PS Präventionsstiftung der Kantonalen Gebäudeversicherungen
FP Fondation de prévention des établissements cantonaux d'assurance

Projekt 031

Nudging in der Elementarschadenprävention von Gebäuden

Leitfaden Nudgingansätze

Projektziel
Erarbeiten von Nudging-Massnahmen für die Kantonalen Gebäudeversicherungen (KGV)

Auftragnehmer
- Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW
- econcept

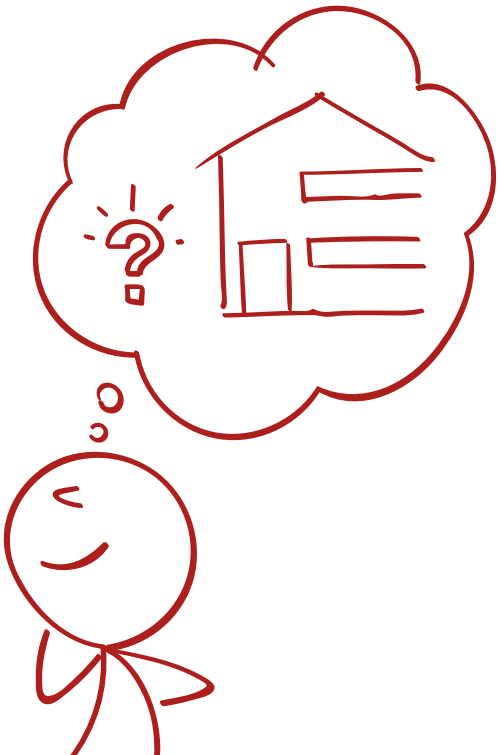
Projektbegleitung
- Andy Bertet, GVZ
- Daniel Peter, SGV
- Roger Welter, GVZ
- Flavia Zumbühl, GVL
- Martin Jordi, Präventionsstiftung
- Mirjam Kalbermatten, VKG

Nutzen / ROI
- Konkrete Anwendungslösungen für Nudging-Massnahmen
- Mobilisierung der Mitarbeitenden
- Mittelfristig Schadenreduktion

Präventionsstiftung der Kantonalen Gebäudeversicherungen PS
Bundesgasse 20 3011 Bern www.vkg.ch

Nudging-Massnahmen für eine effektive Elementarschadenprävention bei Bestandesbauten

Ein Leitfaden zum Anstoss klimaadaptiver Handlungen bei Hauseigentümerinnen und Hauseigentümern



Impressum

Herausgeber
Präventionsstiftung der Kantonalen Gebäudeversicherungen, Bern

Autoren/-innen
Stephanie Bade, econcept AG, Zürich
Linda Miesler, Forschungsgruppe Nachhaltigkeitskommunikation und Umweltbildung ZHAW, Wädenswil
Urs Müller, Forschungsgruppe Nachhaltigkeitskommunikation und Umweltbildung ZHAW, Wädenswil

Mitarbeit
Vanessa Bibic, econcept AG, Zürich
David Koch, Forschungsgruppe Nachhaltigkeitskommunikation und Umweltbildung ZHAW, Wädenswil

Begleitgruppe
Cristina Aniceto, BGV
Miriam Kalbermatten, VKG
Andy Bertet, GVZ
Daniel Peter, SGV
Roger Welter, GVZ
Flavia Zumbühl, GVL
Martin Jordi, Präventionsstiftung

Gestaltung
Erich Stutz, ZHAW, Wädenswil

Zitierung
Bade S., Miesler L. und Müller U. 2022: Nudging-Massnahmen für eine effektive Elementarschadenprävention bei Bestandesbauten – Ein Leitfaden zum Anstoss klimaadaptiver Handlungen bei Hauseigentümerinnen und Hauseigentümern. Bern: Präventionsstiftung der Kantonalen Gebäudeversicherungen.

Inhalt

4 Einleitung

8 Nudge #1
Postkarte

11 Nudge #2
Give-away

14 Nudge #3
Checkbox Prävention

16 Nudge #4
Checkbox Vorab-Check

18 Nudge #5
Checkliste für Vor-Ort-Check

20 Nudge #6
Checkbox Proaktiver Gefährdungs-Check

22 Nudge #7
Kurz-Dokumentation ESP-Beratung

24 Nudge #8
Erinnerungs-Call Objektschutz

26 Nudge #9
Automatische Weiterleitung digitaler Kundenkontakte

28 Nudge #10
Anschauliche Wahrscheinlichkeiten

31 Nudge #11
Kombiangebot Schadenschätzung mit Präventionsberatung

33 Referenzen

34 Anhang

Einleitung

Dieser Leitfaden zeigt Nudging-Möglichkeiten auf, welche die Kantonalen Gebäudeversicherungen (KGV) einsetzen können, um Hauseigentümer/-innen zu einem besseren Objektschutz ihrer bestehenden Gebäude «anzustossen».

Weshalb Nudging in der Elementarschadenprävention?

Ob sich Hauseigentümer/-innen mit Naturgefahren und Objektschutz auseinandersetzen, hängt neben «harten Fakten» wie der tatsächlichen Gefährdung oder Kosten-Nutzen-Überlegungen zu den Präventionsmassnahmen auch von «weichen Faktoren» ab. Die Eigentümer/-innen müssen sich einer bestehenden Gefährdung bewusst sein, abstrakte Ereigniswahrscheinlichkeiten und -risiken richtig einschätzen können. Weiter müssen sie Schwachstellen ihres Gebäudes kennen, Abklärungen und Planungen auch wirklich angehen und die relevanten Informationen finden. Nudging setzt bei diesen weichen Faktoren an: Kleine «Stubser» wie Erinnerungshilfen oder gezielt aufbereitete Information dienen als Schmiermittel, um Eigentümer/-innen zu einer Auseinandersetzung mit Naturgefahren anzustossen.

Was ist Nudging?

Die Sozial- und Umweltpsychologie wie auch die Ökonomie beschäftigen sich seit Jahrzehnten mit dem Thema Nudging. Einer breiten Öffentlichkeit wurde das Thema mit dem Buch «Nudge – Wie man kluge Entscheidungen anstösst» (Thaler & Sunstein 2008) zugänglich gemacht.

Unter Nudges werden Massnahmen verstanden, welche Entscheidungssituationen so verändern, dass die erwünschten Handlungen begünstigt werden. Dabei werden weder die Handlungsmöglichkeiten eingeschränkt, noch wesentliche Änderungen im finanziellen Anreizsystem vorgenommen (Thaler & Sunstein, 2008). Akteure/-innen sollen möglichst «intuitiv» und mühelos bessere Entscheidungen treffen, die ihrem eigenen Wohlergehen und/oder dem Gemeinwohl dienen. So wird Nudging bisher vor allem in Bereichen wie dem Umweltschutz und der Förderung klimafreundlichen Verhaltens, der Gesundheitsförderung oder der Altersvorsorge angewendet. Unternehmen setzen Nudging aber bereits seit vielen Jahren im Marketing ein, um Kaufentscheidungen zu beeinflussen.

Was bewirkt Nudging?

Die Wirksamkeit des Nudgings basiert auf der Tatsache, dass viele unserer alltäglichen Entscheidungen spontan und intuitiv, also «aus dem Bauch heraus» erfolgen. Über Nudging lässt sich beispielsweise gut die Wahrscheinlichkeit erhöhen, dass wir einen bestimmten Link – z. B. zur Webseite «Schutz vor Natur-

gefahren» – anklicken. Denn ein Klick-Entscheid ist nicht lange überlegt, sondern folgt dem spontanen Interesse.

Die Wirksamkeit von Nudging ist geringer, wenn es um grosse Entscheidungen geht, bei denen «viel auf dem Spiel steht» und die wir deshalb wohlüberlegt treffen. Bauliche Massnahmen zur Elementarschadenprävention gehören zu solchen Entscheiden, die ihrer Kosten wegen nicht spontan aus dem Bauch getroffen werden. Nudging-Massnahmen können daher nicht direkt einen Entscheid für einen besseren Objektschutz herbeiführen. Aber sie können den Weg dazu ebnen, indem sie die «kleinen» Einzelhandlungen und -entscheide auf dem Weg zur grossen Zielhandlung «Objektschutzmassnahmen umsetzen» unterstützen. Nudging kann dazu anstossen, dass Eigentümer/-innen überhaupt ein Problem sehen, sich über konkrete Gefährdungen und Schutzmöglichkeiten informieren, diese besser verstehen, sich bei Bedarf beraten lassen, eine Absicht fassen, Offerten einholen und zu guter Letzt die Ausführung beauftragen. Nudging kann somit dazu beitragen, dass ein Interesse für den Objektschutz geweckt und Handlungsoptionen geprüft werden. Ohne die Nudging-Techniken würden diese allenfalls gar nicht wahrgenommen oder eben «aus dem Bauch heraus» als unattraktiv abgetan.

Kontext und Rahmenbedingungen

Nudging-Techniken können sehr wirksam sein, gelten aber als ein «schwaches» Lenkungsinstrument, da sie – anders als bspw. bei gesetzlichen Regelungen – per Definition keinen Einfluss auf die Entscheidungsfreiheit des Einzelnen nehmen. Nudging-Techniken sind in erster Linie als Ergänzung, nicht als Alternative zu anderen Instrumenten zu sehen. Sie können und sollen mit anderen Instrumenten und Massnahmen kombiniert werden.

Nudging kann nur gelingen, wenn die Rahmenbedingungen gegeben sind. So können dank Nudging-Massnahmen mehr Eigentümer/-innen das Interesse und die Bereitschaft gewinnen, sich von den KGV beraten und begleiten zu lassen. Für die KGV bedeutet dies unter Umständen, das Beratungsangebot ausbauen zu müssen, um effektiv einen besseren Objektschutz realisieren zu können.

Dürfen wir das? – Ethik und Nudging

Nudging möchte das Verhalten von Menschen beeinflussen. Aber ist das überhaupt legitim? Müssen sich die KGV Sorgen machen, ihre Kundinnen und Kunden zu bevormunden oder zu manipulieren, wenn sie Ideen aus diesem Leitfaden aufgreifen? Aus Sicht der Verfasser dieses Leitfadens eindeutig nein.

Menschen handeln nicht ausschliesslich rational. Ihre Entscheide sind beeinflusst von den Rahmenbedingungen, innerhalb derer sie handeln. Und da passiert es schnell, dass sie abgelenkt werden, etwas vergessen, Dinge aufschieben oder einen unüberlegten Spontanentscheid fällen. Mit Hilfe des Nudgings sollen die Rahmenbedingungen und Entscheidungssituationen so umgestaltet werden, dass unsere «Verhaltensschwächen» gemildert werden. So können wir leichter unseren Interessen und Vorsätzen folgen, bspw. indem die Gestaltung eines Gebäudes zum Treppensteigen anstatt zum Liftfahren

animiert oder die Kantine das gesündeste Menü am attraktivsten präsentiert. Entscheidend für die Legitimität des Nudgings ist dabei, dass die Wahlfreiheit des einzelnen nicht eingeschränkt wird und dass die Zielhandlungen, die durch einen Nudge angestossen werden, den Interessen der Einzelnen und/oder der Allgemeinheit entsprechen. So spricht denn einer der Begründer des Nudgings Richard Thaler in seinem Buch «Misbehaving» (Thaler, 2015) auch von «Nudge for good».

Zur Entstehung dieses Leitfades

Dieser Leitfaden entstand im Austausch mit Vertreterinnen und Vertretern der KGV und der Gemeinschaftsorganisationen. In einem ersten Workshop hat das Projektteam die vielversprechendsten Kontaktpunkte hergeleitet, in welchen Eigentümer/-innen von Bestandesbauten zu einem besseren Objektschutz bewegt werden können (bspw. die Situation einer Revisionsschätzung, einer Schadenaufnahme oder der Meldung einer Handänderung bei der KGV). Zu den identifizierten Kontaktpunkten hat das Projektteam rund 40 Nudging-Ideen entwickelt. Diese wurden in einem zweiten Workshop mit den Vertreterinnen und Vertretern der KGV und der Gemeinschaftsorganisationen auf ihre Machbarkeit hin diskutiert. Verblieben sind die in diesem Leitfaden ausgeführten Nudges. Verworfen wurden Ideen, die aus verhaltenspsychologischer Sicht zwar als wirkungsvoll eingestuft werden können, aber aktuell nicht als realisierbar erachtet wurden.

