



Themenbereich Haushalte

## Nudges als Beitrag zur Erreichung der 2000- Watt-Gesellschaft

Forschungsprojekt FP-1.13  
Zusammenfassung, Juni 2017

# 36

2011

2012

2013

2014

2015

2016

**2017**

2018

2019

2020

**Auftraggeber**

Energieforschung Stadt Zürich  
Ein ewz-Beitrag zur 2000-Watt-Gesellschaft

**Auftragnehmer**

econcept AG, Gerechtigkeitsgasse 20, 8002 Zürich, [www.econcept.ch](http://www.econcept.ch)  
ETH Zürich, Departement Geistes-, Sozial- und Staatswissenschaften, Professur für  
Soziologie

**Autorinnen und Autoren**

Daniel Montanari, econcept AG  
Stephanie Bade, econcept AG  
Stefan von Grünigen, econcept AG (Projektleitung)  
Kathrin Koebel, econcept AG

**Begleitgruppe**

Reto Bertschinger, Gesundheits- und Umweltdepartement (GUD)  
Martina Blum, Departement der Industriellen Betriebe (DIB)  
Rahel Gessler, Umwelt- und Gesundheitsschutz Zürich (UGZ)  
Yvonne Meier-Bukowicki, Tiefbauamt (TAZ)  
Toni W. Püntener, Umwelt- und Gesundheitsschutz Zürich (UGZ)  
Dr. Urs Rey, Statistik Stadt Zürich (SSZ)  
Franz Sprecher, Amt für Hochbauten (AHB)  
Marcel Wickart, ewz

Das Projekt wurde durch Martina Blum (DIB) Toni W. Püntener (UGZ) und Franz Spre-  
cher (AHB) betreut.

**Zitierung**

Montanari D., Bade S., von Grünigen S. und Koebel K. 2017: Nudges als Beitrag zur  
Erreichung der 2000-Watt-Gesellschaft. Energieforschung Stadt Zürich. Bericht Zu-  
sammenfassung Nr. 36, Forschungsprojekt FP-1.13.

Für den Inhalt sind alleine die Autorinnen und Autoren verantwortlich. Der vollständige  
Bericht kann unter [www.energieforschung-zuerich.ch](http://www.energieforschung-zuerich.ch) bezogen werden.

**Kontakt**

Energieforschung Stadt Zürich  
Geschäftsstelle  
c/o econcept AG, Gerechtigkeitsgasse 20, 8002 Zürich  
[reto.dettli@econcept.ch](mailto:reto.dettli@econcept.ch) 044 286 75 75

**Titelbild**

Luca Zanier, Zürich

# Inhaltsverzeichnis

|                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------|----|
| Inhaltsverzeichnis                                                  | 3  |
| Energieforschung Stadt Zürich                                       | 4  |
| <b>1</b> Abstract                                                   | 6  |
| <b>2</b> Grundlagen und Untersuchungsrahmen                         | 7  |
| <b>3</b> Vorgehen und Methodik                                      | 9  |
| <b>4</b> Resultate                                                  | 10 |
| <b>4.1</b> Nudges im In- und Ausland                                | 10 |
| <b>4.2</b> Nudges in der Stadt Zürich                               | 10 |
| <b>4.3</b> Erarbeiten von Nudges für die Stadt Zürich               | 11 |
| <b>4.4</b> Nudges ausserhalb des Handlungsbereichs der Stadt Zürich | 13 |
| <b>5</b> Übersicht der Nudges und Empfehlungen                      | 14 |

# Energieforschung Stadt Zürich

Ein ewz-Beitrag zur 2000-Watt-Gesellschaft

Energieforschung Stadt Zürich ist ein auf zehn Jahre angelegtes Programm und leistet einen Beitrag zur 2000-Watt-Gesellschaft. Dabei konzentriert sich Energieforschung Stadt Zürich auf Themenbereiche an der Nahtstelle von sozialwissenschaftlicher Forschung und der Anwendung von neuen oder bestehenden Effizienztechnologien, welche im städtischen Kontext besonders interessant sind.

Im Auftrag von ewz betreiben private Forschungs- und Beratungsunternehmen sowie Institute von Universität und ETH Zürich anwendungsorientierte Forschung für mehr Energieeffizienz und erneuerbare Energien. Die Forschungsergebnisse und -erkenntnisse sind grundsätzlich öffentlich verfügbar und stehen allen interessierten Kreisen zur Verfügung, damit Energieforschung Stadt Zürich eine möglichst grosse Wirkung entfaltet – auch ausserhalb der Stadt Zürich. Geforscht wird zurzeit in zwei Themenbereichen.

