



Hochschule Aalen  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

# Lernmodul – In Aktion kommen

Psychologische Strategien, um vom Wollen und Wissen  
in die Wirkung zu kommen

14. Juni 2026

# Wir sind Studierende der Hochschule Aalen im Master *Business Psychology and Sustainability*



Ruth Lämmle



Lukas Schulz



Lorena Scheer

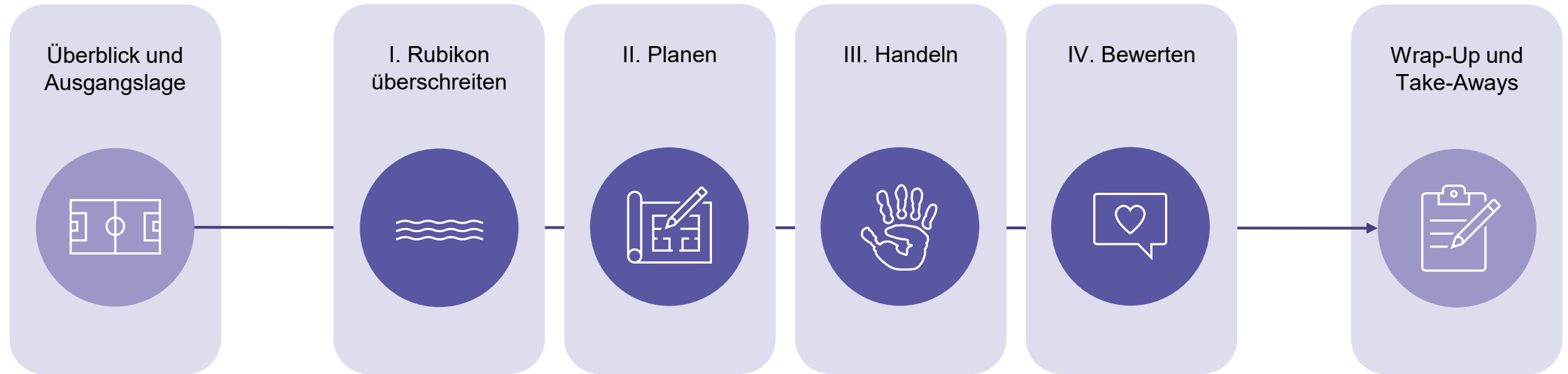


Fabienne Vögtle



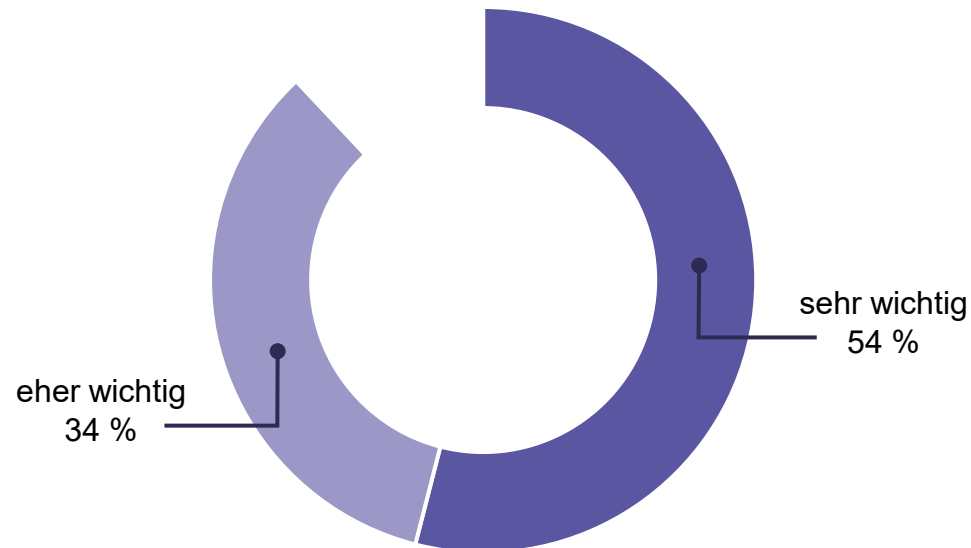
Lorena Wengert

# Agenda

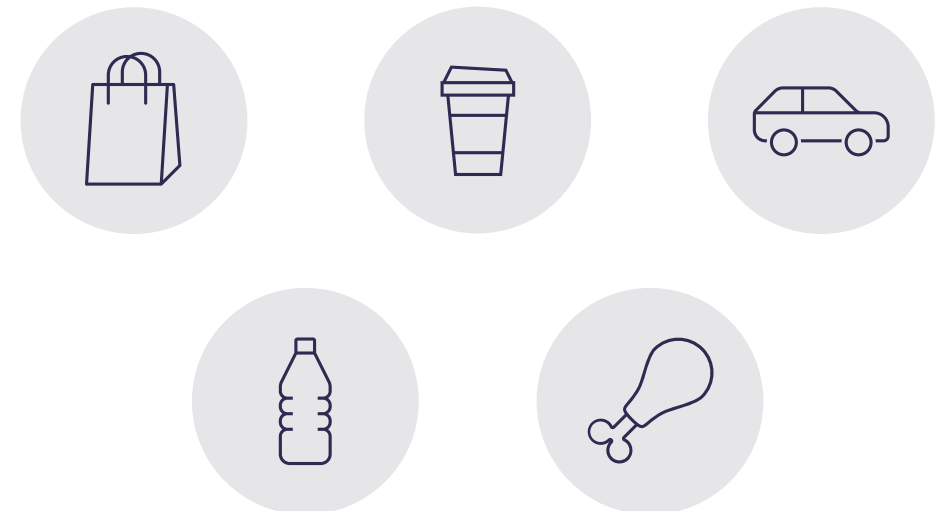


# Intention-Behavior Gap – Interesse an Nachhaltigkeit führt nicht zwangsläufig zu nachhaltigem Verhalten

Die Mehrheit der deutschen Bevölkerung findet Umwelt- und Klimaschutz wichtig



... dennoch verhalten wir uns nicht immer unbedingt nachhaltig.



