

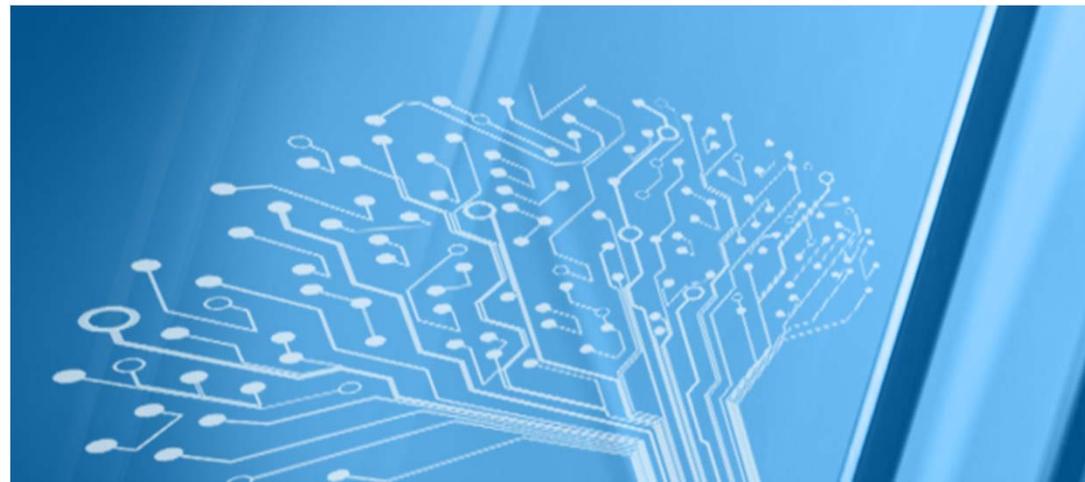
Crowdfunding als wissenschaftlicher Mikrokosmos zur Untersuchung ökonomisch-organisatorischer Phänomene – Ausgewählte empirische Analysen



TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DARMSTADT

ITeG-Ringvorlesung WS 2015/2016:
Digitale Gesellschaft –
eine Gestaltungsaufgabe
Kassel, 20. Januar 2016

Prof. Dr. Alexander Benlian
Fachgebiet Wirtschaftsinformatik:
Information Systems & E-Services (ISE)
Technische Universität Darmstadt



Agenda

1.

Was ist Crowdfunding?

2.

Typische Crowdfunding-Projekte und Erfolgsfaktoren

3.

Chancen und Risiken

4.

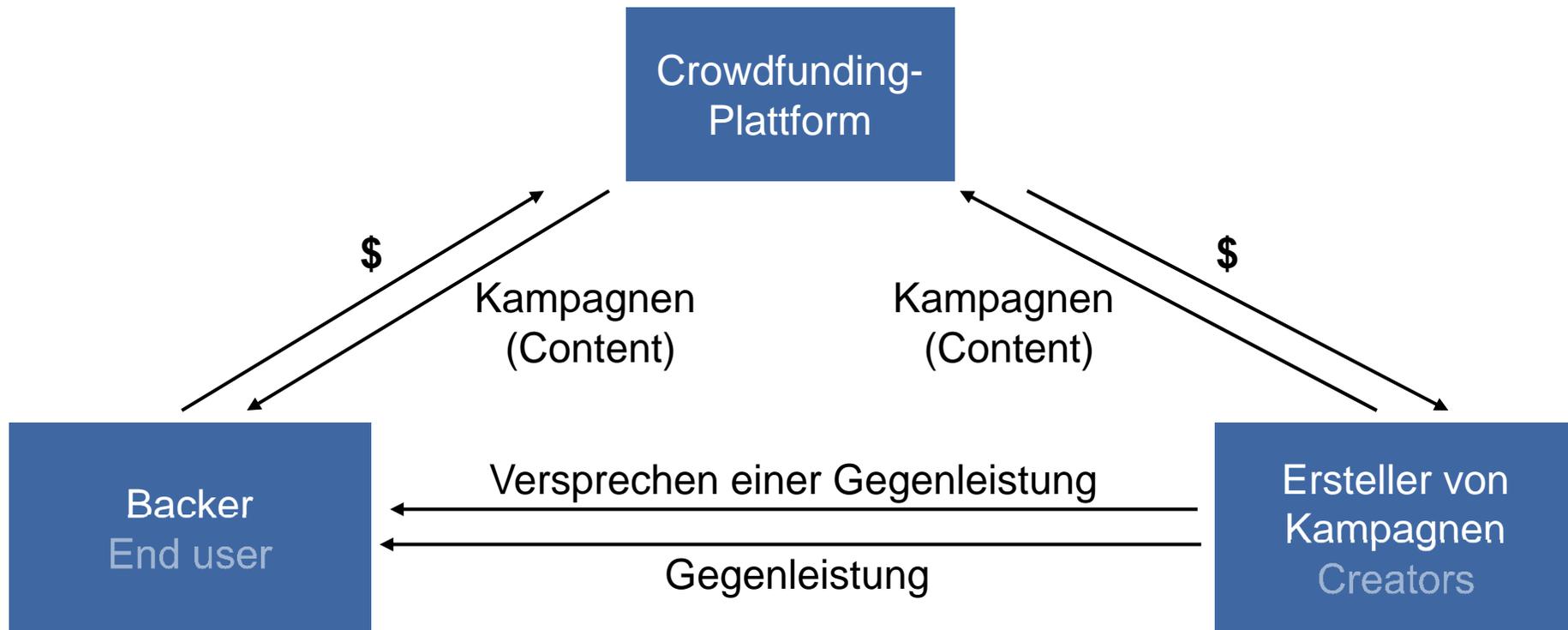
Ausblick

Was ist Crowdfunding?

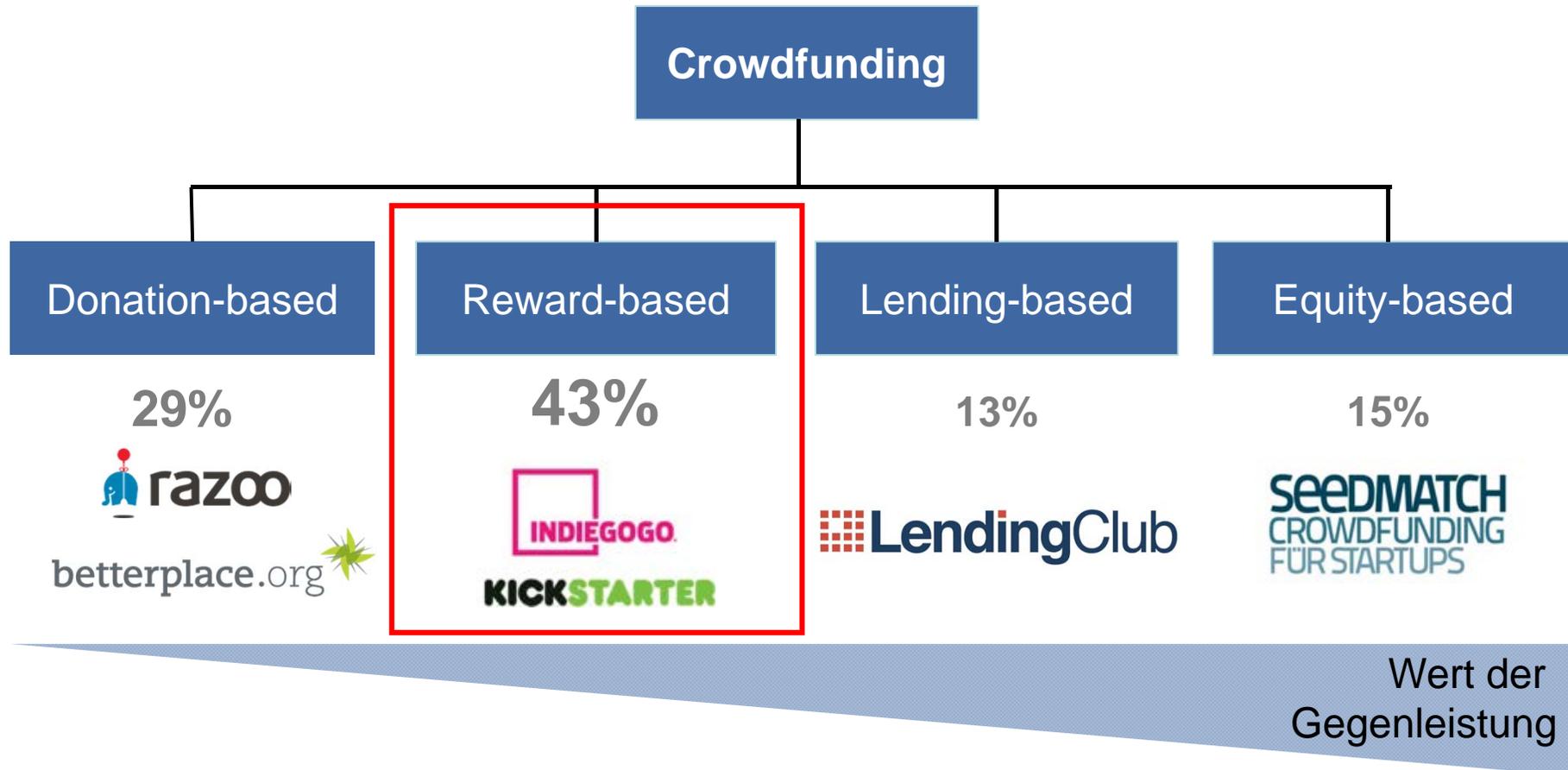
- **Beschaffung von Geldmitteln** zur Finanzierung eines bestimmten Projektes (z.B. Produkterstellung, Umsetzung Geschäftsidee, soziale Projekte) durch einen Aufruf über das Internet (sog. Crowdfunding-Plattformen)
- **Crowdfunding** (Schwarmfinanzierung) deshalb, weil viele **kleinere Beiträge von einer großen Anzahl von Unterstützern**, der sogenannten Crowd, erbracht werden (und nicht von wenigen großen, akkreditierten Investoren)



