

# Nudge

Die Kunst,  
Essen geschickt  
zu platzieren



Gertrud Winkler • Anna Elisabeth Purtscher • Agnes Streber

rhw  
profi



EXKLUSIVE  
LESEPROBE



Verlag Neuer Merkur GmbH

### Die Autorinnen:

**Gertrud Winkler** ist Professorin für Lebensmittel- und Ernährungswissenschaften an der Hochschule Albstadt-Sigmaringen. Sie leitet seit Jahren Forschungsprojekte zum Thema *nudging* und ist deutschlandweite Pionierin auf diesem Gebiet. Sie ist überzeugt davon, dass gesund und nachhaltig essen ganz einfach ist und es auch für alle werden sollte.

**Anna Elisabeth Purtscher** ist Studiengangsleiterin des FH-Bachelor-Studiengangs Diaetologie und Leiterin des Master-Lehrgangs Ernährungskommunikation bzw. des Master-Lehrgangs Klinische Diaetologie an der fh gesundheit in Innsbruck (Österreich). Kompetenzstärkung ist ihr in ihren Fachbereichen Diaetologie und Ernährungskommunikation eine Herzensangelegenheit.

**Agnes Streber** ist Oecotrophologin und Köchin und leitet seit 1999 das Ernährungsinstitut KinderLeicht in München, wo sie sich mit Begeisterung für die Themen Gesundheit und Nachhaltigkeit einsetzt. Durch ihre Mehrfachqualifikationen verfügt sie über einen ganzheitlichen und systemischen Ansatz, der ihre Arbeit besonders individuell und nachhaltig prägend macht. 2018 hat sie außerdem Nudge-Concept gegründet und ist ausgewiesene Expertin in der praktischen Umsetzung von *nudging*.

---

Bibliografische Informationen der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <https://portal.dnb.de> abrufbar.

© 2020 Verlag Neuer Merkur GmbH

Verlagsort: Postfach 12 53, D-82141 Planegg

Alle Urheberrechte vorbehalten. Vervielfältigungen bedürfen der besonderen Genehmigung. Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmung und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Alle in dieser Veröffentlichung enthaltenen Angaben, Ergebnisse usw. wurden von den Autorinnen nach bestem Wissen erstellt und von ihnen und dem Verlag mit größtmöglicher Sorgfalt überprüft. Gleichwohl sind inhaltliche Fehler nicht vollständig auszuschließen. Daher erfolgen alle Angaben ohne jegliche Verpflichtung oder Garantie des Verlages oder der Autorinnen. Sie garantieren oder haften nicht für etwaige inhaltliche Unrichtigkeiten (Produkthaftungsausschluss). Im Text sind Warennamen, die patent- oder urheberrechtlich geschützt sind, nicht unbedingt als solche gekennzeichnet. Aus dem Fehlen eines besonderen Hinweises oder des Zeichens © darf nicht geschlossen werden, es bestehe kein Warenschutz.

G. Winkler, A. E. Purtscher, A. Streber

Nudge – Die Kunst, Essen geschickt zu platzieren

1. Auflage 2020

Lektorat: Ulrich Bartel

Konzeption, Umschlaggestaltung und Layout: Dagmar Papiç Design

Titelfoto: © vaaseenaa - AdobeStockphoto

ISBN 978-3-95409-055-6

Druck: Beltz Grafische Betriebe GmbH, Bad Langensalza

---

# Kapitel 5

## Ziele und Nudges: Das funktioniert in der Praxis

- 5.1 Lebensmittel aus ökologischem Anbau bevorzugen – Gutes so naheliegend
- 5.2 Regionale und saisonale Lebensmittel bevorzugen – Heimat auf die Teller
- 5.3 Fleisch und Fleischwaren reduzieren – nachhaltig für Umwelt und Gesundheit
- 5.4 Pflanzliche Lebensmittel bevorzugen – Frisches von Feld und Garten
- 5.5 Salatkonsum erhöhen – kunterbuntes Durcheinander, das schmeckt
- 5.6 Gemüsekonsum erhöhen – so viel das Herz begehrt
- 5.7 Konsum von Hülsenfrüchten erhöhen – eine hochwertige Alternative zu Fleisch
- 5.8 Vollkornanteil erhöhen: volles Korn – volle Kraft
- 5.9 Obstkonsum erhöhen – „die süßesten Früchte schmecken dir und mir genauso“
- 5.10 Süßigkeiten und Zucker reduzieren – auf gesunde Alternativen setzen
- 5.11 Wasser als Getränk bevorzugen – unser kostbarstes Gut ist zum Trinken da
- 5.12 Nachsalzen bei Tisch vermeiden – „Haben Sie auch Kräuter?“
- 5.13 Tellerreste vermeiden – Lebensmittel sind zu kostbar für den Abfall
- 5.14 Einweggeschirr und -verpackungen reduzieren – auf Porzellan speist man geschmackvoller

