



Food Waste

Kommentar für Lehrperson

Food Waste



Lass dich nicht nudgen!

Zyklus

3. Zyklus

Zeit

1 Lektion

Material

Einstiegsvideo und
Computer mit Internet-
verbindung und
Beamer

M1a-c Tipps gegen

Nudging-Fallen

M2a-g Nudging-Kärtchen

Flipchart Papier oder
Packpapier (zum Auf-
kleben der Kärtchen)

Farbige Kärtchen

AB1 Lass dich nicht
nudgen!

Leimstifte und Scheren

Lehrplan 21

[WAH.3.1.c](#)

[WAH.3.3.b](#)

SDG

leistet einen Beitrag zu:



Kurzbeschreibung

In der vorliegenden Unterrichtseinheit lernen die Schülerinnen und Schüler (SuS) den Begriff «Nudging» (siehe Hintergrundinformationen) und dessen Auswirkung auf uns Menschen kennen. Sie erfahren 14 Tricks, mit welchen uns Supermärkte zu mehr Konsum verführen und finden im kooperativen Lernen Lösungen, nicht in diese Fallen zu tappen.

Unterrichtsverlauf

Einführung

- Zur Vorbereitung Packpapier oder Flipchart an der Wandtafel befestigen.
- Begriffseinführung «Nudging» durch Besprechen des Simpson-Comics auf dem AB1.
- Einstiegsvideo von SRF Einstein [«6 Tricks, mit denen Supermärkte uns verführen, mehr zu kaufen»](#). Die SuS sollen sich dazu auf dem AB1 Notizen machen. (Anmerkung zum Trick 1: Die Rollenverteilung, die im Film genannt wird, entspricht nicht dem Rollenverständnis von Pusch.)

Erarbeitung

- SuS aufzählen lassen, welche Nudging-Fallen uns im Supermarkt gestellt werden, damit wir mehr einkaufen. Zum Sammeln der verschiedenen Punkte dienen die vorbereiteten Kärtchen (M2a-g). Wird ein Punkt von den Kärtchen genannt, das passende Kärtchen auf das Plakat an der Wandtafel kleben.
- Ergänzungen mit den restlichen Kärtchen.
- Aufteilung in Gruppen à 2 bis 3 SuS. Jede Gruppe sucht sich ein Kärtchen aus und führt eine Diskussion dazu, wie man verhindern kann, in diese «Nudging-Falle» zu tappen. Die Tipps halten die SuS schriftlich auf farbigen Kärtchen fest.

Abschluss

- Gegenseitig stellen sich die SuS ihre Vorschläge vor und gestalten gemeinsam ein «Anti-Nudging-Plakat». Fehlende Tipps (siehe M1a-c) ergänzen.
- Abschliessend sollen die SuS das AB1 fertig lösen und als Wiederholung in eigenen Worten aufschreiben, was Nudging ist. Dafür stehen vier Stichworte als Hilfe zur Verfügung. Weiter sollen die SuS für sich zwei passende Tricks gegen Nudging notieren, welche sie in Zukunft für sich beim Einkaufen anwenden möchten.

