



Munich Personal RePEc Archive

## **Pay-What-You-Want and Public Goods: a case study of vhs.wissen live**

Egbert, Henrik and Greiff, Matthias

Anhalt University of Applied Sciences, Clausthal University of  
Technology

30 August 2023

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/118432/>  
MPRA Paper No. 118432, posted 03 Sep 2023 18:16 UTC

# Pay-What-You-Want für öffentliche Güter: Eine Fallstudie zu *vhs.wissen live*

Henrik Egbert<sup>1</sup> und Matthias Greiff<sup>2</sup>

Wir argumentieren und zeigen anhand einer Fallstudie, dass der Preismechanismus Pay-What-You-Want bei spezifischen öffentlichen Gütern eingesetzt werden kann. Durch die Einnahmen aus freiwilligen Zahlungen kann eine Teilfinanzierung der Erstellungskosten erfolgen. Wir grenzen Pay-What-You-Want für öffentliche Güter von Spenden ab. Der Pay-What-You-Want Mechanismus ist dabei umfassender, als Spenden. Eine Fallstudie zeigt, dass mit relativ geringem Aufwand Einnahmen entstehen. Dies impliziert, dass wenn Nutzern öffentlicher Güter die Möglichkeit einer freiwilligen Zahlung eröffnet wird, diese Güter in größerer Menge beziehungsweise besserer Qualität erstellt werden können.

We argue and employ a case study to show that the pay-what-you-want pricing mechanism can be applied to specific public goods. Revenues from voluntary payments can partially finance the production costs. We separate pay-what-you-want for public goods from donations and argue that the pay-what-you-want mechanism is more comprehensive than donations. A case study shows that revenues can be generated with moderate effort. This implies that if users of public goods are given the option of paying voluntarily, these goods can be produced in larger quantities or better quality.

**Keywords:** PWYW; Pay-What-You-Want; Pay-What-You-Want und öffentliche Güter; Pay-What-You-Want and public goods; Finanzierung öffentlicher Güter; financing of public goods; *vhs.wissen live*

**JEL:** D49, H27, H40, H41, H83

**Datum:** 30. August 2023

---

<sup>1</sup> Kontakt: Hochschule Anhalt, Fachbereich Wirtschaft, henrik.egbert@hs-anhalt.de.

<sup>2</sup> Kontakt Technische Universität Clausthal, Institut für Wirtschaftswissenschaft, matthias.greiff@tu-clausthal.de.

## 1. Einleitung<sup>3</sup>

Bei der privaten Bereitstellung öffentlicher Güter kann es zu Marktversagen kommen, weil individuelle Zahlungsbereitschaften aufgrund der Nichtausschließbarkeit im Konsum nicht ermittelt werden können. Dadurch ist Trittbrettfahrerverhalten möglich. Deshalb erfolgt die Finanzierung öffentlicher Güter häufig über administrative Abgaben und die Bereitstellung wird entweder durch staatliche Organisation oder staatlich finanzierte private Organisationen übernommen. Dieser Ansatz löst teilweise das Trittbrettfahrerproblem, jedoch führt die Erhebung solcher Abgaben zu Ineffizienz. Eine Ursache für Ineffizienz ist, dass die Höhe der administrativen Abgaben bestenfalls zufällig den individuellen Zahlungsbereitschaften und den Erstellungskosten entspricht.

Unser Ansatz zur Verminderung dieser Ineffizienz setzt bei den Menschen an, die eine höhere Wertschätzung eines öffentlichen Gutes haben, als durch die Zahlung der administrativ erhobenen Abgaben abgeschöpft wird. Unser Argument ist, dass durch das Angebot eines *ergänzenden freiwilligen* Zahlungsmechanismus solche Zahlungsbereitschaften aktiviert werden können. Ein freiwilliger Zahlungsmechanismus kann dabei die administrativen Abgaben ergänzen. Der Unterschied zwischen einer ergänzenden freiwilligen Zahlung und Spenden ist, dass erstere an das öffentliche Gut zweckgebunden ist, während Spenden an Organisationen weitgehend zweckungebunden sind und keine konkrete Gegenleistung erfolgt. Wir argumentieren und zeigen anhand einer Fallstudie, dass durch einen freiwilligen Zahlungsmechanismus *zusätzliche* Einnahmen entstehen, die für die Finanzierung öffentlicher Güter eingesetzt werden können.

Liegt Ausschließbarkeit aber keine Rivalität vor, so handelt es sich um Clubgüter. Unsere Argumentation kann sowohl auf reine öffentliche Güter (Samuelson 1954) als auch auf Clubgüter angewendet werden, jedoch argumentieren wir nachfolgend für reine öffentliche Güter. Häufig liegt bei öffentlichen Gütern ein lokaler Bezug vor (Stiglitz 1977; Tiebout 1956). Beispiele sind die Versorgung mit Dienstleistungen durch öffentlich finanzierte Organisationen (Feuerwehren, Katastrophenschutz, Erwachsenenbildung) und spezifische administrative Dienstleistungen von Behörden (Ämtern). Öffentliche Güter mit einer größeren räumlichen Reichweite richten sich an Nutzergruppen, die durch gemeinsame Interessen definiert werden. Zu diesen Gütern gehört der Zugang zu Informationen (Fernsehsendungen, Lexika, Zeitungen, Museen) oder kulturelle Angebote (Theater, Konzerte).

Bei diesen Gütern können Nutzer ihre Wertschätzung allerdings nur bedingt monetär ausdrücken (vgl. aber *Wikipedia* und *The Guardian*). Bei öffentlichen Dienstleistungen von Behörden oder anderen Einrichtungen ist dies nicht vorgesehen. Nur vereinzelt fragen Ämter die Zufriedenheit der Bürger ab, die beispielsweise aufgefordert werden mit Sternchen oder Smilies eine Bewertung abzugeben.

