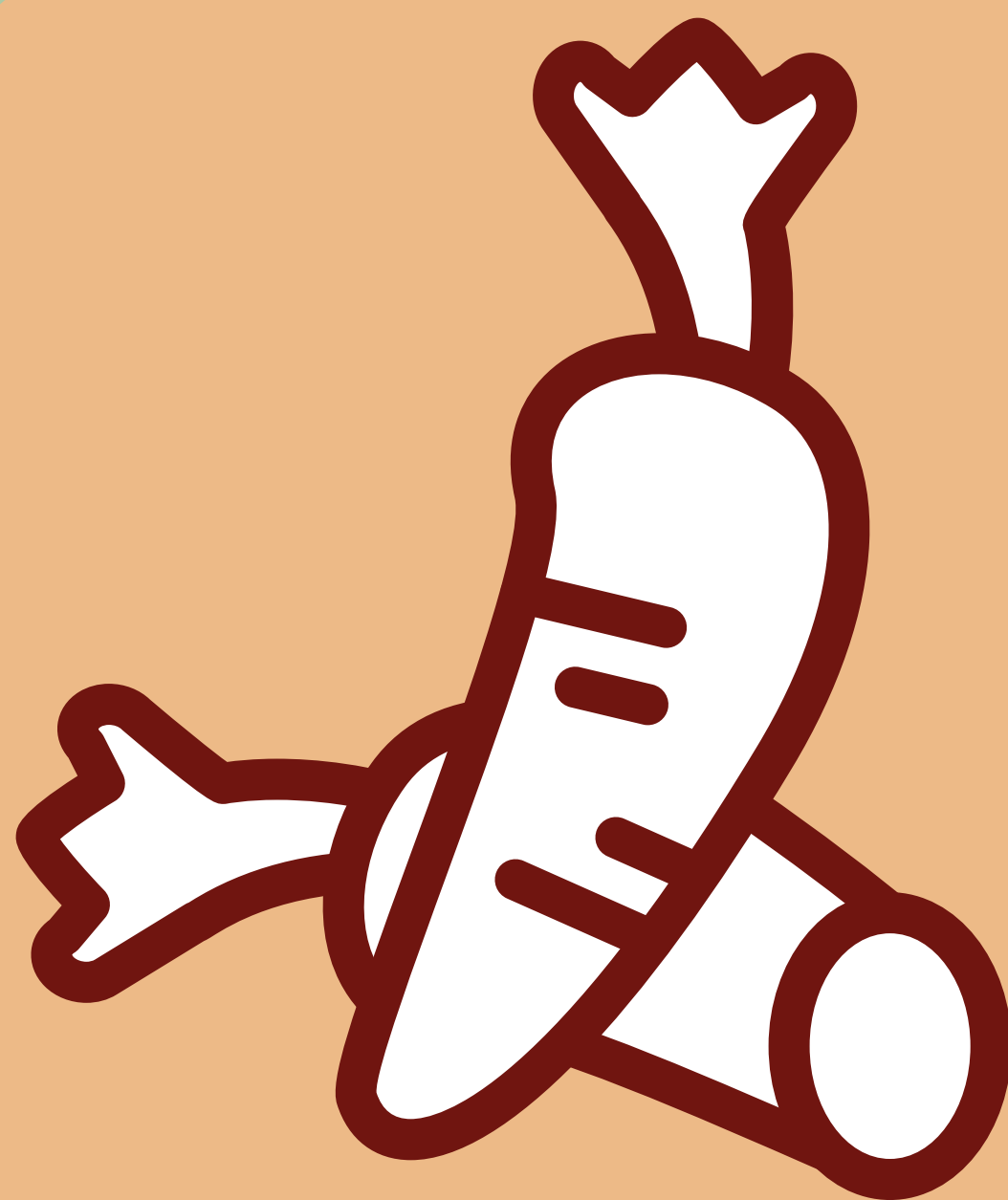


---

# AAN DE SLAG MET NUDGING IN DE SCHOOLREFTER

---



In alle Vlaamse scholen een gezond en duurzaam voedingsbeleid. Dat is de doelstelling van GoodFood@School. Ontdek in deze reeks van actiefiches inspiratie over concrete thema's en ga aan de slag met gezonde en duurzame voeding in jouw school!

The logo for GoodFood@School, featuring the text "GOODFOOD @SCHOOL" in a bold, sans-serif font. The text is white and set against a yellow speech bubble shape with a green leaf-like detail at the top. The background of the entire page is a light green color.