### Darauf kommt es an

Die ökologische Landwirtschaft produziert Lebensmittel nachhaltig. Sie steht für artgerechte Tierhaltung, verzichtet auf die umstrittene Gentechnik, auf leichtlösliche Mineraldünger, auf chemisch-synthetische Pflanzenschutz- und Schädlingsbekämpfungsmittel, erhält und fördert Bodenfruchtbarkeit und natürliche Artenvielfalt und schont das Grundwasser. Biolebensmittel sind im Durchschnitt rückstandsärmer und weisen oft mehr gesundheitsförderliche sekundäre Pflanzenstoffe auf. Im Vergleich zum konventionellen Anbau verursacht die Erzeugung pflanzlicher Biolebensmittel bis zu 50 % weniger Treibhausgase. Der Konsum von Biolebensmitteln trägt also zu mehr Nachhaltigkeit in der Ernährung bei und zieht oft weitere positive Auswirkungen nach sich: Aus preislichen Gründen werden Sie mehr pflanzliche Lebensmittel aus regionalem und saisonalem Anbau in den Speiseplan bringen, wodurch das Speisenangebot insgesamt vielfältiger, abwechslungsreicher, kurz: gesünder wird.

Speisen in Bioqualität sind neben der Verringerung des Angebotes tierischer Lebensmittel zentraler Kernpunkt einer nachhaltigen Ernährung. Ihr Beitrag zur Nachhaltigkeit ist relevant, kann dauerhaft umgesetzt werden und wirkt nach außen.

### So unterstützen Sie Ihre Essensgäste

Global denken, lokal handeln! Das Prinzip ist hier, den Griff zu angebotenen Speisen in Bioqualität so einfach wie möglich zu machen, den Griff zu konventionellen Speisen dagegen etwas umständlicher.

- ☺ Sorgen Sie für eine vielfältigere Auswahl an Biogerichten oder Bio-Komponenten.
- ☺ Nennen Sie Biovarianten immer zuerst auf Speisekarten und -plänen und heben Sie sie optisch ansprechend hervor (siehe Abb. 5.1).
- ☺ Machen Sie das Biogericht zum Menü des Tages.
- ☺ Finden Sie besonders attraktive Namen für Speisen in Bioqualität.
- ☺ Geben Sie Biovarianten in attraktiverem Geschirr (z. B. mit grünem Rand) aus.
- ☺ Geben Sie Ihren Gästen dezente Hinweise, z. B. mit bedruckten Servietten oder Tablett-Papieraufleger („Heute nachhaltig genießen“, „Bio ist essbar“).
- ☺ Tue Gutes und rede darüber: Informieren Sie Ihre Gäste unaufdringlich mit Plakaten oder Tafeln, z. B. über Tierhaltung („Wie leben eigentlich Bio-Hennen?“), über den geringeren CO<sub>2</sub>-Ausstoß von Bio-Regio-Produkten oder über die Fehlbepreisung von konventionellen Produkten im Vergleich zu Bioprodukten.

## Aus der Praxis für die Praxis

Jeder Schritt hin zu mehr Biolebensmitteln ist wichtig. Eine Vielzahl unterschiedlicher Öko-Kennzeichen erschwert aber den Überblick. Seit 2012 müssen alle vorverpackten Biolebensmittel, die in einem EU-Mitgliedsstaat hergestellt wurden, das EU-Bio-Logo tragen. Das bereits 2001 ins Leben gerufene deutsche Bio-Siegel darf, z. B. wegen seines höheren Bekanntheitsgrades, auf freiwilliger Basis zusätzlich genutzt werden. Noch mehr Umweltschutz durch strengere Richtlinien gewährleisten beispielsweise die Siegel von Naturland, Bioland oder Demeter.

