

Verhalten verstehen und Verhaltensänderungen fördern

Sie möchten Ihre Zielgruppen besser verstehen, sie wirksam erreichen und nachhaltige Verhaltensänderungen anregen? Wir sind **BECAUSE**, Ihre Expert*innen in **Behavior Change** und **Social Marketing**.

Wir unterstützen Sie mit Dienstleistungen in angewandter Forschung, Beratung und Prozessbegleitung. Dabei verbinden wir Methoden aus Psychologie und Wirtschaftswissenschaften. Unsere Lösungen erarbeiten wir aus der Perspektive Ihrer Zielgruppe. Davon kann die Gesellschaft als Ganzes wie auch das Individuum profitieren. Unser Ansatz ist modular und passt sich Ihrer Fragestellung und den verfügbaren Ressourcen an.

FOKUS

Der Fokus unserer Arbeit liegt insbesondere auf den Themen



GESUNDHEIT



UMWELT



GEFAHREN-PRÄVENTION

ANGEBOT

— WISSENSCHAFTLICHE EMPFEHLUNGEN & EMPIRISCHE STUDIEN

Sie benötigen tragfähige und auf wissenschaftlichen Empfehlungen basierende Entscheidungsgrundlagen? Wir erarbeiten für Sie den aktuellen Stand der Forschung und führen für Sie qualitative und quantitative Studien durch.

— ZIELGRUPPENANALYSE

Sie möchten Ihre Zielgruppe besser verstehen? Wir analysieren Einstellungen, Werte und Bedürfnisse aus Perspektive der Zielgruppe.

— VERHALTENS- UND UMFELDDANALYSEN

Sie wünschen sich eine Basis für effektive Massnahmen zur Verhaltensänderung? Wir analysieren die Gründe und Rahmenbedingungen, die das Verhalten einer Zielgruppe beeinflussen.

— TRAINING IN BEHAVIOR CHANGE

Sie möchten Ihre Expertise in Social Marketing, Behavior Change und den relevanten Forschungsmethoden erweitern? Wir erarbeiten ein auf Ihre Organisation zugeschnittenes Ausbildungsmodul, einen Workshop oder ein Referat.

— WISSENSCHAFTLICHE PARTNERSCHAFT

Kann Ihr Projekt oder Ihr Projektantrag von unserem Ansatz in Social Marketing und Behavior Change profitieren? Unsere Expert*innen freuen sich auf Ihre Kontaktaufnahme.

ANSATZ

Definition des zu verändernden Verhaltens und der Zielgruppe. **Diagnose** der Beweggründe und der Rahmenbedingungen, welche die Veränderung des Verhaltens aufhalten (Barrieren) oder fördern (Benefits). **Design** und **Test** von Massnahmen, die Barrieren reduzieren und Benefits erhöhen, um gewünschte Verhaltensänderungen anzuregen. **Umsetzung** und Evaluation der Massnahmen in der Praxis.

