

Paris Lodron Universität Salzburg

Rechtswissenschaftliche Fakultät

Fachbereich Sozial- und Wirtschaftswissenschaften

Strategisches Management

Bachelorarbeit

**„Crowdfunding ist bei Start-Up Unternehmen ein immer häufiger angewandtes
Finanzierungsinstrumentarium.**

Wäre dies auch eine Finanzierungsalternative für den etablierten Mittelstand?“

Sommersemester 2016

LV-Nummer: SE_500.111

Betreuender LV-Leiter: Hon. Prof. Dr. Christoph Ph. Schließmann

Vorgelegt von: Anna Linhardt

Matrikelnummer: 1320130

E-Mail Adresse: anna.linhardt@stud.sbg.ac.at

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit erkläre ich an Eides statt, dass ich die vorliegende Bachelorarbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmitteln und Quellen verfasst habe.

Die den benutzten Quellen wörtlich oder inhaltlich entnommen Stellen sind als solche kenntlich gemacht. Ich habe die Arbeit bisher weder in gleicher noch in ähnlicher Form einer anderen Institution vorgelegt und auch nicht veröffentlicht.

Salzburg, 12. Juli 2016

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Linhardt', written over a horizontal dotted line.

Anna Linhardt

Inhaltsverzeichnis

<u>I.</u>	<u>Abbildungsverzeichnis.....</u>	<u>II</u>
<u>II.</u>	<u>Abkürzungsverzeichnis.....</u>	<u>II</u>
<u>1.</u>	<u>Einleitung</u>	<u>1</u>
<u>2.</u>	<u>Crowdfunding</u>	<u>3</u>
2.1.	Begriffsdefinition	3
2.2.	Zeitliche Entwicklung	4
2.3.	Formen des Crowdfundings	8
2.3.1.	Überbegriff Crowdsourcing	8
2.3.2.	Crowdinvesting (Equity-based Crowdfunding)	10
2.3.3.	Crowdlending (Lending-based Crowdfunding)	11
2.3.4.	Crowdsupporting (Reward-based Crowdfunding)	11
2.3.5.	Crowddonating (Donation-based Crowdfunding)	12
2.4.	Inhaltliche Abgrenzung	14
2.4.1.	Business Angels.....	14
2.4.2.	Venture Capital	15
2.4.3.	Private Equity	16
2.5.	Prozesse und Abläufe einer Kampagne	17
2.5.1.	Allgemeines.....	17
2.5.2.	Plattformen.....	19
2.5.3.	Neues Gütesiegel für Crowdinvesting-Plattformen	22
2.6.	Rechtliche Rahmenbedingungen	23
2.6.1.	Rechtliche Aspekte.....	23
2.6.2.	Steuerliche Behandlung	26
2.7.	Vor- und Nachteile des Crowdfundings	29
<u>3.</u>	<u>Finanzielle Belastungen</u>	<u>32</u>
3.1.	Crowdfunding-Kampagne	32
3.2.	Bankkredit	33
3.3.	Gegenüberstellung Crowdfunding / Bankkredit	35
<u>4.</u>	<u>Expertenmeinung</u>	<u>36</u>
<u>5.</u>	<u>Fazit</u>	<u>38</u>
<u>III.</u>	<u>Quellenverzeichnis</u>	<u>42</u>

I. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Bedeutung der Begriffe	4
Abbildung 2: Finanzierung des Aufbaus der Freiheitsstatue	5
Abbildung 3: Volumen der Projekte 2013-2015 in Österreich.....	6
Abbildung 4: Weltweit eingesammeltes Kapital 2011-2014.....	7
Abbildung 5: Überbegriff und Formen des Crowdfundings.....	8
Abbildung 6: Systematik des Crowdsourcing-Begriffs.....	13
Abbildung 7: Logo „KICKSTARTER“	19
Abbildung 8: Logo „Startnext“	20
Abbildung 9: Logo „dagobertinvest“	21
Abbildung 10: KSV 1870 Rating-Display	21
Abbildung 11: Gütesiegel für Crowdinvesting-Plattformen	22
Abbildung 12: Anwendung des Alternativfinanzierungsgesetzes	25
Abbildung 13: Logo „Evercrowd“	36
Abbildung 14: Zuordnung der Finanzierungsformen zum Finanzierungsbedarf	39

II. Abkürzungsverzeichnis

§	Paragraph
AltFG	Alternativfinanzierungsgesetz
Art.	Artikel
BWG	Bankwesengesetz
Bzw.	beziehungsweise
EStG	Einkommensteuergesetz
FMA	Finanzmarktaufsichtsbehörde
GewO	Gewerbeordnung
KMG	Kapitalmarktgesetz
Mrd.	Milliarden
UGB	Unternehmensgesetzbuch
USD	US-Dollar
UStG	Umsatzsteuergesetz
Z.	Ziffer

Genderhinweis: Aus Gründen der einfacheren und besseren Lesbarkeit wird auf die geschlechtsspezifische Differenzierung verzichtet. Dadurch wird keinesfalls eine Benachteiligung des jeweils anderen Geschlechts impliziert.

