

Themenvorschlag Masterarbeit:

„Geschäftskredite für Gründer und Unternehmer auf Crowdfunding-Plattformen: Kopf- oder Bauchentscheidung der Geber?“

MA 2011-10

Crowd-to Business-Lending Plattformen bringen Gründer und Unternehmer mit Finanzierungsbedarf (Kreditnehmer) und Kreditgeber online zusammen. Kreditnehmer stellen sich dar: ihr Unternehmen, ihre Unternehmerpersönlichkeit und ihr Finanzierungsprojekt. Sie überzeugen die Kreditgeber (die Crowd) jeweils einen Teilbetrag zu bieten. Kommt innerhalb der festgelegten Laufzeit der gesamte Kreditbetrag zusammen, ist das Projekt finanziert (Lending). Der Finanzierungsbedarf eines Kreditnehmers wird damit von vielen Kreditgebern gedeckt (Crowdfunding).

Internationale Beispiele hierfür sind Friends Clear in Frankreich (www.friendsclear.com) oder Lending Circle in Grossbritannien (www.lendingcircle.co.uk). Die beiden deutschen Crowdfunding-Plattformen Smava (www.smava.de) und Auxmoney (www.auxmoney.com) bedienen hauptsächlich Konsumentenkredite, vermitteln jedoch einen nicht zu vernachlässigenden Anteil an Geschäftskrediten.

Bei der klassischen, formellen Fremdfinanzierung durch einen Bankkredit entscheiden in der Regel wenige Personen über die Vergabe der gesamten, größeren Summe an Geld. Beim Crowdfunding hingegen entscheiden viele Personen jeweils über die Vergabe von kleinen Beträgen. Banker nutzen zur Entscheidungsfindung Business Pläne und persönliche Gespräche. Kreditgeber beim Crowdfunding nutzen Informationen, die über Social Media Marketing (Facebook, Twitter, Xing, Youtube, Flickr u.a.) zur Verfügung gestellt werden und kommunizieren u.a. auch über diese Medien mit dem Kreditnehmer.

Diese Arbeit soll sich mit der Frage auseinandersetzen, wie Kreditgeber im Crowdfunding über die Vergabe oder Nicht-Vergabe von anteiligen Krediten entscheiden. Werden Entscheidungen rational, mit dem Kopf, getroffen – und nach welchen Kriterien? Oder intuitiv, „aus dem Bauch“? Wie ist die Verteilung zwischen diesen beiden Arten der Entscheidungsfindung? Gibt es Mischformen?

Nach einer Analyse der einschlägigen Literatur soll diese Arbeit Antworten darauf im Rahmen einer quantitativen Untersuchung suchen. Damit soll ein Erkenntnisgewinn für die Erfolgsfaktorenforschung im Crowdfunding erreicht werden.

Praxispartner für diese Abschlussarbeit ist Finmar, ein Gründungsunternehmen in der Produktentwicklungsphase, das eine Crowd-to-Business-Lending Plattform in Deutschland bereitstellen wird. Neuigkeiten zum Gründungsprozess von Finmar können auf dem Blog eingesehen werden: www.blog.finmar.com.

Einstiegsliteratur:

- Krishnamurthy/Tripati (2009): Monetary Donations to an open source platform. Research Policy, Vol. 38, S. 404 – 414
- Schwienbacher/Larralde (2011): Crowdfunding of Small Entrepreneurial Ventures. Book Chapter for D.J. Cummings (Ed.): Handbook of Entrepreneurial Finance”, forthcoming at Oxford University Press.
- Frerichs/Schumann (2008): Peer to Peer Banking – State of the Art, in Arbeitsbericht Nr. 02/2008 des Instituts für Wirtschaftsinformatik, Professur für Anwendungssysteme und E-Business, Georg-August-Universität Göttingen.
- Ley/Weaven (2011): EXPLORING AGENCY DYNAMICS OF CROWDFUNDING IN START-UP CAPITAL FINANCING, Academy of Entrepreneurship Journal, Volume 17, Number 1, pp. 85- 110.
- Berger/Gleisner (2009): Emergence of Financial Intermediaries in Electronic Markets: The Case of Online P2P Lending, Business Research, Volume 2, Issue 1, May 2009, pp. 39–65.

Die abgeschlossene Arbeit zu diesem Thema ist geeignet für eine Bewerbung um einen Förderpreis der Handelskammer Hamburg, der für herausragende Abschlussarbeiten mit Relevanz für den Finanzplatz Hamburg in 2012 erneut ausgelobt wird.

Crowdfunding ist eine Finanzierungsform, die im Wesentlichen über einen öffentlichen Aufruf im Web 2.0 erfolgt und zum Ziel hat, finanzielle Ressourcen für ein Vorhaben entweder ohne Gegenleistung oder gegen irgendeine Art von Gegenleistung (finanzielle/materielle Vergütung, immaterielle, idelle Leistungen und/oder Rechte, z. B. Stimmrechte) zu erhalten und damit einen bestimmten Zweck zu erreichen.“ (Hemer u.a. 2011: Crowdfunding und andere Formen informeller Mikrofinanzierung in der Projekt und Innovationsfinanzierung)