

# Nudging im Kontext nachhaltigen Konsums



## Unterrichtsmaterialien für die Sekundarstufe I

gefördert durch



Deutsche  
Bundesstiftung Umwelt

[www.dbu.de](http://www.dbu.de)

## **Nudging im Kontext nachhaltigen Konsums Unterrichtsmaterialien für die Sekundarstufe I**

Gefördert durch die Deutsche Bundesstiftung Umwelt

### **Impressum**

Herausgeber und Verleger: Institut für Ökonomische Bildung gGmbH, Bismarckstraße 31, 26122 Oldenburg

Verantwortlich: Prof. Dr. Dirk Loerwald

Internet: [www.ioeb.de](http://www.ioeb.de)

Autor\*innen:

Allbauer-Jürgensen, Markus/Betker, Katharina/Friebel-Piechotta, Stephan/ Loerwald, Dirk/ Steier-Fahldieck, Josephine

Unter Mitarbeit von Annalena Laurich

© 2023 Institut für Ökonomische Bildung gGmbH (IÖB), Oldenburg

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jeder Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ohne Zustimmung des Instituts für Ökonomische Bildung ist unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für die Vervielfältigung, Mikroverfilmung sowie Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Auf verschiedenen Seiten der Handreichungen befinden sich Verweise (Links) auf Internet-Adressen. Haftungshinweis: Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle wird die Haftung für die Inhalte der externen Seiten ausgeschlossen. Für den Inhalt der externen Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich. Sollten Sie bei dem angegebenen Inhalt des Anbieters dieser Seite auf kostenpflichtige, illegale oder anstößige Inhalte treffen, so bedauern wir dies ausdrücklich und bitten Sie, uns umgehend per E-Mail ([info@ioeb.de](mailto:info@ioeb.de)) davon in Kenntnis zu setzen, damit beim Nachdruck der Verweis gelöscht wird.

Titelbild: pixabay

# Inhalt

1. Fachliche Einordnung .....	1
2. Curriculare Verortung .....	3
3. Kompetenzen/Lernziele .....	6
4. Materialien im Unterricht .....	7
5. Unterrichtsverlauf .....	8
6. Lösungshinweise.....	11
7. Weitergehende Literaturhinweise .....	12
8. Schüler*innenmaterialien .....	13
Nachhaltiger Konsum – was ist das eigentlich? .....	
Nudge: ein Anstoß zum nachhaltigen Handeln .....	
Nudge-Werkstatt .....	
Checkliste.....	
Laptopkauf – Informations-Nudge.....	
Shopping – Sozialer Nudge .....	
3, 2, 1 Drucken – Voreinstellungs-Nudge .....	
Unser Nudge .....	
Beobachtungsbogen .....	
Kritik am Nudging.....	
Glossar .....	

## 1. Fachliche Einordnung

Warum werden in Hotelbadezimmern Schilder aufgestellt, die darauf hinweisen, wie viel Wasser und Strom bei der Handtuchreinigung verbraucht wird? Wieso werden auf Zigarettenschachteln schockierende Bilder von kranken Menschen abgedruckt, und weshalb werden in Urinalen Aufkleber in Form einer Stubenfliege angebracht? Ganz einfach: Die Menschen sollen zu einem erwünschten Verhalten bewegt („angestupst“, engl. „to nudge“) werden; in unseren Beispielen zur Mehrfachnutzung der Handtücher, zum Nichtrauchen und zum „in die Mitte Zielen“. Solche sogenannten Nudges („Stupser“) werden als Bestandteil von Ansätzen der Verhaltensökonomik heute zunehmend in der staatlichen Umweltpolitik diskutiert und eingesetzt - neben Appellen, ordnungspolitischen und anreiztheoretischen Instrumenten. Diese werden im Entscheidungsumfeld der Individuen platziert und sollen von außen auf die Entscheidungsfindung einwirken. Sie „stupsen“ die Entscheidung in eine bestimmte Richtung, setzen dabei jedoch keine finanziellen Anreize oder sanktionieren nicht direkt das Verhalten. Durch ihre Gestaltung legen sie aber ein bestimmtes Verhalten nahe und erhöhen die Wahrscheinlichkeit, dass sich der/die Einzelne für die intendierte Option entscheidet.

Um ein umwelt- und klimafreundlicheres Verhalten zu unterstützen, können sogenannte Green-Nudges eingesetzt werden. Green-Nudges sind so gestaltet, dass in konkreten Situationen nachhaltigere Entscheidungen wahrscheinlicher werden. Diese können unter anderem in Form von Voreinstellungen (z. B. „grüner“ Strom als Standardoption bei der Auswahl des Stromtarifs eines Anbieters), als „sozialer“ Nudge (z. B. Anzeige, dass sich andere Personen für eine nachhaltige Option entschieden haben) oder als Informations-Nudge (z. B. leicht verständliche und direkt wahrnehmbare Informationen über Produktionsbedingungen oder Recyclingmöglichkeiten) auftreten.

Nudges führen aber nicht immer zu einer Verhaltensänderung bzw. es wird nicht zwingend ein bestimmtes Verhalten erreicht. Sie geben eben kein bestimmtes Verhalten vor oder honorieren ein solches monetär, sondern ermöglichen dem Individuum eine freie Entscheidung. Ein Vorteil von Nudges ist, dass sie im Vergleich zu vielen anderen umweltpolitischen Instrumenten flexibler und schneller in konkreten Situationen eingesetzt werden können.

Zu beachten ist, dass die Wirkung von Nudges an spezifische Situationen gebunden ist. Da ihr Einsatz nicht zu einer Stärkung der generellen Entscheidungskompetenz führt, sind sie in der Regel nicht langfristig bildungswirksam. Darüber hinaus wird vor allem auch negativ bewertet, dass gerade Voreinstellungs-Nudges häufig intransparent sind. Es wird die Gefahr gesehen, dass Menschen die Nudges nicht bemerken und zu einer Entscheidung gelenkt werden, die sie eigentlich nicht treffen wollen. Die Frage, wie frei die Entscheidungsfindung wirklich erfolgt, wenn Nudges zum Einsatz kommen, wird intensiv diskutiert.

Ungeachtet dessen gibt es schon jetzt eine große Anzahl an Nudges in unserem Alltag, die Einfluss auf unsere Entscheidungen nehmen (können). Gerade weil Nudging bereits ein – häufig nicht wahrgenommener – Bestandteil unseres (Konsum-)Alltags ist, sollte es im Unterricht thematisiert werden. Dies ermöglicht es den Lernenden zu verstehen, wie Nudges wirken und eröffnet ihnen die Möglichkeit, reflektiertere (Konsum-)Entscheidungen treffen zu können. Gleichzeitig lernen sie mit

Nudging einen Ansatz kennen, der einen Beitrag zur Entschärfung der Umwelt- und Klimaproblematik leisten kann.

