SocietyByte Wissenschaftsmagazin der Berner Fachhochschule

Wie Prototypen den Erfolg von Technologie-Crowdfunding beeinflussen

Von Michael Wessels , Ferdinand Thies (BFH Wirtschaft) , Alexander Benlian | 0 Kommentare

Wenn Technologieunternehmen finanzielle Unterstützung über eine Crowdfunding-Plattform suchen, haben sie mehr Erfolg, wenn ihr Prototyp noch nicht final und damit noch veränderbar ist. Das hat BFH-Forscher Ferdinand Thies zusammen mit Michael Wessel von der Copenhagen Business School und Alexander Benlian von der Technischen Universität Darmstadt herausgefunden.

Junge Technologieunternehmen haben häufig unklare Erfolgsaussichten und daher oft Schwierigkeiten, das benötigte Kapital über Crowdfunding-Plattformen zu erhalten. Mit einer Erfolgsquote von nur etwa 20 % in der Kategorie «Technologie» haben sie beispielsweise auf der beliebten Crowdfunding-Plattform Kickstarter die geringste Erfolgswahrscheinlichkeit.

Damit neue Produkte finanziell unterstützt werden, wollen die potenziellen Geldgeber*innen natürlich wissen wofür. Ein Prototyp hilft Unternehmen, die technologische Machbarkeit zu demonstrieren und die benötigten Ressourcen zu mobilisieren. Die Wirksamkeit von Prototypen hängt jedoch von dem Entwicklungsstatus ab, d. h. davon, inwieweit der Prototyp das Aussehen und die Funktionalität der fertigen Lösung bereits wiedergibt. Dies wird als «Prototype-Fidelity» bezeichnet.

source: https://doi.org/10.24451/arbor.17277 | downloaded: 25.4.2024

Es hat sich gezeigt, dass eine moderate Prototype-Fidelity effektiver für Crowdfunding ist. Über einen bestimmten Schwellenwert hinaus kann sich eine hohe Fidelity sogar als nachteilig erweisen, da solche Prototypen die Geldgeber vor vollendete Tatsachen stellen und ihnen die Möglichkeit zur Mitgestaltung nehmen. Wichtig ist demnach nicht nur ein erfolgversprechendes Produkt, sondern auch die Möglichkeit für die Geldgeber*innen, an der Lösung in Co-Creation-Aktivitäten mitzuwirken.

Ergebnisse im Detail

Die drei empirischen Studien zeigen, dass die Prototype-Fidelity eine kurvenförmige (umgekehrte U-Form) Beziehung zur Projektunterstützung aufweist. Ansteigende Prototype-Fidelity sorgt für mehr Unterstützer für ein Crowdfunding-Projekt bis zu einem Scheitelpunkt, über den hinaus die Beteiligung wieder abnimmt:

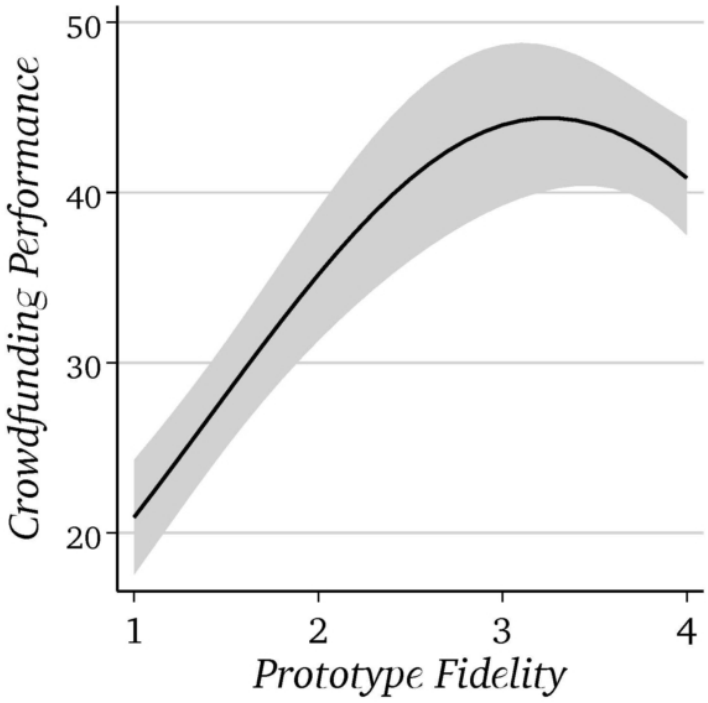

Abbildung 1

Diese Beziehung wird zusätzlich durch die Machart der angebotenen Belohnungen und die Qualität der Prototyp-Präsentation moderiert. Zum einen leiden digitale Produkte im Vergleich zu physischen Produkten nicht unter abnehmenden Mitgestaltungsmöglichkeiten, je weiter das Produkt entwickelt ist, da Software-Artefakte immer aktualisiert oder verändert werden können, auch nachdem das Produkt bereits ausgeliefert wurde.

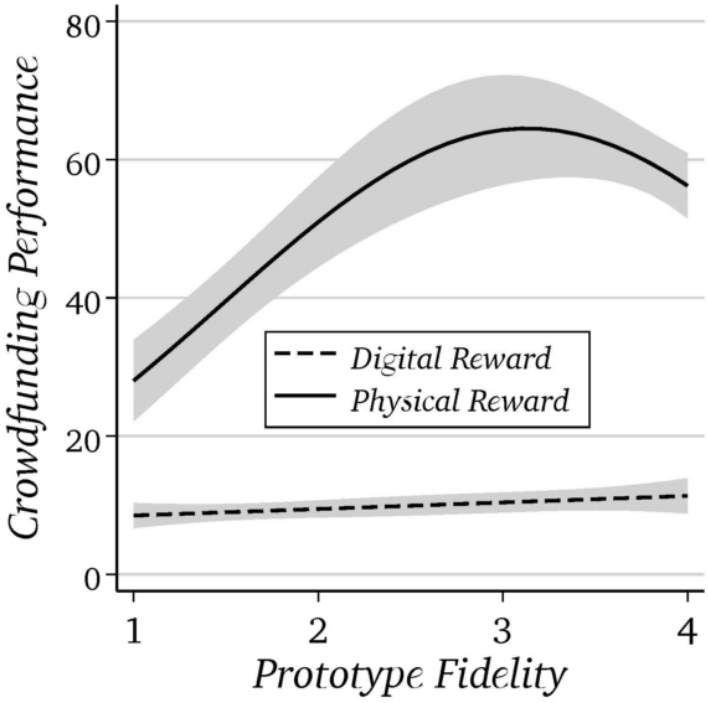

Abbildung 2

Zum anderen dient die Präsentationsqualität als Moderator, da Prototype-Fidelity und die Qualität, wie ein Prototyp präsentiert wird, Hand in Hand gehen sollten. So sollte ein High-Fidelity-Prototyp auch von einer hochwertigen Präsentation begleitet werden, während mangelnde Professionalität verziehen wird, wenn ein Prototyp in einem frühen Stadium präsentiert wird.

