

# Ungeahnte Chancen

Crowdfunding ist nicht nur eine Finanzierungsmethode, sondern auch ein hochqualifiziertes Marketinginstrument.

VON GABRIELE REINARTZ

**C**rowdfunding (deutsch: Schwarmfinanzierung) ist kein Spleen, sondern eine Marketingidee aus den USA. Bereits 1885 wurde das Crowdfunding zum ersten Mal von Josef Pulitzer, dem Herausgeber der „New York World“, initiiert. Damals rief er die Bürger von New York zu Spenden auf, um mit dem Geld den Aufbau der Freiheitsstatue zu finanzieren. Pulitzer versprach im Gegenzug, jeden Spender namentlich in seiner Zeitung zu nennen. Und so kamen in weniger als einem halben Jahr über 100.000 Dollar zusammen, gespendet von über 120.000 Bürgern der Stadt am Hudson River. Das Crowdfunding war geboren.

Doch es sollte noch 130 Jahre dauern, bis sich diese Finanzierungsmaßnahme zunächst in den USA, dann in anderen Teilen der Welt etablierte – dem Internet sei Dank. Denn Crowdfunding spielt sich dort ab. Deutschland gehört zu den jungen Märkten, 2014 wurden bei uns rund 140 Millionen Euro eingesammelt. In Europa belegen wir damit Platz drei nach Frankreich mit 154 Millionen Euro und dem absoluten Spit-

zenreiter Vereinigtes Königreich mit über 2,3 Milliarden Euro. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Studie der globalen Organisation EY (ehemals Ernst & Young).

Deutschland hat starken Nachholbedarf, dabei liegen die Vorteile dieser Finanzierungsmethode klar auf der Hand, weiß Dennis Schenkel, Vorstandsmitglied im Deutschen Crowdsourcing Verband. „Mit durch Crowdfunding eingeworbenes Kapital können Unternehmen beispielsweise die Produktion von Waren problemlos vorfinanzieren. Existenzgründer erhalten die Möglichkeit, an die notwendigen finanziellen Mittel zu kommen, ohne auf Banken oder professionelle Investoren angewiesen zu sein. Sie können ihre innovativen Unternehmungen starten, die sie vielleicht sonst nie hätten realisieren können“, betont er die Vorteile. Und nicht nur das: Durch Crowdfinanzierung können Unternehmer ihre Produkte im Vorfeld testen und auf ihre Marktreife hin validieren. Im Grunde bereiten sie die Basis für interaktive Markttests. „Unternehmer sparen sich so eine kostenintensive Markteinführung“, erläutert der Experte.

## So funktioniert Crowdfunding

Beim Crowdfunding geht es darum, eine perfekt inszenierte Kampagne inklusive Videobotschaft ins Netz zu stellen, die der Crowd (den Internetnutzern) das Projekt in Kürze beschreibt sowie den Nutzen klar und überzeugend herausstellt. Denn nur dann besteht die Chance, dass eine Crowd es finanziell unterstützt. Und nicht zu vergessen: Der kalkulierte Betrag sollte die Provi-

sion der Plattform, auf die die Kampagne eingestellt wird, die Kosten für etwaige Finanztransaktionen sowie ein Dankeschön für die Spender enthalten. Denn ein Nachkalkulieren ist nicht möglich. Crowdfunding ist eine zweckgebundene Finanzierung mit vier Ausprägungen:

1. **Crowdinvesting:** die Investition in Start-ups und Immobilien, bei der die Geldgeber an den Unternehmen / Immobilien beteiligt werden
2. **Crowdlending:** das Verleihen von Geldern, die später (un-)verzinst zurückgezahlt werden
3. **Klassisches Crowdfunding:** die finanzielle Unterstützung von Projekten meist aus dem Kultur- und Kreativbereich mit einem nichtfinanziellen Dankeschön an die Geldgeber
4. **Spenden Crowdfunding:** die Spende ohne Gegenleistung, in der Regel üblich bei sozialen Projekten

Um die Crowdfunding-Kultur in Deutschland zu intensivieren, bietet Schenkel vom Crowdsourcing Verband regelmäßig einen CrowdDay an. „Unser Ziel ist es, dass sich die Teilnehmer nach der Veranstaltung sicher an eine eigene Crowdfunding-Kampagne wagen können. Wissenstransfer hat daher beim CrowdDay die höchste Priorität“, berichtet Schenkel. Er wird wie Michael Gebert (siehe Interview) einer der Referenten beim CrowdDay sein, den die IHK Gießen-Friedberg in diesem Sommer anbieten möchte. ■

### LINKS

[www.crowdfunding.de](http://www.crowdfunding.de)  
[www.crowdexperts.de](http://www.crowdexperts.de)  
[www.startnext.com](http://www.startnext.com)  
[www.seedmatch.de](http://www.seedmatch.de)  
[www.auxmoney.com](http://www.auxmoney.com)

Foto: privat



Dennis Schenkel ist  
Spezialist für  
Crowdmarketing.

# Crowdfunding in der Region

## Best-Practice-Beispiele

VON GABRIELE REINARTZ

**S**eine Vision lautete: „Kolter“ (hessisch für Wolldecke) bundesweit salonfähig zu machen, sodass die Bezeichnung Eingang in den deutschen Sprachschatz findet. 2013 gründete der gebürtige Lichener und heute Wahl-Gießener Christoph Seipp einen Online-Shop für Kolter. Zur Finanzierung seiner Geschäftsidee benötigte der Jungunternehmer 7.000 Euro Startkapital, das er innerhalb von zwei Monaten durch Spenden im Internet sammeln konnte. Mit dem Geld von 22 Unterstützern finanzierte er die erste Produktionscharge, 150 individuell designte Kolter. Seipp bot seinen Geldgebern an, einen Designentwurf vorzuschlagen, den er zur Abstimmung auf Facebook stellte. Der Siegerentwurf zierte seitdem die ersten gefertigten Wolldecken. Alle Spender



Christoph Seipp, Inhaber des Online-Unternehmens myKolter.de, präsentiert die Farbmuster der ersten limitierten Auflage.



**Kurz vor der Zielgeraden:**  
Vereinsvorsitzender Markus Haumann beim Streichen eines bereits sanierten Fensterrahmens des Homberger Schlosses.

erhielten als Dankeschön einen Kolter. Seipp sagt über die Finanzierungsmethode Spenden Crowdfunding: „Das Promovideo zu erstellen, bedeutete einen enormen Zeitaufwand. Aber die Vorstellung, trotz dieses Aufwandes mit nur geringem finanziellen Einsatz theoretisch viel Geld aufbringen zu können, war äußerst charmant.“ Sein Ziel von 7.000 Euro wurde übrigens um knapp 300 Euro übertroffen.

Seit dem erfolgreichen Crowdfunding können nun auch Unternehmen individuelle Kolter ab einer Menge von 40 Stück in Auftrag geben – so wie es bereits Rapp's & Kumpf Fruchtsäfte, Engel Caravaning oder SV Darmstadt 98 getan haben.

### Best-Practice-Beispiel Schloss Homberg/Ohm

Die Vision des Vereins Schlosspatrioten lautete 2015: Eine in Eigenregie durchgeführte denkmalgerechte Sanierung von sechs historischen Fenstern im Kaminsaal und den Cafëräumen des Schlosses Homberg. Das dafür notwendige Kapital bezifferten die Ehrenamtlichen mit 7.200 Euro. „Am Ende haben wir per Spenden Crowdfunding

90 begeisterte Unterstützer gefunden, die uns die Sanierung mit knapp 5.700 Euro finanzierten“, freut sich Markus Haumann, Vorsitzender des Vereins Schlosspatrioten. Als erstes Dankeschön erhielten die Spender einen „Unterstützer-Pin“. Demnächst werden sie, wenn alle Fenster fertig gestrichen und wieder eingebaut sind, noch in die fertiggestellten Cafëräumen zu Kaffee und Kuchen frei Haus eingeladen.

Die VR Bank HessenLand, die es sich auf die Fahnen geschrieben hat, soziale Projekte in der Region zu fördern, richtete auf ihrer Crowdfunding-Plattform nicht nur eine eigene Seite für die Schlosspatrioten ein, sondern unterstützte am Ende das „Fensterprojekt“ noch mit bis zu 50 Euro pro eingesamelter Spende. „Seitens der Bank konnten wir die vom Verein gesammelten Spenden noch um 3.815 Euro erhöhen“, erzählt Ralph Kehl, IHK-Vizepräsident und Vorstandsmitglied der VR Bank HessenLand. ■

#### ONLINE

[www.mykolter.de](http://www.mykolter.de)  
[www.vrbank-hessenland.de](http://www.vrbank-hessenland.de)  
[www.schlosspatrioten.de](http://www.schlosspatrioten.de)

# Nicht nur ein Finanzierungsvehikel

Michael Gebert, Vorstandsmitglied Deutscher Crowdsourcing Verband, spricht über das Chancenpotenzial einer Crowd, zu Deutsch: eines Internetschwarms.