Legenden



Information



Arbeitsanweisung



Austauschen



Überlegen



Erkenntnis



Handlungsabsicht

Hintergrundinformationen

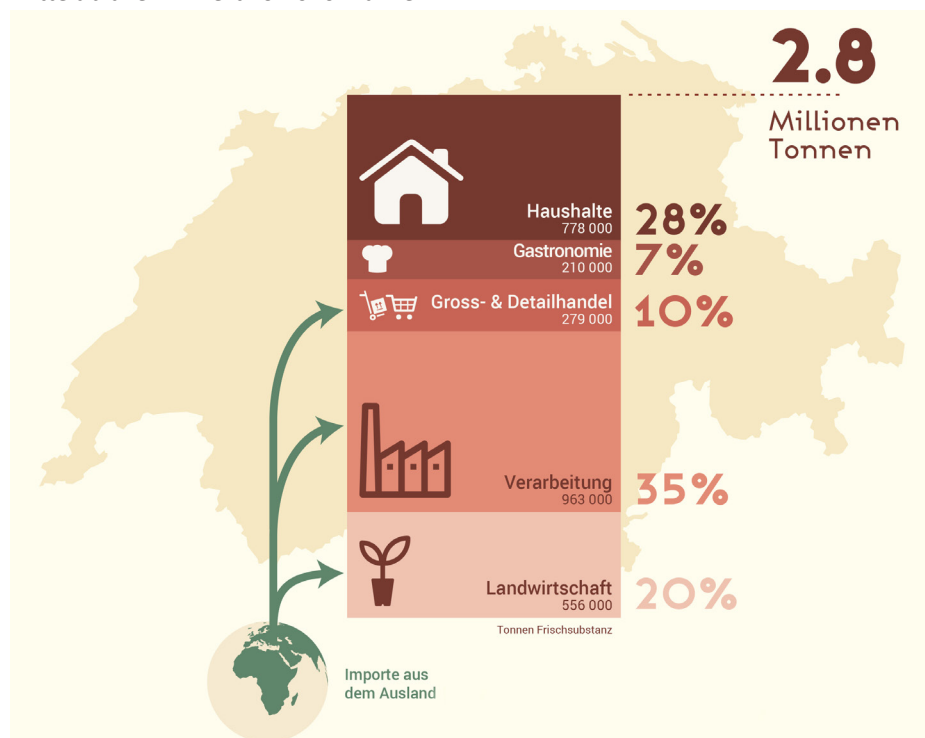
Allgemeine Informationen über Food Waste

Als Food Waste werden vermeidbare Nahrungsmittelabfälle bezeichnet: Also alles, was als Nahrung für den Menschen produziert wurde, - vom Feld bis auf den Teller - aber nie gegessen wird. Es handelt sich dabei einerseits um unförmiges Gemüse, zu kleine oder zu grosse Früchte, die aufgrund von strengen Qualitätsstandards aussortiert werden oder um Produkte, die wegen falscher oder zu langer Lagerung verderben. Andererseits handelt es sich um beim Transport verloren gegangene Lebensmittel, um Tellerreste, die man wegwirft, aber auch um Teile eines Nahrungsmittels, die weggeschnitten werden.



© savefood.ch

Ein Drittel aller produzierten Lebensmittel wird heute weltweit und auch in der Schweiz weggeworfen. Schweizerinnen und Schweizer verursachen jedes Jahr über die ganze Lebensmittelkette gesehen insgesamt 2.8 Millionen Tonnen Food Waste. 28% der gesamten Lebensmittelverschwendung entsteht in den Schweizer Privathaushalten. Somit wirft eine vierköpfige Schweizer Familie pro Jahr ungefähr 370 kg Nahrungsmittel im Wert von rund 2500 Franken weg. Pro Kopf sind das etwas mehr als 90 kg vermeidbare Lebensmittelabfälle im Wert von 620 Franken.

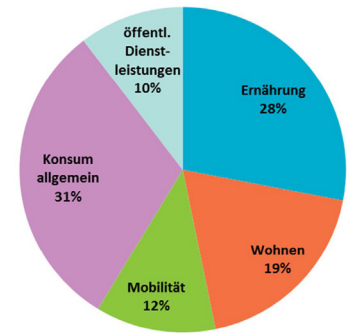


Das Wegwerfen von Lebensmitteln auf den verschiedenen Stufen der Lebensmittelkette hat unterschiedliche Gründe. In den Haushalten sind die Verluste vor allem auf folgende Faktoren zurück zu führen:

- Wir halten uns nicht an eine Einkaufsliste und kaufen Lebensmittel, die wir nicht benötigen.
- Wir lagern Esswaren nicht richtig.
- Wir kaufen oder kochen die falschen Mengen.
- Wir halten uns an die Mindesthaltbarkeitsdaten, anstatt auf unsere Sinne zu vertrauen.

Doch welche Folgen hat Food Waste und was haben diese Lebensmittelverluste mit der Klimaerwärmung zu tun?