1. Einleitung

„Die einzige Konstante im Universum ist die Veränderung“¹

Auch im Jahr 2016 hat dieser Satz von Heraklit von Ephesus¹ keinesfalls an Bedeutung verloren.

Durch das Platzen der Immobilienblase im Jahr 2007 in den Vereinigten Staaten von Amerika, was unweigerlich zum Ausbruch der Wirtschafts- und Finanzkrise führte, veränderten sich die Rahmenbedingungen hinsichtlich der Finanzierungssituation für Unternehmer. Deutliche Strukturunterschiede zeigen sich zwischen den großen Unternehmen und den sogenannten KMU's, also den Klein- und Mittelunternehmen, welche in Österreich laut Statistik Austria 99,7 % aller Unternehmen und in etwa 67 %² der Beschäftigung ausmachen. Nach wie vor stellen Banken die wichtigste externe Finanzierungsquelle dar. Durch die Finanzkrise geriet das Bankensystem allerdings ins Wanken. Die durchschnittliche Eigenkapitalquote von Klein- und Mittelunternehmen ist laut Daten der KMU-Forschung Austria vom Bilanzjahr 2001/2002 bis 2013/2014 von 17 % auf 30 % angestiegen. Aufgrund dieser Tatsache lässt sich ableiten, dass die Unternehmen ihre Abhängigkeit von den Banken reduziert haben und alternative Finanzierungsformen kontinuierlich an Bedeutung gewinnen. Eine mögliche Alternative stellt das sogenannte Crowdfunding dar, welches vor allem bei neugegründeten Unternehmen immer beliebter wird.³

Die Idee, die sich hinter dem Begriff Crowdfunding verbirgt, ist die auftretende Finanzierungslücke, die bei Produkteinführungen, Unternehmensgründungen oder sonstigen Projekten in Erscheinung treten kann, mithilfe einer großen Masse an Menschen, die sich an der Unternehmensidee finanziell beteiligen, zu schließen. Vor allem jungen Unternehmen bleibt die Möglichkeit eines klassischen Bankkredites zur Finanzierung eines Projektes oder einer Idee anfangs, aufgrund mangelnder Sicherheiten und einer nicht erfolgreichen Bonitätsprüfung, verwehrt.⁴

Eine große Rolle für die zunehmende Bedeutung des Crowfundings, was im deutschen Sprachgebrauch auch als Schwarmfinanzierung bekannt ist⁵, spielt neben dem

¹ Heraklit von Ephesos war ein griechischer Philosoph, der etwa 540 - 480 vor Christus gelebt hat.

² Vgl. Statistik Austria, Leistungs- und Strukturdatenbank (2015)

http://www.statistik.at/web_de/statistiken/wirtschaft/unternehmen_arbeitsstaetten/index.html.

³ Vgl. Kaufmann/Seper/Zenz (2016) Handbuch Crowdfunding & AltFG, Seite 3.

⁴ Vgl. Kaufmann/Seper/Zenz (2016) Handbuch Crowdfunding & AltFG, Seite 16.

⁵ Vgl. Stefanowitsch (2013) <http://www.sprachlog.de/2013/03/04/and-the-winner-is-crowdfunding>.

Innovationsgeist der vielen Neugründer auch die rasante Entwicklung des Internets. Das Internet ist hierbei der Schauplatz der Vernetzung zwischen Initiatoren und möglichen Geldgebern. Insgesamt haben die österreichischen Crowdfunding-Plattformen im Jahr 2015 Finanzierungen in der Höhe von ca. acht Millionen Euro durch Crowd-Investoren erreicht. Die Steigerung von 2014 auf 2015 liegt bei 360 %.⁶

Im Vordergrund der Betrachtung und der Ausarbeitung des Themas steht die Anwendung von Crowdfunding für bereits etablierte Unternehmen.

Daraus ergibt sich die zentrale Forschungsfrage welche in der folgenden Arbeit genauer behandeln wird, nämlich ob sich Crowdfunding auch als Finanzierungsmöglichkeit für bereits etablierte Unternehmen eignet und welche Vor- und Nachteile sich daraus für die Unternehmen ergeben können.

Um einen theoretischen Überblick zu verschaffen, werden vorab die wichtigsten Begriffe definiert, welche die Entwicklung dieser Finanzierungsform erläutert und die verschiedenen Formen der Schwarmfinanzierung erklärt. Auch die Abgrenzung zu drei anderen Finanzierungsformen, nämlich Business Angels, Private Equity und Venture Capital, wird vorgenommen und die wichtigsten Prozesse und Abläufe einer Crowdfunding-Kampagne erläutert.

Aufgrund der laufenden Weiterentwicklung dieses Themas und den damit einhergehenden Gesetzesänderungen werden ebenso die rechtlichen Rahmenbedingungen, insbesondere das im Jahr 2015 in Kraft getretene Alternativfinanzierungsgesetz und die steuerlichen Aspekte, behandelt.

