

Nudging für mehr Gesundheit und Nachhaltigkeit

Modul 2: Wann macht Nudging Sinn?

Einleitung

Wenn Betriebe bzw. Menschen von Nudging hören, dann stellen sie sich schnell verschiedene Fragen: u. a. was man darunter versteht, wobei es hilfreich sein kann und ob es ein zweckmäßiges Tool für den Betrieb und die jeweilige Situation ist. Aber auch Einzelpersonen, die etwas von Nudging hören, fragen sich vielleicht, wann und wo bzw. wie das hilfreich sein kann.

Als Einstieg wird kurz erläutert, was man unter Nudging versteht, um auf dieser Basis dann zu erläutern, ob und wann der Einsatz von Nudging zweckmäßig ist.

Nudging – was versteht man darunter?

Das menschliche Verhalten ist nicht rein rational: neben der Rationalität spielt auch die Situation bzw. der jeweilige Kontext für (routinemäßig getroffenen) Entscheidungen eine wichtige Rolle (Adam et al. 2019). Dieses Verständnis und die nachfolgend beschriebenen **Verhaltenssysteme 1** und **2** sind eine zentrale Basis, um das Verhalten von Menschen zu verstehen und zu beeinflussen.

Der Wissenschaftler Daniel Kahneman (2012) beschrieb zwei Verhaltenssysteme: **das schnelle, automatische und intuitive System 1**, das große Teile unserer täglichen Routine steuert (z. B. Zähne putzen, essen, Fahrrad oder Auto fahren) und **das langsame, überlegte und bewusste System 2**, welches eine größere geistige Aufmerksamkeit erfordert (z. B. wichtige Entscheidungen u.a. der Kauf einer Wohnung, eines Autos. Die nachfolgende Abbildung illustriert diese Systeme graphisch.

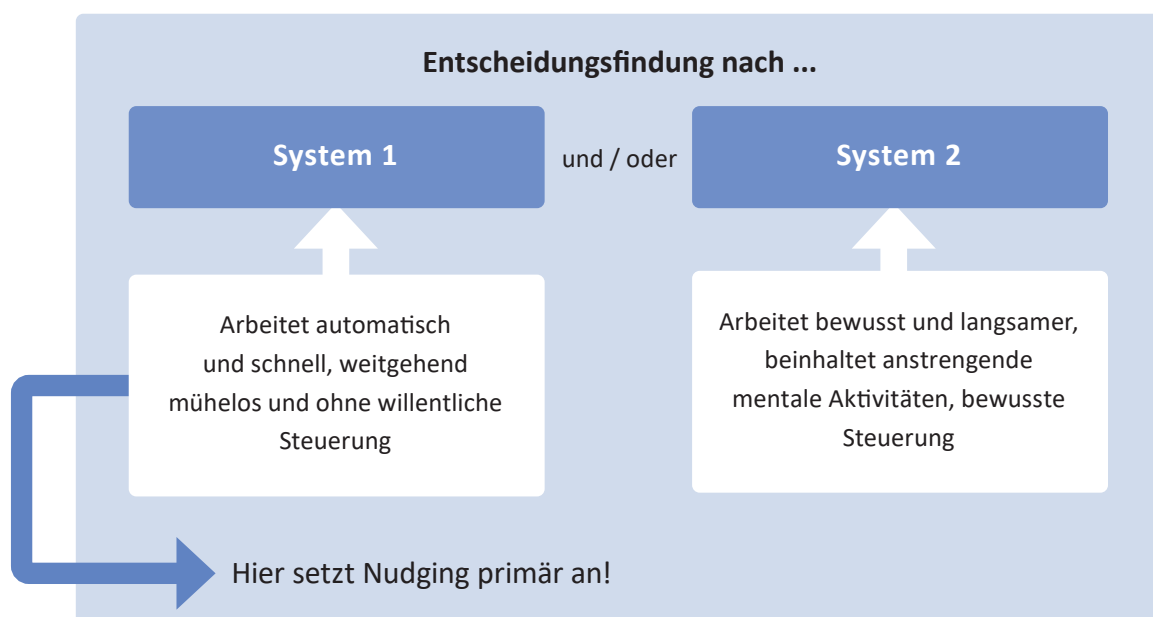


Abb.2 Verhaltenssysteme (eigene Darstellung nach Kahnemann, 2012)

Viele (politische) Maßnahmen, die auf Verhaltensänderung abzielen (z. B. Informationskampagnen, Broschüren) sprechen das **System 2** an. Die Bereitstellung von Informationen und das Wissen um Sachverhalte führt allerdings oft nicht zu einer Entscheidung in die gewünschte Richtung (Kahnemann 2012).

Nudging nutzt dieses Wissen und setzt auch an dieser Stelle an.

Der Begriff „Nudge“ wurde u. a. durch das Buch „Nudge – wie man kluge Entscheidungen anstößt“ der breiteren Öffentlichkeit bekannt (Thaler et al. 2008), auch weil Thaler 2017 einen Nobelpreis erhielt.

Ein Nudge ist jeder Aspekt der Entscheidungsarchitektur, der das Verhalten der Menschen auf vorhersehbare Weise verändert, ohne Optionen zu verbieten oder ihre wirtschaftlichen Anreize wesentlich zu verändern. Nudges stupsen das Verhalten der Menschen in die gewünschte Richtung, indem (in der Regel) das **System 1** angesprochen wird und der Entscheidungskontext planvoll geändert wird. Der Nudging-Ansatz wurde bereits weltweit in unterschiedlichen Themenbereichen erfolgreich angewandt für individuell und gesellschaftlich relevante Themen: insbesondere Gesundheit, Nachhaltigkeit, Arbeitsmarkt, Altersvorsorge, Energieverbrauch, Klimaschutz, Verbraucherschutz, Datenschutz, Steuern und Finanzen (Rossi et al. 2020).

Nach den „Urvätern“ des Nudgings Thaler und Sunstein (Thaler et al., 2008) müssen beim Nudging **drei Grundsätze** zutreffen, damit vom Nudging gesprochen werden kann:

1. Die Wahlmöglichkeiten müssen bestehen bleiben.
2. Der Anstupser, d.h. der Nudge, muss einfach zu umgehen sein.
3. Die Maßnahmen des Nudgings dienen dem Wohl des Einzelnen oder der Gesellschaft, d. h. sie sind ethisch und moralisch vertretbar.

Beim Nudging geht es also gerade nicht um Verbote, sondern darum die Entscheidungsarchitektur so zu gestalten, dass intuitiv die wünschenswerte Entscheidung getroffen wird, die ethisch vertretbar ist.

In (kritischen) Diskussion über Nudging wird es z. T. ignoriert, dass eine Entscheidungsarchitektur immer vorliegt bzw. (bewusst oder unbewusst) gestaltet wird – eine „neutrale“ Umgebung demzufolge nicht vorliegt, sondern Entscheidungen immer von den räumlichen und sozialen Gegebenheiten beeinflusst werden.

Zu betonen ist an dieser Stelle auch der Grundsatz drei, bei dem es um das Wohl des Individuums und der Gesellschaft geht, wenn genudged wird. Vor allem hier grenzt sich Nudging von Marketing-Aktivitäten ab: Die Kundenorientierung der Anbieter ist im Marketing das oberste Leitprinzip. Am Point of Sale dient die Verkaufsförderung der Erhöhung des Absatzes bzw. Ertrags, wobei auch eine langfristige Kundenbindung angestrebt wird. Unternehmen orientieren sich bei Gestaltung von Produkten, Preisen, Kommunikation und Vertriebsorten – also relevanten Faktoren der Entscheidungsarchitektur – zwar an den Bedürfnissen der Kunden, allerdings um deren Entscheidungen im Sinne des Unternehmens zu beeinflussen (z. B.: Umsatz, Ertrag, Image, Kundenbindung). Im Rahmen des Marketings geht es also um die Gestaltung von Entscheidungsarchitektur, um die Ziele des jeweiligen Betriebes zu erreichen (Adam et al 2023). Damit ist ein wesentlicher Grundsatz des Nudging nicht erfüllt.

Um Missverständnisse zu vermeiden, sollte der Begriff des Nudging nur im ursprünglichen Sinne von Thaler et al. (2008) verwendet werden: Die Grundsätze des Nudging, besagen, dass die freie Wahl erhalten bleibt und der Anstupser im Interesse des Individuums und der Gesellschaft liegen muss. Gerät das Ziel der Förderung des Wohlbefindens des Individuums oder der Gesellschaft aus dem Blick, muss man Maßnahmen kritisch hinterfragen.

Es könnte sich auch um einen Typ von Maßnahmen handeln, welchen Thaler (2018) „**Sludging**“ or „Nudging for evil“ nennt. Dabei geht es um jeden Aspekt der Entscheidungsarchitektur, der es den Menschen erschwert, ein Ergebnis zu erzielen, mit dem sie – nach ihren eigenen Vorstellungen - besser zufrieden sind (Thaler et al. 2021).

Sludging kann in zwei Formen vorkommen (Adam et al. 2019):

- Es kann das Verhalten, das eigentlich im besten Interesse des Einzelnen ist, entmutigen: z. B. der Weg zu den gesünderen und nachhaltigeren Speisen wird erschwert, weil die Gerichte, mehr Umsatz bringen.
- Es kann das ungünstige Verhalten fördern (z. B. die umsatzsteigernde, aber keine gesunden und nachhaltigen Speisen werden günstig platziert, so dass die Essensgäste eher diese wählen.

An dieser Stelle sei noch ergänzt, dass sich in der privaten Häuslichkeit Nudges individuell nutzen lassen und damit dann das sog. das Self-Nudging zum Tragen kommen: d.h. die bewusste Gestaltung der eigenen Umgebung damit die eigenen gewünschten Entscheidungen intuitiv leichter fallen (Adam et al. 2022). Auch das Self-Nudging kann für unterschiedliche Themen angewendet werden: Nachhaltigkeit, Umwelt, Gesundheit, Ernährung, Bewegung, Konsumententscheidungen.

Nudging: Wann ist die Nutzung zweckmäßig?

Die kognitive Vermittlung von Wissen verändert Verhaltensweisen nicht unbedingt in eine gewünschte Richtung. Diese Lücke zwischen „Wissen und Handeln“ kann mittels des Nudging geschlossen werden (Adam et al. 2019). Nudges lenken bzw. stupsen das Verhalten der Menschen in die gewünschte Richtung, indem das **System 1** angesprochen wird, und der Entscheidungskontext planvoll geändert wird.

Nach Thaler und Sunstein (Thaler et al. 2008) können den Nudging Ansatz nutzen:

- Private Institutionen: Profit und Non-Profit-Unternehmen
- Staat (Bund, Länder, Kommunen)

Mittlerweile wird die Zweckmäßigkeit auch im Self-Nudging gesehen und man geht davon aus, dass Individuen in ihrer Privaten Häuslichkeit oder am Arbeitsplatz Nudging-Maßnahmen ergreifen können, um ihre eigenen Ziele intuitiv besser zu erreichen (Adam et al. 2022).

Thaler und Sunstein zufolge sind Nudges insbesondere dann sinnvoll, wenn Entscheidungen einen zeitversetzten Effekt haben, wenn das Feedback eher gering ist und die Beziehung zwischen der Entscheidung und ihren Folgen vage ist (Thaler et al. 2008). Dies trifft auf die Themen Nachhaltigkeit, Gesundheit und Ernährung zu.

Menschen erliegen öfter schlechten Gewohnheiten, obwohl sie kognitiv grundsätzlich entschieden haben, diese zu vermeiden. Der Grund dafür: Verhalten ist fehleranfällig und nicht gänzlich unter Kontrolle. Ein großer Teil der Verhaltensweisen (Routinehandlungen) wird nicht systematisch reflektiert und dies ist einer der Hauptanwendungsbereich für den Nudging-Ansatz. Nudges sind besonders für die Entscheidungen geeignet, die als „Low-Involvement“-Entscheidungen bezeichnet werden, d. h. Entscheidungen, die wenig bewusste Überlegungen erfordern (Mont et al 2014). Zu diesen zählen z. B. alltägliche Routineentscheidungen wie Essen und Trinken.

Habitualisierten und relativ unreflektierten Entscheidungen, wie z. B. alltägliche ernährungsbezogene Routineentscheidungen, stellen somit Hauptanwendungsbereich für den Nudging-Ansatz.