Die Produktion und Verarbeitung von Nahrungsmitteln braucht sehr viel Boden, Dünger, Wasser und Energie. Der Transport mit dem Flugzeug oder dem LKW, die Lagerung der Lebensmittel durch Kühlung und die Verarbeitung unseres Essens verschlingen ebenfalls viel Energie. Wenn wir Nahrungsmittel in den Abfall werfen, anstatt sie zu essen, so ist das Energie- und Ressourcenverschwendung und wir fördern dadurch den Treibhauseffekt und den Klimawandel. Rund 28% der gesamten Umweltbelastung der Schweiz entstehen durch die Produktion und den Konsum von Nahrungsmitteln. Im Vermeiden von Food Waste steckt somit ein grosses Umwelt- und Klimaschutzpotenzial.



© esu 2016

Auch die Schweiz möchte etwas gegen diese Lebensmittelverluste tun, um die Umweltbelastung zu senken. Deshalb hat sie im Jahr 2015 gemeinsam mit 190 weiteren Staaten die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung verabschiedet. Damit ist sie unter anderem aufgefordert, die Nahrungsmittelverluste im Detailhandel und auf Verbraucherebene zu halbieren, sowie Verluste bei der Produktions- und Lieferkette zu verringern ([SDG 12.3](#)). Diese Ziele sollen mit Hilfe von Sensibilisierungskampagnen und Massnahmen in der Bildung und Politik erreicht werden. Lehrpersonen können mit dem Einsatz von Unterrichtsmaterialien zur Thematik «Food Waste» Schülerinnen und Schüler auf die Problematik aufmerksam machen und sie zum Handeln anregen.

Beeinflussung der Konsumenten im Supermarkt

Food Waste im Haushalt fängt oft schon beim Einkaufen an. Meist wird mehr eingekauft, als auf der Einkaufsliste steht. Denn nur ein Drittel unserer Einkäufe ist geplant, der Rest wird spontan ausgewählt. Dies hängt damit zusammen, dass unsere Kaufentscheidungen oft emotional und weniger rational gesteuert sind. Die Supermärkte machen sich dies zu Nutze und wenden verschiedene Tricks an, um die Konsumenten zu beeinflussen. Dieses Phänomen wird Nudging genannt. Übersetzt bedeutet Nudging «Anstupsen» und meint, dass das Verhalten von Menschen beeinflusst wird. Dafür gibt es keinerlei Regeln oder Verbote. Nudging soll uns also mit bewusst gesetzten Anreizen zu einem gewünschten Verhalten bewegen. Diese Methode wird in verschiedenen Bereichen des Alltages angewendet. So brauchen auch Supermärkte Nudging, um die Kunden zu mehr Konsum anzuregen.

Der folgende Unterrichtsvorschlag behandelt die 14 wichtigsten Manipulationen der Supermärkte («Nudging-Fallen»). Eine detaillierte Beschreibung ist auf den Blättern M1a-c dargestellt.

Weiterführende Informationen zum Thema Food Waste

- SAVE FOOD, FIGHT WASTE: www.savefood.ch
- Foodwaste.ch: www.foodwaste.ch
- Amt für Abfall, Wasser, Energie und Luft, AWEL: [NO WASTE, LET'S TASTE](#)

Videos

- SRF DOK (2020): [Food Waste - Warum Lebensmittel im Abfall landen und was wir dagegen tun können](#)
- Foodwastetv (2013): [WASTE - German](#)
- SRF Einstein (2016): [Supermarkt - wie er uns täglich manipuliert und verführt](#)
- SRF Einstein (2016): [6 Tricks, wie uns Supermärkte verführen, mehr zu kaufen](#)
- Wissenswert (2017): [Psychofalle Supermarkt - Wie Edeka, Rewe & Co dir das Geld aus der Tasche ziehen](#)