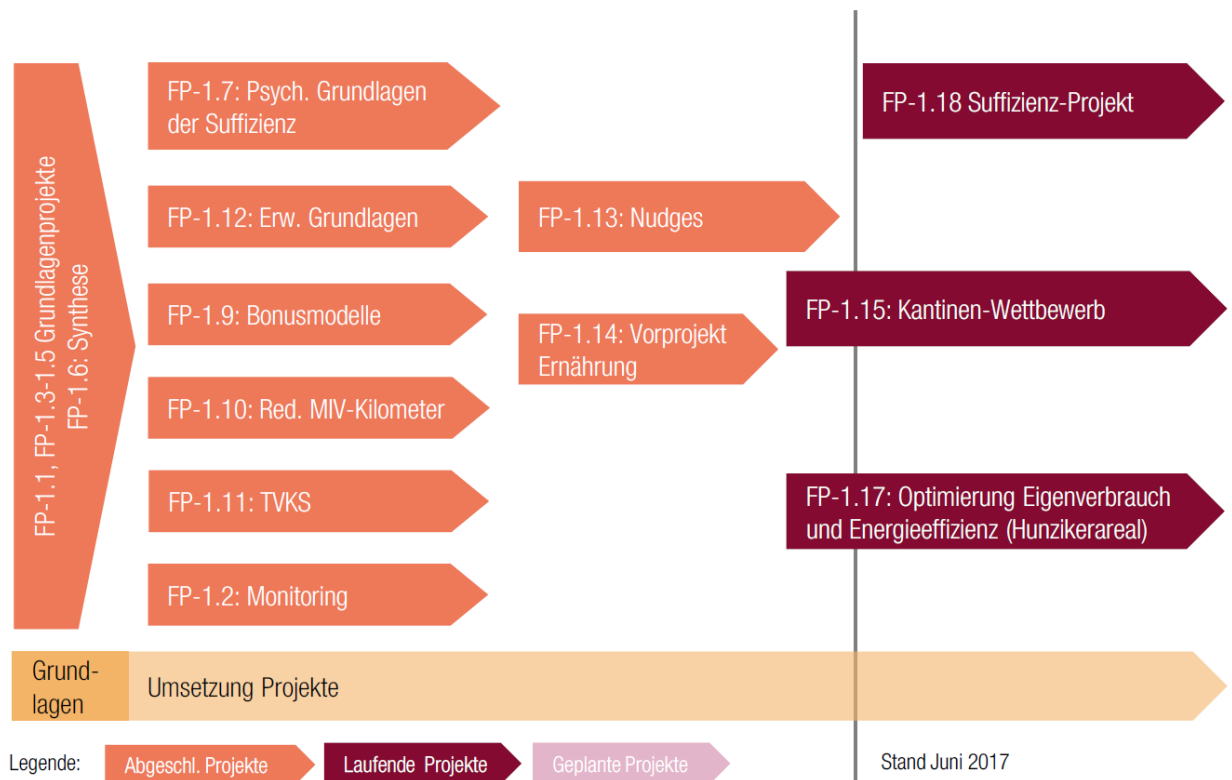
## Themenbereich Haushalte

Der Themenbereich Haushalte setzt bei den Einwohnerinnen und Einwohnern der Stadt Zürich an, die zuhause, am Arbeitsplatz und unterwegs Energie konsumieren und als Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger in vielerlei Hinsicht eine zentrale Rolle bei der Umsetzung der 2000-Watt-Gesellschaft einnehmen. Dabei werden insbesondere sozialwissenschaftliche Aspekte untersucht, die einen bewussten Umgang mit Energie fördern oder verhindern. In Feldversuchen mit Stadtzürcher Haushalten wird untersucht, welche Hemmnisse in der Stadt Zürich im Alltag relevant sind und welche Massnahmen zu deren Überwindung dienen.

## Themenbereich Gebäude

Der Themenbereich Gebäude setzt bei der Gebäudeinfrastruktur an, welche zurzeit für rund 70 Prozent des Endenergieverbrauchs der Stadt Zürich verantwortlich ist. In wissenschaftlich konzipierten und begleiteten Umsetzungsprojekten sollen zusammen mit den Eigentümerinnen und Eigentümern sowie weiteren Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträgern Sanierungsstrategien für Gebäude entwickelt und umgesetzt werden, um damit massgebend zur Sanierung und Erneuerung der Gebäudesubstanz in der Stadt Zürich beizutragen. Im Vordergrund stehen die Steigerung der Energieeffizienz im Wärmebereich und die Minimierung des Elektrizitätsbedarfs.