Reale-Welt-Beobachtungen deuten darauf hin, dass für öffentliche Güter nicht nur individuelle Zahlungsbereitschaften bestehen, sondern dass sich diese auch *monetär*

---

<sup>3</sup> Wir danken herzlich den Initiatoren und Leitern des Projekts *vhs-wissen live*, Herrn Christof Schulz (VHS SüdOst) und Herrn Claus Lüdenbach (VHS Esslingen) für ihre Bereitschaft uns die anonymisierten Daten für die Fallstudie zur Verfügung zu stellen und uns bei der Erstellung der Fallstudie zu unterstützen. Für mögliche Fehler in der Darstellung sind allein die Autoren verantwortlich.

abschöpfen lassen. Städtische Zoos sammeln beispielsweise von Besuchern zusätzliche Spenden für neue Tiergehege, Besucher alter Bauwerke werden um Geld für den Denkmalschutz gebeten, Konzert- und Museumsbesucher leisten freiwillige Beiträge bei Veranstaltungs- oder Ausstellungsbesuchen. In öffentlichen Krankenhäusern geben Patienten oder Angehörige Geschenke an die Belegschaft. Auch im Crowdfunding finden sich Beispiele für die Vorfinanzierung öffentlicher Güter. Neben Geld und Sachleistungen setzen Menschen auch ihre Zeit ein, um öffentliche Güter zu erstellen. Dies geschieht beim Sammeln vom Müll in der Nähe des Wohnortes oder bei der Ausübung ehrenamtlicher Tätigkeiten.

Die experimentelle Forschung zu sozialen Präferenzen zeigt ebenfalls, dass sich Individuen freiwillig an der Erstellung öffentlicher Güter beteiligen (z.B. Greiff 2011; Lerner und Tirole 2001, 2002; Stutzer *et al.* 2011; Weber 2004). Insofern kann eine freiwillige Zahlung auch verstanden werden als ein Angebot an Nachfrager und Nutzer, öffentliche Güter entsprechend ihrer sozialen Präferenzen zu bewerten und damit ethische Werte und intrinsische Motive ihrer Nutzenfunktion zu realisieren.

Unser Argument ist, dass eine freiwillige Zahlungsbereitschaft, die über den individuellen Beitrag zu einer öffentlichen Finanzierung hinausgeht und nicht abgeschöpft wird, zu Ineffizienz bei der Finanzierung und Erstellung dieser Güter führt. Wir setzen bei diesem Problem an und schlagen für öffentliche Güter einen Zahlungsmechanismus vor, der die Einnahmen aus administrativen Abgaben ergänzt. Unsere Perspektive ist mikroökonomisch und knüpft an den betriebswirtschaftlichen Preismechanismus Pay-What-You-Want für private Güter an (für einen Überblick, siehe Gerpott 2016 und Greiff & Egbert 2018). Wir behandeln hier nicht die Diskussion eines Crowding-Out und Crowding-In durch private Spenden für öffentliche Güter (z.B. Bolle und Otto 2010; Heutel 2014), weil wir zwischen Spenden und Pay-What-You-Want unterscheiden.

Der Artikel ist wie folgt strukturiert: Im zweiten Abschnitt führen wir den freiwilligen Zahlungsmechanismus Pay-What-You-Want für öffentliche Güter ein. Im dritten Abschnitt beziehen wir diesen auf die Bereitstellung öffentlicher Güter. Im vierten Abschnitt stellen wir eine Fallstudie dar um danach eine Zusammenfassung zu geben.

## **2. Freiwilliger Zahlungsmechanismus**

Weil der marktliche Preismechanismus bei der Erstellung öffentlicher Güter versagt erfolgt deren Finanzierung über administrative Abgaben wie Steuern und Gebühren. Ineffizienz entsteht u.a. dadurch, dass die administrativen Abgaben wenig Raum lassen, die individuelle Wertschätzung der öffentlichen Güter zu offenbaren. Unser Argument ist, dass die Option zusätzliche freiwillige Abgaben für öffentliche Güter zu entrichten, eine Pareto-Verbesserung ermöglicht.

Freiwillige Abgaben bieten denjenigen, die sie zahlen, die Möglichkeit ihren individuellen (immateriellen) Nutzen zu erhöhen. Dies folgt unmittelbar aus der Freiwilligkeit der Abgabe. Würde die Zahlung nicht den individuellen Nutzen erhöhen, würde sie nicht freiwillig gezahlt werden. Deshalb können Personen mithilfe einer freiwilligen Zahlung ihre Wertschätzung der bereitgestellten öffentlichen Güter Ausdruck geben. Personen, die lediglich ihre

administrativen Abgaben leisten, werden dadurch nicht schlechter gestellt. Die zusätzlichen Einnahmen können für eine verbesserte Qualität oder eine größere Menge der zukünftig erstellten öffentlichen Güter eingesetzt werden. Alternativ können die zusätzlichen Einnahmen genutzt werden, um die Höhe der administrativen Abgaben für alle Nutzer zu senken. Insofern kann der Nutzen aller erhöht werden. Zusätzlich erhält der Produzent durch die freiwilligen Zahlungen Informationen über die Wertschätzung der bereitgestellten Güter. Um solche Pareto-Verbesserungen zu realisieren wird ein Arrangement benötigt, mit dem freiwillige Zahlungen ermöglicht werden. Dieses Arrangement soll sich an diejenigen richten, die das öffentliche Gut nutzen. Unser Ansatz ist die Implementierung des freiwilligen Zahlungsmechanismus Pay-What-You-Want (PWYW), der bereits für private Güter genutzt wird.

