

## Kennt die Zielgruppe das Zielverhalten? Hält sie es für nötig? Weiss sie, wie das Zielverhalten auszuführen ist?

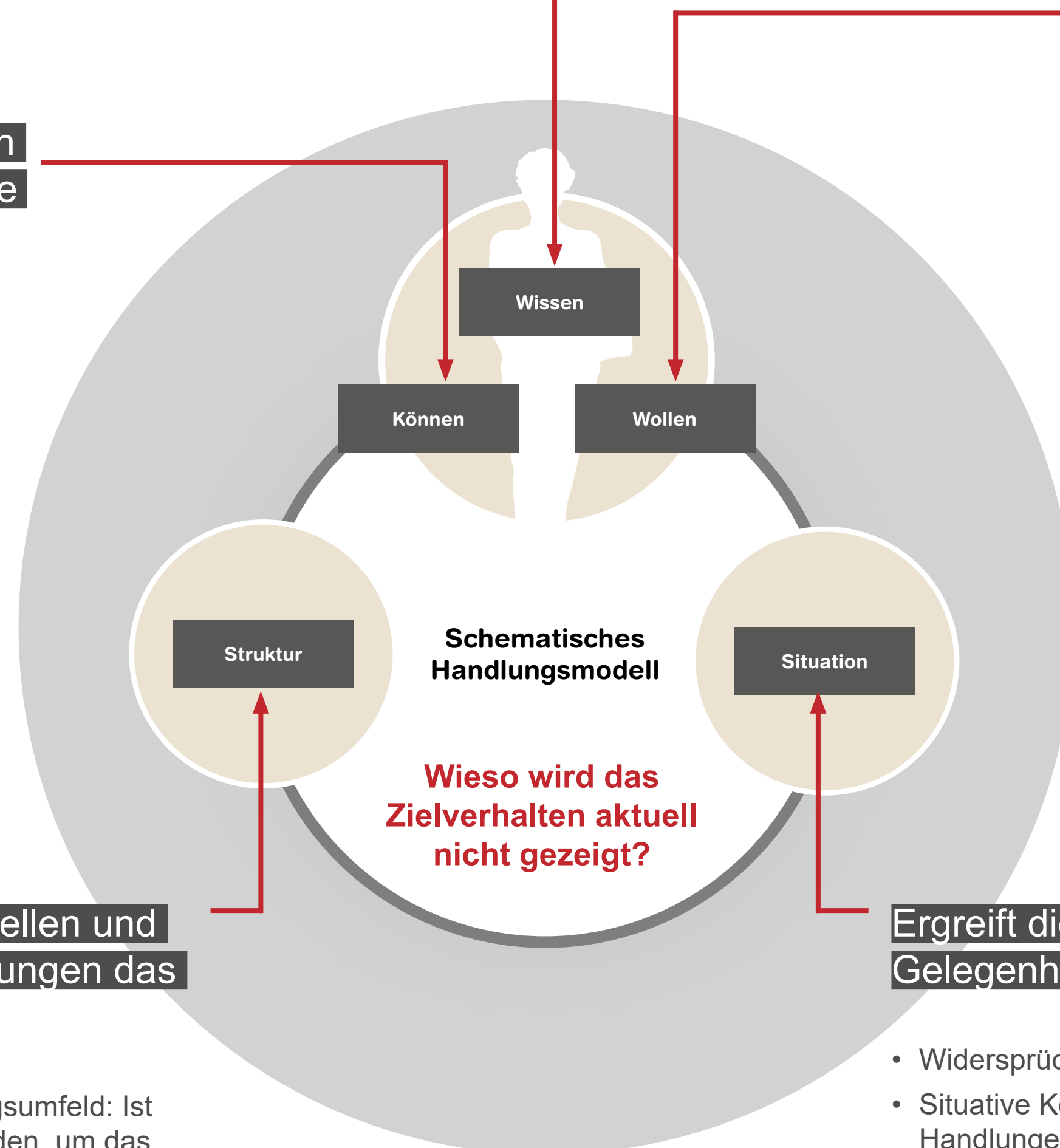
- *Subjektives Systemwissen*: Was weiss die Zielgruppe darüber, wie Umweltprobleme entstehen und welche Faktoren hierbei zusammenwirken?
- *Problembewusstsein*: Ist der Zielgruppe bekannt, dass ihr eigenes Verhalten negative Auswirkungen auf die Umwelt hat?
- *Soziales Wissen*: Sind die Normen bekannt? Wie wird das Verhaltens anderer eingeschätzt?
- *Handlungswissen*: Kennt die Zielgruppe das relevante Zielverhalten und weiss sie, wie man es konkret ausführt?
- *Wirksamkeitswissen*: Weiss die Zielgruppe über das Potenzial des Zielverhaltens Bescheid?
- *Selbstwirksamkeitswissen*: Hat die Zielgruppe das Gefühl, dass sie mit ihrem eigenen Verhalten etwas zur Lösung des Problems beitragen kann?

