

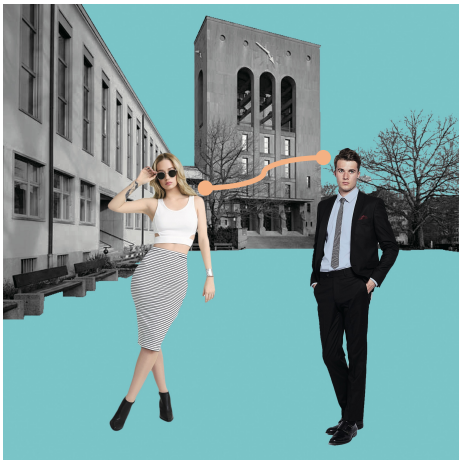
# Ist Motivation ansteckend? Die Rolle von sozialen Interaktionen für das Sozialkapital

Prof. Dr. Lorenz Götte  
Universität Bonn  
Institut für Angewandte Mikroökonomik

Behavioral Economics Network Zürich, 7.12.2015

# Soziale Kontakte sind der Zement einer Gesellschaft

Soziale Kontakte sind ein Schlüsselement des sozialen Kapitals



Sozialer Bezug zwischen Individuen führt zu mehr Altruismus

- Ein Beispiel: Verstärkte Kooperation und Normdurchsetzung gegenüber der eigenen Gruppe (Götte et al., 2006; 2012a,b)
- ▶ Rückgang von sozialen Kontakten wird für Rückgang an Sozialkapital in den USA verantwortlich gemacht (Putnam, 2000)

# Der Soziale Multiplikator

Besonders interessanter: **soziale Interaktionseffekte** durch Motivations-Spillover.



- Beispiel: Motivation zum Blutspenden.
- Hypothese: Sozialer Kontakt überträgt Motivation.

# Soziale Interaktionen sind schwierig zu untersuchen



**Falscher Ansatz:** Korrelation im Verhalten von Individuum 1 und 2 messen.

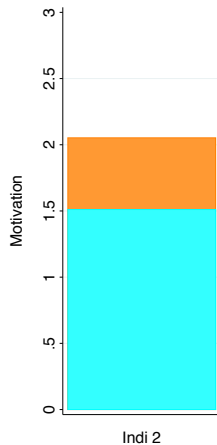
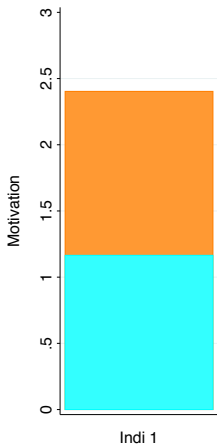
- Weit verbreitet, z.B. in der Soziologie oder Sozialpsychologie

Korrelation im Verhalten kann **Ursachen haben, die nichts mit sozialen Interaktionen zu tun haben.**

- Beispiel: Leute mit sozialem Kontakt sind ähnlichem Umfeld ausgesetzt.
- ▶ Möglich, dass das Umfeld beide beeinflusst, nicht sie einander.

# Die Lösung: Instrumentalvariablen

Wir benötigen ein **Instrument**: Beeinflusst die Motivation von Individuum 1, aber nicht von Individuum 2 direkt.



- Verhältnis der Effekte bei Individuum 1 und 2 identifiziert  $\delta$

# Heute: Soziale Interaktionen beim Blutspenden

Blutspenden ist ein wichtiges öffentliches Gut

- Medizinischer Sektor benötigt eine verlässliche Menge an Bluttransfusionen. Keine Substitute.
- Blutspenden sind in der Schweiz (und vielen anderen Ländern) freiwillig und unbezahlt.
- ▶ Prosoziale Motivation der Spender nötig.
- ▶ Welche Rolle spielt dabei die "Motivations-Ansteckung" (soziale Interaktionen)?

**Das Forscherteam:** Universität Lausanne und Universität Bonn.

- Adrian Bruhin, Lorenz Götte, Simon Hänni, Lingqing Jiang.
- Langjährige Zusammenarbeit mit dem Blutspendedienst des Roten Kreuzes, Zürich (Dr. med. Beat M. Frey, Chefarzt).

# Outline

- ① Motivation
- ② Studie 1: Blutspenden unter Nachbarn und Mitbewohnern
- ③ Studie 2: Blutspenden in sozialen Netzwerken
- ④ Schlussfolgerungen und Diskussion

# Blutspenden bei SRK Blutspendedienst Zürich

Einladung zu Spende: ca. alle 6 Monate: persönliche Einladung zu Blutspende-Termin, ca. 3 Wochen im Voraus.