Die Arbeit führt die wichtigsten Vor- und Nachteile der Finanzierungsform an und legt diese auf die Situation für etablierten Unternehmen um.

Ein besonderer Fokus wird auf die finanziellen Belastungen gelegt, da der Kostenfaktor für die meisten etablierten Unternehmen eine große Rolle spielt und ein ausschlagendes Kriterium bei der Wahl der Finanzierungsform darstellen kann.

Abschließend wird in der vorliegenden Arbeit eine Expertenbefragung mit einem Betreiber einer Crowdfunding-Plattform durchgeführt, um neben der Theorie auch den praxisrelevanten Aspekt des Themas zu verdeutlichen.

⁶ Vgl. Wirtschaftskammer Österreich, (2016) Pressemitteilung: „Crowdinvesting auf Rekordniveau“ https://www.wko.at/Content.Node/branchen/oe/sparte_iuc/Finanzdienstleister/Publikationen---Downloads/Pressemitteilungen/Wirtschaftsministerium-und-Fachverband-Finanzdienstleister.html.

2. Crowdfunding

2.1. Begriffsdefinition

Crowdfunding setzt sich aus den beiden englischen Begriffen „Crowd“, was ins Deutsche übersetzt so viel wie „große Menschenmasse“ oder „Gruppe“ bedeutet und „Funding“, was sich ins Deutsche mit Finanzierung oder auch Förderung übersetzen lässt. Es beschreibt den öffentlichen Aufruf über eine Internetplattform, sich an einem bestimmten Projekt zu beteiligen. Durch die Entwicklung des Internets und dem gleichzeitigen Boom der sozialen Medien hat der Begriff massiv an Bedeutung gewonnen.⁷

Die nachfolgende Definition von Crowdfunding wird angelehnt an das Institut für Kommunikation in sozialen Medien. Dieses definiert Crowdfunding als Unterform des Crowdsourcings, bei welcher im Vordergrund steht, finanzielle Mittel zur Umsetzung und Realisierung von Ideen, Produkten oder Dienstleistungen zu akquirieren. Die auftretende Finanzierungslücke wird durch die „Crowd“, also den Menschen, die sich an der Aktion beteiligen, finanziert. Die Zusammenführung von Geldgebern und dem Inhaber der Crowdfunding Idee findet im Internet auf verschiedenen Plattformen statt. Dort ist eine direkte Kommunikation möglich. Je nach Höhe der aufgebrachten Summe und der jeweiligen Form des Crowdfundings, welche in Kapitel 2.3. genauer erläutert werden, können die Gegenleistungen unterschiedlich ausfallen.⁸

Wie bereits in der Einführung erwähnt, wird Crowdfunding im deutschen Sprachgebrauch auch mit dem Wort Schwarmfinanzierung definiert.

Laut den Ausführungen des Sprachwissenschaftlers Anatol Stefanowitsch ist dem deutschen Begriff aber relativ wenig Bedeutung zuzurechnen, wie untenstehende Grafik, welche die Häufigkeit der beiden Suchbegriffe „Crowdfunding“ und „Schwarmfinanzierung“ im Internet von Juni 2011 bis Mai 2012 verdeutlicht.⁹

⁷ Vgl. Rat für Forschung und Technologieentwicklung, (2014) Studie „Crowdsourcing und Crowdfunding – Potenzial für den Innovationsstandort Österreich“ Seite 40, http://www.rat-fte.at/tl_files/uploads/Studien/Crowdfunding-Crowdsourcing-Potenzial_Endbericht.pdf.

⁸ Vgl. Artikel (2013) <http://www.ikosom.de/2012/06/11/definition-von-crowdfunding-beta>.

⁹ Vgl. Artikel (o.J.) <http://www.sprachlog.de/2013/03/04/and-the-winner-is-crowdfunding>.