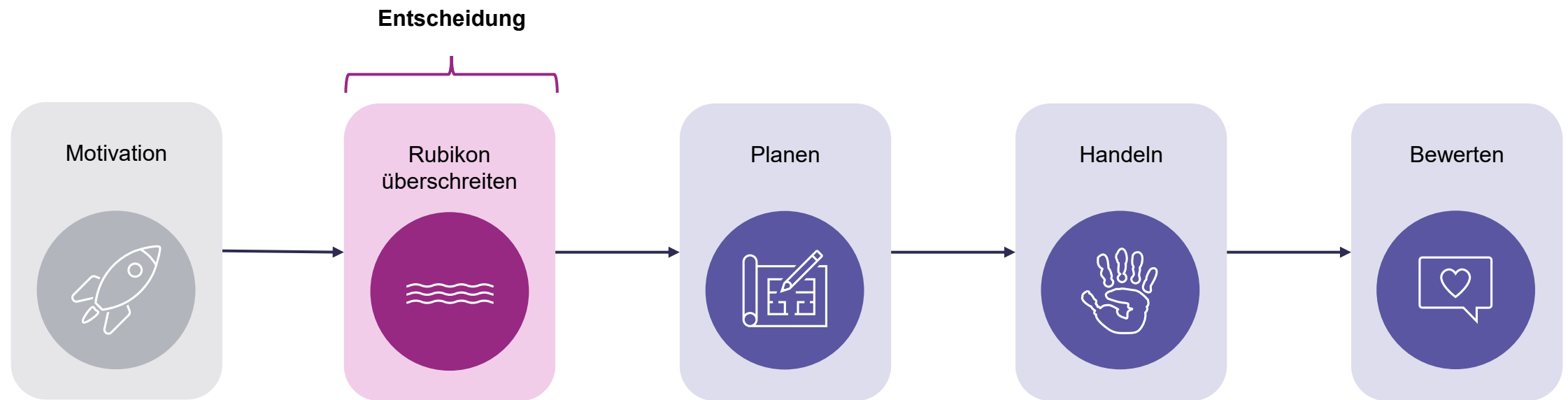
# Rubikon-Modell – Nach dem Überschreiten des Rubikons gab es für die Römer kein Zurück mehr

Der Flussübergang von Caesar galt als entscheidender Wendepunkt in der römischen Geschichte. Er löste einen Bürgerkrieg aus. Der Spruch „**Alea iacta est**“ wurde bekannt für dieses Ereignis (Die Würfel sind gefallen).



Caesars Rubikon-Überquerung (Gemini, 2026)

# Unser Vortrag orientiert sich am Prozess des motivationspsychologischen **Rubikon-Modells**



Teil 1 mit Susanne Blazejewski

# Wie können wir **gemeinsam** den Rubikon überschreiten?



# Die folgenden Strategien funktionieren besonders gut bei Personen, die schon für Nachhaltigkeit motiviert sind



**Green Teams =**  
MA, die sich aktiv engagieren



MA mit Motivation,  
die nicht ins Tun kommen



MA mit wenig Interesse und  
Motivation für Nachhaltigkeit

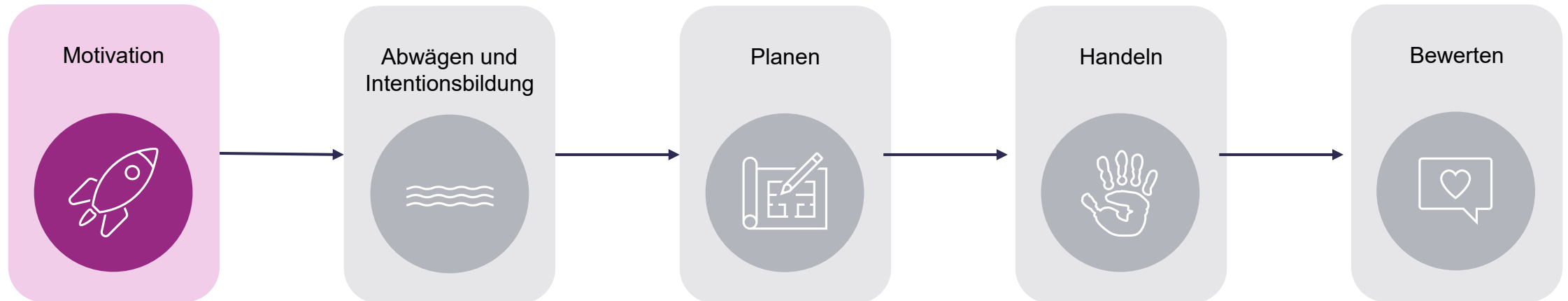
# Bei fehlendem Interesse muss zunächst **motivationale Vorarbeit** geleistet werden



Teil 1 mit Susanne  
Blazejewski



MA mit wenig Interesse und  
Motivation für Nachhaltigkeit

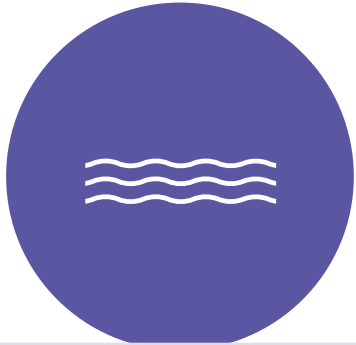


# Wir begleiten **Karl** auf seinem Weg in die Wirkung



# I. Rubikon überschreiten

# Vom Abwägen der Handlungsalternativen zur **Entscheidung**



## Die Phase

Phase **vor** der Entscheidung und **Intentionsbildung**.



## Der Fokus

Hier geht es hauptsächlich um das **Abwägen** zwischen verschiedenen Handlungsalternativen.



## Die Aufgabe

**Entscheidung** für eine Option = **Rubikon überschreiten**. Aus einem allgemeinen Wunsch (mehr Nachhaltigkeit) wird eine konkrete **Handlungsabsicht**.



## Zentrale Frage

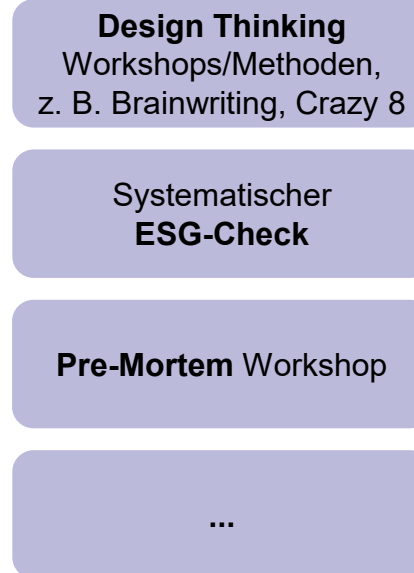
**Für welche Handlungsalternative** entscheiden wir uns?

# Vor dem Rubikon-Übertritt, sollte **Klarheit über die verschiedenen Handlungsoptionen** geschaffen werden

Allgemeines Ziel:  
**Mehr Nachhaltigkeit**



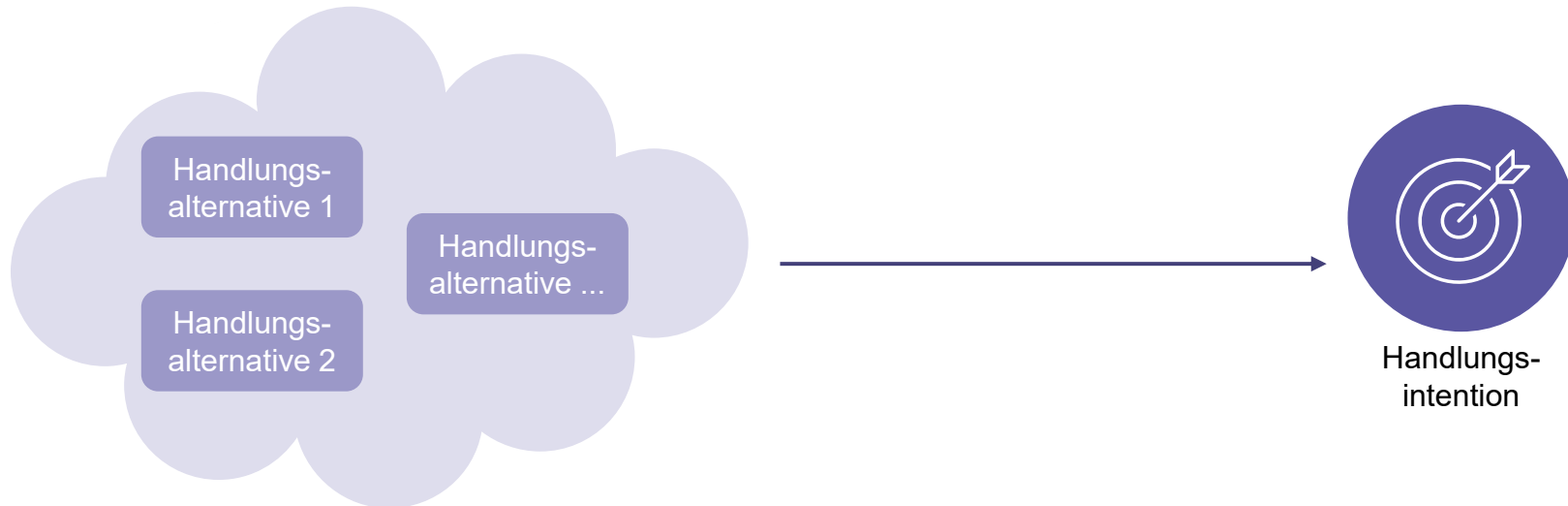
**Konkrete Handlungsoptionen**



# Strategien, um den Rubikon zu überschreiten, können an zwei Ansatzpunkten angreifen

Methoden, um **Alternativen abzuwägen** und sich **für eine Option zu entscheiden**

Methoden, um die getroffene **Entscheidung klar zu formulieren und visualisieren**



# Den Rubikon überschreiten durch das systematische Abwägen von Handlungsalternativen

## Impact-Effort-Matrix



## 10-10-10-Methode

Wie werden wir uns  
**in 10 Minuten,**  
**in 10 Monaten,**  
**und in 10 Jahren**  
damit fühlen?

# Den Rubikon überschreiten durch das klare **Formulieren** einer **Entscheidung**

## SMART(ER)-Methode

**S**pezifisch  
**M**essbar  
**A**nsprechend  
**R**ealistisch  
**T**ermingebunden  
**E**igeninitiativ erreichbar  
**R**ückmeldungsgebunden

## Burn-the-Bridges

Ziel visualisieren, Entscheidung teilen,  
Verpflichtungspartner:innen ...