Anwendung dieses Leitfadens

Im Leitfaden sind 11 Nudging-Techniken für die Umsetzung durch die KGV aufbereitet. Jede Nudging-Technik wurde soweit möglich an konkreten, auf die Situationen der KGV angepassten Anschauungsbeispielen verdeutlicht. Der Leitfaden ermöglicht es somit den KGV, die für sie passenden und relevanten Ideen auszuwählen und entsprechend ihrer Bedürfnisse und Möglichkeiten zu finalisieren und umzusetzen.

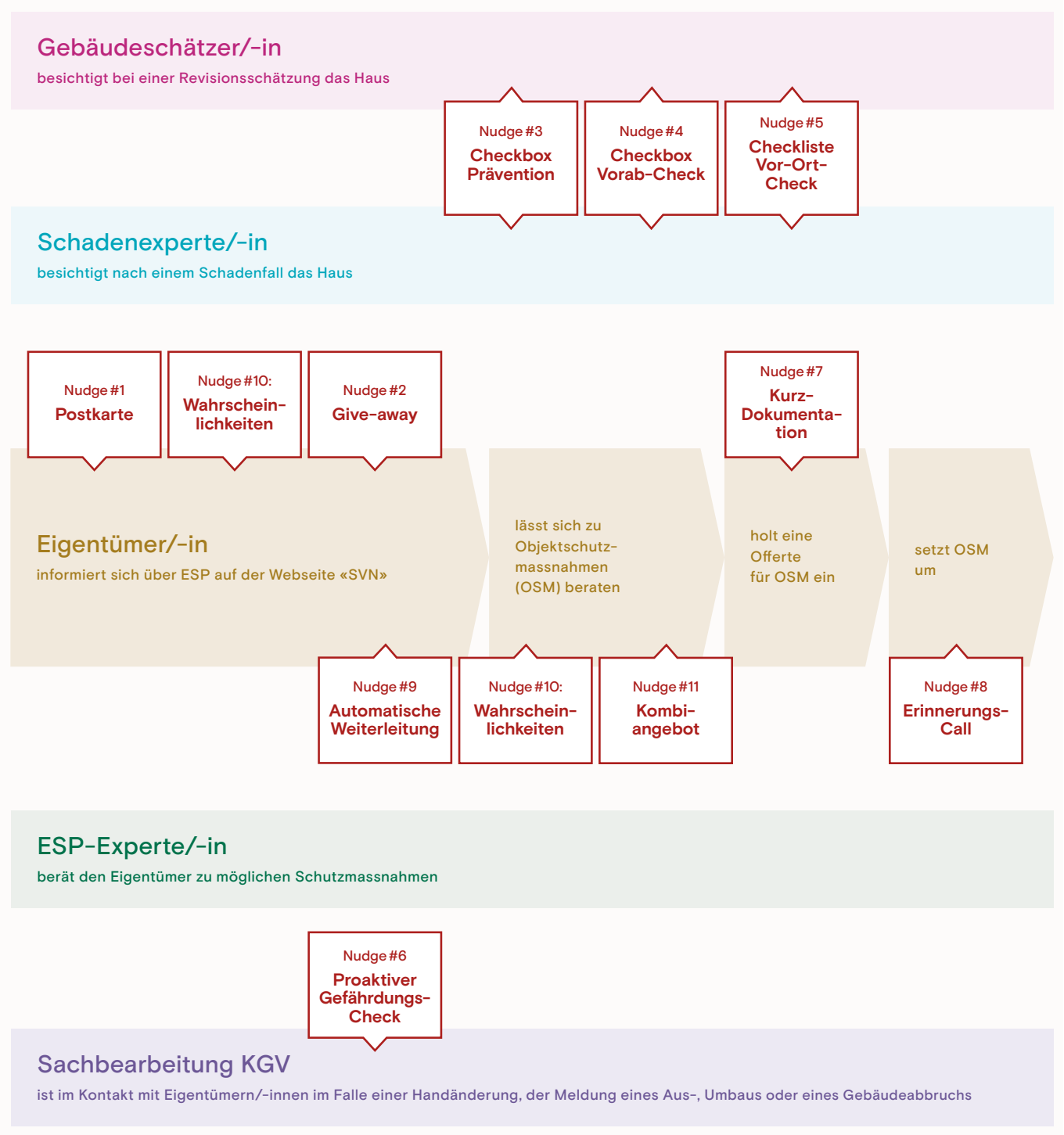


Abbildung 1 Übersicht der in diesem Leitfaden ausgeführten Nudging-Massnahmen. Die Darstellung zeigt vereinfacht, auf welche Akteure und welche Zielverhalten die Massnahmen wirken sollen bzw. welche Akteure in welchen Situationen eine Massnahme primär einsetzen.

Nudge #1
Postkarte

Ausgangslage

Personal der KGV kommt bei verschiedenen Gelegenheiten mit Hauseigentümern/-innen in Kontakt. Interessant sind insbesondere die Kontaktsituationen vor Ort bei den Kunden/-innen, wie dies beispielsweise bei einer Neueinschätzung oder nach einem Elementarschaden der Fall ist. Selbst wenn für eine gezielte Objektschutzberatung in solchen Situationen die Zeit und unter Umständen auch das Know-how fehlt, kann das KGV-Personal die Hauseigentümer/-innen anstossen, sich selbst vertiefter mit Risiken und Objektschutzmöglichkeiten auseinanderzusetzen.

Nudging-Idee

Wenn Personal der KGV ohnehin vor Ort bei den Kunden/-innen ist, soll dies für Sensibilisierung genutzt werden. Mittels einer speziell gestalteten Postkarte kann das KGV-Personal die Aufmerksamkeit und die Neugier der Hauseigentümer/-innen wecken. Ein QR-Code auf der Rückseite führt direkt zu relevanten Informationen auf der Webseite «Schutz vor Naturgefahren», bspw. zur Standortabfrage oder zu passenden weiterführenden Handlungsoptionen.

Wir schlagen vor, eine Serie an Postkarten zu lancieren, welche für die typischen Schadenarten einsetzbar ist (Überschwemmung, Hagel und Sturm), allenfalls mit mehreren Sujets pro Schadenart. Dabei können die Sujets und Texte auf den jeweiligen Kommunikationsstil und das jeweilige Corporate Design der KGV abgestimmt werden.

Bei der Gestaltung ist zu beachten, dass Aufmerksamkeit, Interesse und Handlungsmotivation wirkungsvoll über die Stilelemente Humor und Überraschung gefördert werden können. Zum Überraschen eignen sich sogenannte metaphorische «Text-Bild-Scheren». Das heisst, Bilder und Slogans werden in unerwarteter Weise kombiniert und wecken so die Neugier der Betrachtenden für das Thema. Zudem lösen humorvolle und überraschende Inhalte positive Emotionen aus, welche eine Handlung wahrscheinlicher machen. Ausserdem haben Postkarten mit metaphorischen – anstelle direkter – Bedeutungen das Potenzial, dass sie von den Kunden/-innen im übertragenen Sinne weiterverwendet, versandt und dadurch verbreitet werden.

Für eine Postkarte, welche von den Kundinnen ihrer metaphorischen Bedeutung wegen weiterversendet werden soll (vgl. Abbildung 2), empfehlen wir das klassische Postkartenformat A6. Werden die Karten eher klassisch gestaltet, sodass das Selbstläuferpotenzial gering ist (Abbildung 4), ist denkbar, die «Postkarte» in einem Visitkarten-Format zu gestalten. Dieses hat eine hohe Wahrscheinlichkeit, aufbewahrt zu werden.

Die folgenden groben Entwürfe illustrieren die Umsetzung unterschiedlich starker Bild-Text-Scheren:

Abbildung 2 Beispielbild einer weit geöffneten Bild-Text-Schere. Für die Postkarte wird stark mit dem Stilelement Humor gearbeitet. Die Serie wäre mit Sprüchen passend zu verschiedenen Naturgefahren umgesetzt, bspw. «Schoten Dicht», «Halt die Klappe», «Ich bin dicht», die sich auf der Kartenvorderseite jedoch primär auf eine Verwendung im Alltagskontext beziehen. Der Bezug zur Naturgefahrenprävention wird einzig auf der Rückseite hergestellt. Den humorvollen Sujets auf der Vorderseite wegen soll die Karte zu einem Selbstläufer werden. Die Naturgefahrenthematik läuft auf der Rückseite mit.

Abbildung 3 Beispielbild einer metaphorischen Umsetzung mit einer weniger weit geöffneten Bild-Text-Schere. Bei dieser Variante werden klassische Buchtitel mit einem Bezug zu Naturgefahren aufgenommen, visualisiert und um einen mehrdeutigen Slogan erweitert. Der metaphorische Zusammenhang aus Bild (bzw. Buchtitel), dem Slogan und der eigentlichen Botschaft («Schützen Sie Ihr Haus») gibt der Postkarte eine spielerische Note und dadurch eine emotional positive Wirkung. Weitere Buchtitel könnten bspw. Der Sturm (Shakespeare), Vom Winde verweht (Mitchell) oder Die Odyssee (Homer) sein.

Abbildung 4 Beispielbild einer vergleichsweise klassischen Umsetzungsvariante ohne Bild-Text-Schere: Der Zusammenhang zwischen Bild, Slogan und Botschaft («Schützen Sie Ihr Haus») ist direkt und bereits auf der Vorderseite der Postkarte ersichtlich. Um die positive Wirkung auf die Kunden/-innen zu steigern, könnten Objekte in den Bildfokus gerückt werden, die zu einem Schmunzeln anregen (z. B. Liebesbriefe, lustige Fotos aus einem Fotoalbum, Kinderzeichnungen etc.).

Erläuterungen zur Funktionsweise und Wirksamkeit

Die Postkarte richtet sich primär an wenig sensibilisierte Personen, die sich noch kaum oder gar nicht mit einem verbesserten Objektschutz auseinandergesetzt haben. Die Funktionsweise erfolgt nach dem Schema Aufmerksamkeit gewinnen (mittels überraschendem Bildsujet/Slogan), Interesse wecken (durch humorvolle, positive Kommunikation) und einfache Weiterleitung zu möglichst spezifischen Informationsmöglichkeiten (QR-Code, Kurzlink).

Die Wirksamkeit der Postkarte dürfte hauptsächlich in der Grundsensibilisierung gegenüber dem Thema «Schutz vor Naturgefahren» und einer Sympathiebildung gegenüber der KGV liegen (sofern diese als Urheberin der Postkarte genannt wird). Im besten Fall kann erreicht werden, dass der QR-Code gescannt, die Webseite besucht wird und die Eigentümer/-innen beginnen, sich mit dem Thema Objektschutz auseinanderzusetzen.

Als Instrument zur Grundsensibilisierung können die KGV die Postkarte auch in anderen Kontaktsituationen abgeben oder bei einem postalischen Versand beilegen (bspw. bei einer Neuanmeldung). Naheliegend ist, die Postkarten auch über die Partner der Webseite «Schutz vor Naturgefahren» bei ihren Kontakten mit Hauseigentümern/-innen abgeben zu lassen (HEV, Kantonalbanken, Gemeindeverband etc.).

Erfolgsfaktoren und Voraussetzungen

Die wichtigsten Voraussetzungen für den Erfolg dieser Massnahme sind:

- Es gelingt, Postkarten zu gestalten, welche die Hauseigentümer/-innen positiv ansprechen und ihr Interesse wecken, dem QR-Code zu folgen.
- Der QR-Code führt direkt und möglichst ohne Umwege zu Informationen, welche für die Personen relevant und verständlich sind. Allenfalls sind die «Landingpages», zu welchen die Codes führen, anzupassen. Die wichtigsten Informationspunkte aus Sicht der Betroffenen sind:
  - Worin besteht die Gefahr und was sind die möglichen Auswirkungen für mich?
  - Wie wahrscheinlich bin ich betroffen?
  - Welche Präventionsmöglichkeiten gibt es und was bringen sie mir im Verhältnis zum Aufwand/den Kosten?
- Die Personen der KGV, welche in Kontakt mit den Eigentümern/-innen kommen, verfügen über die Postkarten. Es gilt eine entsprechende Logistik zu organisieren.
- Die Personen der KGV geben die Postkarten tatsächlich den Eigentümer/-innen ab (siehe Nudge 3 «Checkbox Prävention»).
- Die Personen der KGV sind motiviert, die Postkarte abzugeben bzw. allgemein zur Elementarschadenprävention beizutragen. Entsprechend sollte in Schulungen, Austauschtreffen und via interne Kommunikation dafür sensibilisiert werden.
- Es gelingt, weitere Vertriebskanäle – bspw. über die Partner der Webseite «Schutz vor Naturgefahren» – zu bespielen.