## Übersicht und Einordnung der Forschungsprojekte (FP) im Themenbereich Haushalte



# 1 Abstract

Nudging wurde in den letzten Jahren von der Forschung wie auch von der Öffentlichkeit vermehrt als vielversprechender Ansatz zur Beeinflussung von Verhaltensweisen und zur Erreichung politischer Ziele diskutiert. Das vorliegende, von Energieforschung Stadt Zürich (EFZ) finanzierte Forschungsprojekt untersucht den potenziellen Beitrag von Nudges zur Erreichung der Ziele der 2000-Watt-Gesellschaft in der Stadt Zürich. Basierend auf einer breiten Auslegeordnung und einer systematischen Analyse der wichtigsten energie- und ressourcenrelevanten Entscheidungssituationen der Stadtzürcher/innen wurden rund 40 Nudging-Ideen untersucht und 12 für die Stadt Zürich prinzipiell vielversprechende Ansätze identifiziert. Vier besonders interessante Nudges wurden bezüglich ökologischem Potenzial, Umsetzungshemmnissen und der Umsetzungskosten im Detail beurteilt.

# 2 Grundlagen und Untersuchungsrahmen

Der Begriff «Nudge» wurde durch Thaler und Sunstein (2008) begründet und wie folgt definiert: «*Ein Nudge, wie wir den Begriff verwenden werden, ist ein Aspekt einer Entscheidungsarchitektur, welcher das Verhalten von Menschen in eine vorhersehbare Richtung beeinflusst, ohne dabei Optionen auszuschliessen oder die ökonomischen Anreize signifikant zu ändern.*»<sup>1</sup> Unter diese breite Definition fallende Nudges sind in den verschiedensten Lebensbereichen anzutreffen. Beispielsweise werden Touristen in London durch «look right» Warningschilder an Fussgängerstreifen vor Verkehrsunfällen geschützt und demente Patienten in den USA durch Bushaltestellen-Attrappen vor Altersheimen davon abgehalten, sich von den Heimen zu entfernen.

Das vorliegende Projekt befasst sich nicht mit der gesamten Vielfalt von Nudges, sondern beschäftigt sich mit Nudges, welche eine energie- und ressourcenrelevante Wirkung entfalten. Mit Blick auf praxisrelevante Erkenntnisse sind dabei insbesondere solche Nudges von Interesse, die im Handlungsbereich der Stadt Zürich liegen. Darunter werden Nudges verstanden, welche innerhalb der heute gültigen rechtlichen und organisatorischen Rahmenbedingungen durch die Stadt implementiert oder initiiert werden können.

Der vorliegende Bericht verwendet die Nudging-Definition, welche sich an Thaler und Sunstein (2008) anlehnt und im EFZ Forschungsprojekt 1.12 erarbeitet wurde. Dies stellt die von EFZ geforderte Kompatibilität der beiden Studien sicher. Die in FP-1.12 erarbeitete Definition basiert neben den grundlegenden Arbeiten von Thaler und Sunstein (2008) auf der Arbeit von Hansen und Jespersen (2013), welche Nudges entlang zweier Dimensionen klassifizieren:

- «*Typen des Denkens*»: Die erste Dimension «Typen des Denkens» unterscheidet zwischen automatischem und überlegtem Denken und Handeln. Automatisches Denken und Handeln umfasst automatisierte Routinen sowie ohne bewusste Abwägungen getroffene Entscheidungen, wie beispielsweise das Wechseln der Gänge beim Auto- oder Velofahren oder das Einstellen der Wassertemperatur beim Händewaschen. Überlegtes Denken und Handeln hingegen beinhaltet reflektierte und mit bewussten Abwägungen getroffene Entscheidungen, wie beispielsweise den Kauf eines Hauses.
- «*Transparenz*»: Die zweite Dimension «Transparenz» unterscheidet zwischen transparenten (d.h. von der handelnden Person bewusst wahrgenommenen) und intransparenten Nudges, bei denen sich die handelnde Person nicht darüber bewusst ist, dass sie beeinflusst wird bzw. werden soll. Ein Beispiel sind kleinere Teller an Essens-Buffer, welche dazu führen sollen, dass geringere Mengen konsumiert werden.