## Gut zu wissen

Im Ökolandbau werden für die Erzeugung von einem Kilogramm Fleisch 75 % weniger Treibhausbelastung, 25 % weniger Energie, 75 % weniger Stickstoffbelastung, 100 g weniger Mineraldünger und 1,5 g weniger Pestizide eingesetzt als im konventionellen Landbau. Der Nutztierbestand richtet sich nach der Betriebsfläche, die Futtermittel stammen überwiegend aus dem hofeigenen Bioanbau, Tierarzneimittel als Futterzusätze sind verboten. Der wahre Preis für konventionelle Lebensmittel aus der Massentierhaltung müsste heute knapp 200 % teurer sein, würden die ökologischen und sozialen sogenannten externen Folgekosten mit einberechnet, die die konventionelle Fleischproduktion verursacht und die derzeit die Gemeinschaft trägt.

## Beispiel eines Nudges












Abb. 5.1 Nudge des Typs *Information/Hinweisreiz anbringen zur Steigerung der Auswahl ökologischer Speisen*: positive Auslobung mit einem auffälligen Logo (Hochschule Albstadt-Sigmaringen)

### Darauf kommt es an

Tomaten sind sowohl im Sommer als auch im Winter ein heiß begehrtes Gemüse. Im Hinblick auf den ökologischen Fußabdruck schneiden sie sowohl regional aus dem Glashaus als auch importiert aus Spanien schlecht ab. Heimische Bauern bieten Lebensmittel pflanzlichen und tierischen Ursprungs an. Um der Sicherheit unserer Ernährung wieder näherzukommen, sollte die Stärkung der regionalen Wertschöpfungskette das Ziel sein. Lokale Wirtschaftskreisläufe werden gefördert und schaffen räumliche Nähe, Transparenz und Vertrauen zwischen Konsumenten und Produzenten. Das regionale und saisonale Angebot ist inzwischen sehr groß. Selbst biologische Produkte sind reichlich bei lokalen Anbietern und im Großhandel vertreten. Auch in den Wintermonaten können mit Kohl sowie Wurzelgemüse und Wintersalaten köstliche Alternativen zum Tomatensalat gezaubert werden. Ähnlich ist es mit Fleisch, Milchprodukten und Eiern. Es besteht kein Bedarf an weit gereisten Lebensmitteln.

### So unterstützen Sie Ihre Essensgäste

Das Prinzip „Make the healthier choice the easier choice“ ist hier, den Zugang zu Speisen aus heimischen Produkten möglichst einfach zu gestalten und diese Waren auszuloben.

-  Bieten Sie täglich ein regional und saisonal ausgerichtetes Speisenangebot an.
-  Bieten Sie Auswahlmöglichkeiten bei Menüs an, inklusive regionalen und saisonalen Salaten und/oder Obst.
-  Bieten Sie überwiegend Fleisch vom heimischen Bauernhof an und loben Sie dieses aus (siehe Abb. 5.2).
-  Preisen Sie das Joghurt vom Bauernhof X als Tagesdessert an.
-  Bevorzugen Sie eine attraktivere Auslobung für regionale und saisonale Angebote.
-  Bewerben Sie regionale und saisonale Speisen mit positiven Symbolen wie z. B. einem Smiley.
-  Stellen Sie Vergleiche von regionalen und saisonalen Rohwaren zu weit gereisten dar, indem Sie beispielsweise zwei Schilder anbringen: Einheimisch vom Bauernhof Z und importiert aus X.
-  Bieten Sie das regionale Lebensmittel überhaupt an: Leitungswasser. Bewerben Sie es witzig, wie z. B. „LEISTUNGSWASSER – für Ihre geistige Fitness, ohne Müll und ohne Transit“.
-  Starten Sie Aktionswochen mit regionalen und saisonalen Lebensmitteln in heimischen Gerichten.



## Aus der Praxis für die Praxis

Wie viel Regionalität beim Fleisch möglich ist, zeigen die Bergbahnen Serfaus-Fiss-Ladis in Tirol (Stand 2019). Die Bergbahnen kaufen den dort heimischen Bauern jährlich 20 Tonnen Rindfleisch ab und verköstigen damit die Gäste auf den Almhütten. Ähnlich ist es bei Milch und Milchprodukten sowie Eiern. „Gesund – saisonal – regional“ lautet auch das kulinarische Motto des Klinikums Graz seit 2017. Als regional wurden Lebensmittel definiert, die im Umkreis von 150 km bezogen werden können. Zu 100 % gelingt dies bereits bei Kartoffeln, Hühner- und Lammfleisch sowie Eiern (Stand 2019).

