



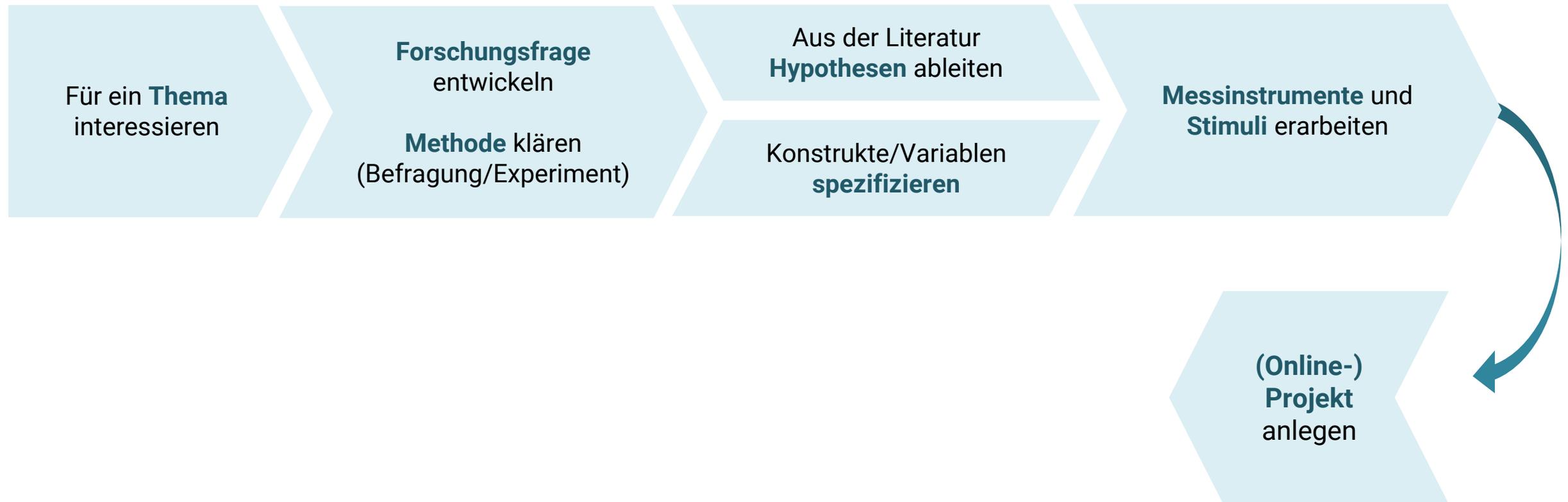
# „Auf die Plätze...“ – Gekonnt **präregistrieren**

**Video-Tutorial**

von Prof. Dr. Jan-Philipp Stein



# Einführung > Wo befinden wir uns?





# Einführung ➤ Sobald Ihre Untersuchung final steht...



**soSci**  
der onlineFragebogen

### SoSci Survey – the Solution for Professional Online Questionnaires

Are you looking for a professional tool to quickly, easily, and reliably implement your survey online? SoSci Survey provides a white-label solution that adheres to the strict requirements of German data privacy laws, and features an accessible survey interface design.

And if you have a more complex questionnaire in mind, SoSci Survey really gets to display its strengths: Integration of audio, video, and images; freely programmable survey paths; fully customizable layouts; controlled randomization for scientific experiments; and much more.

**MADE IN GERMANY**

- ✓ Server in Deutschland
- ✓ Betreiber in Deutschland
- ✓ Software aus Deutschland

**Sign In**

[Create New Account](#)

Login:  [▶](#)

#### More about SoSci Survey

- User Manual
- Video Tutorials
- Online Support
- Pricing for Cloud Solution
- Licence for In-House Survey Server
- Employee Survey
- Privacy and Online Surveys
- About SoSci Survey
- Terms of Use (GTC)
- Contact Information
- Privacy Information

**Professional Software Made in Germany**

- Full white-label customization from your logo to the complete layout
- More than 30 question types
- Support for dynamic content

**Data Privacy and Accessibility**

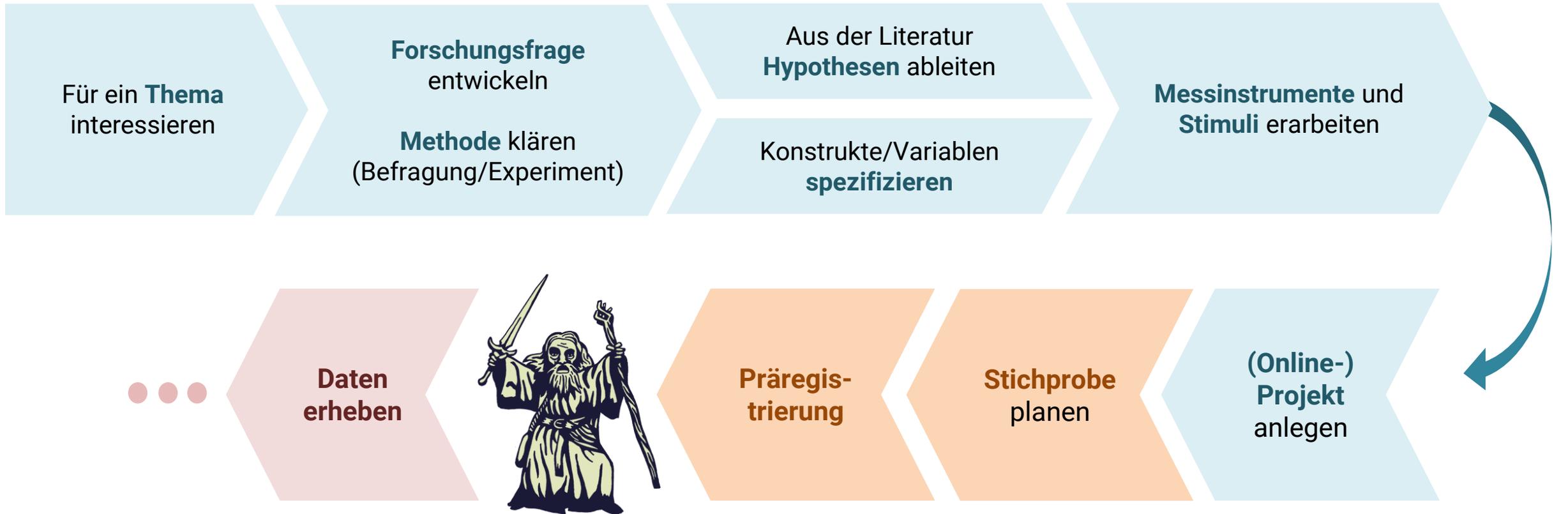
- Survey server and operator in Germany (Munich)
- Data protection in accordance with GDPR
- Accessible by screen readers