- Wir betrachten nur Einladungen zu Blutspendeaktionen (nicht in den Blutspendezentren).

Erinnerung an den Spende-Termin via SMS: **Alle eingeladenen Spender erhalten diese SMS.**

- Zwei Tage vor dem Spendetermin.



# Telefonanrufe bei Knappheit von Bluttypen

**Zusätzliche Massnahme:** Anruf an einzelne Spender in Abhängigkeit von ihrer Blutgruppe.

- Anruf je nach Lagerbestand: jeden Tag sind andere Blutgruppen knapp.
  - Anruf: zwei Tage vor Blutspende, zusätzlich zum SMS.
  - Nachricht: **Ihre Blutgruppe ist knapp, bitte kommen Sie.**
- ▶ Anruf ist so gut wie zufällig, da er nur von Tages-Fluktuation in Blutgruppen abhängt.

Bruhin et al. (2015, *Transfusion*): starker Effekt auf Spende-Wahrscheinlichkeit

- Erhöht die Spenderwahrscheinlichkeit von ca 30% auf 40%.
- ▶ Der **Anruf ist unser Instrument für Motivation.**

# Das Studien-Design



Wir betrachten Fälle, in denen zwei Blutspender an derselben Adresse leben.

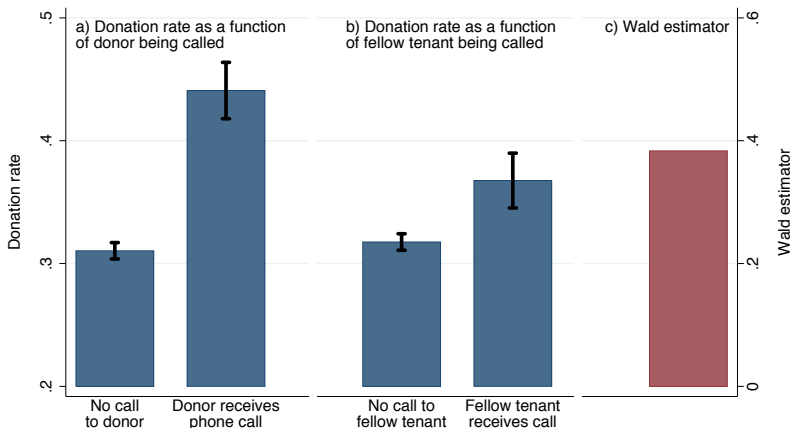
- Beide Spender sind zu derselben Spendeaktion eingeladen.
- ▶ Setup genau wie in der Illustration.

Der Anruf dient uns **als Instrument für die Spende des Angerufenen**

- ▶ Erhöht der Anruf auch die Wahrscheinlichkeit, dass der zweite Blutspender auftaucht?
- ▶ Erlaubt Schätzung des Ausmasses der Motivations-Ansteckung  $\delta$ .

# Starke Motivation-Ansteckung an derselben Adresse

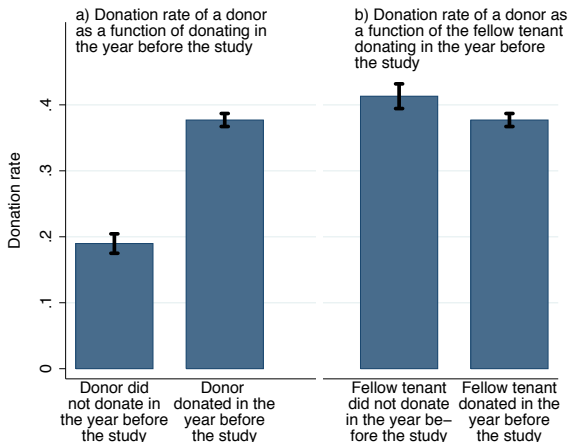
Graphische Darstellung des IV-Schätzers:



- ▶ Starker Effekt der aktuellen Spendemotivation auf Mitbewohner. **Rund 40% des Verhaltensimpulses wird übertragen.**

# Starke Motivation-Ansteckung an derselben Adresse

Test: wird auch latente Motivation übertragen?