Quellenangaben

- Bundesamt für Umwelt, BAFU (2019): *Lebensmittelabfälle*. Zugriff unter: <https://www.bafu.admin.ch/bafu/de/home/themen/abfall/abfallwegweiser-a-z/biogene-abfaelle/abfallarten/lebensmittelabfaelle.html> (abgerufen am: 23.03.2020)
- ESU Services, Niels Jungbluth (2017): *Ökologischer Fussabdruck von Nahrungsmitteln*. Zugriff unter: <http://www.esu-services.ch/fileadmin/download/jungbluth-2017-Ern%C3%A4hrung-LenzSt%C3%A4hlin-v1.0.pdf> (abgerufen am: 23.03.2020)
- ESU Services, Niels Jungbluth (2016): *Umweltschonende Ernährung aus Sicht der Konsumenten*. Zugriff unter: <http://www.esu-services.ch/fileadmin/download/jungbluth-2016-Ern%C3%A4hrung-SNB.pdf> (abgerufen am: 23.03.2020)
- ETH Zürich (2019): *Lebensmittelverluste in der Schweiz: Umweltbelastung und Vermeidungspotenzial*. Zugriff unter: <https://www.news.admin.ch/newsd/message/attachments/58769.pdf> (abgerufen am: 20.03.2020)
- Foodwaste.ch (2019): *Food Waste in der Schweiz*. Zugriff unter: <https://foodwaste.ch/was-ist-food-waste/> (abgerufen am: 23.03.2020)
- Growth from Knowledge (2009): GfK Studie - STORE EFFECT. Zugriff unter: http://lrsales-consulting.de/fileadmin/Dokumente/GfK-Studie_STORE-Effect.pdf (abgerufen am: 23.03.2020)
- Savefood.ch (2019): *FOOD WASTE GEHT UNS ALLE AN! Und nur zusammen können wir das Problem lösen*. Zugriff unter: <https://savefood.ch/de/das-problem-food-waste.html> (abgerufen am: 23.03.2020)
- Schweizerischer Bundesrat (2018): *Umwelt Schweiz 2018*. Zugriff unter: https://www.bafu.admin.ch/dam/bafu/de/dokumente/allgemein/uz-umwelt-zustand/umwelt-schweiz-2018.pdf.download.pdf/Umweltbericht2018_D.pdf (abgerufen am: 25.03.2020)
- Tagesanzeiger (2010): *Wie wir beim Einkaufen manipuliert werden*. Zugriff unter: <http://www.tagesanzeiger.ch/wirtschaft/unternehmen-und-konjunktur/Wie-wir-beim-Einkauf-manipuliert-werden/story/11828902> (abgerufen am: 23.03.2020)
- Wirtschaftswoche (2014): *So manipulieren Supermärkte ihre Kunden*. Zugriff unter: <https://www.wiwo.de/unternehmen/handel/psychotricks-der-haendler-so-manipulieren-supermaerkte-ihre-kunden/8789036.html?p=14&a=false&slp=false#image> (abgerufen am: 23.03.2020)
- WWF (2016): *Factsheet. Umweltgerecht essen - der Erde zuliebe*. Zugriff unter: <https://www.wwf.ch/sites/default/files/doc-2017-09/2016-06-lehrmittel-faktenblatt-ernaehrung.pdf> (abgerufen am: 19.03.2020)
- 20min (2015): *So verführen uns Supermärkte zum Kaufen*. Zugriff unter: <https://www.20min.ch/wissen/news/story/So-verfuehren-uns-Supermaerkte-zum-Kaufen-13453729> (abgerufen am: 23.03.2020)

Die 14 wichtigsten «Nudging-Fallen» im Supermarkt

In der ersten Spalte sind die 14 wichtigsten Manipulationen der Supermärkte beschrieben. In der mittleren Spalte steht der Text, welcher auf das «Anti-Nudging-Plakat» aufgeklebt wird, und in der letzten Spalte sind verschiedene Tipps gegen die jeweiligen «Nudging-Fallen», welche die SuS in Gruppen erarbeiten sollen, aufgelistet.