Beide Dimensionen führen eher zu Spektren als zu trennscharfen Klassen, weswegen sich eine Vierfeldertafel als Darstellungsform anbietet, anhand derer sich Nudges in die Bereiche «Erleichterung einer konsistenten Entscheidung», «Manipulation einer Entscheidung», «Beeinflussung des Verhaltens» und «Manipulation des Verhaltens» einordnen lassen. Wie bereits im EFZ-Forschungsprojekt 1.12 von Artho und Jenny (2016) liegt der Quadrant «Erleichterung einer konsistenten Entscheidung» nicht im Fokus dieses Projektes. Die im EFZ-Forschungsprojekt 1.4 erarbeiteten Grundlagen zur Erleichterung einer konsistenten Entscheidung können dadurch ergänzt und gleichzeitig Redundanzen vermieden werden.

---

<sup>1</sup> Englische Originalfassung: «A nudge, as we will use the term, is any aspect of the choice architecture that alters people's behavior in a predictable way without forbidding any options or significantly changing their economic incentives.»

Die für dieses Projekt verwendete Definition von Nudging lautet:

Nudges sind Massnahmen, welche eine Entscheidungssituation so verändern, dass die entscheidenden Menschen ihr Verhalten in eine vorhersehbare Richtung anpassen, wobei alle Handlungsoptionen erhalten bleiben, wirtschaftliche Anreize höchstens unwesentlich verändert werden und der Zweck der Massnahmen für die entscheidenden Menschen nicht erkennbar ist und/oder die mit den Massnahmen transportierten Informationsgehalte automatisch von den Entscheider/innen verarbeitet werden.

Der Untersuchungsrahmen des vorliegenden Forschungsprojektes ergibt sich entsprechend aus der hier verwendeten Definition von Nudges und dem Fokus auf energie- und ressourcenrelevanten Nudges im Handlungsbereich der Stadt Zürich. Die nachfolgende Figur 1 beschreibt den Untersuchungsrahmen im Überblick.