Dieser Zahlungsmechanismus hat seit der Studie von Kim *et al.* (2009) große Aufmerksamkeit in der theoretischen Forschung und Praxisanwendung erfahren. PWYW ermöglicht es Käufern den Preis für private Konsumgüter selbst zu bestimmen und damit ihre Zahlungsbereitschaft zu offenbaren. Dies schließt die Zahlungsbereitschaft von Null ein. Inzwischen liegt eine Vielzahl empirischer Untersuchungen zu PWYW vor (vgl. die Überblicksartikel von Gerpott 2016; Greiff und Egbert 2018).

Eine Forschungsrichtung in dieser Literatur fokussiert PWYW als Preismechanismus für gewinnorientierte Unternehmen. Oftmals handelt es sich um private Dienstleistungen und digitale Güter, deren Wert dem Konsumenten erst nach dem Konsum ersichtlich wird. Eine zweite Forschungsrichtung ist sowohl in der Konsumforschung und der Psychologie als auch in der Theorie sozialer Präferenzen verankert. Untersucht werden die Motive der Konsumenten bei einer freiwilligen Zahlung. Hierbei spielen u.a. Fairnesspräferenzen, Präferenzen für soziale Belange, Signalisierungsstrategien, Status, Emotionen u.a. eine Rolle. Der Einsatz von PWYW für öffentliche Güter, die durch öffentliche Verwaltungen oder nicht-gewinnorientierte Organisationen bereitgestellt werden, wurde bisher gar nicht oder nur in Einzelfällen analysiert.

Wir bauen unsere Argumentation auf zwei Ergebnissen der bisherigen Forschung zu PWYW auf. Erstens zeigen alle empirischen Studien zu privaten Gütern, dass es immer Menschen gibt, die freiwillig positive Beiträge leisten, auch wenn sie nichts zahlen müssten. Beispielsweise geben Restaurantbesucher Trinkgeld, selbst wenn klar ist, dass sie das besuchte Restaurant in Zukunft nicht wieder besuchen werden (Azar 2007). Die oben angeführten Ergebnisse aus Experimenten und die Reale-Welt-Beispiele deuten darauf hin, dass dies auch bei öffentlichen Gütern der Fall ist. Zweitens kann ein Zusammenhang zwischen der Zahlungsbereitschaft und der individuellen Konsumerfahrung erwartet werden. Da viele öffentliche Güter vorgehalten aber nicht permanent nachgefragt werden, haben Nutzer ein Informationsproblem. Für Nutzer ist es schwierig den subjektiven Wert der Güter bzw. die eigene Zahlungsbereitschaft dafür einzuschätzen, weil die Güter unregelmäßig oder sogar nur einmalig (administrative Dienstleistungen, Dienstleistungen im Gesundheitswesen, Erziehung) nachgefragt werden. Insofern handelt es sich um Erfahrungsgüter, deren Qualität und Wertschätzung vor dem Konsum unbekannt ist (Nelson 1970). Für Erfahrungsgüter schlagen Egbert *et al.* (2015) PWYW *nach* dem Konsum vor, um dem Informationsproblem zu begegnen (vgl. Viglia *et al.* 2019 für einen empirischen Test und Kc *et al.* 2023 für ein optimales PWYW-Timing). Diesem Ansatz

der ex-post Zahlung wird hier gefolgt. Verhaltensorientierte Studien zum Spendenverhalten (Gneezy *et al.* 2010; Butz und Harbring 2022; Park *et al.* 2017) stehen unserer Fallstudie am nächsten.

Während bei privaten Gütern PWYW als Preismechanismus im Kontext der Gewinnerzielung gesehen werden kann, liegt der Fokus für öffentliche Güter an einer freiwilligen Kostenbeteiligung der Nutzer. Werden für die Erstellung öffentlicher Güter administrative Abgaben wie Gebühren erhoben, so findet dies zwar unter Berücksichtigung der erwarteten Kosten statt und diese werden im Idealfall auch durch die Abgaben gedeckt. Gelingt dies nicht, so decken in der Regel öffentliche Mittel die Finanzierungslücke. An dieser Stelle kann PWYW für öffentliche Güter ansetzen.

Die durch die freiwillige Zahlung entstehenden Einnahmen können erstens zur ergänzenden Finanzierung der Güter genutzt werden, zweitens können sie für eine Qualitätsverbesserung eingesetzt werden, indem beispielsweise spezifische Wünsche von Nutzern berücksichtigt werden und drittens können sie als ausgeschüttete Boni als Anreize für Beschäftigte wirken.

### **3. PWYW-ÖG**

Unser Arrangement nennen wir nachfolgend PWYW-ÖG. Es weist Unterschiede zu zwei weiteren Mechanismen freiwilliger Zahlungen auf, die bei der Bereitstellung ÖG auftreten können: Spenden und Bestechungen (siehe Tabelle 1).

PWYW-ÖG ist als freiwillige Zahlung an den vorherigen Konsum eines Gutes gebunden. Dies ist ein zentraler Unterschied zu Spenden. Diese werden in der Regel an gemeinnützige Organisationen gegeben, die anschließend über die spezifische Verwendung der Spenden entscheiden. Spenden sind damit nicht notwendigerweise an die Erstellung spezifischer Güter gebunden. Zahlungen, die im PWYW-ÖG Kontext geleistet werden, sollen der zukünftigen Verbesserung des spezifischen Gutes oder der Verbesserung der Bereitstellung dienen. Ein weiterer Unterschied zu Spenden ist, dass diese nicht nur intrinsisch, sondern auch extrinsisch motiviert sein können. Letzteres ist bei einer steuerlichen Absetzbarkeit einer Spende der Fall. Bei PWYW-ÖG ist dies nicht vorgesehen. Es handelt sich um einen freiwilligen Beitrag, aus dem kein monetärer Vorteil für den Zahlenden entsteht.<sup>4</sup> Weiterhin können Spenden nicht an Ämter oder Behörden gegeben werden. Unsere Überlegungen zu PWYW-ÖG kann auch für ausgewählte öffentliche Güter, die von Behörden erbracht werden, angewendet werden (wenn dafür rechtliche Grundlagen bestehen).