## 2. Curriculare Verortung

Der Einsatz dieser Unterrichtsreihe wird grundsätzlich ab der achten Jahrgangsstufe empfohlen. Die Kerncurricula der Ankerfächer der Ökonomischen Bildung bieten verschiedene inhaltliche Anknüpfungsmöglichkeiten für die Thematisierung von nachhaltigem Konsum sowie von Biases und Debiasing. Der folgenden Tabelle können diese Möglichkeiten - differenziert nach Bundesländern, Schulformen und Jahrgangsstufen - exemplarisch entnommen werden.

Bundesland	Schulform	Jahrgangsstufe			Fach
		8	9	10	
Baden-Württemberg	Gemeinschaftsschule, Realschule, Werkrealschule, Hauptschule, Schulen besonderer Art	■	■	■	Wirtschaft/Berufs- und Studienorientierung (WBS)
	Gymnasium	■	■	■	Wirtschaft/Berufs- und Studienorientierung (WBS)
Berlin / Brandenburg	Integrierte Sekundarschule	■	■	■	Sozialwissenschaften/Wirtschaftswissenschaften (Wahlpflicht)
		■	■	■	Wirtschaft-Arbeit-Technik (WAT)
Bremen	Gymnasium	■	■	■	Wirtschaft-Arbeit-Technik (WAT)
Hamburg	Stadtteilschule	■	■	■	Politik/Gesellschaft/Wirtschaft, Lernbereich Arbeit und Beruf, Gesellschaftswissenschaften
	Gymnasium	■	■	■	Wirtschaft
		■	■	■	Politik/Gesellschaft/Wirtschaft
Hessen	Hauptschule	■	■	■	Arbeitslehre
		■	■	■	Politik und Wirtschaft
	Realschule	■	■	■	Arbeitslehre
		■	■	■	Politik und Wirtschaft
	Gymnasium	■	■	■	Politik und Wirtschaft

## NUDGING IM KONTEXT NACHHALTIGEN KONSUMS

<b>Mecklenburg-Vorpommern</b>	Regionale Schule, verbundene Haupt- und Realschule, Hauptschule, Realschule, IGS			Arbeit-Wirtschaft-Technik
	Gymnasium und Integrierte Gesamtschule			Arbeit-Wirtschaft-Technik
<b>Niedersachsen</b>	Hauptschule			Wirtschaft, Hauswirtschaft
	Oberschule			Wirtschaft, Hauswirtschaft
	Realschule			Wirtschaft, Hauswirtschaft
				Profil Wirtschaft
	IGS			Arbeit-Wirtschaft-Technik
	Gymnasium			Politik-Wirtschaft
<b>Nordrhein-Westfalen</b>	Gesamtschule und Sekundarschule			Arbeitslehre – Hauswirtschaft/Technik/Wirtschaft
	Hauptschule			Arbeitslehre – Hauswirtschaft/Technik/Wirtschaft
	Realschule			Politik
	Gymnasium			Wirtschaft-Politik
<b>Rheinland-Pfalz</b>	Realschule			Wirtschafts- und Sozialkunde (Wahlpflichtfach)
	Realschule+			Hauswirtschaft und Sozialwissenschaften (Wahlpflichtfach), Wirtschaft und Verwaltung (Wahlpflichtfach)
				Erdkunde, Geschichte, Sozialkunde
	IGS, Realschule+			Gesellschaftslehre
	Hauptschule			Arbeitslehre
<b>Saarland</b>	Gemeinschaftsschule			Arbeitslehre, Beruf und Wirtschaft
	Gymnasium			Sozialkunde
				Wirtschaftslehre

## NUDGING IM KONTEXT NACHHALTIGEN KONSUMS

<b>Sachsen</b>	Oberschule				Wirtschaft-Technik-Haushalt/Soziales
	Gymnasium				Gemeinschaftskunde, Rechtserziehung/Wirtschaft
<b>Sachsen-Anhalt</b>	Sekundarschule				Wirtschaft
	Gymnasium				Wirtschaftslehre
<b>Schleswig-Holstein</b>	Allgemein bildende Schulen				Wirtschaft/Politik
<b>Thüringen</b>	Gemeinschaftsschule				Wirtschaft/Recht
	Hauptschule, Realschule				Wirtschaft-Umwelt-Europa
					Wirtschaft-Recht-Technik
	AHS				Wirtschaft und Recht
<b>Bayern</b>	Mittelschule				Arbeit – Wirtschaft – Technik
					Wirtschaft und Beruf
					Wirtschaft und Kommunikation
	Realschule				Rechnungswesen und Betriebswirtschaftslehre
					Sozialkunde
					Wirtschaft und Recht
	Gymnasium				Wirtschaft und Recht



### 3. Kompetenzen/Lernziele

Die Schüler\*innen beschreiben und erklären nach der Bearbeitung der Materialien den Einfluss von Nudges auf Konsumententscheidungen. Sie arbeiten die Potenziale und Grenzen von Nudges zur Förderung nachhaltigen Konsums heraus und erörtern Nudging in Bezug auf die Freiheit der eigenen Entscheidung.

Die Schüler\*innen können mithilfe der Materialien ...

Fachwissen	Analysekompetenz	Beurteilung/Bewertung
die Phasen des Konsums beschreiben.	anhand eines Beispiels aus dem Alltag erläutern, was unter nachhaltigem Konsum verstanden wird. (M1)	
beschreiben, was unter einem Nudge verstanden wird. (M2b)	anhand von Kriterien erklären, was ein Nudge ist. (M2b)	begründen, ob es sich bei einer bestimmten Maßnahme zur Förderung des nachhaltigen Konsums um einen Nudge handelt. (M2b)
	einen eigenen Nudge im Kontext nachhaltigen Konsums entwickeln. (M3-M7)	
	erklären, wie der selbst entwickelte Nudge das Konsumverhalten verändern kann. (M3-M7)	
	erklären, wie der Informations-Nudge, der Soziale Nudge und der Voreinstellungs-Nudge dazu beitragen können, das Konsumverhalten zu verändern. (M5a-c)	
	die Kritik am Nudging beispielhaft an ihrem selbst entwickelten Nudge zum nachhaltigen Konsum erläutern. (M8)	diskutieren, ob Nudging trotz der aufgeführten Kritik weiterhin eingesetzt werden sollte, um ein nachhaltigeres Verhalten zu erreichen. (M8)

