



WOLFGANG RITTER-STIFTUNG
BREMEN

Pressemitteilung

Bremen, 29. Oktober 2020

Crowdfunding als Innovationstreiber

Zum 35. Mal wurde am 29. Oktober 2020 der Wolfgang-Ritter-Preis für herausragende wirtschaftswissenschaftliche Arbeiten verliehen. Drei Dissertationen geben neue Antworten auf unternehmerische Grundfragen: Finanzierung, Vertrieb und Marketing.

Für seine herausragende empirische Studie über Crowdfunding als neue Form der Gründungsfinanzierung hat Daniel Blaseg den mit 10.000 Euro dotierten Wolfgang-Ritter-Preis 2020 gewonnen. Der Assistenzprofessor an der ESADE Business School in Barcelona zeigt in seiner Arbeit, wie die gemeinschaftliche Unternehmensfinanzierung trotz einiger Misserfolge das Innovationsgeschehen belebt und sozial wie ökonomisch großes Potenzial hat.

Zwei weitere Preisträger sind Roland Kassemeier, Postdoktorand der Ruhr-Universität Bochum, und Thomas Scholdra, Absolvent der Universität Bremen und Habilitand in Köln. Ihre Dissertationen wurden mit jeweils 5.000 Euro ausgezeichnet. Kassemeier hat untersucht, wie Unternehmen die Bedürfnisse ihrer Kunden effizienter und effektiver erfüllen können; Scholdra ist der Frage nachgegangen, welchen Einfluss Konjunkturzyklen auf das Verhalten von Konsumenten im Internet haben.

Der Wolfgang-Ritter-Preis, mit insgesamt 20.000 Euro der höchstdotierte deutsche Preis für wissenschaftliche Arbeiten auf dem Gebiet der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre, ist am 29. Oktober 2020 zum 35. Mal verliehen worden. Die Laudatio hielt Prof. Dr. Jochen Zimmermann, der Dekan des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft der Universität Bremen. Die Arbeiten „dienen in ganz vorzüglicher Weise dazu, Unternehmen Handlungsalternativen vorzuschlagen, um im unternehmerischen Wettbewerb zu bestehen“, sagte er. Der Wettbewerb sei ein ganz zentraler Bestandteil der sozialen Marktwirtschaft, die der Wolfgang-Ritter-Preis fördern will. „Gerade in dieser Zeit, in der staatliches Handeln marktliche Prozesse zu überschatten droht, ist es besonders wichtig, sich immer wieder der segensreichen Wirkung von Markt und Wettbewerb zu versichern.“ Corona-bedingt fand die Preisverleihung nicht wie traditionell im Frühjahr mit vielen Gästen im Bremer Rathaus statt, sondern in kleinem Rahmen. Die Stiftung – begründet von Wolfgang Ritter, einer großen Bremer Unternehmerpersönlichkeit – hat von 1985 bis heute bereits 90 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler ausgezeichnet.

Anliegen der Stiftung ist es, den Wissenschaftsstandort Bremen zu stärken, so Stiftungsvorstand Professor Helge Bernd von Ahsen. Die Preisverleihung und die Aktivitäten der Stiftung zeigen das wissenschaftliche Engagement und die wissenschaftliche Leistungsfähigkeit Bremens. Die Preisträger, die meist nicht aus Bremen kommen, sind wertvolle Multiplikatoren. „Als Botschafter für diesen Standort spielen die Träger des Wolfgang-Ritter-Preises eine ganz besondere Rolle und erhöhen die Attraktivität des Wissenschaftsstandortes Bremens“, so von Ahsen.

Gerade abgeschlossen ist die Ausschreibung für den Preis des Jahres 2021. Preiswürdig sind laut Vorstand Alexander Witte außergewöhnliche Arbeiten, die sich mit den vier Themen der Stiftung befassen: wertorientierte Unternehmensführung, Nachhaltigkeit, Globalisierung und betriebliche Funktionslehre.

Über die Wolfgang-Ritter Stiftung

+ Der Zweck der Wolfgang-Ritter-Stiftung ist es, die Wissenschaft und ihre Einrichtungen sowie den akademischen Nachwuchs zu fördern. Sie wurde 1970 gegründet und hat seitdem rund **15 Millionen Euro** an die verschiedensten Projekte, Preisträger und Wissenschaftler ausgeschüttet. Zu den wichtigsten Partnern gehören die Universität Bremen, die Hochschule Bremen und die Jacobs University Bremen. Ein bedeutendes Förderinstrument ist der 1985 gestiftete Wolfgang-Ritter-Preis für herausragende wirtschaftswissenschaftliche Leistungen. Außerdem werden noch der Wolfgang-Ritter-Studienpreis für Jungwissenschaftler ausgelobt und seit 1988 gemeinsam mit der Universität Bremen und den Unifreunden die Bremer Universitäts-Gespräche veranstaltet. Sie bilden jährlich ein wichtiges Forum für den interdisziplinären Austausch zu aktuellen und zukunftsweisenden Fragen.