## Gut zu wissen

Die österreichische Wirtschaftskammer hat den Slogan „Geht ´s der Wirtschaft gut, geht ´s uns allen gut.“ Diesen Spruch sollte man bei Lebensmittelproduktion, -einkauf, -verarbeitung und -verkauf im Auge behalten. In Deutschland ist die Lebensmittelbranche immerhin der viertgrößte Wirtschaftsbereich. Die ganze Region profitiert davon, wenn heimische Betriebe miteinander kooperieren. Die Landwirtschaft gewinnt, wenn sie weiß, wie viel Gemüse, Obst, Fleisch, Milchprodukte oder Eier konstant Absatz finden. Arbeitsplätze können geschaffen und dauerhaft als Jahresstelle gehalten werden. Das Küchenteam kann heimische, hochwertige Lebensmittel verarbeiten und die Gäste können regionale sowie saisonale Speisen genießen. Der Wertschöpfungseffekt bleibt in der Region.

## Beispiel eines Nudges

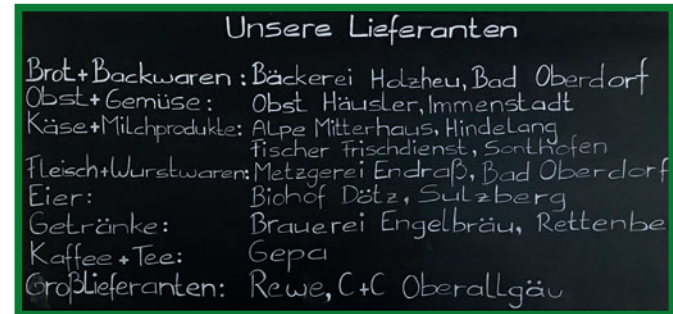


Abb. 5.2 Nudge des Typs *Information/Hinweisreiz anbringen zur Steigerung der Auswahl regionaler und saisonaler Speisen*: Hinweise auf die regionalen Lieferanten mit einfachen Mitteln in der JDAV Jugendbildungsstätte Bad Hindelang (Foto: NUDGE-Concept)

### Darauf kommt es an

Die Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE) empfiehlt 300 g bis maximal 600 g Fleisch pro Woche. Und dies nicht ohne Grund: Eine Reduzierung des Fleischkonsums hat enorme gesundheitliche Vorteile und schützt zusätzlich das Klima! Der tatsächliche Verzehr liegt jedoch deutlich über den Empfehlungen.







In der Regel führt eine Reduzierung des Fleischkonsums dazu, dass weniger Kalorien aufgenommen werden und somit seltener ernährungsmitbedingte Erkrankungen auftreten.

Durch den erhöhten Verzehr von Gemüse und Vollkornprodukten als Ersatz für Fleischprodukte werden viele wertvolle Nährstoffe und Ballaststoffe und deutlich weniger Fett aufgenommen. Mit der Reduzierung von Fleisch geht eine Reduzierung des Gesamt-Krebsrisikos einher. Die Verringerung des Fleischkonsums hat außerdem positive Effekte für die Umwelt: 70 % der Treibhausgasemissionen, die durch unsere Ernährung entstehen, stammen von Nahrungsmitteln tierischen Ursprungs. Für den Futtermittelanbau, der den Tieren in der Fleischproduktion dient, werden rund vier Fünftel aller landwirtschaftlich nutzbaren Flächen weltweit genutzt. Durch die Reduzierung des Fleischkonsums kann dem enormen Flächenverbrauch und den hohen CO<sup>2</sup>-Emissionen entgegen gewirkt werden.

Tragen Sie dazu bei, dass Ihre Essensgäste etwas Gutes für ihre Gesundheit und die Umwelt tun, indem Sie ihnen die Auswahl der vegetarischen/veganen Gerichte schmackhaft machen.

### So unterstützen Sie Ihre Essensgäste

Damit Ihre Gäste statt zum Steak lieber zum vegetarischen/veganen Gericht greifen, sollten Sie die gesunde Alternative so attraktiv wie möglich gestalten.