**Excellent Online Support**

- Individual online support by qualified developers
- Fast response times and professional support for complex designs



# Einführung > Wo befinden wir uns?





# Einführung > ...wird es Zeit, diese in Stein zu meißeln

The collage features a blurred background image of a person at a computer. Overlaid on this is a screenshot of the SoSci Survey website. The website header includes the logo 'soSci der onlineFragebogen' and the text 'SoSci Survey – the Solution for Professional Online Questionnaires'. Below this, there is a paragraph of text and a 'MADE IN GERMANY' badge with three checkmarks: 'Server in Deutschland', 'Betreiber in Deutschland', and 'Software aus Deutschland'. To the right, there is a 'Sign In' section with a 'Create New Account' button and a search bar. In the foreground, a white box contains the 'ASPREDICTED' logo (a grey arrow icon pointing right) and the text 'ASPREDICTED'. Below the logo, it says 'You are logged in as: jan-' followed by a blue 'Change m' button. At the bottom of the white box, there are two orange buttons: 'CREATE' next to the text 'Create a new AsPredicted pre-registration' and 'SEE OWN' next to the text 'See your existing AsPredicteds (e.g. approve, make public)'.



- **Replikationskrise** in der Psychologie – und verwandten Disziplinen wie der Kommunikations- und Medienforschung (Dienlin et al., 2021; Open Science Collaboration, 2012)
- Hinweis auf verschiedene **problematische Verhaltensweisen**
  - HARKing
  - p-Hacking
  - Selektive Berichterstattung
  - Inkompetente Datenauswertung
  - ...oder natürlich auch: **Völlige Fälschungen**



Questionable  
Research Practices  
and Research Fraud



- Dienlin, T., Johannes, N., Bowman, N. D., Masur, P. K., Engesser, S., Kümpel, A. S., Lukito, J., Bier, L. M., Zhang, R., Johnson, B. D., Huskey, R., Schneider, F., Breuer, J., Parry, D. A., Vermeulen, I., Fisher, J. T., Banks, J., Weber, R., Ellis, D., . . . De Vreese, C. H. (2021). An agenda for open science in communication. *Journal of Communication*, 71(1), 1–26. <https://doi.org/10.1093/joc/jqz052>
- Open Science Collaboration (2012). An open, large-scale, collaborative effort to estimate the reproducibility of psychological science. *Perspectives on Psychological Science*, 7(6), 657–660. <https://doi.org/10.1177/1745691612462588>

- Vor diesem Hintergrund: **Forderungen nach Open Science** (z. B. Dienlin et al., 2021)
  - Studien **präregistrieren**
  - **Open Data**: Daten (anonymisiert) allen zur Verfügung stellen
  - **Open Materials**: Stimuli und Messinstrumente teilen
- Nicht alle dieser Praktiken sind *immer* sinnvoll bzw. unbedenklich...
- ...und nicht jede Facette der Open-Science-Bewegung ist **nur positiv** (z. B. Fox et al., 2021)



- Dienlin, T., Johannes, N., Bowman, N. D., Masur, P. K., Engesser, S., Kümpel, A. S., Lukito, J., Bier, L. M., Zhang, R., Johnson, B. D., Huskey, R., Schneider, F., Breuer, J., Parry, D. A., Vermeulen, I., Fisher, J. T., Banks, J., Weber, R., Ellis, D., . . . De Vreese, C. H. (2021). An agenda for open science in communication. *Journal of Communication*, 71(1), 1–26. <https://doi.org/10.1093/joc/jqz052>
- Fox, J., Pearce, K. E., Massanari, A. L., Riles, J. M., Szulc, Ł., Ranjit, Y. S., Trevisan, F., Soriano, C. R. R., Vitak, J., Arora, P., Ahn, S. S., Alper, M., Gambino, A., Gonzalez, C. G., Lynch, T., Williamson, L. D., & Gonzales, A. L. (2021). Open science, closed doors? Countering marginalization through an agenda for ethical, inclusive research in communication. *Journal of Communication*. <https://doi.org/10.1093/joc/jqab029>

## Hintergrund > Mittel gegen wissenschaftliches Fehlverhalten

- **Aber:** Zumindest Präregistrierungen sind für die bei uns verortete *quantitative* Forschung i. d. R. **positiv** zu werten...
- ...und sollen daher **standardmäßig** umgesetzt werden



Sollten wir jemals bei Ihrer Studie **Bedenken bzgl. der Präregistrierung** haben, geben wir Ihnen rechtzeitig und individuell Bescheid.





<https://aspredicted.org/>

You are logged in as: jan-

 Change m

Create a new AsPredicted pre-registration

CREATE

See your existing AsPredicteds (e.g. approve, make public)