# Setzt die Ressource „**Green Team**“ gezielt ein, um den Rubikon gemeinschaftlich zu überschreiten



# Karls Green Team möchte den größten CO<sub>2</sub>-Hebel umlegen und **die Belegschaft für das Fahrrad begeistern**

→ Großer Impact bei mittel-hohem Aufwand



# II. Planen

# Der Rubikon ist überschritten – Jetzt wird geplant!



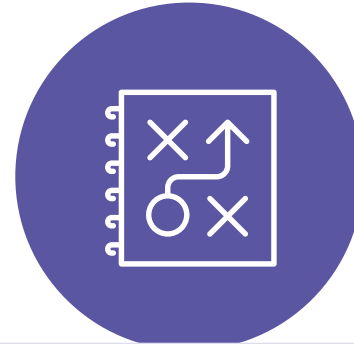
## Die Phase

Phase **nach** der **Entscheidung**, aber **vor** der eigentlichen **Handlung**.



## Der Fokus

Das Abwägen ist beendet. Es geht nicht mehr um das „Ob“, sondern nur noch um das „**Wie**“ (Realisierung).



## Die Aufgabe

Aus der Zielintention (dem bloßen Vorsatz, etwas zu erreichen) werden konkrete **Pläne** entwickelt.



## Zentrale Frage

**Wann, wo** und auf **welche Art und Weise** leiten wir die Handlung ein?

# Die Gegenüberstellung von Wunsch und Realität hilft, Hindernisse zu antizipieren und zu überwinden



## (1) Positive Fantasie (Dein Wunsch)

### Was ist das Ziel?

Radstation vor dem Campus

### Fantasie ausmalen

- CO<sub>2</sub> reduzieren & fit ankommen
- Unternehmen als nachhaltiger Arbeitgeber sichtbar

### Zweck

- Attraktivität und eigene Motivation prüfen
- Überlegungen wie in Schritt 1 „Rubikon überschreiten“



## (2) Widerständige Realität (Dein Hindernis)

### Was ist das Hindernis?

Kritische Rückmeldungen, ungeklärte Zuständigkeiten

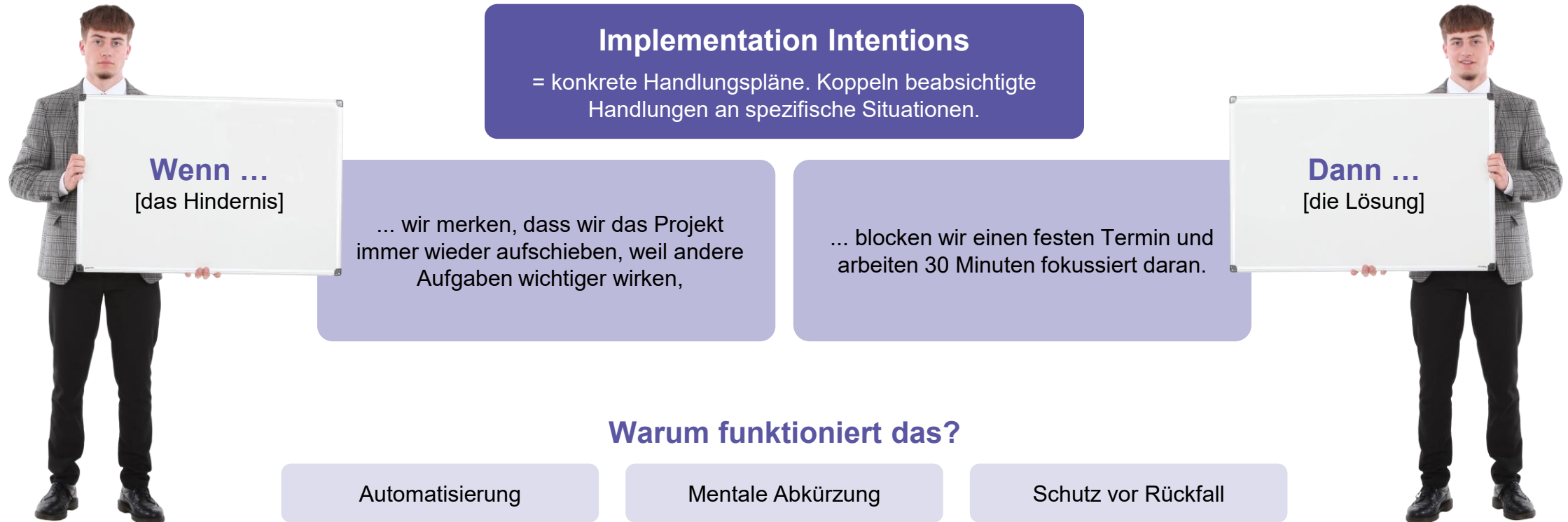
### Realität ausmalen

- Mut schwindet durch Kritik
- Projekt geht im Tagesgeschäft unter

### Zweck

- Hindernisse als konkrete Aufgaben begreifen
- Realisierbarkeit prüfen und Energie mobilisieren

# Wenn-Dann-Pläne machen die Umsetzung einer Absicht wahrscheinlicher



# Die **WOOP-Methode** integriert mentale Kontrastierung und Wenn-Dann-Pläne, um Absichten wahr werden zu lassen

**W**ish



Denkt an den **wichtigsten Wunsch.**

**O**utcome



Stellt euch das **gewünschte Ergebnis** so bildhaft wie möglich vor.

**O**bstacle



Identifiziert das wichtigste **innere Hindernis.**

**P**lan



Erstellt einen **Wenn-Dann-Plan.**

→ Klarheit über Wünsche, Prioritäten setzen und gewünschte Zukunft erreichen.

# III. Handeln

# Die Planung ist abgeschlossen – **jetzt** kommen wir ins Tun!



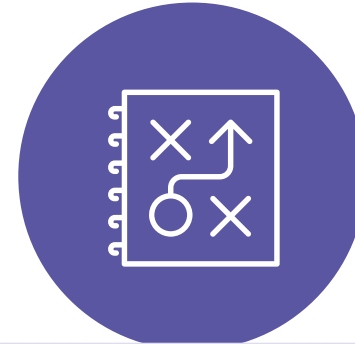
## Die Phase

Aktions-**Phase**, in der gehandelt wird.