How it works



Unterschiedliche Crowdfunding-Modelle

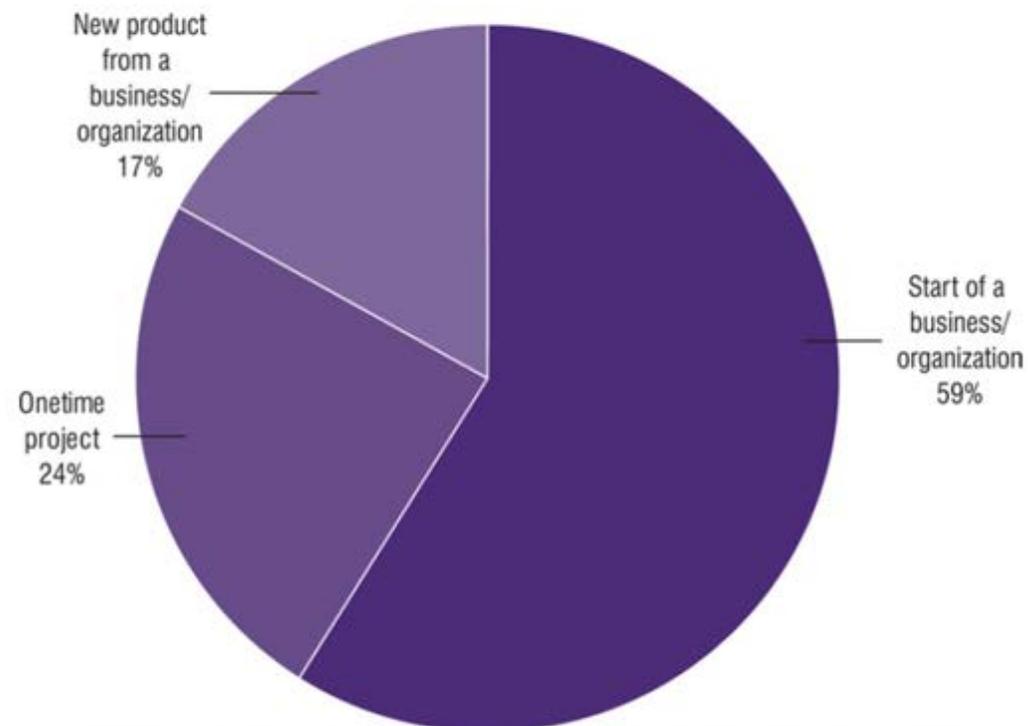


<http://research.crowdsourcing.org/2013cf-crowdfunding-industry-report>

Gründe für Crowdfunding-Kampagnen (Beispiel Kickstarter)

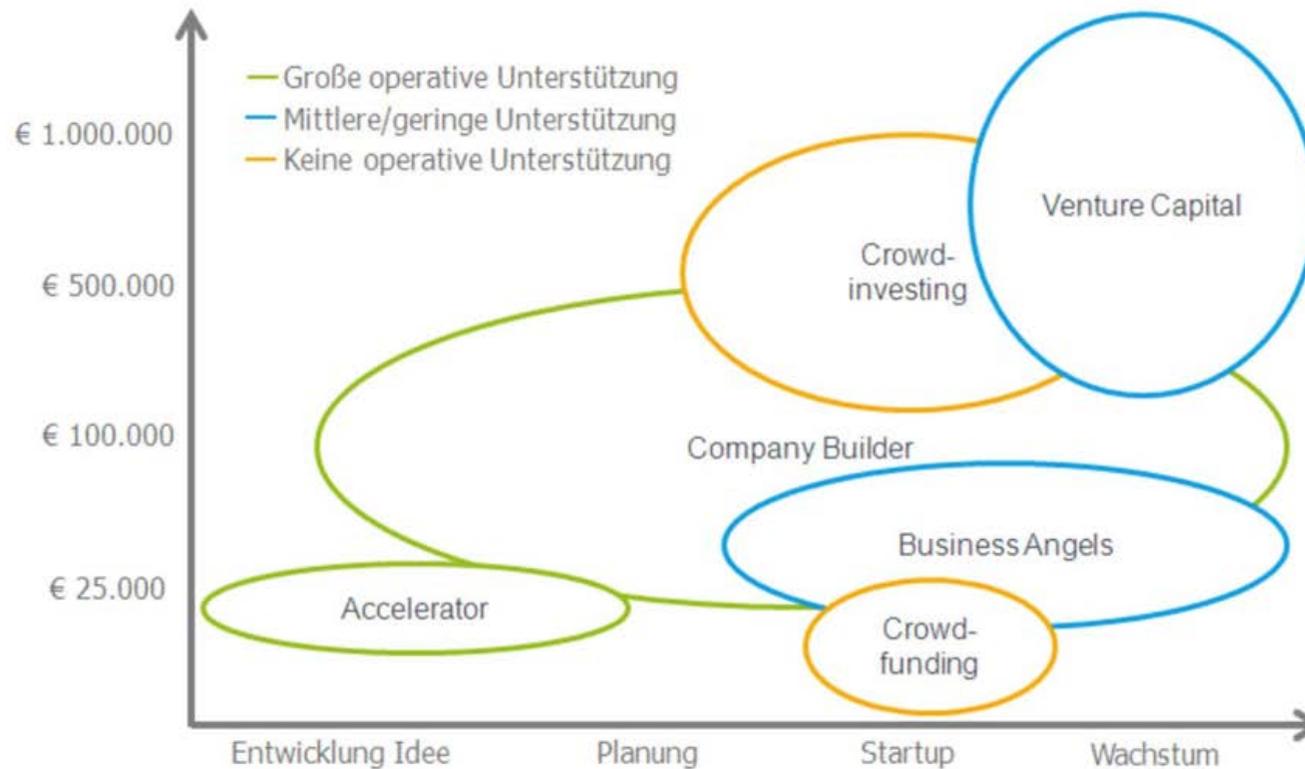
Survey: Most Kickstarter Creators Aim to Launch Businesses

Kickstarter creators' reasons for seeking crowdfunding

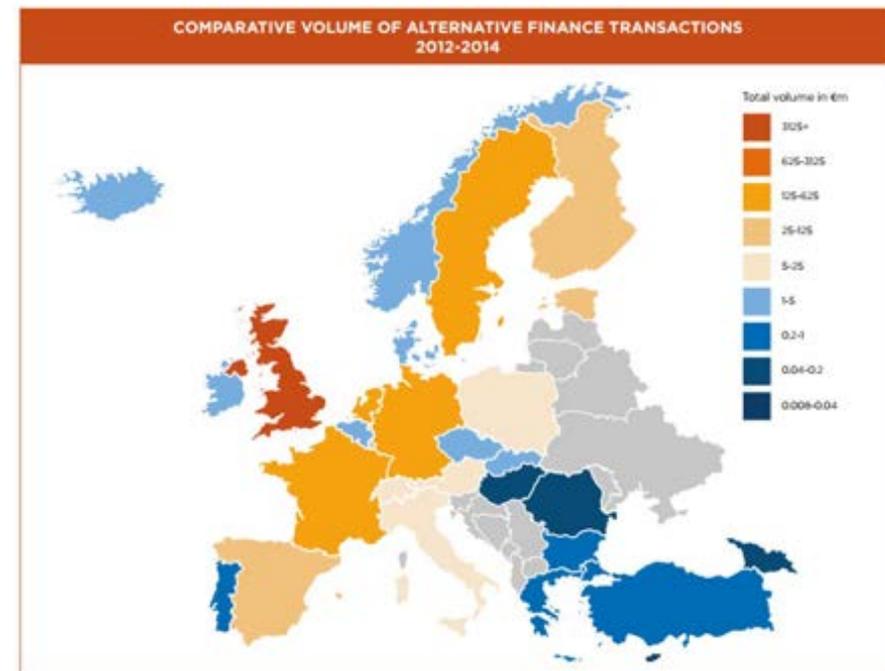
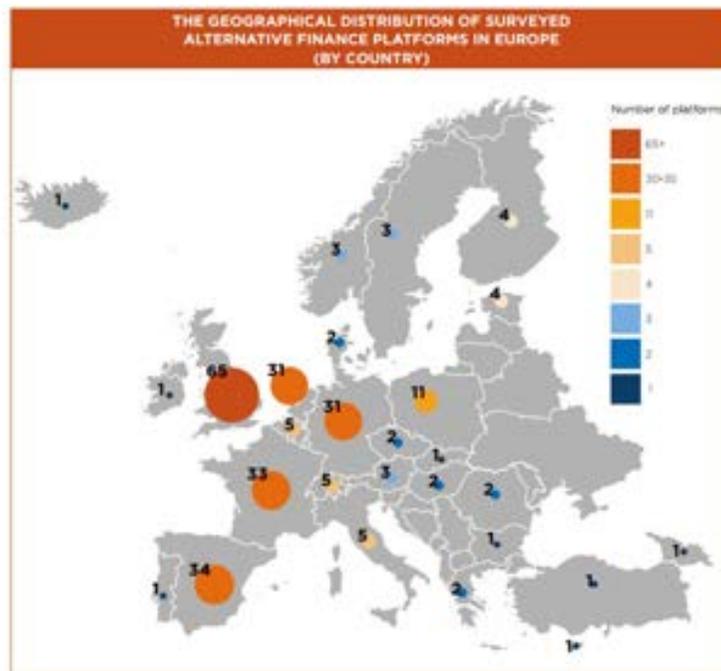


Source: Ethan R. Mollick and Venkat Kuppaswamy, "After the Campaign: Outcomes of Crowdfunding," UNC Kenan-Flagler Research Paper No. 2376997, January 2014, <http://tinyurl.com/q3t9t8>