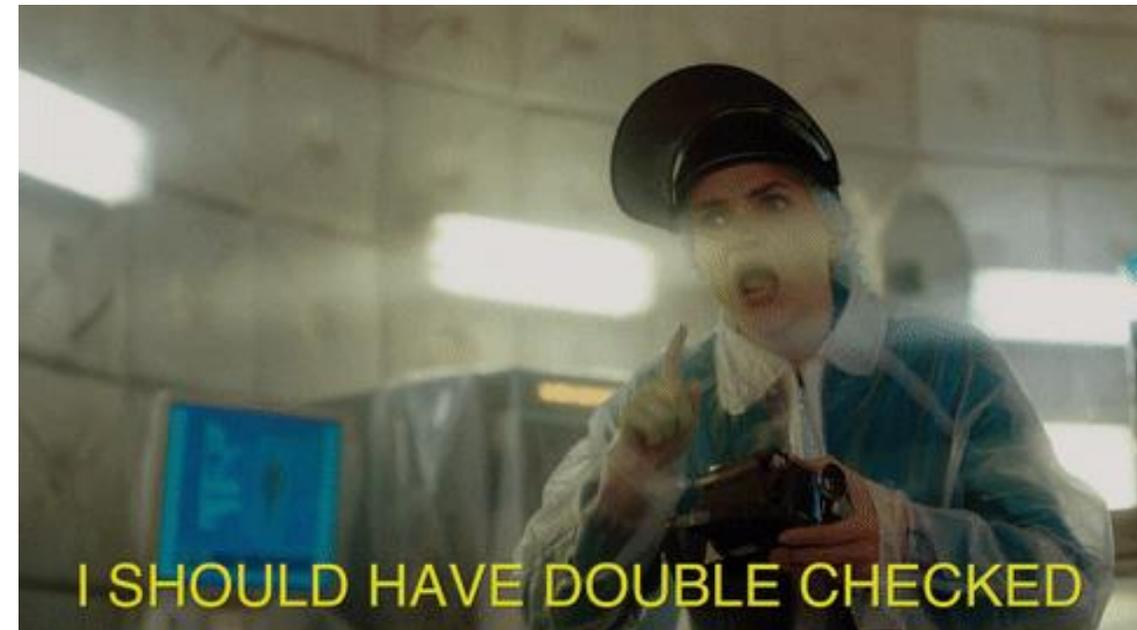
SEE OWN





## Tutorial > Eine Präregistrierung anlegen

- Legen Sie Ihre Präregistrierung **nicht einfach direkt selbst** auf der Website an...
- ...sondern kopieren Sie sich erst die Fragen in ein Word-File und füllen dieses aus → **Betreuer:in kann nochmal drüberschauen**





## 0 Participating Authors

- Tragen Sie unbedingt verbindlich Ihre:n Betreuer:in ein!
- Wenn Sie ein sensibles Thema beforschen, **bieten wir Ihnen an, nicht selbst namentlich aufzutauchen**

**Creating a New Pre-Registration**

I am just trying things out. (Check the box and the submission will self destruct within 24 hours) 

**Participating Authors (Up to 5)**  
More than 5 authors?

Order	First	Last	email	Affiliation
1	Jan-Philipp	Stein	jpstein@phil.tu-chemnitz.de	Chemnitz University of Technology
2				
3				
4				
5				

**Your speed-dial**  
Add recent co-authors with a click



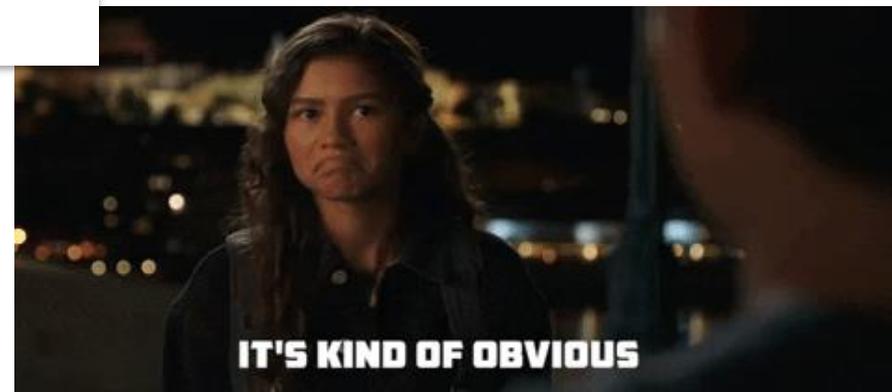
## 1

## Data collection

1) **Data collection.** Have any data been collected for this study already?

- Yes, we already collected the data.
- No, no data have been collected for this study yet.
- It's complicated. We have already collected some data but explain in Question 8 why readers may consider this a valid pre-registration nevertheless.

(Note: "Yes" is not an accepted answer.)



## 2 Hypotheses and Research Questions

- Nutzen Sie für diesen Schritt lieber etwas mehr Zeit
- Spätere Änderungen an Hypothesen sind nicht unmöglich, müssen aber **aufwändig gerechtfertigt** werden
- Effiziente **Gliederung in Stichpunkten**:
  - Bei konkreten Hypothesen: „H“ voranstellen
  - Bei offenen Forschungsfragen: „RQ“ voranstellen





HOW

## 2 Hypotheses and Research Questions

### 1) Data collection. Have any data been collected for this study already?

- Yes, we already collected the data.
- No, no data have been collected for this study yet.
- It's complicated. We have already collected some data but explain in Question 8 why readers may consider this a valid **pre**-registration nevertheless.  
(Note: 'Yes' is not an accepted answer.)

### 2) Hypothesis What's the main question being asked or hypothesis being tested in this study?

In this study, we will explore whether thinking about a favorite media character (and, thus, mentally activating a parasocial relationship) may evoke positive well-being effects. Specifically, we hypothesize:

H1: Thinking about a favorite media character reduces acute feelings of loneliness more strongly than thinking about a non-social subject.

H2: Thinking about a favorite media character increases a person's social self-esteem more strongly than thinking about a non-social subject.

You have used 626 characters across all answers so far. We **recommend** using up to about 3200 ([Why?](#)).

#### Anhand des Beispiels:

Stein, J.-P., Liebers, N., & Faiss, M. (2022). Feeling better...but also less lonely? An experimental investigation of how parasocial and social relationships affect people's well-being. *Mass Communication & Society*.





## 3 Dependent Variables

- Welche Variablen **messen Sie**?
- Auch wenn es sich in Ihrem Studiendesign um z. B. eine vermutete **Mediator-** oder **Moderatorvariable** handelt → führen Sie diese hier auf
- Benennen Sie dann zu jeder Variable das **Messinstrument**, so wie sie es im Fließtext zitieren würden (*in-text citation*)
  - Üblicherweise nicht erforderlich: Messverfahren für soziodemografische Daten und Kontrollfragen



## 3 Dependent Variables

- Bei allen Verfahren, die **über Selbstbericht-Fragebögen hinausgehen**:  
Hinreichende technische Beschreibung! (z. B. Psychophysiologie, Eye-Tracking, implizite Tests)
- Bei **selbst erstellten Skalen**: Anzahl an Items und ggf. Inspiration nennen!
  - z. B.: „Five self-created items (..., ...) inspired by Breves (2023), measured on a seven-point Likert scale“



HOW

## 3 Dependent Variables

**3) Dependent variable** Describe the key dependent variable(s) specifying how they will be measured.

- Acute feelings of loneliness: UCLA loneliness scale by Russell (1996)
- Social self-esteem (state): State self-esteem scale by Heatherton & Polivy (1991)

You have used 1099 characters across all answers so far. We **recommend** using up to about 3200 ([Why?](#)).



## 4 Conditions

- Bei **Befragungen / korrelativen Studien** (= alle VPn sehen gleiche Reihenfolge)
  - „*All participants will be exposed to the same questions and materials.*“
- Bei **Experimenten**
  - Schilderung, **wie** die Versuchspersonen in Gruppen **eingeteilt** werden (überlicherweise: „randomly assigned“)...
  - ...und danach zeilenweise: **Was** in den einzelnen Bedingungen **gezeigt/verlangt** wird



## 4 Conditions

### 4) Conditions How many and which conditions will participants be assigned to?

The experiment features three conditions, to which participants will be assigned via a randomization procedure.