## Der Fokus

Planung ist beendet. Geht nicht mehr um das „Wie“, sondern um das „**Tun**“ (Ausführung).



## Die Aufgabe

Die entwickelten Pläne werden nun in **reales Handeln überführt**. Das festgelegte Ziel soll nun erreicht werden.



## Zentrale Frage

Wie regulieren wir **Ausdauer und Willensstärke**? Wie **halten** wir das **Handeln aufrecht**?

# Was hält uns als Gruppe vom **Handeln** ab – und wie kommen wir ins **Tun**?



## Kopf-Hindernisse

- Fehlende offene Kommunikation
- Unausgesprochene Bedenken
- Unklarheiten ...



## Bauch-Hindernisse

- Angst vor dem Urteil der anderen Personen
- Kollektiver Aufschub
- Vertrauen im Team fehlt ...

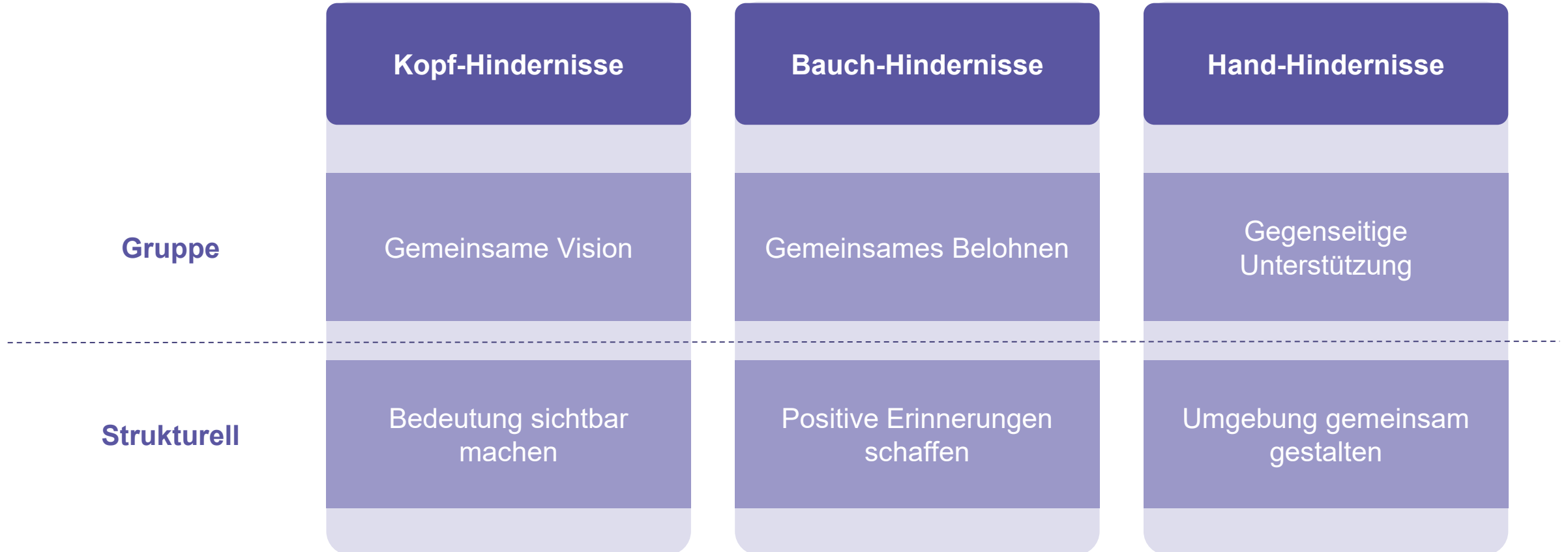


## Hand-Hindernisse

- Keine gemeinsamen Ressourcen
- Fehlende Koordination
- Keine gemeinsamen Routinen ...



# Hindernisse überwinden, um ins Tun zu kommen



# Kopf-Hindernisse überwinden, um ins Tun zu kommen



**Rationale Zweifel** am Nutzen oder die Sorge vor Zeitverlust führen zu einer ständigen Kosten-Nutzen-Abwägung und blockieren die Gruppe – statt zu Handeln wird ständig abgewägt.



## Eine gemeinsame Vision entwickeln

Statt individuelle Kosten zu betonen, entwickelt die Gruppe ein positives Zukunftsbild.

**Die Vision einer fast CO2 neutralen Abteilung .**

Wir waren stärker  
als der  
Gegenwind!



## Bedeutung sichtbar machen

Bilder & Werte aktivieren - für uns, die anderen, für die Zukunft!

**Wir sind das Team, das die Dinge wirklich anpackt – das Radfahren wird zur Gruppenidentität.**

# Bauch-Hindernisse überwinden, um ins Tun zu kommen



Wenn das Handeln als Anstrengung oder unangenehm empfunden wird, blockieren **unbewusste Ängste** und **Abneigung** die ganze Gruppe.

## Gemeinsames Belohnen



Unangenehme oder neue Aktivitäten sofort mit einer (Gruppen-)Belohnung koppeln.

**Wir hören die neue Podcastfolge nur während wir mit dem Fahrrad zur Arbeit fahren und tauschen uns danach darüber aus.**

Ich freue mich darauf, mich mit den anderen zur neuen Folge auszutauschen!



## Positive Erinnerungen schaffen



Wie eine Aktivität endet, prägt wie wir sie erinnern. .

**Freitags Brezeln für Radfahrende als wöchentlicher Höhepunkt, kombiniert mit kurzer Erwähnung im Jour Fixe.**

# Hand-Hindernisse überwinden, um ins Tun zu kommen



**Fehlende Unterstützung** oder **schlechte Rahmenbedingungen** erzeugen Stress statt Routinen – die Gruppe schafft es somit nicht das Handeln beizubehalten.

