

Please Give Generously!

The Impact of Appeal on the Contributions to an Online Community

Raute Wirtschaft

- Eine kostenlose online **Plattform**
- Für **Wirtschaftsstudenten** der Goethe Universität
- Sie ermöglicht den **Informationsaustausch**

Fragestellung

Daraus ergibt sich die Frage, ob ...

- **Soziale Normen** und
 - Ein **Signal für die Qualität** eines Gutes
- ... stark genug sind, um das **Beitragsverhalten** der Nutzer zu stärken.

Hintergrund

Studien zeigen, dass Menschen sich am Verhalten ihres **sozialen Umfelds orientieren**.

- **Soziale Normen**
Bsp.: Spender orientieren sich bei ihrem Engagement an ihrem sozialen Umfeld.
- **Signal für die Qualität** eines Gutes
Bsp.: Ein hohes Spendenvolumen erhöht die Spendenbereitschaft.

Hypothesen

Treatment 1: H0

Feedback begleitet durch einen Aufruf für mehr Beiträge hat keinen Einfluss auf die Beiträge.

Treatment 2: H0

Informationen für einen sozialen Vergleich und ein Signal für die Qualität begleitet durch einen Aufruf für mehr Beiträge haben keinen Einfluss auf die Beiträge.

Im Treatment enthaltene Informationen

- Ein Aufruf für mehr Beiträge
- Feedback zum eigenen bisherigen Beitragsverhalten
- Anteil der bisher beitragenden Nutzer an den aktiven Nutzern
- Signal für die Qualität der Plattform (Summe der Beiträge)

Treatment Gruppe 1

-
-
-
-

Treatment Gruppe 2

-
-
-
-

Ermöglicht den sozialen Vergleich

Methode

• Differences in Differences Test (DiD)

Vergleich des Beiträge (B) der Kontrollgruppe (c) und der Treatment Gruppe (t) vor und nach dem Treatment (T).

Ermittlung des Treatmenteffekts mit dem DiD Test:

Differenz nach T

$$D_1 = B_{c,1} - B_{t,1}$$

Unterschied zwischen den Gruppen nach dem Treatment.

Differenz vor T

$$D_0 = B_{c,0} - B_{t,0}$$

Unterschied zwischen den Gruppen vor dem Treatment.

Treatmenteffekt

$$D_1 - D_0$$

Der um Unterschiede in den Gruppen bereinigte Treatmenteffekt.

• Feedback Effekt

Die Kontrollgruppe soll auch Informationen über das eigene bisherige Beitragsverhalten bekommen, um den Effekt des Feedbacks auszuschließen.

Abbildung 1: Screenshot Treatment 2



Vorgehen

• Aussortierung inaktiver Nutzer

Um die Relevanz des sozialen Vergleichs für die Teilnehmer sicher zu stellen.

• Einteilung der Nutzer

Damit die späteren Gruppen möglichst vergleichbar sind (siehe Abb. 2).

• Randomisierte Aufteilung in:

Zufällige Aufteilung der og. 18 Gruppen auf:

- ✓ Kontrollgruppe
- ✓ Treatment Gruppe 1
- ✓ Treatment Gruppe 2

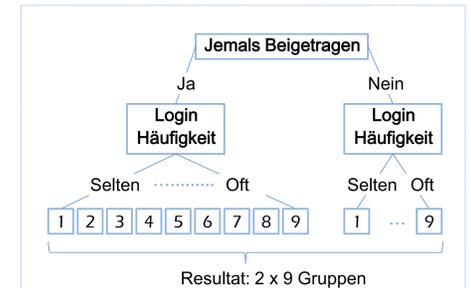
• Übermittlung der Treatments:

Die Nutzer bekommen nach dem einloggen eine individuelle Nachricht (Treatment) auf der Startseite angezeigt, abhängig von der Gruppe.

• Treatmentphase

Start: Erster Login des jeweiligen Nutzers während der Beobachtungsphase
Dauer: Bis zu einem Monat

Abbildung 2: Einteilung der Nutzer



Größe der Stichprobe: 263

Auswertung

• Lineares Regressionsmodell

$$\text{Beiträge}_{i,t} = \alpha_0 + \beta_1 T1_i + \beta_2 T2_i + \beta_3 t + \beta_5 tT1_i + \beta_6 tT2_i$$

Zusätzlich: Auswertung relativ zum Beobachtungszeitraum

• DiD Tests: Durchführung mit dem Statistikprogramm „R“

• Schätzung des Treatmenteffekts

• Prüfung auf Selektionseffekt

Ergebnis

• Treatmenteffekt

- Zweideutiger Effekt:
 - ▲ Mehr Kommentare
 - ▼ Weniger hochgeladene Dokumente
- Negativer Gesamteffekt
- Entspricht der Theorie, da Angleichung an die soziale Norm

• Selektionseffekt

- Inaktivere Nutzer wurden weniger erreicht
- Grund: Relativ kurzer Beobachtungszeitraum
- Folge: Positiver Effekt kommt kaum zum tragen