- 1) Control group: Think (and write) about a non-social part of life
- 2) PSR group: Think (and write) about your favorite media character
- 3) Best friend group: Think (and write) about one of your best friends

„This study applies a  $2 \times 2$  design. Participants will be exposed to social media materials that differ according to two manipulations:

- Factor A: Content – Body positivity vs. Thinspiration [kurze Beschreibung beider Inhalte]
- Factor B: Platform – Content embedded in Instagram vs TikTok [kurze Beschreibung der Umsetzung]“



## 5 Analyses

- Hier **nicht schludern** – auch wenn die statistischen Kenntnisse mau sind: Sie bereiten einen **praktischen Fahrplan** für die Datenauswertung vor!

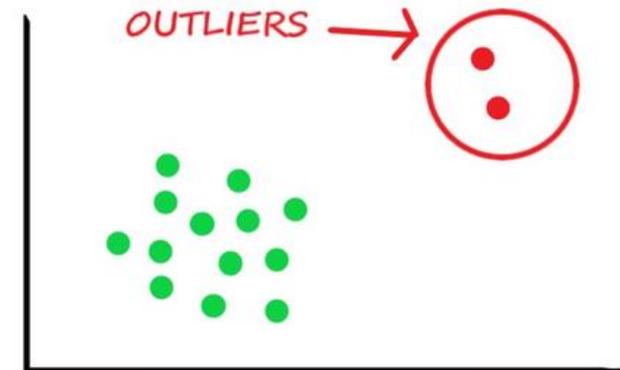
5) **Analyses** Specify exactly which analyses you will conduct to examine the main question/hypothesis.

We will investigate our hypotheses on potential group differences by calculating the difference values between our pre- and post-measurements and using them as criteria in a multivariate analysis of variance (MANOVA) with assigned group as a between-subject factor.

For our exploratory focus on the moderating influence of PSR intensity, we will conduct moderated linear regressions with the data from the experimental "PSR group".

## 6 Outliers and Exclusions

- **Ausreißer** sind oft ein kritisches Thema in der Forschung – selbst unter Dozierenden gibt es verschiedene Meinungen dazu 😊
  - verschiedene **statistische Zugänge** (siehe *Statistikausbildung*)
  - Und dann? Ausschließen? Drin lassen? Getrennte Analyse? „Winsorizing“ (Anpassen der Werte)?



• Aguinis, H., Gottfredson, R. K., & Joo, H. (2013). Best-practice recommendations for defining, identifying, and handling outliers. *Organizational Research Methods*, 16(2), 270-301.

## 6 Outliers and Exclusions

- Fragen Sie Betreuer:in nach **Präferenz beim Umgang mit Ausreißern**
- **Faustregel für studentische Projekte bei JPS:**
  - Visuelle Inspektion (z. B. von Boxplots), um **Auffälligkeiten** zu identifizieren
  - Ansonsten nur *die* Personen ausschließen, bei denen begründeter Verdacht einer „fehlerhaften“ **Teilnahme** besteht (= unaufmerksam, schludrig, Trolling...)
- Damit Sie dies sinnvoll durchführen können, erwarten wir, dass Sie **Maßnahmen zur Sicherstellung der Datenqualität** einsetzen...

## 6 Outliers and Exclusions

- Präventive Maßnahmen:
  - Fragebogen nicht zu lang
  - Abwechslungsreiche Formulierungen
  - Kurze Motivationstexte zwischen den Seiten
  - Alle Fragen als Pflichtfragen markieren





## 6

## Outliers and Exclusions

Bei uns bewährte Maßnahmen zur **Sicherstellung der Datenqualität**

### Gewissenhaftigkeit im Selbstbericht erfragen

- „Hand auf’s Herz: Wie aufmerksam haben Sie die Fragen gelesen und beantwortet?“, z. B. mit fünf Antwortstufen
- Cut-Off-Wert vorher festlegen (unter 4 = Ausschluss)

### Attention Checks

- z. B. Quizfrage am Ende: „Welches Thema wurde in der Studie behandelt?“ / „Welche Person war im Video zu sehen?“...
- ggf. Instructional Attention Checks („Kreuzen Sie hier Antwort 3 an.“)

### Nur in Online-Studien: Bearbeitungszeiten kontrollieren

- Entweder aus der Literatur verbindliche Kriterien entnehmen (z. B. x Sekunden pro Item)...
- ...oder visuelle Inspektion der Verteilung

## 6 Outliers and Exclusions

- Denken Sie zudem an eventuelle **Voraussetzungen**, die sie vorgesehen haben (Alter, Geschlecht, Sprachlevel...)
  - Wenn die Teilnahme nicht technisch beschränkt wird, sollten Sie auch diese Kriterien benennen
- Bei **Online-Panelstudien** (z. B. *MTurk*, *Prolific*)
  - **Zusätzliche Prüfkriterien** (u. A. „HIT Rate“; IP- und VPN-Check)
  - Wenden Sie sich dazu an Ihre Betreuer:innen!

## 6 Outliers and Exclusions

**6) Outliers and Exclusions** Describe exactly how outliers will be defined and handled, and your precise rule(s) for excluding observations.

Participants who fail the included attention check item (on the content of the experimental task) will be excluded from further analysis. Using a five-point rating scale, we will ask participants about their self-reported diligence while taking part; participants scoring lower than 4 on this scale will be excluded. A visual inspection of questionnaire response times will serve to identify extreme outliers. Apart from that, only complete data sets will be included.

You have used 1998 characters across all answers so far. We **recommend** using up to about 3200 ([Why?](#)).