Diese Kriterien lassen auch eine Abgrenzung zur Bestechung zu. Bei Bestechungen findet auf persönlicher Ebene eine Zahlung statt um individuelle (materielle) Vorteile bei der Bereitstellung öffentlicher Güter zu erzielen. Bei Bestechungen findet zumeist eine Zahlung vor Erstellung der Güter statt, da die Zahlung der gezielten Beeinflussung eines Entscheidungsträgers gilt, ein spezifisches Gut zu erstellen.

---

<sup>4</sup> Wir gehen nicht auf die juristischen Aspekte des aktuellen Spenden- und Gemeinnützigkeitsrechts ein. Aktuelle Gesetze führen dazu, dass Anbieter von öffentlichen Gütern den Mechanismus von PWYW-ÖG nicht anwenden können bzw. dass PWYW-Zahlungen steuerrechtlich als Spenden behandelt werden müssen.

Die aus Bestechung entstehenden individuellen Vorteile werden als unfair wahrgenommen, bspw. wenn die Vergabe von Kindergartenplätzen durch Bestechung beeinflusst wird. Da Zahlungen durch PWYW-ÖG an die Verbesserung der Qualität und Quantität bestehender öffentlicher Güter gekoppelt ist und anonym erfolgt, wäre dies hier nicht der Fall (siehe Kriterien 4 und weiter 5 unten). Vielmehr kann die freiwillige Zahlung zu einer Qualitätsverbesserung führen, die aufgrund der Nicht-Ausschließbarkeit und Nicht-Rivalität allen Nutzern des öffentlichen Guts zu Gute kommt.

**Tabelle 1: Freiwillige Zahlungssysteme im Zusammenhang mit öffentlichen Gütern**

	<b>Spenden</b>	<b>Bestechung</b>	<b>PWYW-ÖG</b>
Gegenleistung und Bindung an spezifisches ÖG	Nein	Ja	Ja
Zahlung vor Erstellung des Gutes	Möglich	Ja	Nein
Zahlung nach Erstellung des Gutes	Möglich	Möglich	Ja
Gemeinwohlorientiert	Ja	Nein	Ja
Steuerlicher Vorteil	Möglich	Nein	Nein

PWYW-ÖG eignet sich nicht für alle öffentliche Güter und es bedarf Kriterien, die eine Abgrenzung zur Bestechung ermöglichen. Ohne Anspruch auf Vollständigkeit und ohne auf die institutionelle – insbesondere juristische – Ausgestaltung einzugehen, können folgende Kriterien für die Anwendbarkeit formuliert werden:

- (1) *Identifizierbarkeit/Erkennbarkeit:* Das konkrete öffentliche Gut muss für den Konsumenten identifizierbar sein.
- (2) *Zahlung ex post:* Die Zahlung erfolgt nach dem Konsum bzw. nach der Erstellung des Gutes, weil es sich häufig um Erfahrungsgüter handelt.
- (3) *Geringe Transaktionskosten:* Der Verwaltungsaufwand und die Kommunikationskosten müssen gering sein.
- (4) *Anonymisierung:* Die Zahlung muss anonymisiert sein um Anreizwirkungen auf Reziprozität jeglicher Art zu vermeiden.
- (5) *Kopplung der Erträge an die Erstellung:* Idealerweise werden die Einnahmen verwendet um die Qualität oder Quantität des Gutes zu verbessern oder ein neues Angebot bereitzustellen.

Folgt man diesen Kriterien, so kann das Anwendungsspektrum von PWYW-ÖG beispielsweise Bereiche aus dem Gesundheitssektor, der Kinderbetreuung, der Abfallentsorgung oder dem Bildungssektor einschließen.

#### 4. Fallstudie: Erwachsenenbildung *vhs.wissen live*

Das Beispiel bezieht sich auf digitale Güter in der Erwachsenenbildung. Es geht um das digitale Vortragsprogramm *vhs.wissen live*. Dieses findet weitgehend in deutscher Sprache statt. Marett *et al.* (2012), Kim *et al.* (2022), und Torres *et al.* (2022) haben den PWYW Mechanismus bereits für private digitale Güter erprobt und die Studie von Drevs (2013) zeigt, dass der Mechanismus auch bei öffentlich finanzierten Filmen eingesetzt werden kann.

Das Projekt *vhs.wissen live* ist ein digitales Vortragsprogramm mit Fachbeiträgen aus den Bereichen Wissenschaft und Gesellschaft.<sup>5</sup> Die Vortragenden sind etablierte und ausgewiesene Experten auf ihren Gebieten. Allen Beiträgen gemeinsam ist, dass komplexe Themen fachlich fundiert einem breiten Publikum zugänglich gemacht werden und somit eine Schnittstelle zwischen Fachleuten einerseits und breiter Öffentlichkeit andererseits geschaffen wird. Das Vortragsprogramm ist online frei zugänglich. *vhs.wissen live* erhebt keine Gebühren von den Hörern. Ausgewählte Veranstaltungen sind nach einer gewissen Zeit zudem in der Mediathek kostenlos abrufbar. Insofern haben die Veranstaltungen den Charakter öffentlicher Güter.

Das Programm wird von den Volkshochschulen Esslingen und SüdOst (Landkreis München) organisiert und wurde 2019 gestartet. Mit *vhs.wissen live* kooperieren u.a. die Max Planck Gesellschaft, die Deutsche Akademie der Technikwissenschaften, die Süddeutsche Zeitung und der Börsenverein des Deutschen Buchhandels. Pro Halbjahr werden ca. 22 Vorträge angeboten und pro Veranstaltung loggen sich im durchschnittlich 500 Hörer ein.

