

AUSGABE

Präsentation der Speisen

Heben Sie nachhaltige Angebote durch eine gezielte Platzierung in Speiseplänen und in der Serviceausgabe hervor.

Die Position eines Gerichts im Menü und in der Servicetheke beeinflusst die Verkaufszahlen. Durch eine prominente Positionierung kann die Wahl nachhaltiger Angebote gefördert werden, ohne dass weitere Anpassungen im Menü vorgenommen werden müssen

Geeignet für	alle Settings
Benötigte Materialien	keine
Zeitlicher Aufwand	gering (in einer Woche umsetzbar)
Umsetzungskosten	geringe Kosten

	gering	mittel	hoch	Bemerkung
Dauer der Umsetzung der Intervention	x			in einer Woche umsetzbar
Sachmittelaufwand	x			kein Mehraufwand
Personaleinsatz	x			eine verantwortliche Person
Aufwand für Dritte	x			keine externe Unterstützung notwendig
Kosten für Schulungen	x			keine Schulung erforderlich
Sonstige Kosten	x			keine weiteren Kosten



Heben Sie nachhaltige Angebote durch eine gezielte Platzierung in Speiseplänen und in der Serviceausgabe hervor.

Umsetzung	Schrittweise Umsetzung
<p>Umstrukturierungen in der Speiseplangestaltung und den Ausgabepositionen für einzelne Gerichte müssen mit den Mitarbeiter*innen abgesprochen und entsprechend umgesetzt werden.</p>	<p>1. Bestimmen Sie eine engagierte Mitarbeiter*in, die für die Umsetzung verantwortlich ist.</p>
	<p>2. Entscheiden Sie sich für die Gerichte, die Sie hervorheben möchten (z.B. besonders nachhaltige Gerichte) (Optimierung von Rezepturen: www.nahgast.de/rechner)</p>
	<p>3. Ordnen Sie die Speisepläne und Pläne der Ausgabepositionen an der Servicetheke neu: hervorzuhebende Gerichte sollten am Anfang des Speiseplans und an der am besten zugänglichen Verkaufsposition platziert werden.</p>
	<p>4. Stimmen Sie Antworten bei Nachfragen durch Gäste ab.</p>
	<p>5. Kommunizieren Sie die Neuerungen an alle Mitarbeiter*innen in Produktion und Ausgabe.</p>



Erfahrungen aus dem NAHGAST Projekt

Studiendesign	
Beste Ausgabepositionen für die Gerichte mit der besten Nachhaltigkeitsbewertung.	
Setting	Gemeinschaftsverpflegung
Subsetting	Zwei Betriebsrestaurants (B1 und B2)
Zielgruppe	Erwachsene
Wirkfaktor	Ausgabeposition
Wirkhypothese	Entsprechend verhaltensökonomischer Annahmen werden nachhaltige Gerichte eher von Gästen gewählt wenn diese an den besten Ausgabepositionen angeboten werden.
Methodisches Vorgehen	
Bewertung aller Speiseangebote mit dem NAHGAST-Rechner über den Zeitraum einer Woche hinweg, Auswahl eines „besten“ Gerichtes pro Tag (5 Gerichte pro Setting). In Abstimmung mit der Betriebsleitung werden die „besten“ Ausgabepositionen bestimmt. Im Ausgabeplan wird für jeden Tag der Woche das nachhaltigste Gericht (wenn alle Gerichte sechs Wochen später wieder im Menüzyklus angeboten werden) an dieser besten Position angeboten. Dokumentation von Verkaufszahlen aus dem Kassensystem.	
Ergebnisse	
Keine negativen Rückmeldungen von Seiten des Servicepersonals oder Gästen. Anstieg der Verkaufsanteile der nachhaltigsten Gerichte in beiden Settings basierend auf gleichbleibenden allgemeinen Verkaufszahlen (3.255 / 1.512 Gerichte vor und 3.243/ 1.521 Gerichte bei Durchführung der Intervention in B1/B2): <ul style="list-style-type: none">- Verkaufsanteile der nachhaltigen Gerichte steigen in B1 und B2 von 11,8%, bzw. 29,1% vor der Intervention auf 15,1%, bzw. 31,8% bei Durchführung der Intervention.- Betrachtung einzelner Tage zeigt einen Anstieg im Verkauf von 7 der 9 umplatzierten Gerichte (B1 konnte die Intervention an einem Tag nicht durchführen, daher nur 4 Umplatzierungen)	
Fazit	
Eine Positionierung nachhaltiger Angebote an den besten Ausgabepositionen unterstützt Gäste darin eine nachhaltige Speisenwahl zu treffen und steigert den Verkaufsanteil nachhaltiger Menüs gegenüber weniger nachhaltigen Optionen.	



