

Zukunftsstrategien im modernen Verpflegungsmanagement 05.04.2022 S&F Workshop

Nudging – ein erfolgreiches Konzept für die Betriebsgastronomie.

Wie man Essengäste dabei unterstützt, sich gesünder und
nachhaltiger zu ernähren.

Nudge-Expertin: Agnes Streber

NUDGE
Concept





23 Jahre Ernährungsinstitut KinderLeicht



- Projekte: **Gewinn des Bundes-Förderpreis 2020 Zu gut für die Tonne!**
Info Kampagne Bio kann jeder
Deutschland auf dem Weg zur Ernährungswende
KlimaKochWerkstätten für Schüler*innen
- BGM: Gesundheitstage
Fit im Job
- Abnehmen: Ambulantes Reha Programm für Kinder und Eltern
Einzelcoaching

Seit 2018



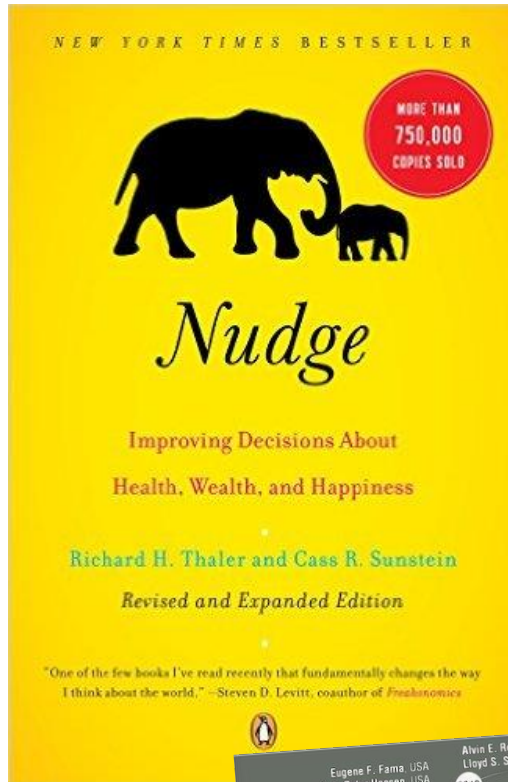


Agenda

- Was ist Nudging?
- Aktueller Stand der Forschung
- Ideen zur Umsetzung von Nudging-Maßnahmen
- Der Nudging-Prozess
- Fragen und Austausch

Concept

Wie alles begann....



Concept

Unser Nudge-Buch:



... ein Praxisleitfaden aus der Praxis für die Praxis,
wissenschaftlich fundiert, hochaktuell und spannend
geschrieben. ... Das Buch macht Lust auf mehr ...“

Prof. Dr. Christine Brombach, ZHAW Zürich



- Kooperation: Hochschule Albstadt-Sigmaringen + fhg Innsbruck
- Deutscher Alpenverein, JuBi Bad Hindelang
- Bundeswehr Verpflegungsamt Oldenburg
- Bio-Catering Unternehmen Il cielo in Gilching
- Multivac Deutschland GmbH&CoKG
- infraSERV GmbH&Co Gendorf KG
- GutschDesign
- Ökoring
- EPOS
- Landesvereinigung für den ökologischen Landbau
- Erfa Food Service
- Schullandheim Violau
- Städt. Wilhelm-Busch-Realschule München
- Wittelsbacher Grund- und Mittelschule München
- Hochschulmensa Martinsried

Ein kleiner Stups



- (to) nudge = sanft stoßen/schubsen
- Synonym: smarter lunchroom, choice architecture
- Ohne Zwänge und Verbote Menschen zu einem vorhersehbaren Verhalten bringen



Nudging – Was steckt dahinter?



Essen/Essensauswahl findet in komplexer Überfluss-Umgebung statt



Wir treffen ca. 200 Essensentscheidungen pro Tag

Wie funktioniert Nudging?



Automatisches System

Unkontrolliert

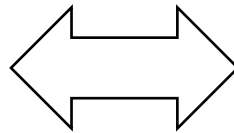
Mühelos

Assoziierend

Schnell

Unbewusst

Erlernt



Reflektierendes System

Kontrolliert

Angestrengt

Deduzierend

Langsam

Bewusst

Regelgeleitet

Wie funktioniert Nudging?