GOODFOOD  
@SCHOOL

## Nudging?

Nudges zijn subtiële duwtjes in de goede richting in het belang van het individu en de maatschappij. Het zijn kleine aanpassingen in de omgeving of in communicatie die het intuïtieve gedrag rechtstreeks beïnvloeden. Bij nudging gaat men dus niet de keuzevrijheid beperken of incentives inzetten, maar automatische beslissingsregels voorspellen en beïnvloeden.



Dit kan ook toegepast worden in de refter op school. Door op een bepaalde manier keuzeopties voor te stellen, kunnen we de leerlingen helpen een gezonde en duurzame keuze te maken. Uiteraard zullen we dit combineren met andere acties. Nudges werken namelijk vooral als er reeds enige vorm van motivatie is bij de leerlingen voor de gezonde en duurzame keuze. Met een nudge geef je de leerlingen een extra duwtje in de rug om hun gezonde voornemens in de praktijk om te zetten. Een voordeel is dat nudging uit relatief eenvoudige en goedkope ingrepen kan bestaan die op korte termijn resultaat tonen.

## Zo ga je te werk

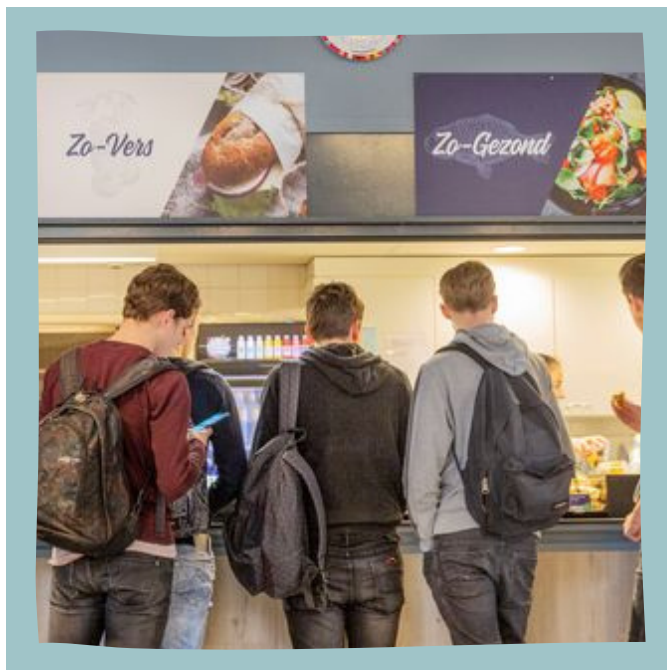
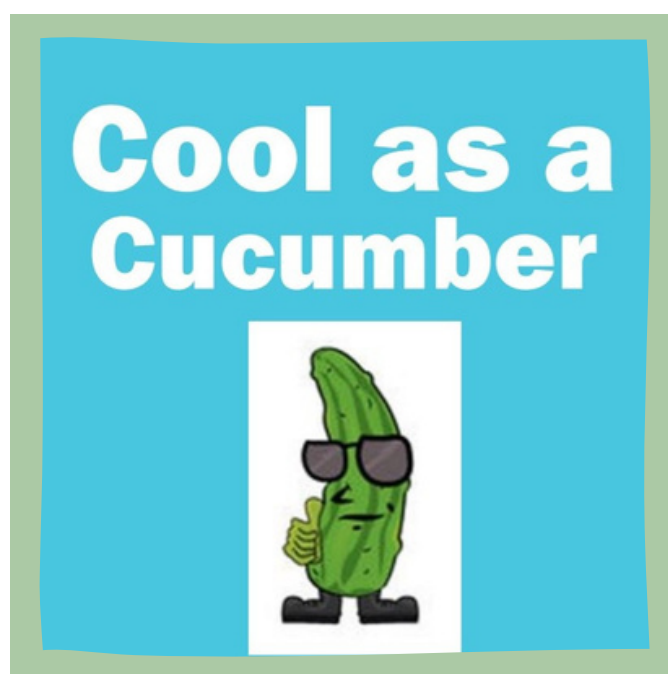
### Reminders:

- Aan de ingang van de refter leerlingen herinneren aan gezonde en duurzame voeding door bijvoorbeeld affiches of afbeeldingen die in de les gebruikt werden op te hangen.
- Herinner de leerlingen er aan dat ze niet alles moeten nemen wat op het menu staat en dat ze ook kleinere porties, een half stukje vlees of dergelijke mogen vragen. Dit kan helpen om voedselverspilling tegen te gaan, maar ook om bijvoorbeeld minder vlees te eten.