Crowdfunding als Finanzierungsinstrument für Start-ups

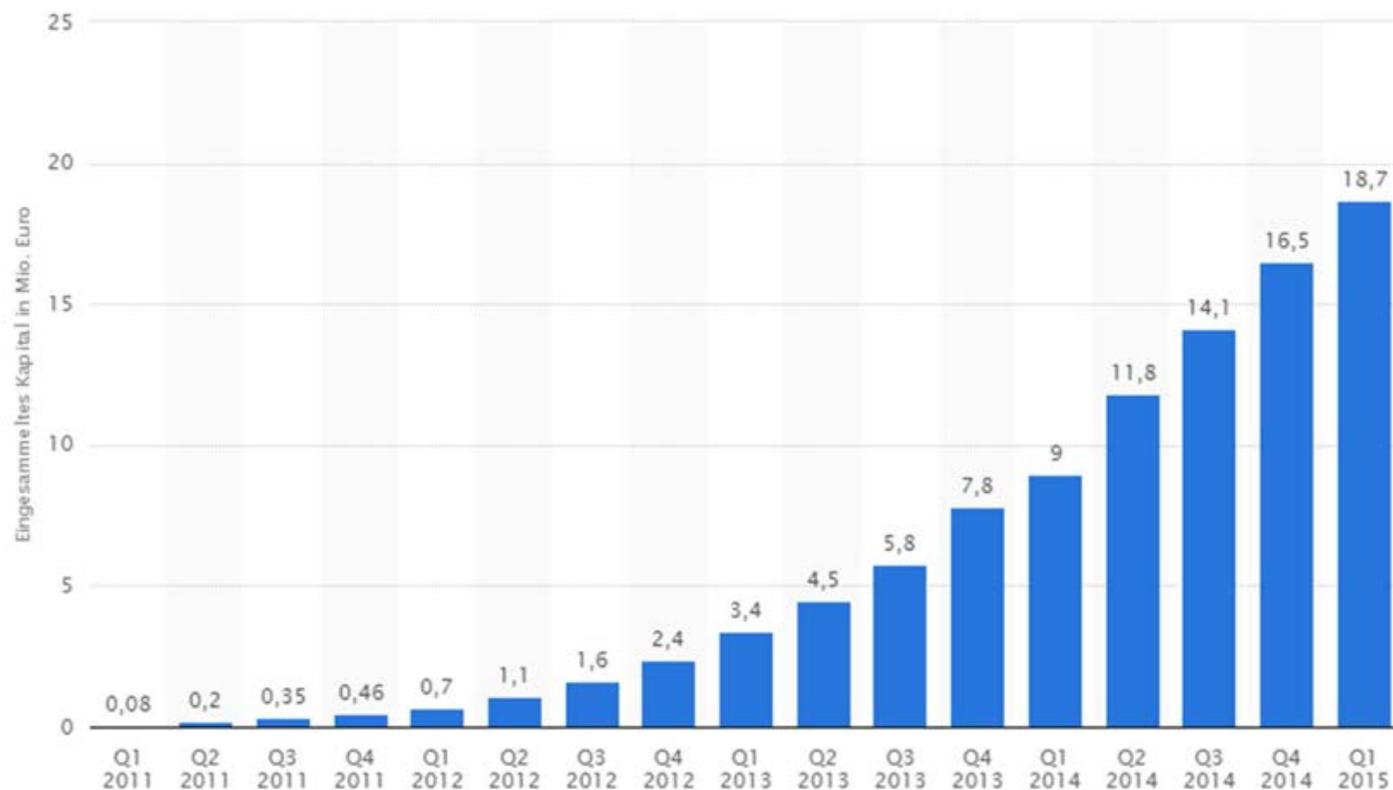


Anzahl an Crowdfunding-Plattformen in Europa und Transaktionsvolumina



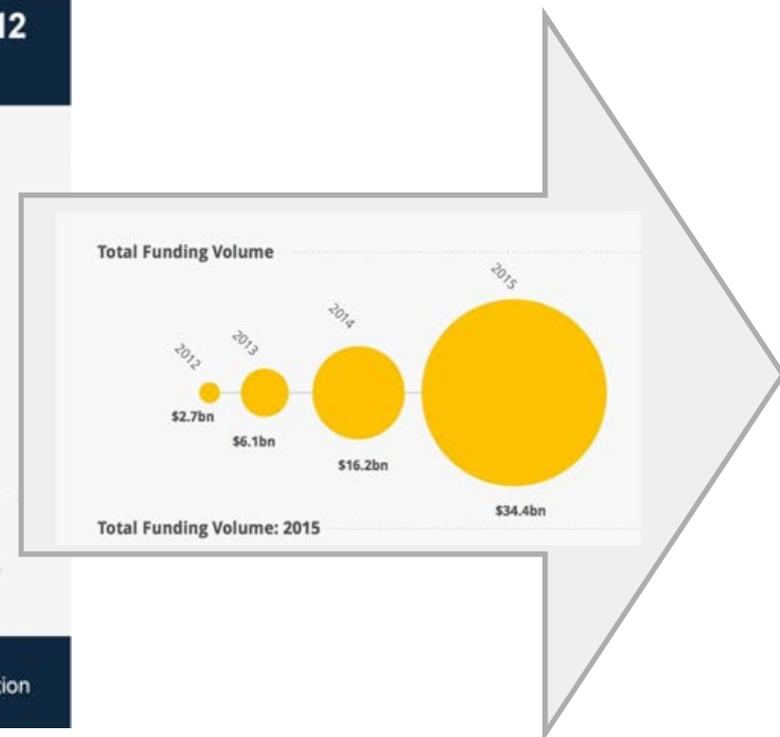
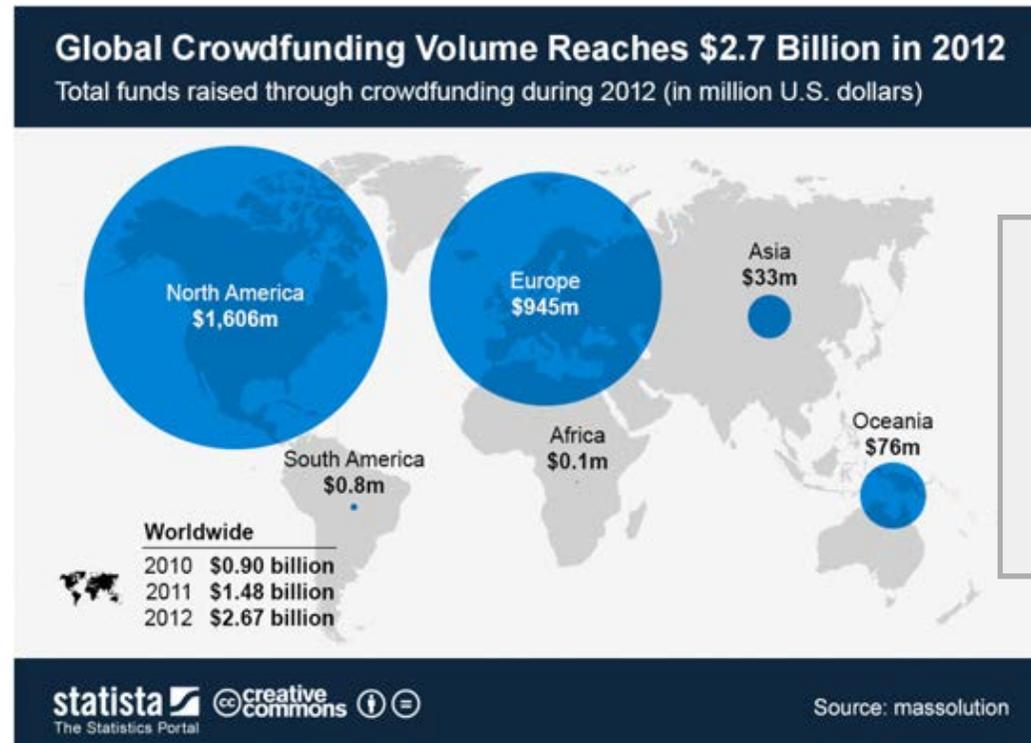
Wardrop et al. (2015): Moving Mainstream. The European Alternative Finance Benchmarking Report. London

Gesamtvolumen des durch Crowdfunding eingesammelten Kapitals in Deutschland (in Millionen Euro)

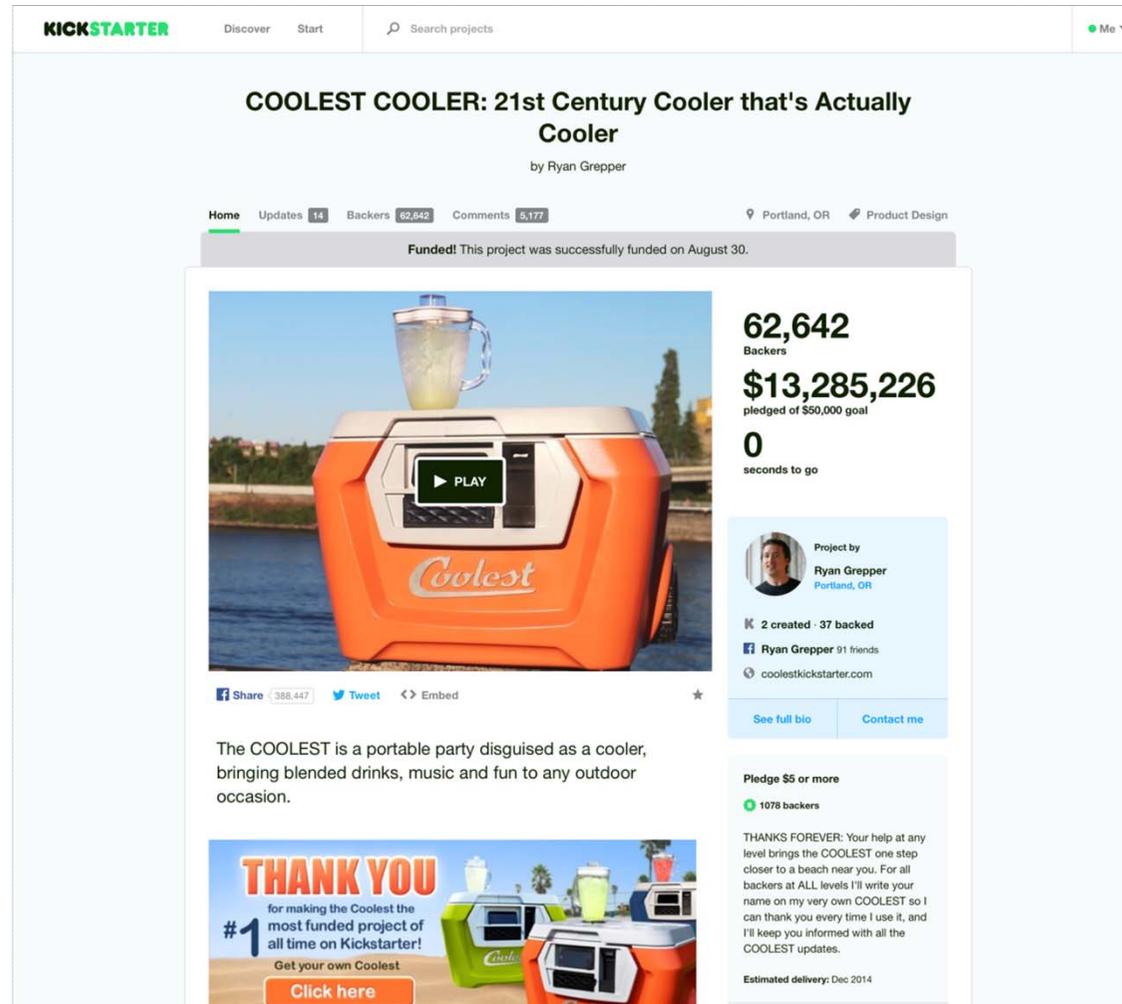


© Statista 2016

Weltweites Finanzierungsvolumen im Crowdfunding



Typischer Aufbau einer Crowdfunding-Kampagnenseite



The screenshot shows a Kickstarter campaign page for the 'COOLEST COOLER'. The page features a large image of the orange cooler with a blender on top. To the right of the image, the campaign statistics are displayed: 62,642 backers, \$13,285,226 pledged (exceeding the \$50,000 goal), and 0 seconds to go. Below the image, there are social media sharing options (Share, Tweet, Embed) and a description of the product. A 'THANK YOU' banner at the bottom left celebrates the project as the '#1 most funded project of all time on Kickstarter'. The project creator, Ryan Grepper, is listed with his location (Portland, OR) and social media links. A 'Pledge \$5 or more' section shows 1078 backers. The estimated delivery date is Dec 2014.

KICKSTARTER Discover Start Search projects Me

COOLEST COOLER: 21st Century Cooler that's Actually Cooler

by Ryan Grepper

Home Updates 14 Backers 62,642 Comments 5,177 Portland, OR Product Design

Funded! This project was successfully funded on August 30.