Nudging im Bereich der Gesundheit und Nachhaltigkeit

In den letzten Jahren hat Nudging eine große Popularität erlangt: Der eher begrenzte Erfolg bei der Bewältigung von ernährungsbedingten Problemen im Bereich der Gesundheit und der Nachhaltigkeit durch Standardmaßnahmen wie Beratungs- oder Bildungsangeboten (Verhaltensprävention) hat auch die Thematik Verhältnisprävention ins Zentrum gerückt. Pudel (2006) hat bereits drauf hingewiesen, dass sich diese beiden Ansätze ergänzen müssen, lange bevor die Thematik Nudging Fahrt aufgenommen hat. Und: Nudging ist ein Ansatz, der vor allem in der Verhältnisprävention zum Tragen kommt: die Gestaltung der Entscheidungsarchitektur ist ein zentrales Element der Verhältnisse (z. B. in den Orten Lebensmitteleinzelhandel, in Betrieben der Gemeinschaftsgastronomie, Private Haushalte).

Voraussetzung ist allerdings, dass es ein gesundheitsförderlich und nachhaltig Angebot gibt, sonst kann dieses nicht genudged werden. Ernährungsbezogenen Entscheidungen können durch Nudging wirksamer beeinflusst werden. Somit bieten Restaurants sowie Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung und ggf. Privathaushalten einen Ort für die Anwendung des Nudging-Ansatzes, um gesündere und nachhaltigere Ernährungsentscheidungen zu fördern.

Die Themen Gesundheit und Nachhaltigkeit sind in der Ernährung eng verbunden: z. B. die Wahl einer größeren Speiseportion kann zu übermäßigen Tellerabfällen und gleichzeitig zum überhöhten Konsum führen. Somit sind Gesundheit und Nachhaltigkeit im Bereich der Ernährung sich oft ergänzenden Ziele: die Wahl einer kleineren Speiseportion den beiden Anliegen dienen. Die gilt gleichermaßen für den Verzehr von (zu viel) Fleisch, denn auch hier gibt es enge Verbindungen zwischen Gesundheit und Nachhaltigkeit (Adam et al. 2019).

Dabei spielen die folgenden Faktoren eine bedeutende Rolle für die erfolgreiche Umsetzung der Nudging-Maßnahmen:

1. Nudging funktioniert am besten in Umgebungen, wo Nudging ohne die gegenläufige Wirkung von (verkaufsförderndem) Marketing eingesetzt wird, z. B. in einer Kita oder Schule besser als in einem Supermarkt oder einem Gastronomiebetrieb.
2. Erfolgreiches Nudging erfordert eine Akzeptanz der jeweiligen Nudges: wenn Menschen eine positive Einstellung zu einem bestimmten Verhalten haben (z. B. Gesundheit und Nachhaltigkeit), scheinen entsprechende Nudges wirksamer zu sein. Beispiel: Die Wirkung von Nährwertkennzeichnungen auf Lebensmittelverpackungen wirkt bei Personen, die für gesundheitsbezogene Informationen empfänglich sind besser. Daher sei ein gutes Verständnis der Zielgruppe wichtig für die Gestaltung der erfolgreichen Nudging-Maßnahmen (Monte et al. 2014).

Zudem kann das wiederholte „Anstupsen“ die neuen Verhaltensweisen in gute Gewohnheiten übergehen lassen und somit für eine nachhaltige Wirkung der Nudging-Maßnahmen sorgen (Adam et al. 2019)

Es bleibt festzuhalten:

Nudging in der Ernährung ein vielversprechender Ansatz, der viel Potenzial für die Förderung der gesünderen und nachhaltigeren Ernährungsentscheidungen bietet. Voraussetzung ist, dass es etwas gibt, das man nudgen kann, d. h. ein entsprechendes Angebot vorliegt.

Schlussfolgerung: Wann macht Nudging Sinn?

Nudging macht Sinn,

- wenn sie in Themenfeldern aktiv sind, die auch eine gesellschaftliche Bedeutung bzw. gesellschaftliche Auswirkungen haben bzw. die für viele Menschen wichtig sein können, wie z. B. Ernährung und Gesundheit, Nachhaltigkeit, Bewegung und Gesundheit und so weiter.
- wenn Sie die Möglichkeit haben, eine Umgebung bewusst zu gestalten, in der Menschen Entscheidungen treffen. und/oder wenn Sie Informationen bewusst gestalten, auf deren Grundlage Menschen Entscheidungen treffen.
- wenn Sie mit der Gestaltung einer räumlichen und sozialen Umgebung vor allem das individuelle oder gesellschaftliche Wohl fördern möchten - und außerdem bei den Maßnahmen nicht vorrangig an Ihrem Umsatz interessiert sind.

Fazit

Es gibt sehr verschiedene Anlässe, Ort und Möglichkeiten Nudging zu nutzen. Sollten die oben genannten Rahmenbedingungen vorliegen, dann macht es Sinn sich weiter damit zu beschäftigen. Dies kann dadurch geschehen, dass man sich weiter über die Thematik informiert, man z.B. im Betrieb mit Kolleginnen und Kollegen spricht und diese auf die Möglichkeit aufmerksam macht. In nächsten Schritten können dann Vorgesetzte angesprochen werden, um weiter Unterstützung zu erhalten. In jedem Fall Bedarf es einer Entscheidung der obersten Leitung, dass Nudging im Betrieb implementiert wird.

Denn: Nudging bietet einen Ansatz, der Menschen unterstützen kann, die „bessere“ Entscheidungen zu treffen, sei es ernährungsbezogene Entscheidungen oder Entscheidungen in einem anderen Bereich. Nudges sind insbesondere dann zweckmäßig, wenn die Entscheidungen einen zeitversetzten Effekt haben, wenn das Feedback gering ist und die Beziehung zwischen der Entscheidung und ihren Folgen vage sind. Zudem stellen die stark habitualisierten und relativ unreflektierten Entscheidungen (wie z. B. Essen und Trinken) einen wesentlichen Anwendungsbereich für den Nudging-Ansatz dar.

Literatur

- Adam, S., Pfannes, U. & Rossi, C. D. (2019). Nudging in der Ernährungsberatung und Gemeinschaftsgastronomie: Zwischen Verhaltens- und Verhältnisprävention. Ernährung im Fokus, 326-331. online: https://gesoca.de/wp-content/uploads/2020/01/1912_19-EIF-4-Nudging.pdf
- Adam, S., Pfannes, U. (2022): Self-Nudging und Ernährungsverhalten - (Neue) Perspektiven für Gesundheit und Nachhaltigkeit in: Ernährungsumschau 1/2022, M216 – M221
- Adam S., Pfannes, U., Wegmann, Ch. (2023): Nudging und Lebensmittelmarketing im Zusammenspiel für eine gesunde und nachhaltige Ernährung, in: Zukunftsfähige Agrarwirtschaft – Basis für gesunde Ernährung, Klimaschutz und den Kampf gegen Hunger, S. 162 - 186
- Kahnemann (2012): Schnelles Denken, Langsames Denken, München
- Mont, O., Lehner, M. & Heiskanen, E. (2014). Nudging. A tool for sustainable behaviour? (Report 6643). Swedish Environmental Protection Agency. Online: https://www.researchgate.net/publication/271211332_Nudging_A_tool_for_sustainable_behaviour
- Pudel V. (2006): Verhältnisprävention muss Verhaltensprävention ergänzen, in: Ernährungs-Umschau 53 (2006) Heft 3, online: https://www.ernaehrungs-umschau.de/fileadmin/Ernaehrungs-Umschau/pdfs/pdf_2006/03_06/EU03_94_98.pdf
- Rossi, C., Pfannes, U., Adam, S. (2020): The World of Nudging - Eine Übersicht über historische und aktuelle Entwicklungen von Nudge-Initiativen weltweit, in: Ernährungsumschau 11/2020, Seite M673 bis M677, online: <https://www.ernaehrungs-umschau.de/print-artikel/12-11-2020-the-world-of-nudging/>
- Thaler, R.H. & Sunstein, C.R. (2008). Nudge: Wie man kluge Entscheidungen anstößt, Berlin
- Thaler, R. H. (2018). Nudge, not sludge. Online: Science 361(6401), 431. <https://www.science.org/doi/epdf/10.1126/science.aau924>



Dieser Text von Prof. Dr. Sibylle Adam, Prof. Dr. Ulrike Pfannes, Carolina Diana Rossi und Alesya Schalay steht unter der Lizenz CC BY-SA 4.0 (Creative Commons Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0) <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>

Der Urhebernachweis soll bei einer Weiterverwendung wie nachstehend erfolgen: Sibylle Adam, Ulrike Pfannes, Carolina Diana Rossi, Alesya Schalay / HAW Hamburg für HOOU.



Nudging für mehr Gesundheit und Nachhaltigkeit

Modul 4: Nudging & Nachhaltigkeit

Einleitung

Das Thema Nachhaltigkeit ist in der Mitte der Gesellschaft und der Politik angekommen: sei es, dass der Klimawandel zu häufigeren extremen Wetterereignissen führt (z. B. Starkregen, Waldbrände, Hitzewellen), sei es, dass viele Unternehmen Nachhaltigkeit als Trend erkannt haben und das Wort Nachhaltigkeit verstärkt in ihrer Werbung nutzen, bis hin zur Kritik des zunehmenden Greenwashings. Zudem bringen Aktivitäten von 'Fridays for Future' oder der 'Letzen Generation' diesem Thema eine relativ große öffentliche Aufmerksamkeit. Auch im Bereich Ernährung spielt Nachhaltigkeit mittlerweile eine bedeutsame Rolle, sowohl in der Politik als auch in den Unternehmen der Agrar- und Ernährungswirtschaft und auch für Verbraucherorganisationen bzw. Verbraucher*innen.

Nachhaltigkeit und Nachhaltige Entwicklung

Nachhaltigkeit ist ein Thema, das – historisch betrachtet - in der Forstwirtschaft schon lange bekannt ist. Es geht dort darum, nur so viel Holz schlagen, wie jeweils nachwachsen kann, d.h. man lebt nicht von der Substanz und verbraucht nicht mehr als neu entstehen. Mit Blick auf die Ressourcen der Erde bedeutet dieses gesellschaftlich, dass jede Generation nicht auf Kosten nachkommenden Generationen leben soll.

Nachhaltigkeit ist im 20. Jahrhundert eng verknüpft mit der Brundtland-Kommission (1987), welche hierzu eine Definition publiziert haben: Nachhaltig ist eine Entwicklung, die den Bedürfnissen der heutigen Generation entspricht, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen und ihren Lebensstil zu wählen (Brundtland 1987). Ein wesentlicher Beitrag des Brundtland-Berichts ist, dass die ökologischen Herausforderungen in einen Kontext mit den sozialen und wirtschaftlichen Bedingungen gestellt wurden, wobei die drei Dimensionen – Ökologie, Ökonomie und Soziales - als komplexes Zusammenwirken verschiedener Bereiche verstanden werden. Es entstand das Drei-Säulen-Modell der Nachhaltigkeit, das in der öffentlichen und der politischen Diskussion wirkmächtig geworden ist (Spiller, et al. 2020). Es handelt sich hierbei also um einen wertorientierten Ansatz, der ethische Fragen aufwirft und Lösungen einfordert.

Die Vereinten Nationen legten 2015 eine von den 193 Mitgliedsstaaten einstimmig verabschiedeten „Agenda für Nachhaltige Entwicklung 2030“ vor, die 17 Ziele nachhaltiger Entwicklung (Sustainable Development Goals – SDGs) auflistet. Diese Agenda formuliert 17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung, die mit 169 zugehörigen Zielvorgaben verknüpft sind, welche die ökologische, wirtschaftliche und soziale Entwicklung der Welt in Einklang bringen wollen (Spiller, et al. 2020, 16). Dementsprechend adressieren diese SDGs verschiedene Themen wie Umwelt, Klima, Ressourcen, Gesundheit, Konsum, Armut, Bildung und Wachstum.

Beispiel: Das Nachhaltigkeitsziel 12 'Nachhaltige(r) Konsum und Produktion' spielt – auch mit Blick auf die Ernährung und die Ernährungswirtschaft - dabei eine wichtige Rolle, weil die Umstellung von Produktion und Konsum in einer globalisierten Welt zu den bedeutsamen Herausforderungen des 21. Jahrhunderts gehört. Da der Schwerpunkt auch auf nachhaltigem Konsum liegt, richten Politiker und Entscheidungsträger ihr Augenmerk zudem auf nachfrageseitige Strategien und Instrumente zur Förderung eines nachhaltigen Konsums im Allgemeinen und eines nachhaltigen Lebensmittelkonsums im Besonderen. Somit sind viele Bereiche des täglichen Lebens vieler Menschen angesprochen (UNDP. (2022), Loschelder, et al. 2019).

