

Studie zeigt: Nudging in Supermarkt stimuliert den Verkauf von Obst und Gemüse

NAGF animiert Einzelhändler, den Verbraucher zu gesünderen Ernährungsentscheidungen zu verführen

Die Niederländer essen immer noch zu wenig Obst und Gemüse. Der „Nationale Aktionsplan Obst und Gemüse“ (NAGF) möchte diesen Konsum steigern und startete Ende 2018 ein einzigartiges Experiment bezüglich des Potenzials von Nudging im Supermarkt. Es hat sich herausgestellt, dass man Verbraucher mit ein paar simplen Nudges dazu animieren kann, im Supermarkt mehr Obst und Gemüse zu kaufen. Der heute publizierte Bericht bietet allen Supermärkten konkrete Schritte, mit denen man arbeiten kann, und soll helfen, die Ziele des nationalen Präventionsvertrags zu realisieren.

Im Rahmen des Experiments wurde eine Dirk-Filiale in Leidschenveen (Niederlande) für sechs Wochen in ein „Entscheide dich für Farben“-Labor verwandelt. Obst und Gemüse bekamen aufgrund subtiler Anpassungen in der Einkaufsumgebung einen prominenteren Platz. Zum ersten Mal wurden so viele unterschiedliche Nudges gleichzeitig in einem Supermarkt in den Niederlanden getestet. Es handelte sich um sieben Varianten, unter anderem um Nudges an den Zugangsschranken, Einkaufswagen-Inlays und ein gesundes Angebot im Kassenbereich. Die Veränderungen der Verkaufszahlen wurden mit denen in einem Dirk-Kontrollsupermarkt verglichen, in dem keine Nudges verwendet wurden.

Positive Ergebnisse

Die Ergebnisse sind positiv: Obwohl in beiden Supermärkten im Jahr 2018 weniger Obst und Gemüse verkauft wurde als 2017, sanken die Verkaufszahlen im Interventionssupermarkt während der „Entscheide dich für Farben“-Experimentphase um 6,6 %, im Kontrollsupermarkt hingegen um 14 %*. Aus der Studie geht außerdem hervor, dass individuelle Nudges keinen nachweisbaren Effekt haben - gerade eine Kombination der Nudges ist erforderlich, um das Kaufverhalten im Supermarkt zu stimulieren. Die Ergebnisse bieten interessante Einsichten, welche Wirkung die unterschiedlichen Nudgingstrategien gemeinsam ausüben und sind ein gutes Beispiel für Supermärkte, die Verbraucher motivieren wollen, mehr Obst und Gemüse zu kaufen.

**Es wurde nicht untersucht, inwieweit der Umsatzrückgang in diesen Filialen (ungefähr) dem landesweiten Trend entspricht oder sich gegensätzlich entwickelt.*

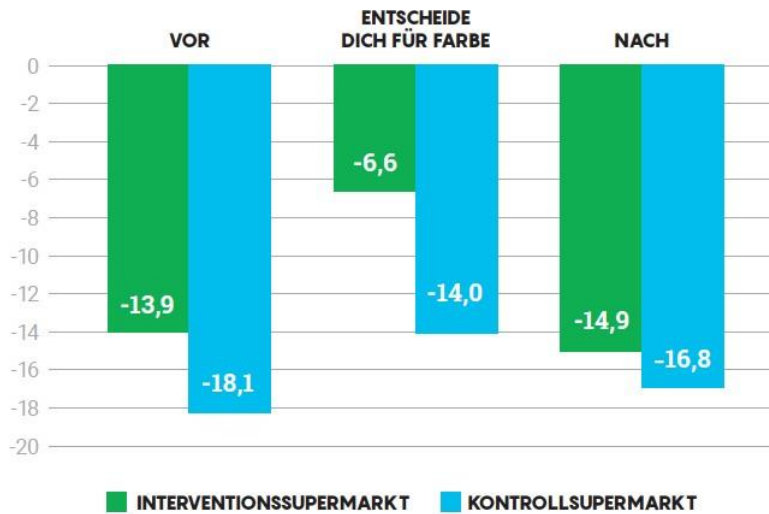


Abbildung 1
Der durchschnittliche prozentuale Rückgang des Verkaufs von frischem Obst und Gemüse in Kilogramm pro 100 Transaktionen bei der Messung vor (KW 34 bis 39), während des „Entscheide dich für Farbe“-Labors (KW 40 bis 45) und nach dem Versuch (KW 46 bis 51) im Kontroll- und Interventionssupermarkt

