

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

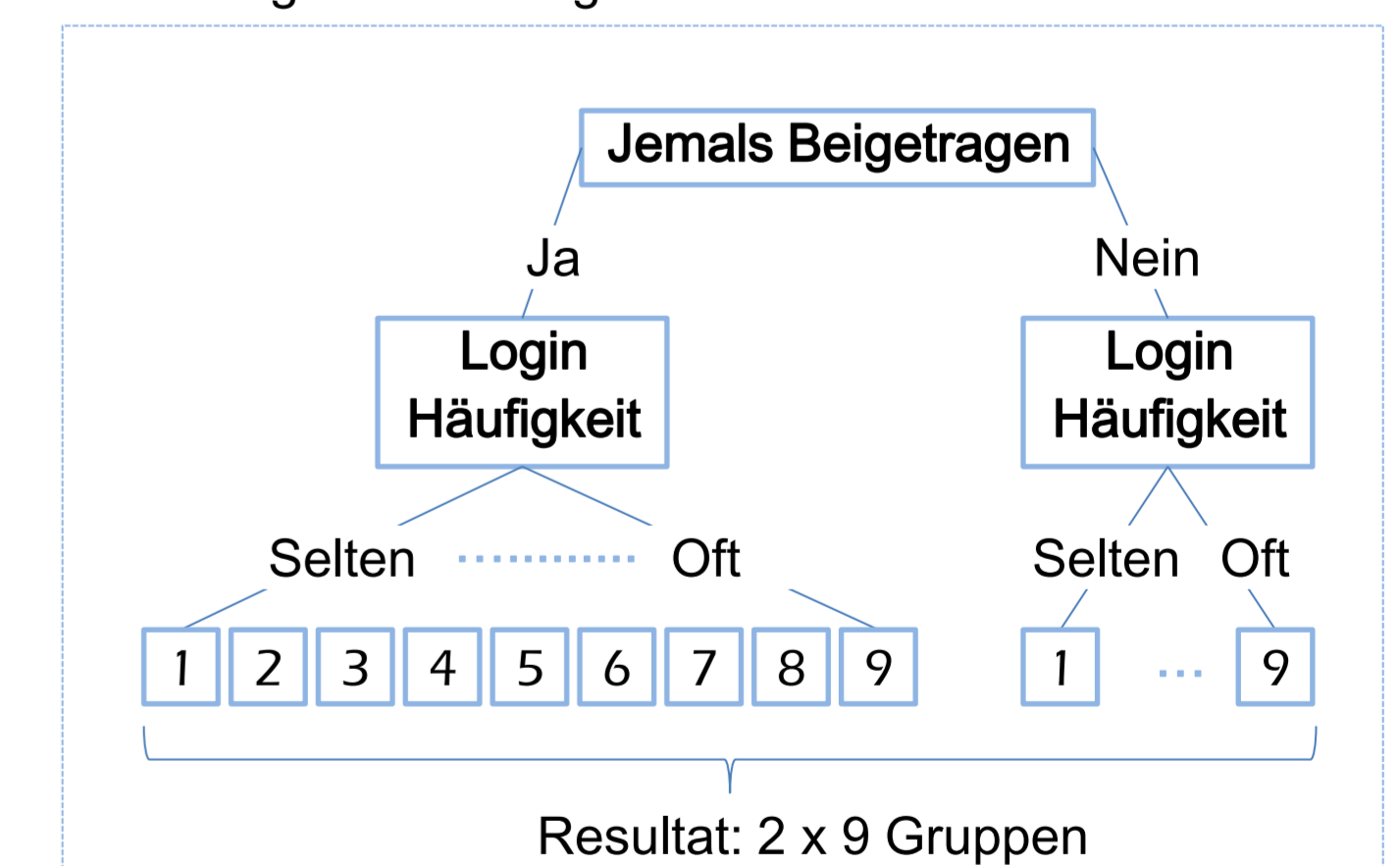
Übermittlung der Treatments:

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