- Vergangene Spendermotivation eines Spenders führt zu mehr eigenen Spenden.
  - Vergangene Spendermotivation eines Spenders führt nicht zu mehr Spenden des Mitbewohners.
- Spezifischer Effekt der aktuellen Motivation übt Einfluss aus auf Mitbewohner.

# Implikationen

Starke Motivations-Ansteckung innerhalb derselben Hausnummer

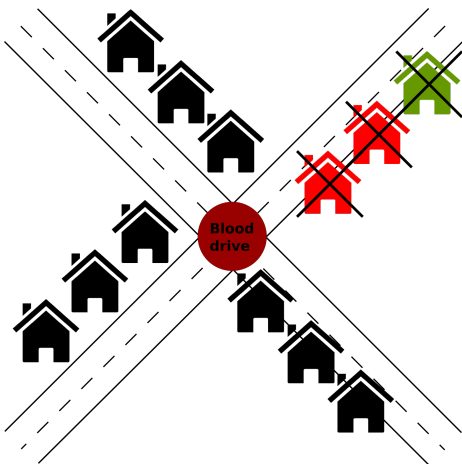
- Nicht nur "Paare": wir finden wenig Hinweise auf Heterogenität innerhalb der

Der soziale Multiplikator  $\delta \cong 40\%$ .

- ▶ Starke Spillover-Effekte.
- ▶ **Der Effekt verstärkt die Effektivität von Interventionen:** Eine Intervention, die die Motivation eines Spenders um 10% erhöht, hat einen **totalen Effekt der  $\frac{1}{1-\delta} \cong 1.8$  mal stärker ist.**

# Welche sozialen Netzwerke übertragen Motivation?

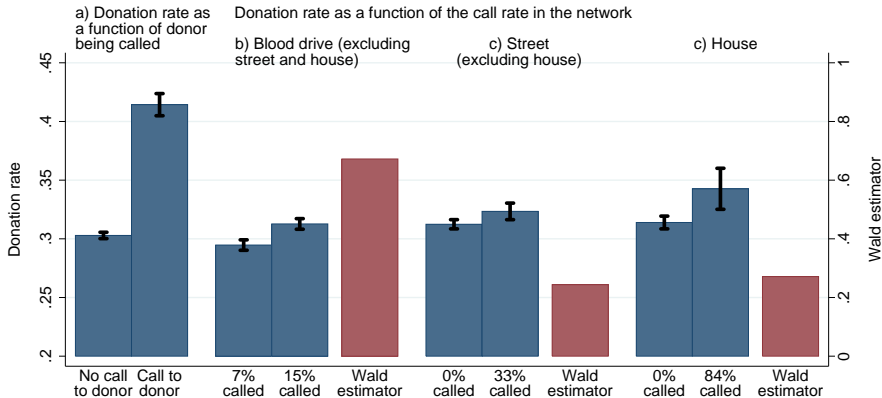
Genauere Analyse der Motivations-Ansteckung. Wir unterscheiden drei Ebenen



- ① **Selbe Adresse:** Wie vorher, aber auch Fälle mit mehr als 2 Spendern.
- ② **Selbe Strasse, aber andere Hausnummer:** Geographische Spillovers.
- ③ **Selbe Spendeaktion, aber andere Strasse:** Soziale Kontakte, die nicht durch geographische Nähe verursacht werden.

# Ergebnisse im Schnellverfahren

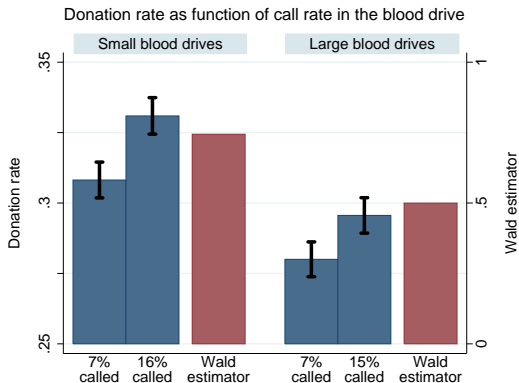
Motivations-Ansteckung findet nicht in erster Linie geographisch statt.



- ▶ Die stärksten Effekte laufen über soziale Kontakte, die nicht geographisch erklärbar sind.

# Ergebnisse im Schnellverfahren

Kleinere Spende-Aktionen haben stärkere Spillover-Effekte unter ihren Mitgliedern.



- ▶ Die stärksten Effekte laufen über soziale Kontakte, die nicht geographisch erklärbar sind.



Das war's

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit