

## Corona-Pandemiebekämpfung

### Social Distancing im Lichte der Verhaltensforschung

**Das Social Distancing und die mit ihm verbundenen Kontaktbeschränkungen und Abstandsregeln stellen derzeit ein wesentliches Instrument dar, um die Ausbreitung des Coronavirus Sars-CoV-2 zu verlangsamen und mittelfristig einzudämmen. Gerade wenn diese Maßnahmen jedoch über einen längeren Zeitraum freiwillig eingehalten werden müssen, kann deren Akzeptanz leiden. Um diesem Akzeptanzverlust entgegenzuwirken, sollten verhaltenswissenschaftliche Erkenntnisse in der Ausgestaltung und Kommunikation von Social Distancing-Maßnahmen berücksichtigt werden. In diesem ConPolicy-Diskussionspapier gehen wir daher der Frage nach, welche Schlussfolgerungen aus der Verhaltensforschung für ein erfolgreiches Social Distancing abgeleitet werden können und was das für die Politik bedeutet. Hierbei handelt es sich um einen Zwischenstand unserer Betrachtungen. Wir freuen uns auf kritische Anmerkungen!**

#### Herausforderung der Pandemie-Eindämmung

Die Pandemie, die durch den Coronavirus Sars-CoV-2 verursacht wird, stellt die Gesundheits-, Wirtschafts- und Gesellschaftssysteme weltweit vor enorme Herausforderungen. Ein vorrangiges Ziel besteht derzeit darin, die Anzahl der Neuinfektionen über einen längeren Zeitraum zu strecken (#flattenthecurve), um die Gesundheitssysteme nicht zu überlasten und Zeit für die Entwicklung von Therapien sowie Impfstoffen zu gewinnen.

Zur Verlangsamung der Ausbreitung der Pandemie stellt das **Social Distancing** – also eine räumliche Distanzierung von den Mitmenschen – eine maßgebliche Strategie dar, um die Infektionsraten zu reduzieren. Die Bundesregierung setzt diese Strategie derzeit in Abstimmung mit

den Bundesländern in Form von Kontaktbeschränkungen und Mindestabstandsregeln im öffentlichen Raum durch.

Social Distancing stellt Bürgerinnen und Bürger jedoch vor eine Reihe von praktischen Herausforderungen. Auch könnte die gesellschaftliche **Akzeptanz** dieser gesetzlichen Maßnahmen leiden, je länger sie beibehalten werden müssen. Die Verhaltenswissenschaften können helfen, Lösungsansätze zu identifizieren, um Menschen bei der Einhaltung der notwendigen Distanzierungsregeln zu helfen und ihr Verhalten zu ändern sowie deren gesellschaftliche Akzeptanz zu steigern.

Diese Lösungsansätze sind umso wichtiger, da auch nach Lockerung verschiedener restriktiver Maßnahmen der Wiederanstieg von Neuinfektionen durch entsprechendes – dann freiwilliges – Verhalten verhindert werden muss. Hier können

die Verhaltenswissenschaften einen Beitrag zur Debatte über zukünftige politische Handlungsoptionen liefern.

### Lösungsansätze aus einer verhaltenswissenschaftlichen Perspektive

Social Distancing ist dann erfolgreich, wenn die Menschen a) grundsätzlich zuhause bleiben und wenn sie sich b) an die Präventionsmaßnahmen halten, sofern sie sich außerhalb ihrer vier Wände aufhalten. Im Folgenden unterscheiden wir daher zwischen diesen beiden Zielen des Social Distancings und zeigen mögliche Lösungsansätze aus einer verhaltenswissenschaftlichen Perspektive auf.

#### a) Wie können Menschen dazu bewegt werden, zuhause zu bleiben?

Unser Alltag und Verhalten sind von **sozialen Normen** bestimmt.<sup>1</sup> Hierzu gehört es, sich insbesondere in Krisenzeiten regelmäßig mit Familie und Freunden zu treffen und auszutauschen. Die Norm hierhinter ist: Nähe = Fürsorge. Zusammenkünfte im außerfamiliären Kontext dürfen derzeit jedoch nicht physisch stattfinden. Die Herausforderung besteht demnach darin, diese **soziale Norm umzudrehen**: Nun muss es heißen: Abstand = Fürsorge.

Soziale Normen können durch eine Reihe von verhaltensbezogenen Maßnahmen beeinflusst und verändert werden. So könnte ein neuer **Referenzpunkt<sup>2</sup> gesetzt** werden: Hinweise sowie eine öffentliche Berichterstattung, die klarstellen, dass sich ein Großteil der Bevölkerung an die Kontaktbeschränkungen hält, könnten die soziale Norm verändern.

Auch sollte daran gearbeitet werden, das **Framing<sup>3</sup>** des Social Distancing zu verändern. Hierbei wäre es wichtig zu betonen, dass die *physische* Distanzierung notwendig ist, aber nicht mit einer *sozialen* Distanzierung einhergehen muss. Denn durch Telefonate, Videogespräche oder Briefe kann die soziale Interaktion zumindest mit einem Großteil von Kontakten aufrechterhalten werden.

Ferner prägen **Verhaltensroutinen** menschliches Verhalten im Alltag maßgeblich. Hierzu gehört etwa die alltägliche Fahrt zur Arbeit oder der tägliche Einkauf. Verhaltensroutinen können etwa durch eine Veränderung von **Voreinstellungen bzw. Defaults<sup>4</sup>** verändert werden: Wenn der Ar-

beitgeber auch nach Aufheben der Beschränkungen etwa das Arbeiten aus dem **Home Office** als Standard vorschreibt, von dem nur als Ausnahme abgewichen wird, so werden viele Arbeitnehmer bei dieser neuen Routine – also der Arbeit von zuhause – bleiben.