Nudge #2
Give-away

Ausgangslage

Über ein kleines Geschenk freuen sich die meisten Menschen. Sämtliche Akteure/-innen der KGV können dies in den verschiedenen Situationen, in welchen sie mit Hauseigentümern/-innen in Kontakt kommen, zugunsten der Naturgefahrenprävention nutzen.

Nudging-Idee

Give-aways sind bewährte Marketinginstrumente, um die Kundenbindung zu erhöhen. Give-aways lösen Sympathie aus und steigern die Wertschätzung gegenüber dem Unternehmen. Die Idee dieses Nudges ist es, dass das KGV-Personal bei Kundenkontakten ein kleines Geschenk abgibt, welches über den Sympathie-Effekt hinaus die Hauseigentümer/-innen zu kleinen Schutzhandlungen anstösst.

Gute Give-aways passen zum Unternehmen, welches sie einsetzt. Ein von den KGV zum Zwecke der Gefahrenprävention eingesetztes Give-away sollte somit einen Bezug zum Thema «Naturgefahren» aufweisen. Um das «schwere Thema» dennoch mit angenehmen Assoziationen zu verbinden, kann ein überraschendes Objekt mit einem humorvollen Slogan («ein pfiffiger Spruch») kombiniert werden. Ferner weist ein gutes Give-away einen praktischen Nutzen für die Beschenkten auf, damit sie sich daran erfreuen, das Geschenk aufbewahren (oder weitergeben) und es regelmässig «vor Augen haben». Give-aways haben vor allem dann eine positive Wirkung, wenn sie hochwertig sind. Die Beschenkten ziehen Rückschlüsse von der Qualität des Geschenks auf die Qualität des Überbringers.

Zur Inspiration stellen wir zwei unterschiedlich verwendbare Ideen für Give-aways vor: Zum einen ein Würfel(-set), zum anderen ein Schutzengel-Schlüsselanhänger.

«Würfel(-set)»

In Situationen, in welchen KGV-Personal in Kontakt mit Eigentümer/-innen kommen (bspw. bei einer Schadenaufnahme, einer Neuschätzung oder auch in einer Objektschutzberatung), verwenden sie das Würfel-Give-away, um die Wahrscheinlichkeit eines Naturgefahrenereignisses zu illustrieren (vgl. Nudge 10 «Anschauliche Wahrscheinlichkeiten»). Anschliessend geben sie das Give-away den Eigentümern/-innen ab.

Im Falle eines Würfelsets mit Würfelbecher kann der Becher mit dem KGV-Logo und/oder einem passenden Slogan bedruckt werden. Die Verpackung oder eine beiliegende Spielanleitung enthält Informationen zu Naturgefahren und ein QR-Code für die Webseite «Schutz-vor-Naturgefahren», darüber hinaus

aber auch originelle Ideen für den Zeitvertreib (vgl. https://ludomax.de/spielregeln/210-wuerfelspiele-spielregeln.html). Aufgrund ihres praktischen Nutzens werden die originellen Spielideen aufbewahrt und damit auch die Informationen zu Naturgefahren.

Abbildung 5 Symbolbild für ein Give-away «Würfelset»

Die Kunden/-innen sollen mit dem «Würfel-Give-away» dazu gebracht werden, sich über die Gefährdungssituation und Möglichkeiten des Objektschutzes zu informieren und/oder eine Beratung zu beanspruchen. Steht das Ziel der Beratung im Vordergrund, kann der QR-Code auch auf eine entsprechende Anmeldeseite führen. In diesem Fall werden die Würfel nur an Eigentümer/-innen ausgehändigt, bei welchen das Schadenpotenzial als hoch priorisiert wurde und eine Beratung entsprechend sinnvoll ist.

Schlüsselanhänger «Schutzengel»

Dieses Give-away eignet sich als generelles Werbemittel für die Webseite «Schutz-vor-Naturgefahren». Es kann in sämtlichen Situationen abgegeben oder versendet werden, so auch bei Handänderungen, Bauzeitversicherungen etc.

Die Verpackung ist versehen mit den nötigen Informationen, welche das Ausführen der gewollten Handlung unterstützen (Link oder QR-Code).

Abbildung 6 Symbolbild für ein Give-away «Schutzengel»

Erläuterungen zur Funktionsweise und Wirksamkeit

«Würfel(-Set)»: Durch die Demonstration der Wahrscheinlichkeit am Würfel kann davon ausgegangen werden, dass die Verbindung des Würfel-Give-aways mit der Naturgefahrenthematik bestehen bleibt und eine entsprechend anhaltende Sensibilisierungswirkung zeigt.

Schlüsselanhänger «Schutzengel»: Schutzengel sind Sympathieträger, Schlüsselanhänger nützliche Gebrauchsgegenstände. Da sich auf dem Schlüsselanhänger jedoch höchstens ein KGV-Logo, jedoch nicht der Naturgefahrenkontext aufbringen lässt, dürfte die Präventionswirkung verpuffen, wenn die Verpackung entfernt ist. Eine zusätzliche Plakette am Schlüsselanhänger, welche einen Bezug zur Thematik herstellt, reduziert wiederum die Attraktivität des Give-aways. Diese allgemeine Problematik unbeschrifteter Give-aways lässt sich nur dadurch mindern, indem das Give-away über koordinierte Kommunikationsaktivitäten der KGV bekannt gemacht und als «KGV-Schutzengel» etabliert wird.

Erfolgsfaktoren und Voraussetzungen

Die wichtigsten Voraussetzungen für den Erfolg dieser Massnahme sind:

- Es gelingt, vom Give-away auf relevante Informationen zu führen, welche die erwünschten Handlungen wahrscheinlich machen.
- Die Personen der KGV, welche in Kontakt mit den Eigentümern/-innen kommen, verfügen über die Give-aways. Es gilt eine entsprechende Logistik zu organisieren.
- Die Personen der KGV geben die Give-aways tatsächlich den Eigentümer/-innen ab (siehe Nudge 3 «Checkbox Prävention»).
- Die Personen der KGV sind motiviert, die Give-aways abzugeben bzw. allgemein zur Elementarschadenprävention beizutragen. Entsprechend sollte in Schulungen, Austauschtreffen und via interne Kommunikation dafür sensibilisiert werden.

Nudge #3
Checkbox Prävention

In Schätz- und/oder Schadenformularen

Ausgangslage

Gebäudeschätzer/-innen und Schadenexperten/-innen kommen bei ihren Hausbesuchen in direkten Kontakt mit den Eigentümern/-innen. Bislang konzentrieren sie sich dabei auf ihre primären Aufgaben: Die Gebäudeschätzung und die Schadenaufnahme. Die Kontaktsituationen stellen aber günstige Gelegenheiten für Information und Sensibilisierung dar, die mit einfachen Mitteln genutzt werden können.

Nudging-Idee

Gebäudeschätzer/-innen und/oder Schadenexperten/-innen werden in ihren elektronischen Schätzungs- bzw. Schadenformularen mithilfe einer Checkbox angestossen, Hauseigentümer/-innen auf Informations- und/oder Beratungsmöglichkeiten hinzuweisen. Die Checkbox wird in bestehende Formulare eingebaut, die bei einer Neueinschätzung und/oder bei einer Schadenaufnahme verwendet werden.

Nudge 3 «Checkbox Prävention» kann mit Nudge 1 «Postkarte» und/oder mit Nudge 4 «Checkbox Vorab-Check» kombiniert werden. Mittels Checkbox bestätigen Akteure/-innen, eine der folgenden Handlungen umgesetzt zu haben:

- In Kombination mit Nudge 1 «Postkarte» könnte der Anstoss bezwecken, die Postkarte abzugeben. Es wären folglich Checkboxen denkbar wie: «Wurde die Postkarte ‹Schutz vor Naturgefahren› abgegeben? Wurde die Postkarte von dem/der Eigentümer/-in entgegengenommen?»
- In Kombination mit Nudge 4 «Checkbox Vorab-Check» könnte bei hoher Gefährdung auf die Empfehlung oder den Hinweis zu einer Beratung gezielt werden.

Erläuterungen zur Funktionsweise und Wirksamkeit

Aus verhaltenspsychologischer Sicht erhöht die Checkbox die Wahrscheinlichkeit, dass ein Präventionshinweis geäussert wird. Die Akteure/-innen der KGV werden durch sie in der Kontaktsituation an die Prävention erinnert. Darüber hinaus kann die Handlung noch wahrscheinlicher gemacht werden, wenn die Checkbox als Pflichtfeld programmiert wird, das heisst, wenn ein «Ja» oder ein «Nein» eingegeben werden muss (das Feld kann nicht übersprungen werden). Aus psychologischer Sicht vermeiden es Menschen, eine verlangte Handlung zu verneinen, da dies negative Emotionen auslöst.

Erfolgsfaktoren und Voraussetzungen

Die wichtigsten Voraussetzungen für den Erfolg dieser Massnahme sind:

- Wird die Checkbox in bestehende Formulare von Gebäudeschätzer/-innen und/oder Schadenexperten/-innen eingefügt, sollte ihnen der Zweck und Nutzen der Aktion transparent erklärt werden, um die Akzeptanz aufseiten der Anwender/-innen sicherzustellen.
- Die Checkbox sollte nur dann in bestehende Formulare eingefügt werden, wenn es für die Gebäudeschätzer/-innen und/oder Schadenexperten/-innen machbar ist, die mit der Checkbox angesprochene Handlung tatsächlich auszuführen. Sie müssen also auch über die nötigen Informationen und das Material verfügen.

Die Nudging-Technik «Checkbox» könnte grundsätzlich auch auf weitere Handlungen ausgeweitet werden (z. B. Schätzer/-innen und Schadenexperten/-innen sollen Hauseigentümer/-innen auf die Möglichkeit von Subventionen hinweisen). Jedoch steigt mit der Anzahl Checkboxen die Gefahr, dass Abwehrhaltungen seitens der Anwender/-innen entstehen.

Nudge #4

Checkbox Vorab-Check

In Schätz- und/oder Schadenformularen

Ausgangslage

Besuchen Gebäudeschätzer/-innen und/oder Schadenexperten/-innen ein Objekt, bietet sich ihnen eine günstige Gelegenheit, um die Hauseigentümer/-innen auf die Gefährdungssituation am Standort hinzuweisen und für einen besseren Objektschutz zu motivieren. Voraussetzung dafür ist, dass die Gebäudeschätzer/-innen und/oder Schadenexperten/-innen sich vorab über die Gefährdungssituation am Standort informiert haben.

Nudging-Idee

Eine Checkbox (Pflichtfeld) in den elektronischen Schätzungs- bzw. Schadenformularen der Gebäudeschätzer/-innen und/oder Schadenexperten/-innen stösst sie vor einem Hausbesuch an, sich einen Eindruck über die Gefährdung des Objekts zu verschaffen. Sie können anschliessend vor Ort im persönlichen Gespräch mit den Eigentümern/-innen die Dringlichkeit von Objektschutzmassnahmen am Gebäude ansprechen und auf Informations- sowie Beratungsmöglichkeiten hinweisen. Über den direkten Kundenkontakt hinaus können Sie die Resultate des Vorab-Gefährdungs-Checks den ESP-Berater/-innen weiterleiten. Diese können dann ihrerseits mit den Eigentümern/-innen Kontakt aufnehmen.

Um den Gebäudeschätzer/-innen und/oder Schadenexperten/-innen den kurzen Vorab-Check zu vereinfachen, können verfügbare Gefahrenkarten standardmässig in den jeweiligen Arbeitsformularen verlinkt werden (bspw. zur Gefahrenübersicht «Naturgefahren-Check» von Schutz vor Naturgefahren, welche als PDF in die Unterlagen importiert werden kann). Die Einschätzung der Gefährdung kann dadurch über wenige Klicks vorgenommen werden.

Je nach technischen Möglichkeiten und dem Bedarf der KGV wird der Gefährdungs-Check nicht bloss durch eine Checkbox angestossen, sondern durch differenziertere Checkboxen unterstützt, in welche das Resultat der Prüfung notiert werden kann/muss. Beispielsweise könnten folgende Angaben verlangt sein (vgl. «ESP-Checkliste Schätzung» der GV Luzern im Nudge 5 «Checkliste Vor-Ort-Check»):

- «Liegt gemäss Gefahrenkarten für das Gebäude eine der folgenden Gefährdung vor»? Hochwasser, Oberflächenabfluss, Rutschung, …
- «Sind für das Objekt bereits Schäden durch Naturgefahren registriert worden?»
- «Liegt für das Objekt bereits eine ESP-Stellungnahme und/oder ein Präventionshinweis vor?»

