



Erstmals zeigt ein Modellprojekt im GV-Bereich, dass Nudging dabei hilft, eine gesündere Speisenauswahl zu treffen. Die Methode der „kleinen Stupser“ ist sehr effektiv und nicht aufwendig. Was hat es mit Nudging genau auf sich?

Das Projekt

Laufzeit: Juli 2016 bis Februar 2018

Projektteam: Prof. Dr. Gertrud Winkler (Hochschule Albstadt-Sigmaringen), Barbara Berger (KErn), Birgit Filipiak-Pittroff (Statistische Beratung und Auswertung), Agnes Streber und Angela Hartmann (Ernährungsinstitut Kinderleicht, München)

Ziele: Konsum ...

... **steigern:** Wasser, Gemüse und Salat, Obst, Vollkornprodukte

... **reduzieren:** zuckergesüßte Getränke, Fleisch und Fleischprodukte, fett- und zuckerhaltige Snacks, Süßigkeiten

Anstoß für **Gesundes**

Treppe oder Rolltreppe? Rad oder Bus? Was soll ich heute anziehen? Soll ich mir noch einen Nachtschirm genehmigen? Egal, ob es darum geht, welche Schuhe wir heute anziehen oder welchen Radiosender wir im Auto auswählen. Jeden Tag treffen wir etwa 100.000 Entscheidungen, ca. 200 alleine in Richtung Ernährung, und es gibt zahlreiche Faktoren, die uns dabei beeinflussen. Vor allem Entscheidungen, die einen gesunden Lebensstil betreffen, sei es regelmäßiger Sport oder eine

gesundheitsförderliche Ernährung, stellen für viele Menschen eine tägliche Herausforderung dar. Vom inneren Schweinehund ist häufig die Rede, den

Menschen entscheiden meist intuitiv.

es einfach zu überwinden gilt. Tatsächlich treffen wir über 90 Prozent unserer Entscheidungen eher unbewusst und schnell – vom Autopiloten ge-

lenkt - und beileibe nicht rational. Gewohnheiten graben sich ein und sind schwer aus dem System zu entfernen oder zu löschen. Die „Ratio“ hingegen steuert die bewussten, zielgerichteten und regulierbaren Handlungen. Dass der Mensch nicht alleinig rational reagiert, auch wenn er eigentlich wüsste, was gut und richtig für ihn ist, damit hat sich der Nobelpreisträger Richard Thaler beschäftigt. Mit seiner Forschung begründete er maßgeblich den Bereich „Verhaltensökonomie“ und



Die Broschüre „Smarter Lunchrooms“ gibt praktische Tipps, wie Nudging in Uni-Mensen leicht umgesetzt werden kann.



beschäftigt sich gemeinsam mit dem Rechtswissenschaftler Cass Sunstein in deren Buch „Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness“ (deutsch Nudge: Wie man kluge Entscheidungen anstößt) mit Verhaltensanstoßen. Unter einem Nudge verstehen die Autoren eine Methode, das Verhalten von Menschen auf vorhersagbare Weise zu beeinflussen, ohne dabei auf Verbote und Gebote zurückgreifen oder ökonomische Anreize verändern zu müssen. Dass sich die Methode des Nudgings auch auf die Gemeinschaftsverpflegung übertragen lässt, zeigt das Modellprojekt „Smarter Lunchrooms im GV-Praxistest“. Das Projekt basiert

auf einer Kooperation des Kompetenzzentrums für Ernährung (KERN) und der Hochschule Albstadt-Sigmaringen, vertreten durch Prof. Dr. Gertrud Winkler, und wurde von der Techniker Krankenkasse gefördert.

Nudging hat den Praxis-Test bestanden.

Dabei untersuchten die Initiatoren in zwei verschiedenen Einrichtungen der Gemeinschaftsgastronomie – an einer Hochschulmensa und einer Schulmensa im Raum München – inwieweit Nudging-Anreize den Konsum gesunder Speisen und Getränke

verändern können. Ziel des Smarter Lunchrooms-Projektes war es, das Speisenangebot und die Nachfrage in der Gemeinschaftsverpflegung gesünder zu gestalten. Um dies zu realisieren, verwendeten die Küchenteams der Mensen Nudging-Methoden. Das heißt, sie versuchten, durch geschickte Anordnung der Gerichte und Lebensmittel den Verzehr gesunder Lebensmittel zu steigern. Beispielsweise wurden die als „Quengelware“ bekannten Süßigkeiten im Kassensbereich durch gesunde Alternativen wie Obst ersetzt. Die Nudges wurden so gewählt, dass sie mit einem möglichst geringen personellen und finanziellen Aufwand eine große Wirkung erzielen.

