

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Motivation und Ziele der Arbeit	1
1.2	Forschungsfragen	2
1.3	Aufbau der Arbeit	5
2	Konzeptionelle Grundlagen	7
2.1	Begriff und Konzeptionalisierung von Erwartungen	7
2.1.1	Definition und Abgrenzung von Erwartungen	7
2.1.2	Erwartungen in der Lerntheorie	9
2.1.3	Anspruchsniveaus von Erwartungen	10
2.1.4	Erwartungen als Vergleichsmaßstab	11
2.1.5	Verzerrungen der Wahrnehmung durch Erwartungen	13
2.1.6	Messung von Erwartungen	17
2.2	Persuasive Kommunikation und das Stilmittel der Übertreibung	17
2.2.1	Language Expectancy Theory	17
2.2.2	Truth Default Theory	18
2.2.3	Übertreibung als linguistischer Stil	20
2.2.4	Wirkung von Übertreibung in der persuasiven Kommunikation	22
2.2.5	Zusammenhang zwischen Übertreibung und Täuschung	23
2.3	Crowdfunding als Finanzierungsmodell für Startups	24
2.3.1	Klassische Finanzierungsmodelle	24
2.3.2	Begriff und Entwicklung des Crowdfunding	27
2.3.3	Arten des Crowdfunding	28

2.3.4	Equity-based Crowdfunding	30
2.4	Fazit und theoretisches Modell	37
3	Experimentalstudien: Einfluss von Übertreibung auf Erwartungen und Finanzierung	39
3.1	Herleitung der Hypothesen	39
3.2	Überblick über die Studien	41
3.3	Vorstudie: Entscheidungsmerkmale im Equity-based Crowdfunding	42
3.3.1	Daten und Methode	42
3.3.2	Ergebnisse	45
3.4	Studie 1: Anreizkompatibles Laborexperiment	47
3.4.1	Daten und Methode	47
3.4.2	Ergebnisse	50
3.4.3	Diskussion	51
3.5	Studien 2 A/B: Online-Studien mit deutscher und US-Stichprobe	52
3.5.1	Daten und Methode	52
3.5.2	Ergebnisse	53
3.5.3	Diskussion	56
3.6	Studie 3: Einfluss bereits erfolgreich finanziert Startups	57
3.6.1	Zielsetzung und theoretische Ansätze	57
3.6.2	Daten und Methode	58
3.6.3	Ergebnisse	58
3.6.4	Diskussion	60
3.7	Studie 4: Rationalitätsmythen als Erklärungsansatz	61
3.7.1	Zielsetzung und theoretischer Ansatz	61
3.7.2	Daten und Methode	62
3.7.3	Ergebnisse	62
3.7.4	Diskussion	63
3.8	Studie 5: Prozessevidenz und potenzielle Heuristiken	64
3.8.1	Zielsetzung und theoretische Ansätze	64
3.8.2	Daten und Methode	66
3.8.3	Ergebnisse	67
3.8.4	Diskussion	69
3.9	Diskussion und Implikationen	69
3.9.1	Implikationen für die Forschung	70
3.9.2	Implikationen für die Praxis	72
3.9.3	Limitationen und weitere Forschung	73

4 Sekundärdatenstudie: Vorhersage und Wirkung von Übertreibung in Crowdinvesting-Pitches	75
4.1 Motivation und Zielsetzungen	75
4.2 Konzeptionelle und methodische Grundlagen	76
4.2.1 Text-Mining	76
4.2.2 Natural Language Processing	76
4.2.3 Machine Learning	79
4.2.4 Sprachstil in der Computerlinguistik	86
4.3 Entwicklung einer Typologie von Übertreibungen im Startup-Kontext	94
4.4 Herleitung der Hypothesen	98
4.5 Daten und Methode	103
4.5.1 Datengrundlage	103
4.5.2 Extraktion des Wertversprechens und Kontrollvariablen	104
4.5.3 Kodierung der Wertversprechen	105
4.5.4 Anwendung von Natural Language Processing und Support Vector Machines	110
4.6 Ergebnisse	112
4.6.1 Deskriptive Statistiken	112
4.6.2 Güte der SVM-Vorhersage für das Auftreten einzelner Übertreibungstypen	113
4.6.3 Messbarkeit von wahrgenommener Übertreibung anhand identifizierter Übertreibungstypen	121
4.6.4 Überprüfung der Hypothesen	123
4.6.5 Robustheit gegenüber alternativen Erklärungsansätzen	125
4.6.6 Randbedingungen der Ergebnisse	128
4.7 Diskussion	128
4.7.1 Implikationen für die Forschung	130
4.7.2 Implikationen für die Praxis	132
4.7.3 Limitationen	132
5 Schlussbetrachtung	135
Literatur	141