-  Bieten Sie eine attraktive und gleichwertige vegetarische/vegane Alternative zu Fleischprodukten an, sodass beim Gast nicht das Gefühl von Verzicht aufkommt.
-  Wählen Sie für das vegetarische/vegane Essen die beliebteste Ausgabenposition aus und machen Sie es zum Tagesgericht (siehe Abb. 5.3).
-  Erstellen Sie einen Schauteller des vegetarischen/veganen Menüs und präsentieren Sie diesen Ihren Essensgästen bereits im Eingangsbereich.
-  Bieten Sie Ihren Essensgästen Kostproben der vegetarischen/veganen Produkte an.
-  Setzen Sie vegetarische/vegane Alternativen auf dem Speiseplan an die erste Stelle und heben Sie sie dort hervor, beispielsweise durch Farben oder Smileys.
-  Zeigen Sie bildhaft auf, wie viel Gutes in Obst und Gemüse steckt, um Ihre Essensgäste zu motivieren, mehr davon zu essen, statt zu Fleisch zu greifen.



## Aus der Praxis für die Praxis

Das Fleisch in einem Menü einfach wegzulassen, ist keine attraktive vegetarische Alternative. Probieren Sie sich neu aus und experimentieren Sie zum Beispiel mit Hülsenfrüchten – ob als proteinreicher Dip, in Saucen oder Eintöpfen oder sogar als Gemüse-Patties im Burger. Linsen, Bohnen und Erbsen geben den Gerichten Biss und machen lange satt.

## Gut zu wissen

Es bräuchte derzeit drei Erden, wenn jeder Mensch so viele Ressourcen verbrauchen würde wie ein deutscher Durchschnittsbürger. 2015 haben sich bei der UN Generalversammlung 193 Staaten auf 17 „Nachhaltige Entwicklungsziele“ (SDGs) geeinigt. „Den Hunger beenden, Ernährungssicherheit und eine bessere Ernährung erreichen und eine nachhaltige Landwirtschaft fördern“ ist das Ziel. Wir werden alle davon profitieren, wenn wir unseren Konsum nachhaltiger ausrichten.

## Beispiel eines Nudges



Abb. 5.3 Nudge des Typs **unattraktivere Präsentation zur Reduzierung des Fleischkonsums**: auffällige, attraktive Gestaltung der Ausgabe für vegane Gerichte in der Mensa Martinsried des Studentenwerks München (Foto: Wolfgang Pulfer)







### Darauf kommt es an

Bereits der griechische Philosoph und Mathematiker Pythagoras (600 vor Christus) war einer der ersten bekannten Vegetarier und vertrat die Meinung, dass alles, was der Mensch den Tieren antut, wieder auf den Menschen zurückfällt. Vegetarismus stellt eine sinnvolle Ernährungs- und Lebensweise dar. Vegetarisch orientiert leben ist für das Individuum, die Gesellschaft, die Ökologie und auch aus ökonomischer Sicht sinnvoll. Die Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE) spricht sich für die vegetarische Ernährung aus und gibt Empfehlungen zur praktischen Umsetzung, damit alle gut versorgt sind. Für jene, die gerne pflanzlich orientiert essen, aber trotzdem gelegentlich Fleischeslust verspüren, ist der Begriff „Flexitarier“ definiert worden. Bei der pflanzenbasierten Kost gilt es, die Kombination von verschiedenen pflanzlichen Eiweißlieferanten zu beachten, damit der menschliche Körper ausreichend Eiweiß aufnehmen kann. Gleiches gilt aber auch bei der Kombination von pflanzlichem mit tierischem Eiweiß. Beispielsweise sind Kartoffeln mit Spiegelei ein hochwertigeres Essen als Steak mit grünem Salat, da Salat kaum Eiweiß enthält. Auch die Kombination von Mais und Bohnen in beispielsweise Chili oder mexikanischem Salat ist eine ideale Eiweißkombination. Weitere Beispiele sind Milchprodukte mit Getreide, Ei mit Milch, Milch mit Kartoffeln, Ei mit Mais, Ei mit Soja und auch Sojaprodukte mit Getreide oder Kartoffeln. Mit wertvollen Eiweißkombinationen unterstützen Sie Ihre Essensgäste in Hinblick auf Muskelkraft und Gesundheit. In puncto Gesundheit können sich Vegetarier\*innen freuen. So zeigen zahlreiche Stu-

dien bei ihnen eine geringere Häufigkeit für Darmkrebs als bei Allesesser\*innen. Auch das Körpergewicht von Vegetarier\*innen ist weit häufiger im Normbereich. Und daraus resultierend treten seltener Zivilisationskrankheiten wie Diabetes mellitus Typ 2 auf.

### So unterstützen Sie Ihre Essensgäste

Das Prinzip „Make the healthier choice the easier choice“ ist hier, pflanzenbasierte Gerichte schmackhaft zuzubereiten und regelmäßig anzupreisen und attraktiv anzubieten.

