

„Wir können den Wind nicht ändern,  
aber die Segel anders setzen.“ -  
Aristoteles

## **Nudging in der betrieblichen Gesundheitsförderung**

**Prof. Dr. Claudia Kardys**

## Kurzvita Claudia Kardys



**Station 1 (2004-2008):**  
Gesundheits- und Krankenpflege

**Station 2 (2008-2017):**  
berufsbegleitende Studien und Promotion: Schwerpunkt Gesundheitsmanagement/-wissenschaften/-psychologie

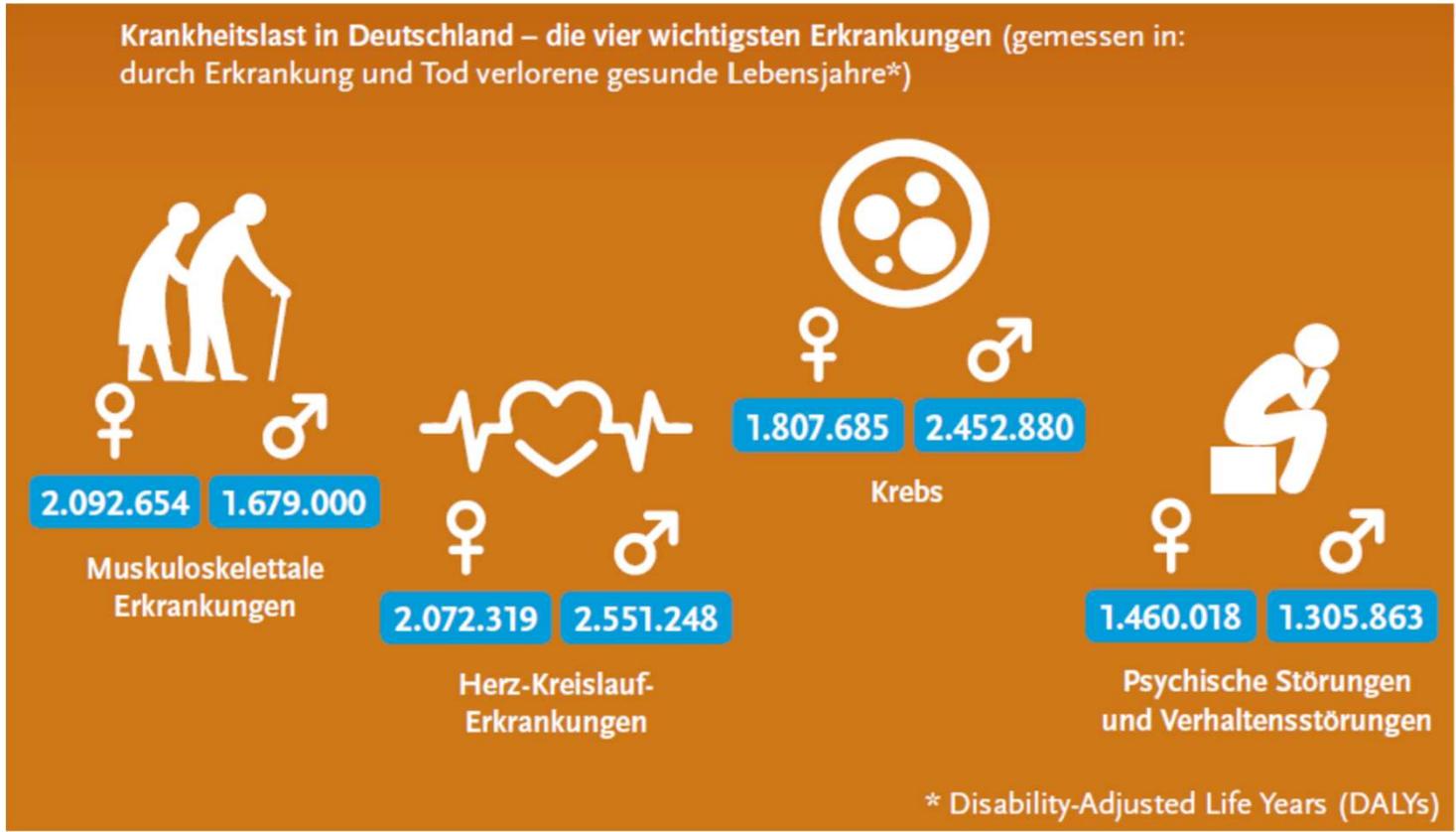
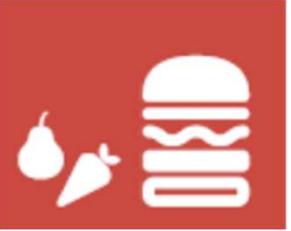
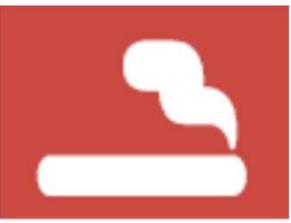
**Station 3 (heute):**