## 4. Materialien im Unterricht

Für die Durchführung der Einheit sollten ca. sechs Einzelstunden eingeplant werden. Der Einstieg in die Unterrichtsreihe erfolgt über die Erarbeitung der Phasen des Konsums und die Auseinandersetzung mit dem Konzept nachhaltigen Konsums (**M1**), indem die Lernenden Beispiele aus ihrem Alltag finden und erläutern. Mithilfe des Hinweises zur Handtuch-Wiederverwendung lernen die Schüler\*innen Nudging und dessen mögliche Einflüsse auf das eigene Entscheidungsverhalten (**M2**) kennen. Neben der Auseinandersetzung mit dem Schaubild, wird Nudging auch anhand eines kurzen Einführungstextes erläutert. Aufbauend darauf beurteilen die Lernenden kriteriengeleitet, dass es sich bei der Druckervoreinstellung um einen Nudge handelt und festigen somit ihr Verständnis von Nudges (**M2**). Nach dieser theoretischen Erarbeitung folgt die Nudging-Werkstatt, in der die Lernenden bei der Entwicklung eines eigenen Nudges begleitet werden. Das Material **M3** führt in die Nudging-Werkstatt ein, erläutert den Ablauf und enthält Leitfragen, die die Lernenden bei der Erstellung der abschließenden Präsentation unterstützen. Die Lernenden erarbeiten sich die verschiedenen Arten von Nudges (**M5a**, **M5b**, **M5c**) anhand lebensweltnaher Beispiele in Kleingruppen in Form von Stationenarbeit. Zur Strukturierung der Stationenarbeit füllen sie die Checkliste (**M4**) aus, auf der sie wichtige Informationen zu den Nudges festhalten und auf deren Basis sie ihren eigenen Nudge entwickeln können. Den Abschluss der Nudging-Werkstatt stellt die Vorbereitung sowie die Präsentation des selbst entwickelten Nudges dar. Entscheidend ist an dieser Stelle der erneute Hinweis der Lehrkraft, dass es sich um einen Nudge im Kontext nachhaltigen Konsums handeln soll. Hierfür füllt jede Gruppe einen Steckbrief (**M6**) aus, der die Grundlage für die Präsentation bildet. Die wichtigsten Informationen, um die entwickelten Nudges vergleichen zu können, sowie offene Fragen halten die Lernenden während der Nudge-Vorstellungen in einem Beobachtungsbogen (**M7**) fest. Am Ende der Einheit setzen sich die Lernenden mit Kritikpunkten am Nudging auseinander (**M8**), beziehen diese auf die selbst entwickelten Nudges und diskutieren die Frage, inwiefern sie trotz der Kritik weiterhin Nudges einsetzen würden. Wichtige Fachbegriffe sind in den Materialien fettgedruckt; diese werden im Glossar erläutert, das die Lernenden bei der Bearbeitung der Materialien nutzen können.

## 5. Unterrichtsverlauf

Hinweis: Die Zeitangaben dienen zur Orientierung, abhängig vom Vorwissen und der fachlichen Stärke der Lerngruppe wird für die Bearbeitung der Materialien etwas mehr oder weniger Zeit benötigt.

Zeit	Kompetenzen / Ziele	Inhalt und Material / Bemerkung	Methoden / Medien
45 Minuten	<p>Die SuS setzen sich mit dem Konzept des nachhaltigen Konsums auseinander, indem sie dieses erläutern.</p> <p>Die SuS analysieren Nudging als umweltpolitisches Instrument, indem sie das Konzept bezogen auf ein konkretes Beispiel erläutern und Kriterien für Nudges herausarbeiten.</p>	<p>Die Lernenden setzen sich mit den Phasen des Konsums unter Bezugnahme auf soziale, ökologische und ökonomische Aspekte auseinander und erläutern, was unter dem Konzept des nachhaltigen Konsums verstanden wird (<b>M1</b>).</p> <p>Die Ergebnisse der Erarbeitungsphase werden im Plenum besprochen.</p> <p>Material <b>M2</b> führt in die Thematik ein, indem sich die SuS mit der möglichen Wirkungsweise von Nudging exemplarisch anhand des Verweises auf eine Wiederverwendung von Handtüchern in Hotels auseinandersetzen. Die Lernenden erläutern – beziehend auf das Beispiel – den Begriff „Nudge“ ihren Eltern und überprüfen anhand von vorgegebenen Kriterien, inwiefern die thematisierten Druckervoreinstellungen einen Nudge darstellen.</p> <p>Die Sicherung der Ergebnisse erfolgt durch ein Unterrichtsgespräch. Die Kriterien beziehen sich vor allem auf den Voreinstellungs-Nudge, sie gelten in Teilen aber auch allgemein für Nudges.</p>	<p>Partner*innenarbeit; Unterrichtsgespräch</p> <p>M1 Nachhaltiger Konsum – was ist das eigentlich?</p> <p>M2 Nudge – ein Anstoß zum nachhaltigen Handeln</p>
135 Minuten	<p>Die Lernenden erklären, wie sich verschiedene Nudges auf das Kauf- und Entscheidungsverhalten von Konsument*innen auswirken können.</p>	<p>Die SuS bilden Gruppen von 4 bis 5 Personen und lesen die Erläuterung zum Ablauf der folgenden Nudging-Werkstatt (<b>M3</b>). Der Ablauf, die Aufgaben sowie offene Fragen werden im Plenum besprochen. Die Lehrkraft sollte nachdrücklich darauf hinweisen, dass die zu entwickelnden Nudges für das Umfeld Schule konzipiert werden sollen. Gegebenenfalls kann in Absprache mit der Schulleitung auch beschlossen werden, dass ausgewählte Nudges am Ende der Einheit in der Schule platziert werden, um einen zusätzlichen motivationalen Anreiz für die Lernenden zu setzen.</p>	<p>Gruppenarbeit; Stationenlernen</p> <p>M3 Nudge-Werkstatt</p>