## Gegenseitige Unterstützung Aufbauen



Buddysysteme oder Tandems reduzieren Stress.

**Die Unterstützung durch einen erfahrenen  
Fahrrad-Buddy.**

Ich freu mich  
schon darauf,  
mich mit Lisa auf  
dem Radweg  
nach Hause zu  
unterhalten!



## Umgebung gemeinsam gestalten



Die Gruppe verändert gezielt die Umgebung.

**Fahrradstellplätze befinden sich direkt am  
Haupteingang.**

# Mehr Bauch als Kopf? **Emotionen** als Treiber UND Hürde in der Handlungsphase



- + Fördern Offenheit, Kreativität, Handlungsbereitschaft ...
- Ablenkung, oberflächliche Urteile, fehlende Reflexion ...



- + Motivation, Aufmerksamkeitsfänger, gesteigertes Bewusstsein...
- Angst, Überforderung, Vermeidung, Gleichgültigkeit ...

- Förderliche Emotionen steigern
- Hemmende Emotionen gezielt reflektieren und dafür **Raum geben**
- **Selbstwirksamkeit** und Problemlösung stärken
- **Soziale Unterstützung** fördern

# Bestimmte **Erfolgsfaktoren** fördern Ausdauer und Willensstärke in der Handlungsphase (SIMCA-Modell)



## **Soziale Identifikation schaffen**

- Räume für Austausch schaffen
- Team-Events
- ...



## **Moralische Überzeugungen verdeutlichen**

- Sichtbarkeit von Vorbildern
- Werte-Reflexion
- ...



## **Wirksamkeitsüberzeugungen fördern**

- Auch kleine Erfolge feiern
- Storytelling
- Partizipation und Autonomie fördern
- ...

# Das haben Karl und sein Green Team gemacht, um ihre Kolleg:innen fürs Radfahren zu motivieren



Bike-Challenge



Bike-Brunch



Check-Up Station



# IV. Bewerten

# Ergebnisse reflektieren und neue Handlungen einleiten



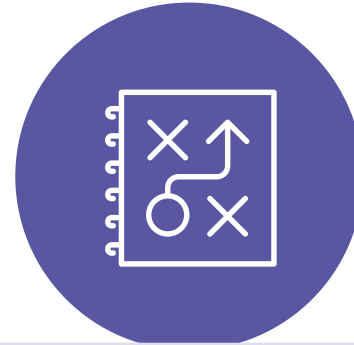
## Die Phase

**Bewertende Phase** nach der Handlung



## Der Fokus

Handeln ist abgeschlossen. Im Mittelpunkt steht nun die **Reflexion**.



## Die Aufgabe

Aus dem Handlungsergebnis werden durch **Soll-Ist-Vergleiche** und **Kausalattribution** (woran lag der Erfolg bzw. Misserfolg) Schlüsse für die nächsten Schritte gezogen.



## Zentrale Frage

Haben wir erreicht, **was wir** uns vorgenommen haben – und **warum (nicht)?**

# Erfolgsfaktoren, um eine realistische Reflexion zu fördern und nachhaltiges Verhalten auch künftig aufrecht zu erhalten



## Distanz zur Handlung gewinnen

Objektive, realistische und offene Haltung einnehmen → Bewusst aus dem Handlungsmodus heraustreten und Ergebnisse nüchtern betrachten.



## Vollständige Zielerreichung prüfen

Nicht nur das Hauptziel, sondern auch Teilziele und erhoffte Folgen der Zielerreichung (kritisch) überprüfen.



## Offenheit für neue Informationen

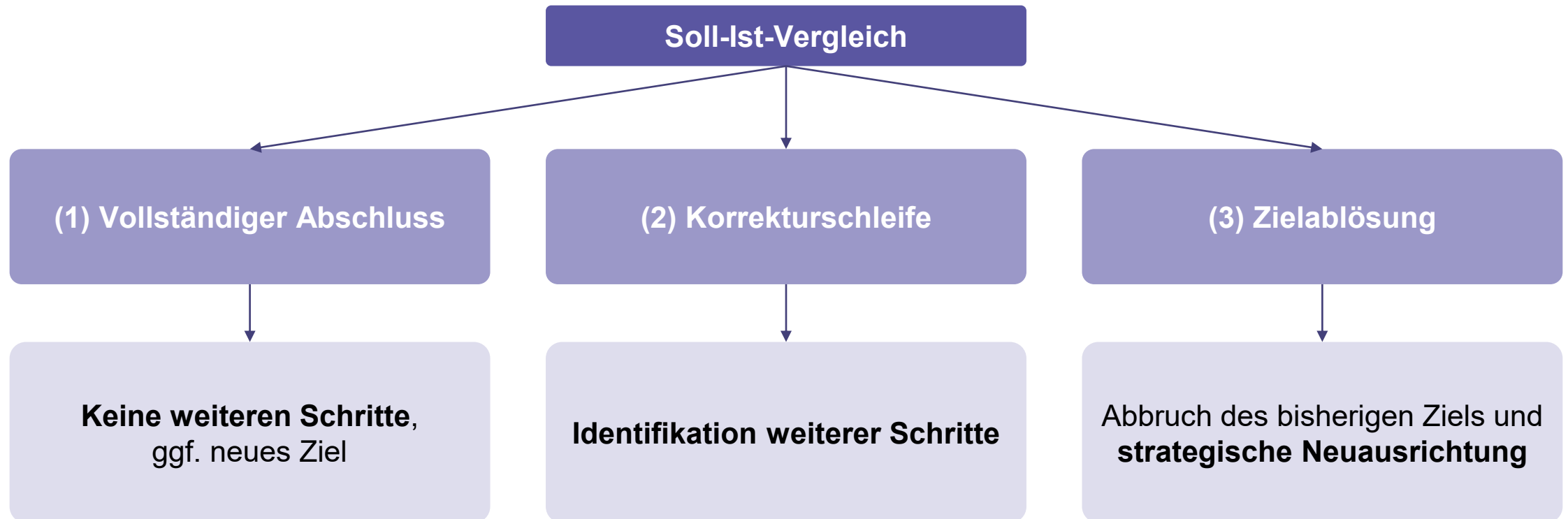
Neu auftauchende Informationen offen verarbeiten – auch solche, die das bisherige Bild in Frage stellen könnten.