Hintergrundinformationen	«Nudging-Falle» auf Kärtchen	Tipps gegen die «Nudging-Fallen»
Eine Studie hat ergeben, dass Frauen ohne Männer durchschnittlich doppelt solange im Supermarkt verweilen. Ein Restaurant am Anfang des Supermarktes soll die Männer also aufhalten, sodass die Frau alleine einkaufen geht.	Ein Restaurant im Eingangsbereich des Supermarktes soll den Einkaufsmuffel der Familie dazu bringen, nicht mit einkaufen zu kommen. Denn ohne ihn bleibt der Rest länger im Supermarkt.	<ul style="list-style-type: none"> – Kaufe nicht hungrig ein! – Trink zuhause noch einen Kaffee! – Die Person, die am wenigsten gerne einkauft, soll in den Supermarkt gehen, denn diese ist am schnellsten!
Oft sind Einkaufskörbe schwierig zu finden, sodass der Konsument auf den Einkaufswagen ausweicht. Diese sind sehr gross und einzelne Lebensmittel sehen deshalb darin verloren aus. Das kann innerlich einen unbewussten Konflikt verursachen und man ist dazu geneigt, mehr zu kaufen.	Der grosse Einkaufswagen verleitet dich dazu, mehr einzukaufen. Deshalb sind die kleinen Körbe schwieriger zu finden.	<ul style="list-style-type: none"> – Finde die Einkaufskörbe! – Tätige lieber kleine Einkäufe mehrmals die Woche, als einen Grosseinkauf einmal die Woche!
In fast jedem Supermarkt sind die Früchte und das Gemüse vorne im Laden. Dies versprüht das Flair eines gemütlichen Wochenmarktes und soll den Kunden abbremsen. Weiter dienen Spiegel und spezielle Beleuchtung dazu, die Lebensmittel besonders appetitlich und frisch aussehen zu lassen.	Durch die Beleuchtung und Spiegel sehen die Früchte und das Gemüse am Anfang besonders frisch aus und versetzen dich in Einkaufslaune.	<ul style="list-style-type: none"> – Erstelle eine Einkaufsliste und kaufe nur das ein, was drauf steht! – Kaufe auf dem Markt ein, denn dort wird das Gemüse und die Früchte nicht künstlich optisch appetitlicher gemacht! – Kaufe saisonal und regional ein, dadurch wird die Auswahl automatisch kleiner! – Lass dich von der Schönheit nicht täuschen!
In den meisten Supermärkten verläuft die Umlaufbahn, d. h. die Richtung in der eingekauft wird, im Gegenurzeigersinn. Der Umsatz steigt so um 10%, der Grund dafür ist jedoch unklar. Eine Vermutung ist, dass wir in dieser Richtung langsamer laufen und so mehr Zeit zum Einkaufen haben.	Verläuft die Umlaufbahn im Gegenurzeigersinn, kaufen die Leute tendenziell mehr ein.	<ul style="list-style-type: none"> – Erstelle eine Einkaufsliste und kaufe nur das ein, was darauf steht! – Setze dir eine Preislimite und rechne beim Einkaufen mit. Dadurch kannst du Spontankäufe verhindern! – Kaufe im Uhrzeigersinn ein!