„After checking our data for irregularities (via visual inspection of boxplots), we might repeat analyses without extreme outliers to confirm the robustness of our findings.“



HOW

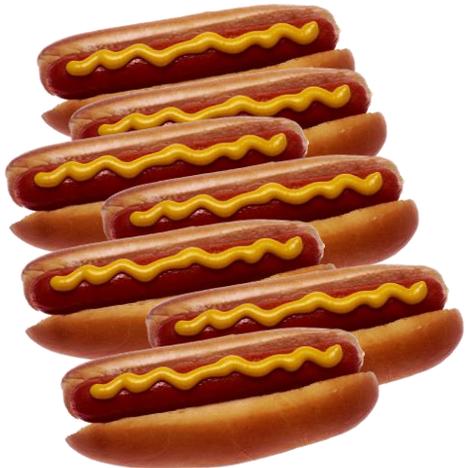
## 7 Sample Size – die **Stichprobenplanung**

- Anzahl an rekrutierten Personen interagiert *empfindlich* mit den Ergebnissen
  - Je **größer** die Stichprobe, desto eher werden auch **kleine Effekte signifikant**  
(z. B. Zusammenhang zwischen zwei Variablen; Unterschied zwischen zwei Gruppen)

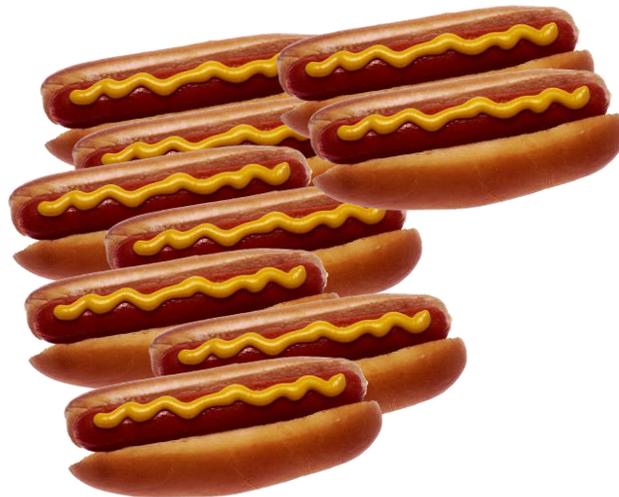
## 7 Sample Size – die Stichprobenplanung



$N = 10$  Personen  
 $M = 7.1$  Hotdogs



$N = 10$  Personen  
 $M = 8.3$  Hotdogs

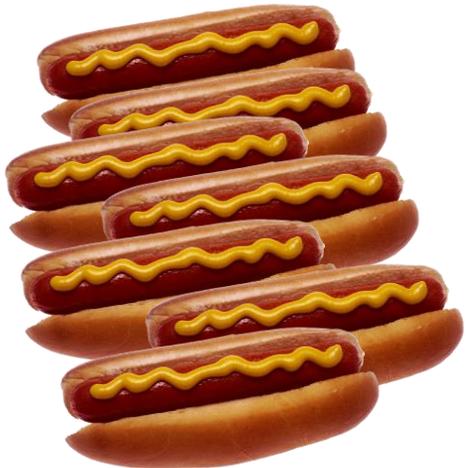


Ergebnis:  $p = .141$   
**nicht signifikant**

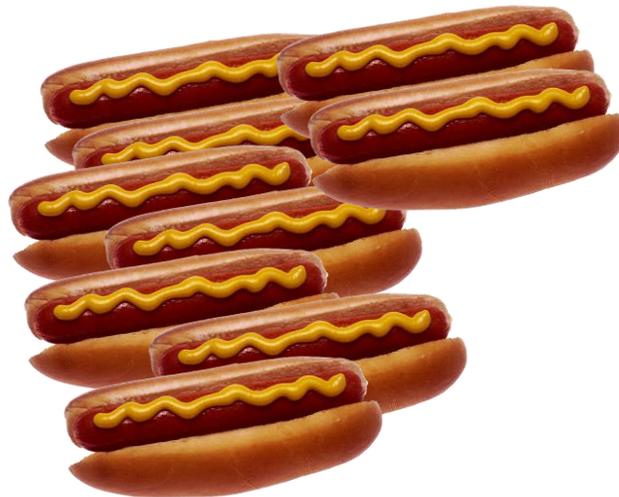
## 7 Sample Size – die Stichprobenplanung