Der durchschnittliche prozentuale Rückgang des Verkaufs von frischem Obst und Gemüse (in kg/100 Transaktionen)

Gemeinsam umsetzen

Nach dem erfolgreichen Experiment ruft der NAGF andere Supermärkte dazu auf, ebenfalls Nudging auszuprobieren, um den Obst- und Gemüseverkauf über einen längeren Zeitraum hinweg zu stimulieren. „Verbraucher brauchen ein wenig

Unterstützung, um gesunde Entscheidungen zu treffen. Wenn alle Supermärkte das machen würden, könnte man im Bereich Gesundheit landesweit viel erreichen“ sagt Jaap Seidell, Hochschullehrer für Ernährung und Gesundheit an der Freien Universität Amsterdam.

Über „Entscheide dich für Farben“-Labor

Ein Forscherteam der Freien Universität (VU), der Universität Utrecht (UU), des Zentrums für Ernährung und der Universitätsklinik Amsterdam (AMC) führte die Studie zum Experiment durch. Das „Entscheide dich für Farben“-Labor ist ein Teil der Kampagne

„Entscheide dich für Farben“, einer Initiative des Nationalen Aktionsplans Obst und Gemüse (NAGF) in Kooperation mit der Werbeagentur für Ernährungsfragen Food Cabinet. „Entscheide dich für Farben“ verfolgt das Ziel, den Konsum von Obst und Gemüse in den Niederlanden deutlich zu erhöhen.

Was ist Nudging?

Nudging ist ein subtiler Schubs in die richtige Richtung. Es ist eine einfache Methode, Verhalten zu verändern, ohne die Entscheidungsfreiheit der Verbraucher einzuschränken. Nudging richtet sich insbesondere auf das automatische und unbewusste Entscheidungsverhalten.



Gesündere Niederländer

Nur einer von zehn Niederländern erreicht die vom Zentrum für Ernährung empfohlenen täglichen Mengen von 250 Gramm Gemüse und 200 Gramm Obst. Der Konsum einer ausreichenden Menge an Obst und Gemüse kann helfen, Übergewicht, chronische Krankheiten wie Diabetes, Herz- und Gefäßkrankheiten und bestimmte Formen von Krebs zu vermeiden. Im Nationalen Präventionsvertrag haben Supermärkte vereinbart, eine jährliche Verbrauchssteigerung der Produkte anzustreben, die zur ausgewogenen Ernährung beitragen - dazu gehören auch Obst und Gemüse - sowie die Verbraucher zu animieren, diese Produkte zu kaufen.

Die vollständige Studienpublikation können Sie hier herunterladen: www.nagf.nl/gavoorkleurlab

Über den Nationalen Aktionsplan Obst und Gemüse (NAGF)

Um den Konsum von Obst und Gemüse in den Niederlanden zu stimulieren, wurde 2017 der Nationale Aktionsplan Obst und Gemüse (NAGF) ins Leben gerufen. Der NAGF ist eine Kooperation staatlicher Behörden, der Wirtschaft und sozialer Organisationen, die bestehende Initiativen bündelt und stärkt. Gemeinsam setzen wir auf mehr Obst und Gemüse für alle Niederländer.

Wenn Sie mehr Informationen, Bildmaterial in hoher Auflösung und/oder Interviewtermine wünschen, nehmen Sie Kontakt auf mit:

Darla van Hoorn
T: +31 (0)6 20 09 13 12
E: mail@darla.nl