In Deutschland gibt es 870 (2020) eigenständige Volkshochschulen, die in 16 Landesverbänden und diese wiederum in einem Bundesverband organisiert sind. Die Volkshochschulen stellen gemeinnützige Einrichtungen dar. Neben dem traditionellen Fokus der Erwachsenenbildung mit den Themen Gesellschaft, Sprachen, Kultur und Gestalten haben sich Volkshochschulen auch im Bereich Gesundheit und Sport etabliert. Viele Kurse richten sich an spezifische Personengruppen (vgl. Echarti *et al.* 2022).

Das Vortragsprogramm von *vhs.wissen live* stellt in zweifacher Hinsicht ein Querschnittsprogramm dar: erstens umfasst es vielfältige Themen aus unterschiedlichen Bereichen, wie beispielsweise aus Politik, Technik, Wirtschaft, Medizin oder Kultur und richtet sich damit an eine sehr breite überregionale Hörerschaft, die von Veranstaltung zu Veranstaltung wechseln kann; zweitens vernetzt es regionale Volkshochschulen, die durch Teilnahme an *vhs.wissen live* ein spezifisches Angebot für ihren Einzugsbereich bereitstellen können, ein Angebot, das eine einzelne Volkshochschule nicht erstellen kann.

Die einzelnen und unabhängigen Volkshochschulen können das Programm von *vhs.wissen live* ganz oder selektiv in ihr regionales Angebot integrieren. Im Jahr 2022 haben 270 Volkshochschulen (nachfolgend: Partner-Volkshochschulen) das Programm übernommen. Sie zahlen dafür einen Kostenbeitrag zwischen 199 und 399 Euro pro Halbjahr. Die dadurch generierten Einnahmen zur Finanzierung von *vhs.wissen live* beliefen sich auf ca. 75.000 Euro

---

<sup>5</sup> <https://www.vhs-wissen-live.de>.

pro Halbjahr. Demgegenüber stehen die Kosten für das Vortragsprogramm von circa 90.000,- Euro jährlich.

Die Hörer können sich für die einzelnen Vorträge entweder direkt über die Partner-Volkshochschulen oder die Internetseite von *vhs.wissen live* anmelden. Die allermeisten der Partner-Volkshochschulen verzichten darauf eine Gebühr von den Teilnehmern, die sich bei ihnen anmelden, zu erheben. Zudem können ausgewählte Vorträge kostenlos in der Mediathek abgerufen werden.

*vhs.wissen live* ermöglicht es jedoch Teilnehmern, also den Hörern der Vorträge, freiwillig Beiträge zu zahlen. Dazu wird auf der Internetseite hingewiesen (vgl. Abbildung 1). Diesen Aufruf sehen diejenigen, die sich über die Internetseite von *vhs.wissen live* anmelden. Bei einigen Veranstaltungen weisen die Organisatoren auch auf die Möglichkeit freiwilliger Zahlungen hin. Dies entspricht dem obig beschriebenen PWYW-Mechanismus für öffentliche Güter.<sup>6</sup>

### Abbildung 1: Aufruf zu freiwilligen Zahlungen

So unterstützen Sie vhs.wissen live

Mit einer freiwilligen finanziellen Unterstützung können auch Sie zum Erfolg des Projektes "vhs.wissen live" beitragen. Ihre Volkshochschule freut sich über einen Beitrag Ihrer Wahl oder Sie können direkt hier überweisen:

[...]

Wenn Sie eine Spendenbescheinigung wünschen, geben Sie bitte zusätzlich Ihre Adresse im Verwendungszweck an.

Alternativ können Sie uns direkt über PayPal unterstützen. Einfach den QR-Code scannen, Betrag auswählen und abschicken.

Herzlichen Dank

<https://www.vhs-wissen-live.de> (08.12.2022)

Für die vorliegenden Zahlen ist zu beachten, dass es sowohl Einzelzahlungen in Form von Überweisungen als auch Zahlungen, die per PayPal eingegangen sind, gibt (vgl. Abb. 1). Bei den Zahlungseingängen per Überweisung ist das Datum und Höhe der Einzelzahlung im anonymisierten Datensatz nachvollziehbar, bei den PayPal Zahlungen ist aus technischen Gründen eine solche Differenzierung für die Einzelzahlungen nicht immer möglich. Deshalb ist bei den folgenden Darstellungen angegeben, ob sie sich die Daten auf die Zahlungseingänge per Überweisung, per PayPal oder auf die Gesamtsumme beziehen.

Das Programm von *vhs.wissen live* wird seit dem Winter 2020 angeboten. Für die sechs bisherigen Semester ergibt sich die Übersicht in Tabelle 2. Bereits ab dem ersten Semester

---

<sup>6</sup> Juristisch handelt es sich um Spenden und den Zahlenden werden bei Bedarf Spendenbescheinigungen ausgestellt. Nur ca. 3% derjenigen, die eine Zahlung geleistet haben, haben aktiv eine Spendenbescheinigung angefragt. Dies deutet darauf hin, dass die Motivation zur Zahlung nicht monetäre Art ist (steuerliche Absetzbarkeit der Zahlung).

gab es freiwillige Zahlungseingänge. Die Gesamthöhe der Zahlungseingänge schwankt und ist absolut im Sommersemester jeweils niedriger als im Wintersemester.