-  Bieten Sie an der ersten Ausgabeposition immer ein vegetarisches/veganes Menü an.
-  Preisen Sie Nüsse im Kassenbereich an.
-  Benennen Sie vegetarische/vegane Angebote pfiffig, sodass sie nicht nach Verzicht klingen, zum Beispiel „Frisch vom Feld– Kartoffeleintopf nach Omas Art“, „Planet power – Linsenburger“.
-  Bieten Sie das vegetarische oder vegane Menü attraktiver (Garnierung, Geschirr usw.) an.
-  Bewerben Sie vegetarische/vegane Speisen mit positiven Symbolen wie zum Beispiel einem Smiley.
-  Stellen Sie Nährstoffvergleiche von vegetarischen/veganen und fleischhaltigen Menüs dar (z. B. Kalorien, hochwertiges Protein oder Fett).

## Aus der Praxis für die Praxis

Geschmackvoll pflanzenbasiert kochen ist eine Kunst. Gemüsegerichte brauchen Würze und Kreativität, um geschmacklich punkten zu können. Verwenden Sie eine Vielzahl von Kräutern sowie Gewürzen und geschmacksintensives Gemüse wie Zwiebel, Knoblauch oder Wurzelgemüse. Ein Blick in italienische oder orientalische Kochbücher eröffnet neue Wege.

Bekannte Gerichte neu interpretiert sind zum Beispiel: Waldorfsalat mit Gebäck, Rote-Beete-Salat mit Walnüssen, Gemüsesuppe mit Kartoffeln und Hülsenfrüchten, vegetarischer Kebap mit Feta und Joghurtsauce, vegetarisches Tofugulasch mit Semmelknödel, Soja-Frikadellen mit Kartoffelpüree und Brokkoli, Asiapfanne mit Sojaschnitzel und Basmatireis, vegetarischer Burger mit Roter Beete oder Lupinenbratlingen, Gemüsestrudel mit Cashewkernen, Tortilla Wraps mit Mais und Sauerrahmsauce, Chili sin Carne mit Ofenkartoffeln, Blumenkohl-Curry mit Kichererbsen und Reis, Gnocchi mit Spinat-Sojasahne-Sauce, selbstgemachte Kartoffelspalten aus dem Ofen mit Linsen-Patty-Burger und Dipp.

## Gut zu wissen

Besonders bei den Speisenbezeichnungen vegetarischer/vegane Gerichte ist Ideenreichtum und ein wenig List angebracht. Es scheint so zu sein, dass gesund betitelte Speisen bei Konsument\*innen entgegengesetzte Wirkungen zeigen. Studien zufolge schmecken Speisen gefühlt

schlechter, nur weil Sie „gesund“, „fettarm“ oder „vollwertig“ im Namen haben. Und wie macht man's richtig? „Bombiges Chili mit gewürzten Rüben“ oder „Grillgemüse mit karamellisierten Zwiebelringen“, „Deftiges Linsengulasch mit Semmelknödel“, „Knackige Salate frisch vom Feld“.

## Beispiel eines Nudges



Abb. 5.4 Nudge des Typs *attraktivere Präsentation zur Steigerung der Auswahl pflanzlicher Speisen*: Verwendung attraktiverer Teller (Foto: Wolfgang Pulfer)

### Darauf kommt es an

Seit den frühesten Tagen der Menschheit liefern Pflanzen den Großteil unserer Nahrung. Zu den ersten Gemüsesorten, die angebaut wurden, gehörten Bohnen und Erbsen. Viele der heute bekannten Pflanzen wurden schon vor langer Zeit kultiviert. Bereits die Ägypter züchteten Zwiebeln, Knoblauch, Rettich und Salate. Reisende brachten Gemüse aus anderen Klimaregionen in die Heimat mit. Heute können wir Salate jeweils orts- und zeitunabhängig kaufen; aber Kopfsalat zu Weihnachten – wollen wir das wirklich?

Nutzen wir doch in den Wintermonaten das regionale und saisonale Angebot der lagerfähigen Salate wie Zuckerhut, Chinakohl oder gekochte Salatkreationen wie Bohnen- bzw. Rote-Beete-Salat.

Mit den empfohlenen fünf Portionen Gemüse, Salat und Obst kann ein Großteil der empfohlenen Ballaststoffzufuhr sowie des Bedarfs an wasserlöslichen Vitaminen gedeckt werden. Entsprechend dem österreichischen Ernährungsbericht 2017 erreichen österreichische Erwachsene jedoch nur ein Drittel der empfohlenen Gemüsezufuhr.