62,642
Backers

\$13,285,226
pledged of \$50,000 goal

0
seconds to go

Project by
 **Ryan Grepper**
Portland, OR

2 created · 37 backed

 **Ryan Grepper** 91 friends

 coolestkickstarter.com

[See full bio](#) [Contact me](#)

Pledge \$5 or more

 1078 backers

THANKS FOREVER: Your help at any level brings the COOLEST one step closer to a beach near you. For all backers at ALL levels I'll write your name on my very own COOLEST so I can thank you every time I use it, and I'll keep you informed with all the COOLEST updates.

Estimated delivery: Dec 2014

The COOLEST is a portable party disguised as a cooler, bringing blended drinks, music and fun to any outdoor occasion.

THANK YOU
#1 for making the Coolest the most funded project of all time on Kickstarter!
Get your own Coolest
[Click here](#)

Qualitätsindikatoren für Unterstützer

62,642
Backers

\$13,285,226
pledged of \$50,000 goal

KICKSTARTER Discover Start Search projects

COOLEST COOLER: 21st Century Cooler that's Actually Cooler
by Ryan Grepper

14 Backers 62,642 Comments 5,177

Portland, OR Product Design

Funded! This project was successfully funded on August 30.



62,642
Backers

\$13,285,226
pledged of \$50,000 goal

0 seconds to go

Project by **Ryan Grepper** Portland, OR

2 created · 37 backed

Ryan Grepper 91 friends

coolestkickstarter.com

See full bio Contact me

Pledge \$5 or more

1078 backers

THANKS FOREVER: Your help at any level brings the COOLEST one step closer to a beach near you. For all backers at ALL levels I'll write your name on my very own COOLEST so I can thank you every time I use it, and I'll keep you informed with all the COOLEST updates.

Estimated delivery: Dec 2014

Share 388,447 Tweet Embed

The COOLEST is a portable party disguised as a cooler, bringing blended drinks, music and fun to any outdoor occasion.

THANK YOU

#1 for making the Coolest the most funded project of all time on Kickstarter!

Get your own Coolest

Click here

Share 388,447

Project by **Ryan Grepper** Portland, OR

2 created · 37 backed

Ryan Grepper 91 friends

coolestkickstarter.com

Pledge \$165 or more

50 backers All gone!

COOLEST EARLY BIRD: Get your very own COOLEST, complete with blender, a waterproof Bluetooth speaker, USB Charger and all the other awesome features. You will be saving at least \$135 off of the retail price. You'll also get the COOLEST Drink Guide and all our updates. (add \$15 for shipping)

Estimated delivery: Feb 2015
Only ships to: United States

Agenda

1.

Was ist Crowdfunding?

2.

Typische Crowdfunding-Projekte und Erfolgsfaktoren

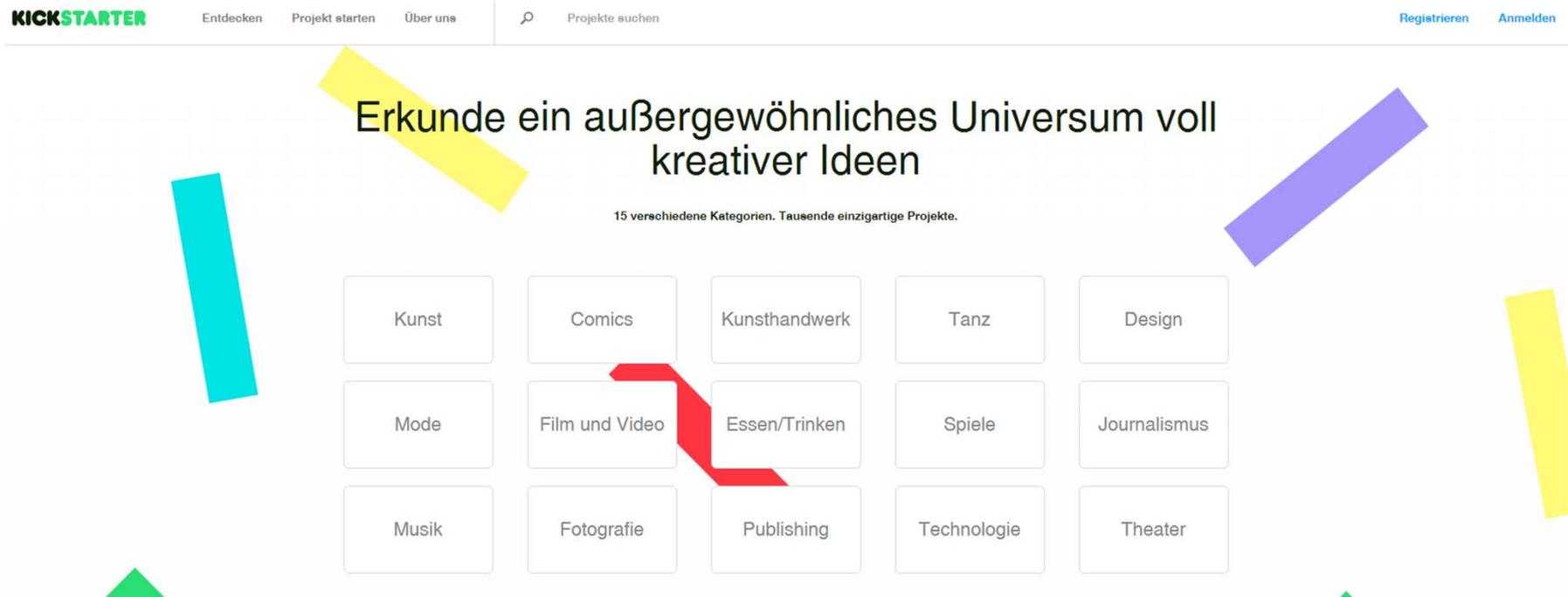
3.

Chancen und Risiken

4.

Ausblick

Arten von Crowdfunding-Projekten: Beispiel Kickstarter



The screenshot shows the Kickstarter homepage with several annotations:

- A yellow diagonal bar highlights the main heading: "Erkunde ein außergewöhnliches Universum voll kreativer Ideen".
- A purple diagonal bar highlights the sub-heading: "15 verschiedene Kategorien. Tausende einzigartige Projekte.".
- A red L-shaped bar highlights the "Film und Video" and "Essen/Trinken" category boxes.
- A cyan vertical bar is on the left side.
- A yellow vertical bar is on the right side.
- Small green triangles are at the bottom left and right corners.

Navigation links: Entdecken, Projekt starten, Über uns, Projekte suchen, Registrieren, Anmelden.

Categories:

Kunst	Comics	Kunsth Handwerk	Tanz	Design
Mode	Film und Video	Essen/Trinken	Spiele	Journalismus
Musik	Fotografie	Publishing	Technologie	Theater

Arten von Crowdfunding-Projekten: Beispiel Indiegogo

Wird jetzt versandt Neu

Durchstöbere jetzt erhältliche Produkte von Unternehmern auf Indiegogo

PRODUKTE ANZEIGEN

KATEGORIEN

[Alle Kategorien](#)

- Bildung
- Comic
- Community
- Design
- Ernährung
- Film
- Fotografie
- Gesundheit
- Kleinunternehmen
- Kunst
- Medienübergreifend
- Mode
- Musik
- Politik
- Religion
- Schreiben
- Spiele
- Sport
- Tanz
- Technologie
- Theater
- Tiere
- Umwelt
- Video / Web

ORT

ENTDECKEN

ALLE KATEGORIEN

Wir helfen dabei, deine Träume und Ideen durch Crowdfunding zu verwirklichen. Entdecke und unterstütze noch heute diese Fundraising-Kampagnen!

ALLE ANGESAGTEN PRODUKTE | IN DEINER NÄHE ANGESAGT | BALD ZU ENDE | DIESE WOCHE NEU | TOP-VERDIENER



VIDEO / WEB
JUICE
JUICE a dark vampire comedy about an aging Vampire.

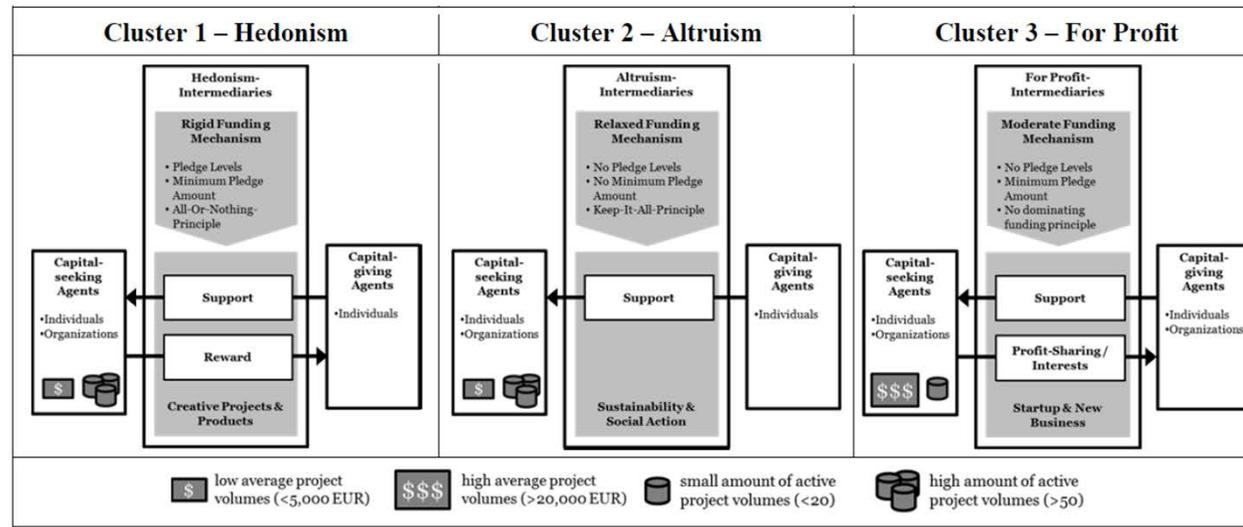


TECHNOLOGIE
Cleaning the oceans one marina at a time
We have created an automated marina rubbish bin that collects floating rubbish.



MUSIK
Contribute to Cascada de Flores' 1st LIVE Album!
Help Cascada de Flores release "Live", a live album.

3 Archetypen



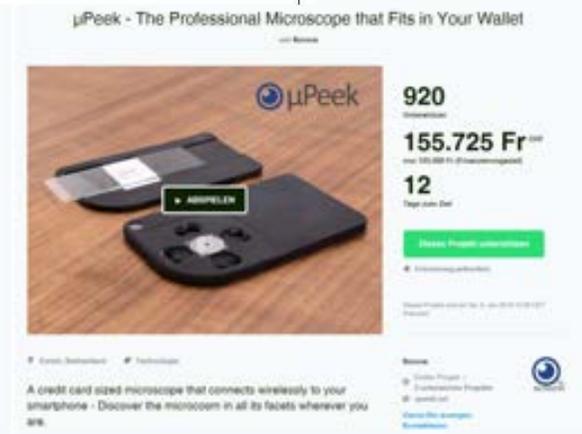
Our Harambee - Good Eye Video travels to Kenya to create videos for non-profits!



