht, die sich auch mit dem Gelingen dieser Vorhaben befassten. Die Fragen, ob Artikel vorwiegend in englischer Sprache erscheinen sollten und ob es weiterhin ein gedrucktes Heft geben soll, waren damals die beiden größten Kontroversen. In der Rückschau muss man sagen, dass von den Zielen lediglich das Schaffen eines Forums für die deutschsprachige Umweltpsychologie ein voller Erfolg war. Ein Teilerfolg war es möglicherweise, die Kompetenz der Umweltpsychologie für Umweltfragen stärker bekanntzumachen als zuvor.

### Joachim Schahn

ist Akad. Direktor am Psychologischen Institut der Universität Heidelberg. Er war bis Ende 2018 langjähriger Mitherausgeber und Mitgründer der „Umweltpsychologie“ und ist nun im Beirat. Forschungsschwerpunkte in seiner aktiven Zeit waren Erfassung und Förderung von Umweltbewusstsein und umweltbezogenem Verhalten sowie Fragebogenkonstruktion.

Der Verwirklichung der anderen Ziele standen meist strukturelle Gegebenheiten entgegen, mit deren Überwindung eine Zeitschrift überfordert ist, so wichtig die Ziele auch sein mögen (z.B. die eingeschränkten Möglichkeiten von in Anwendungsbereichen tätigen Personen zum Verfassen von Artikeln; oder dem, was innerhalb eines universitären Faches als karriereförderlich angesehen wird).

Das gilt sehr wahrscheinlich ebenso für die nun kommenden, tiefgreifenden Änderungen bei der „Umweltpsychologie“, die vor allen Dingen in einer Digitalisierung, dem Open-Access-Konzept und dem Einbezug der neuen medialen Möglichkeiten über ein Portal liegen. Dennoch war dieser Schritt wahrscheinlich notwendig, weil sich unsere Medienwelt gegenüber der Zeit vor 25 oder auch nur vor 10 Jahren tiefgreifend verändert hat. Wichtig wäre es aber, dabei nicht nur dem Zeitgeist zu folgen und ausschließlich auf digitale Anwendungen zu setzen, sondern sich tatsächlich das Beste aus beiden Welten herauszusuchen. Das Open-Access-Konzept wird auf jeden Fall zu einer stärkeren Verbreitung beitragen (es bleibt zu hoffen, dass sich dies auch auf die richtigen Zielgruppen erstreckt). Als sehr gut wird sich er-

weisen, dass mit dem Abbau von Verbreitungshürden durch Open Access keine weiteren aufgebaut wurden, z.B. durch Einführung von Autorengebühren.

## 2 Das Fach Umweltpsychologie: Erfolgreiche Entwicklung

Die Umweltpsychologie als Teildisziplin der Psychologie ist den letzten drei Jahrzehnten sehr stark aufgeblüht, wenn man die Zahlen einschlägiger Publikationen oder die Zahl von Lehrstühlen mit entsprechender Ausrichtung als Kriterium hierfür nimmt. Zuvor konnten umweltpsychologische Arbeiten – wenn überhaupt! – nur innerhalb der Grundlagenfächer veröffentlicht werden, z.B. der Sozialpsychologie. Umweltpsychologie ist heute ein etabliertes psychologisches Teilgebiet. Mit dieser Entwicklung kann man also zufrieden sein, nicht jedoch mit der Wirkung entsprechender Erkenntnisse in die Breite der Gesellschaft oder bei denjenigen, die politische Entscheidungen treffen. Wie sollte das auch allein durch Veröffentlichung von Fachartikeln in Fachzeitschriften zustandekommen? Auch wenn bei künftig bei digitalen Dokumenten durch Suchmaschinen bei Stichwortsuchen von Fachfremden viel eher Treffer auch im umweltpsychologischen Bereich gefunden werden dürften, können viele mit den Fachartikeln wenig anfangen. Nötig wären also eine echte Öffentlichkeitsarbeit und eine Lobbyarbeit bei den entscheidenden Personen.