	<p>Die Lernenden entwickeln in Kleingruppen einen eigenen Nudge im Kontext des nachhaltigen Konsums.</p>	<p>Die Lernenden durchlaufen in ca. 30 Minuten drei Stationen (<b>M5a; M5b; M5c</b>) und bearbeiten die jeweiligen Materialien auf einem extra Zettel. Dabei lernen sie verschiedene Typen von Nudges kennen und setzen sich mit deren möglichen Wirkungsweisen auseinander. Mithilfe der Checkliste (<b>M4</b>) können sie die wichtigsten Aspekte des jeweiligen Nudges festhalten und entscheiden, welchen Nudgetyp sie entwickeln möchten.</p> <p>Der Steckbrief (<b>M6</b>) unterstützt die Lernenden dabei, die wichtigsten Aspekte ihres entwickelten Nudges zu strukturieren und für die Präsentation festzuhalten. Die Lehrkraft steht bei Fragen unterstützend zur Verfügung.</p> <p>Bei der Entwicklung der Nudges durch die SuS ist darauf zu achten, dass es sich wirklich um einen Nudge handelt. Allgemeine Kriterien zur Beurteilung lassen sich von den Kriterien zur Überprüfung des Voreinstellungs-Nudges (<b>M2</b>) ableiten: Solche werden in der Umwelt platziert und können zu einem nachhaltigeren Verhalten führen. Dabei funktionieren sie weder durch die Setzung von Anreizen noch stellen sie einen Zwang dar. Somit führen Nudges nicht unbedingt zu einer Verhaltensänderung (respektive zu einem nachhaltigeren Verhalten), sie legen jedoch ein bestimmtes Handeln nahe. Die freie Entscheidung der/des Einzelnen wird nicht beschnitten, eine alternative Handlung ist weiterhin möglich. Entsprechend dieser Kriterien stellen unter anderem die folgenden Beispiele KEINE Nudges dar: Werbung, finanzielle Anreize (Rabattaktionen, Steuern), Verbote, alternativlose Entscheidungssituationen.</p>	<p>M4 Checkliste M5a Laptopkauf M5b Shopping M5c Druckereinstellung M6 Steckbrief</p>
<p><b>45 Minuten</b></p>	<p>Die SuS nehmen in ihren Präsentationen Stellung zu der Frage, wie Nudging Konsumverhalten verändert und auf welchen Bereich des nachhaltigen Konsums sie Einfluss haben können.</p>	<p>Die Lernenden stellen mithilfe des Steckbriefs (<b>M6</b>) ihren entwickelten Nudge vor und fokussieren dabei die Fragen, auf welchen Bereich des nachhaltigen Konsums dieser einwirkt, welche Konsumveränderungen angestrebt werden und welchen Typ sie entwickelt haben.</p> <p>Die anderen SuS füllen während der Präsentationen einen Beobachtungsbogen (<b>M7</b>) aus und können basierend auf ihren Notizen die verschiedenen Einsatzideen vergleichen.</p>	<p>Schüler*innenpräsentationen M6 Steckbrief M7 Beobachtungsbogen</p>

<p><b>45 Minuten</b></p>	<p>Die SuS beurteilen Kritikpunkte am Nudging bezogen auf ihren entwickelten Nudge.</p> <p>Die SuS setzen sich mit ausgewählten Kritikpunkten auseinander und beurteilen, inwiefern Nudging trotz bestehender Kritik als umweltpolitisches Instrument eingesetzt werden sollte.</p>	<p>Die Lernenden setzen sich mit der Kritik an der Bevormundung und der Langfristigkeit des Nudging im Allgemeinen auseinander (<b>M8</b>). Innerhalb der Gruppen überprüfen sie, inwieweit diese Kritik auf ihren Nudge (<b>M6</b>) zutrifft und diskutieren darüber hinaus, inwieweit diese - trotz der bestehenden Kritik - eingesetzt werden sollten. Im Unterrichtsgespräch werden die verschiedenen Standpunkte gesammelt, verglichen und (unter Zuhilfenahme der ausgefüllten Beobachtungsbögen (<b>M7</b>)) diskutiert.</p>	<p>Gruppenarbeit; Unterrichtsgespräch</p> <p>M6 Steckbrief M7 Beobachtungsbogen M8 Kritik am Nudging</p>
--------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## 6. Lösungshinweise

Material	Aufgabe	Lösungshinweise
M1	1	Kauf, Nutzung und Entsorgung/Recycling
	2	schüler*innenindividuelle Antwort: Erläuterung sollte die drei Dimensionen von Nachhaltigkeit sowie die Phasen des Konsums umfassen. Mit der Definition zum nachhaltigen Konsum sollte auch die zeitliche Perspektive im Sinne der Bedürfnisbefriedigung zukünftiger Generationen (intergenerationale Gerechtigkeit) besprochen werden.
M2	1	Ein Nudge stellt einen von außen gesetzten „Anstupser“ dar, der Einfluss auf das Verhalten von Menschen nehmen kann, ohne ein bestimmtes Verhalten aufzuzwingen. Indem der Nudge eine bestimmte Entscheidung nahelegt, kann er zu einem nachhaltigeren Verhalten führen.
	2	schüler*innenindividuelle Lösung: Durch die Hinweise zu den Handtüchern in Hotelzimmern sollen die Menschen angeregt werden, sich nachhaltiger zu verhalten, also im vorliegenden Fall nicht jeden Tag ein neues Handtuch zu nutzen. Durch den Nudge werden die Personen aber nicht dazu gezwungen, sich nachhaltiger zu verhalten. Entscheiden können sie selbst.
	3	Die Voreinstellung ist von außen vorgegeben: Ja Die Voreinstellung führt in jedem Fall zu einem nachhaltigeren Verhalten: Nein Eine freie Entscheidung ist möglich: Ja Die Voreinstellung muss beibehalten werden: Nein Die Voreinstellung stellt ein Verbot dar: Nein Die Voreinstellung stupst den Einzelnen in eine bestimmte Richtung: Ja
	4	Bei der Druckervoreinstellung handelt es sich um einen Nudge, weil die Voreinstellung von außen vorgegeben und die freie Entscheidung weiterhin möglich ist (Voreinstellung muss nicht beibehalten werden und farbige Ausdrücke werden nicht verboten). Die Voreinstellung „stupst“ den Einzelnen lediglich in Richtung eines nachhaltigeren Verhaltens, garantiert dieses aber nicht.
M3	1	schüler*innenindividuelle Lösung
	2	schüler*innenindividuelle Lösung
	3	schüler*innenindividuelle Lösung
M4	1	schüler*innenindividuelle Lösung
M5a	1	Durch den Informations-Nudge werden Konsument*innen auf ökologische Aspekte aufmerksam gemacht, die sie sonst nicht berücksichtigt hätten (im Beispiel: Energieeffizienz). Der/die Entscheidungsträger*in berücksichtigt diesen Aspekt nun ggf. bei seiner/ihrer Entscheidung und kauft dadurch ggf. ein energieeffizienteres und damit ökologisch nachhaltigeres Produkt.
M5b	1	Der Soziale Nudge weist Konsument*innen darauf hin, wie sich die Mehrheit der Kund*innen entschieden hat. Da Menschen dazu neigen, sich an anderen zu orientieren, kann diese Information dazu führen, dass sich die Person (im Beispiel) für die nachhaltigere Alternative entscheidet.
M5c	1	Der Voreinstellungs-Nudge kann wirken, weil Menschen aktiv werden müssen, um die weniger nachhaltige Alternative (z. B. einseitiger Druck und/oder Farbdruck) auszuwählen. Das machen viele Personen z. B. aus Bequemlichkeit nicht.

