

SYSTEM-2-NUDGES IN DER AUßER-HAUS-VERPFLEGUNG (A-H-V) - EIN FELDEXPERIMENT ZUR FÖRDERUNG DER NACHHALTIGEN MENÜWAHL

Verena Berger*, Dr. Linda Burkhalter, Dr. Claudia Müller

Zürcher Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

zhaw

STIFTUNG
MERCATOR
SCHWEIZ

Kontakt & Infos

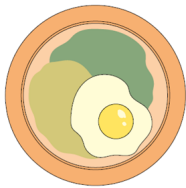


HINTERGRUND

- Die Wahl des Mittagessens erfolgt meist gewohnheitsgetrieben, impulsiv & wenig reflektiert.
- Mit ausgewählten „Nudges“, die auf die bewusste Informationsverarbeitung abzielen (System-2-Nudges), sollten Gäste unterstützt werden, sich bewusst für nachhaltige Menüs zu entscheiden & spontane Impulse zu überwinden.
- Bisher wurde in der A-H-V vor allem die Wirkung unbewusst wirkender Nudges (System-1-Nudges) untersucht.

Menü-Nachhaltigkeits-Index (original)

Rahmspinat mit Peterlikartoffeln und Spiegelei
ausgewogen und umweltschonend



Vegetarische Gerichte sind meist umweltfreundlicher als Fleisch-Menüs.

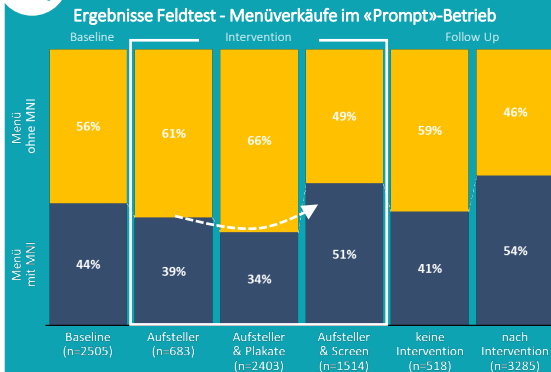
Gewählte Symbolik seitens Praxispartner (relevant für Feldtest)



Nur besonders umweltfreundliche & ausgewogene Menüs werden ausgezeichnet.



RESULTATE



- Im Vergleich zu den anderen Hinweisen, führte der **Prompt** «Sprechblase» am Eingangsbereich zu mehr verkauften nachhaltigen Menüs. (Kennzeichnung durch bestehendes Menüleitsystem – siehe Symbolik links)
- Pre-Commitment** wenig effektiv (Mögliche Gründe: geringe Compliance mit der Intervention & mögliche Reaktanzeffekte)
- Limitationen:** COVID-19 (→ Angebot & Gäste reduziert, zusätzl. Kommunikation → reduzierte Aufmerksamkeit für MNI & Nudges), Vorgaben (z.B. Lebensmittelsicherheit, Corporate Design)

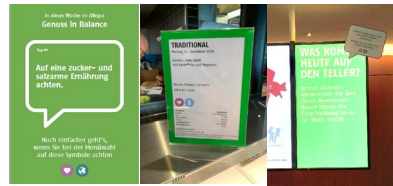


METHODEN

- Analyse (→ Entscheidungspunkte)
- Feldexperiment (4 Wochen) in 2 Personalrestaurants, inkl. 1 Kontrollbetrieb (→ Wirkung der Nudges)
- Gästabefragung¹ & Analysen der Verkaufszahlen vor, während und nach der Intervention (n)



„Pre-Commitment“: beschriftete Becher vor Menü-Ausgabe, inkl. Freigetränk



„Prompting: Hinweise an versch. Entscheidungspunkten (Lift, Menüausgabe, Screen)



TAKE-AWAY

- Hinweise müssen in kommunikativ überladenen Speiseräumen Aufmerksamkeit erregen.
- System-2-Nudges zeigten nicht die erhoffte Wirkung, wie sie in anderen Studien für System-1-Nudges gefunden wurde.
- Bei Nudges, die bewusst verarbeitet werden, besteht eher das Risiko, Reaktanz beim Gast zu erzeugen – Partizipation der Gäste bei Nudge-Entwicklung als möglicher Ansatz.

¹) N nach Betrieb & Zeitpunkt: Commit: t₀=25, t₁=14, t₂=14; Prompt: t₀=94, t₁=64, t₂=52; Kontrolle: t₀=19, t₁=13, t₂=9