1. Hochschullehre FOM Gesundheit & Soziales (hauptberuflich)
2. Arbeits- und Gesundheitsschutz & Betriebliches Gesundheitsmanagement (freiberuflich)

### Praxis- und Forschungsschwerpunkte

- Altern und Kognition in der Arbeitswelt
- Körperliche Aktivität und geistige Fitness
- Betriebliches Gesundheitsmanagement
- Gesundheit(sförderung) über die Lebensspanne
- Gesund Führen (analog und digital)
- Gesundheitskompetenz

# Die vier häufigsten Erkrankungsgruppen in Deutschland und ihre Risikofaktoren



RKI (2016). Gesundheit in Deutschland – die wichtigsten Entwicklungen.  
[https://www.rki.de/DE/Content/Gesundheitsmonitoring/Gesundheitsberichterstattung/GBEDownloads/GID/2015/kurzfassung\\_gesundheit\\_in\\_deutschland.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.rki.de/DE/Content/Gesundheitsmonitoring/Gesundheitsberichterstattung/GBEDownloads/GID/2015/kurzfassung_gesundheit_in_deutschland.pdf?__blob=publicationFile)

**Einführung in das Thema**

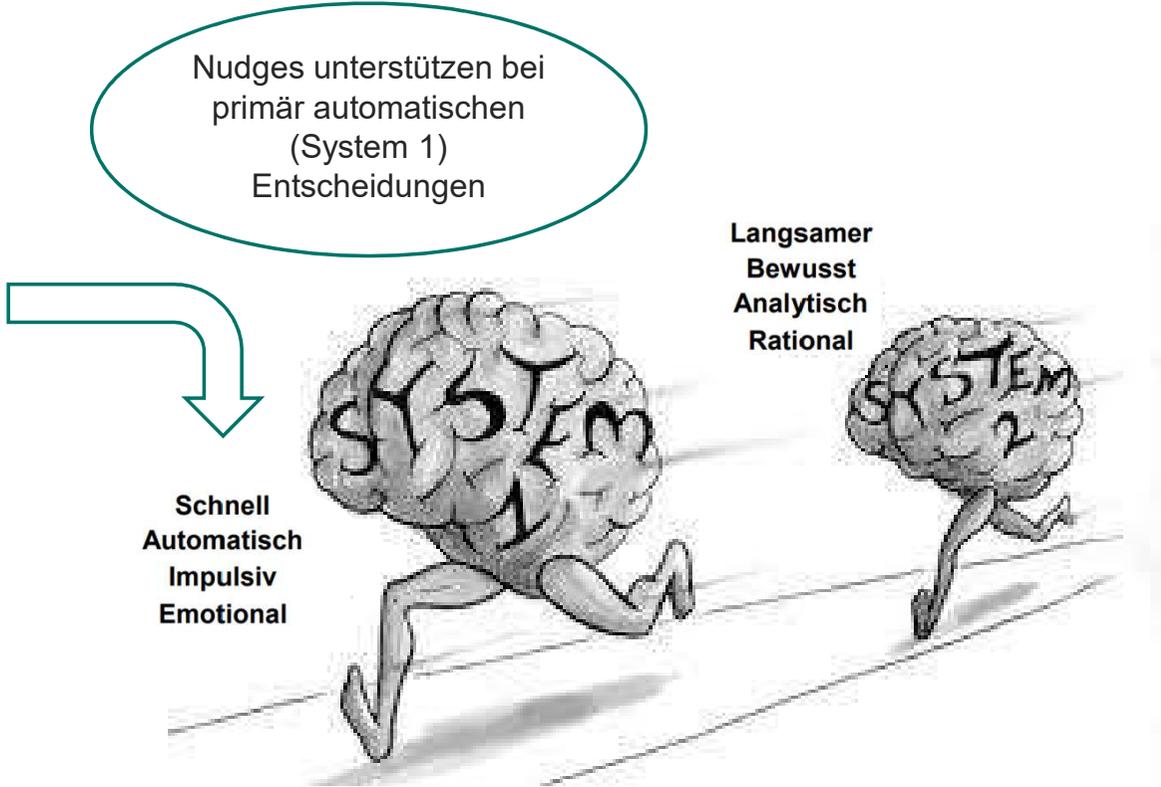