Automatisches System

Reflektierendes System

Unkontrolliert

Kontrolliert

Mühelos

Angestrengt

Assoziierend

Dezidiert

Schnell

Langsam

Unbewusst

Bewusst

Erlernt

Regelgeleitet

Essensentscheidungen



- ... zeitversetztem Effekt
- ... geringem Feedback
- ... der Beziehung zwischen Entscheidung und
ihren ungewissen Folgen

→ Ernährungsverhalten

Concept



... jeder Mensch muss jeden Tag essen und trinken

... Vielzahl von System-1-Entscheidungen

... hohe Prävalenz von Übergewicht und Adipositas mit
Risiko für Folgeerkrankungen

... breites Spektrum möglicher *nudging*-Interventionen

(Produkte, Situationen, Umfeld – oft mit mehreren Optionen – einzeln oder kombiniert)

→ Modifikation sinnvoll, Möglichkeiten vorhanden



6 wichtige Prinzipien des Nudgings



Automatisch



Nudges zielen auf System 1 und damit das automatisch-unbewusste System



Wahlfreiheit



Es werden keine Optionen eingeschränkt (Gesetze, Verbote) oder ökonomisch gesteuert (Steuern, Preise)



An Ort und Stelle



Nudges wirken immer an Ort und Stelle der zu treffenden Entscheidung



Einfache Umsetzung



Nudges sollten einfach, ohne großen materiellen Aufwand sowie dezentral umzusetzen sein



Vereinfachung der Handlung



Grundsätzliches Ziel ist es, dem Verbraucher die gesunde Entscheidung so einfach wie möglich zu machen



Evaluation



In der Regel werden alle Nudging-Interventionen streng wissenschaftlich und transparent evaluiert

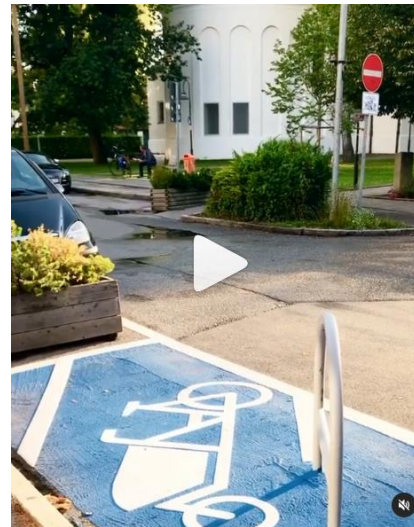
Nudges sind vielfältig...



Nudges sind vielfältig...



Nudges und Mobilität

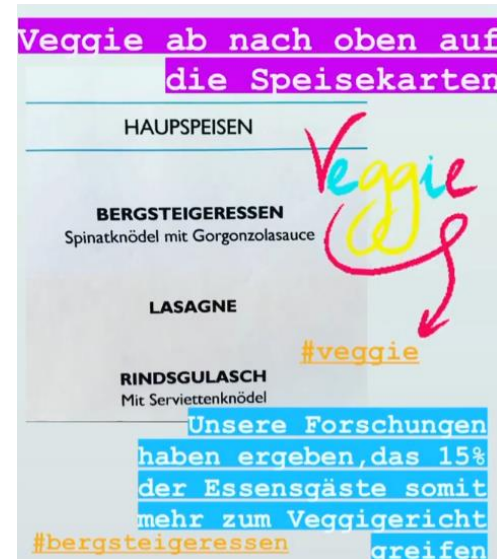


Instagram: @nudge.concept

Nudges sind vielfältig...



Nudges in den Bergen



Instagram: @nudge.concept

Concept

Nudges sind vielfältig...



Nudges beim Wocheneinkauf



Instagram: @nudge.concept



Nudges Online

Automatische Voreinstellung

ADRESSE

ZAHLUNG & VERSAND

BESTÄTIGEN

ZAHLUNGSART

- ☐ KREDITKARTE
- ☐ DEBITKARTE
- ☒ VORKASSE
- ☐ SOFORTÜBERWEISUNG
- ☐ PAYPAL

VERSANDART

- ☒ VERSAND DHL GO GREEN
- ☒ **Unser Beitrag für die Umwelt:**
Wir gleichen die transportbedingte CO₂-Emission für Sie aus.
- ☒ **Mein Beitrag zur Umwelt:**
Ich akzeptiere auch einen gebrauchten Karton.



