

Schwärme von Business-Engeln – Wie Crowdfunding den Investitionsmarkt erneuert.

Ob innovative Geschäftsidee oder soziales Projekt: Für den Start braucht man zunächst einmal Kapital. Insbesondere für kleine Projekte hat sich hier als Alternative zur klassischen Finanzierung und beflügelt durch das Internet seit einigen Jahren die Methode der „Schwarmfinanzierung“ etabliert: Crowdfunding.

Crowdfunding: Was ist das Besondere daran?

Bei der klassischen Investorensuche oder bei der Ansprache von Business-Angels werden große Summen gesucht, die wenige Einzelpersonen bereitstellen. Das Crowdfunding dagegen versucht, kleine Einzelbeträge von vielen Menschen zu bekommen. Die „Schwarmfinanzierung“ beinhaltet außerdem, dass der für ein Projekt benötigte Geldbetrag vorher genau festgelegt wird.

Crowdfunding läuft fast ausschließlich via Internet. Die Gründer stellen ihr Projekt mit genauer Beschreibung, häufig mit einem motivierenden Video, sowie Zielsumme und Enddatum der Aktion auf Crowdfunding-Plattformen. Auch die Werbung für das Projekt läuft über das Web. Wird zum Enddatum das finanzielle Ziel nicht erreicht, gilt das Projekt als gescheitert und die Unterstützer erhalten ihr Geld zurück.

Diese Art der Finanzierung hat für beide Seiten (Investoren und Gründer) zahlreiche attraktive Seiten. Die Investoren können mit kleinen Beträgen Anteil haben an kulturellen, wissenschaftlichen, kommerziellen oder gesellschaftlich relevanten Projekten. Anders als bei reinen Spenden können sie oft sogar einen gewissen Rücklauf (geldwert oder ideell) erwarten.

Die Gründer können eine große Anzahl von Kleininvestoren erreichen und überprüfen gleichzeitig das Marktpotenzial und die gesellschaftliche Akzeptanz ihrer Idee. Außerdem ersparen sie sich die oft hohen Gebühren und Renditenzahlungen, die professionelle Investoren bei einer Startup-Unterstützung fordern.

Neuer Trend oder alter Wein in neuen Schläuchen?

Das Crowdfunding ist durch seine ausschließliche Nutzung des Internets und durch den viralen Charakter ein echter neuer Trend. Crowdfunding existiert selbst im angelsächsischen Raum erst seit gut 11 Jahren. Im Jahr 2003 wurde über ein Internetportal für Musiker die Möglichkeit geschaffen, ihr nächstes Album durch Spenden ihrer Fans zu produzieren. 2004 wurde der erste Film in Deutschland über diese Methode finanziert. Als Gegenleistung für die Investition gab es für die Geber eine Namensnennung im Abspann. Inzwischen hat sich aus dieser Art der Finanzierung ein ganzer Investitionsmarkt entwickelt.

Crowdfunding, Crowdinvesting, Crowdlending – Varianten desselben Prinzips

Bei der klassischen **Crowdfunding-Kampagne** erhält der Geldgeber für seine (meist kleine) finanzielle Unterstützung eine geldwerte oder ideelle Prämie, die in der Regel in Verbindung mit dem Zweck der Kampagne steht. Dies ist die weltweit am weitesten verbreitete Form der Crowdfunding-Varianten und wird insbesondere genutzt für kulturelle Projekte oder zur Umsetzung von Erfindungen und neuen Technologien.

