



DIALOGFORUM Private Haushalte 2.0

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Landwirtschaft, Ernährung
und Heimat

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



6. Online-Kurzdialogtreffen 12.06.2025

Zusammenfassung

Bei dem Online-Kurzdialogtreffen ging es inhaltlich um das Thema „**Nudging**“ und um die Mitmach-Aktion in der *ZgfdT!*-App. Zum Einstieg erhielten die Teilnehmenden spannende Einblicke in die aktuelle Forschung des Nudgings beim Konsumverhalten im Handel und der Außer-Haus-Verpflegung mit einer anschließenden Fragerunde und lebhaften Diskussion.

Danach stellte das Slow Food Team seine 7-Tage-Mess-Aktion in der *ZgfdT!*-App und Materialien zur Bewerbung und Verbreitung der App vor.

1. Zusammenfassung Vortrag

In seinem Vortrag „**Nachhaltiges Nudging** – Sanfte Stupser für nachhaltige Konsumententscheidungen im **Handel** und der **Außer-Haus-Verpflegung**“, beleuchtete Dr. Sebastian Isbanner von der Technischen Universität Berlin, das Potenzial von nachhaltigem Nudging, um Konsument*innen im Handel und in der Außer-Haus-Verpflegung zu nachhaltigeren Konsumententscheidungen zu bewegen und Lebensmittelverschwendung zu reduzieren. Gerade diese beiden Kontexte spielen eine zentrale Rolle, da sie durch ihre Reichweite, die **Prägung sozialer Normen** und ihre Multiplikator-Funktion Einfluss auf das Konsumverhalten ausüben. Nudges sind bewusst eingesetzte, oft **subtile Veränderungen** in der **Entscheidungsumgebung**, die dazu anregen, gewünschtes Verhalten auszuführen, ohne dabei die Entscheidungsfreiheit einzuschränken. Die

Präsentation stellte verschiedene aktuelle Ansätze des Nudging vor und diskutierte ihre Wirksamkeit anhand wissenschaftlicher Evidenz.

Die Gestaltung von Entscheidungsumgebungen ist deshalb wichtig, weil die entscheidungspsychologische Forschung zeigt, dass etwa 95 % aller täglichen Entscheidungen intuitiv und nur etwa 5 % bewusst und rational getroffen werden. Besonders effektiv wirken dabei voreingestellte Standards (Defaults), beispielsweise standardisierte Portionsgrößen oder gezielte Produktplatzierungen. Etwas subtilere Maßnahmen umfassen Haltbarkeitshinweise („Oft länger gut!“), Nachhaltigkeitslabel (z.B. „Öko-Label“) oder Appelle an soziale Normen („75 % retten regelmäßig Lebensmittel“). Hier sind die Erkenntnisse aus ausgewählten aktuellen Studien kurz zusammengefasst:

- **Emotionale Botschaften & Anthropomorphismus:**

Die Studie von [Gerecht et al. \(2025\)](#) zeigt, dass vermenschlichte, traurige Botschaften bei „unperfekten“ Lebensmitteln wie einzelnen Bananen den Verkauf steigern kann. Solche emotionalen Nudges fördern Empathie und antizipierten Stolz, etwas „gerettet“ zu haben.

- **Portionsempfehlungen zur Vermeidung von Überkauf:**

[Werkman et al. \(2025\)](#) belegen, dass eine ausgeprägte Good-Provider-Identität zu Überkäufen und Lebensmittelverschwendung führt. Einfache Hinweise zur Portionsgröße in Online-Supermärkten halfen, diese Überkäufe signifikant zu reduzieren.

- **Storytelling für unattraktive Produkte:**

[Pai et al. \(2025\)](#) zeigen, dass narrative Botschaften die Wahrnehmung „unförmiger“ Produkte verbessern und die Kaufbereitschaft um 18 % steigern.