**Was ist Nudging?**

- Wörtlich übersetzt so viel wie „Anstoßen“ oder „Anschubsen“.
- **Strategie zur Verhaltensänderung:** Menschen sollen dazu bewegt werden, sich für eine erwünschte Verhaltensweise zu entscheiden, ohne dass dazu Zwang ausgeübt wird.
- **Eingriffe in die Entscheidungsarchitektur,** die das Ziel haben, Menschen in eine bestimmte Richtung zu lenken und ihr Verhalten in vorhersagbarer Weise zu verändern.



Bildquelle: [Nudging: The Psychology Behind Small Changes That Can Make a Big Difference \(linkedin.com\)](https://www.linkedin.com/pulse/nudging-the-psychology-behind-small-changes-that-can-make-a-big-difference/)

**Menschen denken und handeln in zwei Systemen**



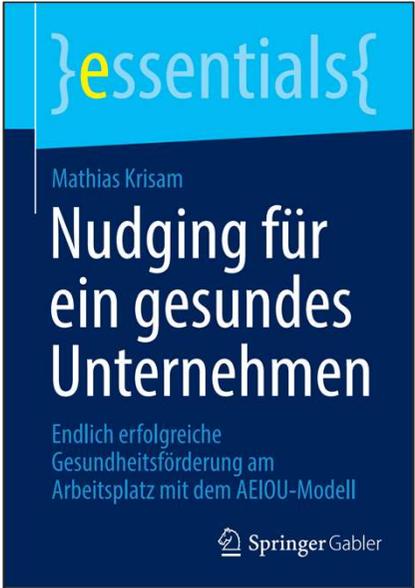
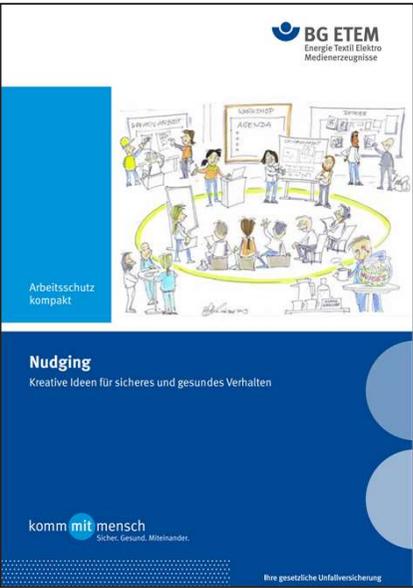
Bildquelle: Bundesamt für Gesundheit (BAG) (2022): Verhaltensökonomischer Leitfaden. Verhalten verstehen und adressieren. Unter: <https://www.bag.admin.ch/bag/de/home/strategie-und-politik/nationale-gesundheitsstrategien/strategie-nicht-uebertragbare-krankheiten/verhaltensoekonomie.html>

# Nudging am Arbeitsplatz

## Ziel von Nudging am Arbeitsplatz

- Förderung des Sicherheits- und Gesundheitsverhaltens der Beschäftigten
- Entwicklung einer Präventionskultur
- Potenzielle Subbereiche bzw. Handlungsfelder: Ernährung, Bewegung, Stressbewältigung, Arbeitsschutz, gesundheitsgerechte Führung, Sucht, Gestaltung der Arbeitsorganisation

## Praktische Hilfestellungen und Empfehlungen



**MINDSPACE und EAST: Zwei bisherige dominante Modelle**

MINDSPACE auf einen Blick

Abk	Englischer Begriff	Deutscher Begriff
M	Messenger	Sender*in
I	Incentives	Anreize
N	Norms	(Soziale) Normen
D	Default	Standardoption
S	Saliency	Bedeutung
P	Personalisation	Persönlichkeit
A	Affect	Emotionale Kommunikation
C	Commitment	Verbindlichkeit
E	Ego	Eigener Nutzen

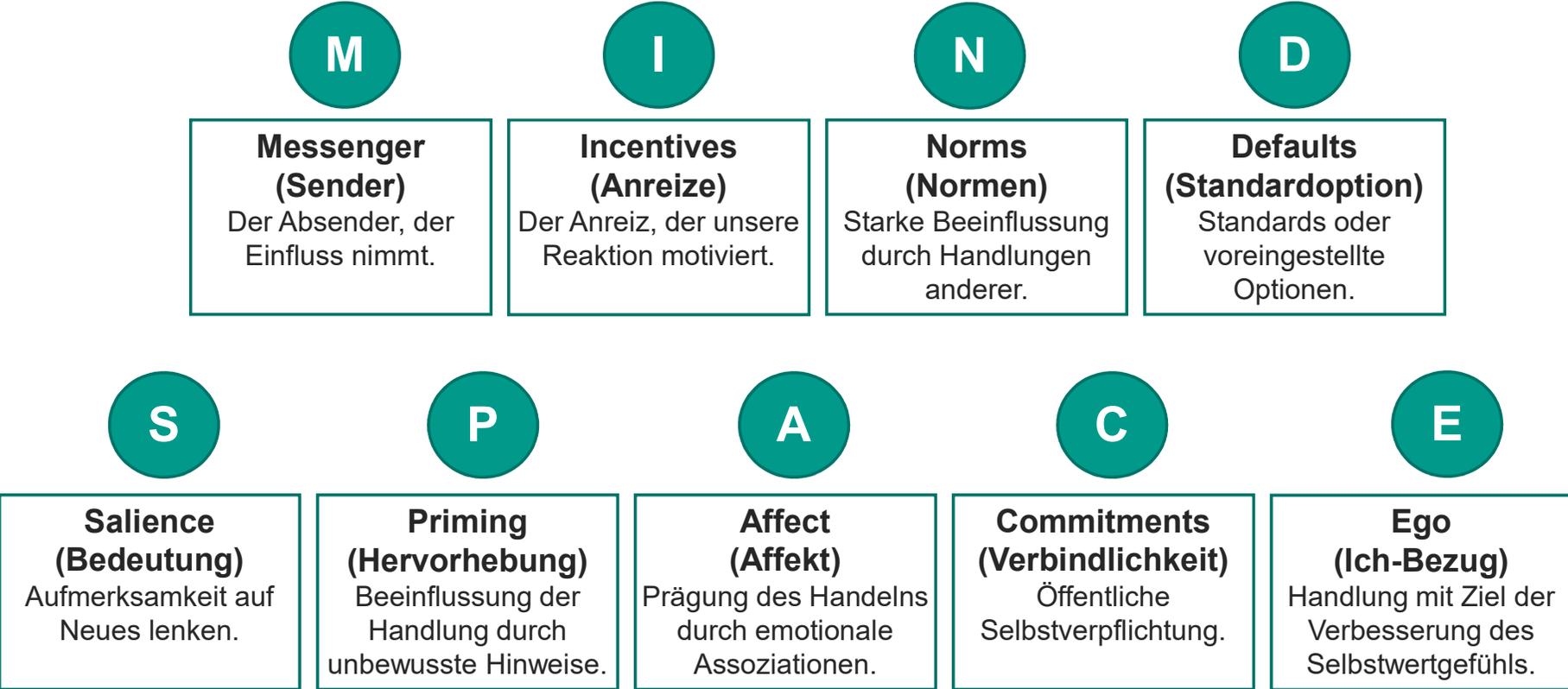
EAST auf einen Blick

Abk.	Engl.	Deutsch	Instrument
E	Easy	Einfach	Defaults/Standardoption
			Vereinfachung der Handlung
			Einfache Kommunikation
A	Attractive	Attraktiv	Bilder, Farben, Personalisierung
			Belohnungen/Sanktionen
S	Social	Sozial	Soziale Normen
			Commitment/Verbindlichkeit
			Aufbau und Einbezug einer Community/Gemeinschaft
T	Timely	Zeitlich passend	Passender Zeitpunkt für Verhaltensänderung
			Berücksichtigung unmittelbarer Kosten und Vorteile
			Unterstützung bei Planung (Identifizierung v. Barrieren)



Quelle: Krisam, M (2022): Nudging für eingesundes Unternehmen. Endlich erfolgreiche Gesundheitsförderung am Arbeitsplatz mit dem AEIOU-Model. Berlin, SpringerGabler.

## Beispiel MINDSPACE-Anwendung in der betrieblichen Gesundheitsförderung



Als nächstes lernen Sie das **AEIOU-Modell** kennen. Dieses Modell wurde auf Basis von MINDSPACE und EAST speziell für den deutschsprachigen Raum und mit einem dedizierten Fokus auf Gesundheitsförderung entwickelt.

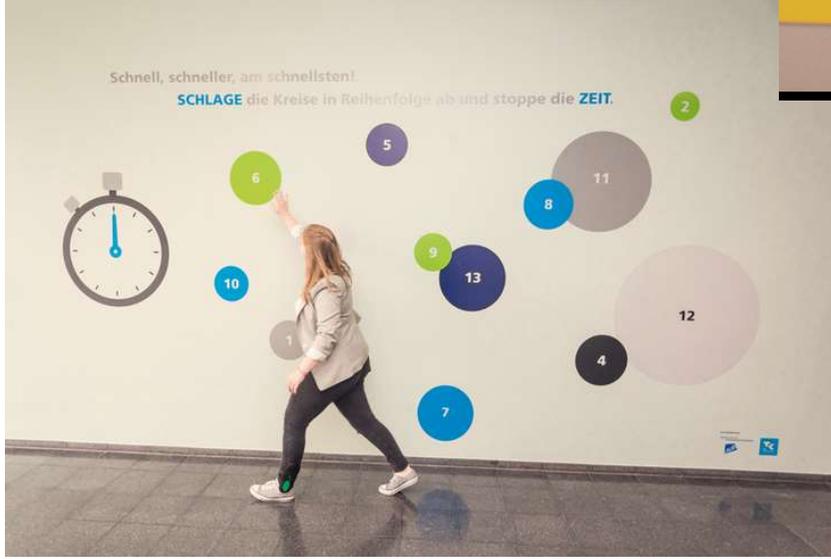
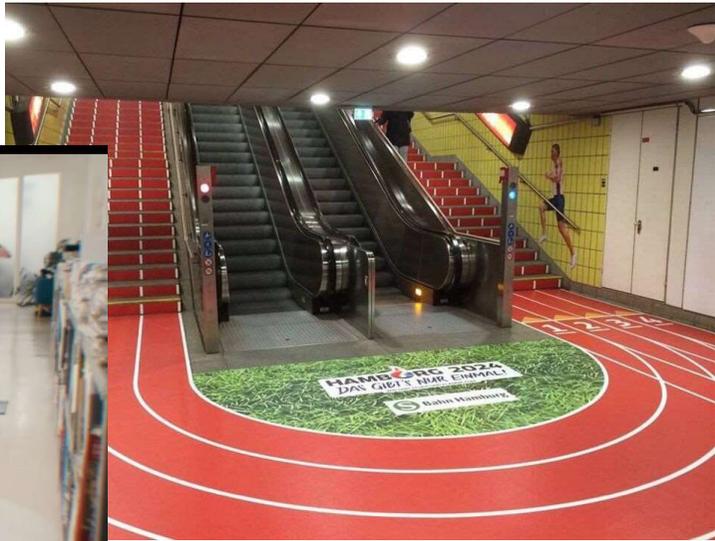
## Das AEIOU-Modell nach Krisam und Kuhn (2021)