$N = 50$  Personen  
 $M = 7.1$  Hotdogs



$N = 50$  Personen  
 $M = 8.3$  Hotdogs



Ergebnis:  $p < .001$   
**hoch signifikant**

## 7 Sample Size – die Stichprobenplanung



$N = 100.000$  Personen  
 $M = 7.1$  Hotdogs



$N = 100.000$  Personen  
 $M = 7.4$  Hotdogs

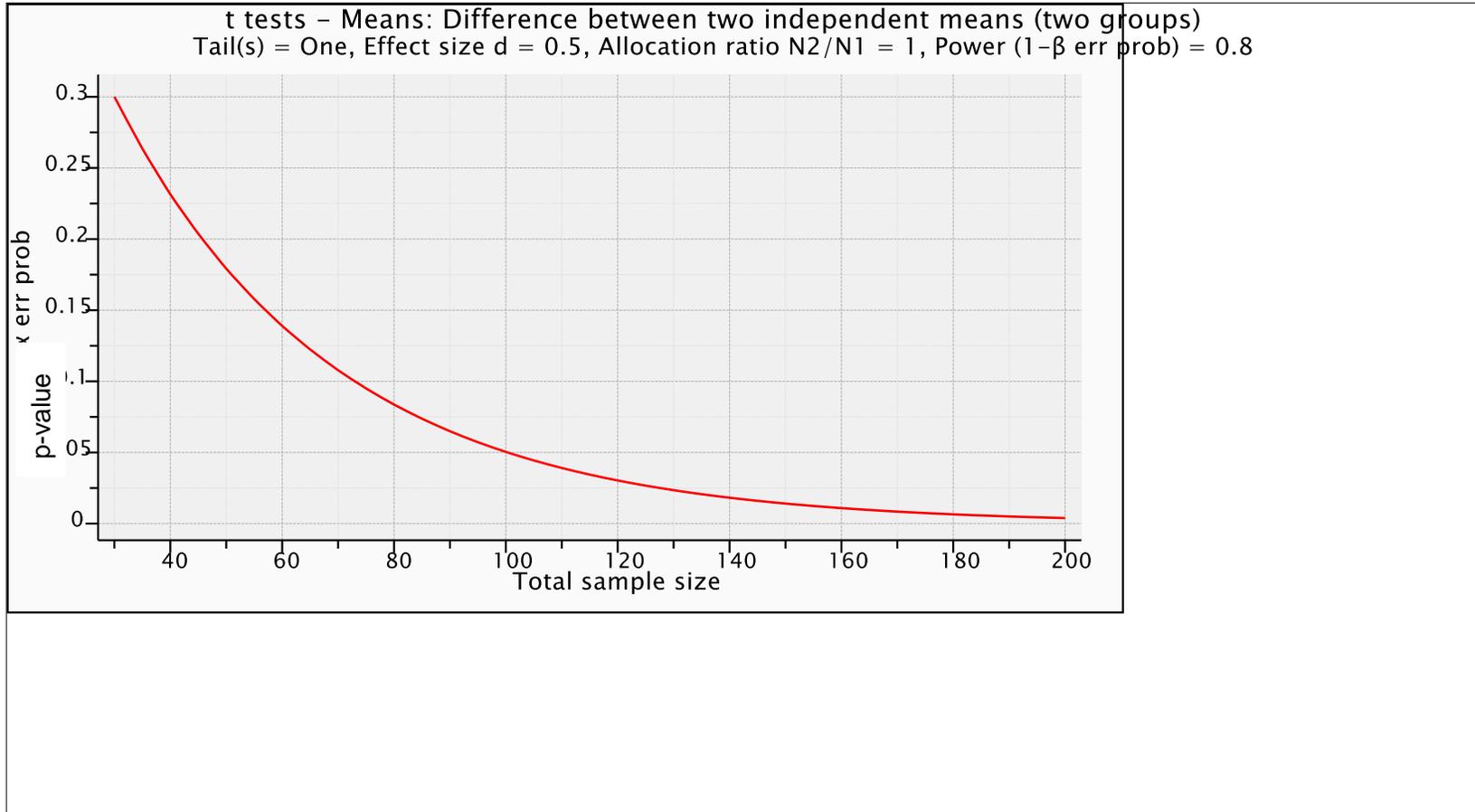


Ergebnis:  $p < .001$   
**hoch signifikant**



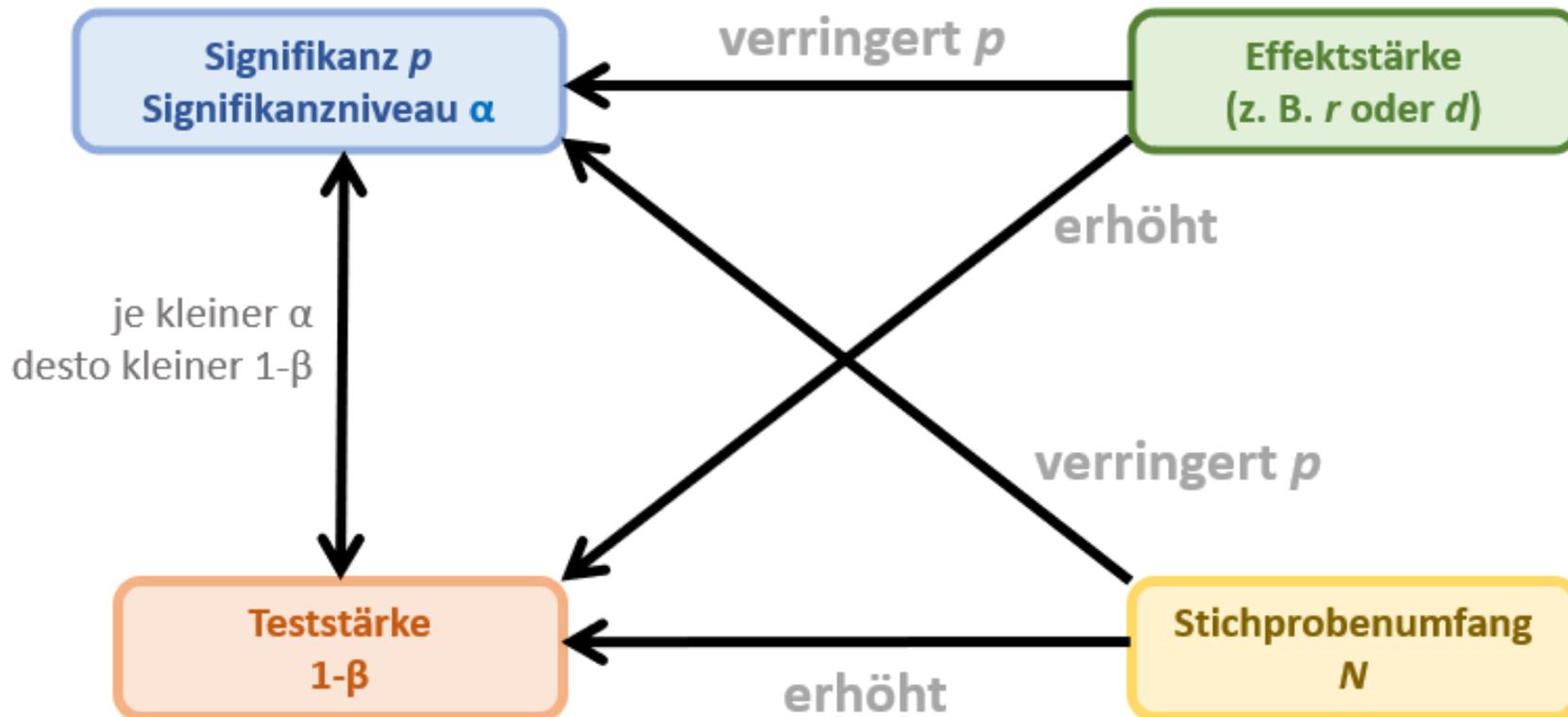
HOW

# Tutorial > Eine Präregistrierung anlegen



## 7 Sample Size – die **Stichprobenplanung**

- Anzahl an rekrutierten Personen interagiert **empfindlich** mit den Ergebnissen
  - Je **größer** die Stichprobe, desto eher werden auch **kleine Effekte signifikant** (z. B. Zusammenhang zwischen zwei Variablen; Unterschied zwischen zwei Gruppen)
  - in statistischer Sprache: ...*desto größer ist die Power*
  - Bei **riesigen** Stichproben wird selbst der kleinste Unterschied direkt signifikant (was manchmal auch nicht in unserem Sinne ist)
  - Ergo: Bei **kleinen** Stichproben „übersehen“ wir dezentere Effekte eher



## 7 Sample Size – die **Stichprobenplanung**

- Eine praktische Empfehlung
  - Möglichst viele Versuchspersonen, um hohe Power zu erzielen...
  - ...und vorher ausrechnen, welches **Minimum** an Versuchspersonen gebraucht wird, um einen Effekt mit vorher festgelegter Größe als signifikant zu entdecken
- Software „**G\*Power**“ (Faul et al., 2007)