Beispielplattformen sind

- www.startnext.de (größte deutsche Crowdfunding-Plattform)
- www.sciencestarter.com (eine Crowdfunding -Plattform für wissenschaftliche Projekte)

Gerade für neue Projekte bietet eine Crowdfunding-Kampagne nicht nur eine Finanzierungsmöglichkeit, sondern auch einen „Proof of Concept“, der zeigt, ob allgemeines Interesse am Projekt besteht, bzw. das Vertrauen in die Praxistauglichkeit vorhanden ist.¹

Die Erfolgsquote bei den großen Crowdfunding-Plattformen liegt bei aktuell 57 Prozent.²

Die meisten erfolgreichen Projekte sind für Beträge unter 10.000 Euro angesetzt; durchschnittlich werden knapp 5.000 Euro pro erfolgreichem Projekt gesammelt.³

Startnext kalkuliert für die auf ihrer Seite vorgestellten Projekte mit folgender Formel: Jeder Besucher der Kampagnenwebseite steht im Durchschnitt für ca. 1 Euro Fundingsumme. Der Fundingbetrag eines Unterstützers liegt im Durchschnitt bei 35 Euro. Ca. drei von 100 Besuchern unterstützen im Durchschnitt das Projekt. Für eine Fundingsumme von 10.000 Euro sind also etwa 10.000 Seitenbesucher erforderlich bzw. ca. 300 echte Unterstützer.

Die erfolgreich finanzierten Projekte in Deutschland kamen Ende 2014 auf ein kumuliertes Gesamtvolumen von 16 Millionen Euro. Ende 2011 lag das Volumen erst bei 0,46 Millionen Euro.⁴

Crowdinvesting

Beim Crowdinvesting investieren Kleinanleger in ein Start-up oder Geschäftsidee und erhalten dafür eine Erfolgsbeteiligung. Die Investition kann dabei entweder über Unternehmensanteile erfolgen (das wird seltener praktiziert) oder über stille Beteiligungen und Genussscheine (häufiger).

Bei einem Crowdinvest-Anbieter wie z. B. www.companisto.com kann auf drei Wegen eine Rendite erzielt werden:

- Gewinnbeteiligung:
Die Höhe der Beteiligung ist bei jedem Unternehmen unterschiedlich.
- Exit-Beteiligung:
Wenn das Start-up an einen Großinvestor verkauft wird („Exit“), erhalten die Investoren einen Teil des Kaufpreises.
- Unternehmenswert-Beteiligung:
Steigt der Investor vor dem Verkauf des Start-ups aus, wird der Wert des Unternehmens ermittelt und der Anleger wird gemäß seiner Beteiligungsquote ausgezahlt.

Der häufigste Kritikpunkt und tatsächliche Nachteil des Crowdinvestings ist, dass die Kleinstinvestoren meist keine Rechte haben, aber trotzdem das volle unternehmerische Risiko in Höhe ihres investierten Kapitals tragen.

In den USA ist aktuell echtes Crowdinvesting faktisch nicht möglich. Grund hierfür ist ein (altes) Gesetz, das den Anlegerschutz in den Mittelpunkt stellt und damit sehr hohe Hürden aufbaut. Hier wird allerdings derzeit an Gesetzesnovelle gearbeitet. Bis dahin laufen Finanzierungen eher über Crowdfunding.⁵

¹ laut Thorsten Jahnke, Geschäftsführer der iq consult, Agentur für soziale Innovationen, auf <http://www.pnn.de/wirtschaft/917835/>

² <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/258153/umfrage/erfolgsquote-der-crowdfunding-projekte-in-deutschland-nach-plattformen/>

³ www.fuer-gruender.de

⁴ www.statista.com

⁵ <http://www.crowdinvestor24.de/2013/01/21/crowdinvesting-in-den-usa/>

Aktuell gibt es in Deutschland rund 20 Plattformen, die Crowdfunding anbieten, darunter:

- www.seedmatch.de (Marktführer)
- www.companisto.com

Crowdfunding hatte in Deutschland Ende 2014 ein kumuliertes Gesamtvolumen von rund 34,4 Millionen Euro, nachdem es noch 2011 bei gerade einmal 0,45 Millionen Euro lag.⁶

Um Kleinanleger in Zukunft besser zu schützen, hat das Bundeskabinett im November 2014 den Entwurf des so genannten Kleinanlegerschutzgesetzes gebilligt. Das Gesetz muss noch den Bundestag und den Bundesrat passieren. Es sieht diverse Änderungen vor, so wird die Prospektspflicht auf alle Vermögensanlagen in Deutschland ausgeweitet: Kunden müssen nun auch im so genannten „unregulierten Teil“ des Finanzmarktes über Art, Gegenstand und Risiken der Anlage aufgeklärt werden. Bisher betraf dies nur den regulierten Teil des Finanzmarktes wie Banken und Versicherungen. Außerdem müssen Anleger ein so genanntes Vermögensanlagen-Informationsblatt händisch unterschrieben an die Plattform zurücksenden.

