



HOCHSCHULE
HAMM-LIPPSTADT

Zukunftsforum Ländliche Entwicklung

Mind the Gap – Können Nudges eine nachhaltigere & regionale Wertschöpfung fördern?

Prof. Dr. Christoph Harff

Professur für internationale Wirtschaftsbeziehungen und Verhaltensökonomie



KLJB
Katholische
Landjugendbewegung
Deutschlands

Akademie
Junges Land

Strategien in der Raumentwicklung

Unterschiedliche ländliche Regionen unterscheiden sich stark untereinander

- Es gibt nicht die eine Lösung, die für alle passt

Strukturschwache periphere ländliche Räume

- fernab von Zentren, defizitärer Infrastruktur, wirtschaftlicher Strukturschwäche & Bevölkerungsverluste

Voraussetzungen für Lösungsansätze:


- Ausgestaltung einer multifunktionalen Entwicklungsperspektive
- Unterstützung von Handwerk & Kleingewerbe als wichtigster Arbeitgeber
- Professionelles Regionalmanagement



**Beteiligung wichtiger
Akteure & Bevölkerung**

Ausgewählte Herausforderungen strukturschwacher Räume

- Fachkräftemangel
 - Ein Mehr an Bildung erhöht die überregionale Mobilität der Arbeitskräfte
- Regionaler Konsum
 - Geringere Kaufkraft, Konsum vor Ort & Stadtbild/Leerstand
- Mobilität & Infrastruktur
 - Eine verbesserte Anbindung an Zentren erleichtert die Abwanderung von Bevölkerung & Kaufkraft
- Wenige Innovationsakteure
 - Fehlende „Räume“ für (junge) Kreative



**Welche Rolle spielt das
Verhalten bzw. die
Entscheidungen des
Einzelnen?**

Entscheidungsverhalten & ländliche Räume: Ein Beispiel

- Die Einstellungen und Werte („Intention“) der Bevölkerung sind i.d.R. „regional“ geprägt
- Der Zusammenhang zwischen Online-Handel und dem Einzelhandelssterben in ihrer Region ist i.d.R. bekannt und auch, dass der Online-Handel nicht immer günstiger ist (u.a. aufgrund der Versandkosten)
- Trotzdem nimmt der „Konsum vor Ort“ kontinuierlich ab

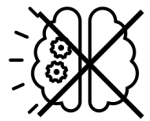


**„Intention-
Behavior-Gap“**



Verhaltensanalytische Diagnose

Menschen sind bei ihren alltäglichen Entscheidungen nicht "rational" im Sinne der Rational-Choice-Theory. Stattdessen



leiden sie unter **kognitiven Verzerrungen**,



erleben sie **Konflikte zwischen** ihren langfristigen und kurzfristigen **Präferenzen** und



müssen häufig Entscheidungen in einem Kontext getroffen werden, der durch **Informations- und Wahlüberlastung** gekennzeichnet ist.

Nudging als Therapie?

Ist es möglich, dem Einzelnen zu helfen, bessere Entscheidungen für sich selbst und für die Gesellschaft insgesamt zu treffen, indem man die Grenzen der menschlichen kognitiven Fähigkeiten und Verhaltensvorurteile überwindet?

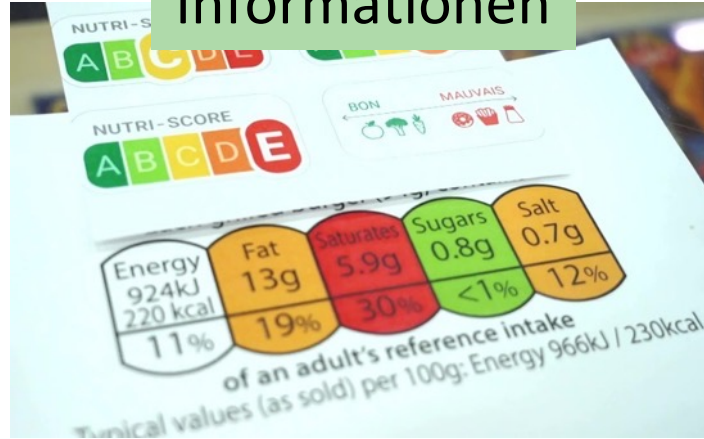
Ein sanfter Stupser, der Menschen helfen soll bessere Entscheidungen zu treffen ohne

- die Entscheidung für sie zu treffen
- die Wahlmöglichkeiten einzuschränken
- die Nutzung von monetären Anreizen.



