

Teilprojekt

Nudging for Good Food – Nachhaltige Ernährung in den Kommunen

KERNiG

Kommunale Ernährungssysteme als Schlüssel zu einer umfassend-integrativen Nachhaltigkeits-Governance



Prof. Dr. Lucia Reisch¹, Sabine Bietz¹, Dr. Julius Rauber¹ (Mitarbeit: Dr. Jan M. Bauer², Manuela Bernauer¹)

¹Zeppelin Universität Friedrichshafen | Forschungszentrum Verbraucher, Markt und Politik | CCMP

²Copenhagen Business School (CBS)

Hintergrund | Projektziel

Das Projekt hat zum **Ziel**, Menschen in den beiden Partner-Kommunen Leutkirch und Waldkirch zu nachhaltigerem Ernährungsverhalten zu motivieren.

Information und Bildung sind hierbei hilfreich, aber **nicht ausreichend**, um langfristige Verhaltensänderungen bei Verbrauchern herbeizuführen.

Dies ist darin begründet, dass **Verbraucher keine rein rationalen Entscheider**, sondern Menschen mit Wünschen und Emotionen sind, was häufig zu verzerrten Entscheidungen führt.

Im Rahmen des Projekts soll Verbrauchern durch verhaltensbasierte Interventionen geholfen werden ihre **langfristigen Ziele** zu erreichen.

Verhaltensbasierte Interventionen

Unter **verhaltensbasierten Interventionen** (engl. „Nudges“) versteht man „alle Maßnahmen, mit denen Entscheidungsarchitekten das **Verhalten von Menschen in vorhersagbare Weise verändern** können **ohne Optionen auszuschließen** oder wirtschaftliche Anreize stark zu verändern. Sie müssen zudem leicht und **ohne großen Aufwand zu umgehen**“ sowie **transparent und offen erkennbar** sein.

Dadurch soll die **gesündere, nachhaltigere, umweltfreundlichere** und **langfristig sinnvolle** Ernährungsoption automatisch gewählt werden.

Gemeint sind hier **NICHT** Gesetze, Verbote, Steuern, Subventionen (aber auch MEHR als nur Information und Beratung).

Defaults

Voreinstellungen sind meist unausweichlich und haben einen großen Einfluss auf die Entscheidung.



Vereinfachung

Komplexität kann Verwirrung schaffen, Kosten erhöhen und dadurch die Teilnahme an Programmen verhindern.



Selbstbindungs-Tools

Menschen schaffen es oft nicht, selbst gesetzte Ziele zu erreichen. Wenn sie sich selbst binden und ihre Ziele (gruppen-)öffentlich machen, gelingt dies besser.



Nutzen sozialer Normen

Betonung des Verhaltens der Mehrheit relevanter Vergleichsgruppen. Besonders wirksam sind Normen, wenn sie lokal sind.



Rückmeldung / Feedback

Das Reflektieren von früheren Entscheidungen kann Individuen helfen, daraus zu lernen und aktuelle Entscheidungen zu verbessern.



10 wichtige „Nudges“



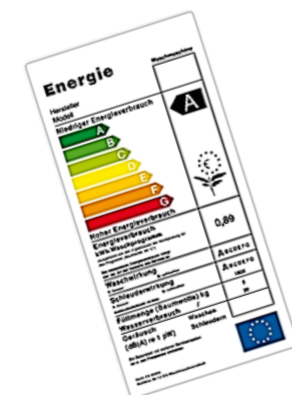
Erinnerungen

Untätigkeit von Individuen ist oft auf Vergesslichkeit oder Zeitmangel zurückzuführen. Kleine Erinnerungen können zum Handeln anregen.



Offenlegung und Transparenz

Transparenz ist besonders effektiv um sachkundige Entscheidungen zu fördern. Bedingung dafür sind verständliche und leicht zugängliche Informationen.



Warnhinweise

Grafische Elemente und das Hervorheben der Größe und Farbe können Aufmerksamkeit erregen und erhöhen.



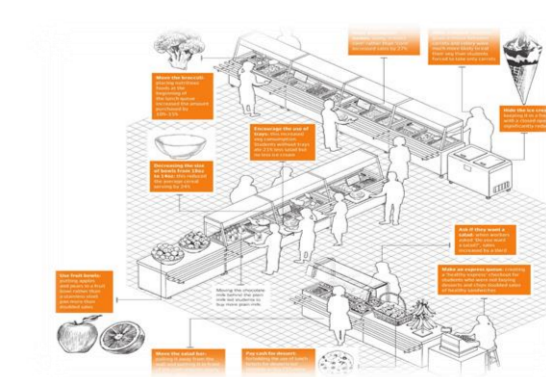
Abfrage von Handlungsintentionen

Individuen handeln eher ihren Handlungsintention entsprechend, wenn sie nach ihnen gefragt oder an diese erinnert werden.

Weltkrebstag: Gehen Sie regelmäßig zur Vorsorge?

Einfachheit & Bequemlichkeit erhöhen

Individuen entscheiden sich oft für den einfachsten Weg. Um ein bestimmtes Verhalten zu fördern, sollte diese Option erleichtert werden.



Referenzen

Sunstein (2014). *Nudging: A very short guide*; Thaler & Sunstein (2009). *Nudge*; Wansink (2014). *Slim by design*; Reisch, Sunstein & Gwozdz (2017). *Beyond carrots and sticks: europeans support health nudges*; Sunstein, Reisch & Rauber (2017). *Behavioral insights all over the world? Public attitudes toward nudging in a multi-country study*.