Erläuterungen zur Funktionsweise und Wirksamkeit

Der Nudge stösst die Akteure/-innen der KGV an, die Gefährdungssituation vorab zu prüfen. Sie gehen dadurch sensibilisiert für die ESP-Thematik in den Kunden/-innen-Kontakt, können das Thema mit einem konkreten Bezug zum Objekt ansprechen und in relevanten Fällen auf eine Beratung durch die ESP-Prävention hinwirken, inklusive einer detaillierteren Prüfung der Situation vor Ort.

Erfolgsfaktoren und Voraussetzungen

- Der Aufwand für den Vorab-Gefährdungs-Check muss sich in Grenzen halten. Jedoch dürfte dieser Vorab-Check bloss eine Vorstufe sein, um sich vor Ort ein genaueres Bild der Gefährdung zu verschaffen (siehe folgende Massnahme).
- Sollte es unrealistisch sein, den Gebäudeschätzern/-innen bzw. Schadenexperten/-innen den Aufwand des Vorab-Checks zuzumuten, könnte überlegt werden, ob eine andere Person innerhalb der KGV ihnen vorab die Information zustellen kann.
- Allenfalls ist für die richtige Interpretation der Gefahrenkarten und der weiteren Datenbanken eine kurze Schulung der Akteure/-innen nötig.

Nudge #5

Checkliste für Vor-Ort-Check

Ausgangslage

Konkrete Schwachstellen im Objektschutz eines Gebäudes lassen sich nur im und am Gebäude selbst erkennen. Das KGV-Personal (insbesondere die Gebäudeschätzer/-innen und/oder Schadenexperten/-innen) soll daher vor-Ort-Besuche bei den Kunden/-innen – wenn immer möglich – für einen kurzen Vor-Ort-Check nutzen.

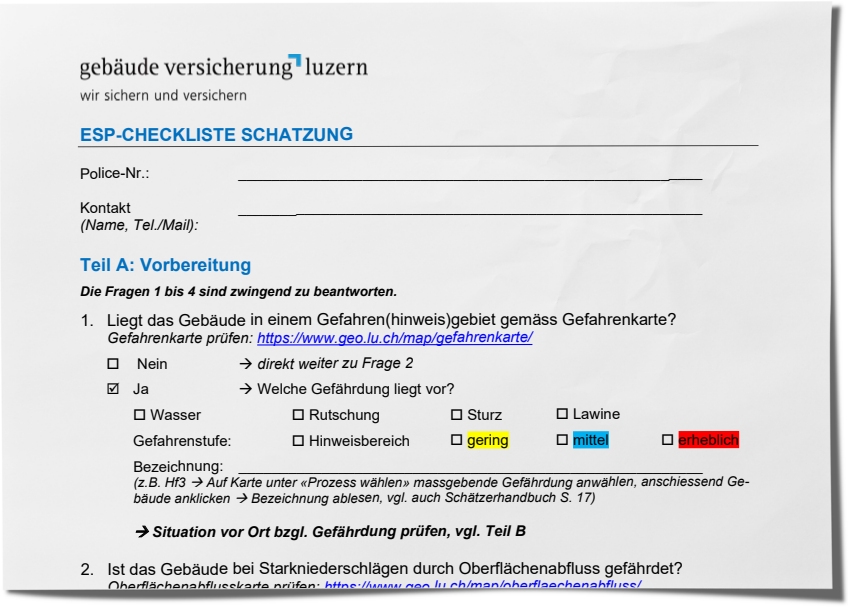
Nudging-Idee

Die Massnahme «Checkliste Vor-Ort-Check » ist als Weiterführung des Nudges «Checkbox Vorab-Gefährdungs-Check» gedacht. Über den Vorab-Gefährdungs-Check hinaus überprüfen die Gebäude-schätzer/-innen bzw. Schadenexperten/-innen zusätzlich zu ihren anderen Aufgaben die Exponiertheit und den Objektschutz des Gebäudes. Bei offensichtlichen Mängeln sammeln sie Informationen und Fotos, welche an die ESP-Abteilung weitergegeben werden. Diese kontaktiert wiederum in relevanten Fällen den/die Eigentümer/-in. Allenfalls ist auch bereits eine kurze Beratung durch die Gebäudeschätzer/-innen bzw. Schadenexperten/-innen denkbar, sofern sich diese dazu in der Lage fühlen.

Die Gebäudeversicherung des Kantons Luzern hat eine ESP-Checkliste für Gebäudeschätzer/-innen entwickelt, welche sowohl einen Vorab-Check wie auch einen Check vor Ort beinhaltet. Je nach den Möglichkeiten der KGV liesse sich ein solcher Check einfach digital umsetzen als App oder Web-App. Der Vorab-Check umfasst die Sichtung von Gefahrenkarten, der Schadengeschichte und allfälliger bestehender Präventionshinweise zum Objekt. Ergeben die Vorabklärungen, dass eine potenzielle Gefährdung vorliegt, weisen weitere Fragen an, im Zuge der Besichtigung die Situation vor Ort genauer zu prüfen und bei Mängeln fotografisch zu dokumentieren.

Erläuterungen zur Funktionsweise und Wirksamkeit

Die Massnahme erlaubt, die Kontaktsituation einer Schadenaufnahme bzw. einer Gebäudeschätzung für die Elementarschadenprävention zu nutzen. Unabhängig davon, ob sich die Gebäudeschätzer/-innen und/oder Schadenexperten/-innen selbst in der Lage sehen, aufgrund der Informationen aus dem Check direkt vor Ort mögliche Objektschutzmassnahmen zu besprechen oder ob sie die Informationen «bloss» sammeln und den Präventionsfachpersonen weiterleiten: Die objektspezifischen Informationen aus dem Check ermöglichen es, konkrete Verbesserungslösungen vorzuschlagen.



gebäude versicherung luzern
wir sichern und versichern

ESP-CHECKLISTE SCHATZUNG

Police-Nr.: _____

Kontakt
(Name, Tel./Mail): _____

Teil A: Vorbereitung

Die Fragen 1 bis 4 sind zwingend zu beantworten.

1. Liegt das Gebäude in einem Gefahren(hinweis)gebiet gemäss Gefahrenkarte?
   Gefahrenkarte prüfen: https://www.geo.lu.ch/map/gefahrenkarte/
   - ☐ Nein → *direkt weiter zu Frage 2*
   - ☑ Ja → Welche Gefährdung liegt vor?
     - ☐ Wasser ☐ Rutschung ☐ Sturz ☐ Lawine
     - Gefahrenstufe: ☐ Hinweisbereich ☐ gering ☐ mittel ☐ erheblich
     - Bezeichnung: _____
       (z.B. Hf3 → Auf Karte unter «Prozess wählen» massgebende Gefährdung anwählen, anschiessend Gebäude anklicken → Bezeichnung ablesen, vgl. auch Schätzerhandbuch S. 17)

     → Situation vor Ort bzgl. Gefährdung prüfen, vgl. Teil B

2. Ist das Gebäude bei Starkniederschlägen durch Oberflächenabfluss gefährdet?
   Oberflächenabflusskarte prüfen: https://www.geo.lu.ch/map/oberflaechenabfluss/

Abbildung 7 Ausschnitt aus der Gefährdungs-Checkliste der Gebäudeversicherung Luzern.

Erfolgsfaktoren und Voraussetzungen

- Der Umfang des Vor-Ort-Checks bzw. der Inhalt der Checkliste soll so gewählt sein, dass das Verhältnis von Aufwand (nötige Zeit pro Kunde) und Ertrag (aussagekräftige Gefährdungseinschätzung) austariert ist. Es kann diesbezüglich auf den Inhalt und die Erfahrungen der Gebäudeversicherung Luzern zurückgegriffen werden.
- Insbesondere falls Objektschutzmängel fotografisch dokumentiert werden, müssen die KGV-Personen vor Ort die Zustimmung der Eigentümer/-innen einholen.
- Idealerweise liegt eine einfache, mit den anderen Formularen verbundene technische Lösung vor, in welche die Informationen und Fotos eingegeben werden können.
- Die KGV sollten eine solche Massnahme nur umsetzen, wenn die ausführenden Akteure/-innen motiviert sind, über das Know-how verfügen und genügend Zeit haben, um die Informationen zu sammeln und zu verarbeiten. Seitens der Vorgesetzten muss der Wille da sein, den Gebäudeschätzer/-innen bzw. Schadenexperten/-innen die nötige Zeit für den Vor-Ort-Check gutzusprechen. Der vorgesehene Aufwand pro Kundenbesuch muss entsprechend diskutiert und angepasst sein.

Nudge #6

Checkbox Proaktiver Gefährdungs-Check

Ausgangslage

Eigentümer/-innen treten mit der Gebäudeversicherung schriftlich, via Website oder telefonisch in Kontakt, wenn eine Handänderung erfolgt, wenn sie einen Aus- oder Umbau deklarieren oder wenn sie sich bzw. ihr Gebäude neu bei der Gebäudeversicherung anmelden. Diese Kontaktsituationen werden aktuell noch kaum für die Elementarschadenprävention genutzt.

Die Handänderung ist besonders hervorzuheben, da mit ihr ein temporärer Leerstand und/oder bauliche Massnahmen verbunden sein können. Hier besteht also ein günstiger Moment für Anpassungen beim Objektschutz.

Nudging-Idee

Checkboxen in intern verwendeten Formularen stossen das zuständige KGV-Personal dazu an, bei Neuanmeldungen, Handänderungen und Selbstdeklarationen die Gefährdung des betroffenen Objektes zu prüfen. So wird standardisiert und proaktiv ein Gefährdungs-Check des Gebäudes durchgeführt. Wer für den Check zuständig ist und welchen Umfang er haben soll, ist von den KGV nach ihren Möglichkeiten zu definieren.

Aufgrund tendenziell knapper Ressourcen bei den ESP-Experten/-innen könnte ein Erst-Check durch die Sachbearbeiter/-innen stattfinden, welche die Anliegen entgegennehmen. Diese prüfen die Gefährdung der Objektadresse auf «Schutz vor Naturgefahren», konsultieren die Schadengeschichte und weitere Informationen wie Baujahr oder Gebäudeart (vgl. Checkbox ‹Vorab-Check›»). Risikoreiche Objektdossiers leiten die Sachbearbeiter/-innen den ESP-Experten/-innen weiter, welche nach einem Kontroll-Check Kontakt mit den Eigentümern/-innen aufnehmen, sachkundig über mögliche Defizite informieren und gezielt eine Beratung anbieten. In weniger dringlichen Fällen könnte zumindest Informationsmaterial (siehe Nudge 1 «Postkarte») versandt werden.

Je nach Festlegung der internen Prozesse muss die Erinnerungscheckbox an unterschiedlicher Stelle im betrieblichen Ablauf platziert und mit unterschiedlichem Inhalt versehen sein. Entweder als Erinnerung die Gefährdung zu prüfen oder als Erinnerung das Dossier an die ESP-Experten/-innen weiterzuleiten. Idealerweise wird die Checkbox um weitere ergänzt, welche die wichtigsten Resultate der Prüfung dokumentieren. Siehe Nudge 4 «Checkbox ‹Vorab-Gefährdungs-Check›».

Erläuterungen zur Funktionsweise und Wirksamkeit

Die objektspezifische Prüfung erlaubt eine individualisierte Kontaktaufnahme, welche auf die jeweilige Situation Bezug nehmen kann. Bei Handänderungen kann aufgezeigt werden, wie Objektschutz in eventuelle Um- oder Neubaupläne integriert werden kann. Im Falle von Umbauten lässt sich auf konkreter, mitunter emotionaler Ebene ansetzen. Wird bspw. ein Büroausbau im Keller gemeldet, kann auf den unter Umständen unersetzbaren Verlust von Unterlagen und Dokumenten verwiesen und dadurch wirkungsvoller kommuniziert werden. Dies könnte der Auslöser sein, um tiefergehend über Massnahmen, ihre Kosten und den – finanziellen und emotionalen – Nutzen diskutieren zu können.

Erfolgsfaktoren und Voraussetzungen

- Der Gefährdungs-Check sollte so automatisiert wie möglich umgesetzt werden, die vorhandenen Informationsquellen zusammengeführt oder anderweitig einfach zugänglich sein. Im Idealfall erfolgt über die einmalige Eingabe der Objektadresse eine Ausgabe sämtlicher relevanter Gefahreninformationen und historischer Schadendaten.
- Je nach zuständiger Stelle innerhalb der KGV ist für die richtige Interpretation der Gefahrenkarten und der weiteren Datenbanken eine kurze Schulung nötig.