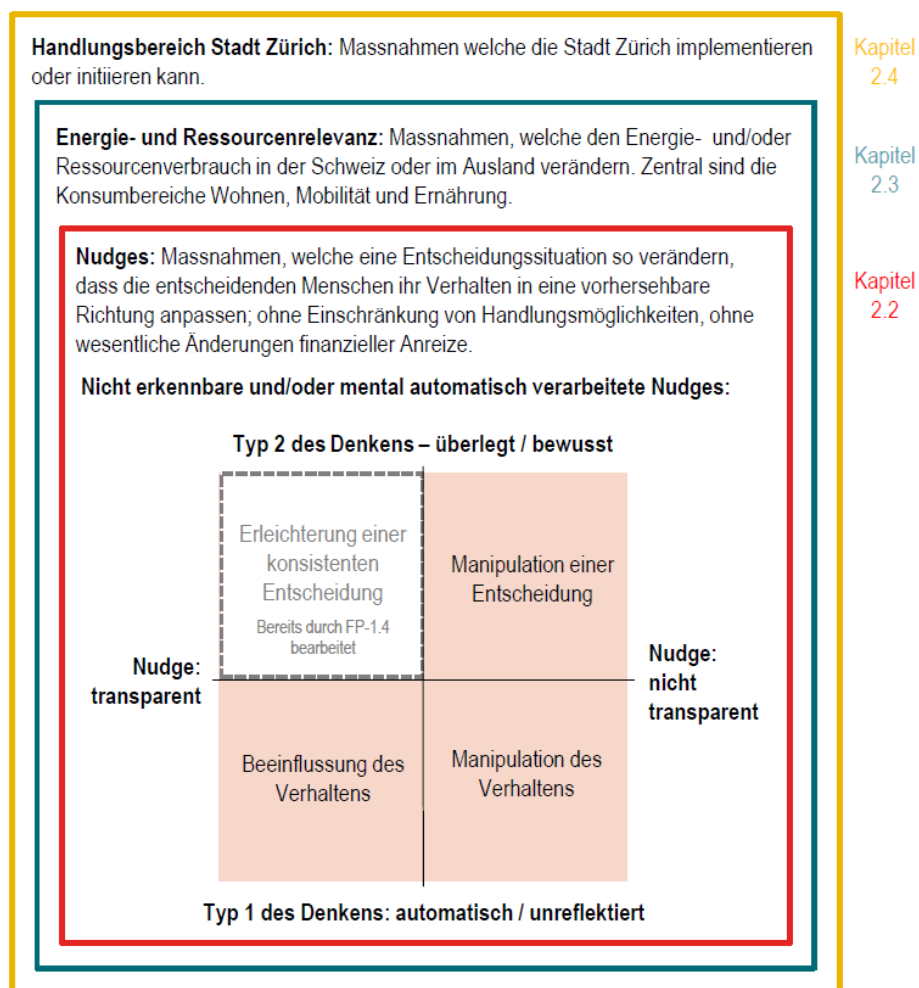


Abbildung 1: Der Untersuchungsrahmen im Überblick. Der rote Rahmen wird in Kapitel 2.2 diskutiert, der blaue Rahmen in Kapitel 2.3 und der gelbe Rahmen in Kapitel 2.4. Die hellrot unterlegten Quadranten stehen im Fokus der vorliegenden Studie. Die Kapitelbezeichnungen beziehen sich auf den ausführlichen Forschungsbericht.

# 3 Vorgehen und Methodik

In einem ersten Schritt sammelte econcept «top-down» bestehende energie- und ressourcenrelevante Nudging-Massnahmen und -Ideen im In- und Ausland und erstellte eine umfassende Auslegeordnung. Hierfür wurden eine Literatur- und Dokumentenrecherche und explorative Interviews mit Experten/innen durchgeführt. In einem zweiten Schritt wurden «bottom-up» die wichtigsten energie- und ressourcenrelevanten Entscheidungssituationen der Stadtzürcher/innen untersucht und Nudging-Ideen abgeleitet, welche diese Entscheidungen beeinflussen können. Sowohl im «top-down» wie auch im «bottom-up» Ansatz erfolgte eine erste Priorisierung anhand von drei Kriterien: Entspricht der Nudge der im Rahmen des vorliegenden Projekts verwendeten Definition von Nudging? Liegt der Nudge im Handlungsbereich der Stadt Zürich? Ist der Nudge in der Stadt noch nicht umgesetzt und/oder existieren keine anderen Regulierungsmassnahmen mit gleichem Wirkungsziel? Eine zweite Priorisierung erfolgte auf Basis von Gesprächen mit den zuständigen städtischen Stellen. Nudges, welche nicht negativ beurteilt wurden, hat das Projektteam anschliessend mit einer eigens entwickelten Methodik hinsichtlich des ökologischen Potenzials, der Umsetzungshemmnisse und der Kosten beurteilt. Abschliessend wurden Empfehlungen zum weiteren Vorgehen formuliert.

# 4 Resultate

## 4.1 Nudges im In- und Ausland

Die im Rahmen des Projektes erarbeitete breite Auslegeordnung zum Einsatz von Nudges mit Blick auf energie- und ressourcenpolitische Ziele liefert drei wichtige Erkenntnisse: Erstens gibt es eine Vielzahl von Ansätzen und Ideen, wie mit Nudges die Senkung des Energie- und Ressourcenverbrauchs adressiert werden kann. Oft handelt es sich dabei allerdings nicht um neue Ideen, sondern um die Anwendung von Ansätzen, welche – zumindest in der Stadt Zürich – bereits diskutiert werden oder wurden.

Zweitens haben wir festgestellt, dass viele der genannten Nudging-Ideen noch nicht oder nur eingeschränkt eingesetzt werden und der Nachweis der langfristigen Wirkung häufig noch nicht erbracht ist. Neben den vielen, kleinen Versuchsprojekten, mit denen Nudging-Ideen im In- und Ausland getestet werden, finden sich aber auch einzelne etablierte und häufig eingesetzte Nudges. Beispiele hierfür sind Energieetiketten sowie die standardmässige Lieferung von umweltfreundlicheren Stromprodukten durch Energieversorgungsunternehmen (umweltfreundlicher Defaultwert).

Die dritte, zentrale Erkenntnis der Auslegeordnung ist, dass viele Anwendungsbeispiele von Nudges versuchen, Entscheidungen, welche mental überlegt verarbeitet werden, durch Informationen und Feedback zu beeinflussen. Entsprechende Massnahmen werden schon seit Jahrzehnten erforscht, getestet und eingesetzt, jedoch häufig nicht als Nudge bezeichnet. Erst seit der Begründung des Begriffes «Nudge» durch Thaler und Sunstein (2008) werden solche energie- und ressourcenpolitische Instrumente auch als Nudge bezeichnet. Ein Beispiel hierfür sind ausführliche Energieabrechnungen, in denen der eigene Energieverbrauch in Relation zum Durchschnittsverbrauch oder zu energiepolitischen Zielwerten angegeben wird. Ausserdem werden Energiespartipps auf den Energieabrechnungen ergänzt. Ebenfalls in diese Kategorie fallen Fussabdruckrechner, Feedback-Massnahmen wie beispielsweise die Anzeige des aktuellen Stromverbrauchs auf einem Display im Haus oder in der Wohnung und alle Arten von Energiesparberatungen und -kampagnen. Diese Nudges fallen nicht in den Untersuchungsrahmen des Projektes, da sie bereits in zahlreichen Forschungsprojekten, teilweise auch im Rahmen von EFZ, untersucht wurden. Im Projektverlauf zeigte sich allerdings, dass es mit Blick auf die Verwendung der Resultate wichtig war, auch diese Nudges im Bericht zu erwähnen.

