

## Nudges selbst designen

**Stundenentwurf von Julia Reiche, Karlsruhe**

**Klasse:** Sek. II / Weiterbildung

**Zeitraum:** mindestens 2 Stunden, als Projekt erweiterbar

**Fächer:** Psychologie, Kommunikation, Deutsch, Ethik/ Philosophie, Religion, Gemeinschaftskunde

**Ausstattung:** Beamer und Computer/ Möglichkeit, Videos und Bilder für alle zu zeigen; ggf. Kamera oder Flipcharts zur Präsentation der Ergebnisse

### **Was sind Nudges?**

Nudges (Englisch, wörtlich übersetzt „Stupser“) sind Installationen in unserer Umgebung, die uns zu einem erwünschten Verhalten bewegen sollen. Ein Beispiel dafür ist die Geschwindigkeitsanzeige an Straßen, die bei erhöhter Geschwindigkeit so lange rot blinkt, bis das erlaubte Tempo erreicht ist – dann zeigt sie ein grünes Smiley. Wichtig ist, dass ein Nudge uns eine Entscheidungsfreiheit bietet und im besten Fall auch Spaß macht (siehe Treppenpiano in Stockholm). Nudges finden sich inzwischen überall, stehen aber auch in der Kritik, weil sie eine Form der unbemerkten Manipulation darstellen können.

### **Ausgangslage der Lerngruppe**

An den Fachschulen für Technik in Baden-Württemberg bilden sich Menschen weiter, die nach ihrer Ausbildung und einigen Jahren Berufserfahrung in höhere Positionen im mittleren Management ihres Unternehmens aufsteigen wollen. Darum werden im Fach *Betriebliche Kommunikation* die Grundlagen der Kommunikationspsychologie (Lernen, Motivation, Führung, Konfliktmanagement etc.) vermittelt.

Zu Beginn des Schuljahres hat sich die Klasse mit Lerntheorien und Konditionierung beschäftigt. Um die etwas trockene Materie mit aktuellen Beispielen aus dem Alltag zu verknüpfen, habe ich das Thema Nudges ausgewählt.

### **Stundenaufbau**

Zu Beginn der Doppelstunde wurden zunächst kommentarlos Bilder und Videos von verschiedenen Nudges im Alltag gezeigt (siehe Medien und Material). Der einfache Beobachtungsauftrag lautete, herauszufinden, was alle Installationen gemeinsam haben. Im offenen Gespräch kam die Klasse schnell darauf, dass es um eine Art von Verhaltensänderung geht. Daraufhin haben wir gemeinsam einen kurzen Infotext gelesen und die Wirkung von Nudges mit den Lern- und Konditionierungstheorien aus der vorangegangenen Unterrichtseinheit zusammengebracht.

Im zweiten Teil der Doppelstunde sollten die Schülerinnen und Schüler dann in Kleingruppen selbst Nudges zu typischen Alltagsproblemen designen. Dabei sollten bestimmte Kriterien berücksichtigt werden, die zunächst von der Lerngruppe aus einem (gekürzten) Fachartikel zum Thema herausgearbeitet werden mussten. Für das Lesen des Artikels sowie das Design

eines eigenen Nudges hatte ich 30 Minuten eingeplant, womit die Klasse gut klarkam. Abschließend wurde jeder Nudge kurz präsentiert und die Erfüllung der Kriterien erläutert.

### **Fazit**

Die Klasse hat mehrere realistische Nudges entwickelt, die sich alle mit Umweltschutz und Corona-Schutzmaßnahmen beschäftigten. Hier zeigte sich ein großes Bewusstsein der Schülerinnen und Schüler für die Problematiken. Gleichzeitig waren die Ergebnisse spannende Diskussionsanlässe.

Der Stundenaufbau ist simpel, das Thema bietet jedoch unzählige Anknüpfungspunkte und Möglichkeiten zur Ausweitung. Darüber hinaus werden in diesem Setting die 4 K (Kommunikation, Kollaboration, Kreativität und kritisches Denken) gefördert.

### **Weitere Ideen**

Weiterführende Aufgaben könnte die Suche und kritische Bewertung von Nudges im Alltag sein. Wenn man daraus ein größeres Projekt machen möchte, könnte man einen thematischen Rahmen vorgeben, wie zum Beispiel Nudges für das Schulgelände. Dann könnten die Nudges auch in die Realität umgesetzt und auf ihre Wirksamkeit hin überprüft werden.

### **Medien und Material**

Beispiele zum Einstieg:

- Video von der „singenden Straße“ in Ungarn
  - Video vom „Treppenstufen-Piano“ in Stockholm
  - Bild von einem Pissoir mit Bildchen einer Fliege oder eines Fußballs
  - Screenshot von der Cookie-Abfrage einer Website, bei der die gewünschte Schaltfläche deutlich farblich markiert ist (damit man nicht in den Einstellungen die Cookies verweigert)
  - Bild von den grünen Punkten auf der Bergmannstraße Berlin
- ➔ Bei einer Bildersuche erhält man sehr viele Beispiele für Nudges aus aller Welt und kann sich aussuchen, was zur Lerngruppe oder dem Schwerpunkt passt.

