



Lokaler og omgivelser

Trigger	Hvorfor gør gæsten det?	Eksempler på nudges	Bias den rammer
Synlighed	Vi vælger det, vi ser først	• Salatbar og brødstation først i flowet • Planter og farver signalerer grønt og friskhed (få lyst til grønt) • Grønt tema/personale til at henlede opmærksomhed • Skilt med 'Dagens grønne' ved indgangen • Lys der leder blikket mod sunde valg	Availability bias
Bekvemmelighed	Vi vælger den letteste vej	• Frugt- og grøntstation skåret i bidder • Vand på bordene, sodavand kræver bevægelse • Mange skraldespande gør sortering let • Grønt i små skåle lige til at snuppe • Frugt fremme, slik gemt	Effort minimization
Priming / stemning	Sanser og stemning påvirker valg	• Duft af krydderurter – ikke stegt kød • Grønne farver, rolig musik • Den grønne ret er dagens ret • Det grønne valg hedder noget lækkert på menuplanen • Luftigt rum signalerer energi	Affective bias
Farve og lys	Lys og farver guider opmærksomheden	• Grønne lys ved salatbar • Varmt lys over groft brød og grønt • Skarpt lys på frugt, dæmpet på dessert • LED-lys over vandstationen • Kontraster fremhæver grønt	Framing bias
Rækkefølge og flow	Vi tager tingene i den rækkefølge de står	• Gæster møder grønt og groft først • Sodavnd skal hentes/findes i et hjørne • Kød og dessert bagerst i rummet • Genbrugsstation efter buffeten • Ingen genvej til 'hurtige kalorier'	Status quo bias



Mad & Buffet

Trigger	Hvorfor gør gæsten det?	Eksempler på nudges	Bias den rammer
Placering	Førstevalg = mest valgt	• Grøntsager og fuldkorn forrest • Grønt og frugt op i højden • Kød og snacks nederst • Groft brød både først og sidst • Dessert i mindre fade længere væk	Availability bias
Framing (sprog og navne)	Ord former oplevelse	• 'Kokkens grønne klassiker' i stedet for 'vegetarisk' • 'Du må gerne to gange' • 'Frisk frugtduet' frem for 'sukkerfri dessert' • 'Vand med citrus' i stedet for 'vand' • 'Mad med omtanke' frem for 'klimavenlig ret'	Framing effect
Portionsstørrelse	Størrelse guider forbrug	• Mindre kød i portionerne • Små skeer til dressing • Dessert i små portionsglas • Mindre tallerkener • Genopfyldning i stedet for store portioner	Anchoring bias
Feedback	Synlig effekt motiverer	• Skilt: 'I går spiste vi 30 % grønnere' • Skærm med madspildstal • 'Tak for at tage det, du spiser' • 'Den grønne ret sparede 15 kg CO₂' • 'Din frokost = mere energi, bedre dag'	Reward bias
Default	Standardvalg styrer beslutning	• Grøn ret som dagens standard • Vand forudfyldt på bordene • Groft brød som default • Frugt frem for småkager til møder • Det grønne valg er normalen	Status quo bias



Mennesker

Trigger	Hvorfor gør gæsten det?	Eksempler på nudges	Bias den rammer
Social proof	Vi gør som andre	• '8 ud af 10 vælger den grønne ret' • 'Grøn rekorduge: 70 % mindre spild' • Fotos af glade grønne gæster • Humor: 'Prutter på kontoret i eftermiddag' • Statistik for fælles resultater i frokostmailen	Bandwagon effect
Fællesskab	Vi handler i flok	• 'Grøn uge' afdeling mod afdeling • Kantineudfordring 'spis grønt 3 dage' • Temaer som 'Klimakærlighed' • Teams deler madspildsmål • Bordkort: 'Sammen skaber vi grøn forandring'	In-group bias
Rollemodeller	Vi imiterer forbilleder	• Kokken fremhæver grøn favorit • Lederen tager grønt først • Plakat med 'Kantinens grønne helte' • "Fakta fra ernæringsvejlederen" • "Selv Finn fra værksteder elsker de her rødbedebøffer"	Authority bias
Historiefortælling	Følelser skaber mening	• 'Rodfrugter fra Fyn i dag' • Historie om lokale producenter • 'Menuen sparer 1,5 kg CO₂ pr. gæst' • Citat fra personalet • Fortælling om fælles indsats mod spild	Affective bias