Nudges sind vielfältig...



Nudges im Hotel

Sozialer Referenzpunkt:
„Fast 75% der Hotelgäste
entscheiden sich dazu, ihre
Handtücher wieder zu
verwenden“.



Concept



Ist es sinnvoll, das Ernährungsverhalten zu *nudgen*?





Erfassten und bewerteten knapp 350 Veröffentlichungen zu *nudging-Interventionen* auf das Ernährungs-, Bewegungs-, Alkoholkonsum- und Rauchverhalten.

Über 70% (!) der erfassten Publikationen berichteten über *nudging-Interventionen*, die eine Verbesserung des Ernährungsverhaltens zum Ziel hatten.



Nudge Concept ist erfolgreich –
das zeigen unsere Forschungsprojekte!

Concept



Nudge Italia hat beispielsweise in Cafés die Größe der Zuckerbeutelchen, die mit Kaffee für die Süßung serviert werden, reduziert.

Vor der Nudging-Maßnahme:

Beutelgröße 7,5 g Zucker → Verzehr im Mittelwert 5,83 g Zucker

Nach der Nudging-Maßnahme:

Beutelgröße 4 g Zucker → Verzehr im Mittelwert 3,05 g Zucker

(nudge italia 2017)

Concept



iNudgeyou in Dänemark veränderte die Platzierung und Menge von geschnittenen Äpfeln und Brownies an einem Buffet:

→ der Brownieverzehr reduzierte sich um 30,2%

→ der Apfelverzehr erhöhte sich um 83,9% pro Person

(Skov et al., 2013)





- täglich 250 Essensgäste (90% Männer)
- Ziel: mehr Obst konsumieren statt zuckerhaltiger Desserts

Ergebnis:

29% der Essensgäste wählen seit Einführung der Nudging-Maßnahmen mehr Obst.

Vorher



Nachher



Concept



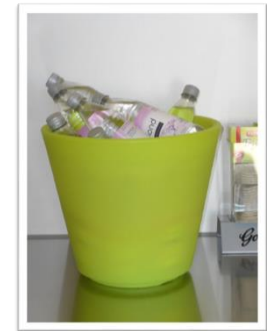
- täglich 250 Essensgäste (90% Männer)
- Ziel: mehr Wasser trinken statt zu Süßgetränken greifen

Ergebnis: 16 % der Essensgäste greifen bei der Getränkeauswahl vermehrt zu Wasser.

Vorher



Nachher







- täglich 7000 Essensgäste
- Ziel: vermehrt zu vegetarischen Gerichten greifen

Ergebnis:

10 % der Essensgäste wählen seit Einführung der Nudging-Maßnahmen vermehrt vegetarische Gerichte und verzichten somit öfter auf Fleisch.