## Ursachen systematisch analysieren

Systematisch hinterfragen, warum das Ergebnis so ausgefallen ist, dabei zwischen internen und externen Faktoren unterscheiden.

Nach einem kritischen **Soll-Ist-Vergleich** gibt es drei Ausgänge, auf die unterschiedlich reagiert werden sollte



# Mit dem **Green Compass** lässt sich die Zielerreichung systematisch reflektieren



## Ziel rekapitulieren

- Welches Ziel haben wir uns gesetzt?



## Position bestimmen

- Was haben wir erreicht und was nicht?
- Wo stehen wir gerade? Kein Schönreden!



## Kursverlauf analysieren





- Was hat unseren Kurs beeinflusst? Was hat uns navigiert oder vom Plan abgebracht?
- An welchen internen und externen Faktoren lag die (Nicht-)Erreichung?






## Ggf. einen neuen Kurs einschlagen

- Was muss ggf. noch nachjustiert werden, um das Ziel zu erreichen?
- Welchen Kurs schlagen wir als nächstes ein?

# Haben Karl und sein Green Team ihre Ziele erreicht?

-  40% der MA fahren mind. 1x pro Woche mit dem Fahrrad zur Arbeit
-  30% weniger PKW-Pendelfahrten
-  50% Teilnahmequote bei der Bike-Challenge
-  60.000 Fahrradkilometer bei der Bike-Challenge

-  40% →
-  30% →
-  70% →
-  50.000 km →



# Wrap-Up und Take-Aways

# Psychologische Strategien können uns helfen, gemeinsam in Aktion zu kommen



## I. Rubikon überschreiten

- **Handlungsalternativen entwickeln** und systematisch **abwägen** → z. B. Impact-Effort-Matrix
- **Entscheidung** klar formulieren und visualisieren → z. B. SMARTER-Methode



## II. Planen

- Mit der **WOOP-Methode** konkrete Pläne ausarbeiten



## III. Handeln

- **Kopf-Hand-Bauch-Hindernisse** identifizieren und überwinden → z. B. gemeinsame Vision
- **Ausdauer und Willensstärke fördern** → z. B. Räume für Austausch schaffen



## IV. Bewerten

- Realistischen **Soll-Ist-Vergleich** ziehen und Handlungen **reflektieren** → z. B. Green Compass

# Arbeitsblätter für Tools findet ihr im **Methodenkoffer**



[Arbeitsblatt] **Impact-Effort-Matrix**

Um gesammelte Maßnahmen miteinander systematisch zu vergleichen, können wir sie in eine Matrix aus Aufwand und Impact einordnen.

- **Impact:** Welchen Beitrag leistet die Idee zu unseren Nachhaltigkeitszielen?
- **Effort:** Wie hoch ist der Aufwand für die Umsetzung?

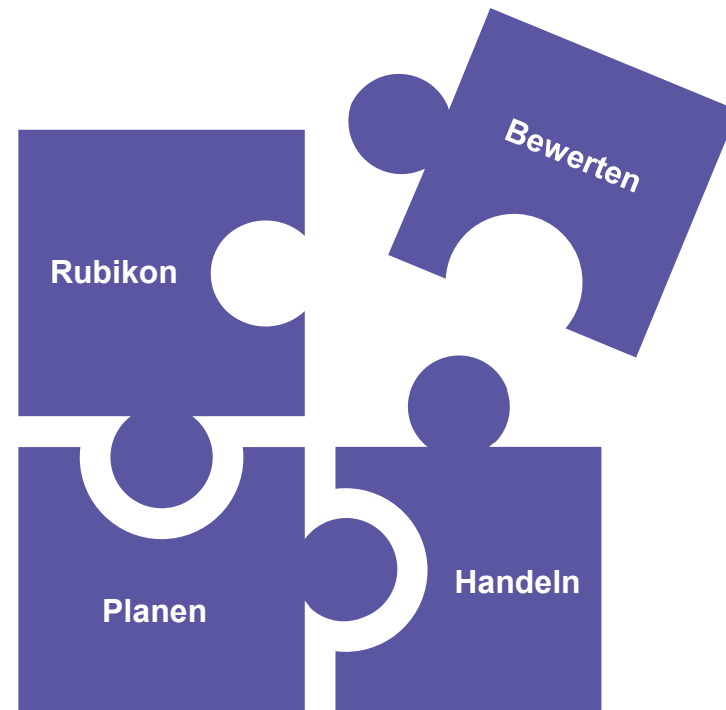
Wählt basierend auf dieser Matrix eure **Top-Projekte** aus (max. 3).

- **Quick Wins:** Diese Projekte motivieren und zeigen schnelle Erfolge.
- **Strategische Projekte:** Kern der Transformation, erfordern eine gründliche Planung.
- **Fällprojekte:** Wenn Kapazitäten frei sind ganz nett, aber kein Gamechanger.
- **Zeitfresser:** Kritisch hinterfragen. Diese Projekte sollten meist verworfen werden.

	<i>Quick Wins</i>	<i>Strategische Projekte</i>
<b>Impact</b>	<i>Nice-to-Have</i>	<i>Effizienz-Killer</i>
	<b>Effort</b>	

8

Pickt euch die Lösungsansätze aus dem „In Aktion kommen“ **Baukasten**, die zu euch passen!