- **Nudge+ und Reflexion:**

Die Studie von [Isbanner et al. \(2025\)](#) demonstriert, dass Nudging in Kombination mit reflektierenden Botschaften (Nudge+) Spillover-Effekte auslösen und langfristige Verhaltensänderungen fördern kann.

Key Takeaways:

- **Nudging funktioniert:** Kleine, gezielte Änderungen in der Entscheidungsumgebung können nachhaltige Konsumententscheidungen fördern.
- **Emotionen und Geschichten wirken:** Emotionale Appelle und Storytelling erhöhen die Wertschätzung weniger attraktiver Produkte.
- **Reflexion verstärkt Wirkung:** Kombination von Nudges mit Botschaften, die zur Reflexion anregen (Nudge+) stärkt die Autonomie der Verbraucher*innen und begünstigt langfristige Effekte.
- **Keine neutrale Umgebung:** Auch ohne Intervention werden Konsument*innen täglich unbewusst „genudged“. Entscheidend ist, wie bewusst und verantwortungsvoll diese Einflüsse gestaltet werden.

2. Slow Food 7-Tage-Mess-Aktion

Die 7-Tage-Mess-Aktion von Slow Food soll Menschen an die regelmäßige Nutzung des digitalen Küchentagebuchs heranführen. Die Teilnehmenden müssen dazu als Vorbedingung einmal die Umfrage ausfüllen und zusätzlich an mindestens sieben Tagen (nicht notwendigerweise aufeinanderfolgend) ihren Lebensmittelabfälle in Ihrem Haushalt im Küchentagebuch eintragen. Als Belohnung für die erfolgreich abgeschlossene Mitmach-Aktion bekommen die ersten 100 Teilnehmenden ein kostenloses Dankespaket zugeschickt, in dem sich kleine Küchenhelfer befinden. Die Mitmach-Aktion soll auch dazu dienen Nutzende, die die *ZgfdT!*-App bereits verwenden, mit den neuen Funktionen vertraut zu machen und zum regelmäßigen Messen der Lebensmittelabfälle zu animieren. Zusätzlich werden auf verschiedenen Veranstaltungen neue potenzielle Nutzer*innen direkt angesprochen und zum Mitmachen eingeladen mit dem zusätzlichen Anreiz ein Dankespaket zu erhalten. Die Slow Food 7-Tage-Mess-Aktion wird Ende Juni 2025 geschlossen.

Darüber hinaus wird es im Herbst weitere öffentliche Mitmach-Aktionen in der *ZgfdT!*-App geben, die mit den Partner*innen entlang der Lebensmittelversorgungskette aus unserem Arbeitspaket 3 erarbeitet werden.

Danksagung

Wir bedanken uns herzlich bei allen Vortragenden, die das Kurzdialogtreffen mit ihren Impulsen, Erfahrungen und Präsentationen bereichert haben.

Impressum

Autor*innen

Andrea Lenkert-Hörmann, Slow Food Deutschland

Gitta Köllner, Slow Food Deutschland

Unter Mitarbeit von

Prof. Dr. Nina Langen, TU Berlin

Dr. Sebastian Isbanner, TU Berlin

Dr. Andreas Fischer, Slow Food Deutschland

Britta Kutz, TU Berlin

Pascal Ohlhausen, TU Berlin

Jennifer Aulich, TU Berlin

Marleen Busche, Slow Food Deutschland

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Landwirtschaft, Ernährung
und Heimat

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Das Dialogforum private Haushalte 2.0 wird im Rahmen der Nationalen Strategie zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung durch das Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH) gefördert. Es arbeitet eng mit der BMLEH-Initiative Zu gut für die Tonne! zusammen.

Die Projektträgerschaft erfolgt über die Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) über den Zeitraum Oktober 2023 bis September 2026. Das Dialogforum wird von Slow Food Deutschland zusammen mit dem Fachgebiet Bildung für Nachhaltige Ernährung und Lebensmittelwissenschaft der TU Berlin durchgeführt.