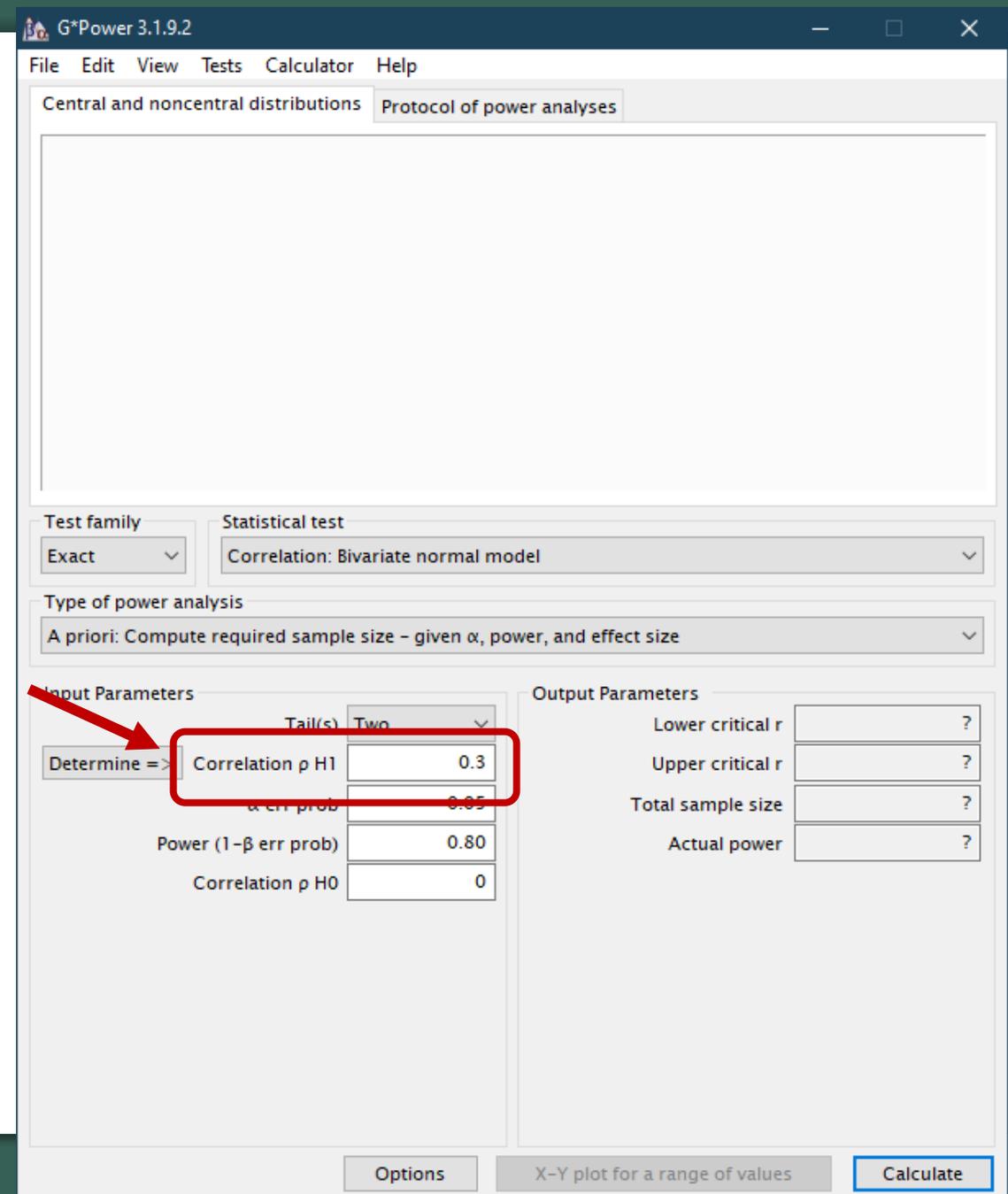
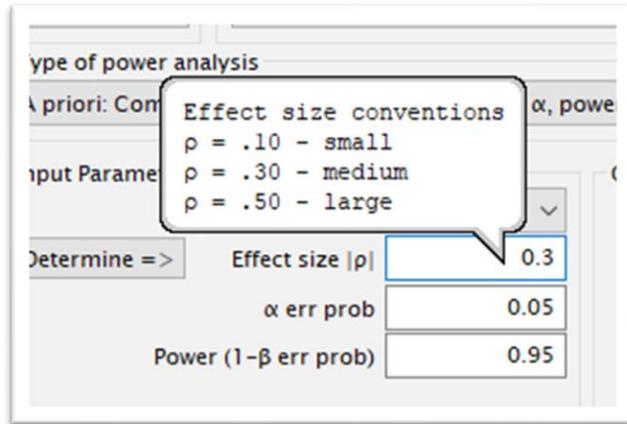
## A) Test auswählen

- Für Korrelation zwischen zwei Variablen (Befragung):
  - Exact → Correlation: Bivariate normal model → Tail(s): Two
- Für Vorhersage einer Variable aus verschiedenen Prädiktoren:
  - F tests → Multiple linear regression: Fixed model,  $R^2$  deviation from zero
- Für Vergleiche zwischen zwei Gruppen:
  - t tests → Means: Difference between two independent means (two groups)
- Für Vergleiche zwischen drei oder mehr Gruppen (ein Faktor):
  - F tests → ANOVA: Fixed effects, omnibus, one-way
- Für Vergleiche zwischen drei oder mehr Gruppen (mind. 2 Faktoren):
  - F tests → ANOVA: Fixed effects, special, main effects and interactions

The screenshot shows the G\*Power 3.1.9.2 software interface. The 'Protocol of power analyses' tab is selected. A red box highlights the 'Test family' and 'Statistical test' sections. The 'Test family' is set to 'Exact' and the 'Statistical test' is set to 'Correlation: Bivariate normal model'. Below this, the 'Type of power analysis' is set to 'A priori: Compute required sample size - given  $\alpha$ , power, and effect size'. The 'Input Parameters' section shows 'Tail(s)' set to 'Two', 'Correlation  $\rho$  H1' set to 0.3, ' $\alpha$  err prob' set to 0.05, 'Power (1- $\beta$  err prob)' set to 0.80, and 'Correlation  $\rho$  H0' set to 0. The 'Output Parameters' section shows 'Lower critical r', 'Upper critical r', 'Total sample size', and 'Actual power' all with question marks. At the bottom right, there is a 'Calculate' button.

## B) Erwartete Effektgröße eintragen

- Beste Variante: Frühere Studie ausgraben, die ganz ähnliche Fragen untersucht hat und Effektgröße aus dieser nehmen (muss oft umgerechnet werden)
- Wenn keine passende Studie zur Hand, mit der Maus in das Feld fahren, um sich konventionelle Grenzen anzeigen zu lassen:



## C) Alphafehler-Wahrscheinlichkeit festlegen

- Die Stichprobengröße interagiert auch mit dem gesetzten Alpha-Level. Dieses belassen wir beim konventionellen Level von **0.05**!