### So unterstützen Sie Ihre Essensgäste

Das Prinzip „Make the healthier choice the easier choice“ ist hier, Salat schmackhaft zuzubereiten und regelmäßig anzupreisen und anzubieten.

- 😊 Bieten Sie einen Salatteller als Vorspeise an oder reichen Sie zu jeder Hauptmahlzeit eine Salatportion.
- 😊 Bieten Sie am Salatbuffet an unterschiedlichen Stellen zweimal den gleichen Salat an.
- 😊 Bieten Sie Gemüsesticks als Snack zum Mitnehmen an.
- 😊 Offerieren Sie eine Vielfalt an Salaten und Kräutern
- 😊 Bieten Sie an heißen Sommertagen frische Salate in Kombination mit Fruchtstücken an, zum Beispiel Kopfsalat mit Marillen (Apriosen) und Frischkäse.
- 😊 Bieten Sie „moderne“ Gerichte wie Wraps an, in denen Salat in verpackter Form enthalten ist.
- 😊 Sorgen Sie für ein einfaches Handling an der attraktiven Salatbar: Abstellmöglichkeit für Tablett, Dressingspender etc. (siehe Abb. 5.5).
- 😊 Offerieren Sie einen Musterteller zu Beginn des Salatbuffets.
- 😊 Stellen Sie unterschiedliche große Schüsseln oder Teller für das Salatbuffet bereit.
- 😊 Hängen Sie einen Saisonkalender für Gemüse und Salat an einer prominenten Stelle auf.
- 😊 Weisen Sie auf ansprechenden Hinweisschildern auf den Nährstoffgehalt, die regionale Herkunft oder den ökologischen Fußabdruck hin.

## Aus der Praxis für die Praxis

Eine ausgewogene Ernährung mit einem reichlichen Angebot an Gemüse und bunten Salaten kann beispielsweise Teil der betrieblichen Gesundheitsförderung sein und damit zur Erhaltung der Gesundheit und Leistungsfähigkeit beitragen. Über eine zielgerichtete Ernährungsstrategie können Einrichtungen der Gemeinschaftsgastronomie einen wesentlichen Beitrag sowohl zur Gesundheit als auch zur Schonung unserer Umwelt leisten.

## Gut zu wissen

Gerade Gemüse und Salate liefern viele Vitamine, Mineralstoffe und sekundäre Pflanzeninhaltsstoffe sowie reichlich Ballaststoffe. Je bunter das Angebot und je abwechslungsreicher die Zutaten und Zubereitungen, umso mehr wird der Körper mit gesundheitsfördernden Nährstoffen versorgt.

## Beispiel eines Nudges



Abb. 5.5 Nudge des Typs **attraktivere Präsentation zur Steigerung der Auswahl von Salaten**: attraktive Gestaltung der Salattheke mit einfachen Mitteln in der Mensa des Gymnasiums Gilching (Foto: Wolfgang Pulfer)

### Darauf kommt es an

Es gibt viele Gründe dafür, dass Menschen ihre Mahlzeiten mit mehr Gemüse gestalten möchten: gesundheitliche, ökologische oder gar ethische. Es könnte jedoch genauso auch eine gastronomische Entscheidung sein. Vielen Essensgästen ist gar nicht bewusst, wie vielfältig die Gemüseküche sein kann, wie abwechslungsreich die Gerichte und wie kreativ die Zubereitungsmöglichkeiten sind. Ein Speiseplan, auf dem kreative Gemüsegerichte zu finden sind, kann Ausdruck der Werterhaltung und Verantwortung in der Gemeinschaftsgastronomie sein. Das freut gerade jene Essensgäste, die sich mittlerweile bewusst zu mehr Gemüse und dafür weniger Fleisch bekennen.

### So unterstützen Sie Ihre Essensgäste

Das Prinzip „Make the healthier choice the easier choice“ ist hier, Gemüsegerichte schmackhaft zuzubereiten und regelmäßig anzupreisen und anzubieten.

