

Knowledge Sheet:

1. The Six Principles Of Persuasion (Cialdini, 2001)

- A) Mögen: Menschen mögen diejenigen, die sie mögen. Entdecken Sie echte Gemeinsamkeiten und sprechen Sie echtes Lob aus.
- B) Reziprozität: Menschen vergelten gleich. Gib, was du empfangen willst.
- C) Soziale Beweise: Menschen folgen dem Beispiel ähnlicher Menschen. Nutzen Sie die Macht der Gleichgestellten, wann immer sie verfügbar ist.
- D) Konsistenz: Die Menschen halten sich an ihre klaren Verpflichtungen. Die Verpflichtungen müssen aktiv, öffentlich und freiwillig sein.
- E) Autorität: Die Menschen vertrauen den Experten. Legen Sie Ihr Fachwissen offen; gehen Sie nicht davon aus, dass es eine Selbstverständlichkeit ist.
- F) Knappheit: Die Menschen wollen mehr von dem, wovon sie weniger haben können. Heben Sie einzigartige Vorteile und exklusive Informationen hervor.

2. Five “Best Practice” Insights From Psychological Science (Van der Linden, Maibach & Leiserowitz, 2015)

Folgende Kommunikationsstrategien sollten angewendet werden:

- A) Klimawandel als gegenwärtiges, lokales und persönliches Ereignis hervorheben.
- B) Ein erfahrungsbezogenes, affektive Kommunikation intensivieren.
- C) Relevante soziale Normen nutzen.
- D) Politische Lösungen formulieren, die durch sofortiges Handeln umgesetzt werden können.
- E) Für intrinsische langfristige Umweltziele und Ergebnisse appellieren.

2. Literaturverzeichnis

1. Cialdini, R. B. (2001). *Harnessing The Science Of Persuasion*. Harvard Business Review. Harvard Business School Publishing Corporation.
2. Van der Linden, S., Maibach, E., & Leiserowitz, A. (2015). Improving Public Engagement With Climate Change: Five "Best Practice" Insights From Psychological Science. *Perspectives on psychological science : a journal of the Association for Psychological Science*, 10(6), 758–763. <https://doi.org/10.1177/1745691615598516>