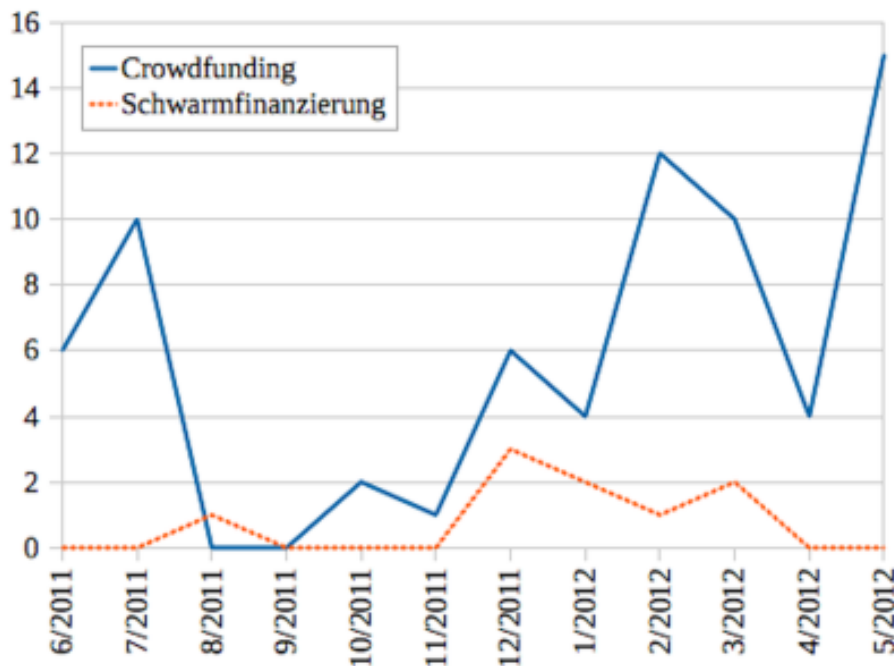


Abbildung 1: Bedeutung der Begriffe, Stefanowitsch (2013)

2.2. Zeitliche Entwicklung

Die Idee des Crowdfunding-Prinzips ist keineswegs neu. Bereits im 18. Jahrhundert wurden Bücher in der Bundesrepublik Deutschland nur dann gedruckt, wenn eine gewisse Menge an Vorbestellungen für ein Werk eingegangen war und die Kosten für den Druck somit finanziert werden konnten. Der Begriff des Crowdfundings mit seiner heutigen Bedeutung existiert etwa seit dem Jahr 2006 und wird erst seit wenigen Jahren verstärkt verwendet.¹⁰

Als erstes Crowdfunding-Projekt weltweit gilt der Aufbau der Freiheitsstatue, welche bekanntlich ein Geschenk der Franzosen an die Amerikaner war. Die französischen Bürger fertigten die Statue an, den Sockel für die Skulptur und die Aufstellung sollten die Amerikaner selbst organisieren und auch die Kosten dafür tragen.

Aufgrund der angespannten, wirtschaftlichen Lage nach dem Börsenkrach von 1873 konnte sich weder die Stadt New York noch der Kongress auf eine Finanzierung zum Aufbau der Statue einigen. Aufgrund dessen forderte der Herausgeber Josef Pulitzer in seiner Zeitung auf, für das Vorhaben zu spenden. Im Gegenzug sollten alle Spender in seiner Zeitung namentlich erwähnt werden.¹¹ Innerhalb von fünf Monaten konnten so die benötigten Mittel in der Höhe von 100.000 USD aufgebracht werden.¹²

¹⁰ Vgl. Dolzer/Löscher/Steinbäcker/Weinberger (2015) Crowdfunding & Co, Seite 50.

¹¹ Vgl. Artikel (2013) <http://www.bbc.com/news/in-pictures-21947710>.

¹² Vgl. Artikel (2013) <http://www.bbc.com/news/magazine-21932675>.

which two-ness store. the three amed
ng to they who gons. than d at cited ster- cer- A. C. reet, their seen been ly in low- son, nily, y to

ONE HUNDRED THOUSAND DOLLARS!

TRIUMPHANT COMPLETION OF THE WORLD'S FUND FOR THE LIBERTY PEDESTAL.

Story of the Greatest Popular Subscription Ever Raised in America—How the Republic Was Saved from Lasting Disgrace—An Event for Patriotic Citizens to Rejoice Over—A Roll of Honor Bearing the Names of 120,000 Generous Patriots—The Flags of France and the American Union Floating in Sisterly Sympathy—Over \$2,300 Received Yesterday—The Grand Total Foots Up \$102,006.39—A Generous Lady Pays \$130 for the Washington Cent.

Ben for i led t Pacl one the pres mad been tanc when of e with at of and veni Sev The: Fox: L. Mr stree I. F

Abbildung 2: Finanzierung des Aufbaus der Freiheitsstatue, BBC (2013)

Ende des 20. Jahrhunderts begannen Musiker und Künstler, ihre Arbeit durch die Unterstützung von Freunden und Familie zu finanzieren. Als erste „Rückzahlung“ an die Unterstützer dienten Vergünstigungen und Geschenke für gespendete Geldbeträge.¹³

Die erste Crowdfunding-Kampagne, die mithilfe des Internets organisiert wurde, initiierte die Rockband „Marilion“ aus Großbritannien im Jahr 1997. Die Bandmitglieder versprachen den Fans und Unterstützern gewisse Anreize, um die Konzerttour durch Amerika zu finanzieren. Dazu gehörten zum Beispiel CD's, bedruckte T-Shirts oder Konzerttickets. Nach der erfolgreichen Tour durch die Vereinigten Staaten führte die Band das Schwarmfinanzierungskonzept weiter und finanzierte dadurch auch die Produktion und die Vermarktung der folgenden Alben.¹⁴

Das heutige Crowdfunding lässt sich als relativ neues Alternativinstrument der Finanzierung beschreiben, dass aufgrund eines dynamischen Marktumfeldes in einem Prozess der ständigen Weiterentwicklung steht. Die am meisten vertretenen Kampagnen waren im Jahr 2014 Projekte, die den Sparten Unternehmen/Entrepreneurship, soziale Projekte und Film/darstellende Kunst zugeordnet werden können.¹⁵

¹³ Vgl. Artikel (o.J.) <http://crowdfunding-info.de/entwicklung-crowdfunding>.