M6	1	schüler*innenindividuelle Lösung
M7	1	schüler*innenindividuelle Lösung
M8	1	schüler*innenindividuelle Lösung
	2	<p>schüler*innenindividuelle Lösung: Mögliche Argumente gegen den Einsatz von Nudges:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Nudge schränkt die freie Entscheidung ein, weil er eine bestimmte Entscheidung als die richtige markiert (fehlende Transparenz).</li> <li>• Es wird von außen vorgegeben, welche Entscheidungsoption richtig bzw. normativ wünschenswert ist.</li> <li>• Nudges können missbraucht und so eingesetzt werden, dass sie eine Entscheidung nahelegen, die für die Mehrheit von Nachteil und von Vorteil für diejenigen ist, die den Nudge einsetzen.</li> <li>• Nudges sind nur in einer spezifischen Situation wirksam, sie führen aber nicht dazu, dass sich das Verhalten der Menschen grundsätzlich verändert, weil sie nicht zu einer Verbesserung der Entscheidungskompetenz führen.</li> </ul> <p>Mögliche Argumente für den Einsatz von Nudges:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menschen neigen dazu, Voreinstellungen beizubehalten und vergleichen sich mit anderen. Diese Verhaltensweise kann bei der Erstellung von Nudges beachtet und genutzt werden.</li> <li>• Nudges zwingen Menschen nicht zu einer Verhaltensänderung, sie ermöglichen weiterhin eine freie Entscheidung.</li> <li>• Nudges können einen Baustein darstellen, um ein nachhaltigeres Verhalten zu erreichen und andere Instrumente (z. B. Verbote) ergänzen.</li> </ul>

## 7. Weitergehende Literaturhinweise

Beckenbach, F. et al. (2016): Verhaltensökonomische Erkenntnisse für die Gestaltung umweltpolitischer Instrumente. Endbericht. Umweltbundesamt.

Bernauer, M./Reisch, L. A. (2018): Grüne Defaults als Instrument einer nachhaltigen Energienachfragepolitik. Ergebnisbericht. Der Nudge-Ansatz zur Förderung des Wandels von Werten und Lebensstilen. Stand der Forschung und Bewertung von nationalen und internationalen Anwendungsbeispielen von Defaults im Konsumfeld Energie. Forschungszentrum Verbraucher, Markt und Politik.

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz/Umweltbundesamt (Hg.) (2022): Umweltbewusstsein in Deutschland 2020. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage.  
[https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/479/publikationen/ubs\\_2020\\_0.pdf](https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/479/publikationen/ubs_2020_0.pdf)

Hansen, P. G./Jespersen, A. M. (2013): Nudge and the manipulation of Choice. A framework for the responsible use of the nudge approach to behaviour change in public policy. In: European Journal of Risk Regulation No. 4, 1/2013, 3-28.

Hertwig, R./Grüne-Yanoff, T. (2017): Nudging and Boosting: Steering or Empowering Good Decisions. In: Perspectives on psychological Science. Vol. 12 (6), 973-986.

Thaler, R. H./Sunstein, C. R. (2010): Nudge. Wie man kluge Entscheidungen anstößt. Ullstein.

Thorun, C. et al. (2017): Nudge-Ansätze beim nachhaltigen Konsum: Ermittlung und Entwicklung von Maßnahmen zum „Anstoßen“ nachhaltiger Konsummuster. Umweltbundesamt:  
<https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/nudge-ansaeetze-beim-nachhaltigen-konsum-ermittlung>

## 8. Schüler\*innenmaterialien



## Nachhaltiger Konsum – was ist das eigentlich?



Zum nachhaltigen Konsum gehören die Phasen Kauf, Nutzung und Entsorgung von Produkten. In Geschäften haben wir häufig die Möglichkeit, zwischen verschiedenen Varianten von Produkten zu wählen. Im Supermarkt werden z. B. regionale, konventionelle und biologische Lebensmittel angeboten. Bei vielen Gütern wie Kleidung oder Elektronikartikeln können wir uns zudem entscheiden, ob wir ein neues oder ein gebrauchtes Produkt kaufen möchten. Mit unserer Kaufentscheidung treffen wir auch eine Entscheidung für ein mehr oder weniger nachhaltiges Produkt. Und entsprechend der Funktionsweise des Marktes gilt: Umso mehr nachhaltige Produkte gekauft werden, desto mehr werden zukünftig produziert. Gleichzeitig ist das nachhaltigste Produkt immer jenes, das gar nicht erst hergestellt werden muss. Daher ist jeder Kauf auch mit der Überlegung verbunden, ob man ein bestimmtes Produkt überhaupt braucht und ob es Alternativen zum Kauf gibt, indem man es beispielsweise leiht, anstatt es zu kaufen.



Für die Produktion unserer Konsumgüter werden verschiedene Materialien benötigt, für die unter anderem Rohstoffe aus der Natur abgebaut werden müssen. Sowohl der Rohstoffabbau als auch die Produktion von Konsumgütern haben Auswirkungen auf die Umwelt und das Klima. Denn bei beiden werden Giftstoffe und Emissionen, wie CO<sub>2</sub>, freigesetzt. Rohstoffabbau und Produktion von Gütern finden auf der ganzen Welt statt, vor allem im globalen Süden. Damit die Güter bei uns ankommen, müssen sie häufig über viele tausend Kilometer transportiert werden. Beim Transport mit Flugzeug, LKW, Zug oder Schiff werden ebenfalls Emissionen freigesetzt. Rohstoffabbau, Produktion und Transport führen also zu negativen Umweltauswirkungen. Neben dieser ökologischen Dimension gehen vor allem Rohstoffabbau und Produktion mit negativen sozialen Auswirkungen (soziale Dimension) einher. Vor allem in Ländern des globalen Südens leiden viele Arbeiter\*innen unter schlechten Arbeitsbedingungen, geringen Löhnen und fehlenden Sicherheitsvorkehrungen



Konsum bedeutet aber mehr als den Kauf eines Produkts und umfasst insbesondere auch dessen Nutzung. Ein Beispiel: Beim Streamen eines Videos über das Smartphone benötigt nicht nur das Handy Strom. Auch für die Bereitstellung des Streams wird Strom benötigt, um die Internetverbindung herzustellen und die Server zu betreiben. Je mehr man also streamt, desto mehr umwelt- und klimaschädliche Emissionen werden verursacht.