Hochschule Aalen  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

**Was ist der eine Impuls, den  
ihr direkt für euch umsetzen  
könnt, um mehr in Aktion zu  
kommen?**

# Literatur

# Literaturverzeichnis

- Achtziger, A. & Gollwitzer, P. M. (2018). Motivation und Volition im Handlungsverlauf. In J. Heckhausen & H. Heckhausen (Hrsg.), *Motivation und Handeln* (S. 355–388). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-662-53927-9\\_12](https://doi.org/10.1007/978-3-662-53927-9_12)
- Amiri, B., Jafarian, A. & Abdi, Z. (2024). Nudging towards sustainability: A comprehensive review of behavioral approaches to eco-friendly choice. *Discover Sustainability*, 5(1), Artikel 444. <https://doi.org/10.1007/s43621-024-00618-3>
- Baudon, P. & Jachens, L. (2021). A scoping review of interventions for the treatment of eco-anxiety. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(18), Artikel 9636. <https://doi.org/10.3390/ijerph18189636>
- Bell, B. T., Toth, N., Little, L. & Smith, M. A. (2016). Planning to save the planet. *Environment and Behavior*, 48(8), 1049–1072. <https://doi.org/10.1177/0013916515583550>
- Frick, V., Fülling, J., Harms, C., Grothmann, T. & Marken, G. (2025). *Umweltbewusstsein in Deutschland 2024: Kurzbericht zur Bevölkerungsumfrage*. Umweltbundesamt. <https://www.uba.de/n116857de>
- Gollwitzer, P. M. (1999). Implementation intentions: Strong effects of simple plans. *American Psychologist*, 54(7), 493–503. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.54.7.493>
- Hamann, K., Baumann, A. & Löschinger, D. (2016). *Psychologie im Umweltschutz: Handbuch zur Förderung nachhaltigen Handelns*. oekom Verlag. <https://doi.org/10.14512/9783960061182>
- Hümbert-Schnurr, S., Grothaus, J. & Wackermann, R. (2025). Vom Wissen zum Handeln. In D. Höttecke, S. Heinicke, H. Martens, A. Nehring & T. Rabe (Hrsg.), *Handbuch Klimabildung* (S. 1009–1059). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-48374-6\\_30](https://doi.org/10.1007/978-3-658-48374-6_30)
- Kehr, H. M. (2015). Das 3K-Modell der Motivation. In J. Felfe (Hrsg.), *Psychologie für das Personalmanagement. Trends der psychologischen Führungsforschung: Neue Konzepte, Methoden und Erkenntnisse* (S. 103–116). Hogrefe.

# Literaturverzeichnis

- Kirgios, E. L., Mandel, G. H., Park, Y., Milkman, K. L., Gromet, D. M., Kay, J. S. & Duckworth, A. L. (2020). Teaching temptation bundling to boost exercise: A field experiment. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 161, 20–35. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2020.09.003>
- Krott, N. R., Marheinecke, R. & Oettingen, G. (2019). Mentale Kontrastierung und WOOP fördern Einsicht und Veränderung. In S. Rietmann & P. Deing (Hrsg.), *Psychologie der Selbststeuerung* (S. 187–212). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-24211-4\\_9](https://doi.org/10.1007/978-3-658-24211-4_9)
- Lin, Y. C. (2026). Peak–end rule? Tracing tourists' experience and exploring their impact on retrospective evaluation. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 50(4), 462–476. <https://doi.org/10.1177/10963480251337338>
- Oettingen, G. & Gollwitzer, P. M. (2011). Making goal pursuit effective: Expectancy-dependent goal setting and planned goal striving. In R. F. Baumeister, J. P. Forgas & D. M. Tice (Hrsg.), *Psychology of self-regulation: Cognitive, affective, and motivational processes* (S. 127–146). Psychology Press.
- Shnayder-Adams, M. M. & Sekhar, A. (2021). Micro-habits for life-long learning. *Abdominal Radiology*, 46(12), 5509–5512. <https://doi.org/10.1007/s00261-021-03185-7>
- Stecher, C., Sullivan, M. & Huberty, J. (2021). Using personalized anchors to establish routine meditation practice with a mobile app: Randomized controlled trial. *JMIR Mhealth and Uhealth*, 9(12), Artikel e32794. <https://doi.org/10.2196/32794>
- Tawde, S., Kamath, R. & ShabbirHusain, R. V. (2023). 'Mind will not mind': Decoding consumers' green intention-green purchase behavior gap via moderated mediation effects of implementation intentions and self-efficacy. *Journal of Cleaner Production*, 383, Artikel 135506. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.135506>
- Westphal, R. (2024). People do not demand commitment devices because they might not work. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 228, Artikel 106756. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2024.106756>

# Bildverzeichnis

Gemini. (2026) Caesars Rubikon-Überquerung [KI-generierte Grafik]. Nano Banana 2. Abgerufen am 17.04.2026. <https://gemini.google.com/app> [Erstelle eine Grafik im Bauhausstil in Lila-Tönen. #5A56A1 ist der Grundton. Ohne Text. Caesar überschreitet den Fluss Rubikon mit einem Pferd und zieht in die Schlacht.]

Gemini. (2026) Gemeinsam den Rubikon überschreiten [KI-generierte Grafik]. Nano Banana 2. Abgerufen am 15.05.2026. <https://gemini.google.com/app> [Erstelle eine Grafik im Bauhausstil in Lila-Tönen. #5A56A1 ist der Grundton. Ohne Text. Das Bild zeigt eine Brücke, gebaut wie ein Viadukt. Eine Person ist schon über die Brücke gelaufen und reicht einer Personengruppe, die noch links von der Brücke steht die Hand.]