

Please quote as: Kunz, M. M.; Ruth, L. & Bretschneider, U. (2016): Crowdfund your City: Empirische Studie zum Einsatz des Crowdfundings als Finanzierungsinstrument für Städte, Länder und Kommunen. In: 78. Jahrestagung des VHB, München.

Crowdfund your City: Empirische Studie zum Einsatz des Crowdfundings als Finanzierungsinstrument für Städte, Länder und Kommunen

Kunz, Michael Marcin

Fachgebiet Wirtschaftsinformatik, Universität Kassel
Pfannkuchstraße 1, 34121 Kassel, Germany
michael.kunz@uni-kassel.de

Ruth, Lukas

Fachgebiet Wirtschaftsinformatik, Universität Kassel
Pfannkuchstraße 1, 34121 Kassel, Germany
lukas.ruth@wi-kassel.de

Bretschneider, Ulrich

Fachgebiet Wirtschaftsinformatik, Universität Kassel
Pfannkuchstraße 1, 34121 Kassel, Germany
bretschneider@uni-kassel.de

Zusammenfassung

Crowdfunding (CF) stellt zunehmend eine innovative Finanzierungsmöglichkeit dar, bei der über eine unbestimmte Gruppe finanzielle Mittel für bestimmte Projekte eingesammelt werden können. In den vergangenen Jahren erfreute sich dieses Finanzierungsinstrument aufgrund einer sich wandelnden Wahrnehmung, einem erweiterten Nutzen des Internets (Web 2.0) sowie einer stetig steigenden mobilen Konnektivität von Personen einer wachsenden Beliebtheit, vor allem zur Finanzierung von Projekten initiiert durch Start-Ups und Unternehmen. So bilden eben diese Unternehmen und Start-Ups auch den Fokus des Großteils wissenschaftlicher Arbeiten. Bislang fehlt es jedoch an Untersuchung zur Übertragbarkeit des CF auf weitere Domänen. Ziel dieses Beitrages ist daher, diese Forschungslücke zu adressieren und zu analysieren, welche Voraussetzung aus Sicht von Bürgern und Bürgerinnen bestehen müssen, damit das CF als alternative Finanzierungsform für Städte, Länder und Kommunen anerkannt wird. Dieser Aspekt gewinnt zudem unter Berücksichtigung einer kontinuierlichen finanziellen Verschuldung von Städten, Ländern und Kommunen an Bedeutung. Es wurde daher literaturbasiert ein Erklärungsmodell unter Berücksichtigung der Trust Commitment Theory des Relationship Marketings entwickelt und anhand der Daten von 101 Befragten unter Verwendung von varianzbasierter Strukturgleichungsmodellierung und der Analysesoftware SmartPLS evaluiert. Die Auswertung zeigt im Wesentlichen, dass in diesem Zusammenhang das Engagement und Vertrauen von Bürgerinnen und Bürgern in eine öffentliche Institution einen Einfluss auf die Intention zur Finanzierung solcher Projekte haben können. Die Implikationen zur Theorie liegen vor allem in der Betrachtung einer neuen Domäne, dem CF für öffentliche Institutionen. Zudem konnte die Trust Commitment Theory als Erklärbasis auf das Themenfeld des CF übertragen und angewendet werden. Die praktischen Implikationen liegen in der Präsentation und Diskussion einer neuen Finanzierungsform für Städte, Länder und Kommunen sowie dem Aufzeigen von Implikationen zur erfolgreichen Umsetzung solcher CF Projekte. Die größte Limitation dieser Arbeit liegt darin, dass die Befragten nicht die deutsche Gesamtbevölkerung widerspiegeln und so die Aussagen auf diese Gruppe beschränkt sind.

Schlüsselwörter: Crowdfunding, Städteentwicklung, Finanzierung, Marketing, Smart City