¹⁴ Vgl. *Stahlmann* (2013) *Crowdinvesting als Finanzierungsalternative für deutsche Startups*, Seite 19.

¹⁵ Vgl. *Kaufmann/Seper/Zenz* (2016) *Handbuch Crowdfunding & AltFG*, Seite 12 f.

Die nachfolgende Grafik beschreibt das Volumen der Projekte, die auf österreichischen Crowdfunding-Plattformen erfolgreich finanziert wurden und somit auch die rasant angestiegene Bedeutung von Crowdfunding. Seit dem Bestehen der Internetplattformen wurden bereits 72 Projekte erfolgreich finanziert. Insgesamt haben die Crowd-Investoren von 2013 bis 2015 11,7 Millionen Euro für die Kampagnen aufgebracht.¹⁶

Projektvolumina erfolgreicher Finanzierungen ab 2013

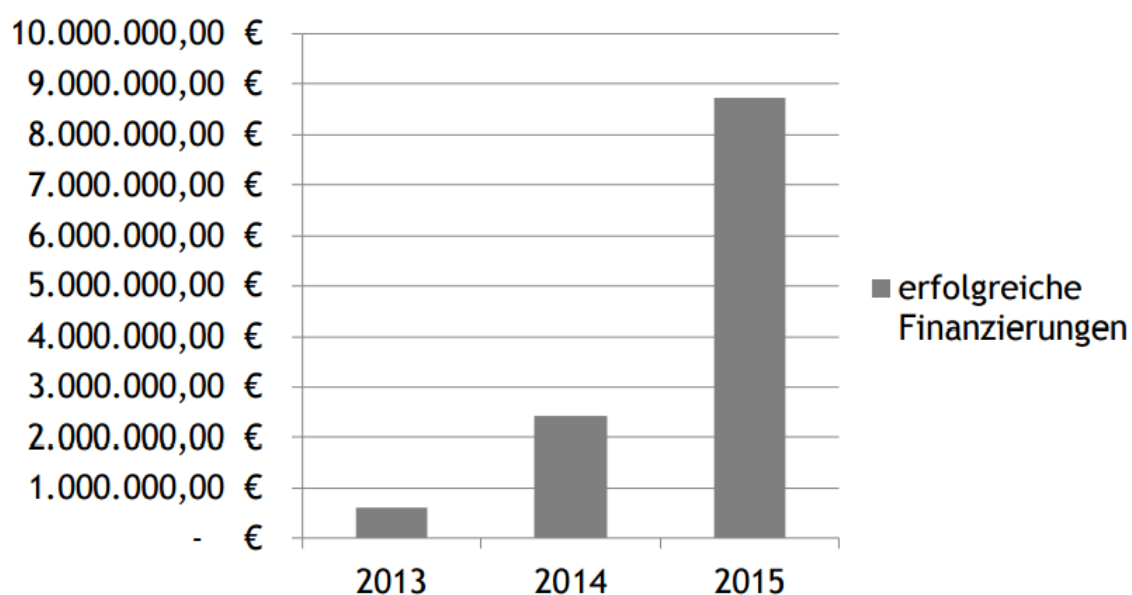


Abbildung 3: Volumen der Projekte 2013-2015 in Österreich, Wirtschaftskammer Österreich (2016)

¹⁶ Vgl. Statistik der Wirtschaftskammer Österreich, (2016) „Pressemitteilung Crowdfunding“ https://www.wko.at/Content.Node/branchen/oe/sparte_iuc/Finanzdienstleister/Publikationen---Downloads/Pressemitteilungen/Statistik-Crowdfunding-08-03-2016.pdf.

Auch weltweit erlangte die Finanzierungsform des Crowdfundings erst ab dem Jahr 2013 einen deutlichen Aufschwung. Mit Ende des Jahres 2014 wurden global 16,2 Milliarden USD für diverse Crowdfunding-Projekte eingesammelt.¹⁷ Aktuell liegen für das Jahr 2015 noch keine konkreten Zahlen vor. Prognosen gehen von einer Verdoppelung des weltweit eingesammelten Volumens auf 34,4 Mrd. USD aus.