Good Eye Video travels to Kenya to create videos and educational theater and music programs for an array of amazing non-profits!

Created with Good Eye Video

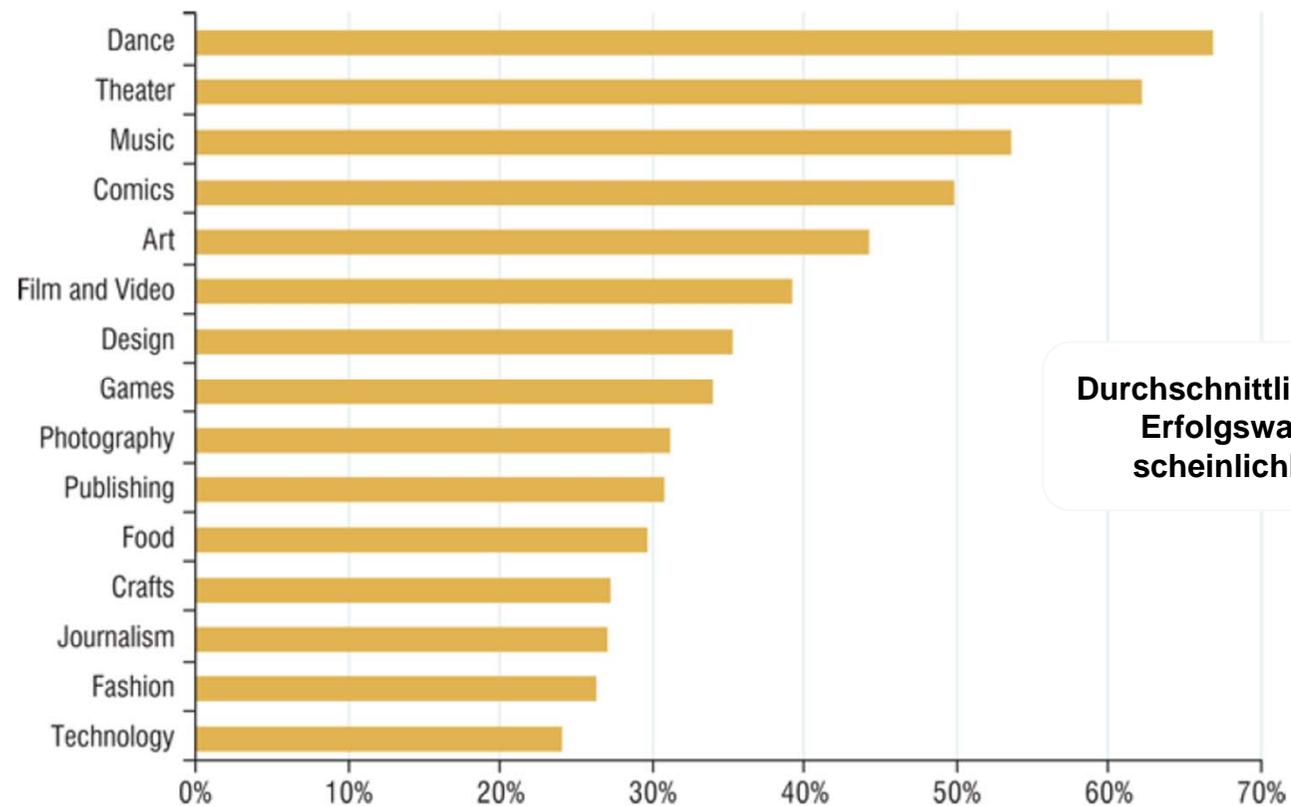
10 Unterstützer haben 11.100 € beigetragen, um die Finanzierung des Projekts zu ermöglichen.



Haas et al. (2014): An Empirical Taxonomy of Crowdfunding Intermediaries, Proceedings of ICIS 2014, Auckland

Erfolgswahrscheinlichkeiten (Beispiel Kickstarter)

Success rates of Kickstarter campaigns, by project type



Source: "Stats," Kickstarter, updated Jan. 20, 2015, <http://tinyurl.com/7bs6xbv>

Erfolgsfaktoren: Was macht eine Kampagne erfolgreich?

Kampagnen-
Präsentation
(Video)

Zeitpunkt

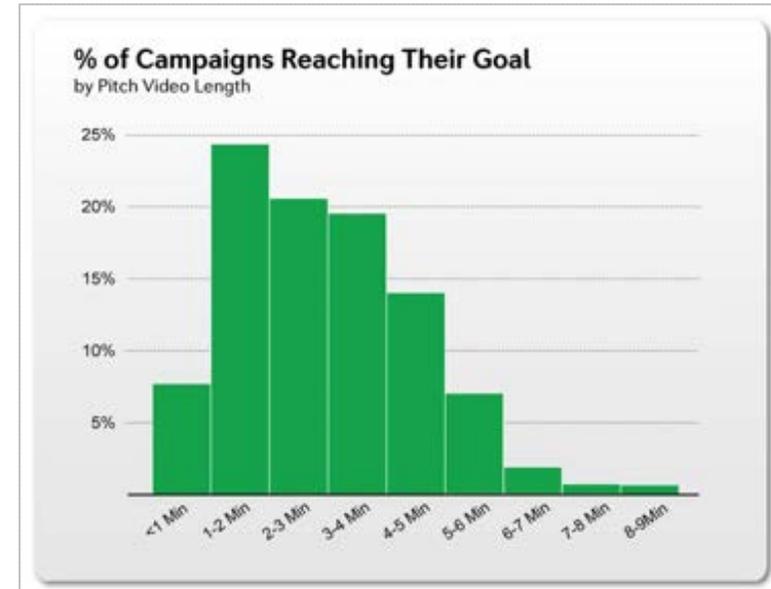
Gegen-
leistungen
(Rewards)

(Pro-)
Aktivität



Was macht eine Kampagne erfolgreich?

Kampagnen-Video



- Welches Problem wird gelöst?
- Idee verständlich und prägnant erklären
- Emotionen und Vertrauen sind wichtig
- Sympathisch und authentisch bleiben
- Es bleiben oft nur wenige Sekunden, um das Interesse der Unterstützer zu wecken

<https://go.indiegogo.com/blog/2012/04/indiegogo-insight-53-of-campaigns-reaching-goal-have-a-pitch-video-under-3-minutes.html>

Wessel et al. (2016): Personality matters: How signaling personality traits can influence the adoption and diffusion of crowdfunding campaigns, Working Paper.

Was macht eine Kampagne erfolgreich?

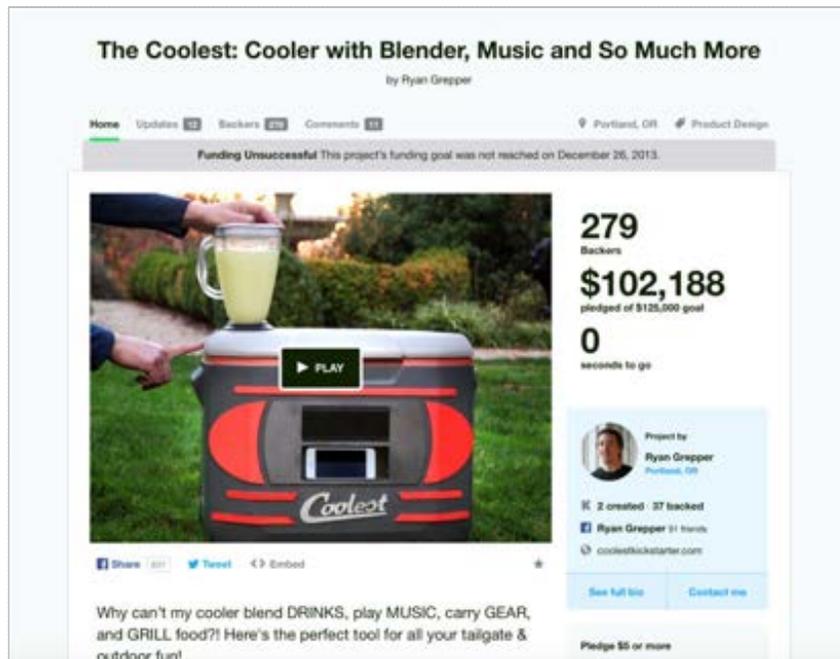
Zeitpunkt



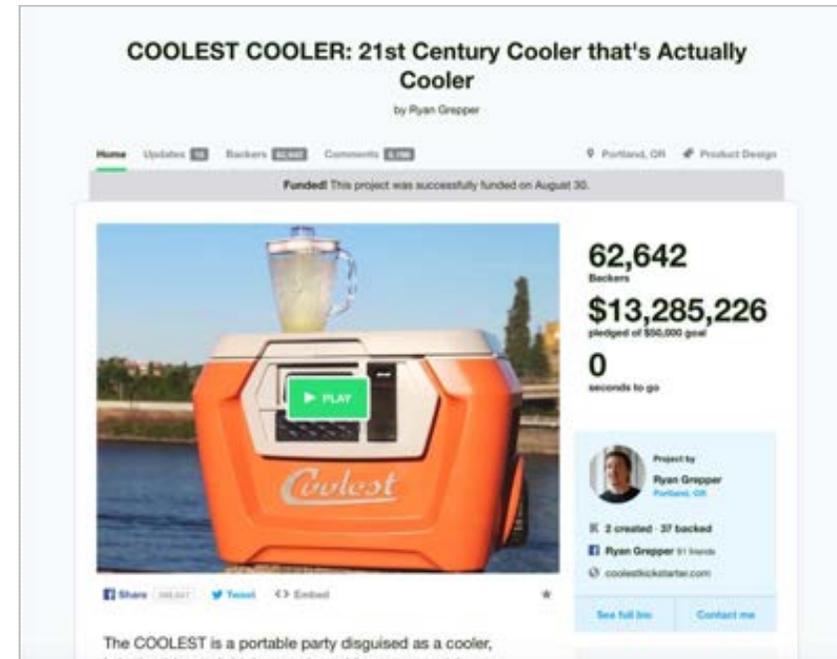
- Ist das Projekt bereits weit genug fortgeschritten, um für potentielle Unterstützer interessant zu sein?
 - ✓ Existiert ein Prototyp, der gezeigt werden kann?
 - ✓ Gibt es einen realistischen Projektplan?
 - ✓ Sind Gegenleistungen in naher Zukunft verfügbar?
 - ✓ Ist der Markt „reif“?
 - ✓ An welchem Wochentag, in welchem Monat, zu welcher Jahreszeit sollte die Kampagne starten?
 - ✓ Gibt es saisonale Besonderheiten zu beachten?

Mollick, E. (2014): The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. Journal of Business Venturing 29 (1), 1-16.