+ Stifter ist der Unternehmer, Markenpionier und Mäzen **Wolfgang Ritter** (1905-1993). Er war Vorsitzender des Vorstandes und Alleininhaber der Brinkmann AG, mit annähernd 6.000 Beschäftigten und einem Milliardenumsatz eines der größten und erfolgreichsten Bremer Unternehmen. Aus der Fertigung von Brinkmann stammten unter anderem die berühmten Zigarettenmarken Peer Export und Lord Extra. 1970 verkaufte Ritter die Aktienmehrheit, zog sich aus dem Geschäft zurück und gründete seine Stiftung. Er war einer der ersten Unternehmer, der die junge Bremer Universität unterstützte.

+ Den **Vorstand** der Wolfgang-Ritter-Stiftung bilden Professor Dr. Helge Bernd von Ahsen, Professor Dr. Heiko Staroßom und Alexander Witte. Ehrenamtlicher Geschäftsführer ist Gerold Willms. Die Wolfgang-Ritter-Stiftung ist Mitglied im Bundesverband Deutscher Stiftungen und im Stifterverband für die deutsche Wissenschaft.

+ Website: www.wolfgang-ritter-stiftung.de

Bildmaterial

Die Fotos können honorarfrei unter Quellenangabe für die Berichterstattung zum Wolfgang-Ritter-Preis verwendet werden: © Wolfgang-Ritter-Stiftung/Frank Pusch

Bild Nr. 04: Das Bild zeigt (v.l.) Preisträger Thomas Scholdra, Preisträger Roland Kassemeier, Stiftungsvorstand Alexander Witte und Stiftungsvorstand Helge Bernd von Ahsen. Der Preisträger Daniel Blaseg konnte corona-bedingt nicht nach Bremen reisen.

Bild Nr. 34 Das Bild zeigt (v.l.) Preisträger Thomas Scholdra, Preisträger Roland Kassemeier, Stiftungsvorstand Helge Bernd von Ahsen, Dekan Prof. Jochen Zimmermann, Stiftungs-Geschäftsführer Gerold Willms und Stiftungsvorstand Alexander Witte

Information

Wolfgang-Ritter-Stiftung | Pressekontakt
presse,contor Dr. Christine Backhaus, Telefon 0421 379 8584, backhaus@pressecontor.de
Wolfgang-Ritter-Stiftung Bremen
c/o FIDES Treuhand GmbH & Co. KG, Birkenstraße 37, 28195 Bremen

Informationen zu den Preisträgern

Preisträger Dr. Daniel Blaseg

10.000 Euro

„Crowdfunding“

Das Thema Crowdfunding hat sich als Finanzierungsmöglichkeit für junge Unternehmen etabliert; es belebt das Innovationsgeschehen und schafft neue Arbeitsplätze. Allerdings gibt es auch Misserfolge. Beispielsweise werden weit mehr als die Hälfte der Crowdfunding-Kampagnen nicht finanziert, und ein erheblicher Teil von ihnen erfüllt die in sie gesetzten Erwartungen nicht und scheitert an der Auslieferung. Die Dissertation untersucht, warum Unternehmer Crowdfunding nutzen und warum manche damit scheitern. Es zeigt sich, dass übermäßiger Optimismus der Gründer die Integrität des Crowdfunding-Marktes gefährdet; andererseits lassen Plattformen und Konsumenten teilweise zu wenig Sorgfalt bei ihrer Auswahl walten. Ziel der Arbeit ist es, durch die Problemanalyse frühzeitig Lösungsansätze zu entwickeln, um so das Vertrauen zwischen den Marktteilnehmern zu wahren und Crowdfunding als sozial und ökonomisch nachhaltiges Element der Finanzierung und Vermarktung des Mittelstands der Zukunft zu etablieren.

Was bedeutet der Wolfgang-Ritter-Preis für Sie?

Crowdfunding wird immer noch als temporäre Randerscheinung wahrgenommen. Dadurch wird leider viel Potenzial verschenkt. Die Auszeichnung ist nicht nur eine unglaubliche Ehre für mich, sondern sie wird hoffentlich auch dazu beitragen, Crowdfunding nicht bei Entscheidungsträgern bekannter zu machen und damit als Instrument zur gemeinschaftlichen Gründungsfinanzierung weiter zu etablieren.

Schon eine Idee, was Sie mit dem Preisgeld machen werden?

Aktuell habe ich noch keinen konkreten Plan, aber Teile davon werden wieder in meine Forschung fließen. So möchte ich beispielsweise auch meine zukünftigen Publikationen per „open access“ allen Interessierten kostenlos zugänglich machen. Diese Kosten betragen oftmals rund 2.500 Euro.

Wie ist Ihre aktuelle Position?

Assistant Professor of Entrepreneurship an der ESADE Business School in Barcelona

Ihr wissenschaftliches Hauptinteresse gilt?

den zahlreichen Herausforderungen bei der Finanzierung junger Unternehmen mit Hilfe alternativer Finanzierungsquellen wie Crowdfunding.