- 😊 Bieten Sie mehrere Gemüsesorten an: Zum Beispiel zeigen Sie Ihre Aufgeschlossenheit gegenüber Neuem, indem Sie nicht nur Spargelwochen, sondern auch Mangoldwochen anbieten. Führen Sie Woche für Woche eine neue Gemüsesorte ein, zeigen Sie die Vielfalt der Zucchini in Form und Farbe sowie Zubereitungsmöglichkeiten auf, sodass die Essensgäste die unbekannte Vielfalt an Gemüsesorten kennenlernen.
- 😊 Schreiben Sie das Gemüsegericht an die erste Stelle des Speiseplans.
- 😊 Loben Sie Gemüsegerichte pfiffiger aus, zum Beispiel „Schlankes Freitagsmenü, damit die Feiertage nicht ins Gewicht fallen“.
- 😊 Präsentieren Sie mit Ihren Gemüsegerichten eine unbekannte Fülle von Gemüsesorten.
- 😊 Stellen Sie an prominenter Stelle einen Korb mit Rohwaren auf, die im Gemüsegericht des Tages verarbeitet werden. Weisen Sie auf den Ballaststoff-, Mineralstoff- und Vitamingehalt hin.



### Aus der Praxis für die Praxis

Zeigen Sie anhand Ihrer Speisevorschläge, dass es einfach ist, gut und geschmackvoll zu kochen. Je vertrauter Sie mit Gemüsegerichten werden, desto häufiger experimentieren Sie. Sie und Ihre Essensgäste werden überrascht sein, wie viel Genuss die Gemüseküche bietet, nämlich eine Fülle an Farben, Geschmacksrichtungen, Struktur und Aromen. Viele Menschen gewinnen durch Gemüsegerichte mehr Lebensfreude und werden Gewichtsprobleme los.

Bieten Sie Gemüse wenig verarbeitet, jedoch frisch und knackig im Salatbuffet an. Kochen Sie das Gemüse lediglich al dente, denn bissfest schmeckt es Ihren Essensgästen meist besser. Verwenden Sie einen Spritzer Zitronensaft oder Essig, um den Geschmack des Gemüses zu betonen. Ergänzen Sie Gemüsegerichte mit ein paar Tropfen Walnussöl.

### Gut zu wissen

Mit einem Mehr an Gemüse und Weniger an Fleisch verbessern Sie Ihren ökologischen Fußabdruck. Gerade mit ballaststoffreichen Gemüsesorten wie Erbsen, Bohnen, Kohl bzw. Kraut und Mais lassen sich wohlige warme Wintergerichte zaubern.

### Beispiel eines Nudges



Abb. 5.6 Nudge des Typs *attraktivere Präsentation zur Steigerung der Auswahl von Gemüsegerichten*: selektive Verwendung von attraktivem Geschirr für Gemüsegerichte (Foto: NUDGE-Concept)



**Gertrud Winkler, Anna Elisabeth Purtscher, Agnes Streber**  
**Nudge - Die Kunst, Essen geschickt zu platzieren**  
104 Seiten, broschiert  
ISBN 978-3-95409-055-6 • 23,90 Euro

### **Nudge - Was bedeutet das?**

Ein Nudge ist ein kleiner Stupser, den es manchmal braucht, um die richtigen Entscheidungen zu treffen. Vor allem bei unseren Essgewohnheiten könnten wir oft einen sanften Stupser hin zu einer gesünderen, nachhaltigen Ernährung brauchen.

In unserem Alltag nehmen wir viele Mahlzeiten in der Gemeinschaftsgastronomie ein, zum Beispiel im Betriebsrestaurant oder in der Mensa. Sie als Betreiber\*in können entscheidend zu einer gesundheitsfördernden Ernährung Ihrer Gäste und zu mehr Nachhaltigkeit beitragen. Wie Ihnen das mithilfe von Nudges gelingen kann, erklärt dieses Praxishandbuch.

Die Autorinnen sind Nudging-Expertinnen aus Forschung und Praxis. Sie geben Ihnen fundierte, praxiserprobte Tipps zur Umsetzung. Dabei geht es immer um die Frage nach dem ganz konkreten »Wie?«. Sie erläutern Beispiele aus der Praxis - für die Praxis!

Im Buch enthaltene Aufkleber erleichtern Ihnen die ersten Schritte zu einem erfolgreichen eigenen Nudging-Konzept.

In diesem Sinne lautet das Motto: »Nudging - Von der Kunst, Essen geschickt zu platzieren.« Machen Sie mit!

*»Endlich, ein Praxisleitfaden aus der Praxis für die Praxis, wissenschaftlich fundiert, hochaktuell und spannend geschrieben. ... Das Buch macht Lust auf mehr ...«*

*Prof. Dr. Christine Brombach, ZHAW Zürich*



Verlag Neuer Merkur GmbH