Eine weitere konzeptionelle Basis im Rahmen der Nachhaltigkeit liefert der One - Health Ansatz: er legt das Verständnis zugrunde, dass die Gesundheit von Mensch, Tier und Umwelt eng zusammenhängen. Der Ansatz will für diese Zusammenhänge sensibilisieren und damit interdisziplinäre Perspektiven fördern: Im Zentrum stehen die Nahtstellen zwischen Menschen, Tieren (Nutz- und Haustieren, Wildtieren) und der Umwelt. Dieser Ansatz kann auf lokaler, regionaler, nationaler und globaler Ebene genutzt werden (Doyle et al. 2020)

Auf nationaler Ebene wurde eine Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie der Bundesregierung entwickelt, die eine wichtige Basis u. a. ist für die Umsetzung der SDGs in Deutschland darstellt. Auch in einzelnen Bundesländern und Kommunen wird auf politischer Ebene die Thematik bearbeitet und weiterentwickelt.

Nachhaltige Ernährung und Ziele der nachhaltigeren Ernährung

Auf der Basis der vorstehend grundlegenden Informationen zu Nachhaltigkeit, wird nachfolgend der Schwerpunkt Nachhaltige Ernährung vertiefend thematisiert.

Die Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen (Food and Agriculture Organization of the United Nations – FAO) hat den Begriff 'nachhaltige Ernährung' wie folgt definiert:

„Nachhaltige Ernährung ist eine Ernährung mit geringen Umweltauswirkungen, die zur Ernährungssicherheit und zum gesunden Leben heutiger und künftiger Generationen beiträgt. Nachhaltige Ernährung schützt und respektiert die biologische Vielfalt und die Ökosysteme, ist kulturell akzeptabel, zugänglich, wirtschaftlich fair und erschwinglich, ernährungsphysiologisch angemessen, sicher und gesund und optimiert gleichzeitig die natürlichen und menschlichen Ressourcen.“ (Spiller, et al. 2020).

Auf europäischer Ebene sind eine nachhaltige Lebensmittelproduktion und Ernährung in den sogenannten „Green Deal“ eingebettet, mit dem der Übergang zu einer modernen, ressourceneffizienten und wettbewerbsfähigen Wirtschaft geschafft werden soll. Dabei wurde u.a. die zentrale Strategie „Vom Hof auf den Tisch“ („from farm to fork“) verfasst, welche in die Diskussion zu den planetaren Belastungsgrenzen eingebunden ist (Renner et al. 2021).

In diesem Kontext haben internationalen Experten und Expertinnen auch den EAT-Lancet-Commission Report erstellt, der eine universelle Referenzernährung für eine nachhaltige Ernährungsweise – die sogenannte 'Planetary Health Diet' unter Angaben von Lebensmittelmengen für eine gesundheitsfördernde Ernährungsweise benennt.

Der Bericht zielt darauf ab, eine zukünftige Weltbevölkerung von 10 Mrd. Menschen im Jahr 2050 innerhalb der ökologischen Belastungsgrenzen der Erde zu versorgen sowie weltweit etwa 11 Mio. vorzeitige Todesfälle pro Jahr zu verhindern (Breidenassel et. al 2022).

In Deutschland hat der Wissenschaftliche Beirat für Agrarpolitik, Ernährung und gesundheitlichen Verbraucherschutz beim Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (WBAE) 2020 ein Expertengutachten für mehr Nachhaltigkeit in der Ernährung publiziert. Die dort genannten vier zentralen Zieldimensionen einer nachhaltigen Ernährung („big four“) sind: Gesundheit, Ökologie, Tierwohl, Soziales, die sich gegenseitig ergänzen können, z. B. mit Blick auf die Empfehlungen für eine pflanzenbasierte Ernährung (Spiller, et al. 2020). Vergleicht man diese „big four“ mit den Säulenmodell der Nachhaltigkeit der Brundtlandkommission, stellt man fest, dass die Dimension Ökonomie bei WBAE nicht explizit berücksichtigt ist, allerdings eine gesonderte Dimension Tierwohl ausgewiesen wird.

Folgend Zieldimensionen wurden im WBAE-Gutachten formuliert:

- **Gesundheit:** eine gesundheitsfördernde Ernährung, die zu einer höheren Lebenserwartung, mehr gesunden Lebensjahren und mehr Wohlbefinden für alle beiträgt.
- **Soziales:** eine Ernährung, die soziale Mindeststandards entlang von Wertschöpfungsketten gewährleistet.
- **Umwelt:** eine umwelt- und klimaschützende Ernährung, die zu den mittel- und langfristigen Nachhaltigkeitszielen Deutschlands passt.
- **Tierwohl:** eine Ernährung, die mehr Tierwohl unterstützt und damit den sich wandelnden ethischen Ansprüchen der Gesellschaft gerecht wird (Spiller et al. 2020).

Das WBAE-Gutachten berücksichtigt neben den Endverbrauchern verschiedene Akteure im Ernährungssystem u.a. die Gemeinschaftsgastronomie und hier insbesondere die Settings Kita und Schulen.

Relevanz in der Ernährung haben in Deutschland auch die von der Fachgesellschaft Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE) erstellten '10 Regeln für eine vollwertige Ernährung' (Adam et. al 2022): diese sind zwar vorwiegend auf Gesundheit ausgerichtet, berücksichtigen allerdings Ökologie insbesondere beim Aspekt „mit tierischen Lebensmitteln die Auswahl ergänzen“ und u.a. beim Hinweis saisonales und regionales Gemüse und Obst zu verwenden. Es stehen somit für eine nachhaltige Ernährung auf internationaler, europäischer und nationaler Ebenen Modelle und Konzepte zur Verfügung, die auf unterschiedlichen Ebenen (Politik, Unternehmen, Verbände, Verbraucher*innen) umgesetzt werden können.

Für diese Umsetzung gibt es diverse Strategien, Aktivitäten und Initiativen, die allerdings bisher noch nicht ausreichen, um das globale Problem der Nachhaltigkeit zu lösen. Dabei ist der Nudging – Ansatz ein Möglichkeit Nachhaltigkeit weiter voranzubringen. Dies wird nachfolgend weiter ausgeführt – sowohl auf individueller Ebene (Self-Nudging) als auch durch Betriebe z. B. in der Gemeinschaftsverpflegung, Außer – Haus – Verpflegung, Lebensmitteleinzelhandel.

Hintergrund Nudging

Das menschliche Verhalten ist nicht rein rational: neben der Rationalität spielt auch die Situation bzw. der jeweilige Kontext der (routinemäßig getroffenen) Entscheidungen eine Rolle (Adam et al. 2019). Daniel Kahneman beschrieb zwei Verhaltenssysteme: **das schnelle, automatische und intuitive System 1**, das große Teile unserer täglichen Routine steuert (z. B. Zähne putzen, essen, Fahrrad oder Auto fahren) und **das langsame, überlegte und bewusste System 2**, welches eine größere geistige Aufmerksamkeit erfordert (z.B. wichtige Entscheidungen u.a. Kauf einer Wohnung, eines Autos (Kahnemann 2012). Die nachfolgende Abbildung illustriert diese Systeme graphisch.

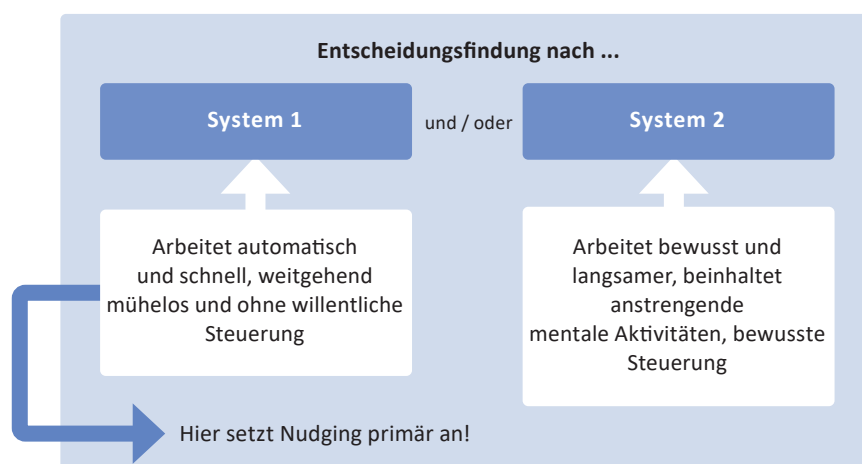


Abb.2 Verhaltenssysteme (eigene Darstellung nach Kahnemann, 2012)

Viele (politische) Maßnahmen, die auf Verhaltensänderung abzielen (z.B. Informationskampagnen, Broschüren) sprechen das **System 2** an. Die Bereitstellung von Informationen und das Wissen um Sachverhalte führt allerdings oft nicht zu einer Entscheidung in die gewünschte Richtung. Um diese Lücke zwischen „Wissen und Handeln“ zu schließen, kann Nudging ein hilfreicher Ansatz sein (Adam et al. 2019).

Der Begriff „Nudge“ wurde u.a. durch das Buch „Nudge – wie man kluge Entscheidungen anstößt“ der breiteren Öffentlichkeit bekannt (Thaler et al. 2008) und auch weil Thaler 2017 einen Nobelpreis erhielt. Ein Nudge ist jeder Aspekt der Entscheidungsarchitektur, der das Verhalten der Menschen auf vorhersehbare Weise verändert, ohne Optionen zu verbieten oder ihre wirtschaftlichen Anreize wesentlich zu verändern. Nudges stupsen das Verhalten der Menschen in die gewünschte Richtung, indem in der Regel das **System 1** angesprochen wird, und der Entscheidungskontext planvoll geändert wird. Bis dato wurde der Nudging-Ansatz bereits weltweit in unterschiedlichen Themenbereichen erfolgreich angewandt (Rossi et al. 2020), u. a. für individuell und gesellschaftlich relevante Themen auch im Feld Gesundheit und Nachhaltigkeit.

Auch in der privaten Häuslichkeit lassen sich Nudges individuell nutzen und damit kann dann das sog. das Self-Nudging zum Tragen kommen: d. h. die bewusste Gestaltung der eigenen Umgebung damit die gewünschten Entscheidungen intuitiv leichter fallen (Adam et al. 2022). Das Self-Nudging kann für unterschiedliche Themen angewendet werden: Nachhaltigkeit, Umwelt, Gesundheit, Ernährung, Bewegung, Konsumententscheidungen.

Nudging für eine nachhaltige(re) Ernährung

Der relativ begrenzte Erfolg bei der Bewältigung von ernährungsbedingten Problemen im Bereich der Nachhaltigkeit durch Maßnahmen wie Kampagnen, Informations-, Beratungs- und Bildungsangebote hat zum Schluss geführt, dass man sich nicht nur auf das zur Verfügung stellen von Wissen konzentrieren sollte. So wurden in den letzten Jahren verstärkt weiterreichende Instrumente vorgeschlagen, u.a. das Nudging (Spiller, et al. 2020). Praxisprojekte und Forschung zeigen, dass mittels Nudges in Richtung Nachhaltigkeit gefördert werden können und Nudges wirksam sind (Thorun et al. 2017).

Nachfolgend werden Nachhaltigkeitsanliegen in der Ernährung exemplarisch mit Beispielen von Nudging-Maßnahmen verknüpft (Winkler 2020, Adam et al 2022), dabei werden als Systematisierungsrahmen die `big four´ aus dem WBAE-Gutachten zugrunde gelegt. Es sei an dieser Stelle kurz darauf verwiesen, dass sich manche Anliegen und Beispiele sowohl der Ökologie als auch der Gesundheit zuordnen lassen können (z.B. Reduktion des Fleischkonsums, Steigerung des Konsums von pflanzenbasierten Lebensmitteln); aus Platzgründen wird dies nur einem Bereich zugeordnet.