Was macht eine Kampagne erfolgreich? Zeitpunkt



26. Dezember 2013

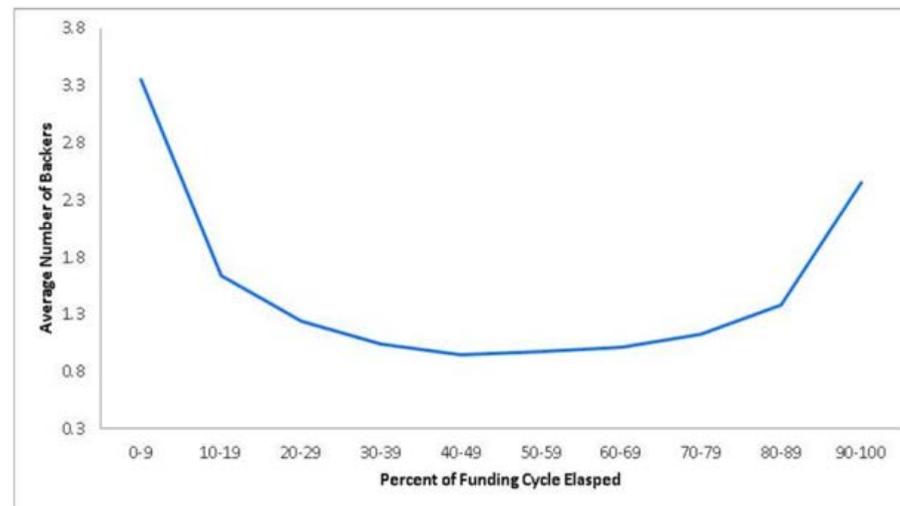


30. August 2014

Was macht eine Kampagne erfolgreich?

Anfangs- und Endphase

- Die meisten Investitionen finden am Anfang und am Ende der Kampagnenlaufzeit statt
- Start durch Hilfe von Freunden und Familie optimieren und attraktive und limitierte Gegenleistungen anbieten



Kuppuswamy, V., and Bayus, B.L. 2014. "Crowdfunding Creative Ideas: The Dynamics of Project Backers in Kickstarter," Working papers / UNC Kenan-Flagler Research Paper No. 2013-15).

Was macht eine Kampagne erfolgreich? Gegenleistungen



TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DARMSTADT

- Art und Umfang der Gegenleistung muss verständlich erklärt werden
- Preise und Preisstaffelungen nachvollziehbar
- Lieferzeiten realistisch wählen
- Limitierung bestimmter Gegenleistungen um Anreize zu schaffen, früh einen Beitrag zu leisten
- Speziell kleinere Beiträge/Gegenleistungen machen oft einen großen Unterschied (geringeres Risiko für die Unterstützer)



Mollick, E. (2014): The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. Journal of Business Venturing 29 (1), 1-16.

Was macht eine Kampagne erfolgreich? (Pro-)Aktiv bleiben

- Auf Kommentare und Fragen reagieren
- Unterstützer regelmäßig über Neuigkeiten bezüglich des Projekts informieren (Updates)
- Das Angebot verbessern, wenn bestimmte Zwischenziele erreicht wurden oder das Finanzierungsziel weit übertroffen wird (Stretch Goals)
- Viralität: PR und Social Media

Mollick, E. (2014): The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing* 29 (1), 1-16.

Thies, F.; Wessel, M.; Benlian, A. (2014): Understanding the Dynamic Interplay of Social Buzz and Contribution Behavior within and between Online Platforms – Evidence from Crowdfunding. *International Conference on Information Systems 2014, Auckland, New Zealand.*



Agenda

1.

Was ist Crowdfunding?

2.

Typische Crowdfunding-Projekte und Erfolgsfaktoren

3.

Chancen und Risiken

4.

Ausblick

Crowdfunding als spannender und ergiebiger Forschungskontext

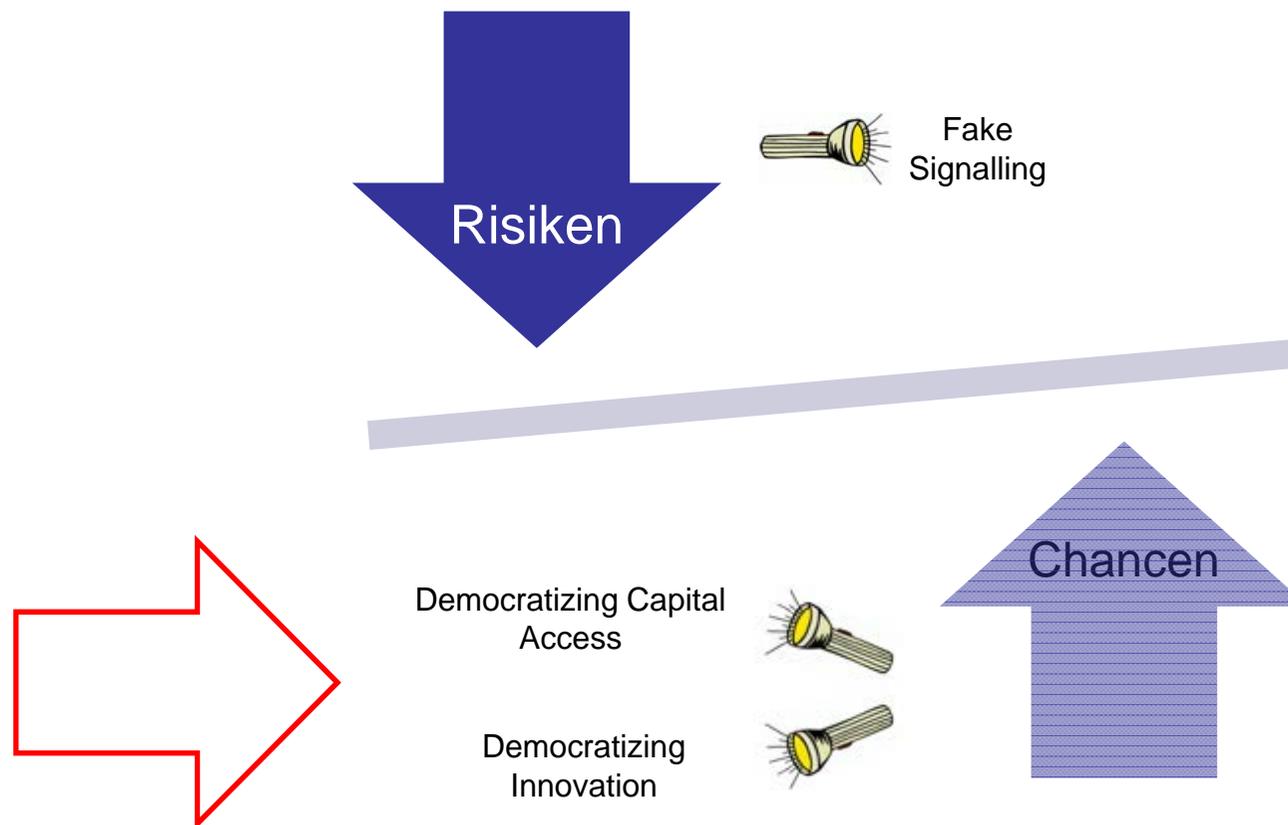


Bis heute haben **10 Millionen** Unterstützer aus aller Welt zu Projekten beigetragen und bei der Umsetzung von **98.000** neuen Ideen geholfen
Kickstarter 2015

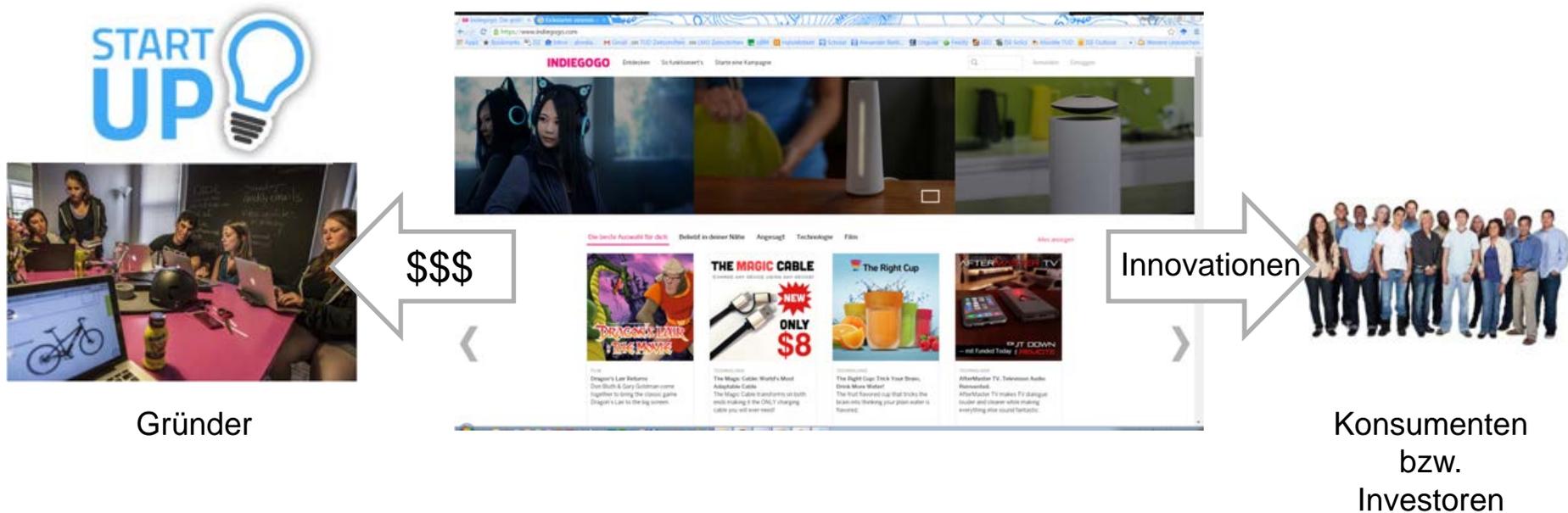
Was den Crowdfunding-Kontext für Forscher besonders interessant macht:

- Öffentlich zugängliche, tagesaktuelle Daten zu einer immensen Anzahl von Projekten/Kampagnen, Investoren und Projekterstellern („Entrepreneurs“)
- Vollerhebung von Kampagnen für einen bestimmten Zeitraum möglich
- Longitudinale (Panel-)Untersuchungen und objektives Verhalten
- Erfolgreiche und erfolglose Projekte enthalten (kein survival bias)
- Interdisziplinärer Forschungskontext: Finance, Entrepreneurship, Wirtschaftsinformatik, etc.