Die hohe Wachstumsrate im Jahr 2014 lässt sich auf den Aufstieg Asiens zur zweitgrößten Crowdfunding-Region mit einem eingesammelten Kapital von 3,4 Mrd. USD zurückführen. Nordamerika liegt mit einem Gesamtvolumen von 9,46 Mrd. USD weiterhin an erster Position. Erst auf Platz drei folgt Europa mit einem eingesammelten Gesamtkapital von 3,26 Mrd. USD.¹⁸

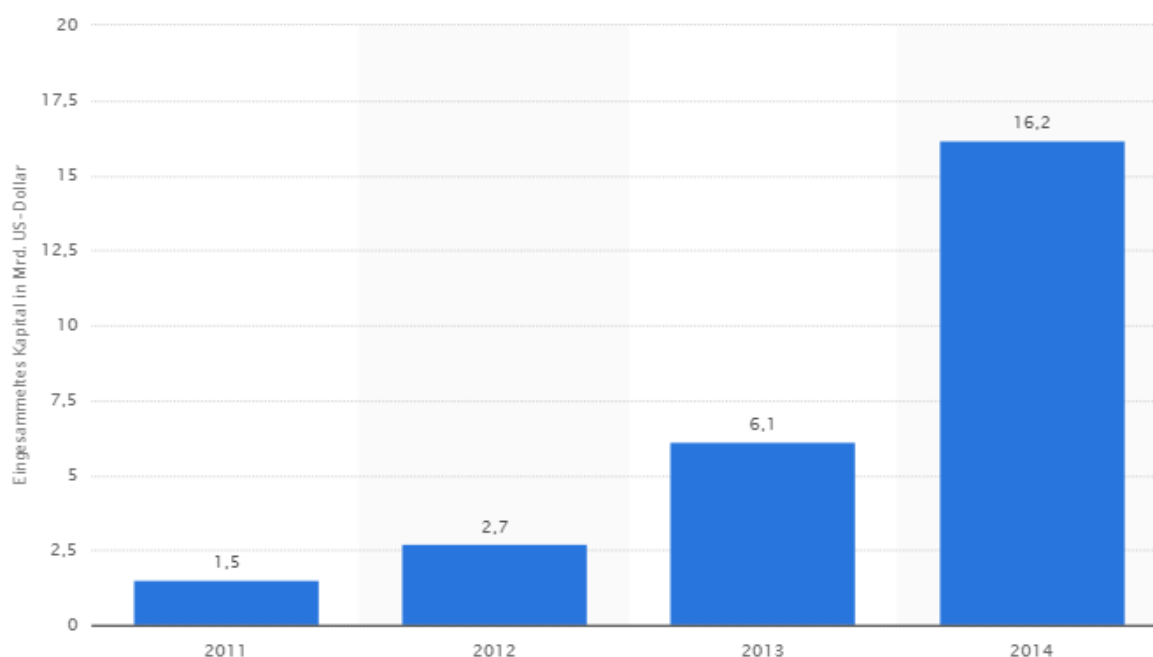


Abbildung 4: Weltweit eingesammeltes Kapital 2011-2014, Statista GmbH (2016)

Der heutige klassische Crowd-Investor ist rund 40 Jahre alt, männlich, selbst Unternehmer oder Angestellter, welcher über ein gutes Einkommen verfügt und als risikobereit gilt. Er gibt durchschnittlich zwischen 5.000 Euro und 50.000 Euro für Investitionen aus. Aktive Crowdfunder streuen ihr Risiko, das heißt, es werden mehrere kleine Geldbeträge in viele Projekte investiert. Crowdfunding verwenden die Investoren als alternative Geldanlage. Sie sind durchschnittlich auf drei Plattformen aktiv.¹⁹

¹⁷Vgl. Statista GmbH (2016) „Weltweit durch Crowdfunding eingesammeltes Kapital“

<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/258199/umfrage/weltweit-durch-crowdfunding-eingesammeltes-kapital/>

¹⁸ Vgl. Kaufmann/Seper/Zenz (2016) Handbuch Crowdfunding & AltFG, Seite 12.

¹⁹ Vgl. Wirtschaftskammer Österreich, (2016) „Crowdfunding für österreichische Unternehmen“

https://www.wko.at/Content.Node/Service/Unternehmensfuehrung--Finanzierung-und-Foerderungen/Unternehmensrechnung/Finanzierung/Crowdfunding_fuer_oesterreichische_Unternehmen.html.

2.3. Formen des Crowdfundings

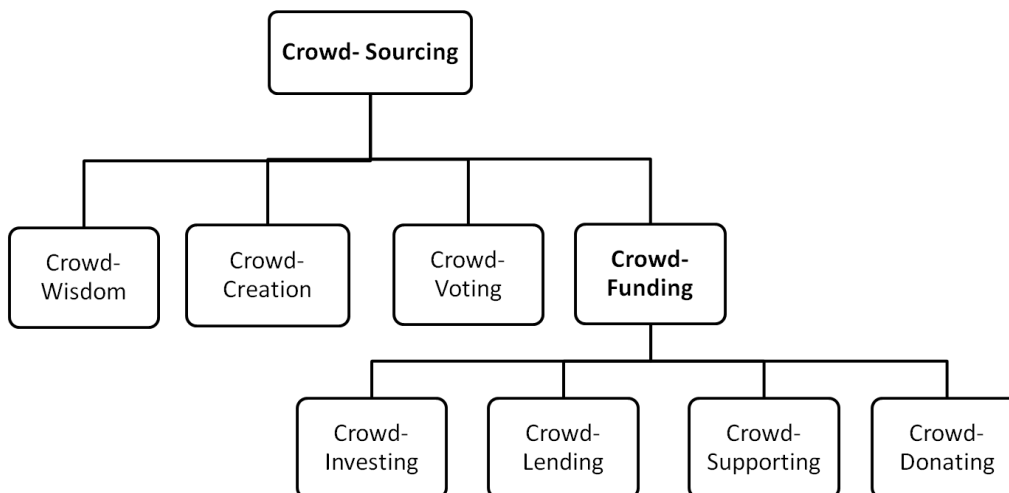


Abbildung 5: Überbegriff und Formen des Crowdfundings, eigene Darstellung in Anlehnung an Surowiecki (2005)