<p><b>A</b>nsprache</p>	<p><b>Visuelle Elemente:</b> Verwenden Sie Grafiken und Diagramme und leicht zugängliche grafische Elemente (z. B. Ampelfarben).</p> <p><b>Personalisierung:</b> Verwenden Sie einen persönlichen Sender, sprechen Sie Adressat*innen direkt an, personalisieren Sie Inhalte.</p> <p><b>Emotionsbasierte Kommunikation:</b> Schaffen Sie Ausgewogenheit zwischen inhalts- und emotionsbasierten Nachrichten.</p> <p><b>Attraktive Namensgebung:</b> Überlegen Sie sich attraktive neue Namen für gesunde Produkte oder Handlungen (Rebranding).</p>
<p><b>E</b>infachheit</p>	<p><b>Einfache Sprache:</b> Verwenden Sie einfache Sprache und kommunizieren Sie nur das Wesentliche.</p> <p><b>Einfach und Bequem:</b> Machen Sie gewünschtes Verhalten einfach und bequem und erschweren Sie unerwünschte Verhaltensweisen.</p> <p><b>Zeitlich passend:</b> Achten Sie auf den richtigen Moment, um ein bestimmtes Verhalten zu initiieren.</p> <p><b>Positionierung:</b> Stellen Sie gesunde Optionen an erste Stelle bzw. räumlich nahe an mögliche Adressat*innen.</p> <p><b>Standardoption:</b> Machen Sie die gesunde Option zur Standardoption.</p>
<p><b>I</b>ncentivierung</p>	<p><b>Belohnungen/Sanktionen:</b> Setzen Sie Anreize (oder kleine Strafen) und geben Sie Aussicht auf Belohnungen (z. B. Gutscheine).</p> <p><b>Spielerische Elemente und Wettkämpfe:</b> Triggern Sie spielerisch Wettkampfcharakter, sodass gesundes Verhalten Spaß macht.</p> <p><b>Lob:</b> Loben Sie so viel wie möglich für sogar kleine (Teil-)Schritte hin zum gewünschten Verhalten.</p>
<p><b>O</b>rientierung</p>	<p><b>Soziale Normen/Vergleich:</b> Kommunizieren Sie, dass andere/die Mehrheit das Verhalten schon ausführt.</p> <p><b>Soziale Unterstützung und Vorbilder:</b> Seien Sie selbst Vorbild und finden Sie Persönlichkeiten, die Vorbildfunktion übernehmen.</p> <p><b>Verbindlichkeit:</b> Schaffen Sie (finanzielle) Verbindlichkeit für ein bestimmtes Ziel.</p>
<p><b>U</b>nmittelbarkeit</p>	<p><b>Erinnerungen:</b> Verwenden Sie Erinnerungen, um bestimmte Verhaltensweisen erneut und wiederholt anzustoßen.</p> <p><b>Prompting:</b> Informieren Sie dann und dort, wann und wo die Entscheidung getroffen wird.</p> <p><b>Handlungsführung:</b> Führen Sie zur Handlung und kommunizieren Sie Informationen in leicht verständlichen Analogien.</p> <p><b>Planungsunterstützung und Ziele unterteilen:</b> Helfen Sie bei der Planung und verpacken Sie große Ziele in kleineren Etappen.</p> <p><b>Kurzfristige Vorteile:</b> Machen Sie auf kurzfristige Ziele aufmerksam und heben Sie diese besonders hervor.</p>

Quelle: Krisam, M (2022): Nudging für eingesundes Unternehmen. Endlich erfolgreiche Gesundheitsförderung am Arbeitsplatz mit dem AEIOU-Model. Berlin, SpringerGabler.

# Nudging in der betrieblichen Gesundheitsförderung

## Nudging zur Bewegungsförderung im (beruflichen) Alltag

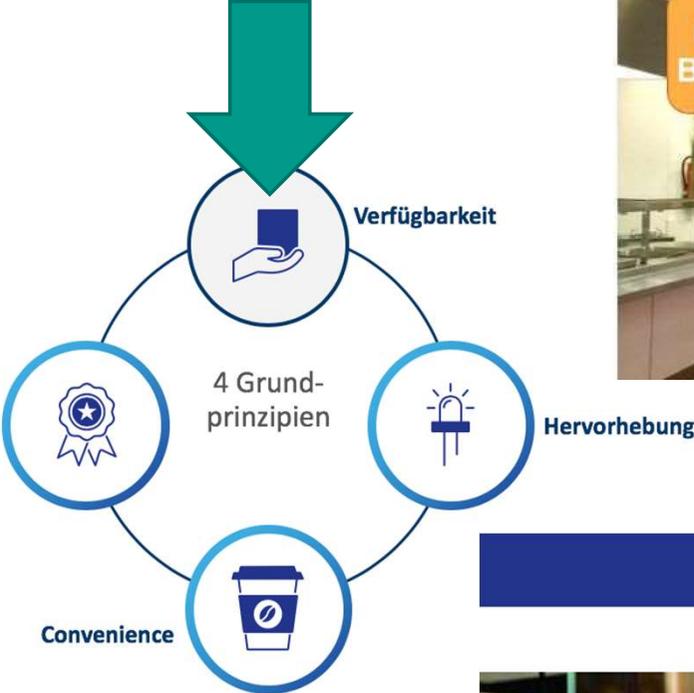


# Nudging im (beruflichen) Alltag – gesunde Ernährung

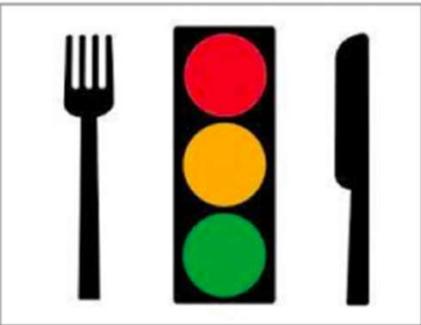
## Gesunde Speisen gut ausleuchten



## Grundvoraussetzung



## Lebensmittelampel



## Gesundes näher am Verbraucher



Quelle: <https://www.laeuft.eu/nudging-in-der-betriebsgastronomie/>

### PRAXISBEISPIEL zur Ressourcenstärkung und Reduktion von Stressoren

Ein Unternehmen im Bereich der Herstellung von elektronischen Erzeugnissen hat ca. 50 Beschäftigte. Wer in diesem Unternehmen in der Produktion arbeitet, ist während der Pause einer hohen Lärmbelastung ausgesetzt, da sich die Pausenräume derzeit in räumlicher Nähe der Maschinen befinden. Die Teams in der Verwaltung hingegen verbringen ihre Pause häufig am Arbeitsplatz, da es keinen Pausenraum gibt. Beiden Missständen möchte das Unternehmen entgegenwirken. Es sollen geeignete Erholungsmöglichkeiten eingerichtet werden mit dem Ziel, dass die Angestellten ihre Pausengestaltung verändern und sich besser erholen können.

#### Beispielhafte Nudging-Ansätze

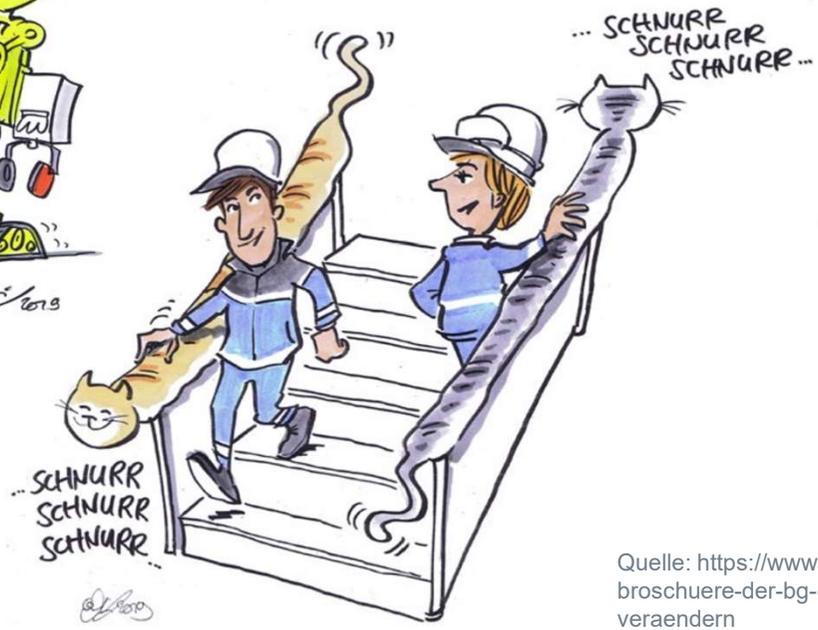
- Die Entspannungslounge wird attraktiv gestaltet, z.B. mit bequemen Möbeln sowie Möglichkeiten zum Essen und zur Internetnutzung. > **Incentive**
- Es werden kostenlos Getränke bereitgestellt. > **Incentive**
- Die Entspannungslounge wird durch gemeinsames Mittagessen mit den Führungskräften eingeweiht. > **Salience, Messenger**
- In der Mittagspause wird das Essen gemeinsam bestellt. > **Norms, Defaults**
- Telefonfreie Stunde: Empfehlung eines Zeitfensters (z.B. 13–14 Uhr), in welchem die Beschäftigten nicht ans Telefon gehen oder jemanden anrufen. Zur Unterstützung können Aufkleber für die Telefone gedruckt werden. Ausgenommen von dieser Regel sind natürlich notwendige bzw. externe Telefonate. > **Norms, Defaults**

Quelle: [https://www.iga-info.de/fileadmin/redakteur/Veroeffentlichungen/iga\\_Reporte/Dokumente/iga-Report\\_38\\_Nudging\\_im\\_Unternehmen.pdf](https://www.iga-info.de/fileadmin/redakteur/Veroeffentlichungen/iga_Reporte/Dokumente/iga-Report_38_Nudging_im_Unternehmen.pdf)

# Bequemlichkeit



# Feedback



# Gruppennorm



Quelle: <https://www.bgetem.de/medien-service/medienankuendigungen/neue-broschuere-der-bg-etem-zum-thema-nudging-unsicheres-verhalten-ohne-verbote-veraendern>

## Nudging für eine innovative Gesundheitsförderung im Betrieb

**Kriterium 1:** Die Prinzipien der Prävention und Betrieblichen Gesundheitsförderung werden berücksichtigt.

**Kriterium 2:** Die Art der Verhaltensänderung ist vorhersehbar.

**Kriterium 3:** Es werden keine Optionen ausgeschlossen.

**Kriterium 4:** Die Entscheidungsfreiheit des Individuums wird nicht genommen.

**Kriterium 5:** Die Alternative ist leicht zu umgehen.

**Kriterium 6:** Die Transparenz gegenüber den Beschäftigten ist gegeben.



*Danke für Ihr Interesse!*

Und welches Ziel verfolgen Sie in der betrieblichen Gesundheitsförderung?



## Kontakt

Prof. Dr.

**Claudia Kardys**

**Hochschulbereich Gesundheit & Soziales**

FOM Hochschule für Oekonomie & Management  
Leimkugelstraße 6 | 45141 Essen

Tel.: +49-15202-181713

claudia.kardys@fom.de  
www.fom.de

Bildquelle: <https://www.badische-zeitung.de/nudging-wie-buerger-gelenkt-werden-sollen>