Säule Ökologie	Beispiele
Lebensmittel aus ökologischem Anbau bevorzugen	<ul style="list-style-type: none"> • Mensa: Nutzung attraktiven Namen für Speisen in Bioqualität • Lebensmittel-Einzelhandel (LEH): Bio-Lebensmittel attraktiv präsentieren und deren Vorteile mit Aufstellern darstellen
Regionale und saisonale Lebensmittel bevorzugen	<ul style="list-style-type: none"> • LEH: Auslagen für regionale und saisonale Lebensmittel mit einem positiven Symbol wie Smiley oder einer witzigen Botschaft versehen
Verpackungsabfall minimieren	<ul style="list-style-type: none"> • Leistungswasser in Betrieben anbieten und die Becher mit dem Slogan versehen: „Gut für ihre geistige Fitness und die Umwelt“ • Mit Plakaten und/oder kleinen Preisreduktionen zu wieder befüllbaren Kaffeebechern „locken“

Fleisch und Fleischwaren reduzieren	<ul style="list-style-type: none"> • Erstellung eines Schautellers des vegetarischen / veganen Menüs und dessen attraktive Präsentation im Eingangsbereich (Musterteller) • Ankündigung des aushlten vegetarischen/veganen Essens als (günstiges) Tagesgericht
Pflanzliche Lebensmittel bevorzugen	<p>Schulmensa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • anbieten eines vegetarischen / veganen Menüs an der ersten Ausgabeposition • Snackangebot: Nüsse im Kassenbereich platzieren
Tellerreste vermeiden	<p>Außer-Haus-Verpflegung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anbieten von verschiedenen Portionsgrößen unterstützt durch verschiedenen Tellergrößen (klein - normale – groß)
Einweggeschirr und -Verpackungen reduzieren	<ul style="list-style-type: none"> • Anbieten von Getränken in Mehrwegflaschen aus Glas, die prominent platziert werden • Büfett: Verwendung von Glasschalen statt Portionsverpackungen für Marmeladen oder Honig

Säule Gesundheit	Beispiele
Salatkonsum erhöhen	<ul style="list-style-type: none"> • Aufhängen eines Saisonkalenders für Gemüse und Salat an einer prominenten Stelle in der eigenen Küche • Kinder vorbereitete Gemüsesticks als Snack z.B. neben die den Platz der jeweiligen Aktivität stellen (z.B. Schreibtisch, Spielecke)
Gemüsekonsum erhöhen	<p>Gemeinschaftsgastronomie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • pfiffige Auslobung der Gemüsegerichte wie „Schlankes Freitagsmenü, damit die Feiertage nicht ins Gewicht fallen“
Konsum von Hülsenfrüchten erhöhen	<p>Außer-Haus-Verpflegung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erhöhung des Angebots an Hauptspeisen mit Hülsenfrüchten und gleichzeitig die Rezepturen mit auslegen bzw. als download zur Verfügung stellen
Vollkornanteil erhöhen	<p>Außer-Haus-Verpflegung und LEH</p> <ul style="list-style-type: none"> • Präsentation von Vollkornprodukten in Augenhöhe • Verwendung von auffälligen Schildern für die Vollkornvarianten
Obstkonsum erhöhen	<p>Mensa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vor der Kasse Stückobst für die Zwischenmahlzeit platzieren.
Süßigkeiten und Zucker reduzieren	<p>Außer-Haus-Verpflegung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Platzierung von attraktiven gesunden Alternativen zu Beginn der Buffetlinie (z.B. Obst als Fingerfood)
Bewusst Essen	<p>Private Häuslichkeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> • den Essplatz attraktiv gestalten • ein Aufkleber am Kühlschrank zur Erinnerung: ich will nur im Sitzen am Küchentisch essen

Säule Soziales	Beispiele
Fair Trade Label	LEH und Außer-Haus-Verpflegung: <ul style="list-style-type: none"> • Produkte mit einem Fair Trade Label attraktiv und in Augenhöhe platzieren
Gerichte mit Hühnerfleisch auf dem Menüplan: häufiger ½ Hühner anbieten anstatt nur ausgewählter Teile (z.B. Hühnerbrust)	Außer-Haus-Verpflegung: <ul style="list-style-type: none"> • Auf Servietten Gäste darüber informieren, welche positiven Auswirkungen das auf den globalen Fleischhandel hat (Vermeidung von Hühnerteiletransport nach Afrika und damit Zerstörung der lokalen Produktion).

Säule Tierwohl	Beispiele
Höhere Haltungsformen bevorzugen (3 und 4)	LEH: <ul style="list-style-type: none"> • Fleisch höherer Haltungsformen auf Augenhöhe und gut sichtbar platzieren • Mit Plakaten über die verschiedenen Haltungsformen an der Fleischtheke informieren
Hühnerhaltung: Bruderhähne mit aufziehen	LEH: <ul style="list-style-type: none"> • Auf der Verpackung der Eier informieren, dass die Bruderküken mit aufgezogen werden und damit Verbraucher anstupsen diese Eier bevorzugt zu kaufen
„From nose to tail“	Außer-Haus-Verpflegung: <ul style="list-style-type: none"> • Gäste z.B. auf den Servietten darüber informieren, dass in dem Betrieb nicht nur sog. Edel-Teile verwendet werden (z.B. Schnitzel, Schinken), sondern man möglichst alle Teile der Tier verarbeitet. Die Gäste damit anstupsen, dies auch zuhause umzusetzen.

Fazit

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass Betriebe in der Ernährungswirtschaft (Lebensmitteleinzelhandel, Restaurants, Betriebe der Gemeinschaftsverpflegung) eine große Anzahl an Menschen erreichen und diese in ihren Entscheidungen für eine nachhaltigere Ernährungsweise beeinflussen: Nudging-Maßnahmen können dabei einen erfolgversprechenden Ansatz darstellen. Auch in der privaten Häuslichkeit lassen sich Nudges individuell nutzen und damit kann dann das sog. das Self-Nudging zum Tragen kommen, das sich insbesondere bei nachhaltigeren Essensentscheidungen gut nutzen lässt.

Zahlreiche Praxisbeispiele und Studienergebnisse zeigen, dass Nudging-Ansatz ein zweckmäßiger Ansatz, ist um eine nachhaltigere Ernährung zu fördern. Damit kann das Nachhaltigkeitsziel 12 ´nachhaltige(r) Konsum und Produktion´ unterstützt werden.

Literatur

- Adam, S., Pfannes, U., Gorny, A. & Rossi, C. D. (2022). Nudging und die 10 Regeln der DGE: Ernährungsverhalten anstupsen. Ernährungs Umschau, M34-M40. <https://www.ernaehrungs-umschau.de/print-artikel/12-01-2022-ernaehrungsverhalten-anstupsen/>
- Adam, S., Pfannes, U., (2022): Self-Nudging und Ernährungsverhalten - (Neue) Perspektiven für Gesundheit und Nachhaltigkeit in: Ernährungs Umschau 1/2022, M216 – M22
- Adam, S., Pfannes, U. & Rossi, C.D. (2019). Nudging in der Ernährungsberatung und Gemeinschaftsgastronomie: Zwischen Verhaltens- und Verhältnisprävention. Ernährung im Fokus, 326-331. https://gesoca.de/wp-content/uploads/2020/01/1912_19-EiF-4-Nudging.pdf
- Breidenassel, C., Schäfer, A.C., Micka, M., Richter, M., Linseisen, J. & Watzl, B. (2022). The Planetary Health Diet in contrast to the food-based dietary guidelines of the German Nutrition Society (DGE). A DGE statement. Ernährungs Umschau 69(5), 56–72. https://www.ernaehrungs-umschau.de/fileadmin/Ernaehrungs-Umschau/pdfs/pdf_2022/05_22/EU05_2022_M252_M268.pdf
- Brundtland, G. H. (1987). Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future. United Nations General Assembly document A/42/427. <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>
- Doyle, U., Schröder, P., Schönfeld, J., Westphalsettele, K. (2020): Was ist der One Health-Ansatz und wie ist er umzusetzen? What is the One Health approach, and how to implement it? https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/4031/publikationen/umid-02-20-one_health.pdf
- Kahnemann (2012): Schnelles Denken, Langsames Denken, München
- Loschelder, D. D., Siepelmeyer, H., Fischer, D. & Rubel, J. A. (2019). Dynamic norms drive sustainable consumption: Norm-based nudging helps café customers to avoid disposable to-go-cups. Journal of Economic Psychology 75, 1-38. DOI: 10.1016/j.joep.2019.02.002
- Renner, B., Arens-Azevêdo, U., Watzl, B., Richter, Virmani, K. & Linsen, J. (2021). DGE position statement a more sustainable diet. Ernährungs Umschau 2021, 68(7), 144-154. DOI: 10.4455/eu.2021.030
- Rossi, C., Pfannes, U., Adam, S. (2020): The World of Nudging - Eine Übersicht über historische und aktuelle Entwicklungen von Nudge-Initiativen weltweit, in: Ernährungs Umschau 11/2020, Seite M673 bis M677, online: <https://www.ernaehrungs-umschau.de/print-artikel/12-11-2020-the-world-of-nudging/>
- Spiller, A., Renner, B., Voget-Kleschin, L., Arens-Azevedo, U., Balmann, A., Biesalski, H. K., Birner, R., Bokelmann, W., Christen, O., Gauly, M., Grethe, H., Latacz-Lohmann, U., Martínez, J., Nieberg, H., Pischetsrieder, M., Qaim, M., Schmid, J.C., Taube, F. & Weingarten, P. (2020). Politik für eine nachhaltigere Ernährung: Eine integrierte Ernährungspolitik entwickeln und faire Ernährungsumgebungen gestalten. Berichte über Landwirtschaft, Sonderheft 230. https://www.researchgate.net/publication/343879530_Politik_fur_eine_nachhaltigere_Ernahrung_Eine_integrierte_Ernaehrungspolitik_entwickeln_und_faire_Ernaehrungsumgebungen_gestalten
- Thaler, R., Sunstein, C. (2008): Nudge – wie man kluge Entscheidungen anstößt, Berlin
- Thorun, C., Diels, J., Vetter, M., Reisch, L., Bernauer, M., Micklitz, H.-W., Rosenow, J., Forster, D. & Sunstein, C.R. (2017). Nudge-Ansätze beim nachhaltigen Konsum: Ermittlung und Entwicklung von Maßnahmen zum „Anstoßen“ nachhaltiger Konsummuster. Umweltbundesamt. https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/2017-08-22_texte_69-2017_nudgeansatze_nach-konsum_0.pdf
- UNDP. (2022). Sustainable Development Goals. <https://www.undp.org/sustainable-development-goals>
- Winkler, G., Purtscher, A. E. & Streber, A. (2020). Nudge – Die Kunst, Essen geschickt zu platzieren. Planegg.



Dieser Text von Prof. Dr. Sibylle Adam, Prof. Dr. Ulrike Pfannes, Carolina Diana Rossi und Alesya Schalay steht unter der Lizenz CC BY-SA 4.0 (Creative Commons Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0) <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>

Der Urhebernachweis soll bei einer Weiterverwendung wie nachstehend erfolgen: Sibylle Adam, Ulrike Pfannes, Carolina Diana Rossi, Alesya Schalay / HAW Hamburg für HOOU.



Nudging für mehr Gesundheit und Nachhaltigkeit

Modul 5: Nudging & BGM

Einleitung

Die Erhaltung und Förderung der Gesundheit der Beschäftigten kann ein bedeutsames Anliegen der Leitung eines Betriebes und weiterer Akteure (z. B. Mitarbeitervertretung) sein. Auch die Beschäftigten selbst können ein Interesse daran haben, ihre Gesundheit zu erhalten und zu fördern. Dafür stehen unterschiedliche Maßnahmen der Verhältnis- und Verhaltensprävention zur Verfügung. Zudem können sich die Maßnahmen auf unterschiedliche Bereiche beziehen z. B. Ernährung, Bewegung, Stress, rückengerecht arbeiten. Ein Ansatz im Rahmen der Verhältnisprävention kann Nudging sein: Nachfolgend wird der Nudging-Ansatz für das Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) erläutert und vertieft.

Betriebliches Gesundheitsmanagement

Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) ist ein multidisziplinärer Ansatz der mit verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen in Beziehung steht: u.a. Arbeitswissenschaften, Personalmanagement, Psychologie und Gesundheitswissenschaften Laut Initiative „Neue Qualität der Arbeit“ (INQA), ist Betriebliches Gesundheitsmanagement „... die Entwicklung integrierter, betrieblicher Strukturen und Prozesse, die die gesundheitsförderliche Gestaltung von Arbeit und Organisation und vom Verhalten am Arbeitsplatz zum Ziel haben und den Beschäftigten wie dem Unternehmen gleichermaßen zugutekommen.“ (Initiative Neue Qualität der Arbeit, BauA 2016).