Hintergrundinformationen	«Nudging-Falle» auf Kärtchen	Tipps gegen die «Nudging-Fallen»
<p>Die teuren Produkte sind bequem auf Augenhöhe platziert, während die billigere Ware in den unteren Regalen – in der sogenannten Bück- und Streckzone – zu finden ist.</p>	<p>Die teureren Produkte findest du auf Augenhöhe. Für sie musst du dich weder bücken noch strecken.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Schau auch in den anderen Regalen nach Produkten. Vermeide jedoch grosse Billigpackungen! - Setze dir eine Preislimite und rechne beim Einkaufen mit. Dadurch kannst du Spontaneinkäufe verhindern!
<p>Wie Studien zeigen, liegt die perfekte Wohlfühltemperatur im Supermarkt bei 19-20°C, dann kaufen die Leute besonders lange ein.</p>	<p>Die Supermärkte haben eine Wohlfühltemperatur von 19-20°C, damit du lange bleibst und viel kaufst.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Erstelle eine Einkaufsliste und kaufe nur das ein, was drauf steht! - Setze dir eine Preislimite und rechne beim Einkaufen mit. Dadurch kannst du Spontaneinkäufe verhindern!
<p>Auch mit Gerüchen beeinflussen Supermärkte das Konsumverhalten; beispielsweise mit feinem Brötchenduft, was den Appetit anregt. Das soll direkt zum Kauf verleiten und sorgt dafür, dass sich der Kunde wohlfühlt.</p>	<p>Der feine Brötchenduft regt deinen Appetit an und soll dich dazu verleiten, Spontaneinkäufe zu tätigen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Kaufe nicht hungrig ein! - Denke an die zusätzlichen Kalorien! - Erstelle eine Einkaufsliste und kaufe nur das ein, was darauf steht!
<p>Sonderangebote und Aktionen sollen dazu animieren, mehr einzukaufen. Sie sind farbig und gross ausgemaltes, damit man sie nicht übersieht. Forscher haben herausgefunden, dass bei Rabatten und Schnäppchen das Belohnungssystem im Gehirn aktiviert wird. Dies sorgt für eine Ausschüttung von Dopamin, einem Neurotransmitter, der für Glücksgefühle sorgt, und unterdrückt zugleich die «Vernunftareale».</p>	<p>Die farbigen Aktionsschilder fallen dir sofort auf und bringen dich dazu, etwas, das du nicht benötigst, einzukaufen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Kaufe die Aktionen nur, wenn du die Lebensmittel auch wirklich brauchst! - Überlege dir, warum die Einkaufsläden die Aktionen machen! - Erstelle eine Einkaufsliste und kaufe nur das ein, was darauf steht! - Kaufe lieber kleine Packungen ein, als grosse Aktionspackungen!
<p>Bei der Kasse werden Süßigkeiten, Kaugummis oder Zubehör für das Handy angeboten, da während des Wartens das Risiko für Spontankäufe besonders hoch ist. Diese Ware wird auch «Quengelware» genannt, da oft Kinder gerne noch etwas davon hätten.</p>	<p>Die «Quengelzone» an der Kasse mit Süßigkeiten, Snacks und Angeboten für dein Handy soll dich dazu verleiten, auch beim Warten noch weiter einzukaufen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Kaufe nicht hungrig ein! - Lenke dich beim Anstehen an der Kasse ab oder konzentriere dich auf etwas anderes! - Benutze den Self-Checkout!
<p>Eine oft angewandte Manipulation ist die künstliche Verknappung, bei der beispielsweise Paletten absichtlich nur halbvoll mit Produkten bepackt werden. Die Wahrscheinlichkeit ein Produkt zu verkaufen, erhöht sich durch diesen Eindruck der Knappheit.</p>	<p>Eine halbvolle Palette soll dich dazu verleiten, etwas zu kaufen, ohne viel zu überlegen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Durchschaue den Trick der künstlichen Verknappung und kaufe das Produkt nur, wenn du es auch wirklich brauchst. Es wird auch später noch davon haben! - Erstelle eine Einkaufsliste und kaufe nur das ein, was darauf steht! - Lass dich nicht reinlegen!

Hintergrundinformationen	«Nudging-Falle» auf Kärtchen	Tipps gegen die «Nudging-Falle
<p>Bei Reizworten wie «Sonderangebote», «Neuheit», «Empfehlung», «Aktuell» etc. ist Vorsicht geboten. Denn diese Produkte sind meist gar nicht billiger, durch die grossen und farbigen Schilder empfinden wir es aber so. Mit der Farbe Rot verbinden wir einen besonders günstigen Preis.</p>	<p>Schilder mit der Aufschrift «Aktuell» oder «Neuheit» werden wie Aktionsschilder dargestellt, um dich glauben zu lassen, eine Aktion zu kaufen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Lies die Schilder genau und lass dich nicht beirren von den Farben! - Erstelle eine Einkaufsliste und kaufe nur das ein, was darauf steht! - Willst du das Angebot trotzdem ausprobieren, kaufe etwas anderes dafür nicht ein!
<p>Supermärkte wenden manchmal auch den Trick an, bei Mindesteinkäufen eine Vergünstigung anzubieten. Dadurch wollen sie, dass die Kunden mehr einkaufen als geplant. Ähnliche Aktionen sind Angebote wie z. B. «2 für 1».</p>	<p>Vergünstigungen bei Mindesteinkäufen sollen dich dazu verleiten, mehr als nötig einzukaufen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Erstelle eine Einkaufsliste und kaufe nur das ein, was darauf steht! - Brauchst du die zusätzlichen Sachen wirklich?
<p>Mit Aktionen wie z. B. Bons oder Sammelklebern binden die Supermärkte die Kunden an sich und bewegen sie so zum Wiederkommen. Angebote wie «Sammel-Mania» richten sich an Kinder, wodurch die Eltern vermehrt in den gleichen Supermarkt gehen.</p>	<p>Angebote wie z. B. Bons, Sammelkleber oder «Sammel-Mania» sollen dich dazu verleiten, vermehrt in eine bestimmte Supermarkt-Kette einzukaufen zu gehen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Kaufe nur nach Bedarf ein! - Überlege dir, was du wirklich von der Sammelaktion hast!
<p>Die Musik aus den Lautsprechern ist meistens ruhig, sodass sich die Kunden entspannt fühlen und langsamer einkaufen. Zwischendurch wird die Musik unterbrochen, um die Kunden auf Angebote aufmerksam zu machen.</p>	<p>Über den Lautsprecher wirst du auf Angebote hingewiesen und durch Musik unbewusst in Einkaufslaune versetzt.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Höre nicht hin und stelle deine Ohren auf Durchzug! - Höre deine eigene Musik über deine Kopfhörer!