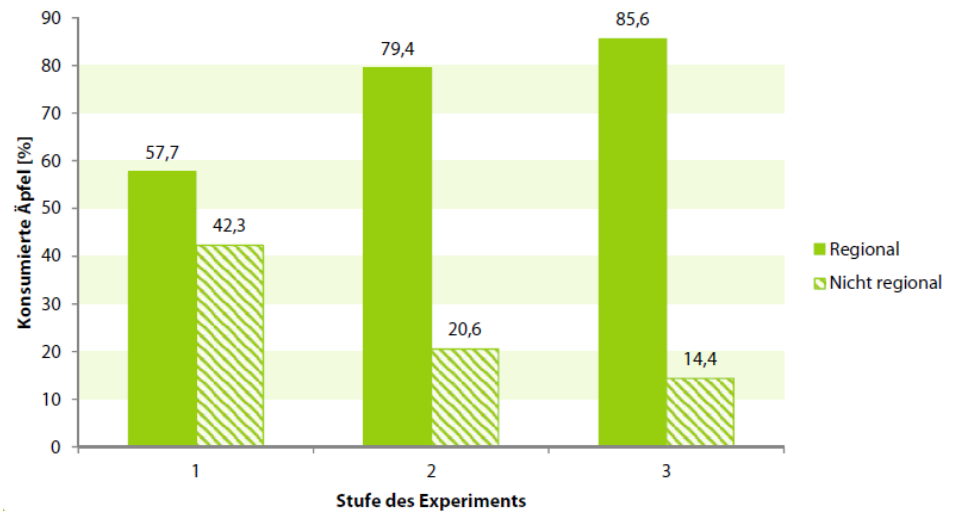
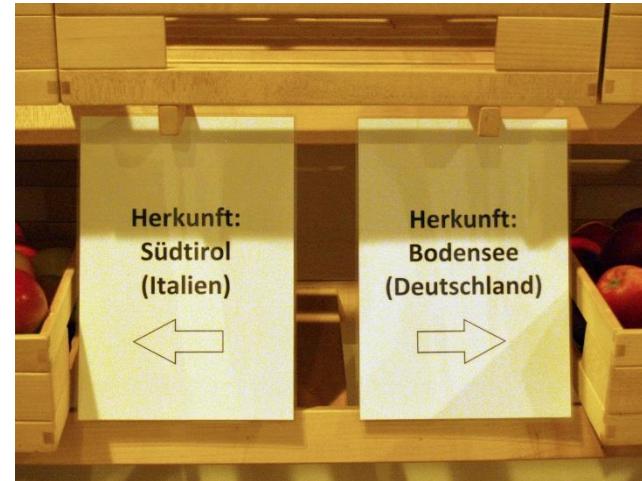
Vorher



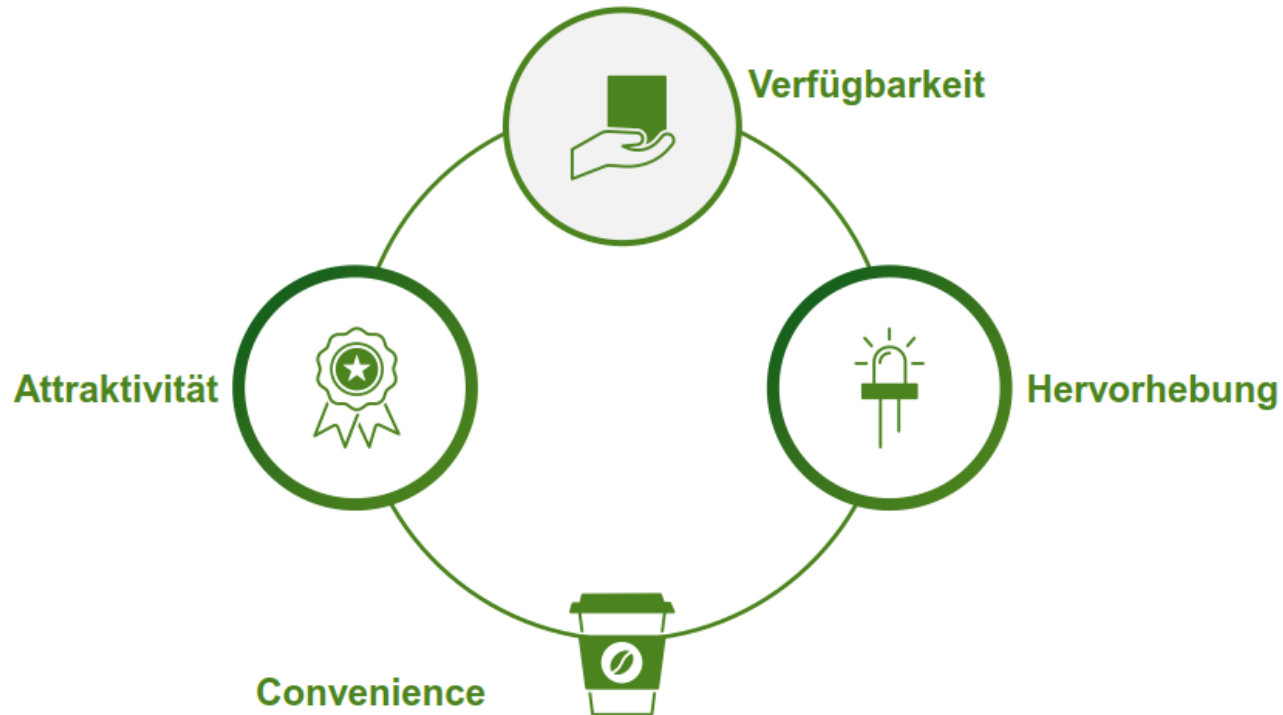
Nachher







4 Grundprinzipien





Verfügbarkeit

Ware an mehreren Stellen in versch. Varianten platzieren



Quelle: Wolfgang Pulfer





Attraktivität:

Zahlreiche Möglichkeiten, um Produkte "ansehnlicher" zu machen

Gesunde Speisen gut ausleuchten



Spiegel, Punkt- und Kaltlicht



Kreative und ansprechende Dekoration



Präsentierteller



Attraktive Namen



Schön anrichten



Schönes Geschirr



Wandbilder



Gratis-Beilage





Convenience:

Bio-Ware so leicht wie möglich "konsumierbar" machen

Default-Essen



To-Go-Varianten



Versch. Portionen



Zeitlich längeres Angebot



Obst ganz/geschnitten



Nachschub



Salatbuffet im Eingangsbereich



Gesundes näher am Verbraucher



Griffbereit/Augenhöhe



Platzierung Wartebereich



➔ Hervorheben: Machen Sie auf Bio-Ware aufmerksam!

An 1. Stelle anzeigen



Grüne Farbe



Lebensmittellampel



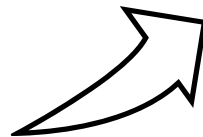
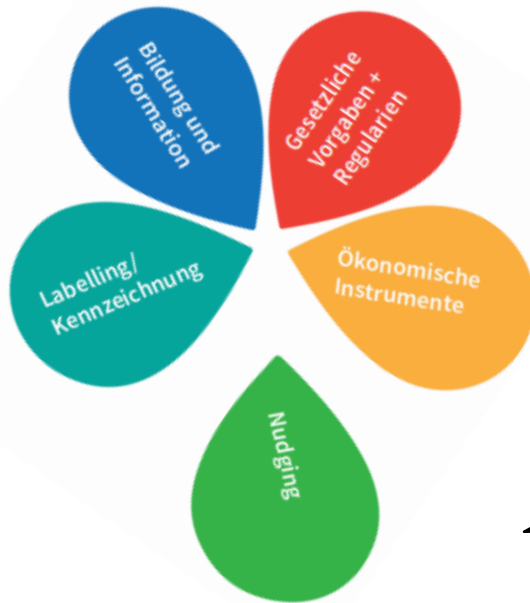
Vorab-Empfehlungen per Mail



Aushang



Nudging ist erfolgreich!



Nudging ist ein möglicher großer Hebel,
um nachhaltige Speisen
in verschiedenen Settings voranzutreiben.

Wir von NudgeConcept bieten Ihnen
professionelle Unterstützung bei der
Entwicklung von individuellen
Nudging-Maßnahmen!