Somit kann BGM zur Reduzierung arbeitsbedingter körperlicher und psychischer Belastungen und Beanspruchungen sowie zur langfristigen Gesundheit und Leistungsfähigkeit der Beschäftigten beitragen (Wetzstein 2016).

Die Ausgestaltung des BGM in Betrieben kann sehr unterschiedlich aussehen: von der (ausschließlichen) Einhaltung der rechtlichen Vorgaben bis hin zur Entwicklung und Umsetzung innovativer Konzepte für eine gesundheitsförderliche Organisationsentwicklung; dies hängt wesentlich von der Einstellung des Managements ab (Esslinger 2022). Eine systematische Planung, Durchführung, Steuerung und Evaluierung von Präventionsmaßnahmen ist dabei – wie immer in betrieblichen Kontexten - zweckmäßig. (Rochnowski 2018)

BGM kann je nach Betrieb unterschiedliche Themenfelder und Begrifflichkeiten umfassen, wie z. B. Personal- und Organisationsentwicklung, Freizeitgestaltung, Bewegung, Mind-Management, Emotionsmanagement, Ernährung, Selbstmanagement, Gesundheitscoaching, Work-Life-Balance.

Systematisch kann BGM auf verschiedenen Säulen ruhen, die in der nachfolgenden **Abbildung 1** dargestellt sind:

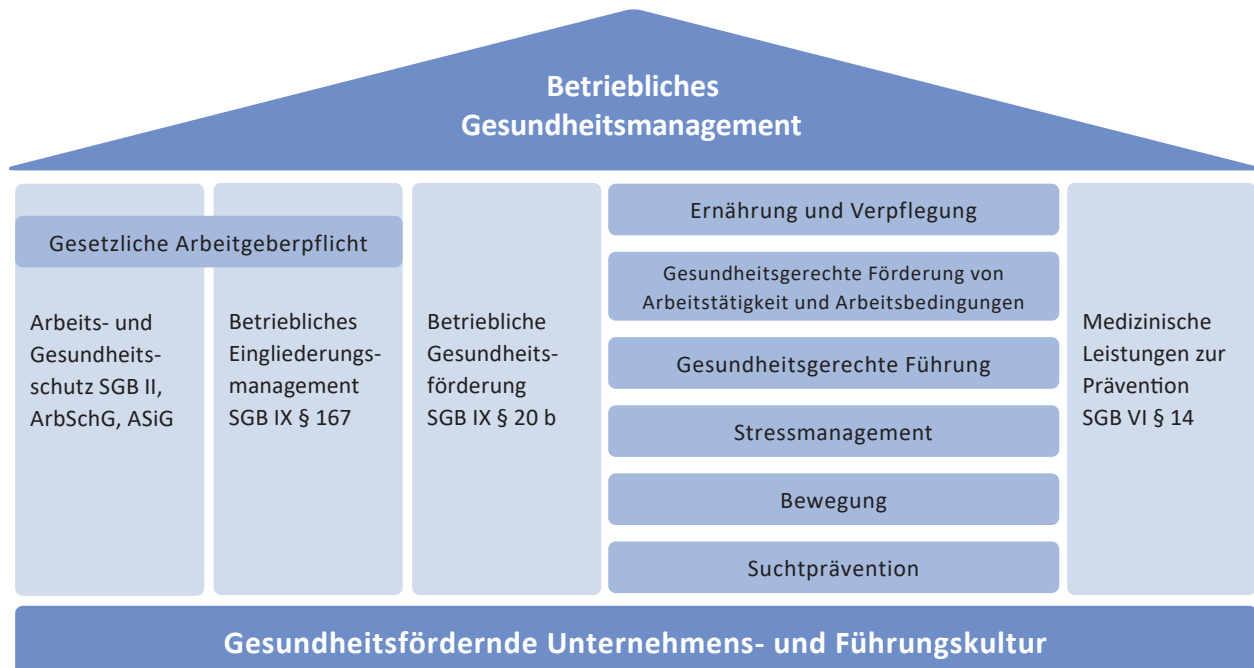


Abb.1: Gesundheit in der Arbeitswelt – Verknüpfungen im BGM (Flothow et al. 2020, modifiziert)

Die verschiedenen Säulen des BGM werden nachfolgend knapp beschrieben (Esslinger 2022, Rochnowski 2018).

- **Arbeit- und Gesundheitsschutz (AGS):** die älteste und erste Säule des BGM, basiert auf rechtlichen Vorgaben (Arbeitsschutzgesetz, Arbeitssicherheitsgesetz, SGB VII) und ist für Arbeitgeber verpflichtend; dazu gehören u.a. die Gefährdungsanalyse und -beurteilung, Maßnahmen in den Bereichen Technik, Organisation, soziale Beziehungen, Fachberatungen durch Betriebsarzt und Sicherheitsfachkraft sowie das Arbeitsschutzmanagement.
- **Betriebliches Eingliederungsmanagement (BEM):** die zweite Säule des BGM, ist ebenso wie AGS (§ 167 SGB IX) eine verpflichtende Aktivität in Betrieben; zu den typischen Maßnahmen gehören Abstimmungen des BEM-Verfahrens, Erhebung von Arbeitsunfähigkeitsdaten (>6 Wochen/Jahr), Eingliederungsteam sowie weitere Maßnahmen der Wiedereingliederung. Diese Maßnahmen richten sich an Beschäftigte mit gesundheitlichen Einschränkungen.
- **Betriebliche Gesundheitsförderung (BGF):** die dritte Säule des BGM, ist eine freiwillige Leistung des Arbeitgebers, auf der Basis ist von § 20b SGB V. Aktivitäten in diesem Feld können z.B. sein: Gesundheitsberatung, Gesundheitszirkel, Gesundheitsseminare, Gesundheitstage, gesundheitsförderliche Verpflegung und Gesundheitssports sein. Zentrales Anliegen ist die Förderung des individuellen gesundheitsorientierten Handelns der Beschäftigten.
- **Medizinische Leistungen zur Prävention:** auf der Basis des Präventionsgesetz (2016), können Arbeitgeber freiwillige Leistungen anbieten, die sich auch an Beschäftigte mit medizinischen Einschränkungen richten können (Flothow et al., 2020). Anliegen ist die Verhinderung bzw. Verminderung von Krankheitsrisiken längerfristig zu gewährleisten (Primärprävention). Diese Leistungen können auch von den Krankenkassen im Rahmen der lebensweltorientierten Prävention (Settingansatz) mitfinanziert werden.

Bei der Umsetzung des BGM ist empfehlenswert die Strukturen und Prozesse der jeweiligen Handlungsfelder so zu gestalten, dass diese miteinander verzahnt sind. Das individuelle Verhalten der Beschäftigten, die Gestaltung von gesundheitsgerechten Arbeitsbedingungen sowie die Regelung zu gesundheitsförderlichen Aktivitäten sollten dabei vernetzt im Fokus stehen, wobei die Aktivitäten – bis auf AGS und BEM – für Arbeitgeber freiwillig sind.

Interventionsmaßnahmen können grundsätzlich sowohl am Verhalten des Individuums als auch an den es umgebenden Verhältnissen ansetzt (Esslinger 2022). Der Nudging-Ansatz kann dabei eine relativ einfache und kostengünstige Möglichkeit sein, um in Betrieben Verhältnissen (um-)zu gestalten.

Hintergrund Nudging

Das menschliche Verhalten ist – entgegen z. B. der Annahmen der neoklassischen Ökonomie – nicht rein rational: Ende der 1970er Jahre wurde erforscht, dass neben der Rationalität auch die Situation bzw. der jeweiligen Kontext die (routinemäßig getroffenen) Entscheidungen beeinflusst (Adam et al. 2019). Daniel Kahneman, Nobelpreisträger 2002, beschrieb zwei Verhaltenssysteme: **das schnelle, automatische und intuitive System 1**, welches großen Teile unserer täglichen Routine steuert (z. B. Zähne putzen, essen, Fahrrad oder Auto fahren) und **das langsame, überlegte und bewusste System 2**, welches eine größere geistige Aufmerksamkeit erfordert (z. B. wichtige Entscheidungen z. B. Kauf einer Wohnung, eines Autos (Kahnemann 2012)) Die nachfolgende Abbildung illustriert diese Systeme graphisch.

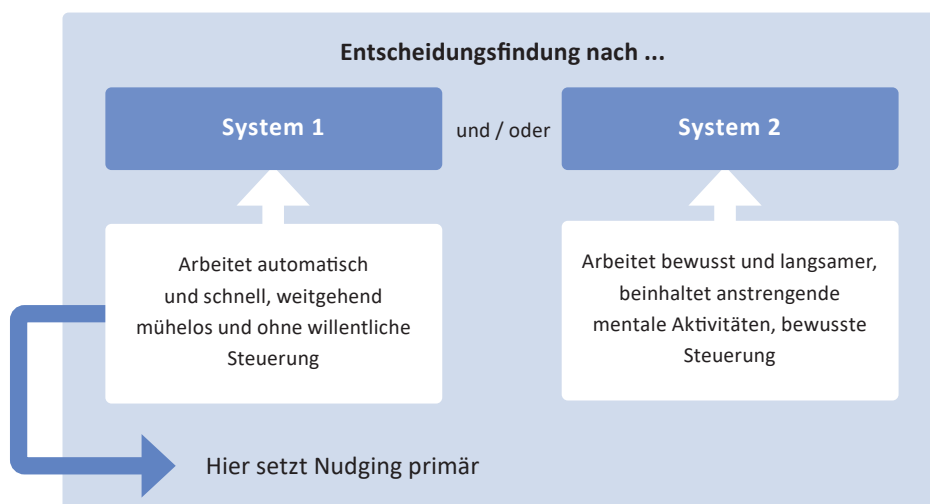


Abb.2 Verhaltenssysteme (eigene Darstellung nach Kahnemann, 2012, S. 32 ff.)

Viele (politische) Maßnahmen, die auf Verhaltensänderung abzielen (z. B. Informationskampagnen, Broschüren) sprechen das **System 2** an. Die Bereitstellung von Informationen führt allerdings oft nicht zu einer Entscheidung in die gewünschte Richtung. Um diese Lücke zwischen „Wissen und Handeln“ zu schließen, kann Nudging ein hilfreicher Ansatz sein (Adam et al. 2019).

Der Begriff „Nudge“ wurde u.a. durch das Buch „Nudge – wie man kluge Entscheidungen anstößt“ der breiteren Öffentlichkeit bekannt (Thaler / Sunstein 2008) und auch weil Thaler 2017 eine Nobelpreis erhielt. Ein Nudge ist jeder Aspekt der Entscheidungsarchitektur, der das Verhalten der Menschen auf vorhersehbare Weise verändert, ohne Optionen zu verbieten oder ihre wirtschaftlichen Anreize wesentlich zu verändern. Nudges stupsen das Verhalten der Menschen in die gewünschte Richtung, indem in der Regel das **System 1** angesprochen wird, und der Entscheidungskontext planvoll geändert wird. Bis dato wurde der Nudging-Ansatz bereits weltweit in unterschiedlichen Themenbereichen erfolgreich angewandt, u.a. für individuell und gesellschaftlich relevante Themen, insbesondere im Feld Gesundheit

Im Bereich des Betrieblichen Gesundheitsmanagements (BGM) sind Arbeitgeber die wesentlichen Entscheidungsarchitekten und können ihren Beschäftigten hilfreiche Gesundheits-Nudges in die Hand geben (Rochnowski 2018).