The screenshot shows the G\*Power 3.1.9.2 interface. The 'Protocol of power analyses' tab is active. The 'Test family' is set to 'Exact' and the 'Statistical test' is 'Correlation: Bivariate normal model'. The 'Type of power analysis' is 'A priori: Compute required sample size - given  $\alpha$ , power, and effect size'. In the 'Input Parameters' section, 'Tail(s)' is 'Two', 'Correlation  $\rho$  H1' is '0.3', ' $\alpha$  err prob' is '0.05', 'Power (1 -  $\beta$  err prob)' is '0.80', and 'Correlation  $\rho$  H0' is '0'. A red arrow points to the ' $\alpha$  err prob' field, which is also highlighted with a red box. The 'Output Parameters' section shows 'Lower critical r', 'Upper critical r', 'Total sample size', and 'Actual power', all with question marks. At the bottom, there are buttons for 'Options', 'X-Y plot for a range of values', and 'Calculate'.

Input Parameters		Output Parameters	
Tail(s)	Two	Lower critical r	?
Determining => Correlation $\rho$ H1	0.3	Upper critical r	?
$\alpha$ err prob	0.05	Total sample size	?
Power (1 - $\beta$ err prob)	0.80	Actual power	?
Correlation $\rho$ H0	0		

## D) Gewünschte Mindestpower festlegen

- Als nächstes setzen wir fest, mit welcher Wahrscheinlichkeit ein tatsächlicher Effekt gefunden (= als signifikant markiert) werden soll → unsere gewünschte *Power*
- Statt der Voreinstellung von 0.95 sind wir etwas großzügiger und wählen **0.80!**

The screenshot shows the G\*Power 3.1.9.2 software interface. The window title is "G\*Power 3.1.9.2". The menu bar includes "File", "Edit", "View", "Tests", "Calculator", and "Help". There are two tabs: "Central and noncentral distributions" and "Protocol of power analyses". The "Protocol of power analyses" tab is active. Below the tabs, there are several dropdown menus: "Test family" is set to "Exact", "Statistical test" is set to "Correlation: Bivariate normal model", and "Type of power analysis" is set to "A priori: Compute required sample size - given  $\alpha$ , power, and effect size".

The "Input Parameters" section contains a "Determine =>" button and a table of parameters:

Parameter	Value
Tail(s)	Two
Correlation $\rho_{H1}$	0.3
$\alpha$ err prob	0.05
Power ( $1 - \beta$ err prob)	0.80
Correlation $\rho_{H0}$	0

The "Output Parameters" section contains a table of parameters:

Lower critical r	?
Upper critical r	?
Total sample size	?
Actual power	?

At the bottom of the window, there are three buttons: "Options", "X-Y plot for a range of values", and "Calculate". A red arrow points to the "Determine =>" button, and a red box highlights the "Power ( $1 - \beta$  err prob)" field.

## E) Eventuell: Zusatzeinstellungen

- Je nach Testverfahren gibt es eventuell noch ein paar zusätzliche Felder...
  - ...wie hier bei der Korrelation das Feld „Correlation  $\rho_{H0}$ “, welches auf 0 belassen wird
  - ...oder bei der multiplen Regression die Anzahl an Prädiktoren
  - ...oder beim t-Test die „Allocation ratio  $N2/N1$ “ (also das Verhältnis der beiden Teilgruppengrößen)
  - ...oder bei der ANOVA die Anzahl der Gruppen und der Freiheitsgrade  $df$  (Anzahl Faktorstufen – 1)

G\*Power 3.1.9.2

File Edit View Tests Calculator Help

Central and noncentral distributions Protocol of power analyses

Test family: Exact

Statistical test: Correlation: Bivariate normal model

Type of power analysis: A priori: Compute required sample size - given  $\alpha$ , power, and effect size

Input Parameters

Determine =>	Tail(s)	Two
	Correlation $\rho_{H1}$	0.3
	$\alpha$ err prob	0.05
	Power (1- $\beta$ err prob)	0.80
	Correlation $\rho_{H0}$	0

Output Parameters

Lower critical r	?
Upper critical r	?
Total sample size	?
Actual power	?

Options X-Y plot for a range of values Calculate



HOW

## 7 Sample Size – die **Stichprobenplanung**

### 7) **Sample Size** How many observations will be collected or what will determine sample size?

No need to justify decision, but be precise about exactly how the number will be determined.

An a-priori calculation of sample size with G\*Power software (assumed power: .80, alpha error probability: .05, a small to moderate expected multivariate effect size of  $f^2(V) = .0625$ ) resulted in a minimum number of 114 participants. In order to compensate for potential dropouts and outliers, a value of 130

You have used 2351 characters across all answers so far. We **recommend** using up to about 3200 ([Why?](#)).



## Die restlichen Fragen

### 8) Other Anything else you would like to pre-register?

(e.g., secondary analyses, variables collected for exploratory purposes, unusual analyses planned?)

We will include the following questions for exploratory purposes: ...  
Depending on the results of ..., we will ...

You have used 2465 characters across all answers so far. We **recommend** using up to about 3200 ([Why?](#)).

### 9) Name Give a title for this AsPredicted pre-registration

Suggestion: use the name of the project, followed by study description.

Example: SUMMER PROGRAMS - GPA performance, Chicago, July 2018

### 10) Type of study.

- Class project or assignment
- Experiment
- Survey
- Observational/archival study
- Other:

### 11) Data source

- Prolific
- MTurk
- University lab
- Field experiment / RCT
- Other:

PREVIEW





## Und dann? > Sobald die Präregistrierung fixiert ist...

- Nach Prüfung durch unser Team können Sie die Präregistrierung hochladen...
- ...ggf. noch Ihr Online-Projekt **freischalten**...  
(z. B. bei SoSci Survey im Menü „Projekt-Einstellungen“)
- ...und mit der Rekrutierung **beginnen**!

*Wait for my e-mail!*



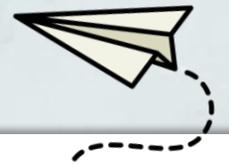
@mp\_tuc



@jpstein.de



jpstein@phil.tu-chemnitz.de



## Viel Erfolg bei Ihren wissenschaftlichen Vorhaben...

...und klopfen Sie sich an der Stelle mal selbst auf die Schulter!

**Prof. Dr. Jan-Philipp Stein**