

TEAMS UND INNOVATIONEN BEIM CROWDFUNDING: EINE QUANTITATIVE ANALYSE

Auf Grundlage der bestehenden Literatur zu Innovation und Crowdfunding untersucht diese empirische Studie die Auswirkungen der wahrgenommenen Innovationskraft sowie anderer projekt- oder gründerbezogener Merkmale auf den Erfolg einer Kampagne. Die Ergebnisse, die auf einer Stichprobe von 1000 Kampagnen auf der Crowdfunding-Plattform Indiegogo basieren, belegen eine höhere Erfolgswahrscheinlichkeit für innovative Kampagnen im Vergleich zu Kampagnen, die keine Innovation darstellen. Darüber hinaus haben die Erfahrung der Gründer und die Interaktion im Rahmen einer Kampagne einen signifikant positiven Einfluss auf das Erreichen des finanziellen Ziels, während die wahrgenommene Nachhaltigkeit dies nicht tut. Dies impliziert einen starken Vorteil für innovative Kampagnen, die von erfahrenen und interagierenden Gründern gestartet werden.

Keywords: Innovation; Crowdfunding; Investitionsentscheidung