energieschweiz

Nudging in Ihrer Gemeinde umsetzen

Diese Checkliste unterstützt Sie dabei, Nudging-Vorhaben im Energie- und Klimabereich in Schweizer Gemeindeverwaltungen zu planen, richtig einzusetzen und auszuwerten.

Zielklarheit

- ☐ Welches konkrete Verhalten im Energie- und Klimabereich soll verändert werden?
- ☐ Unterstützt die gewünschte Verhaltensänderung nachweislich die Energie- oder Klimaziele Ihrer Gemeinde?
- ☐ Ist das Ziel messbar? Welche Indikatoren verwenden Sie dafür?

Zielgruppe

- ☐ Wer genau soll angesprochen werden (Mietende, Eigentümerinnen und Eigentümer, ältere und jüngere Personen, Expats u. a.)?
- ☐ Welche Hürden und Motivationen bestehen in dieser Zielgruppe (Sprache, kulturelle Eigenheiten)?
- ☐ Ist der Absender für die Zielgruppe glaubwürdig? Oder sollte eine andere Organisation das Vorhaben umsetzen?

Entscheidungssituation

- ☐ Ist der Zielgruppe bewusst, dass sie eine Entscheidung trifft?
- ☐ Findet die Entscheidung im richtigen Kontext und zum richtigen Zeitpunkt statt?
- ☐ Welche Verhaltensbarrieren sind bekannt?

Auswahl bzw. Entwicklung des Nudges

- ☐ Welche Art von Nudge passt zur Herausforderung (z. B. Standardeinstellung, soziale Norm, Vereinfachung, Erinnerung, Feedback)?
- ☐ Setzt der Nudge an der tatsächlichen Herausforderung an und nicht nur bei einem Symptom?
- ☐ Gibt es Beispiele oder Erkenntnisse aus anderen Gemeinden, die zeigen, dass dieser Ansatz wirkt (siehe die Steckbriefe der Toolbox)?

Wird ein Nudge selbst entwickelt, können Sie sich am EAST-Modell des Behavioural Insights Teams (2014) orientieren. Das Modell fasst Massnahmen zur Verhaltensänderung in vier Grundregeln zusammen: Easy (einfach), Attractive (attraktiv), Social (sozial) und Timely (rechtzeitig). Die Wahlfreiheit der Menschen bleibt dabei immer erhalten.

Easy (Einfach):
- Nutzen Sie Standardeinstellungen (vorausgewählte Optionen).
- Verringern Sie den Aufwand und bauen Sie bürokratische Hürden ab.
- Formulieren Sie Informationen kurz, klar und verständlich.

Attractive (Attraktiv):
- Wecken Sie Aufmerksamkeit mit Bildern, Farben oder klaren Signalen.
- Setzen Sie gezielt auf Anreize, Belohnungen oder Feedback.

Social (Sozial):
- Zeigen Sie, wie sich andere Personen verhalten (soziale Normen).
- Nutzen Sie das Bedürfnis nach Zugehörigkeit.
- Ermöglichen Sie Selbstverpflichtungen oder öffentliche Zusagen.

Timely (Rechtzeitig):
- Sprechen Sie Menschen zum Zeitpunkt der Entscheidung an.
- Nutzen Sie Lebensphasen oder besondere Momente, in denen Personen für Veränderungen besonders offen sind (z. B. Jahreswechsel oder Umzug).

Datenschutz und Rechtsgrundlage

- [ ] Werden Personendaten benötigt, oder funktioniert der Nudge ohne solche Daten (z. B. über eine Standardeinstellung)?
- [ ] Besteht eine gesetzliche Grundlage oder eine Einwilligung für die Datennutzung?
- [ ] Dürfen Sie die Daten für das Nudging-Vorhaben verwenden, wenn sie ursprünglich für einen anderen Zweck erhoben wurden (Zweckbindung)?
- [ ] Beschränken Sie die verwendeten Daten auf das notwendige Minimum? Können Sie die Daten aggregieren oder anonymisieren?
- [ ] Wurden die Datenschutzverantwortlichen frühzeitig einbezogen? Falls nötig: Haben Sie die zuständige kantonale oder kommunale Datenschutzstelle einbezogen? Für Gemeinden gilt in erster Linie das kantonale Datenschutzrecht.