**Tabelle 2: Freiwillige Zahlungen**

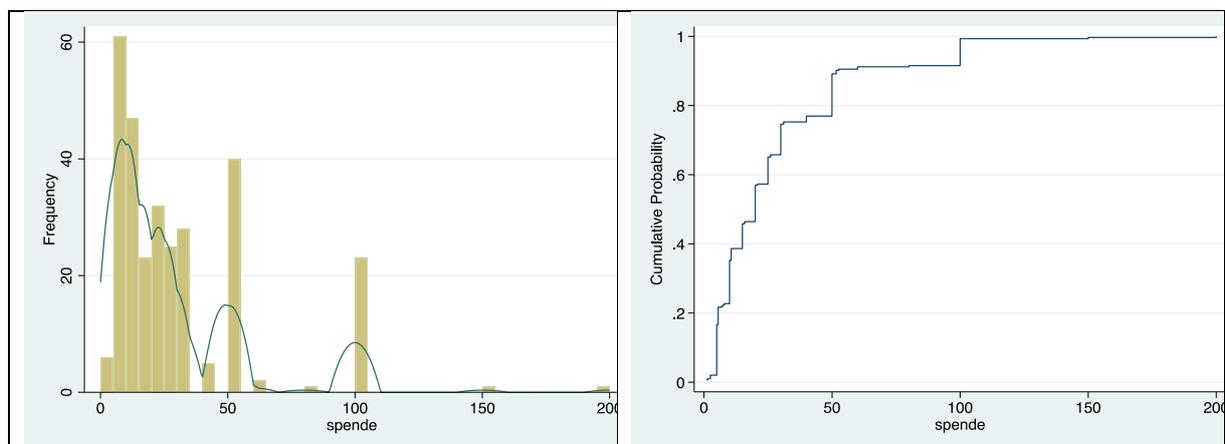
Zeitperiode Halbjahressemester	Anzahl an Einzelspenden	Summe in Euro	Durchschnitt in Euro
Winter 2020/2021	66	4.390	55,5
Sommer 2021	101	3.593	35,6
Winter 2021/2022	89	3.132	35,2
Sommer 2022	14	534	38,1
Winter 2022/2023	89	4.062	45,6
Sommer 23	24	940	39,2

Die Angaben beziehen sich nur auf Direktüberweisungen ohne PayPal.

Nachfolgend gehen wir exemplarisch auf die freiwilligen Zahlungen für das Sommerhalbjahr 2021 und das Winterhalbjahr 2021/2022 (in Tabelle 2 grau unterlegt) ein. Zwischen den Halbjahren gibt es keine signifikanten Unterschiede bei den Teilnehmerzahlen und den Zahlungseingängen, weshalb wir die Daten in Summe betrachten. PayPal Zahlungen werden jetzt berücksichtigt. Daher weichen die Werte von Tabelle 2 ab.

Die Gesamtsumme von 8.322,- Euro setzt sich aus 295 Einzelzahlungen zusammen. Die Gesamthöhe der freiwilligen Zahlungen belief sich in der ersten Zeitperiode auf 4.935,- Euro und in der zweiten auf 3.387,- Euro. Gemessen an der Teilnehmerzahl von ca. 22.000 Hörern in dieser Zeit ist die Anzahl derjenigen, die eine Zahlung leisten, gering. Die durchschnittliche Höhe der Beiträge liegt bei etwas mehr als 28,- Euro. Am häufigsten wurden die Beträge 5 (n = 43), 10 (n = 37) und 50 Euro (n = 36) eingezahlt, gefolgt von 20 (n = 31), 30 (n = 26) und den Beträgen 35 und 100 (jeweils n = 23), 100 (n = 23). Sechs Beträge liegen unter 5 und zwei Beträge über 100 Euro (vgl. Abbildung 2).

**Abbildung 2: Spendenhöhe und Häufigkeitsverteilung**



Die Daten beziehen sich auf die Summe alle Einzahlungen im Sommer 2021 und Winter 2021/2022.

Obwohl nur ein Bruchteil der Veranstaltungsteilnehmer überhaupt eine freiwillige Zahlung leistet, entspricht der Gesamtbetrag ca. 9 % der Gesamtkosten pro Jahr. Die freiwilligen

Zahlungen wurden von *vhs.wissen live* in früheren Halbjahren zur Reduzierung der Kostenbeiträge der Partnerhochschulen genutzt. Die Einnahmen im hier betrachteten Zeitraum werden von *vhs.wissen live* für die Erstellung eines weiteren öffentlichen Gutes, ein Ausstellungsprojekt, genutzt, das Partner-Volkshochschulen wiederum als Angebot an ihre Teilnehmer weitergeben können.

Um zu eruieren welchen Effekt ein konkreter Aufruf zu einer freiwilligen Zahlung hat, zeigen wir den Effekt einer E-Mail, die von *vhs.wissen live* einmalig an alle Nutzer eines *vhs.wissen live*-Newsletters verschickt wurde (siehe Abbildung 3).

### **Abbildung 3: Newsletteraufruf für eine finanzielle Unterstützung**

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Freunde von *vhs.wissen live*,

seit nun genau drei Jahren gibt es unsere digitale Wissensreihe. Mit großer Freude haben wir in dieser Zeit ca. 150 Veranstaltungen durchgeführt. Auch im kommenden Jahr haben wir wieder interessante Vorträge für Sie geplant, die Sie hier finden: <https://www.vhs-wissen-live.de/>

Es ist uns jedes Mal ein großes Vergnügen, Ihre Fragen an die ReferentInnen weiterleiten zu dürfen. Ganz besonders bedanken möchten wir uns aber auch bei denjenigen, die uns finanziell unterstützen. Denn ohne eine finanzielle Unterstützung wäre das Format in dieser Form schlicht nicht durchführbar.

Wenn Sie das Projekt fördern möchten, können Sie dies gerne tun: *[Bankverbindung]*

Verwendungszweck: SPENDE *vhs.wissen live*

Wenn Sie eine Spendenbescheinigung wünschen, geben Sie bitte zusätzlich Ihre Adresse im Verwendungszweck an.

Das Team von *vhs.wissen live* wünscht Ihnen einen schönen Advent und verbleibt bis zur nächsten Veranstaltung mit herzlichen Grüßen!