Weiterführende Informationen aus der Literatur

Zugrundeliegende Studie	
Campbell-Arvai, V./Arvai, J./ Kalof, L. (2014): Motivating Sustainable Food Choices: The Role of Nudges, Value Orientation, and Information Provision. In: Environment and Behavior, 46 (4), S. 453-475	
Ort der Untersuchung	USA
Kurzinhalt	Vegetarische Gerichte werden durch eine eigene, prominent platzierte Menütafel hervorgehoben und damit zur „Default“ Option
Ziele der Studie	
<ul style="list-style-type: none">• Überprüfen der Effektivität von Defaults zur Förderung von umweltfreundlichem Verhalten durch die Erhöhung des Verzehrs vegetarischer Speisen	
Setting	Gemeinschaftsverpflegung
Subsetting	Mensa
Zielgruppe	Junge Erwachsene
Wirkfaktor	Default Option (voreingestellte Entscheidung, die geändert werden kann)
Wirkhypothese	Automatische Voreinstellung: Wenn das Standardgericht ein vegetarisches Angebot ist, werden mehr vegetarische Gerichte gegessen, als wenn die Entscheidung für ein vegetarisches Gericht aktiv getroffen werden muss.
Methodisches Vorgehen	
Schriftliche Befragung Die Teilnehmer*innen bewerten die Attraktivität von üblicherweise angebotenen vegetarischen und veganen Menükomponenten.	
Vergleich zwischen Teilnehmergruppen mit Default (& Information) und ohne Zwei Gruppen mit Default: <ul style="list-style-type: none">- Erhalten eine Speisekarte mit 5 vegetarischen Gerichten (Gruppe 1: attraktiv benannte Gerichte, Gruppe 2: weniger attraktiv benannte Gerichte)- können aus einer Speisekarte mit nicht-vegetarischen Gerichten wählen, die circa 4m von ihrem Tisch entfernt hängt Zwei Gruppen ohne Default: <ul style="list-style-type: none">- Erhalten eine Speisekarte mit vegetarischen und nicht-vegetarischen Gerichten	



Ergebnisse

320 Teilnehmer*innen (jeweils 40 pro Gruppe), 52,7% weiblich, 46,4% männlich, 0,9% keine Angabe

Das Anbieten von vegetarischen Gerichten als Default Option steigert die Wahrscheinlichkeit, dass Teilnehmer*innen ein vegetarisches Gericht wählen.

Vegetarische Gerichte als Default:

- Führen zu einer erhöhten Wahrscheinlichkeit, dass ein vegetarisches Gericht gewählt wird.

Einfluss der Attraktivität der vegetarischen Menükomponenten:

- Wenn attraktive Menükomponenten angeboten werden, ist die Wahrscheinlichkeit signifikant höher, dass ein vegetarisches Gericht gewählt wird.

Einfluss von Informationen / Wertorientierung / Weltanschauung:

- Hatten keinen signifikanten Effekt auf die Wahl des Gerichtes.

Allgemeine Unterschiede:

- Teilnehmerinnen wählten signifikant häufiger ein vegetarisches Gericht.
- Teilnehmer*innen, die angaben, sich vegetarisch oder vegan zu ernähren, wählten häufiger ein vegetarisches Gericht

Fazit

Die Ergebnisse zeigen, dass die Default-Menü-Konfiguration einen signifikanten Einfluss auf die Wahl des vegetarischen Gerichts hat.

Es ist anzunehmen, dass in der AHG weiterhin eine große Vielfalt an Gerichten angeboten werden kann, ohne den Effekt zu verringern. Dies ist möglich, indem der Zugang zu nachhaltigeren bzw. gesünderen Gerichten erleichtert wird, während ungesündere oder weniger nachhaltige Gerichte an einem schwieriger zugänglichen Ort platziert werden.

Es gilt zu berücksichtigen, dass unklar ist, in welchem Ausmaß Defaults langfristig zu nachhaltigen Verhaltensänderungen führen können.