Foto: privat



Michael Gebert, Vorstandsmitglied Deutscher Crowdsourcing Verband

*Herr Gebert, warum ist Crowdfunding in Deutschland nicht gang und gäbe?*

Das hat leider auch etwas mit Genugtuung und Trägheit zu tun. Der deutsche Unternehmer denkt nach wie vor, durch die hohe Ingenieurskunst auf der sicheren Seite zu sein. Dabei übersieht er, dass durch neue Techniken Arbeitsplätze obsolet werden. Der Deutsche Crowdsourcing Verband versucht daher, Unternehmern die Vorteile einer Schwarmfinanzierung näher zu bringen, da diese auch etwas mit Innovationen zu tun hat.

*Schwarmfinanzierung und Innovationen – wie hängt das zusammen?*

Crowdfunding hat einen entscheidenden Vorteil: Es ist heterogen, global und zeitlich unabhängig verfügbar. Ein Schwarm ist nicht ausschließlich ein Finanzierungsvehikel. Unternehmen wie Sony beispielsweise setzen ihre kompletten Neuentwicklungen erst einmal einem asiatischen Schwarm aus, um Verbesserungsvorschläge und Ideen zu erhalten, bevor sie in die Entwicklung gehen. Der Schwarm wird also bereits in der Vorstufe integriert. Der Markt wird ausgetestet: Ist das Produkt überhaupt gefragt?

*Das klingt doch viel versprechend ...*

Ja, schon. Aber wenn ich meine Idee einem Schwarm aussetze, gibt es einen Folgeeffekt: Kontrollverlust und Transparenz. Den Kontrollverlust kann ich begrenzen respektive managen. Transparenz bedeutet, dass mein intellek-

tuelles Kapital allen Menschen zur Verfügung gestellt wird. In Deutschland glaubt man immer noch, so einzigartig zu sein, dass es meine Idee anderswo gar nicht geben kann. Das ist ein Hinketfuß. Durch Transparenz habe ich die Möglichkeit, mein Produkt noch zu ändern, zu verbessern, interessanter und potenzieller zu gestalten.

*Ist Transparenz gleichzusetzen mit Open Innovation?*

Nein, Open Innovation ist die Vorphase von Crowd Innovation, das sich Auseinandersetzen mit dem Thema Kontrollverlust und Transparenz. Habe ich aber verstanden, dass ein sich Öffnen gegenüber einem Schwarm mir die bereits genannten Vorteile – heterogen, global und zeitlich unabhängig verfügbar – bringt, dann spricht man von Crowdfunding.

*Welche Risiken birgt es für den Geldsuchenden?*

Ein Risiko ist die Nichtfinanzierung. Bei der Plattform kickstarter.com liegt das Risiko einer Nichtfinanzierung bei über 60 Prozent. Man sollte daher wissen: Je besser die Vorbereitung einer Kampagne ist, desto geringer ist das Risiko, zu scheitern. Viele Startups glauben, sie müssten nur kurz ein Video drehen, ein paar lustige Texte schreiben und dann würde es der Schwarm schon richten. Dem ist nicht so. Wenn ich ein Produkt habe, muss ich den Nutzen innerhalb der ersten zweieinhalb bis drei Sekunden definiert haben. Ein perfekter Sound,

eine perfekte Bildeinstellung, ein perfekter Schnitt sind selbstredend.

*Brauchen wir eine gesetzliche Grundlage in Deutschland?*

Eigentlich ist schon alles reguliert. Beim Lending-based Crowdfunding beispielsweise erwartet der Geldgeber eine Verzinsung. Das Vehikel, das in Deutschland zu 90 Prozent genutzt wird, ist das sogenannte partiarische Darlehen, ein ausfallbedingtes Darlehen mit Risikoklasse „Möglicher Totalverlust“. Es ist über die BaFin geregelt. Jedes Angebot, das in Deutschland mit der Zielgruppe Deutschland als equity-basiertes Crowdfunding-Projekt eingestellt wird, muss mit einem Vermögensinformationsblatt bei der BaFin angemeldet, genehmigt und protokolliert sein. Das heißt, wir haben eine gesetzliche Regulierung. Das Problem ist nur, dass sie schärfer ist, als die europäische Regulierung vorschreibt. So werden zum Beispiel in Großbritannien wesentlich höhere Summen durch Crowdfunding generiert, weil die dortige Regulierung weniger streng ist. ■

Das Interview führte Gabriele Reinartz.

ONLINE

[www.deutschercrowdsourcingverband.de](http://www.deutschercrowdsourcingverband.de)