## Kann die Zielgruppe das Zielverhalten ausführen? Verfügt sie über die nötige Handlungskontrolle, die Fähigkeiten sowie die Ressourcen dazu?

- *Ressourcen, Einflussmöglichkeiten* (Bezug zu Struktur): Erlauben die Rahmenbedingungen die Ausführung des Zielverhaltens? Wie ist die subjektive Wahrnehmung der Einflussmöglichkeiten?
- *Fähigkeiten/Fertigkeiten*: Ist/Fühlt sich die Zielgruppe in der Lage, das Zielverhalten auszuführen?

## Unterstützen die strukturellen und infrastrukturellen Bedingungen das Zielverhalten?

- *Physisch-materielles Handlungsumfeld*: Ist die nötige Infrastruktur vorhanden, um das Zielverhalten umzusetzen?
- *Rechtlich-politisches Umfeld*: Welche Gebote und Verbote lenken das Zielverhalten?
- *Sozi-ökonomisches Umfeld*: Liegen ökonomische Anreize, das Zielverhalten (nicht) zu zeigen, vor (z.B. Gebühren, Steuern, Subventionen)?
- *Sozio-kulturell*: Welche Normen, Erwartungen oder Rollen prägen die vorherrschende Kultur?



## Ist die Zielgruppe motiviert, das Zielverhalten auszuführen?

Werte/Normen: Welchen Wert/Nutzen sieht die Zielgruppe in dem Zielverhalten?

- *Egoistisch-materielle Werte*: Wahrgenommener materieller/immaterieller Nutzen des Zielverhaltens im Vergleich zu den Kosten
- *Soziale Werte/Normen*: Hat die Zielgruppe das Gefühl, das Zielverhalten wird sozial honoriert?
- *Moralische Werte/Normen*: Hat die Zielgruppe das Gefühl von Eigenverantwortung?
- *Einstellungen*: Wie bewertet eine Person das erwünschte Zielverhalten? Fällt die Einstellung zu Umweltschutz eher positiv oder negativ aus?
- *Umweltbewusstsein*: Fühlt sich die Person persönlich verpflichtet, etwas zum Umweltschutz beizutragen?
- *Emotionen*: Empfindet die Person Emotionen wie Schuld, Trauer oder Ärger in Bezug auf das Problem?

## Ergreift die Zielgruppe in der Situation die Gelegenheit, das Zielverhalten auszuführen?

- *Widersprüchliche Ziele/Absichten* (Disziplinlosigkeit):
- *Situative Konflikte* zwischen Zielverhalten und anderen Handlungen? (Keine Zeit für Handlung etc.)
- *Vergessen von Handlungen/Konflikt* mit Gewohnheiten
- *Aufgeben* bei aufwändigem Zielverhalten (fehlendes Durchhaltevermögen)