## 3 Die psychologische Perspektive: Struktur des Problems und Barrieren, oder: ohne Psychologie geht es nicht

Wechseln wir den Brennpunkt vom Fach zur Umweltproblematik. Fach und Zeitschrift kom-

men indirekt insofern ins Spiel, als sie sich zur Aufgabe machen könnten, zumindest im individualpsychologischen Bereich Ansätze zur Überwindung von Barrieren gegen mehr umweltgerechtes Verhalten zu finden, vor allen Dingen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit. Die größten Probleme bei einer angemessenen Reaktion auf Verhaltensweisen, die zu Umweltproblemen führen können (und geführt haben) liegen im Bereich der kognitiven Wahrnehmung: umweltrelevantes Verhalten wie der Effekt der ausgiebigen Nutzung von Kraftfahrzeugen mit Verbrennungsmotor hat keinen messbaren Effekt auf die Umweltqualität (hier z.B. den Ausstoß von CO<sub>2</sub>), solange man bei der Perspektiven des Einzelnen bleibt. Der Effekt entsteht erst durch das kumulierte Verhalten sehr vieler. Umgekehrt ist es eine Barriere für positive Verhaltensänderungen, dass dasselbe auch für das künftige Unterlassen solchen Verhaltens gilt: der Effekt ist bei einer Person gleich null, es müssen ebenfalls sehr viele machen. Ferner werden die Folgen problematischen Handelns häufig erst nach sehr langer Zeit sichtbar und können dann nicht mehr auf das Verhalten einzelner Personen zurückgeführt werden. Veränderungen dauern ebenfalls wieder sehr lange, bis sie einen merklichen Effekt haben. Damit ist es für eine einzelne Person, die egozentrisch und egoistisch denkt, eigentlich irrational, sich zu ändern oder auf etwas von ihr positiv bewertetes, aber umweltschädliches zu verzichten. Das gilt vor allen Dingen für globale Umweltprobleme wie den Klimawandel. Auf lokaler Ebene stehen die Chancen für Veränderungen besser, weil dort weniger Menschen involviert sind und Erfolge besser und schneller sichtbar werden, z.B. bei Ausweisung naturnaher Flächen oder der Abschattung heißer Plätze im Rahmen eines Programmes gegen Überhitzung von Städten. Aber auch da, in eher kleinräumigen Bereichen, hat die Psychologie ihre Probleme mit der Veränderung. Es gibt zwar sehr effektive Maßnahmen und Programme, die aber zu aufwändig sind, um sie flächendeckend und dauerhaft umzusetzen. Irgendwie fehlt dabei noch etwas.

## 4 Politik und Wirtschaft: Psychologie reicht nicht für einen Wandel

Vielleicht liegen die Probleme bei Verhaltensänderungen durch psychologische Erkenntnisse ja daran, dass kollektives Verhalten und auch das Verhalten von Menschen, die politische Verantwortung tragen, nicht nur unter einer individualpsychologischen Perspektive gesehen werden kann, wozu die Psychologie fachbedingt neigt. Wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen müssen einbezogen werden und sind oft mächtiger. In der Politik ist eine wesentliche Triebfeder der Machtgewinn und Machterhalt, in der Wirtschaft das Erzielen von größtmöglichen oder wenigstens auskömmlichen monetären Gewinnen. Statt vergeblich zu versuchen, das zu ändern, müsste eher nach Möglichkeiten gesucht werden, dem eine neue Richtung zu geben. So müsste es für Unternehmen finanziell attraktiv werden, umweltgerecht zu produzieren, Produkte herzustellen, die nicht umweltschädlich sind, langlebig, reparaturfreundlich. Es kann von Unternehmen nicht erwartet werden, das zu tun, wenn es ihre Marktchancen und Gewinne stark mindert. Womit wir bei der Politik wären, die hierfür die Rahmenbedingungen setzen müsste. In Demokratien gibt es oft die Angst vor Machtverlust, wenn man Zumutungen ankündigt. So werden im Augenblick für Deutschland (immer noch) nicht die Dinge diskutiert, die eigentlich notwendig wären. Niemand sagt z.B., dass wir bei unseren zig Millionen Autos nicht einfach die Antriebe austauschen müssen, um nachhaltig zu sein, sondern ein Großteil der Autos langfristig verschwinden muss und wir (trotz 49-Euro-Ticket) auf Mobilität verzichten müssen. Je länger diese Anpassungsprozesse hinausgezögert werden, desto schlimmer werden die Folgen sein, wenn dies abrupt erzwungen wird. Hätten wir schon vor 30 Jahren damit angefangen, wäre es heute bereits bewältigt. Notwendige belastende Entscheidungen können nur akzeptiert und honoriert werden, wenn man sie gut erklärt, be-

gründet, keine verborgenen Motive hat und auch positive Aspekte dieses Weges aufzeigen kann.

### Kontakt

Joachim Schahn  
joachim.schahn@psychologie.uni-heidelberg.de  
Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg,  
Differentielle Psychologie, Persönlichkeits-  
forschung und Psychologische Diagnostik,  
Hauptstraße 47-51 69117 Heidelberg