Texte:

- Nele Hirsch: Nudging <https://ebildungslabor.de/blog/nudging/>
- Dr. Nicole Behringer: Nudging in der Organisation – der Nudge-Design-Prozess <https://wissensdialoge.de/nudging-in-der-organisation-der-nudge-design-prozess/>
- Ein spannender Text, der noch mehr Hintergründe liefert, findet sich bei der Bundeszentrale für politische Bildung: <https://www.bpb.de/lernen/digitale-bildung/werkstatt/258946/schubs-mich-nicht-nudging-als-politisches-gestaltungsmittel>

## Zwei beispielhafte Ergebnisse

### 1. „Die gute Mehrheit“

#### Analyse

Aktuelles Verhalten: Viele Menschen tragen im öffentlichen Raum keine Maske oder tragen sie falsch. Damit verstoßen sie gegen die geltenden Schutzmaßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie (Oktober 2020).

Gewünschtes Verhalten: Alle Menschen sollen die Masken richtig tragen und damit Verantwortung für die Gemeinschaft übernehmen.

Zielgruppe: Menschen, die eine Maske nicht oder nicht richtig tragen, weil sie den Sinn nicht verstanden haben oder egoistisch handeln.

#### Identifikation von Hindernissen und förderlichen Faktoren

Individuum: Die Zielgruppe muss noch stärker über die Risiken einer Covid19-Erkrankung informiert werden. Außerdem muss der Nutzen einer richtig getragenen Maske vermittelt werden.

Kultur: Der Zielgruppe muss der Wert von gegenseitiger Rücksichtnahme verdeutlicht werden, da das Coronavirus noch nicht ausreichend erforscht ist und es weder Medikamente noch eine Impfung gibt.

Struktur: Menschen orientieren sich in ihrem Verhalten gerne an einer Gruppe, in der sie sich bewegen. Niemand möchte ausgegrenzt werden. Daher muss die Zivilcourage gestärkt werden, andere Leute auf das fehlerhafte Tragen der Maske anzusprechen. Außerdem müssen öffentliche Räume stärker kontrolliert und Sanktionen verhängt werden.

#### Nudge-Design

Im öffentlichen Raum könnten Plakate und Werbespots verbreitet werden, die auf den positiven Effekt von richtigem Mund-Nasen-Schutz aufmerksam machen. Außerdem wird über eine Prozentzahl angedeutet, dass ein Großteil der Bevölkerung die Maßnahmen ernst nimmt: Niemand möchte zu den (fiktiven) 4% gehören, die andere Leute in Gefahr bringen. Ein Bild von einer Familie soll auf emotionaler Ebene wirken und andeuten, dass wir alle Verantwortung für unsere Mitmenschen tragen und Schaden von unserer Familie abwenden wollen.



## 2. „Der schöne Desinfektionsspender“

Von Daniel Metzger und Philipp Heeger

# *Nudge „Desinfektionsmittel“*

## Analyse

### **Beschreibung des aktuellen Verhaltens**

Zu wenige Menschen benutzen die Spender für Desinfektionsmittel

### **Beschreibung des Zielverhaltens**

Mehr Menschen sollen die Spender für Desinfektionsmittel verwenden.

### **Beschreibung der Zielgruppe**

Alle!

### **Identifikation von Hindernissen und förderlichen Faktoren**

- **Individuum:** Die Zielgruppe weiß nicht oder weiß nur beiläufig von ihrem Verhalten.
- **Kultur:** In unserer Kultur ist es (wenn auch nur beiläufig) so dass wenn man alleine unterwegs ist eher einen Spender der auf dem Weg liegt benutzen würde als wenn man mit einer Gruppe unterwegs ist. Kulturelle Hintergründe gibt es hier nicht.
- **Struktur/System:** Folgende Faktoren unterstützen das Problem: wenig Zeit, viel Stress, Spender sind unauffällig, Spender sind zu leicht zu umgehen, sind hässlich und leise!

## Design

### **Brainstorming**

Im Folgenden ein paar Ideen:

- Warningschilder/Statistiken
- Die Spender hübscher machen
- Töne und Lichter wenn man Sie bedient
- (Evtl ein Punktesystem mit einer App bei Verwenden der Spender)

### **Prüfung der Entscheidungsfreiheit**

Die Entscheidungsfreiheit der Menschen wird hier nicht verändert, lediglich im Unterbewusstsein verändert es das Verhalten.

**Bild rechts:** Verschönerter Desinfektionsspender mit LEDs, daneben ein Bildschirm mit aktuellen Informationen zum Infektionsgeschehen oder ähnlichem.

