

## Bachelorarbeit

### Abstract

#### **Der Reputationseffekt von Crowdfunding auf die spätere Bankfinanzierung**

Die vorliegende Arbeit untersucht die Auswirkungen des Reputationseffektes eines gelungenen Crowdfundings auf eine spätere Bankfinanzierung. Um die Forschungsfrage beantworten zu können, sind semi-strukturierte Experteninterviews mit acht Bankern der Abteilung „Markt“ sowie „Marktfolge“ geführt worden. In den Interviews wurde die generelle Meinung zum Finanzierungsinstrument „Crowdfunding“ sowie dessen Vor- und Nachteile hinterfragt. Die Auswertung der Interviewergebnisse fand anhand von Kategorien statt, die zuvor aus der bestehenden Vergleichsliteratur abgeleitet wurden. Diese Kategorien konnten mit den Ergebnissen der Interviews verglichen, überarbeitet und diskutiert werden. In Kombination von Theorie und Praxis sind zur Beantwortung der Leitfrage die folgenden fünf Hauptkategorien identifiziert worden, aus denen der Reputationseffekt abgeleitet wird: Der Zugang zum Kapitalmarkt, die Crowdfunding-Art, der Proof of Concept, der Bekanntheitsgrad sowie die Berichterstattung. Allgemein konnte erkannt werden, dass der Reputationseffekt des Crowdfundings die Chance auf eine anschließende Bankfinanzierung i.d.R. positiv beeinflussen kann, jedoch keine Veränderung der Konditionen dieser Anschlussfinanzierung zur Folge hat. Einzelne Kategorien können die Kreditentscheidung sowohl positiv als auch negativ beeinflussen. Dies hängt stark mit der individuellen Ausgestaltung des Crowdfundings sowie der Unternehmensaufstellung in der jeweiligen Kategorie zusammen.