Nudging und BGM

Maßnahmen des BGM, welche eine gesundheitsgerechte und – förderliche Gestaltung von Arbeit und Organisation sowie vom Verhalten am Arbeitsplatz zum Ziel haben, sollten möglichst viele Anknüpfungspunkte haben, damit Mitarbeiter*innen eines Betriebs davon profitieren. Vor diesem Hintergrund kann Nudging ein geeigneter Ansatz zur Beeinflussung des Gesundheitsverhaltens im Unternehmen sein: durch Änderung der Verhältnisse wird das Verhalten des Individuums beeinflusst (Lorbach 2021). Nudging – Maßnahmen verändern direkt die Verhältnisse (d. h. die Entscheidungsarchitektur) und beeinflussen damit intuitiv das Verhalten des Individuums in die wünschenswerte Richtung (Adam et al. 2019). Grundsätzlich könnte Nudging in allen Säulen des BGM eingesetzt werden:

Mit Blick auf die ersten Säulen AGS und BEM, könnte argumentiert werden, dass die Umsetzung von (gesetzlichen) Vorgaben – durch eine entsprechende Gestaltung der Verhältnisse – intuitiv unterstützt werden kann. Der Nudging-Grundsatz 'ethisch und moralisch vertretbar' wird dabei eingehalten, denn es ist davon auszugehen, dass die Umsetzung gesetzlicher Vorgaben hier einzuordnen ist. Allerdings kämen die beiden weiteren Grundsätze, wie 'die freie Wahl bleibt erhalten' und 'der Nudge ist leicht zu umgehen' nicht zum Tragen, da der Arbeitgeber dazu verpflichtet ist und den Beschäftigten keine Wahlfreiheit zu lassen und für Umsetzung zu sorgen. Inwieweit man das (noch) Nudging nennen kann wäre zu diskutieren: in jedem Fall hilft es, wenn die Entscheidungsarchitektur bei Maßnahmen des AGS und BEM so gestaltet wird, dass intuitiv das wünschenswerte Verhalten erreicht wird.

Dies soll nachfolgend mit einem kurzen Beispiel illustriert werden, um zu zeigen, dass die Entwicklung zweckmäßiger Gewohnheiten unterstützt werden können: „Beschäftigte in einem Produktionsbetrieb legen die Schutzbekleidung – trotz bestehender Vorschrift – nur unzureichend an. Daher wird die Umgestaltung des Umkleideraums (d. h. die Entscheidungsarchitektur) als Nudge konzipiert.

- Bisher mussten die Einzelteile der Schutzbekleidung aus unterschiedlichen Boxen an unterschiedlichen Stellen im Raum zusammengestellt werden. So besteht durchaus die Gefahr, etwas von der Schutzkleidung zu vergessen.
- Durch die Umgestaltung werden die Boxen mit der darin befindlichen Schutzbekleidung nun so nebeneinander platziert, dass ihre Reihenfolge der Logik des Anziehens auf dem Weg zur Arbeit entspricht.
- Somit lässt sich die Reihenfolge des Anziehens leichter erkennen und umsetzen, ebenso die Vollständigkeit. Die Platzierung eines Bildes der vollständigen Schutzkleidung und daneben ein Spiegel am Ausgang des Raumes ermöglicht einen visuellen Vergleich.

Die Änderung der Verhältnisse zur Vereinfachung der Bereitstellung der Schutzkleidung kann zum gewünschten Verhalten anstupsen. Das Übergehen eines Bestandteils der Schutzkleidung erfordert eine aktive Auslassung und wird eher bemerkt (<https://www.iga-info.de/veroeffentlichungen/igapodcast/nudging>).

Nudging-Beispiele für ein günstigeres Ernährungs- und Gesundheitsverhalten im Rahmen von BGM-Maßnahmen
Der Nudging-Ansatz findet typischerweise in den verschiedenen Interventionsbereichen der BGF und der Prävention seinen Platz (Lorbach 2021, 25): z.B. bei Ernährung bzw. Verpflegung, Bewegung, Stress, Sucht.

Die nachfolgende Tabelle - entlang der Systematisierung von Nudges nach Sunstein (2014) - erläutert beispielhaft Nudges für die Felder Ernährung bzw. Verpflegung und Bewegung und Stress bzw. Entspannung.

Tabelle 1: Beispiele für Nudges im Feld Ernährung und Verpflegung (in Anlehnung an Adam et al 2022)

Systematisierung von Nudges (n. Sunstein 2014)	Beispiele für Nudges beim Essen und Trinken
Bequemlichkeit und Einfachheit	Bei den Mahlzeiten einen bunten attraktiven Salat in kleinen Schälchen vorportioniert z. B. am Essplatz platzieren bzw. jedem Essen bei der Speiseplanung einen Salat im Schälchen zuordnen.
Bequemlichkeit und Einfachheit	Obst und Gemüse schneiden und vorportioniert in der Kantine auf Augenhöhe bereitstellen.
Offenlegung von Informationen	Beim Frühstück und/oder in der Zwischenverpflegung ergänzend zu Butter und Marmelade zum Beispiel Quark als Brotaufstrich bereitstellen – kleiner Aufsteller dazu informiert über Nährwerte und Kalorien.
Soziale Normen	Für die Kantine bzw. Cafeteria im Betrieb wird zwischen dem Personal-/Betriebsrat und der Unternehmensleitung vereinbart, dass es zu jedem pflanzenbasierten Mittagessen für den Gast ein Getränk gratis dazu gibt (z. B. Wasser, Tee, Kaffee).
Default	Es werden nur leicht gesalzene Speisen angeboten – bei Bedarf kann mit Kräutern, Pfeffer, Kräutersalz nachgewürzt werden. Oder: Es werden nur leicht gesüßte Nachspeisen angeboten – bei Bedarf kann auf Nachfrage nachgesüßt werden.

Tabelle 2: Beispiele für Nudges – entlang der Systematisierung von Nudges nach Sunstein (2014) - im Feld Bewegung und Stress

Systematisierung von Nudges (n. Sunstein 2014)	Beispiele für Nudges im Feld Bewegung und Entspannung
Offenlegung von Informationen	In einem Gebäude wird in jedem Treppenhaus exponiert vermerkt (z. B. Poster), wieviel Energie für das Treppensteigen jeweils verbraucht wird.
Soziale Normen	Es wird in einer Abteilung bzw. einem Betrieb abgesprochen, dass es für alle Beschäftigten in Ordnung ist am Wochenende und nach Feierabend die Emails nicht mehr zu checken.
Default	Die Treppenhäuser im Betrieb werden immer wechselnd attraktiv gestaltet, so dass die Treppen gerne genutzt und nur noch im Ausnahmefall der Aufzug verwendet wird.
Bequemlichkeit und Einfachheit	Trinkwasserspender auf den Fluren oder die kostenlose zur Verfügung Stellung von Wasser in einer Teeküche können dazu anregen ein paar Schritte zu gehen, Pause zu machen und sich dabei zu bewegen.
Erinnerung	Memos am Arbeitsplatz und/oder Apps erinnern an regelmäßige aktive Pausen, und schlagen eine „Ausgleichsbewegung“ vor z. B. Schulter kreisen, Kopf rollen, tief ein- und ausatmen.

Zusammenfassung und Fazit

- BGM vereinigt verschiedene Handlungsfelder: AGS, BEM, BGF und Medizinische Leistungen der Prävention, wobei die ersten beiden genannten gesetzlich verpflichtend, die weiteren freiwillig sind.
- Die Möglichkeiten der Anwendung des Nudging-Ansatzes im Bereich des BGM sind vielfältig: Er kann in allen Handlungsfelder (u. a. Ernährung und Verpflegung, Bewegung, Stress / Entspannung) eingesetzt werden.
- Bei Nudging steht die Gestaltung der Entscheidungsarchitektur im Mittelpunkt: Anliegen ist es über die Gestaltung der Verhältnisse intuitiv das Verhalten von Menschen zu beeinflussen, so dass dies zu einem wünschenswertes Verhalten führt.
- Mit Nudging kann – durch intuitives anstupsen - einerseits die Gesundheit der Beschäftigten gestärkt und andererseits damit auch die Gesundheitsförderung und Prävention in der Gesellschaft unterstützt werden. Dabei sollte die Entwicklung von Nudging - Maßnahmen in Betrieben ein Prozess sein, der aufbauend auf der jeweiligen Problemerkennung betriebsspezifischen Gegebenheiten einbezieht.

Literatur

- Adam, S., Pfannes, U. & Rossi, C. D. (2019). Nudging in der Ernährungsberatung und Gemeinschaftsgastronomie: Zwischen Verhaltens- und Verhältnisprävention. Ernährung im Fokus, 326-331. https://gesoca.de/wp-content/uploads/2020/01/1912_19-EiF-4-Nudging.pdf
- Adam, Sibylle / Pfannes, Ulrike / Gorny, Anja / Rossi, Caro (2022): Nudging und die 10 Regeln der DGE - Ernährungsverhalten anstupsen, in: Ernährungsumschau 1/2022, M216 – M221
- Esslinger, A. S. (2022). Betriebliches Gesundheitsmanagement. In R. Haring (Hrsg.), Gesundheitswissenschaften (859-868). Berlin: Springer. DOI: [10.1007/978-3-662-65219-0](https://doi.org/10.1007/978-3-662-65219-0)
- Flothow Anne, Adam Sibylle (2020): Bedarfsgerecht essen am Arbeitsplatz, in: Ernährung im Fokus 3/2020, S. 156- 161
- Initiative Neue Qualität der Arbeit, BauA. (2016). Gesunde Mitarbeiter-Gesundes Unternehmen [Handlungshilfe]. [https://inqa.de/SharedDocs/downloads/webshop/psyga-gesunde-mitarbeiter-gesundes-unternehmen? blob=publicationFile](https://inqa.de/SharedDocs/downloads/webshop/psyga-gesunde-mitarbeiter-gesundes-unternehmen?blob=publicationFile)
- Kahnemann, Daniel (2012): Schnelles Denken, langsames Denken, München
- Lorbach, A. (2021). Nudging im Unternehmen in Bezug auf das Sicherheits- und Gesundheitsverhalten von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern unter besonderer Berücksichtigung der Corona-Pandemie. Social Policy in Demand: A Working Paper Series, No. 2021/02, 1-52. DOI: [10.18418/978-3-96043-090-2](https://doi.org/10.18418/978-3-96043-090-2)
- Rochnowski, S. A. (2018). Gesundheitsmanagement als personale Ressource der Lebensstilmodifikation: Gesundheitsfördernde Maßnahmen und Nudges für Führungskräfte in Settings [Dissertation, Leuphana Universität]. Wiesbaden: Springer Gabler. DOI: [10.1007/978-3-658-23569-7](https://doi.org/10.1007/978-3-658-23569-7)
- Sunstein (2014): Sunstein, C. R. (2014). Nudging: A Very Short Guide. Journal of Consumer Policy, 37(4), 583–588. <https://doi.org/10.1007/s10603-014-9273-1>
- Thaler, R.H. & Sunstein, C.R. (2008). Nudge: Wie man kluge Entscheidungen anstößt, München
- Wetzstein, A. (2016). Evaluation von Betrieblichem Gesundheitsmanagement. In Pfannstiel, M. A. & Mehlich, H. (Hrsg.), Betriebliches Gesundheitsmanagement: Konzepte, Maßnahmen, Evaluation (371-380). Wiesbaden: Springer Gabler. DOI: [10.1007/978-3-658-11581-4](https://doi.org/10.1007/978-3-658-11581-4)



Dieser Text von Prof. Dr. Sibylle Adam, Prof. Dr. Ulrike Pfannes, Carolina Diana Rossi und Alesya Schalay steht unter der Lizenz CC BY-SA 4.0 (Creative Commons Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0) <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>

Der Urhebernachweis soll bei einer Weiterverwendung wie nachstehend erfolgen: Sibylle Adam, Ulrike Pfannes, Carolina Diana Rossi, Alesya Schalay / HAW Hamburg für HOOU.



Nudging für mehr Gesundheit und Nachhaltigkeit

Modul 6: Nudging in Kita und Schule

Einleitung

In Kitas und Schulen halten sich Kinder bzw. Jugendliche viele Stunden am Tag auf: sie sind Teil ihrer aktuellen Lebenswelt, die auch eine wesentliche Prägung für später mit sich bringt.

(Ganztages-)Schulen und Kitas haben dabei – mit unterschiedlichen Schwerpunkten – sowohl Bildung als auch Betreuung zur Aufgabe. Für Schulen gibt es dazu länderspezifische Rahmenlehrpläne als Basis des Unterrichts und für Kitas gibt es Bildungspläne der Bundesländer. Die Berücksichtigung von Ernährungsbildung ist dabei unterschiedlich ausgeprägt und häufig nicht systematisch verankert (Heseker et al. 2018).

In beiden Bereichen wird i. d. R. Gemeinschaftsverpflegung angeboten, je nach Institution Mittagsverpflegung und ggf. auch Zwischenverpflegung. Eine Verbindung z.B. zwischen Gemeinschaftsverpflegung und Ernährungsbildung ist nicht immer gegeben.

