

## Themenvorschlag Masterarbeit

### **Produkteinführung durch Reward Based Crowdfunding unter finanziellen, vertrieblichen und kommunikationspolitischen Aspekten – eine empirische Analyse der Motive und Erwartungen des Trägers**

MA2020.4

Beim Reward Based Crowdfunding (RBCf.) handelt es sich um eine objektbezogene Finanzierung in Form eines Vorkassemodells, bei dem Verkäufer versuchen, in ausreichendem Umfang zahlungspflichtige Vorbestellungen für ein später zu lieferndes Produkt zu generieren, bevor dessen Produktion erfolgt. Es kann auch als „Crowdsale“ bezeichnet werden. Gerade für Gründer stellt RBCf. damit eine interessante Finanzierungsalternative dar.

Vorkassemodelle werden häufig als reines Finanzierungsinstrument angesehen. Sie bieten aber etliche weitere Funktionen, die über die reine Vorfinanzierung hinausgehen: So kann RBCf. zur Produktentwicklung (Crowd Creation), als Proof of Concept, zur initialen Marktforschung, als realistischer Markttest, zur Markteinführung, als Vertriebskanal, zur Netzwerkentwicklung oder zur Risikobegrenzung eingesetzt werden.

Ziel der Arbeit ist es, den Stand der Literatur zum Thema aufzuarbeiten, einen entsprechenden konzeptionellen Bezugsrahmen zu entwickeln und empirische Evidenz dafür zu suchen, indem Kampagnenträger befragt oder Kampagnen inhaltsanalytisch untersucht werden.

#### **Basisliteratur:**

- Agrawal, A. K., Catalini, C., & Goldfarb, A. (2013). Some simple economics of crowdfunding. National Bureau of Economic Research Working Paper Series No. 19133.
- Fiedler, S., & Horsch, A. (2014). Crowdfunding als Finanzierungsalternative. Zeitschrift für KMU und Entrepreneurship, 1(2014), 91-98.
- Kraus, S., Richter, C., Brem, A., Chang, M. L., & Cheng, C. F. (2016). Strategies for reward-based crowdfunding campaigns. Journal of Innovation & Knowledge, 1(1), 13-23.
- Moritz, A., & Block, J. H. (2014). Crowdfunding und Crowdfunding: State-of-the-Art der wissenschaftlichen Literatur. Zeitschrift für KMU und Entrepreneurship, 62(1), 57-89.