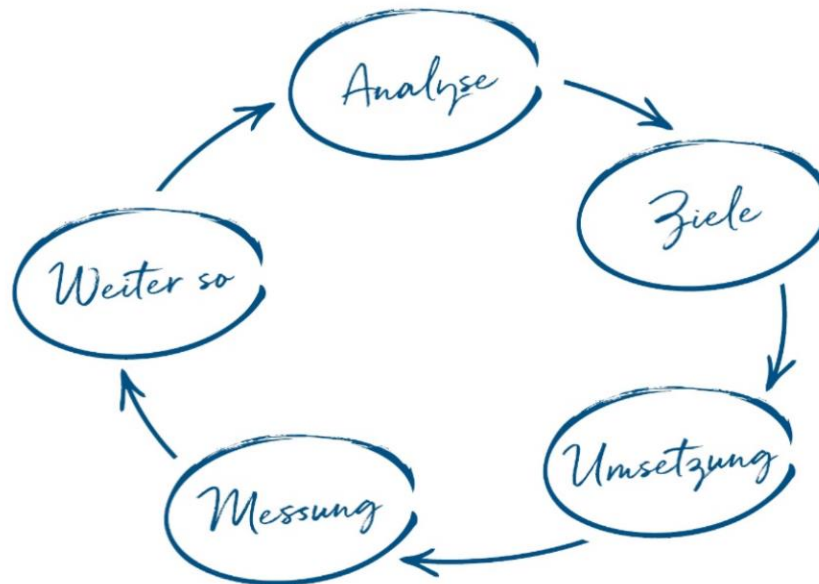
Concept



Wie nudget man richtig? Erfolgreiche Umsetzung in 9 Schritten



Agnes Streber



Nina Helleberg

Der Nudging-Prozess

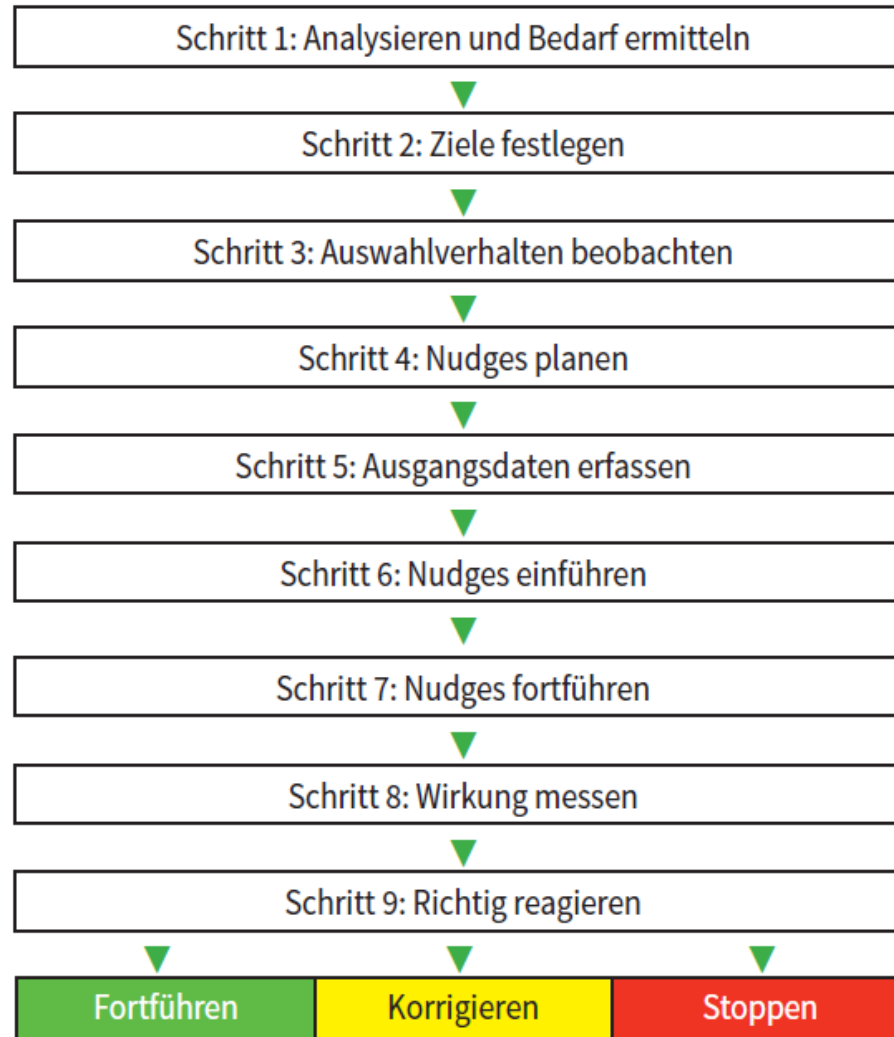


Abb. 4.1 Die neun Schritte eines Nudging-Prozesses

Schritt 1: Einführungsworkshop

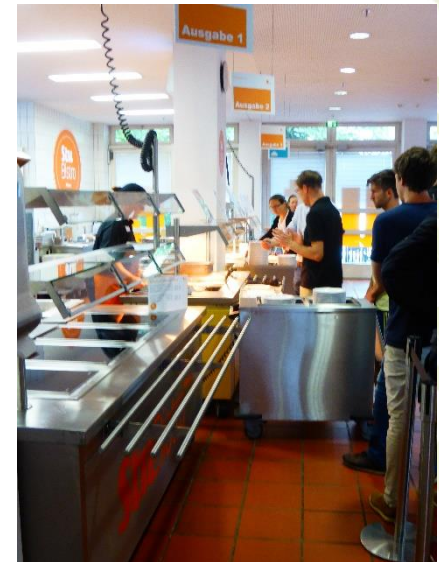
- Ziel:
 - Alle Beteiligten werden auf den gleichen Wissensstand gebracht und verstehen den Begriff Nudging
 - schafft Motivation auf allen Ebenen, die Nudge-Maßnahmen gut umzusetzen