Neben dem Kauf und der Verwendung von Produkten zählt auch die Entsorgung zu den Phasen (nachhaltigen) Konsums. Bevor ein Produkt wirklich entsorgt wird, sollte geprüft werden, ob es nicht in irgendeiner Weise weiterverwendet oder -verwertet werden kann. Manchmal kann man ein Produkt an jemand anderen weitergeben. Wenn ein Produkt richtig entsorgt wird, können einzelne Teile recycelt und erneut genutzt werden. Andere Materialien werden z. B. verbrannt, wodurch wiederum Emissionen freigesetzt werden. Die Art, wie Produkte entsorgt werden, hat somit ebenfalls starke Auswirkungen auf die Umwelt und das Klima.



### Information – Definition nachhaltiger Konsum

„Nachhaltiger Konsum heißt, heute so zu konsumieren, dass die Bedürfnisbefriedigung heutiger und zukünftiger Generationen unter Beachtung der Belastbarkeitsgrenzen der Erde nicht gefährdet wird.“

*Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit*

## A

### Aufgaben

1. Beschreibe die Phasen des Konsums.
2. Erläutere anhand eines Beispiels aus deinem Alltag, was unter nachhaltigem Konsum verstanden wird.
3. Zusatzaufgabe: Finde Beispiele für einen nicht-nachhaltigen Konsum und erkläre diesen an deinen Beispielen.

*Tipp: Nachhaltigkeit umfasst die drei Dimensionen der sozialen, ökologischen und ökonomischen Nachhaltigkeit.*

## Nudge: ein Anstoß zum nachhaltigen Handeln



1

Diese Information findet Tarek im Badezimmer seines Hotelzimmers. Die Information wurde dort bewusst platziert – sie stellt einen sogenannten **Nudge** dar.



2

Tarek liest den Hinweis und überlegt nun, ob er morgen ein neues Handtuch haben möchte oder das vorhandene nochmal benutzen soll. Seine Entscheidung wird aber nicht nur von dem Hinweis beeinflusst. Auch Tareks Einstellung zum Umweltschutz, sein Wissen zum Thema Nachhaltigkeit und die aktuellen Umstände, in denen er sich befindet (z. B. könnte Tarek unter Zeitdruck stehen), nehmen Einfluss auf seine Entscheidung. Da es sich bei dem Hinweis um einen klassischen Nudge handelt, behält Tarek seine Entscheidungsfreiheit und wird zu keiner Handlung gezwungen.



Der Hinweis kann dazu führen, dass Tarek sich dafür entscheidet, der Umwelt zuliebe das **Handtuch erneut zu nutzen** und ihn somit zu einem nachhaltigeren Verhalten „anstupsen“: Das Handtuch wird von Tarek nach der Nutzung wieder an den Haken gehängt.



Tarek kann sich trotz des Hinweises auch für ein **neues Handtuch** entscheiden: Das Handtuch landet auf dem Fußboden, und wenn er in das Hotelzimmer zurückkehrt, liegt im Badezimmer ein neues für ihn bereit.

Der Hinweis neben den Handtüchern im Hotel stellt einen **Nudge** dar. Nudges sollen Menschen in eine bestimmte Richtung „stupsen“. So können sie z. B. so gestaltet werden, dass sie jemanden in die Richtung einer nachhaltigen Entscheidung „stupsen“. Der Nudge wird bewusst im Umfeld von Entscheidungssituationen z. B. im Konsumbereich platziert, um Einfluss auf das Verhalten der Konsument\*innen zu nehmen. Entscheidend ist, dass Nudges nicht zu einer bestimmten Entscheidung zwingen, sondern ein anderes Verhalten weiterhin möglich ist. Die freie Entscheidung der oder des Einzelnen bleibt also bestehen. Nudges stellen einen Ansatz dar, mit dem das Verhalten von Menschen ohne **Anreize** oder Verbote beeinflusst werden kann.

## A Aufgaben

1. Gib mit eigenen Worten wieder, was ein Nudge ist.
2. Erkläre deiner Familie anhand des Beispiels von Hinweisen zu Handtüchern im Hotelzimmer, was ein Nudge ist.
3. Wenn man ein Dokument ausdrucken möchte, wird dies immer häufiger automatisch doppelseitig und in schwarz-weiß ausgedruckt. Dies liegt daran, dass eine Druckervoreinstellung vorgenommen wurde. Wenn man etwas einseitig und in Farbe drucken möchte, muss man die Einstellungen in den Druckereinstellungen manuell ändern. Überprüfe anhand der Kriterien in der Tabelle, inwiefern es sich bei der Druckervoreinstellung um einen Nudge handelt. Kreuze an!

Kriterium	Ja	Nein
Voreinstellung ist von außen vorgegeben.		
Hinweis stellt ein Verbot dar.		
Eine freie Entscheidung ist möglich.		
Voreinstellung führt in jedem Fall zu einem nachhaltigeren Verhalten.		
Hinweis stupsst die/den Einzelne*n in eine bestimmte Richtung.		

4. Begründe abschließend, ob es sich bei der Druckervoreinstellung um einen Nudge handelt oder nicht.

## Nudge-Werkstatt

In den nächsten Stunden werdet ihr selbst und in Gruppen einen eigenen **Nudge** entwickeln. Dieser soll in eurer Schule eingesetzt werden können und ein nachhaltigeres Verhalten von Mitschüler\*innen, Lehrkräften und allen an eurer Schule Beschäftigten zum Ziel haben. Bevor ihr mit der Entwicklung des Nudges startet, setzt ihr euch in einer Stationenarbeit zunächst genauer mit Nudging auseinander. Ihr durchlauft drei Stationen (M5a, M5b, M5c), in denen ihr weitere Informationen erhaltet und mit deren Hilfe ihr euren Nudge entwerft. Für die Stationenarbeit erhaltet ihr eine Checkliste (M4), in der ihr die wichtigsten Informationen festhalten könnt. Nach der Arbeitsphase präsentiert jede Gruppe ihren entwickelten Nudge mithilfe eines Steckbriefs (M6), den ihr nach der Stationenarbeit und der Entwicklung eures Nudges ausfüllt. Eure Präsentation soll in folgende Abschnitte gegliedert werden:

1. Welchen Nudge haben wir entwickelt?
2. Zur Lösung welchen Problems des nachhaltigen Konsums kann der Nudge einen Beitrag leisten?
3. Wie kann der Nudge Konsumverhalten verändern?