Die Verpflegung kann – neben der „reinen“ Versorgung – auch einen eigenständigen Beitrag zu wichtigen gesellschaftlichen Themen leisten: aktuell sind dies insbesondere Nachhaltigkeit und Gesundheit. Ein unterstützender Ansatz hierfür kann Nudging sein. Dabei werden die Kinder und Jugendlichen intuitiv angestupst, die für sie und die Gesellschaft günstigere Entscheidungen zu treffen. Um diese tatsächlich beim Essen und Trinken umsetzen zu können, ist ein gesundheitsförderliches und nachhaltiges Angebot die zentrale Basis.

Hintergrund Nudging

Nudging bedeutet im Englischen „anstupsen“. Diese „Anstupser“ (nudges) stehen für kleine gezielte unbewusste Impulse, die das Verhalten beeinflussen. Dafür wird die jeweilige Umgebung so gestaltet, dass dies intuitiv eine günstigere Entscheidung auslöst. Es entsteht also eine neue Entscheidungsarchitektur: dies ist ein zentraler Teil des Nudging – Ansatzes. Um jedoch von „Nudging“ sprechen zu können, müssen nach Thaler und Sunstein (Thaler et al., 2009) **drei Voraussetzungen** zutreffen:

1. Die Wahlmöglichkeiten (des Angebotes) müssen bestehen bleiben.
2. Der Anstupser, das heißt der Nudge, muss einfach zu umgehen sein.
3. Die Maßnahmen des Nudgings dienen dem Wohl des Einzelnen oder der Gesellschaft, d. h. sie sind ethisch und moralisch vertretbar.

Nudging kann in vielen Bereichen eingesetzt werden, vorrangig bei Themen, die gesellschaftlich relevant sind, wie zum Beispiel bei Nachhaltigkeit und Gesundheit. So ist auch eine gesundheitsförderliche und nachhaltige Ernährung, die sich z. B. an den Empfehlungen des DGE-Qualitätsstandards für die Verpflegung in Schulen orientiert, von Interesse und kann daher angestupst werden. In Folge dessen kann auch das individuellen Ernährungsverhalten positiv beeinflusst werden. Damit kann ein Beitrag zur Prävention und Gesundheitsförderung geleitet werden (Adam et al. 2019).

Um nachvollziehen zu können, wo und wie Nudging beim (Ernährungs-) Verhalten ansetzt, ist ein knapper Blick auf die verschiedenen Verhaltenssysteme und die Entscheidungsfindung hilfreich: Das Verhalten von Menschen wird nur zum Teil bewusst gesteuert. (Unbewusste) Gewohnheiten und situative Faktoren prägen das Verhalten erheblich (Sunstein 2014). Dies gilt grundsätzlich für jedes Verhalten und somit auch für das Ernährungsverhalten.

Es lassen sich zwei „Systeme“ zur Steuerung des menschlichen Verhaltens unterscheiden. Diese Systeme unterscheiden sich grundständig: Während System 1 schnell, automatisch und unbewusst abläuft, ist für System 2 typisch, dass bewusste, kontrollierte und eher langsame Entscheidungen darüber generiert werden. Die Übergänge zwischen den Systemen können fließend sein (Kahnemann 2012).

Im Feld Ernährung ist praktisch vielfach das System 1 aktiv, da es sich beim Essen und Trinken oft um routinemäßige, schnelle und unbewusste Entscheidungen handelt. Nudging im Kontext von Ernährung setzt meist beim System 1 an und will durch die Gestaltung der Ess-Umgebung auf die unbewussten, schnellen Entscheidungen gezielt Einfluss nehmen. Die Menschen, die angestupst werden sollen, müssen über diese gezielt gesetzten Impulse (Nudges) nicht informiert sein, damit sie wirksam sind. Der Nudging-Ansatz kann somit als Ergänzung zu den vielen, auf Wissensvermittlung gerichteten Kampagnen (zum Beispiel IN FORM), eingesetzt werden, die eher auf eine kognitive Verarbeitung der Informationen abzielen - damit dem System 2 zugeordnet werden können – und darüber zweckmäßige Entscheidungen erreichen wollen (Adam et al. 2022a, Adam et.al 2022b)

Nudging: ein Ansatz auch für die Kita- und Schulverpflegung

Immer dann, wenn es darum geht das Wohl des Individuums und der Gesellschaft zu fördern, ist Nudging eine vergleichsweise einfache Möglichkeit, auf das Verhalten intuitiv Einfluss zu nehmen. Es bietet sich auch in den Settings Kita und Schule an, da Kinder hier einerseits gemeinsam viele Stunden Zeit verbringen (Lernen und Freizeit) und andererseits diese Zeit auch prägend für ihren weiteren Lebensweg ist (DGE (Hrsg.2022a, 2022b)

Im Setting Kita und Schule gilt es Verantwortung für gesundheitsförderliches und nachhaltiges Essen und Trinken zu übernehmen, sowohl was das Angebot angeht als auch zu fördern, dass Kinder dies wählen. Denn: Die Gemeinschaftsverpflegung kann das Verhalten von Personen durch Maßnahmen der Verhältnisprävention langfristig beeinflussen. Idealerweise ergeben sich dann Synergieeffekte auf das individuelle Verhalten, so dass hier dann auch die Verhaltensprävention greift.

In der Schule kann– vor allem bei größeren Kindern - das Thema Schülerpartizipation berücksichtigt werden: Dabei können Lernenden, systematisch auf Planung, Gestaltung und Reflexion Einfluss nehmen, sei es auf die Lern- und Schulkultur und/oder die Verpflegung. Partizipation selbst kann auch als Nudge (Anstupser) interpretiert werden, da dies intuitiv einen Einfluss auf das Ernährungsverhalten haben kann. Partizipation kann auf verschiedenen Stufen erfolgen: **(1)** Information, **(2)** Mitsprache, **(3)** Mitbestimmung (Pfannes et al. 2021).

Voraussetzung für Nudging ist, dass es ein nachhaltiges und gesundheitsförderliches Angebot gibt, zum Beispiel auf der Basis der DGE-Qualitätsstandards oder dem RAL-Gütezeichen Kompetenz richtig Essen. Der DGE-Qualitätsstandard Schulverpflegung empfiehlt ausdrücklich Nudging-Maßnahmen (DGE (Hrsg.) 2022a, S. 63f), im DGE-Qualitätsstandard für die Verpflegung in Kitas ist Nudging kein Thema: dies wird im Standard nicht begründet (DGE Hrsg.) 2022b).

Für die Entwicklung und Umsetzung von Nudging - Maßnahmen in der Praxis ist ein strukturiertes Vorgehen zielführend. Idealerweise werden die relevanten Akteurinnen und Akteure vor Ort mit „ins Boot“ genommen. Von Bedeutung ist dabei auch die Passung von Versorgungs- und Bildungsauftrag: die Vernetzung des Verpflegungsangebotes mit Ernährungsbildung ist zweckmäßig. In den nachfolgenden Tabellen finden sich Beispiele für Nudges für die Verpflegung in Kitas und Schulen.

Da Verpflegungssituation in Schulen und Kitas recht unterschiedlich ist, werden die nachfolgenden Nudge-Beispiele (Tabelle 1 und Tabelle 2) getrennt dargestellt, denn die Entscheidungsarchitektur – das zentrale Gestaltungselement des Nudgings – ist in den Settings verschieden: In weiterführenden Schulen gibt es i.d.R. ein Linien- oder Free-Flow-Ausgabesystem, während es in Kitas vielfach ein Schüsselsystem gibt und pädagogisches Personal die Mahlzeit begleitet; dies gibt es z. T. auch noch in Grundschulen.

Es gibt unterschiedliche Möglichkeiten, Nudges zu strukturieren und damit besser handhabbar zu machen: Verschiedene Autoren haben sich dazu Systematisierungen überlegt (vgl. Adam/ et al 2022a): in den nachfolgenden Tabellen finden sich Beispiele für Nudges & Verpflegung entlang der Systematisierung von Cadario / Chandon (2020).

Tabelle 1: Nudge-Typen verknüpft mit Beispielen für die Schulverpflegung

Nudge-Typ (n. Cadario / Chandon (2020))	Erläuterung zum Nudge-Typ	Nudge-Beispiele für Schulverpflegung (DGE 2022, S. 64)
emotionsbezogene Nudges (affectively oriented nudges)	der Anstupser löst eine Emotion aus, auf die ein bestimmtes Verhalten folgt	<ul style="list-style-type: none"> • Verbale Aufforderung: „Möchtest du auch noch etwas Gemüse?“ • Attraktive Bilder oder Fotos im Ausgabebereich und Pausenraum • Appetitliches anrichten • Attraktive Gestaltung: Aus- bzw. Beleuchtung und/oder schön gestalteter Musterteller • Attraktive Benennung der Speise • Attraktives, altersgerechtes Geschirr • Ansprechende Dekoration • Unterbewusste Empfehlungen (z. B. witzige Sprüche)
kognitivbezogene Nudges (cognitiveley oriented nudges)	Der Anstupser zielt darauf ab, das Wissen der Personen zu beeinflussen, aus der ein bestimmtes Verhalten resultiert	<ul style="list-style-type: none"> • Schilder, Fähnchen, Aufkleber mit gesundheitsförderlichen Hinweisen zur Speise • Farbiges Geschirr, z.B. in Ampelfarben, wobei „grün“ für eine empfohlene Speise steht
handlungsbezogene Nudges (behaviorally oriented nudges)	der Anstupser will eine motorische Reaktion auslösen, also eine Handlung hervorrufen, ohne notwendigerweise ein bestimmtes Wissen oder Gefühle zu verändern	<ul style="list-style-type: none"> • Gesundheitsfördernde und nachhaltige Komponenten als „Standard“ • Unterschiedliche Optionen und Darreichungsformen (z. B. verschiedenes Stückobst, vorgeschnitten und / oder verzehrsfertig) • To-Go-Variante • Probierhäppchen • Verschiedene Formen und Größe des Geschirrs • Verschiedene Portionsgrößen • Salattheke gut erreichbar im Eingangsbereich • Ausgabe mit den höchsten Abverkaufszahlen nutzen • Wartebereiche nutzen (z. B. Kasse, vor Ausgabe) • Eingangsbereich der Ausgabe nutzen, um z.B. Obst anzubieten • Greifhöhe der Schüler*innen berücksichtigen, um die gesundheitsförderlichen Gerichte anzubieten

Tabelle 2: Nudge-Typen verknüpft mit Beispielen für die Kita-Verpflegung

Nudge-Typ (n. Cadario / Chandon (2020))	Erläuterung zum Nudge-Typ	Nudge-Beispiele für Kitaverpflegung
emotionsbezogene Nudges (affectively oriented nudges)	der Anstupser löst eine Emotion aus, auf die ein bestimmtes Verhalten folgt	<ul style="list-style-type: none"> • verbale Aufforderung bei der jeweiligen Mahlzeit: „Möchtest du noch etwas Gemüse oder Rohkost oder Salat?“ „Willst Du das mal probieren?“ • Appetitliches anrichten der Schüsseln bzw. Platten für die Tischgemeinschaft • Das Pädagogische Personal äußert sich positive zum jeweiligen gesundheitsförderlichen Essen (z. B. „mmmhhhh“ ist das lecker) und isst – als Vorbild – insbesondere bei unbekanntem Speisen mit. • Die Kinder dürfen ihre Lieblingsgerichte in der Kita wählen und erhalten dafür das Rezept, so dass die Eltern dieses auch zuhause nachkochen können.
kognitivbezogene Nudges (cognitiveley oriented nudges)	Der Anstupser zielt darauf ab, das Wissen der Personen zu beeinflussen, aus der ein bestimmtes Verhalten resultiert	<ul style="list-style-type: none"> • Gemüse (z. B. ganze Lauchstangen, Kohlköpfe, Gurken, Tomaten) bzw. ganze Obststücke (z. B. Äpfel, Birnen, Erdbeeren, Bananen), die am jeweiligen Tag auf dem Speiseplan stehen, werden im Eingangsbereich attraktiv platziert, so dass jedes Kind und auch die Eltern diese sehen können. Die Kinder werden durch das pädagogische Personal zusätzlich informiert. Für die Eltern wird dein Aufsteller platziert: Obst und Gemüse: lecker & gesund. • Der Kita Speiseplan wird für die Kleinkinder auch in Bildern dargestellt (z.B. www.donbosco-medien.de); dies ermöglicht auch (visuell) mit den Kindern im Stuhlkreis über das tägliche Essen zu sprechen.
handlungsbezogene Nudges (behaviorally oriented nudges)	der Anstupser will eine motorische Reaktion auslösen, also eine Handlung hervorrufen, ohne notwendigerweise ein bestimmtes Wissen oder Gefühle zu verändern	<ul style="list-style-type: none"> • Probierhäppchen auf kleinen Tellerchen zur Verfügung stellen, vor allem bei Speisen bzw. Gerichten, die den Kindern (noch) nicht vertraut sind. • Bei den Mahlzeiten einen bunten attraktiven Salat oder Rohkost in kleinen Schälchen vorportioniert z.B. am Essplatz platzieren. • Obst und Rohkost gemeinsam mit den einigen größeren Kindern kleinschneiden und vorportioniert platzieren, so dass alle sich bedienen können • Es gibt für jedes Gericht die Möglichkeit eine große oder eine kleine Portion auf einem großen oder kleinen Teller zu wählen (u.a. Food waste minimieren).