Nudge #7
Kurz-Dokumentation ESP-Beratung

Ausgangslage

Bei einer ESP-Beratungen werden den Hauseigentümern/-innen viele Informationen mündlich übermittelt. Ohne schriftliche Dokumentation können Informationen in der Folge vergessen gehen und/oder das Thema «Objektschutz» rückt wieder aus dem Fokus der Hauseigentümer/-innen.

Nudging-Idee

Nachdem ESP-Experten/-innen eine Beratung vor Ort durchgeführt haben, erstellen sie eine kurze, zusammenfassende Dokumentation. Der eigentliche Nudge besteht darin, dass die Dokumentation dem/der Eigentümer/-in zugesendet wird, um ein Gefühl der «Verbindlichkeit» auszulösen. So wird der/die Eigentümer/-in eher aktiv in Sachen Objektschutzmassnahmen, auch wenn die Umsetzung der Massnahmen auf freiwilliger Basis erfolgt.

Die KGV stellen den ESP-Experten/-innen nach Möglichkeit eine digitale Vorlage zur Verfügung, die es ihnen vereinfacht, die Kurz-Dokumentation zu verfassen. Der Bericht enthält eine Zusammenfassung des Gefährdungsstatus des Hauses, eine Auflistung der empfohlenen Objektschutzmassnahmen mit möglichst konkreten Handlungshinweisen und groben Kostenangaben.

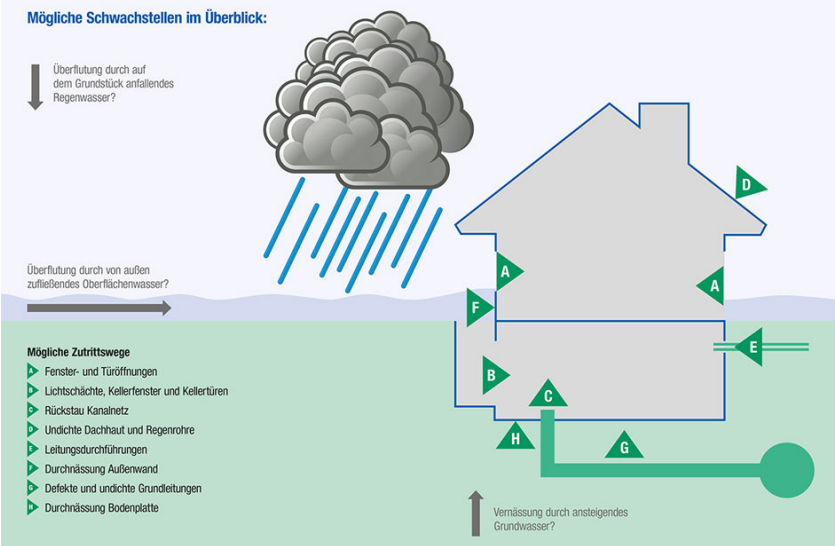


Abbildung 8 Schematische Abbildung eines Gebäudes für die Zusammenfassung der Gefährdungslage (Quelle: https://starkgegenstarkregen.de/schutzprojekte-und-vorbeugemassnahmen)

Die Zusammenfassung des Gefährdungsstatus kann mithilfe einer schematischen Abbildung eines Gebäudes erfolgen (siehe das Beispiel in Abbildung 8). Als ideale Umsetzung kann die Abbildung digital bspw. auf einem Tablet bearbeitet werden. Die Gefahrenstellen können rot hervorgehoben werden. Es kann mit unterschiedlichen Farben gearbeitet werden, wenn Bedrohungen durch unterschiedliche Elementarschäden (z. B. Hochwasser, Hagel) festgestellt werden. Für den konkreten Bezug zum Objekt können Fotos der relevanten Gebäudeteile hinzugefügt werden (z. B. Eingangstür, Fenster, andere Öffnungen in der Gebäudeoberfläche).

Die Handlungsbereitschaft der Eigentümer/-innen lässt sich erhöhen, wenn die Dokumentation um folgende Elemente ergänzt wird:

- Konkrete Handlungsoptionen zur Beseitigung der Schwachstellen in Form von Empfehlungen für Objektschutzmassnahmen.
- Priorisierung der empfohlenen Massnahmen in «unbedingt/dringend empfohlen» und «wünschenswert», um Überforderung zu vermeiden.
- Weitere Informationen zur Handlungsausführung, um den Informationsaufwand für den/die Eigentümer/-in möglichst gering zu halten. Beispielsweise «Nehmen Sie mit einem Dachdecker Kontakt auf und holen Sie eine Offerte für die empfohlenen Objektschutzmassnahmen ein. Geben Sie die Unterlagen, die Sie von uns erhalten haben, an den Handwerker weiter. Dachdecker in ihrer Nähe finden Sie im Internet.»

Erläuterungen zur Funktionsweise und Wirksamkeit

Damit die Informationen im Kurzbericht zur Wirkung kommen, können die folgenden Prinzipien berücksichtigt werden:

- Die Informationen sind einfach und intuitiv verständlich (z. B. Bilder anstelle von Text, Gefahren durch vertraute Einheiten wie «knietief» beschreiben).
- Die Informationen sind personalisiert, damit sich Eigentümer/-innen persönlich angesprochen fühlen (z. B. Kurzbericht für Familie XXX mit der Wohnanschrift XYZ).
- Die Informationen sind passend «geframt» (z. B. Verlustaversion ansprechen, indem aufgezeigt wird, wie Verluste vermieden werden können).

Erfolgsfaktoren und Voraussetzungen

- Bereits vorhandene Templates oder Vorlagen können für die Erstellung des personalisierten Kurzberichts verwendet und gemäss den Hinweisen oben angepasst werden.
- Die Erstellung des Kurzberichts sollte für die ESP-Experten/-innen mit möglichst geringem Aufwand verbunden sein. Was automatisiert werden kann, sollte automatisiert werden.
- Der Bericht wird dem/der Eigentümer/-in so früh wie möglich, spätestens vier Wochen nach dem Beratungsgespräch zugesendet, idealerweise auch elektronisch, so dass eine einfache Weitergabe möglich ist.
- Die oben genannten verhaltenswissenschaftlichen Prinzipien (intuitiv, personalisiert, richtig geframt) erhöhen die Erfolgschancen und sollten daher beachtet werden.

Nudge #8

Erinnerungs-Call Objektschutz

Ausgangslage

ESP-Experten/-innen können im Rahmen ihrer Präventionsberatung vor Ort kompetent informieren und für Objektschutzhandlungen motivieren. Bis die Hauseigentümer/-innen aktiv werden und bspw. Offerten einholen, vergeht aber in der Regel eine gewisse Zeit, in welcher das Thema vergessen gehen kann. ESP-Experten/-innen können deshalb im Rahmen der Präventionsberatung mit den Eigentümern/-innen vereinbaren, ihnen nach einer gewissen Zeit eine Erinnerung zu geben.

Nudging-Idee

Eine gewisse Zeit nachdem ESP-Experten/-innen ein Gebäude besucht und eine Präventionsberatung vorgenommen haben, kontaktieren sie nochmals den/die Eigentümer/-in telefonisch oder per E-Mail im Sinne einer «sanften» Erinnerung. Um nicht aufdringlich zu wirken, wurde dieser Anruf beim Präventionsgespräch abgesprochen. Beim Telefonanruf erkundigt sich der Experte/die Expertin, ob die empfohlenen präventiven Massnahmen weiterverfolgt wurden oder ob der Eigentümer/die Eigentümerin noch weitere Unterstützung durch die KGV benötigt.

Die Erinnerung kann entweder schriftlich per E-Mail oder per Telefon vermittelt werden. Schriftliche Erinnerungen wirken weniger aufdringlich als ein Telefonanruf. Falls der/die Experte/-in aufgrund von Ressourcenengpässen diesen Schritt nicht selbst ausführen kann, kann dieser an eine dritte Person übertragen werden, die «im Auftrag des Experten» nachhakt.

Erläuterungen zur Funktionsweise und Wirksamkeit

Personalisierte Erinnerungen (so genannte «Reminder») zählen zu den klassischen Nudges. Menschen sind im Alltag häufig mit so vielen Einflüssen und Informationen konfrontiert, dass sie Dinge vergessen oder aufschieben. Erinnerungs-Nudges helfen ihnen, sich wieder auf ihre (einstigen) Absichten zu fokussieren. Entsprechend sind Erinnerungen vor allem dann wirksam, wenn die Eigentümer/-innen direkt im Beratungsgespräch bereits eine gewisse Absicht fassen, Objektschutzmassnahmen umzusetzen und an einer entsprechenden Erinnerung interessiert sind. Personen, welche nicht auf die Inhalte der Beratung ansprechen bzw. keine Handlungsbereitschaft zeigen, werden durch Erinnerungen kaum bewegt, sondern eher verärgert.

Damit Erinnerungen wirksam sind, ist wichtig, wann sie erfolgen. Die Erinnerung darf nicht zu früh nach dem Beratungsgespräch verschickt werden. Denn der/die Eigentümer/-in benötigt eine gewisse Zeit, um sich mit den Massnah-

men auseinanderzusetzen. Die Erinnerung darf auch nicht zu spät erfolgen, denn irgendwann hat das Thema wieder so stark an Relevanz verloren, dass es schwierig wird, den/die Eigentümer/-in wieder zu aktivieren. Wir gehen davon aus, dass die KGV aufgrund ihrer Erfahrungen den geeigneten Zeitpunkt am besten abschätzen können.

Erfolgsfaktoren und Voraussetzungen

- Die Erinnerung wurde mit dem/der Eigentümer/-in abgesprochen.
- Für das optimale Timing der Erinnerung muss auf Erfahrungswerte der ESP-Experten/-innen zurückgegriffen werden. Fehlen Erfahrungswerte, könnte das Timing in einer kleinen Pilotstudie variiert und so herausgefunden werden, wann die Erinnerung am passendsten ist.
- Bei schriftlichen Erinnerungen besteht eher das Risiko, dass sie «übersehen» werden als bei mündlichen Erinnerungen per Telefon. Um schriftliche Erinnerungen auffälliger zu machen, sollten sie so persönlich wie möglich gestaltet werden (z. B. der Absender einer Erinnerungs-E-Mail könnte der/die ESP-Experte/-in, der/die die Beratung vorgenommen hat, sein. Generische Absender wie die KGV sollten vermieden werden).

Nudge #9

Automatische Weiterleitung digitaler Kundenkontakte

Ausgangslage

Kunden/-innen treten in verschiedenen Situationen über digitale Formulare mit der KGV in Kontakt. Dies ist bspw. der Fall, wenn sie eine Selbstdeklaration für einen baulichen Eingriff einreichen, eine Handänderung oder einen Gebäudeabbruch melden oder eine Bauzeitversicherung abschliessen.

Nudging-Idee

Immer dann, wenn Kunden/-innen in einem digitalen Kontaktformular der KGV ihre Gebäudeadresse eingeben, ist eine automatische parzellenspezifische Weiterleitung auf die Webseite «Schutz vor Naturgefahren» denkbar. Aufgrund der Gebäudeadresse können den Eigentümern/-innen Informationen zur objektspezifischen Gefährdung vermittelt werden. Der Parzellenbezug löst eine Betroffenheit aus, die eine weiterführende Auseinandersetzung mit Präventionsmassnahmen wahrscheinlicher macht, als dies bei pauschalen Präventionshinweisen der Fall ist.

Um die Kunden/-innen bei der automatischen Weiterleitung auf «Schutz vor Naturgefahren» nicht durch die Gefährdungsszenarien zu erschrecken, muss die Informationen positiv eingebettet werden («positives Framing»). Die automatische Weiterleitung kann durch eine sinnstiftende Ansprache begonnen werden im Sinne von «Ihre Sicherheit liegt uns am Herzen! Nehmen Sie sich bitte noch 3 Minuten Zeit für den Schutz vor Naturgefahren.» Nach den parzellenspezifischen Informationen zur Gefährdung folgen einfache, schnell ausführbare Handlungsoptionen wie bspw. die Vereinbarung eines Beratungstermins (sofern seitens KGV erwünscht) oder die Bestellung eines E-Mail-Dossiers «guter Lösungen». Die Kunden/-innen sollen das Gefühl erhalten, dass Präventionsmassnahmen möglich sind und sie bei deren Realisierung durch die KGV beratend unterstützt werden.