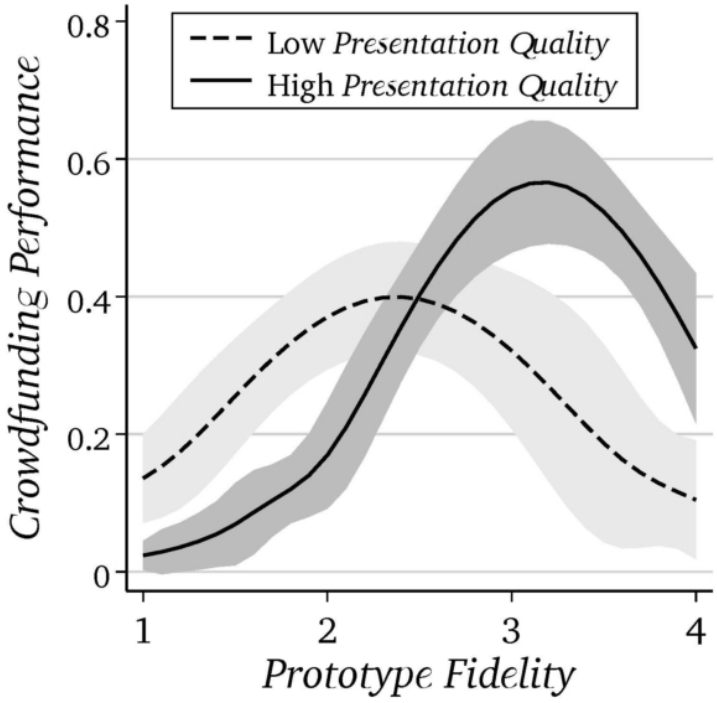

Abbildung 3

Fazit

Die Ergebnisse tragen zur Entrepreneurship-Literatur bei, indem sie ein differenzierteres Verständnis der Beziehung zwischen der Erstellung von Prototypen für neue Unternehmen und dem unterstützenden Verhalten externer Interessengruppen vermitteln. Die vorgestellten Erkenntnisse sind insbesondere – aber nicht ausschliesslich – für Unternehmer wertvoll, die versuchen, über Online-Crowdfunding Mittel für Technologieunternehmen zu beschaffen. Wir stellen insbesondere fest, dass ein optimaler Grad an Prototype-Fidelity die Unterstützerzahl erheblich erhöht und tatsächlich den Unterschied zwischen Finanzierung und Misserfolg ausmachen kann.

Wenn Unternehmer jedoch die potentiellen Unterstützer vor vollendete Tatsachen stellen und ihnen die Möglichkeit zur Mitgestaltung nehmen, kann dies den Community-Gedanken von Crowdfunding untergraben, da es nicht nur um die Belohnung geht, sondern auch eine aktive Mitgestaltung zur Teilnahme im Crowdfunding motiviert.

Referenz

Wessel, M., Thies, F., & Benlian, A. (2022). The role of prototype fidelity in technology crowdfunding. *Journal of Business Venturing*, *37*(4), 106220.

Die Studie

Das ganze Paper finden Sie hier. [https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902622000325]

AUTOR/AUTORIN: MICHAEL WESSELS

Michael Wessel ist Professor am Institut für Digitalisierung der Copenhagen Business School, Dänemark. Er promovierte in Wirtschaftsinformatik an der Technischen Universität Darmstadt, Deutschland. Zu seinen Forschungsinteressen gehören digitales Unternehmertum, Crowdfunding und digitale Plattformen.

Posts von Michael Wessels | Website

AUTOR/AUTORIN: FERDINAND THIES

Dr. Ferdinand Thies ist Forschungsprofessor am Institut Digital Technology Management der BFH Wirtschaft. Seine Forschungsthemen sind Plattformökonomie, digitale Geschäftsmodelle, Crowdfunding und digitale Technologien. Er wurde an der Technischen Universität Darmstadt promoviert.

Posts von Ferdinand Thies | Website

AUTOR/AUTORIN: ALEXANDER BENLIAN

Alexander Benlian ist Professor an der Technischen Universität Darmstadt, Deutschland. Er hat an der Ludwig-Maximilians-Universität München promoviert. Seine Forschungsinteressen umfassen IT-Unternehmertum, digitale Geschäftsmodelle, Mensch-Computer-Interaktion und algorithmisches Management.

Posts von Alexander Benlian | Website

PDF erstellen

Ähnliche Beiträge

Warum Zebras nachhaltiger sind als Einhörner - eine Podcast-Episode über Social Entrepreneurship

Warum wir aus Nostalgie automatisierte Produkte weniger akzeptieren

0

KOMMENTARE