2.3.1. Überbegriff Crowdsourcing

Da sich Crowdfunding dem Überbegriff Crowdsourcing unterordnet, wird dieser Begriff nachfolgend erklärt. Wie bereits aus der Zusammensetzung des Wortes hervorgeht, handelt es sich um eine Verbindung der Wörter „Masse“ und „Quelle“.

Der Begriff wurde erstmals von Jeff Howe, einem amerikanischen Journalisten, der unter anderem für das Time Magazine, für die Washington Post und für das Technikmagazin „Wired“ tätig ist, in einem Bericht²⁰ im Jahre 2006 verwendet.²¹

Auf seiner Internetseite beschreibt er die Kurzdefinition des Wortes Crowdsourcing wie folgt:

*“Crowdsourcing is the act of taking a job traditionally performed by a designated agent (usually an employee) and outsourcing it to an undefined, generally large group of people in the form of an open call.”*²²

Crowdsourcing unterscheidet sich laut Jeff Howe vom klassischen Outsourcen dahingehend, dass die Unternehmensaufgaben nicht an dritte Unternehmen weitergegeben werden, sondern auf die kostenlose Arbeitskraft sowie die Intelligenz einer großen Menschenmasse gesetzt wird. Die teilnehmenden Personen können sich freiwillig den Problemen der Unternehmen annehmen und gegebenenfalls Lösungsvorschläge machen. Diese Masse an Menschen besteht in Zeiten der voranschreitenden Technologien vorrangig aus Internet-

²⁰ Vgl. Howe J. (2006) “The rise of crowdsourcing” im Wired Magazine, <http://www.wired.com/2006/06/crowds>.

²¹ Vgl. Kaufmann/Seper/Zenz (2016) Handbuch Crowdfunding & AltFG, Seite 13.

²² Vgl. Zitat Howe, in: Weblog (2010). <http://crowdsourcing.typepad.com>.

Usern. Laut Jeff Howe ist die Voraussetzung für Crowdsourcing ein möglichst großes Netzwerk. Durch die breite Masse an Menschen mit verschiedenen Ansprüchen, Interessen und mit unterschiedlichem Wissen, kann für beinahe jedes Problem eine Lösung gefunden werden. Das wohl bekannteste Beispiel für Crowdsourcing ist die online Enzyklopädie „Wikipedia“. Diese kann von allen Usern bearbeitet, überarbeitet und ergänzt werden.²³

Der Begriff des Crowdsourcings wird in vier Unterkategorien entsprechend ihrer funktionalen Aufgaben aufgegliedert.²⁴

Crowd Wisdom – Die Weisheit der Vielen

Eine Gruppe von Menschen verfügt in der Regel über mehr Wissen, als eine einzelne Person. Jeder Mensch hat unterschiedliche Informationen zu einem Thema, was zu vielen individuellen Interpretationen des Sachverhaltes führen kann. Diese unterschiedlichen Interpretationen wiederum können sowohl Menschen als auch Unternehmen helfen, eine Problemstellung zu lösen und zukünftige Entwicklungen abzuschätzen.²⁴

Crowd Creation – Die Schöpferische Leistung der Masse

Die Teilnehmer stellen eine künstlerische Leistung her, wie zum Beispiel ein Logo, eine Grafik oder auch Texte. Die Leistung wird zum Erschaffen weiterer Ideen im Wertschöpfungsprozess verarbeitet.²⁴

Crowd Voting – Die Abstimmung der Masse

Die Meinung und die Einschätzung des Publikums werden verwendet, um Produkte, Dienstleistungen und Ideen zu bewerten und um Entscheidungen zu treffen. Beispielsweise kann die Menschenmasse im Internet abstimmen, welches kreierte Logo das Unternehmen bestmöglich präsentiert.²⁴

Crowdfunding – Die Schwarmfinanzierung

Crowdfunding beschreibt die Finanzierung von Projekten oder Unternehmensideen durch die Masse.²⁴

Im Teilbereich Crowdfunding werden vier verschiedene Arten unterschieden. Die Formen unterscheiden sich durch die Motivation der Geldgeber und die Art der Gegenleistungen der Projektinitiatoren und werden nachfolgend erklärt.²⁵

²³ Vgl. Howe J. (2006) "The rise of crowdsourcing" im Wired Magazine, <http://www.wired.com/2006/06/crowds>.

²⁴ Vgl. Surowiecki (2005) Die Weisheit der Vielen, Seite 280 ff.

