



Die Klimaschutzaktion zum Mitmachen

Dr. Friedemann Prose, Institut für Psychologie Universität Kiel

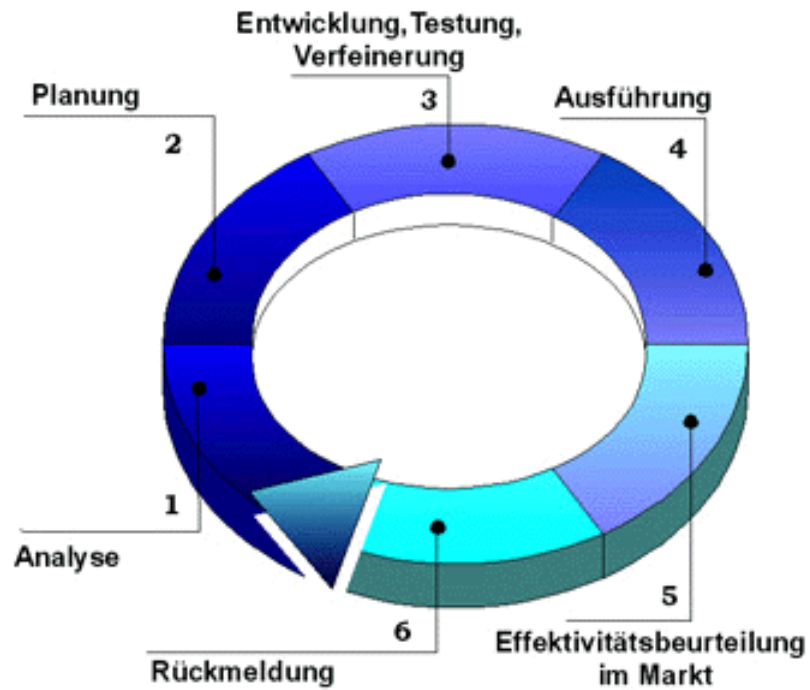
Anwendungsbeispiel *nordlicht*

Auf einer allgemeinen Ebene kann Soziales Marketing definiert werden als

"the design, implementation, and control of programs calculated to influence the acceptability of social ideas"

(Kotler & Zaltman, 1973).

Marketing-Zyklus





Verhaltens- Dreischritt

Mach es selbst !

Überzeuge !

Gib Rückmeldung !

Kommunikabilität, Überzeugungsstärke (strength)

- Verständlich, relativ einfach
 - Anschaulich
- Vertrauenswürdig/ „richtig“
 - Soziale Relevanz
 - „starke“ Argumente

Sozialer Einfluss in Gruppen (Proximity) Freiwillige Networker:

8-10 Haushalte in Nachbarschaft

Info-Flyer

Prompt

Gespräch mit dem Freiwilligen

Monitoring, Soziale Unterstützung, Soziales Feedback

Prozess der sozialen Diffusion (number)

Monitoring

Soziales Feedback

Positive Rückkoppelung, Schneeballeffekt

Deskriptive Norm

Information für die Medienarbeit