Für crowdfinanzierte Projekte sind dabei Ausnahmen vorgesehen. Sammeln sie weniger als eine Million Euro und beteiligen sich die Anleger mit jeweils maximal 10.000 Euro, werden sie zum Beispiel von der Prospektspflicht entbunden, die ansonsten schnell einen fünfstelligen Betrag kosten könnte. Von Seiten der Crowdfundingplattformen kommt trotzdem vielfach noch Kritik an dem Gesetz. So sieht seedmatch.de die Grenze von einer Million Euro als zu niedrig an.⁷

Crowdfunding auf Spendenbasis: Crowdfunding

Diese Crowdfunding-Variante ist eine Methode des Fundraisings, die darauf ausgerichtet ist, gemeinnützige Projekte zu unterstützen. Die Projekte sind in ihrer Bandbreite sehr unterschiedlich und reichen von Katastrophen- und Entwicklungshilfe über Umweltprojekte bis zu lokalen Projekten im sozialen Bereich.

Im Vergleich zur Spendensammlung über klassische Kanäle steht hier ein konkretes Einzelprojekt mit einem definierten Finanzbedarf im Vordergrund. Das Projekt wird im Internet detailliert beschrieben, oft mit Videos, zahlreichen flankierenden Informationen und regelmäßigen Blog-Einträgen. Während der Kampagne ist jederzeit sichtbar, wieviel Geld noch benötigt wird. Dem potenziellen Spender wird so Aktualität und Transparenz signalisiert. Insoweit hat ein Spender das Gefühl, sehr genau entscheiden zu können, wofür er sein Geld gibt. Außer einer Zuwendungsbestätigung erhält der Spender höchstens eine symbolische Gegenleistung.

Gerade kleine, lokal tätige Initiativen haben gute Chancen, eine größere Verbreitung zu erreichen, sofern sie bereit sind, Zeit und Mühe in die Bewerbung des Projektes zu stecken.

Für große, international arbeitende Organisationen, deren Fundraising-Hauptziel aufgrund der breiten Aufstellung eher zweckungebundene Spenden sind, ist Crowdfunding oft nicht attraktiv. Große Projekte lassen sich schwer in definierbare Einzelabschnitte mit begrenztem Finanzierungsbedarf unterteilen, und die von der Spender-Community erwartete intensive Berichterstattung bindet zu viele personelle Ressourcen.

Genutzt wird es in erster Linie von gemeinnützigen Organisationen. Dabei gewinnt der Spender aufgrund der Gemeinnützigkeit und der Möglichkeit der Einsichtnahme in entsprechende nachweise transparenter wirtschaftlicher Arbeit (Freistellungsbescheid, Jahresberichte im Internet, ITZ, etc.) etwas Sicherheit bezüglich der Mittelverwendung.

⁶ www.statista.com

⁷ <http://www.gruenderszene.de/allgemein/kleinanlegerschutzgesetz-bundeskabinett-szenestimmen>

Eine der in Deutschland aktivsten Plattformen im Crowdfunding ist www.betterplace.org/de/.

Crowdlending

Diese Nischenvariante beschäftigt sich mit der Vermittlung von Mikrokrediten zwischen Privatpersonen oder von Privatpersonen an Kleinunternehmen. Das Crowdlending basiert primär auf dem Gedanken, Personen und Unternehmen Kredite zu ermöglichen, die keine oder nur geringe Chancen sehen, einen Bankkredit zu erhalten. Kritisiert wird oft das hohe Ausfallrisiko für den Geldgeber sowie unangemessen hohe Gebühren der Plattformen.

