

Bachelorarbeit

Abstract

Erfolgsfaktoren von Crowdfunding-Videos: Konzeption einer experimentellen Untersuchung

Unternehmer und Privatpersonen wenden sich dem Crowdfunding zu, um ihre Projektideen zu finanzieren. Mithilfe einer überzeugenden Crowdfunding-Kampagne sollen möglichst viele Investoren gewonnen werden, die durch finanzielle Unterstützung die Umsetzung der Idee ermöglichen. Ein aussagekräftiges Video gehört heutzutage zu einer guten Crowdfunding-Kampagne dazu und trägt zum Erfolg dieser bei. Projektinitiatoren sollten der Gestaltung des Videos deshalb besondere Aufmerksamkeit widmen und sich an gewissen Erfolgsfaktoren für ein Crowdfunding-Video orientieren. Die vorliegende Arbeit beinhaltet die Konzeption einer experimentellen Untersuchung der Erfolgsfaktoren eines Crowdfunding-Videos. Die Probanden sollen dabei durch Randomisierung in verschiedene Gruppen geteilt werden, anhand verschiedener Videos die Faktoren Storytelling, Vorstellung der Gründer, Video-Einstieg, Informationsgehalt, Authentizität, Call to Action, Mehrwert, Länge, Ansprache und Alleinstellungsmerkmal beurteilen und anschließend eine Investitionsentscheidung treffen. Die Probanden sollen außerdem die einzelnen Faktoren allgemein hinsichtlich ihrer Wichtigkeit für ein erfolgreiches Video bewerten. Dieses Konzept dient als Grundlage für weitere Forschungen. Die Forschungsergebnisse würden Aufschluss darüber geben, welche Erfolgsfaktoren es bei der Gestaltung eines Crowdfunding-Videos für Projektinitiatoren zu berücksichtigen gibt.