Für die Stationenarbeit, die Entwicklung eures Nudges und die Vorbereitung der Präsentation habt ihr insgesamt drei Einzelstunden Zeit. Plant für die Bearbeitung jeder Station etwa 10 Minuten ein. Beantwortet die Fragestellungen stichpunktartig und haltet in der Checkliste (M4) fest, welche Aspekte ihr besonders wichtig und interessant findet.

Noch ein paar Tipps für die Erstellung eures Nudges:

- Überlegt euch, an welchen Stellen in der Schule oder in welchen Situationen im Schulalltag ein nachhaltigeres Verhalten durch einen kleinen „Anstupser“ von außen erreicht werden könnte.
- Wie müsste der Nudge gestaltet sein, um das Verhalten von Schüler\*innen, Lehrkräften und Beschäftigten der Schule zu beeinflussen?
- Ihr könnt euch an bereits bestehenden Nudges orientieren und diese so umgestalten, dass sie in der Schule eingesetzt werden können.

## Checkliste

## A Aufgabe

1. Füllt die Checkliste aus, während ihr die Stationen bearbeitet. Hakt den Nudge, mit dem ihr euch bereits beschäftigt habt, ab. Haltet in Stichworten fest, was für euch an dem jeweiligen Nudge besonders wichtig ist. Schreibt auch auf, was ihr für euren eigenen Nudge mitnehmen könnt. Kreuzt zuletzt an, für welchen Typ ihr euch entscheidet.

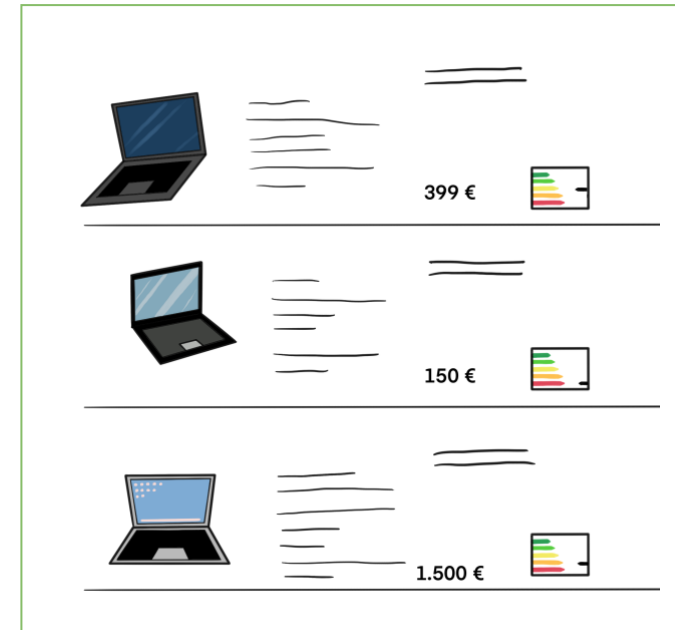
Material	erledigt	Das ist besonders wichtig	unser Nudge-Typ
Sozialer Nudge	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
Informations-Nudge	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
Voreinstellungs-Nudge	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>

## Laptopkauf – Informations-Nudge

Jasmins Laptop ist kaputtgegangen und sie benötigt einen neuen. Sie sucht im Internet nach einem passenden Gerät.



Auf der Seite des Onlineshops kann sie eine Preisspanne angeben sowie die Bildschirmdiagonale und den Prozessor auswählen. Nur Laptops, die ihren Angaben entsprechen,



Jasmins Blick fällt auf die Energieeffizienzskala, die neben jedem Laptop abgebildet ist.

## A Aufgabe

1. Erklärt, wie der Informations-Nudge dazu beitragen kann, das Konsumverhalten zu verändern.

Die Energieeffizienzskala stellt einen **Informations-Nudge** dar und gibt an, wie energieeffizient der Laptop ist. Mithilfe der Skala können verschiedene Laptops hinsichtlich der Energieeffizienz verglichen werden.



## Shopping – Sozialer Nudge

Nach einem Blick in den Kleiderschrank stellt Kilian fest, dass er dringend ein **neues T-Shirt** braucht. Er geht auf die Seite seines Lieblings-Fairfashionshops und sucht nach etwas Passendem. Alle Produkte, die im Fairfashionshop angeboten werden, wurden unter ökologisch und sozial nachhaltigen Bedingungen produziert.



In den Filtereinstellungen gibt er seine Größe, die gewünschte Farbe sowie eine Preisspanne ein. So werden ihm nur bestimmte T-Shirts angezeigt.



Kilian hat sich schon fast für eins entschieden, als sein Blick auf einen **Hinweis** fällt, der unter einem der T-Shirts erschienen ist.



Der Hinweis, dass das mittlere T-Shirt der Topseller des Fairfashionshops ist, ist ein **Sozialer Nudge**.



### A Aufgabe

1. Erklärt, wie der Soziale Nudge dazu beitragen kann, das Konsumverhalten zu verändern.



## 3, 2, 1 Drucken – Voreinstellungs-Nudge

Celina muss in der Schule ein Referat halten und möchte dafür ihre Notizen ausdrucken.



Sie geht in die Druckoptionen und bemerkt, dass dort bereits verschiedene Einstellungen angekreuzt sind.

Drucker:

Farbe:  Schwarz-Weiss:

Doppelseitig drucken:

Hochformat  Querformat

nur die ausgewählte Seite drucken  alle Seiten drucken

**A Aufgabe**

1. Erklärt, wie der Voreinstellungs-Nudge dazu beitragen kann, das Konsumverhalten zu verändern.

Diese Auswahl ist zurzeit für jeden Druckwunsch eingestellt und stellt einen **Voreinstellungs-Nudge** dar.