Das Kreditvolumen aller Crowdlending-Kredite belief sich in Deutschland allein im Jahr 2014 auf rund 60 Millionen Euro.⁸ An sich eine sehr stattliche Summe, die verglichen mit dem Gesamtkreditvolumen aller deutschen Banken jedoch sehr klein ist.

Gründe für das Scheitern von Crowdfunding Kampagnen

Startnext.de gibt auf seiner Webseite eine Liste mit Gründen an, die sie als Hauptgründe für das Scheitern einer Crowdfunding-Kampagne sehen⁹, darunter:

- Unrealistische Fundingsumme: Startnext.de empfiehlt ein Projekt knapp, aber realistisch zu kalkulieren. Zu hohe Schwellen erschweren das Erreichen (bei Nichterreichen der Funding-Schwelle bekommt man schließlich nichts), zu niedrige steigern das Risiko, trotzdem nicht über hinreichend Mittel zur Umsetzung zu verfügen.
- Zu lange Laufzeit: Dann geht dem Projekt oft „die Luft aus“, weil man keine Kapazitäten mehr hat, es zu bewerben und so potenzielle Unterstützer nicht mehr ausreichend zum Handeln motiviert werden.
- Fehlende direkte Ansprache: Ein Initiator sollte sich und sein Projekt ausgiebig vorstellen, denn auch Crowdfunding-Unterstützer geben ungern ihr Geld jemandem, der ihnen eigentlich immer noch unbekannt erscheint. Man sollte also eine Beziehung zu den potenziellen Geldgebern aufbauen.
- Unattraktive Dankeschöns: Die Dankeschöns, die für die Beteiligung angeboten werden, sollten eng mit dem Projekt verbunden und für den Geldgeber eine spannende Sache sein, da es sich bei Crowdfunding eben nicht um eine reine Spendenaktion, sondern um ein Geben und Nehmen handelt.

Positive Beispiele von Kampagnen

- Original Unverpackt (Crowdfunding): Ziel war es hierbei, einen verpackungsfreien Supermarkt in Berlin zu eröffnen. Das Projekt wurde auf startnext.de eingestellt. Die angepeilte Summe von 45.000 Euro wurde nach nur vier Tagen erreicht. Insgesamt wurden nach 40 Tagen Laufzeit 108.900 Euro eingenommen.
- Stromberg- - Der Film (Crowdinvest): Ziel der Filmemacher war, 1 Mio. Euro für einen Kinofilm zur TV-Serie Stromberg einzuwerben. Dieses Ziel wurde innerhalb einer Woche erreicht. Die Mindest-Beteiligung lag bei 50 Euro. Ab einer Million Kinozuschauer wurde pro Kinoticket 50 Cent in die Kasse der Investoren gegeben. Im Oktober 2014 wurden erstmals Gelder ausgeschüttet, die einer Rendite von 17 Prozent entsprachen. Die Ausschüttungen sollen zukünftig regelmäßig jedes halbe Jahr erfolgen.

Interessante Links:

⁸ <http://www.lending-school.de/lending-school-finanzlexikon/crowdlending/>

⁹ <https://www.startnext.com/blog/Blog-Detailseite/b/7-Gruende-warum-Crowdfunding-Projekte-scheitern-706>

http://www.fuer-gruender.de/fileadmin/mediapool/Unsere_Studien/Crowd_Q2_2013/Crowd_funding-Monitor_H1_2013.pdf

<http://www.wiwo.de/finanzen/geldanlage/crowdinvesting-im-schwarm-in-die-pleite/9830086.html>

<http://www.spiegel.de/wirtschaft/service/als-kleinanleger-in-start-ups-investieren-a-959656.html>

Autor: Arne Peper; Geschäftsführer des Deutschen Fundraising Verbandes e. V., Berlin. Kontakt: peper@fundraisingverband.de, <http://fundraisingverband.de/>