## Communicatie:

- Je kan de aandacht trekken en zichtbaarheid verhogen van de gezonde en duurzame keuze door deze bovenaan de menukaart te plaatsen online/in de nieuwsbrief/de plek waar het menu staat afgebeeld in de refter... en deze keuze ook meer te laten opvallen door te werken met vetgedrukte woorden, gekleurde lettertypes, prentjes...



- Grappige en aantrekkelijke labels of logo's bij de gezonde en duurzame opties kunnen dan weer positief werken voor jongere kinderen.
- De gerechten aantrekkelijk en descriptief omschrijven, beïnvloedt de smaakverwachtingen positief. Bijvoorbeeld romige broccolisaus, Italiaanse schotel met knapperige kikkererwten... Ook nostalgische adjectieven, zoals 'grootmoeders', 'traditionele', 'klassieke' of 'authentieke'; geografische adjectieven, zoals 'Italiaanse', 'Zwitserse', 'Oosterse' of 'Mexicaanse' en sensorische adjectieven zoals 'malse', 'zachte', 'sappige' of 'gekruide' tonen een positief effect.
- Affiches in de refter van aantrekkelijke stukken fruit en groenten zullen ook de keuze van de leerlingen beïnvloeden. Zorg voor aangepaste afbeeldingen aan de leeftijdscategorie van de leerlingen. Bijvoorbeeld mooie foto's van sappig fruit in een middelbare school en grappige tekeningen van fruit in cartoonvorm in een lagere school of kleuterschool.
- Als je aangeeft dat de gezonde en duurzame optie bijna op is of, met andere woorden, schaars is, zal deze meer gekozen worden. Je kan bijvoorbeeld een bordje plaatsen waarop staat: 'beperkt beschikbaar'. Op deze manier wordt een positieve sociale norm in de hand gewerkt.



## Framing:

Framing is een overtuigingstechniek in communicatie. Deze techniek bestaat eruit woorden en beelden zo te kiezen, dat daarbij de gevoelens en mening van de aangesprokene beïnvloed wordt.

Een voorbeeld van een gezondheidsframe in marketing is het volgende: "In deze light frisdrank zit 20% minder suiker dan in andere frisdranken". Door te zeggen dat er minder suiker in de drank zit, heb je het gevoel dat dit wel oké gezond zal zijn terwijl het eigenlijk totaal niks zegt over de hoeveelheid suiker of andere stoffen die er wel inzitten.

In de refter op school kunnen we bewuste framing gebruiken om de keuze van de leerlingen in de goede richting te leiden. In deze situatie gebruik je best een winstframe. Bij een winstframe wordt er benadrukt wat de voordelen zijn bij het uitvoeren van het juiste gedrag. Je gaat met andere woorden in de refter communiceren naar de leerlingen wat er te winnen valt bij het kiezen van gezonde en duurzame voeding in dit geval.

Zo kan je bij de duurzame gerechten met behulp van een sticker of slogan aanduiden dat je door deze menu te kiezen, helpt de planeet of een bepaalde diersoort te redden. Het is belangrijk dat je steeds inspeelt op de problemen, doelen, wensen en twijfels van je doelgroep. Kies woorden en beelden die de leerlingen aanspreken, wees duidelijk en hou het eenvoudig.



## Positie:

De positie van de verschillende keuzemogelijkheden kunnen ook een grote invloed hebben op de keuzes van de leerlingen. Volgende zaken kunnen een effect hebben:

- Als het gezonde en duurzame gerecht de eerste keuze is die men tegenkomt bij het aanschuiven, zal deze vaker gekozen worden. Plaats de groenten dus als eerste optie, het dessert op het einde.
- De middelste optie wordt vaker gekozen, zet dus de gezonde en duurzame optie in het midden als dat mogelijk is. Bijvoorbeeld als er 3 desserts zijn, plaats dan degene die je wil promoten in het midden.
- Je kan de gezonde en duurzame optie letterlijk voor de andere gerechten plaatsen zodat die meer opvalt.
- Je kan ongezonde desserts als laatste en minder opvallend voorschotelen.
- De saladbar niet apart ergens in de refter plaatsen waar de kinderen uit eigen initiatief naar toe moeten, maar wel waar elk kind langs moet, zal ervoor zorgen dat meer extra groentjes gegeten worden.

## Presentatie:

De positie van de verschillende keuzemogelijkheden kunnen ook een grote invloed hebben op de keuzes van de leerlingen. Volgende zaken kunnen een effect hebben:

- Een witte achtergrond bij de gezonde en duurzame opties tegenover een donkere achtergrond bij de ongezondere optie zorgt dat de gezonde en duurzame keuze meer ge(s)maakt wordt.
- Als er mooie en aantrekkelijke schalen gebruikt worden om fruit te presenteren, zal er meer fruit gegeten worden. Ook de presentatie van water kan erg aantrekkelijk gemaakt worden zoals op de foto.



- Maak de saladbar aantrekkelijk door kleur en foto's te gebruiken. Zo zullen meer leerlingen een extra slaatje nemen.
- Kleinere borden zorgen ervoor dat men minder opschept. Eventueel kunnen leerlingen nog eens langskomen als ze niet genoeg hebben. Zo wordt minder verspild.

## Eenvoudige keuze:

De gezonde en duurzame keuze moet steeds de makkelijkste keuze zijn. Met volgende tips zorg je ervoor dat de leerlingen over de middag kunnen pauzeren en niet moeten nadenken over hun keuze:

- De 'dagschotel' of 'menu van de dag' wordt gezien als de standaardkeuze. Door de gezonde en duurzame opties te benoemen als de 'menu van de dag' zal deze vaker gekozen worden.
- Keuzemogelijkheden op vlak van duurzaamheid en/of gezondheid eenvoudig voorstellen zodat men minder beroep moet doen op cognitieve capaciteit en wilskracht om een doordachte keuze te maken: bijvoorbeeld het visueel voorstellen van het suiker- of vetgehalte in voedingswaren aan de hand van een kleurencode (groen, oranje, rood) of andere visuele voorstelling.



- Elke leerling een dienblad laten nemen zorgt ervoor dat ze makkelijker een extra portie groentjes halen in de saladbar bijvoorbeeld.
  - Indien mogelijk kan je de optionele saladbar een vaste plek, liefst vooraan, geven in de rij waar eten opgeschept wordt voor de leerlingen. Als iemand expliciet vraagt aan de leerlingen of ze nog een extra slaatje willen, zullen meer groentjes gegeten worden.
- Leerlingen laten proeven als ze twijfelen of ze iets lekker gaan vinden, kan de drempel om nieuwe dingen te leren kennen verlagen.

## Communiceer

Belangrijk is om transparant te zijn over de aanpak in schoolrefter op hoger niveau. De intentie van de nudge zal waarschijnlijk zijn effectiviteit verliezen als de leerlingen op de hoogte zijn van de nudge. Wel kunnen ouders, het oudercomité, de leerkrachten, directie... geïnformeerd worden over het specifieke doel van nudging, op welke manieren dit gebeurt en op welke manier de kwaliteit van nudges geëvalueerd zal worden.



## Interessante links



- Vind [hier](#) het nudging materiaal voor voeding van het Vlaams Instituut Gezond Leven.
- Wil je meer weten over wat nudges zijn, in welke soorten ze onderverdeeld worden en hoe het allemaal ethisch verantwoord kan blijven? Bekijk dan zeker [deze webpagina's](#) van Gezond Leven.
- [Dossier ongezonde voedselverleidingen op school](#): Informatiedossier van het Vlaams Instituut Gezond Leven voor leerkrachten secundair onderwijs over de invloed van de omgeving op wat je eet.
- Lees [het onderzoek van D&B](#) over nudging in de bedrijfs- en studentenrestaurants van KBC, Universiteit Gent en het Facilitair bedrijf.
- Lees [de studie van Winkler et al.](#) over nudging in een schoolkantine in Duitsland en laat je inspireren.

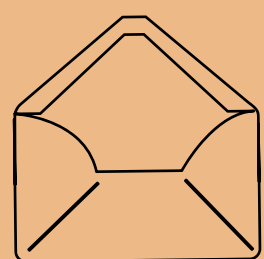
## Filmtips



- Hoe kunnen we verleidingen weerstaan? - Emely de Vet
- Nudging: Just a simple trick can nudge you to eat healthier - een voorbeeldje in anderhalve minuut
- Leerlingen tonen hoe je een schoolkantine gezonder maakt - Voedingscentrum

### Op zoek naar meer inspirerende actiefiches?

Of wil je werken aan een sterk voedingsbeleid op je school? In onze [toolkit](#) vind je alles wat je nodig hebt. Zit je toch nog met vragen? Blijf er niet mee zitten. Contacteer ons op [info@goodfoodatschool.be](mailto:info@goodfoodatschool.be).



Schrijf je in op onze maandelijkse nieuwsbrief. [Klik hier](#) en blijf op de hoogte van hoe we werken aan gezonde en duurzame voeding in scholen.