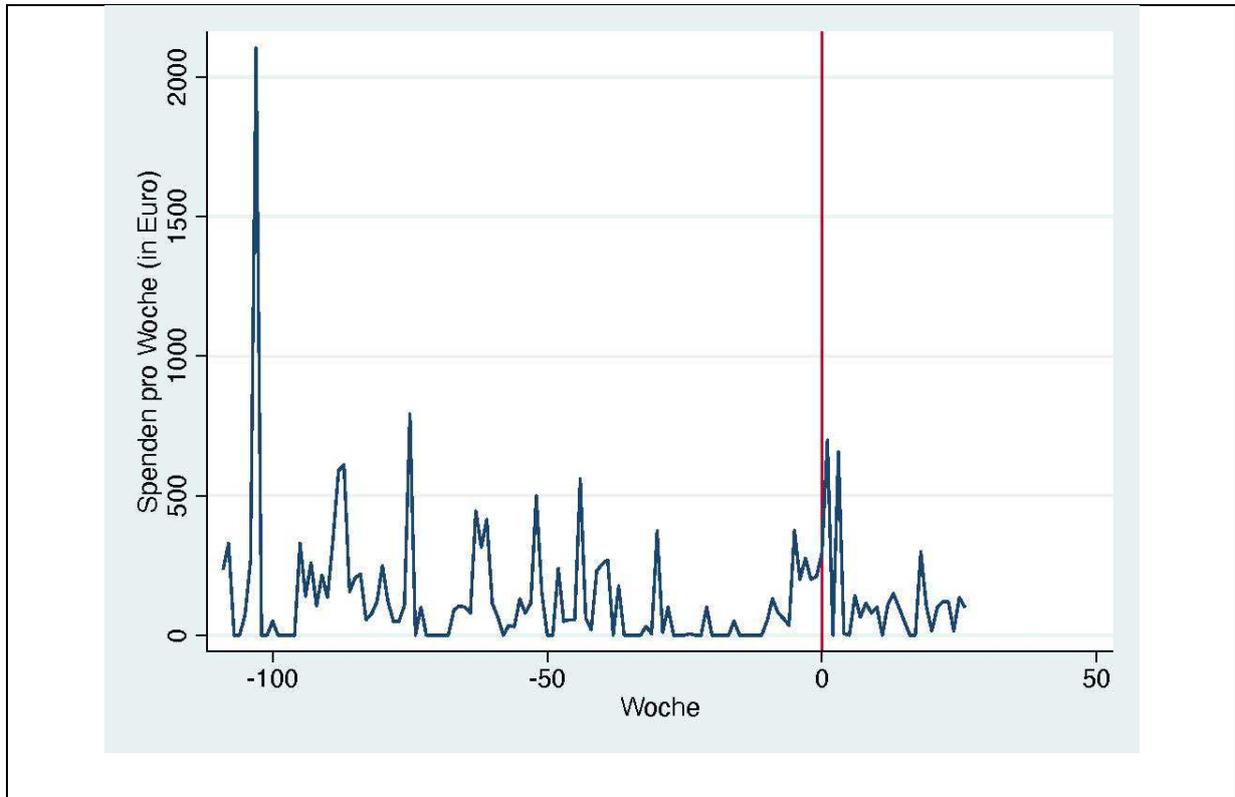
Newsletter *vhs.wissen live* (14.12.2022)

Zur Darstellung wird auf einem Zeitstrahl die Summe aller Zahlungseingänge pro Woche seit Beginn des Programms abgebildet. Der Bezugspunkt ist die Woche vor dem Spendenaufruf im Dezember 2022 (rote Linie). Die durchschnittliche Anzahl an Zahlungseingängen pro Woche ist 2 (Median 2,95) und die Summe der durchschnittlichen wöchentlichen Spendenbeiträge beträgt 137,6 (Median 78, 95% Konfidenzintervall [98,06; 177,14]). Verzerrungen in Bezug auf die Zahlungen pro Woche sind möglich (Spitzen), weil nicht alle PayPal Eingänge als Einzelzahlungen identifiziert werden können und teilweise als Summe erfasst werden.

Erkennbar ist ein deutlicher Anstieg der Zahlungseingänge in den zwei Wochen nach dem Aufruf im Dezember 2022. Der wöchentliche Spendeneingang beträgt in den beiden Wochen 700 Euro bzw. 656 Euro aus 17 bzw. 12 Einzelzahlungen und ist somit signifikant höher als der Durchschnitt von 137,6.

Insgesamt ist die absolute Anzahl an Zahlungen allerdings als gering einzustufen. Zudem bleibt unklar, ob dieser Anstieg auf den Aufruf zurückzuführen ist oder der Zeitpunkt den Anstieg erklärt („Weihnachts-Effekt“). Es kann zu einer Verzerrung gekommen sein, da die freiwillige Zahlung vor Weihnachten als eine Spende wahrgenommen wird (und im Aufruf auch so genannt wird).

**Abbildung 4: Zeitliche Verteilung der Zahlungseingänge**



Gesamthöhe aller Zahlungseingänge pro Woche.

## 5. Zusammenfassung

Unser Ansatz ist, dass öffentliche Güter durch freiwillige Zahlungen von Nutzern kofinanziert werden können. Als Ergänzung zur bisherigen Literatur, die insbesondere Spenden fokussiert, gehen wir davon aus, dass Pay-What-You-Want ein geeigneter Mechanismus ist Zahlungsbereitschaften abzuschöpfen. Wir argumentieren, dass Pay-What-You-Want nicht nur für private, sondern auch für bestimmte öffentliche Güter, die in aller Regel durch administrative Abgaben finanziert werden, ein geeigneter zusätzlicher freiwilliger Zahlungsmechanismus ist. Anders als bei Spenden, die allgemein an Organisationen gezahlt werden und dessen Verwendung nicht an spezifische Güter gebunden ist, gehen wir davon aus, dass PWYW-ÖG direkt an das jeweilige Gut geknüpft wird oder werden kann. Damit ist der Anwendungsbereich von Pay-What-You-Want weitergehend als der von Spenden, die eine Gemeinnützigkeit einer spendenempfangenden Organisation voraussetzen und somit alle anderen Organisationen, die ebenfalls öffentliche Güter erstellen, ausschließen.