Chancen und Risiken von Crowdfunding: Schlaglichter auf ausgewählte Fragestellungen



Demokratisierung des Zugangs zu Innovationen und Kapital



Demokratisierung des Zugangs zu Kapital – Unsicherheitsreduktion für Entrepreneur



“We help you find and grow your business idea before you launch, and we allow you to refine your product before you launch”

Kickstarter

Reduktion von drei Risiken für Unternehmensgründer durch
Crowdfunding:

1. Kapitalrisiko
2. Nachfragerisiko
3. Produktentwicklungsrisiko

Ethan Mollick, Alicia Robb (2015): Democratizing Innovation and Capital Access: The Role of Crowdfunding, California Management Review, forthcoming

Demokratisierung des Zugangs zu Kapital – Gerechterer Zugang zu Kapital



TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DARMSTADT



Jason Greenberg, Ethan Mollick (2014): Leaning in or Leaning On? Gender, Homophily, and Activism in Crowdfunding (Working Paper, under Review)

Demokratisierung des Zugangs zu Innovationen – Innovative Nischenprodukte für Konsumenten



SmartMat: The World's First Intelligent Yoga Mat



Rocketbook Wave: Cloud-Ready Microwavable Notebook



ErgoDox EZ: An Incredible Mechanical Keyboard

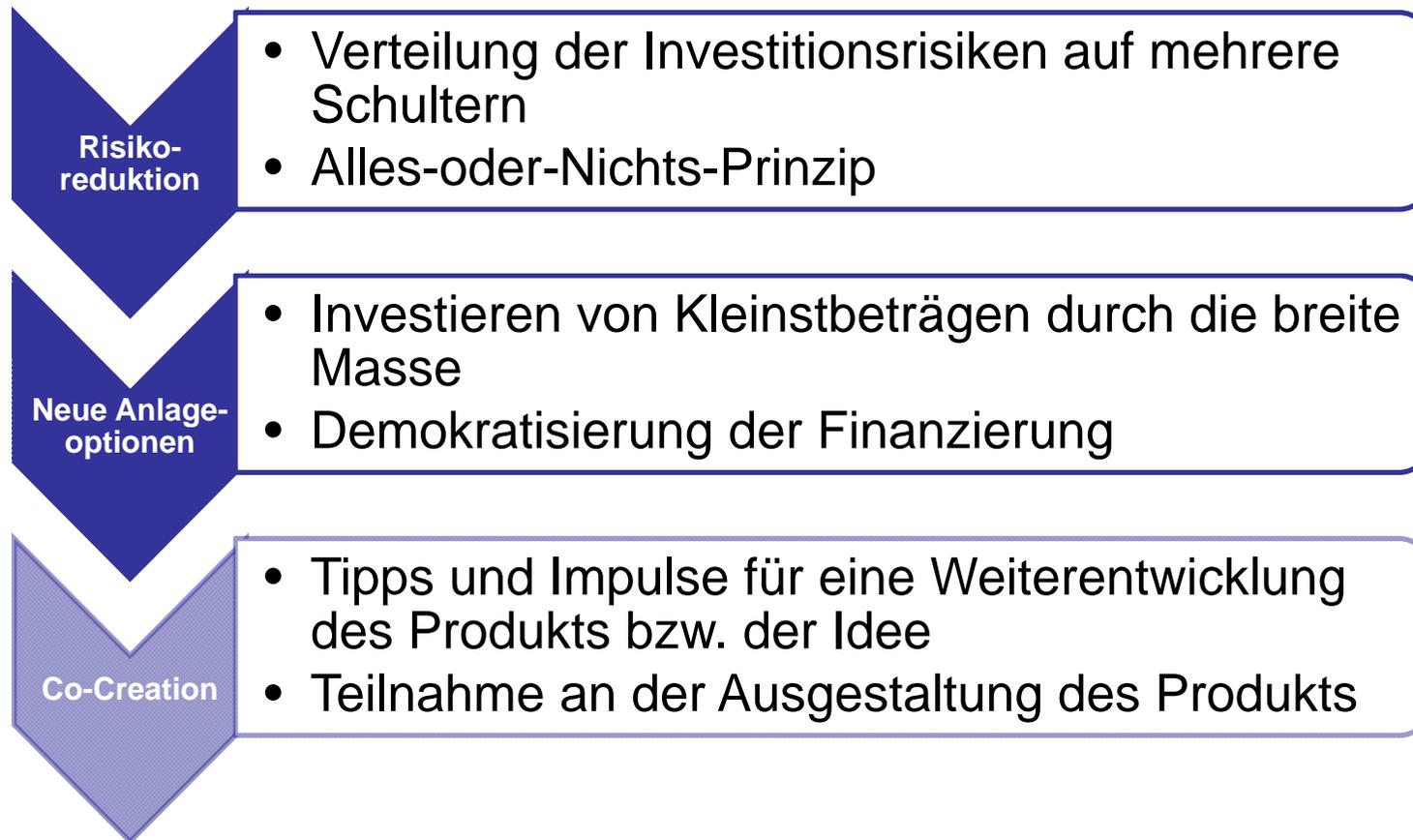


Silent Partner Quiets Snoring Noise like Magic

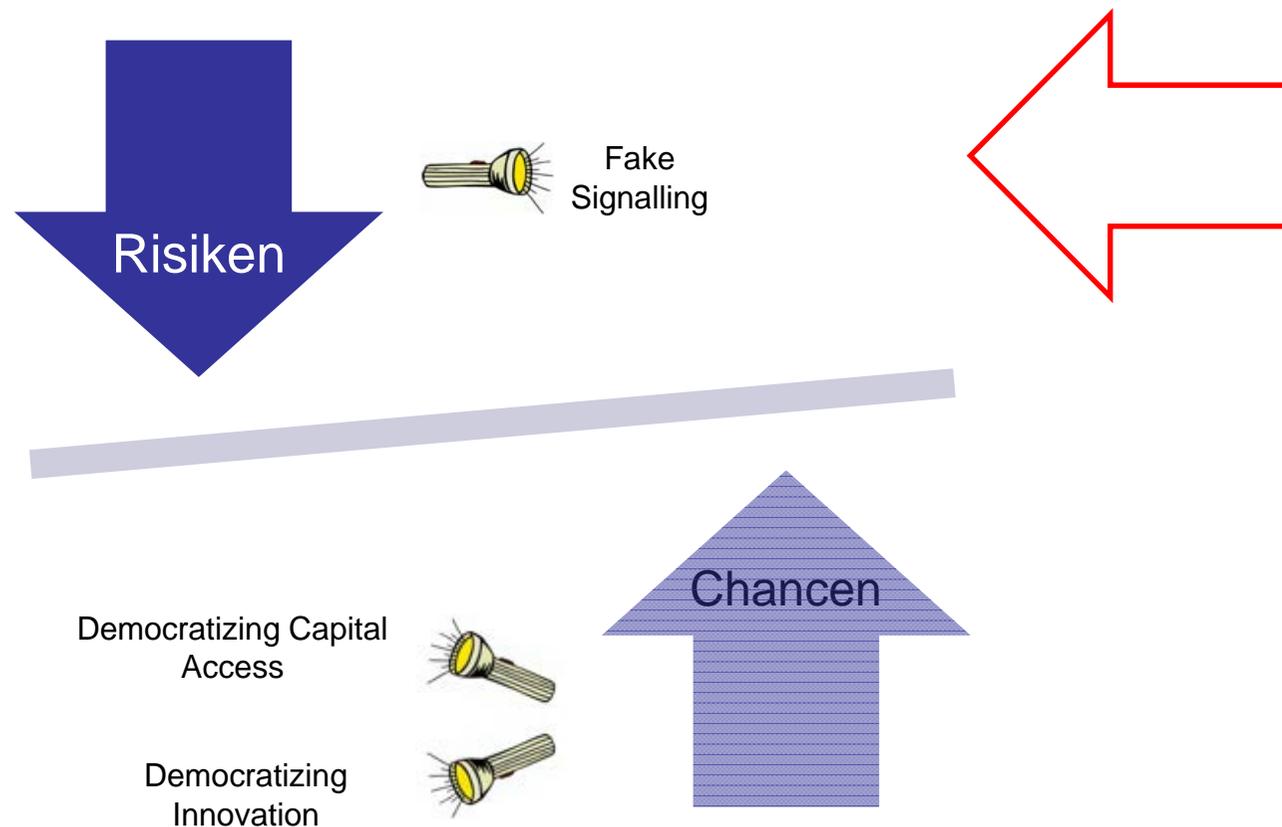


Femometer: Smart Fertility Tracker

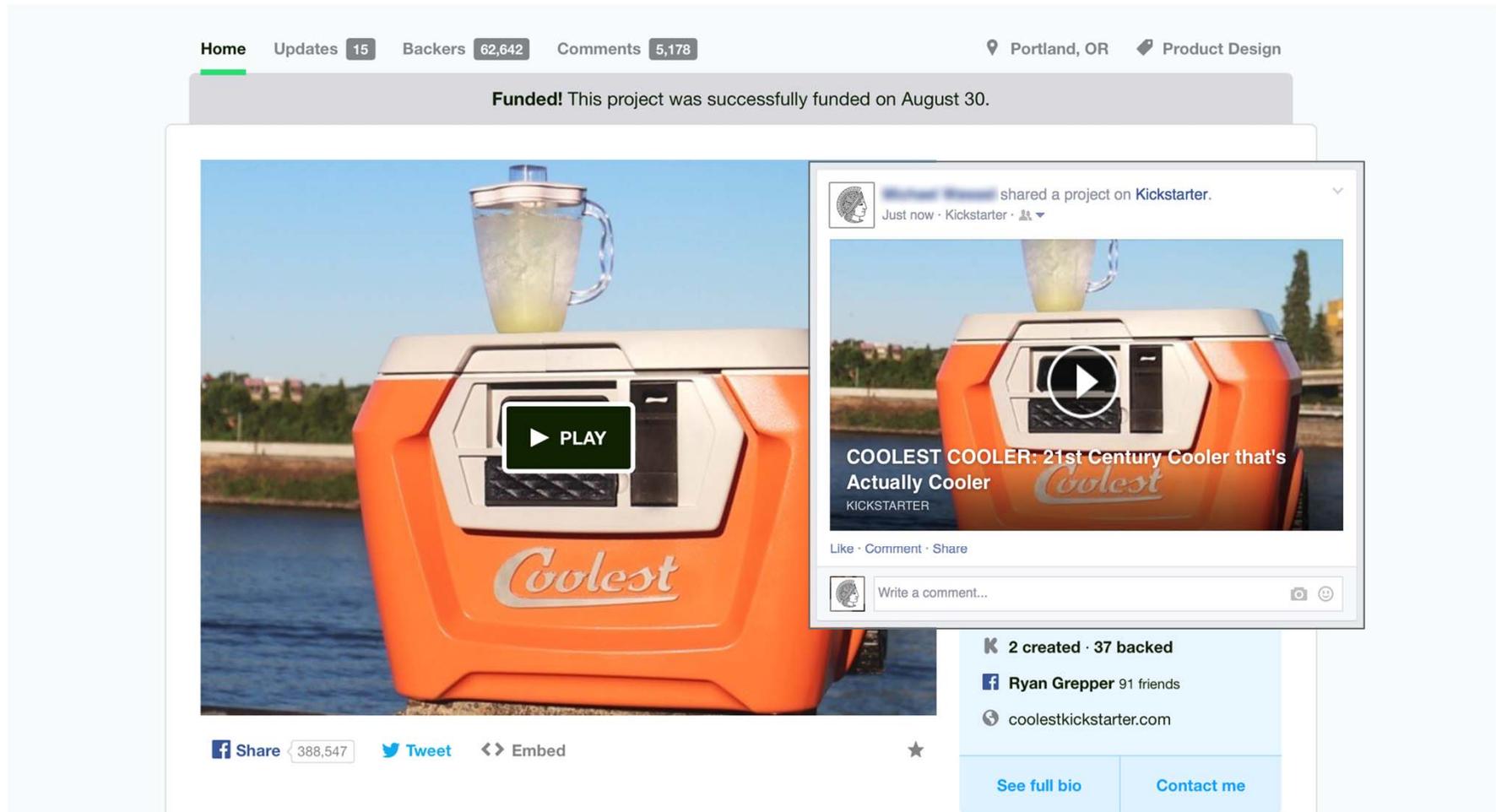
Demokratisierung des Zugangs zu Innovationen – Vorteile für Investoren



Chancen und Risiken von Crowdfunding: Schlaglichter auf ausgewählte Fragestellungen



Der Einfluss von Social Media auf den Erfolg von Crowdfunding-Kampagnen



Home Updates 15 Backers 62,642 Comments 5,178

Portland, OR Product Design

Funded! This project was successfully funded on August 30.