Ein Restaurant im Eingangsbereich des Supermarktes soll den Einkaufsmuffel der Familie dazu bringen, nicht mit einkaufen zu kommen. Denn ohne ihn bleiben die anderen länger im Supermarkt.

Der grosse Einkaufswagen verleitet dich dazu, mehr einzukaufen. Deshalb sind die kleinen Körbe schwieriger zu finden.

**Durch die Beleuchtung und Spiegel sehen die
Früchte und das Gemüse
am Anfang besonders frisch aus
und versetzen dich in Einkaufslaune.**

**Verläuft die Umlaufbahn im
Gegenuhrzeigersinn, kaufen die Leute
tendenziell mehr ein.**

Die teureren Produkte findest du auf Augenhöhe. Für sie musst du dich weder bücken noch strecken.

Die Supermärkte haben eine Wohlfühltemperatur von 19-20°C, damit du lange bleibst und viel kaufst.

**Der feine Brötchenduft regt deinen
Appetit an und soll dich dazu verleiten,
Spontaneinkäufe zu tätigen.**

**Die farbigen Aktionsschilder fallen
dir sofort auf und bringen dich dazu, etwas,
das du nicht benötigst, einzukaufen.**

Die «Quengelzone» an der Kasse, mit Süßigkeiten, Snacks und Angeboten für dein Handy, soll dich dazu verleiten, auch beim Warten noch weiter einzukaufen.

Ein knappes Angebot soll dich dazu verleiten, etwas zu kaufen, ohne viel zu überlegen.

Schilder mit der Aufschrift «Aktuell» oder «Neuheit» werden wie Aktionsschilder dargestellt, um dich glauben zu lassen, eine Aktion zu kaufen.

Vergünstigungen bei Mindesteinkäufen sollen dich dazu verleiten, mehr als nötig einzukaufen.

**Angebote wie z.B. Bons oder Sammelkleber
sollen dich dazu verleiten,
vermehrt in eine bestimmte
Supermarkt-Kette einkaufen zu gehen.**

**Über den Lautsprecher wirst du auf
Angebote hingewiesen und durch die Musik
unbewusst in Einkaufslaune gestimmt.**

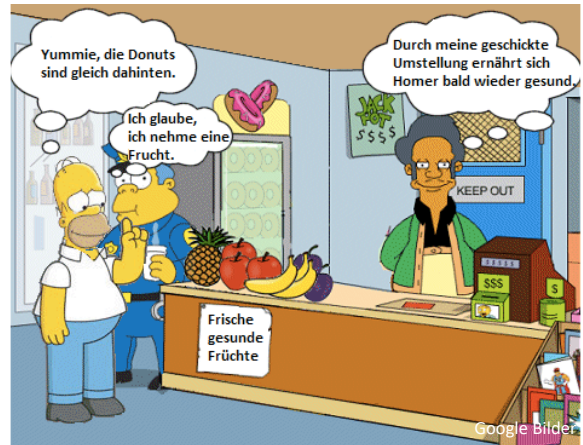
Lass dich nicht nudgen!



Auftrag

1. Was will der Titel sagen?

Schreibe in deinen eigenen Worten, was mit «Nudging» gemeint ist. Als Hilfe dienen dir folgende Begriffe: *Verhalten, beeinflussen, Anreize, Methode.*



«Nudging» bedeutet:



.....

.....

Diesen «Nudging-Fallen» bin ich schon begegnet: (Notizen zum Video)



.....

.....

.....

Ich lasse mich aber nicht nudgen, weil...



.....

.....

.....