Anhand einer Fallstudie zeigen wir, dass auch bei öffentlichen Gütern einige Menschen freiwillig Zahlungen leisten. Insofern gibt es ähnliche Effekte wie bei privaten Gütern, die mit dem PWYW Preismechanismus angeboten werden. Die absolute Anzahl derjenigen Nutzer, die zahlen, ist sehr gering. Jedoch werden mit relativ geringem Aufwand Einnahmen generiert die zur Co-Finanzierung genutzt werden können. Die aktuellen Grenzen in der praktischen Anwendung von PWYW-ÖG liegen im juristischen Bereich, da diese Zahlungen als Spenden

gewertet werden. Letztlich deuten die Ergebnisse an, dass wenn Nutzern öffentlicher Güter die Möglichkeit einer freiwilligen Zahlung eröffnet wird, diese Güter in größerer Menge oder besserer Qualität erstellt werden können, so dass Pareto-Verbesserungen erzielt werden können.

## Literatur

- Azar, O.H. (2007). Why pay extra? Tipping and the importance of social norms and feelings in Economic Theory. *Journal of Socio-Economics* 36(2), 250–265.
- Bolle, F., Otto, P.E. (2010). A price is a signal: on intrinsic motivation, crowding-out, and crowding-in. *KYKLOS* 63(1), 9–22.
- Butz, B., Harbring, C. (2022). Tipping for charity: a field experiment in charitable giving on free walking tours. *Journal of Business Economics* 92, 781–808.
- Dreves, F. (2013). The challenge of the unknown: The effect of Pay-What-You-Want on the market success of publicly subsidized films. *Journal for Public and Nonprofit Services*, 36(4), 255–270.
- Echarti, N.; Huntemann, H.; Lux, T.; Reichart, E. (2022). *Volkshochschul-Statistik 59. Folge, Berichtsjahr 2020* (Herausgeber Deutsches Institut für Erwachsenenbildung: DIE Survey), Bielefeld: wbv.
- Egbert, H., Greiff, M., Xhangolli, K. (2015). Pay what you want (PWYW) pricing ex-post consumption: A sales strategy for experience goods. *Journal of Innovation Economics & Management* 16(1), 249–264.
- Gerpott, T. (2017). Pay-What-You-Want pricing: An integrative review of the empirical literature. *Management Science Letters* 7, 35–62.
- Gneezy, A., Gneezy, U., Nelson, L.D., Brown, A. (2010). Shared social responsibility: A field experiment in pay-what-you-want pricing and charitable giving. *Science* 329(5989), 325–327.
- Greiff, M. (2011). *Social Approval as an Incentive: The Voluntary Production of Public Goods in Social Production Communities*. Frankfurt: Lang.
- Greiff, M., Egbert, H. (2018). A review of the empirical evidence on PWYW pricing. *Economic and Business Review* 20(2), 169–194.
- Heutel, G. (2014). Crowding out and crowding in of private donations and government grants. *Public Finance Review* 42(2), 143–175.
- Kc, R., Mak, V., Ofek, E. (2023 in press). Before or after? The effects of payment decision timing in Pay-What-You-Want contexts. *Journal of Marketing* 87(4), 618–635.

- Kim, B., Park, S., Straub, D. (2022). Pay-What-You-Want pricing in the digital product marketplace: A feasible alternative to piracy prevention? *Information Systems Research* 33(3), 784–793.
- Kim, J.-Y., Natter, M., Spann, M. (2009). Pay what you want: A new participative pricing mechanism. *Journal of Marketing* 73(1), 44–58.
- Lerner, J., Tirole, J. (2001). The open source movement: Key research questions. *European Economic Review* 45(4), 819–826.
- Lerner, J., Tirole, J. (2002). Some simple economics of open source. *Journal of Industrial Economics* 50(2), 197–234.
- Marett, K., Pearson, R., Moore, R. (2012). Pay What You Want: An exploratory study of social exchange and buyer-determined prices of iProducts. *Communications of the Association for Information Systems* 30 (article 10).
- Nelson, P. (1970). Information and consumer behavior. *Journal of Political Economy* 78(2), 311–329.
- Park, S., Nam, S., Lee, j. (2017). Charitable giving, suggestion, and learning from others: Pay-What-You-Want experiments at a coffee shop. *Journal of Behavioral and Experimental Economics* 66(1), 16–22.
- Samuelson, P. (1954). The pure theory of public expenditure. *Review of Economics and Statistics* 36(4), 387–389.
- Stiglitz J.E. (1977). The Theory of Local Public Goods. In: Feldstein, M.S., Inman, R.P. (eds.) *The Economics of Public Services*. International Economic Association Conference Volumes. London: Palgrave Macmillan.
- Stutzer, A., Goette, L., Zehnder, M. (2011). Active decisions and prosocial behaviour: A field experiment on blood donation. *Economic Journal* 121(556), F476–F493.
- Tiebout, C.M. (1956). A pure theory of local expenditures. *Journal of Political Economy* 64(5), 416–424.
- Torres, A.; Barros, C.; da Silva, A.; Silva, R. (2022). The Pay What You Want pricing strategy applied to digital products: an essay. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 21, 529–537.
- Viglia, G., Maras, M., Schumann, J., Navarro-Martinez, D. (2019). Paying before or paying after? Timing and uncertainty in pay-what-you-want pricing. *Journal of Service Research* 22(3), 272–284.
- Weber, S. (2004). *The Success of Open Source*. Cambridge: Harvard University Press.