Schritt 2: Analysieren + Bedarf ermitteln Auswahlverhalten beobachten

- Ablauf im Betrieb/Laden wird genau angeschaut:
 - Wie gehen die Kund*innen durch den Laden?
 - Wo schauen Sie hin?
 - Was sind Hindernisse, wo kommen sie ins Stocken?
- Ziel: Objektive Beobachtung von Abläufen
 - Erfassen von Defiziten
 - Ableiten des Bedarfs für konkrete Ziele





Schritt 3: Ziele festlegen

- Ziele können sein: mehr regional, mehr Nachhaltigkeit im Betrieb, BGM für's Team
- Eindeutig und nachvollziehbar definieren = smart
 - Spezifisch
 - Messbar
 - Attraktiv
 - Realistisch
 - Terminiert
- Ziel: Grundlage für die Entwicklung von passenden Nudging-Maßnahmen



Schritt 4: Nudges planen und entscheiden

- Entwicklung einer Auswahl an Nudges
- Rahmenbedingungen bedenken:
 - Ausstattung
 - Organisatorische und rechtliche Fragen
 - Personal vorhanden?
 - Werden Arbeitsabläufe beeinflusst?
Wenn ja, negativ?
- Alle Beteiligten entscheiden gemeinsam, welche Nudges umgesetzt werden sollen
- Verantwortliche für das Nudge-Projekt festlegen
→ Nudge-Team bilden



Schritt 5: Ausgangsdaten erfassen

- Ziel der Messung:
Ist dieser Nudge erfolgreich?
- Messen des Ist-Zustandes
(vor Umsetzung des Nudges)
 - Wie oft wird das Produkt gewählt?
 - Wie viel Umsatz wird mit dem Produkt gemacht, wie viel wird tatsächlich verkauft?

Erhebungsphase Ist-Zustand

Projekt: Nudging in der Schulkantinenverpflegung

Erhebungsbogen: Salat

Datum: _____

Salat	Anzahl/Gewicht	Besonderheiten
vorher im System bestellter Salat		
Spontan dazu bestellter Salat		
Gewicht Salat vorher		
Gewicht Salat nachher		

Verantwortliche*: _____

Unterschrift: _____

KinderLeicht e.V.

Gefördert durch:  Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft

SANDDORF STIFTUNG



Schritt 6: Nudges einführen

- Konkrete Planung und anschließende Einführung der Maßnahmen:
 - Ab wann soll Nudge umgesetzt werden?
 - Rahmenbedingungen mit den Zuständigen besprechen
 - Welche Materialien werden benötigt?
 - Wer besorgt die Materialien?
- Hinweis: Wenn mehrere Nudges geplant sind, so sollten diese zeitgleich umgesetzt werden.

Schritt 7: Nudges einführen + Wirkung messen



- Ziel: Überprüfen, ob Nudges wie geplant umgesetzt werden (können)
 - Gibt es Schwierigkeiten/Hindernisse?
 - Welche Nudges werden leicht/routinemäßig umgesetzt?
- Weiteres Ziel: Messung nach Umsetzung der Nudges über 4 Wochen
 - Vorher-Nachher-Effekte werden sichtbar → Ist der Nudge erfolgreich?
 - Ergebnisse sollten nicht abgeschätzt werden, sondern statistisch abgesichert werden