Manchmal reicht es schon, das Obst farbstark und verlockend vor den Süßigkeiten zu platzieren.



Handlungsempfehlung

Fokus Wasser

- Platzieren Sie Wasserflaschen gut sichtbar und in Griffhöhe an mehreren Orten.
- Präsentieren Sie Wasser auffällig, z.B. in großen grünen Behältern.
- Bieten Sie Wasser in Wartebereichen und direkt vor der Kasse an.



Handlungsempfehlung

Fokus Gemüse & Salat

- Heben Sie Salat- und Gemüsetheken z.B. durch grüne Banderolen und Beschriftungen hervor.
- Bieten Sie räumlich an der ersten Ausgabestelle die Gemüsegerichte an.
- Kennzeichnen Sie die Ausgabe z.B. durch grüne Banderolen, Beschriftungen, Smileys etc.

„Die Maßnahmen in punkto Nudging konnten wir sehr gut in unseren Arbeitsalltag integrieren.“

Dagmar Athanasiadis,
Wirtschaftsleiterin Mensa Martinsried



Durch das Aufkleben von Smileys oder grüner Kennzeichnung wurde auf gesunde Produkte wie Vollkornbrote aufmerksam gemacht. Zur Steigerung des Wasserkonsums platzierte man Mineralwasserflaschen auffällig an verschiedenen Stationen der Essensausgabe, an denen die Essensgäste zwangsläufig vorbeigehen, beispielsweise im Kassenbereich.

Die Ergebnisse des Projektes sind sehr positiv: Der Praxistest zeigte, dass Nudging-Maßnahmen eine gesündere Speisenauswahl kurz-, mittel- und langfristig fördern. An der Hochschulmensa stieg der Anteil veganer und ve-

getarischer Speisen langfristig, also um 10,1 Prozent nach einem Jahr. Der Griff nach einem Salat steigerte sich um 4,7 Prozent. Auch der Obstkonsum zeigte einen langfristigen posi-

Der Obstkonsum stieg langfristig.

tiven Verlauf. Die Veränderungen hin zu einer gesundheitsförderlichen Ernährung lagen damit zwischen 0,8 und 11 Prozent.

Verglichen mit anderen Ernährungsbildungsmaßnahmen wertet das Pro-

jektteam die Maßnahme als effektiv und kostengünstig und sieht Nudging als eine Möglichkeit hin zu einem gesünderen Lebensstil. Maßnahmen dieser Art können auch GV-Einrichtungen in Richtung „Health & Wellbeing“ positionieren helfen, die Leistung der Küche sichtbar auf die Strecke bringen und die Wertschätzung des Küchenpersonals von Seiten des Essensgastes fördern. Letzten Endes erhalten gesunde Speisen die „Pole Position“ und den Präsentierteller, die sie bei unseren täglichen Entscheidungsprozessen häufiger erhalten sollten.

Christine Röger, KErn



Handlungsempfehlung

Fokus Vollkorn

- Weisen Sie auffällig auf Vollkornprodukte hin.
- Präsentieren Sie Vollkornprodukte immer in Augen- bzw. Griffhöhe und auf farblich auffälligen und formschönen Tablett.
- Kennzeichnen Sie Vollkornprodukte z.B. mit einem grünen Smiley-Aufkleber.



Handlungsempfehlung

Fokus Obst

- Bieten Sie Obst an mehreren Stellen unterschiedlich an, z.B. als Obstsalat, Stückobst oder in einer To-go-Variante.
- Weisen Sie auffällig auf das Angebot hin, z.B. durch grüne Bänderolen, Hinweisschilder oder grüne Tablett.
- Präsentieren Sie Stückobst auffällig, z.B. in attraktiven grünen Schalen, Etageren oder Körben.