## Unser Nudge

## A Aufgabe

1. Füllt den Steckbrief zu eurem entwickelten Nudge aus. Wenn ihr euch an einer Stelle unsicher seid, guckt euch noch einmal das Material „Nudge – ein Anstoß zum nachhaltigen Handeln“ (M1) an oder nutzt die Materialien aus der Stationenarbeit. Mithilfe des Steckbriefs könnt ihr der Klasse euren Nudge vorstellen. Die Beschreibung kann auch zeichnerisch/grafisch erfolgen.

Name des Nudges: \_\_\_\_\_

---

---

Art des Nudges: Informations-Nudge

Voreinstellungs-Nudge

Sozialer Nudge

Ort, an dem euer Nudge eingesetzt wird: \_\_\_\_\_

---

---

---

Problem im Bereich des nachhaltigen Konsums, bei dem der Nudge helfen soll:

---

---

---

---

**Beschreibung eures Nudges:**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**Wie kann euer Nudge zu einer Verhaltensänderung beitragen?**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Beobachtungsbogen

### A Aufgabe

1. Fülle den Beobachtungsbogen aus, während die anderen Gruppen ihren Nudge vorstellen. Ergänze in jeder Spalte zunächst, welche Gruppe gerade vorstellt.

Frage	Name des Nudges:	Name des Nudges:	Name des Nudges:	Name des Nudges:
Gegen welches Problem des nachhaltigen Konsums soll der Nudge wirken?				
Um welche Art/welchen Typ von Nudge handelt es sich?				
Inwiefern kann der Nudge zu einer Veränderung des Konsumverhaltens beitragen?				
Diesen Punkt habe ich nicht verstanden.				

## Kritik am Nudging

Der Einsatz von **Nudges** in den verschiedensten Kontexten hat auch zu Kritik geführt. Häufig wissen die Konsument\*innen nicht, dass ein Nudge eingesetzt wird, der ihre Entscheidung beeinflussen kann. Je nachdem wie ein Nudge gestaltet ist und von wem dieser eingesetzt wird (z. B. von Unternehmen oder dem Staat) sollte Nudging kritisch betrachtet werden. Hierbei sollten besonders die Vorwürfe der Bevormundung auf der einen und die Kritik an der fehlenden langfristigen Wirkung auf der anderen Seite beachtet werden.

### Bevormundung

Nudges werden von einer Institution (zum Beispiel einem Geschäft) oder einer Person eingesetzt, die mit diesem vorgeben möchte, welches Verhalten „richtig“ ist. Der Nudge zwingt zwar den Menschen nicht dazu, sich so zu verhalten, wie er es nahelegt. Jedoch wird man durch ihn in eine bestimmte Richtung „gestupst“, und es ist wahrscheinlich, dass man sich entsprechend verhält. Damit werden die Käufer\*innen ein Stück weit beeinflusst und es kann zu einer Entscheidung kommen, die eigentlich nicht den eigenen Überzeugungen entspricht. Zudem ist nicht immer gesichert, dass die Richtung, die der Nudge vorgibt, wirklich für alle das Beste ist. Ein Nudge könnte auch bewusst von jemandem eingesetzt werden, damit sich Menschen so verhalten, wie es für diese Person am gewinnbringendsten ist.

### Langfristigkeit

Nudges erhöhen nicht die Kompetenz, gute Entscheidungen zu treffen. Sie wirken nur in der jeweiligen Situation, in der sie platziert werden und haben keinen Einfluss auf andere Situationen. Nudges führen zumeist nicht dazu, dass Menschen lernen, wie man bessere oder nachhaltigere Entscheidungen trifft.

### A Aufgabe

1. Erläutert in der Arbeitsgruppe die Kritik beispielhaft an eurem entwickelten Nudge.
2. Diskutiert in der Klasse, ob Nudging trotz der aufgeführten Kritik dauerhaft verwendet werden sollte, um ein nachhaltigeres Verhalten zu erreichen.

# Glossar

**Anreiz:** Anreize stellen Reize dar, die das Verhalten von Menschen beeinflussen können. Dieser Reiz kann von außen gesetzt werden, beispielweise über Werbemaßnahmen und Rabattaktionen, oder auch innerhalb einer Person verankert sein. Damit ein Anreiz wirken kann, muss er von der Person zunächst wahrgenommen werden.

**Informations-Nudge:** Informations-Nudges stellen Hinweise dar, die dem Individuum in einer Entscheidungssituation weitere Informationen bereitstellen, die das Verhalten der Person beeinflussen können.

**Nachhaltiger Konsum:** Nachhaltiger Konsum bedeutet, dass bei der Konsumententscheidung ökologische, soziale und ökonomische Aspekte bedacht und die Bedingungen von Herstellung, Nutzung und Entsorgen bzw. Recycling betrachtet werden. Neben dem Vergleich von Alternativen eines Produktes hinsichtlich dessen Nachhaltigkeit bedeutet dies auch, Konsumalternativen wie Second-Hand-Produkte, Sharing-Angebote oder den Verzicht auf Konsum in die Entscheidungsfindung einfließen zu lassen. Nachhaltiger Konsum verfolgt das Ziel, dass so konsumiert wird, dass nicht nur unsere aktuellen Bedürfnisse, sondern auch die Bedürfnisse zukünftiger Generationen befriedigt werden können.

**Nudge:** Ein Nudge (deutsch „Stups/Stupser“) ist ein von außen gesetzter Reiz, der das Verhalten von Personen beeinflussen kann. Dabei stellen sie keine Verbote dar und zwingen die einzelne Person auch nicht dazu, sich entsprechend des Nudges zu verhalten. Vielmehr „stupsen“ sie das Individuum an, sich entsprechend des Nudges zu verhalten, jedoch kann sich die einzelne Person auch anders verhalten. Entscheidend ist, dass Nudges nur innerhalb der Situation, in der sie platziert werden, wirken. Sie führen somit nicht zu einer langfristigen Verhaltensänderung oder einer verbesserten Entscheidungskompetenz.

**Sozialer Nudge:** Der Soziale Nudge kann zu einem bestimmten Verhalten führen, indem er dem Individuum in einer bestimmten Situation Informationen darüber gibt, wie andere sich verhalten haben. Bei der Konzeption dieses Nudges wird die Tatsache, dass Menschen dazu neigen, sich am Verhalten anderer zu orientieren, genutzt.

**Voreinstellungs-Nudge:** Dieser Nudge kann das Verhalten eines Menschen beeinflussen, indem eine bestimmte Voreinstellung vorgenommen wird. Wenn das Individuum diese nicht aktiv verändert, folgt es dem Nudge und verhält sich entsprechend der intendierten Richtung.