

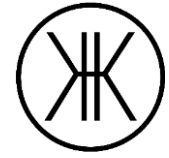


KARMASIN
RESEARCH & IDENTITY

**WIE KANN MAN DIE MOTIVATION VON
ROUTINEARBEITEN IM GESUNDHEITSBEREICH STEIGERN?
ERKENNTNISSE AUS DEN VERHALTENSWISSENSCHAFTEN
ZU GESUNDHEIT, HYGIENE UND PRÄVENTION**

**ERFAHRUNGSAUSTAUSCH „AKTION SAUBERE HÄNDE“
STEIERMARKHOF, GRAZ
12.10.2021**

ANSATZ DER VERHALTENSÖKONOMIE?



Standardannahme



„Der Mensch ist rational und maximiert seinen egoistischen Nutzen.“



Verhaltensökonomie



„Der Mensch ist nur begrenzt rational, er verarbeitet nur einen kleinen Teil der verfügbaren Informationen, hält sich an Faustregeln und ist von Emotionen und sozialen Einflüssen geprägt.“



„Menschen denken weit weniger
als sie denken zu denken“

Homo Oeconomicus?

$$C = SN(d_1) - N(d_2)Ke^{-rt}$$

C = Call premium

S = Current stock price

t = Time until option exercise

K = Option striking price

r = Risk-free interest rate

N = Cumulative standard normal distribution

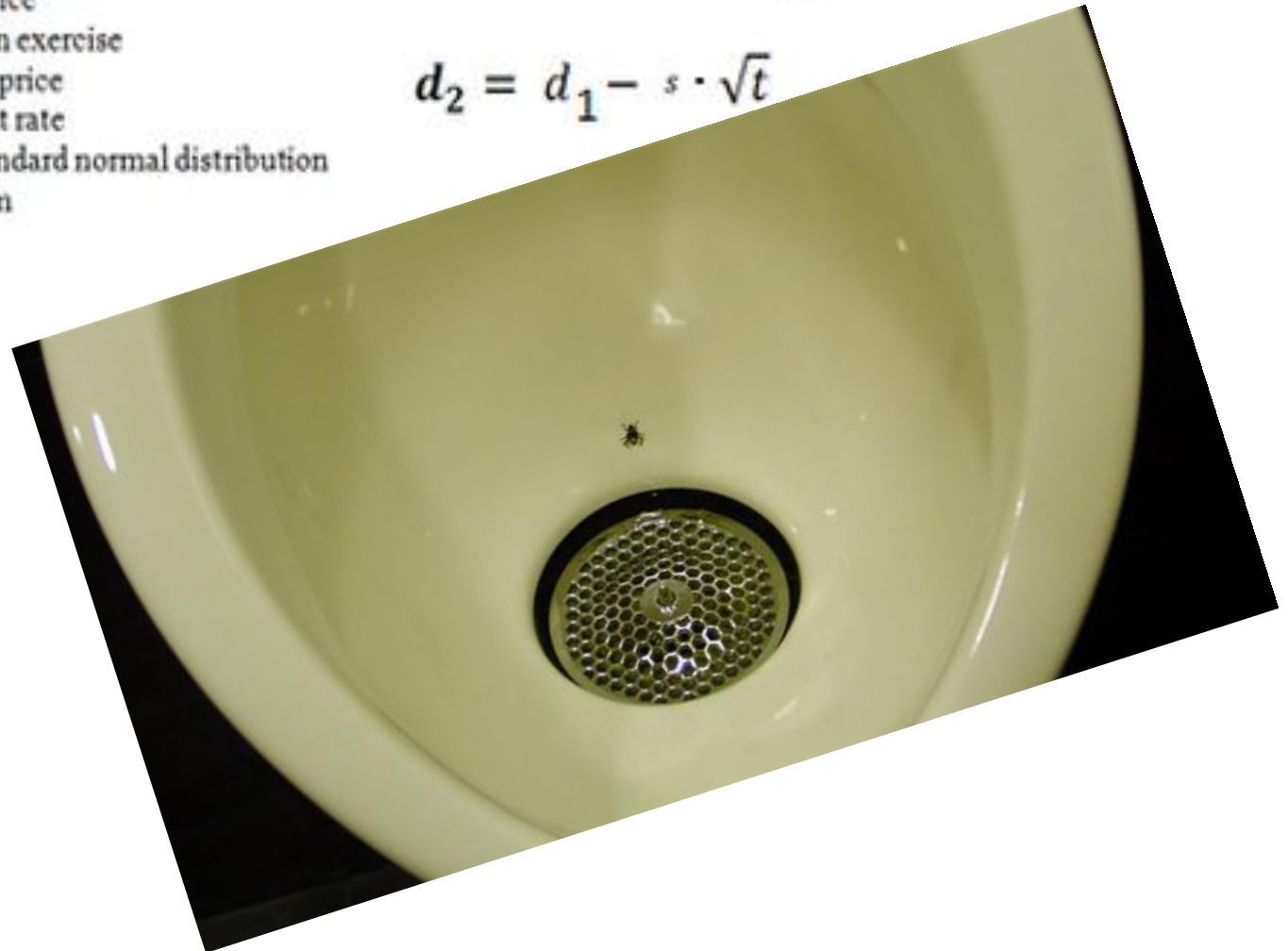
e = Exponential term

s = St. Deviation

ln = Natural Log

$$d_1 = \frac{\ln(S/K) + (r + s^2/2)t}{s \cdot \sqrt{t}}$$

$$d_2 = d_1 - s \cdot \sqrt{t}$$



Verhaltensökonomie?



The Mind Behaviour Gap

Warum wir wissen was zu tun ist und uns systematisch anders verhalten

Verhaltensänderung,
aber wie?



Menschen dort abholen wo sie stehen.
Die Maßnahmen müssen zu den Menschen passen.
Und nicht umgekehrt.



VERHALTENSÄNDERUNG, ABER WIE?

1. **Alle Ebenen MitarbeiterInnen und PatientInnen einbeziehen, multikollegiale Teams bilden**
2. **Die Beteiligten von ihrer Macht überzeugen und sie zum Mitmachen gewinnen → Hygiene zu ihrem Projekt machen.**
3. **Den sozialen Effekt und Vorbilder nutzen.**
4. **Wirksamkeit betonen: Belohnung und Feedback geben.**
5. **Die psychologischen Kosten gering halten: Einfache, konkrete und realistische Handlungsaufforderung.**



Make it EAST



KARMASIN
RESEARCH & IDENTITY

VIELEN DANK!