**Kontextabhängig
&
Kosten-Nutzen-
Abwägung**

Informationen



Visuelle Hinweise



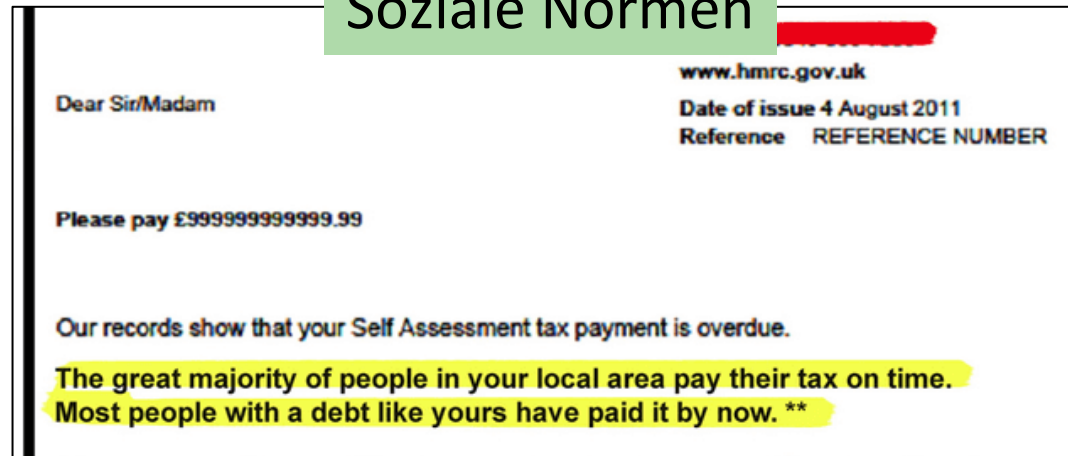
Warnungen



Default



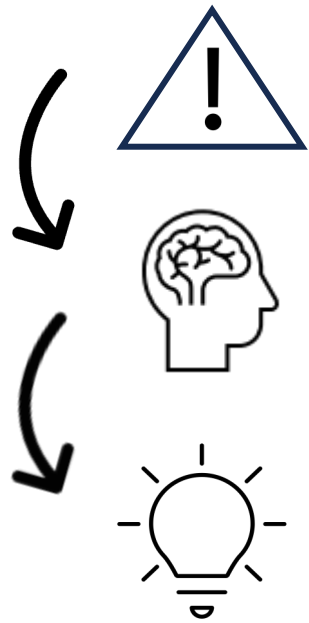
Soziale Normen



Gamification



Herausforderung: Fachkräftemangel



Geringe Bekanntheit von regionalen Handwerks- und Kleinbetrieben

Dominanz der großen Konzerne („Rekognitionsheuristik“)

Default-Nudge: Schülern bei der Wahl des Praktikums während der Schulzeit eine (digitale) Liste mit regionalen Handwerks- und Kleinbetrieben zur Verfügung stellen

Herausforderung: Regionaler Konsum



Onlinehandel macht Geschäften vor Ort Konkurrenz und führt zu Insolvenzen, leereren Innenstädten und weniger beruflichen Optionen

Intention-Behavior-Gap

Informations-Nudge: „MonHeim Lokalhelden“ – Plattform präsentiert alle Einkaufsmöglichkeiten und Stellenangebote in der Stadt

Herausforderung: Wenige Innovationsakteure



Kreative Menschen verlassen strukturschwache Räume u.a. weil es zu wenige Angebote zur Raumgestaltung gibt



Present Bias: „Ich ziehe lieber jetzt in die Stadt, weil es einfacher ist, anstatt mich auf dem Dorf selbstständig zu machen, was mich langfristig glücklicher machen könnte.“



Optionen-Nudge: Leerstände temporär für junge Menschen nutzbar machen, um Initiativen oder Geschäftsmodelle zu erproben („Pop-up“ Kultur)

„Mein erster Nudge“ – Workshop

- Welche Herausforderung gibt es in Ihrem Umfeld?
- Haben Sie das Gefühl, es liegt auch am Verhalten Ihrer Mitbürger?
- Mit welchen Maßnahmen könnten Sie Ihren Mitbürgern einen Stups in die richtige Richtung geben?



- 40 min Workshop
- 5 Arbeitsgruppen mit Moderation
- 1 Problem pro Gruppe
- 1 Nudge-Leitfaden
- 3 min Präsentation
- 15 min Diskussion

Können Nudges eine nachhaltigere & regionale Wertschöpfung fördern?

Standbild während
des Workshops

„Mein erster Nudge“ – Workshop

Start: 16:50 Uhr

Ende: 17:30 Uhr

Fragestellungen

- Welche Herausforderung gibt es in Ihrem Umfeld?
- Haben Sie das Gefühl, es liegt auch am Verhalten Ihrer Mitbürger?
- Mit welchen Maßnahmen könnten Sie Ihren Mitbürgern einen Stups in die richtige Richtung geben?



HOCHSCHULE
HAMM-LIPPSTADT

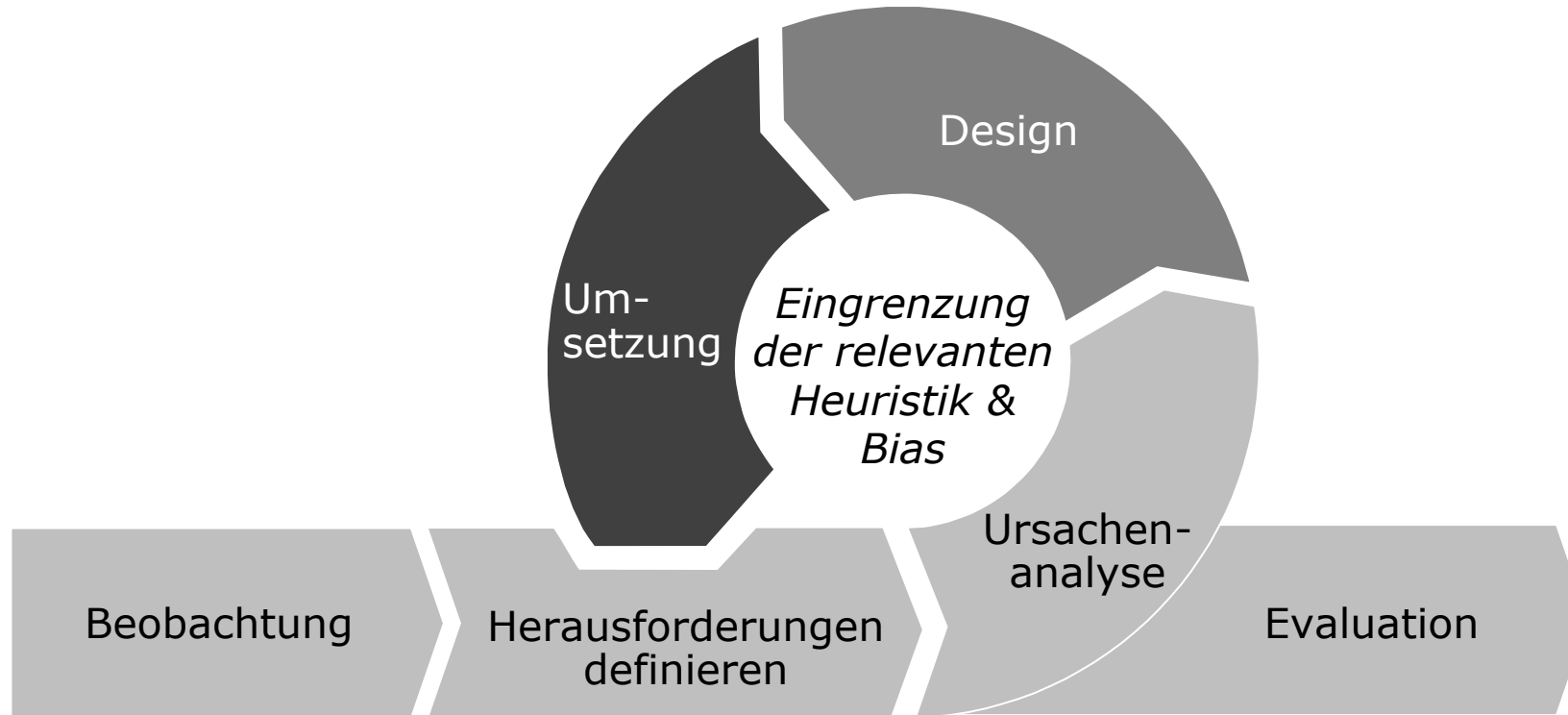
Back-up



KLJB
Katholische
Landjugendbewegung
Deutschlands



Entwicklungsprozess von Nudges



Quelle: Harff/McLachlan (2021).

Kategorien und Techniken in der Entscheidungsarchitektur: 4Rs of Nudging

Kategorie	Technik
Reframe	<ul style="list-style-type: none">1 Information sichtbar machen2 Information neu darbieten3 Neue (soziale) Referenzpunkte
Redesign	<ul style="list-style-type: none">4 Grundeinstellungen ändern5 Optionenraum ändern6 Konsequenzen ändern
Relieve	<ul style="list-style-type: none">4 Commitment erleichtern5 Umsetzung erleichtern6 Handlungsmotivation steigern
Remind	<ul style="list-style-type: none">10 Erinnern

Quelle: Harff/McLachlan, in Anlehnung an Münscher et al. (2016)