

EINFLUSSFAKTOREN BEI BELOHNUNGSBASIERTEM CROWDFUNDING: DIE ROLLE VON GEISTIGEM EIGENTUM UND NACHHALTIGKEIT

Crowdfunding beschreibt ein relatives neues Phänomen der Finanzierung von Unternehmungen durch eine große Menge von Menschen über das Internet. Jede:r einzelne:r leistet einen relativ kleinen finanziellen Beitrag auf dem Weg zum gesteckten Finanzierungsziel. Die Ausprägung des belohnungsbasierten Crowdfundings zeichnet sich durch Belohnungen als Anreiz für Unterstützer:innen aus. Im Rahmen einer Literaturanalyse geht diese Arbeit der Frage nach, inwiefern sich die relevanten Thematiken der Nachhaltigkeit und des Schutzes geistigen Eigentums auf den Erfolg von Crowdfunding-Kampagnen auswirken. Aufgrund von aus der Literatur hergeleiteten Argumenten lassen sich verschiedene Propositionen formulieren. Diese haben als Ergebnis der Analyse zum Inhalt, dass sich sowohl eine Nachhaltigkeitsorientierung als auch eine durch ein Patent geschützte Innovation sich positive auf die Chance des Finanzierungserfolges belohnungsbasierter Crowdfunding-Kampagnen auswirken. Zusätzlich stellt die Herleitung von Argumenten für die Annahme, dass nachhaltige Kampagnen ihr geistiges Eigentum tendenziell weniger schützen, eine besondere Motivation der Arbeit dar, da dieser Zusammenhang bisher kaum untersucht ist.

Keywords: Crowdfunding; Signaling; Nachhaltigkeit; geistiges Eigentum; Patente