

Medienmitteilung

HWZ informiert:

Konsumverhalten in der Gastronomie: Ein «Schubs» in Richtung Nachhaltigkeit

Zürich, 17. Oktober 2022 – **In Anbetracht der aufkommende Klimakrise steht auch die Gastronomie vor der schwierigen Aufgabe, sich zukünftig möglichst nachhaltig zu entwickeln. Gastronomiebetriebe können einen wichtigen Beitrag dazu leisten, die Welt nachhaltiger zu gestalten. Doch auch das nachhaltigste Angebot ist vergebens, wenn es nicht genutzt wird. Wie also können Konsumentinnen und Konsumenten dazu bewegt werden, sich für nachhaltigere Menüvarianten zu entscheiden? Dieser Frage ging Malin Lutz, Absolventin Bachelor Business Communications, in ihrer Abschlussarbeit auf den Grund. Sie ist die diesjährige Gewinnerin des von UBS verliehenen Nachhaltigkeitspreises für herausragende Bachelorarbeiten der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich.**

Nachhaltigkeit entwickelt sich immer mehr von einem Trend zu einem Wirtschaftssektor. Auch die Gastronomiebranche muss diese Veränderung aufgreifen und mitgestalten. Doch wie? Eine Frage, die auch Malin Lutz, Absolventin des Bachelors Business Communications HWZ, schon länger beschäftigte.

Schwierigkeiten in der Änderung des Konsumverhaltens

Die Änderung des Konsumverhaltens ist teilweise schwierig: Gewohnheiten, Schemata und Abkürzungen beeinflussen die Entscheidungen, die wir tagtäglich treffen – auch bei unserer Essenswahl. Obwohl sich Konsumentinnen und Konsumenten meist bewusst sind, welche Mahlzeit am gesündesten oder nachhaltigsten ist, entscheiden sie sich trotzdem aus verschiedensten Gründen zuweilen gegen diese. Nudging, ein Konzept aus der Verhaltensökonomie, mit dem sich Malin Lutz schliesslich im Rahmen ihrer Bachelorarbeit auseinandersetze, kann dieses ungewünschte Verhalten reduzieren.

Mit Nudging zum Ziel

Der Begriff Nudging kommt aus dem Englischen und bedeutet übersetzt «Anstossen» oder «Schubsen». Das Verhalten von Personen soll nach diesem Ansatz mithilfe eines kleinen Schubbers in eine gewünschte Richtung gelenkt werden. Statt auf Verbote setzt das Konzept auf eine freiwillige Verhaltensänderung der Personen: Es werden Entscheidungsarchitekturen entwickelt, welche die Intentions-Verhaltens-Lücke (in diesem Fall das Auseinanderklaffen von angestrebtem nachhaltigem Konsum und tatsächlich nachhaltigem Konsum) schliessen sollen. So können beispielsweise durch entsprechendes Wording die Absatzzahlen von spezifischen Gerichten positiv beeinflusst werden.

Malin Lutz hat basierend auf dieser theoretischen Grundlage selbst Nudges entwickelt und in einem Feldexperiment in zwei Schweizer Gastronomiebetrieben über mehrere Wochen hinweg getestet. Im Rahmen dieses Experiments verlieh sie etwa einem Sellerieschnitzel den klangvollen und deutlich schmackhafteren Namen «Terroir-Schnitzel à la Ruben», um eine Absatzsteigerung zu erreichen. Auch wenn sich die Absatzzahlen im Experiment aus verschiedenen Gründen nicht wie erwartet veränderten, ist dies keine Absage an das Nudging. Nudges haben das Potenzial, einen Beitrag zur Förderung einer zukunftsfähigen und nachhaltigen Schweizer Gastronomie zu leisten, wie die Arbeit aufzeigt.

Die Vergabe des UBS-Nachhaltigkeitspreis

Bereits zum vierten Mal in Folge vergibt die HWZ in Zusammenarbeit mit UBS den Nachhaltigkeitspreis für herausragende Bachelorarbeiten. In diesem Jahr ging dieser Preis an Malin Lutz, die die Jury vor allem durch die Relevanz des gewählten Themas, ihre methodische Vorgehensweise sowie ihre kritische Auseinandersetzung mit den Untersuchungsergebnissen überzeugte.

Die Preisträgerin Malin Lutz freut sich sehr über die Auszeichnung: «Nachhaltigkeit in der Gastronomie liegt mir sehr am Herzen. Aus diesem Grund habe ich mich dazu entschieden, mich im Rahmen meiner Bachelorarbeit diesem Thema zu widmen und das Nudging-Konzept genauer unter die Lupe zu nehmen und zu testen. Dass meine Arbeit nun mit dem UBS-Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnet wurde, freut mich riesig!»

Der Preis wurde auch in diesem Jahr im Rahmen der Bachelor-Diplomfeier überreicht. Da die Preisträgerin zurzeit auf Weltreise ist, wurde der Preis stellvertretend von Studiengangsleiter Bernhard Schweizer entgegengenommen.

Kontakt

Laura Oderbolz
HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich
Lagerstrasse 5, Postfach

8021 Zürich
T +41 43 322 26 10

laura.oderbolz@fh-hwz.ch
www.fh-hwz.ch

Die HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich ist Mitglied der Zürcher Fachhochschule (ZFH). Mit rund 2'500 Studierenden ist die HWZ die grösste Hochschule mit ausschliesslich berufsbegleitenden Studiengängen im Bereich Wirtschaft der Schweiz. Sie offeriert ein breites Angebot an Studiengängen auf Bachelor- und Master-Stufe sowie, über 100 Diplom- und Zertifikatslehrgänge, die Möglichkeit zum Doktorat sowie massgeschneiderte Firmentrainings. Die HWZ ist institutionell akkreditiert durch den Schweizerischen Akkreditierungsrat. fh-hwz.ch