Politische und rechtliche Verankerung

- [ ] Ist das Vorhaben politisch abgestützt und mit der Exekutive abgestimmt?
- [ ] Gibt es für das vorgesehene Handeln der Verwaltung eine gesetzliche Grundlage oder ist eine solche notwendig? Dies gilt unabhängig von der Datenbearbeitung.
- [ ] Werden vergleichbare Fälle gleich behandelt, oder ist eine Ungleichbehandlung (z. B. im Pilotgebiet) sachlich begründet und befristet (Rechtsgleichheit, Art. 8 BV)?

Ressourcen und Zuständigkeiten

- [ ] Wer ist intern für das Vorhaben verantwortlich? Ist die Aufgabe verbindlich zugeteilt?
- [ ] Sind genügend Budget und personelle Ressourcen für die Umsetzung und Auswertung vorhanden?
- [ ] Sind die benötigten Datenquellen und Register zugänglich (z. B. GWR, Sonnendach.ch, Pronovo AG, GEAK)?
- [ ] Erfolgt eine Kooperation und Unterstützung respektive unabhängige Bewertung durch einen Partner (Universität, Fachhochschulen, Private oder NGO)?
- [ ] Steht der Aufwand in einem sinnvollen Verhältnis zur erwarteten Wirkung? Gibt es einfachere Massnahmen mit einer ähnlichen Wirkung?

Wahlfreiheit

- [ ] Bleibt die Entscheidungsfreiheit vollständig erhalten?
- [ ] Haben Sie ethische Fragen geprüft und sichergestellt, dass keine versteckten oder manipulativen Absichten verfolgt werden?
- [ ] Dient der Nudge den Interessen der Adressaten und nicht nur jenen der Verwaltung? Ist ein Opt-out oder Opt-in möglich?

Transparenz

- [ ] Wird der Nudge offen kommuniziert?
- [ ] Wird erklärt, warum der Nudge eingesetzt wird?

Akzeptanz und Erreichbarkeit

- [ ] Sollen auch Personen erreicht werden, die die Amtssprache nicht beherrschen, keinen digitalen Zugang haben oder über andere Kanäle erreicht werden müssen?
- [ ] Ist intern geklärt, wie mit Kritik oder Widerstand umgegangen wird?
- [ ] Wie können Betroffene frühzeitig in das Vorhaben eingebunden werden?
- [ ] Ist die Ansprache mit dem Kanton, dem Energieversorgungsunternehmen und weiteren Beteiligten abgestimmt? So vermeiden Sie, dass dieselben Haushalte mehrfach angeschrieben werden.

Testphase

- [ ] Wird der Nudge zuerst in einem kleinen Rahmen getestet (Pilotversuch in einem Quartier oder Teilgebiet, zeitlich gestaffelt)?

Wirkungsmessung

- [ ] Wurde der Ausgangswert vor dem Start erhoben (Nullmessung)?
- [ ] Welche Daten zeigen, ob der Nudge wirkt?
- [ ] Gibt es eine Vergleichsgruppe, die nicht angesprochen wird?
- [ ] Werden Rebound-Effekte oder andere Nebenwirkungen beobachtet?
- [ ] Bleibt die Wirkung über die Zeit bestehen, oder lässt sie nach?
- [ ] Wer wertet die Ergebnisse aus und zu welchem Zeitpunkt?
- [ ] Ab welchem Ergebnis wird der Nudge angepasst oder abgebrochen? Legen Sie diese Schwellenwerte vor dem Start fest.

Integration

- [ ] Ist das Nudging in eine Gesamtstrategie eingebettet (Kommunikation, Förderung, Regulierung)?
- [ ] Ergänzt der Nudge bestehende Massnahmen sinnvoll, statt sie zu ersetzen?

Nach der Umsetzung

- [ ] Was geschieht bei Erfolg? Wird der Nudge erneut genutzt oder ausgeweitet?
- [ ] Was geschieht bei ausbleibender Wirkung? Anpassung oder Abbruch?
- [ ] Werden die Erkenntnisse dokumentiert und so festgehalten, dass andere Gemeinden davon profitieren können?

