

Bachelorarbeit

Abstract

Die Angebotsdarstellung im Reward-Based Crowdfunding: Konzepte, Probleme und Erfolgsfaktoren

Autor*in: Beritan Ördek

Diese Arbeit wandelt bisher publizierte Erfolgsfaktoren in konkrete Handlungsvorschläge für die Angebotserstellung im Rahmen des reward-based-Crowdfundings um. Dafür wird der Ablauf einer reward-based Crowdfunding-Kampagne auf den Plattformen StartNext und Kickstarter untersucht und verglichen, um ein erweitertes Verständnis von dem Projektablauf zu bilden. Durch eine Analyse der bisher erforschten Erfolgsfaktoren, Erfahrungswerte und Risiken im Kontext des reward-based Crowdfundings werden Informationen gesammelt, die Hinweise auf die ideale Angebotsdarstellung geben. Erfolgreiche Crowdfunding-Initiativen hängen von der Qualität des Projekts und einer soliden Informationsweitergabe an die potenziellen und aktiven Kapitalgeber:innen ab. Allerdings beruhen Investitionsentscheidungen auch auf der Motivation der Investoren und den wahrgenommenen Risiken. Um den Entscheidungsfindungsprozess greifbarer machen zu können, erfolgt eine Untersuchung der Motivationsfaktoren und möglicher Risiken. Danach werden Erfolgsfaktoren und Qualitätssignale untersucht und die Merkmale von erfolgreichen Projektbeschreibungen und Projektvideos dargelegt. Erfolgsfaktoren sind bspw. ein niedriges Finanzierungsziel, ein großes soziales Netzwerk, interaktive Kampagnen, sinnvolle Belohnungsstufen, regelmäßige Updates. Die Signaltheorie besagt, dass Investor:innen in der Angebotsdarstellung Merkmale wie Qualität, Zuverlässigkeit, Reputation und Vertrauen signalisiert werden, um die Investitionsentscheidung positiv zu beeinflussen. Bei der Projektbeschreibung ist wichtig, dass diese klar und präzise den Projektgegenstand und den Verwendungszweck der Beitragszahlungen vermittelt. Erfolgreiche Kampagnen weisen eine detaillierte Projektbeschreibung in positiver Sprache auf. Erfolgreiche Projektvideos umfassen diese fünf Schritte: 1. Einleitung in das Projektthema. 2. (Projekt) Motivation. 3. Nutzen des Projektes bzw. Produktes in Aktion (Präsentation von Qualitätssignalen). 4. Projektablauf und Funktionsweise. 5. Investitionsappell.

Wichtig ist im Rahmen der Angebotsdarstellung, dass zunächst geprüft wird, ob und für wen das Produkt brauchbar ist, im Rahmen einer Markt- und Zielgruppenanalyse. Anschließend sollte eine grundlegende Analyse der bestehenden und benötigten Ressourcen erfolgen. Daraufhin können Projektgründer:innen beginnen, das Projekt auszuformulieren, ein qualifiziertes Projektteam zusammenzustellen und eine Plattform auswählen, welche den Projekttypen unterstützt. Danach sollte eine ausführliche Projektbeschreibung in positiver Sprache verfasst werden und vorhandene Qualitätsmerkmale wie Erfahrung, Zuverlässigkeit, Leidenschaft und Reputation der Gründerpersonen signalisieren. Weiterhin sind die Auswahl und Bereitstellung adäquater Gegenleistungen und eine ansprechende Visualisierung bei der Angebotsdarstellung von maßgeblicher Bedeutung. Im Crowdfunding-Prozess wird viel Wert auf Offenheit für Impulse, Interaktion mit der Crowd, Updates zum Projektstatus und die Belohnung der Investoren gegeben. Unter Beachtung dieser Hinweise wurde eine Checkliste für reward-based Crowdfunding-Kampagnen erstellt, welche den Erfolg dieser Kampagnen fördern soll.