

# Hängt die Wirkung von prosozialen Nudges von Honesty/Humility ab?

Eine Online-Studie über die Spendenbereitschaft und den Einfluss von Persönlichkeitseffekten.

Präregistrierung auf OSF: <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/VTWEQ>

Dreessen, Malin; Herman-Tennosaar, Asta; Peters, Jule

## Theorie

**Nudging:** Verhaltensbeeinflussung durch Änderungen im Umfeld, bspw. um prosoziales Verhalten zu fördern, ohne die direkte Entscheidungsfreiheit einzuschränken (Thaler & Sunstein, 2008). Die Wirksamkeit variiert je nach Domäne und Nudge-Art

**HEXACO+D Modell:** Analyse der Persönlichkeit durch sieben Dimensionen:

Honesty/Humility, Agreeableness, Emotionality, Extraversion, Conscientiousness, Openness to Experience und Disintegration

**Korrelationen:** Honesty/Humility korreliert positiv mit prosozialem Verhalten (Hilbig, Glöckner, & Zettler, 2014); Dark Triad-Eigenschaften korrelieren negativ mit prosozialem Verhalten (Wertag et al., 2018)

**Untersuchungsziel:** Untersuchung des Einflusses von Persönlichkeitsmerkmalen auf die Effektivität von Nudges zur gezielten Förderung prosozialen Verhaltens

➔ **Operationalisierung** von prosozialem Verhalten durch Spendenbereitschaft

## Abbildung 1

### Messung der Spendenbereitschaft

Vielen Dank für Ihre Rückmeldung!

Stellen Sie sich vor, Sie hätten Ihre attraktivsten Produkte in einem Online-Store gekauft. Nun haben Sie die Möglichkeit einer kleinen Spende für ein Kinderhospiz.

Sie können 0-1€ spenden.

70% der anderen Kunden haben Geld gespendet.



10% VORSCHAU BEENDEN

Anmerkung: Davor Aufgabe, die Aufmerksamkeit vor der eigentlichen Aufgabe weglenken sollte. Bilder von freepik.net

## Hypothesen

1. Nudging bewirkt eine Steigerung der Spendenbereitschaft
2. Eine hohe Ausprägung von Honesty/Humility resultiert in einer höheren Spendenbereitschaft
3. Es gibt eine Interaktion zwischen Nudging und Honesty/Humility

### Exploratorische Fragestellung

1. Hat das Ausmaß an Disintegration einen negativen Einfluss auf die Wirksamkeit von prosozialen Nudges?
2. Welchen Einfluss haben die anderen Persönlichkeitseigenschaften auf die Wirksamkeit von prosozialen Nudges?

## Methode

### Datenauswertung durch binäre logistische Regression

#### Unabhängige Variable

- Nudging

#### Abhängige Variable

- Spendenbereitschaft (Abbildung 1)

#### Prädiktoren

- **HEXACO** mit "The 24-item Brief HEXACO Inventory (BHI)" von de Vries, R. E. (2013) ( $\alpha = 0.39-0.48$ )
- **Disintegration** mit "10-item Disintegration Scale" von Knezevic, G. (2017) ( $\alpha = 0.75$ )

## Daten

### Stichprobe

331 Versuchspersonen:

272 ♀, 56 ♂, 3 divers

Alter: 18-70 Jahre; Median: 21 Jahre

### Einkommen

Überwiegend Geringverdiener

(Nettoeinkommen 1500€ oder weniger)

Geringfügig beschäftigt oder nicht arbeitssuchend

## Ergebnisse

Tabelle 1

| Hypothese | Prädiktor               | Odds Ratio | 95% CI    | p-Wert  | df  |
|-----------|-------------------------|------------|-----------|---------|-----|
| H1        | Control/Nudging         | 1.08       | 0.62;1.86 | 0.788   | 329 |
| H2        | Honesty/Humility        | 1.46       | 0.99;2.17 | 0.059   | 329 |
| H3        | Interaktion H/H:Nudging | 1.12       | 0.51;2.49 | 0.782   | 327 |
| ERQ1      | Disintegration          | 1.45       | 0.93;2.31 | 0.109   | 329 |
| ERQ2      | Honesty/Humility        | 1.64       | 1.07;2.55 | 0.025*  | 324 |
|           | Emotionality            | 1.43       | 0.95;2.17 | 0.086   | 324 |
|           | Extraversion            | 1.40       | 0.88;2.24 | 0.159   | 324 |
|           | Agreeableness           | 1.52       | 0.93;2.50 | 0.095   | 324 |
|           | Conscientiousness       | 0.48       | 0.30;0.74 | 0.001** | 324 |
|           | Openness                | 1.23       | 0.80;1.91 | 0.342   | 324 |

H/H in bivariater Regression nicht signifikant, aber im Gesamtmodell „unique“ Effekt

- **Honesty/Humility ist ein positiver und Conscientiousness ein negativer Prädiktor für prosoziales Verhalten**
- **Der Haupteffekt von Nudging wurde nicht signifikant**
- ➔ Mehr Zeit in die Konzeption der Nudging-Intervention investieren, um deren Wirksamkeit zu erhöhen
- Effektstärke von Nudging zukünftig konservativer schätzen
- Langversion des HEXACO-Fragebogens verwenden, um die Reliabilität zu erhöhen
- Soziale Erwünschtheit ggf. besser kontrollieren
- Erfolgreiche Rekrutierung der Versuchspersonen, jedoch stark homogene Stichprobe bestehend aus hauptsächlich Psychologiestudentinnen

## Diskussion

### Literaturverzeichnis:

Ashton, M. C., Lee, K., Perugini, M., Szarota, P., de Vries, R. E., Di Blas, L., Boies, K., & De Raad, B. (2004). A six-factor structure of personality-descriptive adjectives: Solutions from psycholinguistic studies in seven languages. *Journal of personality and social psychology*, 86(2), 356–366. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.86.2.356>

Hilbig, B. E., Glöckner, A., & Zettler, I. (2014). Personality and prosocial behavior: Linking basic traits and social value orientations. *Journal of personality and social psychology*, 107(3), 529–539. <https://doi.org/10.1037/a0036074>

Mertens, S., Herberz, M., Hahnel, U., & Brosch, T. (2022). The effectiveness of nudging: A meta-analysis of choice architecture interventions across behavioral domains. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. <https://doi.org/10.1073/pnas.2107346118>

Festinger, L. (1957). *Selective Exposure Theory*, 16, 401.

Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. London: Penguin.

Weijers, R. J., de Koning, B. B., & Paas, F. (2021). Nudging in education: From theory towards guidelines. *European Journal of Psychology of Education*, 883-902. <https://doi.org/10.1007/s10212-020-00495-0>

Wertag, A., & Bratko, D. (2019). In search of the prosocial personality: Personality traits as predictors of prosociality and prosocial behavior. *Journal of Individual Differences*, 40(1), 55–62. <https://doi.org/10.1027/1614-0001/a000276>