Anstelle einer automatisierten Weiterleitung kann alternativ ein Link zur Webseite «Schutz vor Naturgefahren» in die Bestätigungsmails integriert werden, welche auf die Meldungen einer Selbstdeklaration, eines Gebäudeabbruchs, einer Bauzeitversicherung etc. versendet werden. Allerdings dürfte die «Klickrate» eines solchen Links sehr tief sein. Alternativ kann ein Widget in die Webseite der KGV (und weiterer Partner) eingebunden werden, welches direkt die Standortabfrage der Gefährdungssituation ermöglicht.

Erläuterungen zur Funktionsweise und Wirksamkeit

Der Nudge soll Eigentümer/-innen dazu bringen, sich mit den Themen Naturgefahren und Objektschutz mit Bezug auf das eigene Gebäude auseinander zu setzen. Dies indem Informationen in einem Moment verfügbar gemacht werden, in welchem die Eigentümer/-innen mit ihrem Gebäude befasst sind, bspw. wenn sie einen Umbau oder eine Handänderung melden. Dabei zielt der Nudge insbesondere auf noch wenig sensibilisierte Eigentümer/-innen ab, welche sich bisher kaum mit Objektschutz auseinandergesetzt haben und von sich aus kaum die Webseite «Schutz vor Naturgefahren» besuchen würden.

Entscheidend für den Erfolg der Massnahme ist zum einen der direkte Bezug zum Gebäude, zum anderen die Einfachheit der Handlungsoptionen, die den Eigentümern/-innen angeboten werden. Können sie sich mit wenig Aufwand für eine kostenlose Beratung anmelden, ist die Hürde, dass sie dies tun, relativ gering. Müssen sie sich hingegen auf der Webseite «Schutz vor Naturgefahren» selbständig durch mögliche Objektschutzmassnahmen durcharbeiten, dürften dies nur wenige tun. Ein Mittelweg besteht in zusammenfassenden Dossiers, welche zu ausgewählten Gefahren bestellt werden können und den Eigentümern/-innen typische Schutzmassnahmen vorstellen.

Erfolgsfaktoren und Voraussetzungen

Die Weiterleitung führt direkt und möglichst ohne Umwege zu Informationen, welche für die Personen relevant und verständlich sind. Die wichtigsten Informationspunkte aus Sicht der Betroffenen sind:

- Worin besteht die Gefahr und was sind die möglichen Auswirkungen für mich?
- Wie wahrscheinlich bin ich betroffen?
- Welche Präventionsmöglichkeiten gibt es und was bringen sie mir im Verhältnis zum Aufwand/den Kosten?
- Die Eigentümer/-innen werden auf eine positive, motivierende Weise angesprochen. Es ist zu empfehlen, verschiedene Möglichkeiten zu testen.
- Es werden einfach auszuführende, weiterführende Handlungsoptionen angeboten wie bspw. die Vereinbarung eines Beratungstermins oder der Bezug eines Dossiers «guter Lösungen».

Nudge #10

Anschauliche Wahrscheinlichkeiten

Ausgangslage

Hauseigentümer/-innen unterschätzen gemäss Studien die Wahrscheinlichkeit, von einem Naturgefahrenereignis betroffen zu sein. Erlebten sie vor Kurzem einen Schadenfall, rechnen sie damit, nun über viele Jahre von einem weiteren Ereignis verschont zu bleiben. Die übliche mediale Berichterstattung (bspw. Jahrhunderthochwasser) unterstützt tendenziell diesen falschen Sicherheitsglauben.

Nudging-Idee

Die Idee dieses Nudges ist es, dass Schadenexperten/-innen (und allenfalls auch Schätzer/-innen und ESP-Experten/-innen) im Kontakt mit den Hauseigentümern/-innen die abstrakten Wahrscheinlichkeiten erlebbar machen. Mit einfachen Hilfsmitteln wie einem Würfel oder einer Münze kann der/die Schadenexperte/-in anschaulich nachvollziehbar machen, was die abstrakten Wahrscheinlichkeitswerte hinter einer Naturgefahr bedeuten.

Der Zeitraum, für welchen die Eintretenswahrscheinlichkeiten veranschaulicht werden, sollte so gewählt sein, dass er für Eigentümer/-innen persönlich relevant ist. Laut Fleischhut & Jenny (2019) eignet sich ein Zeitraum von 40 bis 50 Jahren, also der Zeitraum, den eine Generation in einem Gebäude wohnhaft ist. Geht es um das wiederholte Auftreten von Naturereignissen von grosser Stärke, muss veranschaulicht werden, wie statistische Erwartungswerte zu interpretieren sind. Ein Ereignis kann im relevanten (kurzen) Zeitraum durchaus häufiger oder seltener auftreten, als dies der statistische Erwartungswert voraussagt. Anhand tatsächlicher Ereignisse kann aufgezeigt werden, dass 100-jährliche oder sogar 300-jährliche Ereignisse auch in kurzen Abständen auftreten, selbst wenn die Wahrscheinlichkeit gering ist. Die Hochwasser von 2005 und 2007 waren eindrückliche Beispiele dafür.

Die Eintretenswahrscheinlichkeit lässt sich mit einem Würfel oder eine Münze gut veranschaulichen. Im Leitfaden Gebäudeschutz Hochwasser des Kantons Zürich (Amt für Abfall, Wasser, Energie und Luft, Kanton Zürich, 2017) werden einfache Zahlenbeispiele aufgeführt, die als Grundlage für solche Veranschaulichungen dienen können:

- Wie wahrscheinlich ist es, dass man von einem 100-jährlichen Hochwasser (jährliche Eintretenswahrscheinlichkeit von 1%) betroffen ist? Wer glaubt, es sei selten, täuscht sich: Die Wahrscheinlichkeit, dass ein Gebäude während seiner Lebenszeit von 50 Jahren von mindestens einem solchen Hochwasser betroffen ist, liegt bei über 40%. Das entspricht ungefähr der Chance, dass man bei einem Münzwurf mit Kopf oder Zahl richtig liegt. Dem Zahlenbeispiel folgend könnte man den/die Eigentümer/-in die Münze werfen und sie erfahren lassen, wie das Experiment ausgeht (z. B. Kopf = Hochwasser).
- Wie wahrscheinlich ist es, dass man von einem 300-jährlichen Hochwasser (jährliche Eintretenswahrscheinlichkeit von 0.3%) betroffen ist? Die Wahrscheinlichkeit, dass ein Gebäude während seiner Lebenszeit von 50 Jahren von mindestens einem solchen Hochwasser betroffen ist, liegt bei 17%. Das entspricht der Wahrscheinlichkeit, beim Würfeln einen Sechser zu erhalten.

Eine andere Möglichkeit, um Eintretenswahrscheinlichkeiten zu veranschaulichen, sind schematische Darstellungen. Die Studie von Fleischhut & Jenny (2019) enthält ein Beispiel, in welchen Naturereignisse (vor allem Hochwasser) in unterschiedlichen hypothetischen Zeitreihen dargestellt werden (sogenannte «hypothetical outcome plots», vgl. Abbildung 9).

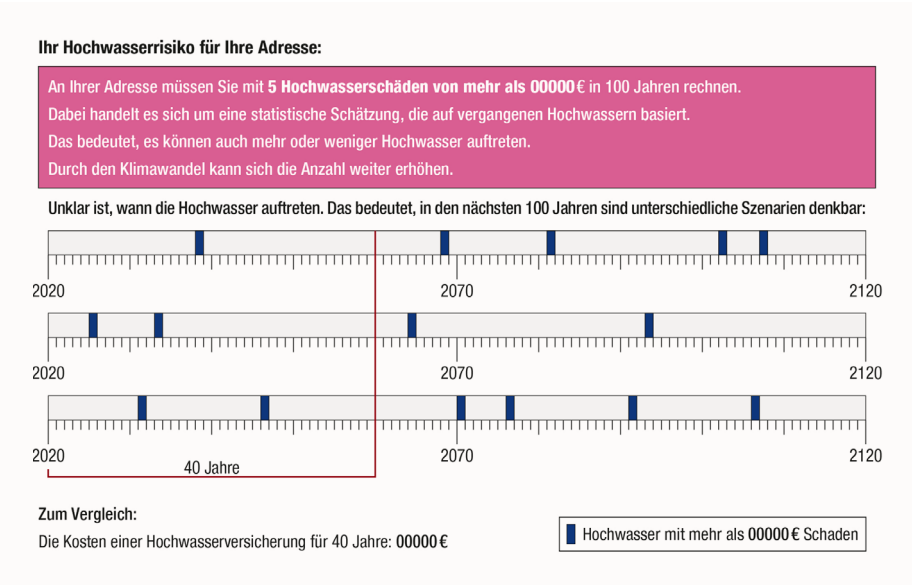


Abbildung 9 Auftretenswahrscheinlichkeit von Naturgefahren über die Zeit darstellen (aus: Fleischhut & Jenny, 2019)

Erläuterungen zur Funktionsweise und Wirksamkeit

Bei der Kommunikation von Risiken ist allgemein zu berücksichtigen, dass Menschen keine Statistiker/-innen sind. Es fällt Menschen schwer, aus abstrakten Wahrscheinlichkeiten die richtigen Schlussfolgerungen zu ziehen. Dies ist besonders dann der Fall, wenn es sich um sehr geringe Eintretenswahrschein-

lichkeiten (seltene Ereignisse) handelt. Aus diesem Grund ist es möglich, dass Eigentümer/-innen das Risiko, von Naturgefahren unterschätzen oder sich «sicher» fühlen, auch wenn sie bereits einmal von einem seltenen Naturereignis «heimgesucht» wurden. Dieser potenzielle Fehlglaube der Eigentümer/-innen («es passiert mir nur einmal») ist in der Verhaltensökonomie auch als «Spielerfehlschluss» bekannt. Wahrscheinlichkeiten und Risiken konkret erlebbar zu machen und abstrakte Zahlen in eigene Erfahrungen (Aha!-Erlebnis) umzuwandeln, hilft, angemessener mit abstrakten Wahrscheinlichkeiten umzugehen (Kaufmann et al., 2013).

Erfolgsfaktoren und Voraussetzungen

- Der/die Schadenexperte/-in muss motiviert sein, einen solchen spielerischen Zugang auszuprobieren. Darüber hinaus muss er/sie sich auf dem Gebiet der Wahrscheinlichkeitsrechnung sicher genug fühlen.
- Eine animierte Umsetzung des Nudges (z. B. durch eine Applikation fürs Tablet) hätte gegenüber Münzen oder Würfeln zwei Vorteile. Man könnte den Ausgang der Simulation im Gegensatz zum zufälligen Würfelwurf besser kontrollieren und der/die ausführende Schadenexperte/-in muss weniger versiert in Wahrscheinlichkeitsrechnung sein. So könnte z. B. in der Animation voreingestellt werden, wie oft das Naturereignis in einem bestimmten Zeitraum auftritt. Es muss allerdings abgeklärt werden, ob solche technischen Umsetzungen bereits vorhanden sind oder wie leicht sie sich entwickeln liessen.
- Zahlenbeispiele, welche die Eintretenswahrscheinlichkeit der konkreten Adresse verwenden, für welche die Veranschaulichung stattfindet, sind durch den persönlichen Bezug wirksamer als generelle Zahlenbeispiele.

Nudge #11

Kombiangebot Schaden-schätzung mit Präventions-beratung

Ausgangslage

Gerade nach selbst erlebten Schadenfällen mit all den Umtrieben und nicht ersetzbaren Verlusten sind Hauseigentümer/-innen grundsätzlich eher bereit, den Naturgefahrenschutz ihres Objekts zu verbessern. Aktiv zu werden kann in solchen Situationen aber am (vermuteten) Aufwand scheitern, sich nebst den Schadenbeseitigungsarbeiten auch noch um die Elementarschadenprävention zu kümmern.

Nudging-Idee

Die KGV machen den Hauseigentümern/-innen nach einem Schadenfall ein Kombiangebot einer Schadenschätzung mit zusätzlicher Präventionsberatung. Damit senken sie die Hürde, dass die Hauseigentümer/-innen von sich aus um eine separate Präventionsberatung ersuchen. Durch das Kombi-Angebot hilft die KGV den Eigentümern/-innen, Zeit zu sparen. Die Eigentümer/-innen müssen nur einmal einen Termin vereinbaren, sie müssen nur einmal zu Hause bleiben und die Experten/-innen empfangen. Gleichzeitig ist es durch die Kombination mit der Schadenschätzung leichter, eine ESP-Beratung an die Hauseigentümer/-innen zu bringen. Am Termin mit dem/der Schadenschätzer/-in sind die Eigentümer/-innen sowieso interessiert, da sie ihre Schäden übernommen haben wollen. Die ESP-Beratung kann bei diesem «Türöffner» anknüpfen. Zudem ist kurz nach einem Schaden emotionale Betroffenheit zu erwarten, so dass Eigentümer/-innen interessiert daran sind, eine solche Situation in Zukunft nicht wieder erleben zu müssen.