#### b) Wie können Menschen dazu bewegt werden Präventionsmaßnahmen außerhalb ihrer eigenen Wohnung einhalten?

Gerade im öffentlichen Raum ist es wichtig, dass Bürgerinnen und Bürger die WHO-Regeln zum Händewaschen, die Hust- & Niesetikette und insbesondere die Abstandsregeln konsequent beachten.

Hier stellen sich aus verhaltenswissenschaftlicher Sicht zwei grundlegende Herausforderungen:

Wie bereits erwähnt wurde, sind unsere sozialen Kontakte und unser Alltag auf Kontakt und Nähe zu anderen ausgelegt. Daher ist ein **Perspektivwechsel** notwendig, der die Eigenverantwortung jedes Einzelnen stärker hervorhebt. Dies könnte beispielsweise bedeuten, dass sich jede Person konsequent so verhält, als träge sie den Virus in sich und deshalb zum Wohle ihrer Mitmenschen Abstand hält und die Hygieneregeln einhält. Diesen Ansatz treibt die Bewegung #maskeauf<sup>5</sup> voran, indem sie Bürgerinnen und Bürger dazu motiviert, selbstgebastelte Masken zu tragen. Diese verringern das Infektionsrisiko, stellen eine sichtbare Erinnerung an die Abstandsregeln dar und senden ein wichtiges soziales Signal: Ich trage eine Maske, um meine Mitmenschen zu schützen. Eine Ergänzung hierzu könnten etwa umgestaltete Warn-Jacken von Radfahrern sein („1,5 Meter Abstand halten“), die als Corona-Jacken umgestaltet werden.

Die zweite Herausforderung ergibt sich daraus, dass es Menschen schwerfällt, selbst die besten guten Vorsätze auch tatsächlich umzusetzen und über lange Zeit beizubehalten. Dies ist in der Verhaltenswissenschaft als **Intention-Behaviour-Gap<sup>6</sup>** bekannt. Hier können verhaltensbasierte Maßnahmen helfen, die Menschen an das erwünschte Verhalten erinnern. Solche Maßnahmen können selbstaufgelegte „Wenn-Dann“-Regeln<sup>7</sup> beinhalten. Hierzu zählen beispielsweise Regeln wie: „Wenn ich das Haus betrete, dann wasche ich mir als erstes die Hände“. Wenn-Dann Regeln, erleichtern das gewünschte Verhal-

ten beizubehalten und helfen dabei, neue Routinen zu erlernen. Solche Regeln könnten zusätzlich mit visuellen Reizen unterstützt werden.<sup>8</sup>

Zusätzlich können **öffentliche Bekenntnisse**<sup>9</sup> helfen, dass Menschen ihr erwünschtes Verhalten einhalten. So sollte man sich auch nach dem Kontaktverbot mit Freunden, Bekannten und Kollegen verabreden, und sich vor dem Treffen gegenseitig sagen: „Wenn ich dich treffe, behalte ich 2-Meter Abstand bei.“

### Fazit

Wie diese überblicksartige Übersicht zeigt, kommt es für eine erfolgreiche Umsetzung des Social Distancing in einer freiheitlichen Gesellschaft insbesondere darauf an, die Bürgerinnen und Bürger auf freiwilliger Basis für Präventionsmaßnahmen und hierbei insbesondere die des Social Distancing zu gewinnen. Da hierfür nicht unerhebliche Veränderungen von Verhaltensroutinen notwendig sind, sollten verhaltenswissenschaftliche Erkenntnisse in der Ausgestaltung und Kommunikation von Social Distancing-Maßnahmen berücksichtigt werden. Politische Entscheidungsträger sollten diese Erkenntnisse daher sowohl in der Gestaltung als auch in der Kommunikation der Maßnahmen berücksichtigen.

## Anhang B: Quellen

- <sup>1</sup> Cialdini, Reno, Kallegrén (1990) A Focus Theory of Normative Conduct: Recycling the Concept of Norms to Reduce Littering in Public Places. *Journal of Personality and Social Psychology*.
- <sup>2</sup> Kahneman, Knetsch, Thaler (1991) Anomalies: The Endowment Effect, Loss Aversion, and Status Quo Bias. *Journal of Economic Perspectives*.
- <sup>3</sup> Tversky, Kahneman (1981) The Framing of Decisions and the Psychology of Choice. *Science*.
- <sup>4</sup> Johnson, Goldstein (2003) Do Defaults Save Lives? *Science*.
- <sup>5</sup> Die Webseite der Bewegung ist: [www.maskeauf.de](http://www.maskeauf.de)
- <sup>6</sup> Sheeran, Webb (2016) The Intention–Behavior Gap. *Social and Personality Psychology Compass*.
- <sup>7</sup> Gollwitzer (1999). Implementation intentions: Strong effects of simple plans. *American Psychologist*.
- <sup>8</sup> Tiefenbeck, Goette, Degen, Tasic, Fleisch, Lalive, Staake (2018) Overcoming Salience Bias: How Real-Time Feedback Fosters Resource Conservation. *Management Science*.
- <sup>9</sup> Bryan, Karlan, Nelson (2010) Commitment Devices. *Annual Review of Economics*.