## 4.2 Nudges in der Stadt Zürich

Die Arbeiten im Rahmen dieses Forschungsprojekts haben weiter gezeigt, dass die Stadt Zürich eine aktive Umwelt- und Energiepolitik betreibt, die mit einem breiten Spektrum von Regulierungsinstrumenten und Massnahmen (Vorschriften, Anreizen, Leitlinien und Beratungsangeboten, Informationen) umgesetzt wird. Die Nudges, welche in diesem Projekt prioritär untersucht werden sollten, d.h. Nudges, welche unbewusst verarbeitet werden und/oder nicht erkennbar sind, gehörten bisher kaum zum städtischen Instrumentarium. Damit steht die Stadt Zürich allerdings nicht alleine da: Im Rahmen der durchgeführten Arbeiten konnte nicht festgestellt werden, dass, in der Schweiz oder im Ausland Nudges, welche unbewusst verarbeitet werden und/oder nicht erkennbar sind, breit als energie- oder ressourcenpolitisches Instrument eingesetzt werden. In der Stadt Zürich bildet die Anwendung eines umweltfreundlichen Defaultwertes bei den Stromprodukten durch das ewz eine prominente Ausnahme. Nudges, welche transparent sind und bewusst verarbeitet werden (z.B. Informations-

und Sensibilisierungskampagnen) werden allerdings in der Stadt Zürich seit Jahren umgesetzt. Meist werden diese jedoch nicht als Nudge bezeichnet.

Das Projekt hat keine absichtlich oder unabsichtlich durch die Stadtverwaltung implementierten Nudges zu Tage gebracht, deren Wirkungen nicht im Sinne der Ziele der 2000-Watt-Gesellschaft sind. Dabei muss betont werden, dass hier nur Nudges untersucht wurden; im Sinn der 2000-Watt-Gesellschaft nicht gewollte Wirkungen von anderen städtische Regulierungsinstrumenten oder Massnahmen wurden nicht analysiert.

## 4.3 Erarbeiten von Nudges für die Stadt Zürich

Basierend auf der breiten Auslegeordnung und einer systematischen Analyse der wichtigsten energie- und ressourcenrelevanten Entscheidungssituationen der Stadtzürcher/innen wurden rund 40 Nudging-Ideen untersucht und 12 für die Stadt Zürich prinzipiell vielversprechende Ansätze identifiziert.

Nach Gesprächen mit Personen aus der Stadtverwaltung, bei denen unter anderem auch die Umsetzbarkeit und Zweckmässigkeit dieser 12 Nudges im aktuellen städtischen Kontext diskutiert wurden, hat das Projektteam auch im aktuellen städtischen Kontext vielversprechend erscheinenden Nudges (resp. Kombinationen von Nudges) detailliert beurteilt. Dabei wurden das ökologische Potenzial, Umsetzungshemmnisse und die Umsetzungskosten grob geschätzt.

Basierend auf der vertieften Beurteilung sind folgende zwei Nudges vielversprechend, unterstützen potenziell die Ziele der 2000-Watt Gesellschaft und liegen im Handlungsbereich der Stadt Zürich:

- **Sparbrausen:** Mit verminderten Durchflussmengen bei Duschbrausen können jährlich relevante Mengen Warmwasser und damit auch Energie gespart werden. Noch bieten einige Hersteller Produkte mit hohen Durchflussmengen an. Bei einer Förderung von Sparbrausen in der Stadt Zürich müsste aus Sicht der Autoren/innen sichergestellt werden können, dass ausschliesslich Duschbrausen mit hohem Verbrauch ersetzt werden.
- **Massnahmen im Bereich Ernährung:** Indem die Ressourcenintensität von Lebensmitteln in städtischen oder durch die Stadt (mit)finanzierten Personalrestaurants und Mensen berücksichtigt werden, können negative Umweltwirkungen der Ernährung in relevantem Masse gesenkt werden. Mögliche Nudging-Massnahmen sind: Anpassung der Anordnung von Speisen und Getränken an den Buffets, kleinere Tellergrössen in Kombination mit dem Angebot zum Nachschöpfen und Labels für vergleichsweise ressourcenschonende Gerichte.

Das Potenzial von warmwassersparenden Duschbrausen liegt pro Haushalt bei rund 260 kWh Wärmeenergie pro Jahr, vorausgesetzt es wird eine Duschbrause mit hohem Verbrauch ersetzt. Das Potenzial im Bereich Ernährung liegt für die städtischen / durch die Stadt finanzierten Personalrestaurants und Mensen bei knapp 350 Tonnen CO<sub>2</sub>-eq pro Jahr. Angesichts eines jährlichen Wärmeenergiebedarfs für Warmwasser von rund

2'250 kWh pro Haushalt und Jahr sowie von durchschnittlichen CO<sub>2</sub>-Emissionen von rund 4 Tonnen pro Haushalt und Jahr sind beide Potenziale als relevant einzustufen.

Bei beiden Nudges ist mit Umsetzungshemmnissen zu rechnen. Die Einflüsse dieser Hemmnisse auf die Wirkungen der Nudges sind ohne weiterführende Untersuchungen in der Praxis nur schwierig abschätzbar, verunmöglichen aber aus theoretischer Sicht die erfolgreiche Umsetzung der beiden Nudges nicht.

Über die genannten Hemmnisse hinaus existieren teilweise grundsätzliche Vorbehalte gegenüber Nudging-Massnahmen, insbesondere wenn diese intransparent sind. Der Grund liegt auch darin, dass Nudges häufig ohne Änderung gesetzlicher Grundlagen implementiert werden können, wodurch die politische und gesellschaftliche Auseinandersetzung über die anvisierten Ziele entfallen kann. Damit solche Vorbehalte abgebaut werden können, ist aus Sicht der Autoren/innen eine breite und transparente Diskussion bezüglich des Einsatzes von Nudging wichtig.

Gemessen an der Anzahl untersuchter Nudging-Ideen und Ansätze ist die Anzahl konkreter Nudges, welche sich letztlich als vielversprechend erwiesen haben, sehr klein. Dies ist auch auf Gründe zurückzuführen, die keinen Zusammenhang mit dem erwarteten ökologischen Potenzial haben: Zum einen wurde in der vorliegenden Studie mit dem Fokus auf den Handlungsbereich der Stadt Zürich sowie auf nicht erkennbare und/oder automatisch verarbeitete Nudges ein klar eingegrenzter Untersuchungsrahmen gesetzt. Zum anderen zeigte sich im Projekt deutlich, dass Nudges nur vermeintlich einfach umzusetzende energie- und ressourcenpolitische Massnahmen sind. Für etliche der untersuchten Ansätze hat sich gezeigt, dass eine Umsetzung in der Praxis unter den bestehenden Rahmenbedingungen in der Stadt Zürich nicht möglich oder nicht zweckmässig ist. Diese grosse Relevanz der Rahmenbedingungen ist aus Sicht der Autoren/innen eine wichtige Erkenntnis und ergänzt den wissenschaftlichen Diskurs zu Nudging.

Zusammenfassend lässt sich somit festhalten, dass Nudging die städtische Energie- und Ressourcenpolitik kaum grundlegend verändern wird und zum heutigen Zeitpunkt nicht als «Game-Changer» bezeichnet werden sollte. Gute umwelt- und energiepolitische Massnahmen bestehen aus Bündeln von Ansätzen. Hierfür kann Nudging als ergänzender Ansatz zu bestehenden umwelt- und energiepolitischen Massnahmen einen Beitrag leisten.

## 4.4 Nudges ausserhalb des Handlungsbereichs der Stadt Zürich

Im Zuge der Arbeiten sind wir verschiedenen teilweise vielsprechenden Nudging-Ideen begegnet, welche jedoch heute ausserhalb des Handlungsbereichs der Stadt liegen. Bei diesen kann es sich lohnen, zu überprüfen, ob der Handlungsbereich durch Anpassung von rechtlichen oder organisatorischen Rahmenbedingungen erweitert werden kann. Zudem kann die Stadt Zürich erwägen, ob die Umsetzung eines Teils dieser Nudges im Rahmen von Private-Public-Partnerships unterstützt werden könnte, so beispielsweise im Bereich des Lebensmitteleinkaufens (Einlegermatten im Einkaufswagen, Wahlarchitektur in Supermärkten, Informationshilfen für nachhaltige Produkte).

# 5 Übersicht der Nudges und Empfehlungen

Die untersuchten energie- und ressourcenrelevanten Nudges mit einem potenziellen Beitrag zur Erreichung der Ziele der 2000-Watt-Gesellschaft wurden in drei verschiedene Gruppen eingeteilt und entsprechende Empfehlungen formuliert:

## **Gruppe 1: Nudges im Handlungsbereich der Stadt Zürich, die nicht transparent sind und/oder unreflektiert verarbeitet werden.**

Die Nudges der ersten Gruppe sind energie- und ressourcenrelevant, liegen im Handlungsbereich der Stadt und liegen damit im Fokus des Projekts. Dazu gehören:

- Default bei Stromprodukten
- Sparbrausen
- Massnahmen im Bereich Ernährung (Wahlarchitektur an Buffets, kleine Teller, Ausgabe kleiner Portionen kombiniert mit der Option nachzuschöpfen)
- Fenster mit Feedback (z.B. erscheinen einer roten Fläche im Kippmodus)
- Beschriftung/Einfärbung von Thermostaten
- Bereitstellung energiefreier Wäschetrocknung
- Vergrösserung Angebot von erneuerbaren Stromprodukten
- Visueller Countdown bei Händetrocknern
- Work-at-home für Mitarbeitende der Stadt Zürich
- ÖV, Mobility oder e-Velo Probetickets für Neuzuzüger/innen zur Beeinflussung der Verkehrsmittelwahl

## **Gruppe 2: Nudges im Handlungsbereich der Stadt Zürich, die transparent sind und reflektiert verarbeitet werden.**

Im Gegensatz zur Gruppe 1 werden die Nudges dieser Gruppe von den entscheidenden Menschen bewusst verarbeitet und sind transparent. Sie erleichtern somit eine konsistente Entscheidung. Die in dieser Gruppe aufgeführten Nudges stehen zwar nicht im Fokus dieses Projekts, für eine Weiterbearbeitung in einem anderen Kontext könnten sie jedoch für die Stadt Zürich sehr spannend sein.

## **Gruppe 3: Nudges ausserhalb des Handlungsbereiches der Stadt Zürich.**

In der dritten Gruppe sind Nudges aufgeführt, welche nicht im Handlungsbereich der Stadt liegen, jedoch über ein energie- und ressourcenrelevantes Potenzial verfügen.

Die drei Gruppen umfassen insgesamt rund 40 Nudges, welche im Laufe des Projekts identifiziert, erarbeitet und teilweise ausführlich diskutiert wurden. Die erste Gruppe von Nudges stand im Fokus dieses Projekts. Für diese wurden Empfehlungen zum weiteren Vorgehen auf Ebene der einzelnen Nudges formuliert. Für die anderen Nudges beschränken wir uns auf allgemeinere Empfehlungen, da diese Nudges in der vorliegenden Studie nicht vertieft analysiert werden konnten.

Grundsätzlich kann für die zweite Gruppe festgehalten werden, dass für Nudges, die transparent sind und gedanklich reflektiert verarbeitet werden (wie beispielsweise Informations- und Sensibilisierungskampagnen), die konkrete Ausgestaltung der Informationsvermittlung, die gezielte Adressierung betroffener Zielgruppen und situationsspezifische Anpassung der vermittelten Informationen an die Zielgruppe die Wirkung eines Nudge massgeblich beeinflusst. Beispielsweise wird aktuell an der konkreten Ausgestaltung und am Design von Energieetiketten in der EU geforscht, da dies die Wirkung der Energieetiketten massgeblich beeinflusst. Für Nudges, die transparent sind und gedanklich reflektiert verarbeitet werden, sollte die Stadt Zürich deshalb künftig besonderes Augenmerk auf die konkrete Ausgestaltung der vermittelten Informationen legen.

Bei den Nudges der dritten Gruppe kann es sich lohnen, zu überprüfen, ob der Handlungsbereich durch Anpassung von rechtlichen oder organisatorischen Rahmenbedingungen erweitert werden kann. Zudem sollte die Stadt Zürich erwägen, ob die Umsetzung eines Teils dieser Nudges im Rahmen von Private-Public-Partnerships unterstützt werden könnte, so beispielsweise im Bereich des Lebensmitteleinkaufens (Einlegermatten im Einkaufswagen, Wahlarchitektur in Supermärkten, Informationshilfen für nachhaltige Produkte).