Treten Schadenexperten/-innen mit dem/der Eigentümer/-in in Kontakt, um einen Termin für die Schadenschätzung vor Ort zu vereinbaren, können sie zusätzlich anbieten, dass bei dem Termin ein/-e ESP-Experte/-in anwesend ist. Stimmt der/die Eigentümer/-in diesem Angebot zu und kann die KGV einen geeigneten Termin organisieren, finden Schadenschätzung und Präventionsberatung in einem statt. Angesichts dieser zeitlichen Überschneidung muss den Eigentümern/-innen klar kommuniziert werden, dass es sich bei der Präventionsberatung und der Schadenschätzung um zwei getrennte Abläufe handelt, die nicht miteinander verwoben sind.

Das Kombiangebot Schadenschätzung/Präventionsberatung ist vor allem für Eigentümern/-innen gedacht, deren Gebäude ein gewisses Gefährdungspotential aufweist (z. B. exponierte Lage, wiederholte Schadenmeldungen). Die Präventionsberatung soll aber für die Eigentümer/-innen freiwillig bleiben. Für die Umsetzung kann auf Erfahrungen der GVZ zurückgegriffen werden, welche ein solches Kombiangebot bereits ausprobiert haben.

Erläuterungen zur Funktionsweise und Wirksamkeit

Eine häufige Ursache, etwas nicht zu tun, obwohl man es für sinnvoll hält und dazu bereit ist, sind so genannte «friction costs» bzw. Friktionskosten. Eine Handlung erscheint als zu aufwendig, weil sie bspw. aus zu vielen Schritten besteht oder zu lange dauert. Jede (zusätzliche) Interaktion mit der KGV und jeder Schritt, welcher für die Vereinbarung einer ESP-Beratung nötig ist, erhöht aus Sicht der Eigentümer/-innen die Friktionskosten und senkt damit die Wahrscheinlichkeit, dass eine Beratung in Anspruch genommen wird. Daher gilt es, die Interaktion mit den Eigentümern/-innen möglichst einfach zu gestalten und Friktionskosten abzubauen.

Erfolgsfaktoren und Voraussetzungen

- Im Rahmen der Terminvereinbarung für die Schadenschätzung wirbt die KGV für das Angebot und legt dar, dass sich über die Schadenschätzung hinaus eine ganzheitliche Präventionsberatung lohnt.
- Die KGV macht die unterschiedlichen Rollen der beiden Akteure/-innen – Schadenschätzer/-in und ESP-Experte/-in deutlich. Sie gibt klar zu verstehen, dass sich die Präventionsberatung in der Regel nicht auf die Vermeidung des eingetretenen Schadenfalls beschränkt, sondern einen gesamthaften Objektschutz anstrebt.
- Um den Aufwand der Terminkoordination gering zu halten, erfolgt diese idealerweise automatisiert.

Referenzen

Bichard, E., & Thurairajah, N. (2011). Timperley Green Home Final whole report. University of Salford. http://usir.salford.ac.uk/id/eprint/18381/1/Timperley_Green_Home_Final_whole_report_06.10.2011.pdf

Fleischhut, N., & Jenny, M.A. (2019). Kommunikationsproblem Naturgefahren: Wie lassen sich Hochwasserrisiken transparent und verständlich darstellen? Studien und Gutachten im Auftrag des Sachverständigenrats für Verbraucherfragen. Berlin: Sachverständigenrat für Verbraucherfragen.

Hallsworth, M., Snijders, V., Burd, H., Prestt, J., Judah, G., Huf, S., & Halpern, D. (2016). Simple Ways to Improve Health Outcomes. Doha, Qatar: World Innovation Summit for Health.

Kaufmann, C., Weber, M., & Haisley, E. (2013). The Role of Experience Sampling and Graphical Displays on One's Investment Risk Appetite. Management Science, 59(2), 323–340. https://doi.org/10.1287/mnsc.1120.1607

Anhang

Übersicht der Nudging-Ansätze

In der Entstehung dieses Leitfadens hat das Projektteam 39 Nudging-Ansätze entwickelt und sie im Austausch mit den Vertreterinnen und Vertretern der KGV und der Gemeinschaftsorganisationen auf ihre Machbarkeit hin diskutiert. Die Ansätze sind in der folgenden Tabelle skizziert. Die Liste ist gegliedert nach den Situationen, in welchen Akteure/-innen der KGV in Kontakt mit den Hauseigentümern/-innen treten und die daher Möglichkeiten für die Einflussnahme darstellen (Kontaktpunkte). Ferner werden grob die Wirkungsziele der Nudging-Ansätze beurteilt. Wir unterscheiden die folgenden Wirkungsziele:

1. Der/Die Eigentümer/-in informiert sich über ESP auf der Webseite «SVN»
2. Der/Die Eigentümer/-in lässt sich zu Objektschutzmassnahmen (OSM) beraten (Beratungstermin)
3. Der/Die Eigentümer/-in holt eine Offerte für OSM ein
4. Der/Die Eigentümer/-in setzt OSM um

In diesem Leitfaden wurden 11 Ansätze aus der untenstehenden Tabelle zu konkreten Ideen ausgearbeitet (grün markiert). Dabei wurden teilweise auch Ansätze kombiniert oder angepasst.

Kontaktpunkt	Nudging-Ansatz		Wirkungsziel 1	2	3	4
Der Gebäudeschätzer (GS) besichtigt bei einer Revisionsschätzung das Haus.	GS 1 bearbeitet (Nudge 1)	Eigentümer wird mittels Flyer oder ähnlichem angestossen, sich auf SVN über Möglichkeiten zum Objektschutz zu informieren. Hinweis: Wenn möglich verweist GS nicht ‚pauschal' auf die Seite, sondern gibt konkrete Informationen oder Handlungsanweisungen ab. Flyer ist entsprechend ausgestaltet, z. B. mit QR-Codes mit Direktlinks.				
	GS 2 bearbeitet (Nudge 3)	GS wird in Schätzformular od. -anleitung angestossen, den Eigentümer auf Informations- und/oder Beratungsmöglichkeiten hinzuweisen (bspw. mitteyls Checkbox). Hinweis: Die Checkbox fordert eine aktive Antwort des GS ein, d. h., wenn GS nicht auf OSM hingewiesen hat, muss das Feld «Nein» angeklickt werden. Das verringert die Wahrscheinlichkeit, dass GS die Checkbox übersieht (und ein gewisser «Pain» soll erzeugt werden, wenn Nein angeklickt wird à höhere Motivation fürs nächste Mal).				
	GS 3 bearbeitet (Nudge 5)	GS wird vor Besichtigung angestossen, sich über die Gefährdung des zu schätzenden Objekts zu informieren und dies bei der Besichtigung anzusprechen. Feld zur Gefährdungslage im Schätzformular als Pflichtfeld, das aktive Antwort (auch bei Nein-Antwort) einfordert – Begründung siehe oben bei Checkbox im Schätzformular.				
	GS 4 Verworfen, da zu aufdringlich	GS platziert während der Besichtigung farbige Sticker, um gefährdete Hausteile zu kennzeichnen. Hinweis: Die Sticker sollen den Aufwand für GS verringern, dem Eigentümer «Gefahrenstellen» zu kommunizieren. Gleichzeitig wirken die Sticker als Hinweisreize (Prompts) für die Eigentümer, aktiv zu werden und sich beraten zu lassen. Die Sticker sollten farblich auffällig (salient) gestaltet sein (z. B. Signalfarbe) damit sie nicht ausgeblendet werden können und sich dem Eigentümer immer wieder ins Bewusstsein drängen (Tu was!).				
	GS 5 bearbeitet (Nudge 5)	GS sammelt während der Besichtigung Informationen/ Fotos und meldet dringliche, bedeutsame Fälle den ESP-Beratern, welche auf Eigentümer zwecks Beratung zugehen (Triage der Beratungen). Hinweis: Vereinfachung des Prozesses Fotos aufnehmen – Fotos weiterleiten – Kontaktaufnahme durch ESP-Spezialisten-				
	GS 6 bearbeitet (Nudge 5)	GS gibt während Besichtigung Hinweis auf mögliche bauliche Massnahmen. Hinweis: Aktuell eher unwahrscheinlich, dass GS im Rahmen der Besichtigung bereits Objektschutz-Hinweise geben kann. Die Stärke des Nudges liegt darin, dass der GS einen Hinweis gibt, der sich auf die tatsächliche Gefährdungssituation bezieht.				
	GS 7 bearbeitet (Nudge 1)	GS gibt entsprechend erkannter Defizite gezielt Postkarte zu den relevanten Objektschutzmassnahmen ab (QR-Code zu SvN). Hinweis: Je eine Postkarte zu den häufigsten Defiziten; gängigsten Massnahmen bzw. Verbesserungsmöglichkeiten. Originelle Gestaltung der Karte und geeignetes Framing, sodass sie Lust weckt, sich zu informieren. Geeignetes Framing auf dem Flyer.				

Kontaktpunkt	Nudging-Ansatz		Wirkungsziel 1	2	3	4
Der Schadensexperte (SE) besichtigt nach Schadensfall das Haus.	**SE 1** bearbeitet (Nudge 4)	SE wird vor der Besichtigung angestossen, sich über die Gefährdung des zu schätzenden Objekts zu informieren und dies bei der Besichtigung anzusprechen. Hinweis: Formularfeld zur Gefährdungslage (Pflichtfeld), siehe Ausführungen weiter oben.				
	SE 2 bearbeitet (Nudge 5)	SE macht während Besichtigung einen Kurz-Check der Exponiertheit/des Objektschutzes eines Gebäudes. Hinweis: Einfach zu handhabendes Formular für die wichtigsten Objektschwachstellen (grobe Einschätzung). In Kombination mit SE1. Das Ergebnis aus dem Kurz-Check kann dem Eigentümer am Ende des Gesprächs direkt mitgeteilt oder der ESP-Abteilung kommuniziert werden, welche auf den Eigentümer zugeht.				
	SE 3 bearbeitet (Nudge 5)	SE sammelt während der Besichtigung Informationen/Fotos und meldet dringliche, bedeutsame Fälle den ESP-Beratern, welche auf Eigentümer zwecks Beratung zugehen (Triage der Beratungen).				
	SE 4 Verworfen, da Beratungen nur nach Priorisierung erwünscht und zudem kostenlos sind	SE händigt dem Eigentümer am Ende der Schätzung einen Gutschein für ESP-Beratung aus. Hinweis: Um Wirkung des Gutscheins zu erhöhen, kann das Gültigkeitsdatum des Gutscheins auf 3 Monate begrenzt sein (Deadline).				
	SE 5 Verworfen, da zu aufdringlich	SE platziert während Besichtigung farbige Sticker, um gefährdete Hausteile zu kennzeichnen. Hinweis: Die Sticker sollen den Aufwand für SE verringern, dem Eigentümer «Gefahrenstellen» zu kommunizieren. Gleichzeitig wirken die Sticker als Hinweisreize (Prompts) für die Eigentümer, aktiv zu werden und sich beraten zu lassen. Die Sticker sollten farblich auffällig (salient) gestaltet sein (z. B. Signalfarbe) damit sie nicht ausgeblendet werden können und sich dem Eigentümer immer wieder ins Bewusstsein drängen (Tu was!).				
Der Schadensexperte (SE) telefoniert vor Besichtigung mit dem Eigentümer	**SE 6** bearbeitet (Nudge 11)	SE macht Kombiangebot Schadenschätzung/-vergütung mit Präventionsberatung. SE bietet an, einen zusätzlichen Termin zu vermitteln für eine ESP-Beratung. Hinweis: Vereinfachung des Hausbesuches aus Sicht des Eigentümers (er/sie muss sich nur einmal Zeit nehmen); durch Kombination (Bundling) des Beratungstermins mit der Schadensschätzung wird ESP-Beratung attraktiver.				
Der Schadensexperte (SE) besichtigt nach Schadensfall das Haus	**SE 7** bearbeitet (Nudge 1)	SE gibt entsprechend erkannter Defizite gezielt Postkarte zu den relevanten Objektschutzmassnahmen ab (QR-Code zu SvN). Hinweis: Je eine Postkarte zu den häufigsten Defiziten; gängigsten Massnahmen bzw. Verbesserungsmöglichkeiten. Originelle Gestaltung der Karte und geeignetes Framing, sodass sie Lust weckt, sich zu informieren. Geeignetes Framing auf dem Flyer.				
Der Schadensexperte (SE) besichtigt nach Schadensfall das Haus	**SE 8** bearbeitet (Nudge 10)	SE veranschaulicht als Gesprächseinstieg Wahrscheinlichkeit, dass sich ein Schadensereignis wiederholen kann. Hinweis: gegen den potentiellen Fehlglauben der Eigentümer «es passiert mir nur einmal» (sog. gambler's fallacy), z. B. durch Würfel, Münzwurf oder andere einfache Simulation veranschaulichen				

Kontaktpunkt	Nudging-Ansatz		Wirkungsziel 1	2	3	4
Der ESP-Experte (ESPE) berät den Eigentümer zu möglichen Schutzmassnahmen	**ESPE 1** Teilw. in andere Nudge integriert	Schadenexperte/ESP-Experte/Schätzer weist auf Subventionen für OSM gegen Oberflächenwasser hin. Hinweis: Bei Kostendarstellung auf dem Tablet ggf. «Gewinn» durch Subventionen im Vergleich zu Vollkosten veranschaulichen. Geld für OSM auszugeben «schmerzt» so weniger, weil Eigentümer das Gefühl bekommt, Geld zu sparen.				
	ESPE 2 Verworfen, da Musterformulare als nicht zielführend erachtet wurden	Beim Beratungstermin händigt ESPE Musterfragen/-formulare für bspw. Gartenbauer, Fenstermonteur an den Eigentümer aus. Hinweis: Die Vorlagen sollen aufseiten der Eigentümer die Barriere reduzieren, mit Handwerkern in Kontakt zu treten, weil ihnen unklar ist, was der Arbeitsauftrag für den Handwerker sein muss (Vereinfachung der Offertenstellung). Die Vorlagen enthalten Formulierungen wie: «Ihre Fenster sollten folgende Anforderungen erfüllen … ».				
	ESPE 3 Verworfen, da zu aufdringlich	ESP-Experte platziert während Besichtigung farbige Sticker, um gefährdete Hausteile zu kennzeichnen. Hinweis: Die Sticker sollen den Aufwand für GS verringern, dem Eigentümer «Gefahrenstellen» zu kommunizieren. Gleichzeitig wirken die Sticker als Hinweisreize (Prompts) für die Eigentümer, aktiv zu werden und sich beraten zu lassen (siehe auch GS4 und SE5).				
	ESPE 4 bearbeitet (Nudge 7)	ESP-Experte erstellt Foto von Haus mit markierten Risikobereichen und sendet dies zusammen mit kurzem Bericht, welche Massnahmen empfohlen werden und was diese kosten an Eigentümer. Hinweis: Personalisierte Zusammenfassung mit einfacher Handlungsanleitung, bei Kostendarstellung ggf. auch wieder «Gewinn» durch Subventionen darstellen.				
	ESPE 5 bearbeitet (Nudge 8)	ESP-Experte macht Erinnerungsmail/-anruf eine gewisse Zeit nach Besuch: Wurden Empfehlungen umgesetzt? Hinweis: Die persönliche Erinnerung verhindert, dass der Eigentümer das Thema auf die lange Bank schiebt.				
	ESPE 6 Verworfen, da entweder bereits realisiert oder Umsetzung schwierig	Bietet anstatt Einzelberatungen «Info-Veranstaltungen» für eine Nachbarschaft an. Hinweis: Sozialer Druck auslösen, vor allem nach einem Massenereignis: Was sind typische Gefahren, potentielle Schäden in dieser Nachbarschaft?				
Der Eigentümer (E) füllt nach einem Schadenfall online ein Schadensformular aus.	**E 1** Verworfen, da ungünstiger Zeitpunkt	Eigentümer wird durch Link in der Bestätigungsemail auf die Webseite Schutz vor Naturgefahren geführt Hinweis: Eine erste Auseinandersetzung mit OSM soll angeregt werden. Es sollte vor allem die Botschaft vermittelt werden, dass der Eigentümer auch in Zukunft von Elementarschäden betroffen sein können (Risikowahrnehmung aufrechterhalten) und welche «Verluste» (emotional, finanziell) mit einem weiteren Schaden verbunden sein könnten. Bei der Gestaltung des E-Mail-Texts sind unterschiedliche Framings möglich (z. B. bzgl. der Verluste).				
	E 2 Verworfen, da Angaben zu ungenau für Priorisierung	Schadenhöhespezifischer Default für Beratungsanmeldung im Schadensformular. Hinweis: Ab einer gewissen Schadenssumme ist im Formular das Feld «Ich möchte mich zu OSM beraten lassen» voraktiviert und muss aktiv deaktiviert werden. Eigentümer, die via Schadensformular Interesse an Beratung angemeldet haben, werden automatisch nach ein paar Tagen kontaktiert, um einen Beratungstermin zu vereinbaren.				

Kontaktpunkt	Nudging-Ansatz		Wirkungsziel 1	2	3	4
Der Eigentümer (E) erhält Verfügung, dass Schaden vergütet wird.	**E 3** Verworfen, da Verfügungen ungeeigneter Ort sind	Genereller Schriftlicher Hinweis in Verfügung, Objektschutz zu verbessern/Beratung in Anspruch zu nehmen. Hinweis: Mögliche Ansprachen: «Schau doch bei der Schadenbehebung, dass der OS gleich verbessert wird», «Frage den Handwerker, wie der Schaden verhindert werden kann»; «es passiert nicht wieder?» - Informationen zu zukünftigen Risiken und potenziellen Verlusten und wie diese zu vermeiden sind. Ggf. Kombination mit Hinweisen zu finanzieller Unterstützung bei Umsetzung von Massnahmen.				
	E 4 Verworfen, da Verfügungen ungeeigneter Ort sind	Konkreter Hinweis in der Verfügung (vor allem bei höheren Schadenssummen), Objektschutz zu verbessern Hinweis: Eigentümer motivieren, Offerten bei Handwerkern einzuholen. Botschaften: «Schau doch bei der Schadenbehebung, dass der OS gleich verbessert wird», «Frage den Handwerker, wie der Schaden verhindert werden kann». In Kombination mit Hinweisen zu finanzieller Unterstützung (Subventionen) bei Umsetzung von Massnahmen.				
	E 5 Verworfen, da konkrete Zahlen nicht möglich sind	Entwicklung/Kommunikation eines «Finanzierungsschemas», wonach Kosten für OS-Massnahmen nicht so teuer erscheinen (z. B. Selbstbehalt wird erlassen, wenn direkt OSM umgesetzt werden). Hinweis: Annahme bei diesem Nudge: Kosten werden vom Eigentümer nicht als Investition in die Zukunft betrachtet. Dieses Mindset muss geändert werden.				
Der Eigentümer (E) holt Offerte/Kostenvoranschlag zur Schadensbehebung bei Unternehmen ein (grössere Schäden)	**E 6** Verworfen, da Unternehmen das Know-how nicht haben	Die Offerten der Unternehmen enthalten zusätzlich eine Übersicht, was typische OSM kosten würden, oder einen Verweis darauf, sich für den Einzelfall von KGV zu Schutz vor Elementargefahren beraten zu lassen. Hinweis: Direkte Gegenüberstellung der Kosten für kurzfristige Schadensbehebung und langfristigen Objektschutz; Botschaft muss sein: langfristiger Objektschutz zahlt sich aus. Weitere mögliche Botschaft: Wenn Handwerker eh schon im Haus sind, dann kann man direkt auch OS verbessern.				
Der Eigentümer (E) reicht Offerte(n) an KGV zur Prüfung ein (SE, SB) prüft die Offerten zur Schadensbehebung	**E 7** Verworfen, da Offerte nicht immer geprüft werden	KGV gibt Rückmeldung zur Offerte und weist den Eigentümer darauf hin, OSM in offerierte Arbeiten zu integrieren. Hinweis: Eine persönliche Ansprache kann wirkungsvoller sein als ein allgemein formulierter Hinweis auf einer Webseite o. ä.				
Der Eigentümer (E) hat bei verschiedenen Anbietern Offerten für Schadensbehebung eingeholt	**E 8** Verworfen, da dies nicht Augabe der KGV ist	Voucher für kostenlose Kellerentrümpelung oder für eine Mulde (Einfamilienhäuser) bei OSM gegen Hochwasser/Wasser im Gebäude. Hinweis: «Reibungskosten» reduzieren. Manchmal haben Personen schon eine gute Absicht gefasst (OSM ausführen), aber die Handlung scheitert daran, dass der Weg zum Ziel als zu kompliziert erscheint. Es sollen Hindernisse überwunden werden, wonach der Keller zu verstellt ist, als dass Leute Massnahmen umsetzen; Kellerentrümpelung, damit eher Handwerker Massnahmen im Keller umsetzen.				

Kontaktpunkt	Nudging-Ansatz		Wirkungsziel 1	2	3	4
Der neue oder alte Eigentümer (E) meldet der Gebäudever sicherung eine Handänderung	E 9 Teilw. bearbeitet (Nudge 2)	KGV gibt für relevante Gebäude Beratungs-Gutschein ab: «Wir schenken Ihnen eine OSM-Beratung im Wert von … »				
	E 10 bearbeitet (Nudge 6)	ESP prüft Gefahrenzone, Schadensgeschichte, Baujahr, Gebäudeart (z. B. mittels Bildern auf Google Maps) und informiert über mögliche Defizite und woran der neue Eigentümer denken sollte.				
	E 11 Verworfen, da Handwerker zu wenig Know-how haben	Hinweis durch die KGV bei allfälligen Renovationen etc. Handwerker zu fragen, ob das Gebäude sicher ist.				
Der Eigentümer (E) meldet Aus- oder Umbauten per Selbstdeklaration	E 12 bearbeitet (Nudge 9)	Am Ende des Selbstdeklarations-Formulars (Meldung eines baulichen Eingriffs an die GV) erfolgt die Weiterleitung auf SVN, sodass eine erste Auseinandersetzung mit OSM angeregt wird.				
Der Eigentümer (E) meldet einen Kellerausbau per Selbstdeklaration	E 13 bearbeitet (Nudge 3)	ESP prüft Gefahrenzone, Schadensgeschichte, Baujahr Gebäudeart (z. B. mittels Bildern auf Google Maps) und informiert über mögliche Defizite und Gefährdung Hinweis: Geeignetes Framing: Das überschwemmte Musikzimmer im Keller, das überschwemmte Büro im Keller …				
Der Eigentümer (E) meldet einen Gebäudeabbruch	E 14 bearbeitet (Nudge 9)	In der Bestätigungsemail ist ein Link enthalten, der auf die Webseite Schutz vor Naturgefahren führt. Hinweis: Geeignetes Framing der Information: z. B. mit Bild von Schaden an einem neuen Gebäude. «Solche Probleme lassen sich frühzeitig vermeiden – informieren Sie sich».				
Technische Medien (TM): Der Eigentümer erhält eine Unwetterwarnung über eine Wetter-App	TM 1 Verworfen, da bereits existent	Hinweis zu OSM in die App integrieren, direkt mit Link Webseite Schutz vor Naturgefahren Hinweis: Den Eigentümer in einer Situation ansprechen, in der er für das Thema Elementarschäden sensibilisiert und zugänglich ist.				
	TM 2 Verworfen, da bereits existent	In der Warnung erscheinen konkrete Handlungsempfehlungen im Unwetterfall Hinweis: Betrifft Verhaltensempfehlung, nicht feste OSM				
Technische Medien (TM): Der Eigentümer-besucht die Webseite SVN	TM 3 Verworfen, da schwierig umsetzbar	Nach Besuch der personalisierten Gefahrenkarte öffnet sich automatisch ein Pop-Up-Fenster, das darauf hinweist, eine Beratung in Anspruch zu nehmen. Hinweis: Einfacher Hinweisreiz (Prompt), Beratung in Anspruch zu nehmen bei Personen, die bereits eine gewisse Awareness/ Sensibilisierung besitzen.				
	TM 4 Verworfen, da Kosten/Nutzen-Informationen und das Nennen von Handwerkern nicht möglich sind	Vereinfachungen an der Webseite vornehmen: Anbieter nach PLZ filtern; Kosten/Nutzen-Darstellungen Hinweis: Um einfacher Handwerker zu finden, kann nach PLZ gefiltert werden . Zur Vereinfachung der Offertenstellung.				