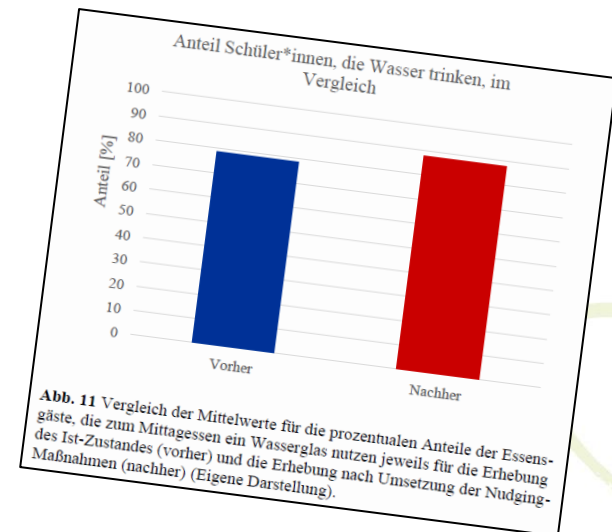
Ergebnisse in R für die Anteile an Schülerinnen und Schülern, die Wassergläser nutzen:

```
> # Welch t-Test, um auf Signifikanz zu testen mit metrischen, nicht verbundenen Daten
> t.test(wasser$anteil-wasser$erhebung, alternative="two.sided", paired=F, var.equal=F)
#nicht signifikant, da p>0.05

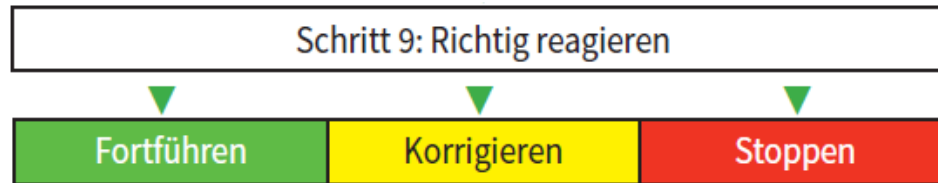
Welch Two Sample t-test

data:  wasser$anteil by wasser$erhebung
t = 0.9143, df = 9.4189, p-value = 0.3834
alternative hypothesis: true difference in means is not equal to 0
95 percent confidence interval:
 -13.51600  32.06256
sample estimates:
mean in group nachher  mean in group vorher
      87.91944         78.64616
```

Abb. 23 Ergebnisse des R-Programms für die genutzten Wassergläser.



Der Nudging-Prozess



Abschluss des Nudging-Prozesses:

Auf Basis der Wirksamkeits-Messung und der Beobachtungen kann entschieden werden, ob die Nudges beibehalten, angepasst oder entfernt werden.

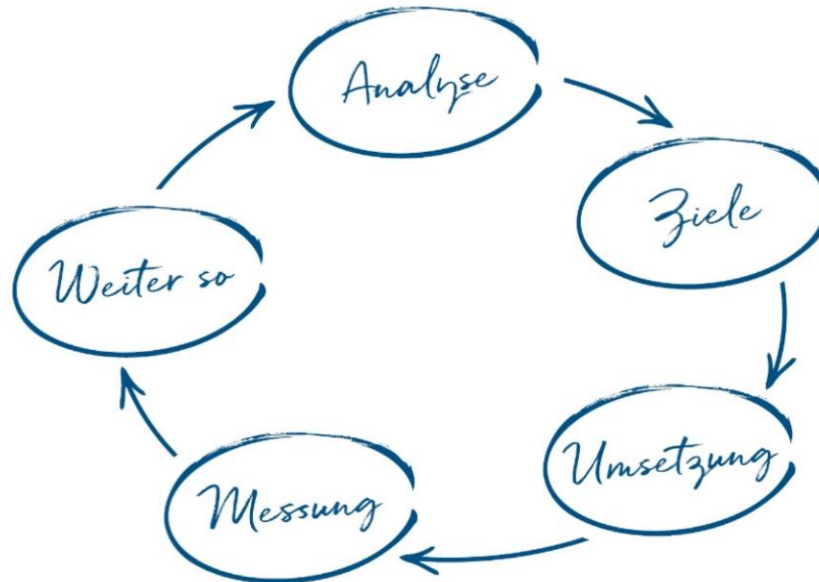
NudgeConcept unterstützt professionell beim Einführen von weiteren Nudges oder wie erfolgreiche Nudges auch als Marketing-Instrument genutzt werden können.



Rufen Sie uns an, wir begleiten Sie in der erfolgreichen und individuellen Umsetzung von nudgeConcept in Ihrem Betrieb.



Agnes Streber



Nina Helleberg

nudge
Concept



Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