Letztendlich wird vor Ort entscheidend sein, welche Nudges passend erscheinen und womit die beteiligten Akteure gut zurechtkommen: Nudging sollte Teil des Verpflegungskonzeptes sein und die Gestalter*innen der Entscheidungsarchitektur sollten geschult sein, um diesen Nudging-Ansatz gezielt einzusetzen. Vieles lässt sich nicht nur schnell, sondern auch einfach und günstig im Alltag umsetzen und wird z.T. auch schon in den jeweiligen Settings gemacht.

Fazit: einfach mal machen!

„Es gibt nichts Gutes, außer man tut es“ (Erich Kästner): das gilt auch für Nudging in der Kita- und Schulverpflegung. Es bietet sich zum Start ein Probelauf an: damit erhält man die Möglichkeit, erste Erfahrungen zu sammeln, diese dann in (neue) Routinen einfließen zu lassen und auszubauen.

Fest steht: Nudging wirkt und kann – neben der Ernährungsinformation und Ernährungsbildung – eine zweckmäßige Ergänzung zur Umsetzung von Nachhaltigkeit und Gesundheit im Setting Kita und Schule sein.

Literatur

- Adam, Sibylle; Pfannes, Ulrike; Rossi, Carolina: Nudging in Ernährungsberatung und Gemeinschaftsgastronomie: Zwischen Verhaltens- und Verhältnisprävention, in: Ernährung im Fokus 4/2019, S. 326 - 331
- Adam, Sibylle / Pfannes, Ulrike / Gorny, Anja / Rossi, Caro (2022a): Nudging und die 10 Regeln der DGE: Ernährungsverhalten anstupsen, in: Ernährungsumschau 1/2022, M34-M40
- Adam, Sibylle / Pfannes, Ulrike (2022b): Self-Nudging und Ernährungsverhalten - (Neue) Perspektiven für Gesundheit und Nachhaltigkeit in: Ernährungsumschau 1/2022, M216 – M221
- Cadario, R., & Chandon, P. (2020). Which Healthy Eating Nudges Work Best? A Meta-Analysis of Field Experiments. Marketing Science, 39(3), 465–486. <https://doi.org/10.1287/mksc.2018.1128>
- DGE (Hrsg.) (2022a): DGE-Qualitätsstandard für die Verpflegung in Schulen, Bonn (download)
- DGE (Hrsg.) (2022b) DGE-Qualitätsstandard für die Verpflegung in Kitas, Bonn (download)
- Heseker, Helmut / Dankers, Rhea / Hirsch, Julia: Ernährungsbezogene Bildungsarbeit in Kitas und Schulen (ErnBildung), Abschlussbericht, Paderborn (download)
- Kahnemann, Daniel (2012): Schnelles Denken, Langsamens Denken, München
- Pfannes, Ulrike / Rachuth, Alexandra (2021): Partizipation in der Schulverpflegung, in: Ernährung im Fokus 3/2021, S. 182 – 187
- Pfannes Ulrike / Adam Sibylle (2023): Fachinformation: Fokus Nudging in der Gemeinschaftsverpflegung; Hessische Lehrkräfteakademie / Vernetzungsstelle Schulverpflegung / Serviceagentur ganztätig lernen Hessen (Hrsg.); (online verfügbar: <https://lehrkraefteakademie.hessen.de/schulverpflegung-und-ernaehrungsbildung/fachinformationen-und-praxisorientierte-hilfen>)
- Pfannes, Ulrike / Carlsohn, Anja / Adam, Sibylle: Nachhaltige und gesundheitsförderliche Schulverpflegung: Potenziale von Nudging und Co., in: Wittkowske, Steffen & Reimer, Monika & Polster, Michael (Hrsg.): Nachhaltige Ernährungsbildung im Fokus von Schule und Gesellschaft, (in Druck)
- Sunstein C. (2014): Nudging: a very short guide. Journal of Consumer Policy 2014; 37(4): 583–8.
- Thaler R., Sunstein C, (2009): Nudge: Wie man kluge Entscheidungen anstößt, München



Dieser Text von Prof. Dr. Sibylle Adam, Prof. Dr. Ulrike Pfannes, Carolina Diana Rossi und Alesya Schalay steht unter der Lizenz CC BY-SA 4.0 (Creative Commons Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0) <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>

Der Urhebernachweis soll bei einer Weiterverwendung wie nachstehend erfolgen: Sibylle Adam, Ulrike Pfannes, Carolina Diana Rossi, Alesya Schalay / HAW Hamburg für HOOU.



Wann macht Nudging Sinn?

Modul 2: Aufgabe für Multiplikator*innen: Kritik an Nudging

Taxonomiestufe	Beschreiben (Stufe 2)
Beschreibung der Aufgabe	<p>Nudging ist ein Ansatz zur Verhaltensänderung, der darauf abzielt, Menschen subtil zu beeinflussen, um bessere Entscheidungen zu treffen. Trotz seiner zunehmenden Bedeutung und Anwendung in verschiedenen Bereichen, darunter Politik, Gesundheit und Umweltschutz, gibt es kontroverse Kritikpunkte im Zusammenhang mit Nudging.</p> <p>Ihre Aufgabe besteht darin, mögliche Kritikpunkte zu identifizieren. Betrachten Sie dabei die potenziellen ethischen Bedenken, die mit dem Einsatz von Nudging-Strategien verbunden sein können.</p>
Mehrwert für Ihren Betrieb	<p>Die Teilnehmer dieser Aufgabe werden ein tieferes Verständnis für die kritische Diskussion über den Nudging-Ansatz. Dieses Wissen kann in Ihrem Betrieb von Nutzen sein, da Sie sich mit den ethischen Aspekten von Nudging auseinandersetzen und mögliche Bedenken hinsichtlich der Anwendung des Ansatzes besser verstehen können. Dies ermöglicht es Ihnen, Nudging-Strategien verantwortungsvoll einzusetzen und potenzielle negative Auswirkungen zu minimieren.</p>
Teilnahmevoraussetzungen	<p>Um diese Aufgabe erfolgreich absolvieren zu können, sollten Sie über grundlegende Kenntnisse des Nudging-Ansatzes verfügen. Idealerweise haben Sie Modul 1 und Modul 2 belegt.</p>
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> • Faktenwissen: Die Teilnehmer sollen grundlegendes Wissen über die kritische Diskussion um den Nudging-Ansatz erwerben. • Kenntnis: Die Teilnehmer sollen in der Lage sein, drei Kritikpunkte im Kontext von Nudging zu identifizieren und zu erklären. • Tatsachen: Die Teilnehmer sollen ihre Kritikpunkte präzise formulieren. • Begriffe nennen: Die Teilnehmer sollen ein Verständnis für die verschiedenen Perspektiven in der Debatte über Nudging entwickeln.
Zielgruppe	<ul style="list-style-type: none"> • Multiplikatorinnen und Multiplikatoren • Betriebsfachkräfte und Fachkräfte der Institutionen mit Bildungs- bzw. Betreuungsauftrag
Behandelte Themen	<ul style="list-style-type: none"> • Kritische Diskussion über den Nudging-Ansatz • Manipulation im Zusammenhang mit Nudging • Ethische Bedenken und Grenzen von Nudging
Methode	<p>Die Aufgabe besteht darin, dass die Teilnehmer eigenständig reflektieren und ihre Gedanken zu den Kritikpunkten schriftlich formulieren.</p>

Raumbedarf/ Ausstattung	Für diese Aufgabe ist kein spezieller Raum oder besondere Ausstattung erforderlich. Die Teilnehmer können sie an ihrem eigenen Arbeitsplatz oder an einem beliebigen Ort ihrer Wahl durchführen. Der Zugriff auf Online-Ressourcen kann jedoch hilfreich sein, um die Kritikpunkte zu reflektieren.
Ablauf	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung: Geben Sie den Teilnehmern eine kurze Einführung in das Thema Nudging, Manipulation und die damit verbundene kritische Diskussion. • Aufgabenstellung: Präsentieren Sie den Teilnehmern die Aufgabe, bei der sie drei Kritikpunkte hinsichtlich der Manipulation im Kontext von Nudging identifizieren sollen. • Recherche und Reflexion: Die Teilnehmer recherchieren eigenständig und reflektieren über mögliche Kritikpunkte. Sie können dabei auf Literaturquellen, Fallstudien oder persönliche Erfahrungen zurückgreifen. • Formulierung der Kritikpunkte: Die Teilnehmer formulieren ihre Kritikpunkte präzise und stützen sie mit relevanten Quellen oder Beispielen. • Zusammenfassung und Abgabe: Die Teilnehmer fassen ihre Ergebnisse zusammen und reichen ihre schriftlichen Antworten ein.
Arbeitsaufwand	30 Minuten
Teilnehmerzahl	Die Teilnehmerzahl kann variieren, sollte jedoch idealerweise zwischen 1 und 10 Personen liegen, um eine effektive Diskussion und individuelle Teilnahme zu gewährleisten.
Arbeitsmaterialien	<ul style="list-style-type: none"> • Zugang zu Modul 1 und Modul 2 • Laptop • Schreibmaterialien
Checkliste zur Bewertung	Die Lösung als PDF-Datei zum Ausdruck für die Multiplikatorinnen und Multiplikatoren
Aufgabe	<p>Reflektieren Sie über die Kritikpunkte im Nudging. Betrachten Sie den Nudging-Ansatz und identifizieren Sie drei mögliche Kritikpunkte.</p> <p>Beschreiben Sie dann die Kritikpunkte und geben Sie Beispiele.</p>

<p>Beispiellösung</p>	<p>Drei Kritikpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Nudging ist Manipulation“: Der Kritikpunkt der Manipulation im Zusammenhang mit dem Nudging-Ansatz bezieht sich darauf, dass die eingesetzten Nudges Menschen dazu bringen können, bestimmte Entscheidungen zu treffen, ohne dass sie sich dieser Beeinflussung bewusst sind. • „Verhinderung der freien Wahl“: Ein weiterer Kritikpunkt im Zusammenhang mit dem Nudging-Ansatz ist die potenzielle Verhinderung der freien Wahl. Kritiker argumentieren, dass Nudges die Entscheidungen der Menschen in eine bestimmte Richtung lenken und dadurch ihre Wahlfreiheit beeinträchtigen können. Indem bestimmte Optionen hervorgehoben oder andere Optionen erschwert werden, wird den Menschen die Möglichkeit genommen, unabhängig und ohne Beeinflussung ihre eigenen Entscheidungen zu treffen. • Kurzfristige Verbraucherlenkung: Ein weiterer Kritikpunkt im Zusammenhang mit dem Nudging-Ansatz ist die mögliche kurzfristige Ausrichtung der Maßnahmen auf die Verbraucherlenkung. Kritiker argumentieren, dass Nudges oft darauf abzielen, kurzfristige Verhaltensänderungen zu bewirken, ohne dabei die langfristigen Auswirkungen zu berücksichtigen. <p><i>Bitte beachten Sie, dass dies nur ein Beispiel für die Lösung der Fallstudie ist und es viele andere mögliche Ansätze und Maßnahmen geben kann, die ebenfalls effektiv sein könnten. Die konkrete Umsetzung hängt von verschiedenen Faktoren ab, wie dem spezifischen Restaurant, den Zielkunden und den vorhandenen Ressourcen.</i></p>
-----------------------	--