Welche wissenschaftliche Frage (in Ihrem Arbeitsgebiet) möchten Sie unbedingt noch beantworten?

Bankkredite sind nach wie vor eine der wichtigsten externen Finanzierungsquellen für Unternehmen. Allerdings fällt es Banken oftmals schwer, das Kreditrisiko neuartiger Geschäftsmodelle zu beurteilen, und sehr viele Unternehmen werden nicht mit den notwendigen Krediten versorgt. Sehr spannend ist für mich daher, inwieweit wir mit neuen Methoden und Kennzahlen diesen Prozess verbessern können. So bin ich fest davon überzeugt, dass zum Beispiel Daten über die bisherige Loyalität der Kunden eines Unternehmens einen wichtigen Indikator über die zukünftige Zahlungsfähigkeit eines Unternehmens darstellen und damit zur effizienteren Kreditvergabe genutzt werden können.

Preisträger Dr. Roland Kassemeier

5.000 Euro

„Disentangling the Complexity of Customer Needs: Toward a Better Understanding of How Salespeople and Companies Effectively and Efficiently Meet Customer Needs“

Das Thema Die Dissertation beleuchtet, wie Unternehmen die Bedürfnisse ihrer Kunden effizienter und effektiver erfüllen können. Ein zentrales Ergebnis ist, dass, wenn sie Kundenbedürfnisse erfüllen, damit nicht immer den Unternehmenserfolg steigern. Für Unternehmen ist es wichtig, die richtigen Kundenbedürfnisse zu erfüllen, damit profitable und langfristige Kundenbeziehungen entstehen. Zudem wird in der Dissertation ein Instrument entwickelt, mit dem Unternehmen ihre Bestrebungen zur Ausrichtung ihrer Geschäftstätigkeit auf den Kunden („Customer Centricity“) messen können.

Was bedeutet der Wolfgang-Ritter-Preis für Sie?

Ich sehe darin eine besondere Wertschätzung für die Zeit und Arbeit, die ich in meine Dissertation investiert habe.

Schon eine Idee, was Sie mit dem Preisgeld machen werden?

Bisher nicht.

Wie ist Ihre aktuelle Position?

Postdoktorand am Sales Management Department der Ruhr-Universität Bochum.

Ihr wissenschaftliches Hauptinteresse gilt?

wissenschaftlichen Fragen des persönlichen Verkaufs und des Vertriebsmanagements.

Welche wissenschaftliche Frage (in Ihrem Arbeitsgebiet) möchten Sie unbedingt noch beantworten?

Wie sich die Rolle von Vertriebs- und Servicemitarbeitern und deren Interaktion mit Kunden durch die Einführung neuer Technologien in der Zukunft verändern wird.

Preisträger Dr. Thomas Scholdra

5.000 Euro

„Business Cycles and Consumer Behavior“

Das Thema Die Dissertation beschäftigt sich anhand von drei empirischen Studien mit der Frage, inwiefern Konsumentenverhalten in verschiedenen Phasen der Customer Journey durch gesamtwirtschaftliche Konjunkturzyklen beeinflusst wird. So zeigt sich, dass die Effektivität von digitaler Mundpropaganda (electronic word of mouth) in der Vorkauf-Phase von der Konsumneigung privater Haushalte beeinflusst wird. Weiterhin wird gezeigt, dass Haushalte heterogene Einkaufsstrategien im FMCG-Kontext (FMCG = fast moving consumer goods) aufweisen und ganz unterschiedlich auf gesamt- und individuellwirtschaftliche Veränderungen reagieren. Schließlich wird dargelegt, dass Konsumenten Produkte in Wirtschaftsabschwüngen anders bewerten als in Wirtschaftsaufschwüngen.

Was bedeutet der Wolfgang-Ritter-Preis für Sie?

Der Wolfgang-Ritter-Preis ist natürlich ein schönes Signal der Wertschätzung meiner bisherigen wissenschaftlichen Arbeit. Besonders freut es mich, die Auszeichnung als Bremer Absolvent entgegen nehmen zu dürfen.

Schon eine Idee, was Sie mit dem Preisgeld machen werden?

Es gibt schon länger den Gedanken, einen VW Bulli anzuschaffen und auszubauen. Vielleicht fließt das Preisgeld in ein solches Projekt.

Wie ist Ihre aktuelle Position?

Akademischer Rat (auf Zeit) und Habilitand am Seminar für Handel und Kundenmanagement der Universität zu Köln.

Ihr wissenschaftliches Hauptinteresse gilt?

dem Bereich des (digitalen) Marketings, bevorzugt handelsnahen Fragen.

Welche wissenschaftliche Frage (in Ihrem Arbeitsgebiet) möchten Sie unbedingt noch beantworten?

Makroökonomische Faktoren, die auch in der aktuellen COVID-19-Pandemie in Erscheinung treten, sind im digitalen Marketing-Kontext bislang weitestgehend unberücksichtigt geblieben. Das ist ein Forschungsfeld, das ich in meiner zukünftigen Arbeit weiter ausbauen möchte.