

Medienmitteilung vom 17. Mai 2024

# Werkzeuge für die Verhaltensänderung

**Den Stromverbrauch senken, den Abfall recyceln, die Website-Cookies akzeptieren, den «Jetzt kaufen»-Button drücken – menschliches Verhalten wird beinahe überall und jederzeit beeinflusst. In einem neuen Fachbuch zeigen zwei OST-Forschende auf, wie mit «Persuasive Design» – mit «überzeugendem Design» – das Verhalten von Menschen beeinflusst werden kann.**

«Um Verhaltensänderungen anwenden zu können, ist ein grundlegendes Verständnis darüber wichtig, was Verhaltensdesign ist und wie Verhalten entsteht», erklärt Esther Federspiel, Dozentin und Projektleiterin am Institut für Informations- und Prozessmanagement an der OST – Ostschweizer Fachhochschule. Bereits in den 1920er-Jahren wurden in der wissenschaftlichen Literatur erste Ansätze der Verhaltenspsychologie beschrieben – etwa im Behaviorismus, der Verhalten als «Reiz-Reaktionsschema» durch Belohnen und Bestrafen verstand –, später, in den 1970er-Jahren, als ein Motiv, das von inneren Bedürfnissen und Trieb gesteuert wird – beispielsweise im verhaltensbiologischen Ansatz des österreichischen Biologen Irenäus Eibl-Eibesfeldt oder in der Triebtheorie des Zoologen Konrad Lorenz. Im Fachbuch «Designed to persuade – Mechanismen zur Beeinflussung von Verhalten verantwortungsvoll gestalten» stützen sich die beiden Autoren Esther Federspiel und Andreas Peter, Professor am Institut für Innovation, Design und Engineering der OST, auf Modelle, die personenbezogene Faktoren, verhaltensbezogene Faktoren und Umweltfaktoren kombinieren. Daraus entstanden ist das SANKT-Modell der Verhaltensänderungsgestaltung. SANKT steht dabei als Akronym für Sender, Aufgaben, Nutzende, Kontext und Trigger.

## Die Verhaltensänderung in fünf Schritten analysiert

«Sendende sind Menschen oder Systeme, die verhaltensauslösende Botschaften senden», erklärt OST-Professor Andreas Peter. Die Charakteristik des Sendenden spiele eine wesentliche Rolle, wenn es um Einstellungs- und Verhaltensänderung geht. Aufgaben seien «Anforderungen, welche an die Nutzenden zur Erreichung ihrer Ziele im Zusammenhang mit dem genutzten System herangetragen werden» – und zwar so, dass sie im besten Fall eine Art Flow-Zustand evozieren. Bei den Nutzenden seien die persönlichen Voraussetzungen mitzubetrachten, schreiben die beiden OST-Forschenden. Sie zählen dazu die Einstellung in Bezug auf das Verhalten, frühere Erfahrungen, Werte und Motive – nicht zu vergessen: Zeit, Geld, mentale und physische Ressourcen. Als letzte Punkte werden im SANKT-Modell die sozialen und technologischen Kontexte sowie die verhaltensauslösenden Trigger beschrieben.

## Drei Trigger-Arten steuern das Verhalten

Im Fachbuch zeigen Federspiel und Peter, wie diese fünf Bestandteile des SANKT-Modells in drei Stufen analysiert und mit Hilfe eines Canvas Schritt für Schritt durchgearbeitet werden können. Dabei bieten die beiden Autoren vorgefertigte Toolkits an, die leicht an alle Bedürfnisse adaptiert werden können. Spannend ist dabei das Exkurskapitel zu den Trigger-Arten: «Die Facilitator Trigger sind besonders geeignet Verhalten auszulösen, das schwierig auszuführen ist. Die Spark Trigger empfehlen sich für Verhalten, zu welchem Nutzende zunächst motiviert werden müssen. Die Signal Trigger schliesslich lösen Verhalten aus, welches einfach auszuführen ist und zu welchem die Nutzenden motiviert sind», schreiben Federspiel und Peter. Abgerundet wird das Fachbuch mit einem

Kapitel zu den ethischen Aspekten: «Hier ist eine professionelle und achtsame Herangehensweise gefragt», so die Autoren.

Das Fachbuch «Designed to persuade» ist im Rahmen eines mehrjährigen, von der Innosuisse (Schweizerische Agentur für Innovationsförderung) geförderten, Forschungsprojekts in Zusammenarbeit mit dem Forschungspartner Frontify AG entstanden.

Esther Federspiel / Andreas Peter: «Designed to persuade – Mechanismen zur Beeinflussung von Verhalten verantwortungsvoll gestalten», Verlag Springer Gabler, Wiesbaden, 2023.

Für Rückfragen:

- Michael Breu, Kommunikation OST, 058 257 44 66, [michael.breu@ost.ch](mailto:michael.breu@ost.ch)