PLAY

shared a project on Kickstarter.
Just now · Kickstarter · 

COOLEST COOLER: 21st Century Cooler that's Actually Cooler
KICKSTARTER

Like · Comment · Share

Write a comment...

K 2 created · 37 backed

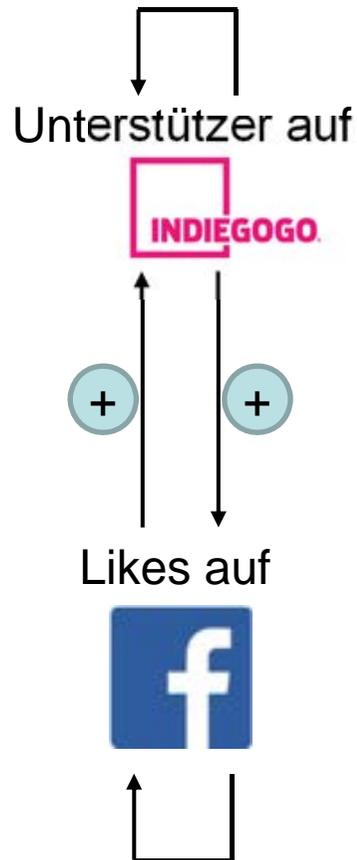
f Ryan Grepper 91 friends

 coolestkickstarter.com

[See full bio](#) [Contact me](#)

f Share 388,547 **t** Tweet <> Embed

Der Einfluss von Social Media auf den Erfolg von Crowdfunding-Kampagnen



- Longitudinale Panelanalyse basierend auf ca. 23.500 Indiegogo-Projekten (November 2013 - Juni 2014)
- Facebook ist essentiell, um Crowdfunding-Kampagnen erfolgreich zu machen (d.h. starke positive Rückkopplungen), Twitter hat dagegen einen deutlich geringeren Einfluss auf den Erfolg einer Kampagne
- Speziell zu Beginn der Kampagnenlaufzeit, wenn noch wenige Beiträge geleistet wurden, sind Facebook Shares/Likes wichtige Qualitätsindikatoren

Thies, F.; Wessel, M.; Benlian, A. (2014): Understanding the Dynamic Interplay of Social Buzz and Contribution Behavior within and between Online Platforms – Evidence from Crowdfunding. International Conference on Information Systems 2014, Auckland, New Zealand.

Problem: Gekaufte Facebook Likes



The screenshot shows a website for 'buycheapfollowersfast'. The navigation bar includes links for Home, Buy Twitter Followers, Buy Instagram Followers, Buy Facebook Likes (highlighted), and Buy YouTube Views. The main content area features a cartoon character pointing to a presentation board titled 'Facebook Fans' which displays a bar chart and a line graph. The text on the board reads 'Buy Facebook Likes Cheap Starting at \$1 Only!!' and 'Increase the fan following on your Facebook page by getting hundreds and thousands of likes from top rated sellers on the web. Choose from a wide range of cost effective packages starting as from \$1 only.' Below this, a sub-headline says 'Buy Facebook Likes Cheap and Grow Your Fan Base' with the tagline 'Get hundreds and thousands of high quality likes on your Facebook fan page'. On the right side, a green box highlights '1000 Likes' for '\$5'. Below this, it lists benefits: 'No login details required', 'Extra likes added on every order', 'Order tracking available', and 'Delivered in 1-2 days'. A green button labeled 'View Package' is at the bottom of this section.

Identifikation der Fake Facebook Likes

- Our data covers the period from November 15th 2013 to August 18th 2014, resulting in 1.85 million observations and over 80,000 campaigns; Kickstarter (N=46,228); Indiegogo (N=35,370)
- “Unnatural peaks” in Facebook Likes on a single day: Campaigns were identified using a self-programmed algorithm, filtering out campaigns with abrupt sharp increases and decreases in Facebook Likes
- The filtering mechanism resulted in 874 projects for Kickstarter and 1,289 for Indiegogo that were identified as being involved in fraudulent actions in respect to Facebook Likes.

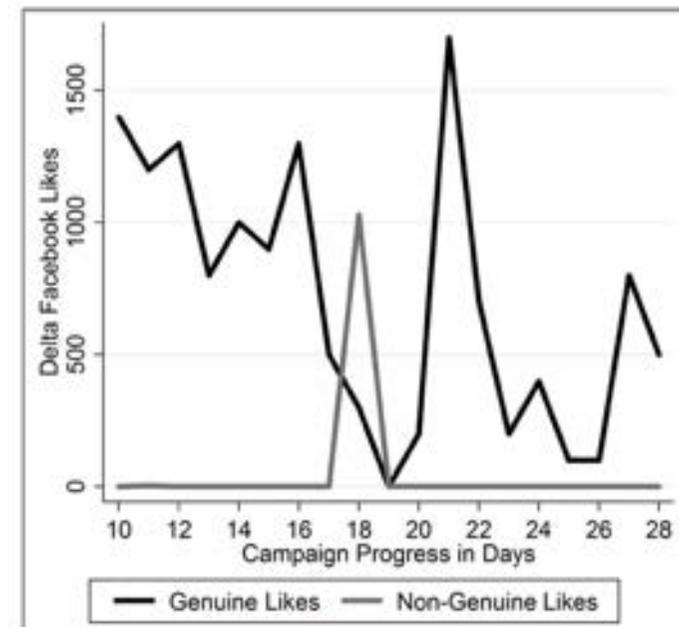
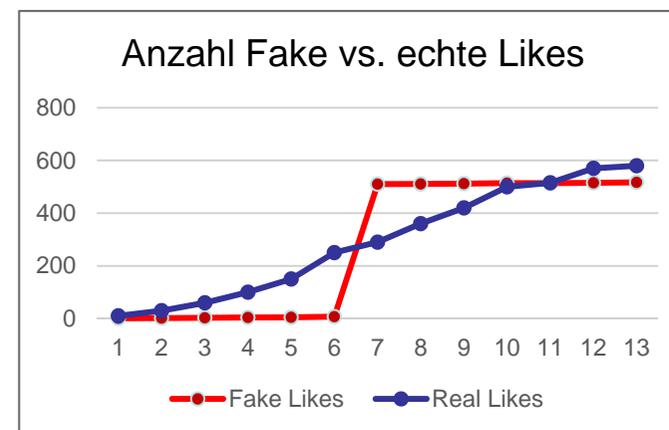


Figure 2. *Example of genuine and non-genuine peaks in Facebook likes*

Wessel, M.; Thies, F.; Benlian, A. (2015): A Lie Never Lives to be Old: The Effects of Fake Social Information on Consumer Decision-Making in Crowdfunding. European Conference on Information Systems 2015, Münster, Germany.

Ergebnisse: Der Einfluss gekaufter Facebook Likes auf den Erfolg von Kampagnen

- **Kurzfristiger starker Zuwachs** an Unterstützern direkt nach dem Kauf von „Likes“ durch Affekt-Käufe
- Der positive Effekt wandelt sich nach 1-2 Tagen in einen **negativen** Effekt um
- Fake Likes haben **keinen nachhaltigen Effekt**, können aber dazu missbraucht werden, das Crowdfunding-Projekt am Laufzeitende über die Funding-Ziellinie zu bringen



Wessel, M.; Thies, F.; Benlian, A. (2015): A Lie Never Lives to be Old: The Effects of Fake Social Information on Consumer Decision-Making in Crowdfunding. European Conference on Information Systems 2015, Münster, Germany.

Agenda

1.

Was ist Crowdfunding?

2.

Typische Crowdfunding-Projekte und Erfolgsfaktoren

3.

Chancen und Risiken

4.

Ausblick

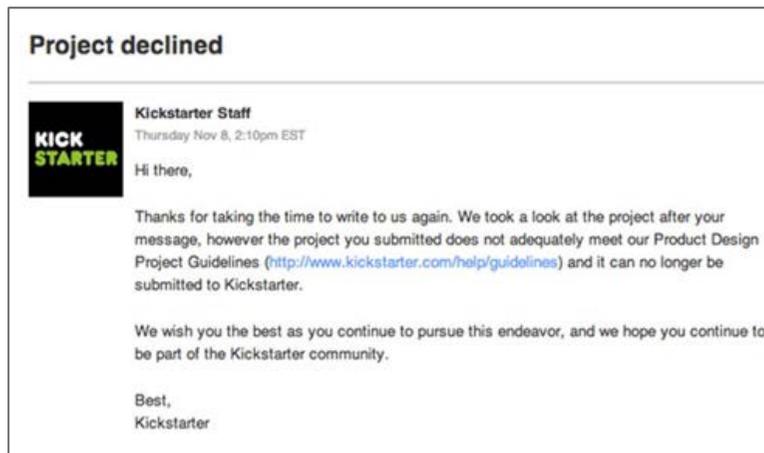
- Die Crowdfunding-Forschung steht noch am Anfang und es gibt noch **viele weitere interessante Gestaltungsfragestellungen!**
- Beispiele:
 - Fake Campaign Detection: Wie lassen sich unehrliche von ehrlichen Kampagnen unterscheiden?
 - In welche Richtungen entwickeln sich Crowdfunding-Plattformen weiter?
 - Continuing sales service (Post crowdfunding e-commerce): Indiegogo InDemand
 - „Indiegogo invites large companies to crowdfund their future products“*
 - Welche Auswirkungen haben Policy-Änderungen (z.B. Zulassungs-Screenings von Kampagnen, Plattform-Gebühren) auf das Crowdfunding-Ökosystem?

*) <http://thenextweb.com/insider/2016/01/07/indiegogo-invites-large-companies-to-crowdfund-their-future-products/>

Deregulierungseffekte durch Regeländerung auf Kickstarter

Vor Juni 2014

Manuelle Kontrolle der Qualität jeder Kampagne durch Mitarbeiter von Kickstarter



Seit Juni 2014

Kampagnenersteller entscheidenden allein, wann eine Kampagne freigeschaltet wird