²⁵ Vgl. Schramm/Carstens (2014) Startup Crowdfunding und Crowdinvesting, Seite 7.

2.3.2. Crowdfunding (Equity-based Crowdfunding)

In diesem speziellen Modell des Crowdfundings erhalten die Unterstützer einer Aktion als Gegenleistung von den Projektinitiatoren Unternehmensanteile, mit denen sie am jährlichen Gewinn und an der Wertsteigerung des Unternehmens, in das sie investiert haben, beteiligt sind. Die Gewinnabsichten der Geldgeber stehen im Vordergrund.²⁶

Durch die stimmlosen Anteilsrechte sind die Investoren an jährlichen Gewinnen des Unternehmens beteiligt. Die Beteiligten können deren Know-how und Kontakte in das Projekt einbringen, da sie an einer erfolgreichen Entwicklung des Unternehmens interessiert sind. Auszahlungen an Geldgeber werden nur getätigt, wenn Gewinne erwirtschaftet werden. Für den Kapitalgeber handelt es sich um eine sehr riskante Anlageform, da das eingesetzte Kapital im Falle einer Insolvenz des Unternehmens verloren ist. Für den Projektinitiator bietet Equity-based Crowdfunding allerdings viele Vorteile.²⁷

Die Idee dahinter ist, den Investoren die Möglichkeit zu geben, sich mit kleinen Beträgen an einem Unternehmen mit einem Anteil am möglichen zukünftigen Gewinn zu beteiligen. Die Initiatoren des Projekts erhalten dafür eine Möglichkeit zur Finanzierung von Engpässen.

Diese Art des Crowdfundings eignet sich primär für Unternehmen, die sich noch in der risikoreichen Startphase befinden. Im Normalfall besitzen die Investoren keinerlei Mitspracherechte am Unternehmen. Es besteht allerdings die Möglichkeit, Informationsrechte mit den Geschäftsführern der Unternehmen auszuhandeln. Die erworbenen Anteile des Investors sind üblicherweise als Mezzaninfinanzierungsinstrument gestaltet. Die Anteile sind vorrangig gegenüber einer echten Beteiligung oder einem Gesellschafterdarlehen, nachrangig hingegen gegenüber allen anderen Verbindlichkeiten des Unternehmens. In der Regel weist dieses Instrument eine Laufzeit von drei bis zehn Jahre auf. Ein Handel am Sekundärmarkt ist meist nicht möglich.²⁸

Ein Beispiel zum Thema Crowdfunding könnte in etwa so aussehen: Um das Wachstum des Unternehmens zu verstärken und neue Produkte und Innovationen vorstellen zu können, startet ein Unternehmen mit großem Wachstumspotenzial eine Crowdfunding-Kampagne und bietet als Gegenleistung für das investierte Kapital eine angemessene Beteiligung am Jahresgewinn sowie am steigenden Unternehmenswert an.²⁹

²⁶ Vgl. Schramm/Carstens (2014) Startup Crowdfunding und Crowdfunding, Seite 7.

²⁷ Vgl. Dolzer/Löscher/Steinbäcker/Weinberger (2015) Crowdfunding & Co, Seite 66 ff.

²⁸ Vgl. Kaufmann/Seper/Zenz (2016) Handbuch Crowdfunding & AltFG, Seite 22.

²⁹ Vgl. Industrie- und Handelskammer München & Oberbayern (o.J.) „Wie funktioniert Crowdfunding?“ <https://www.muenchen.ihk.de/de/starthilfe/Unternehmensfoerderung/crowdsourcing-und-crowdfunding-in-muenchen-und-oberbayern/crowdfunding2/formen-von-crowdfunding>.

2.3.3. Crowdlending (Lending-based Crowdfunding)

Die Grundidee des Lending-based Crowdfundings ist es, eine Alternative zum klassischen Bankkredit darzustellen. Das Kapital wird durch viele Darlehensgeber bereitgestellt. Die Kreditvergabe erfolgt über eine Plattform als Intermediär, sofern die zuvor festgelegte Summe aufgebracht worden ist. Das eingesetzte Kapital der Kapitalgeber muss nach der festgesetzten Laufzeit zuzüglich einer angemessenen und zuvor berechneten Verzinsung zurückgezahlt werden. Im Vorfeld findet ein Rating des Kapitalnehmers statt, bei welchem der Zinssatz für die Rendite bestimmt wird. Dieser Prozentsatz gibt Auskunft über das Ausfallrisiko des Kredites. Je höher der Zinssatz ist, umso höher ist die Wahrscheinlichkeit eines Totalverlustes des eingesetzten Kapitals. Der große Vorteil dieser Investitionsmöglichkeit stellt das kalkulierbare Risiko dar. Bei einer schlechten Bonität und somit eines vergleichsweise hohen Zinssatzes für die Rückzahlungen kann sich Crowdlending als sehr teure Finanzierungsform herausstellen.³⁰

Die Vergabe der Kredite kann zwischen Privatpersonen und einem Unternehmen erfolgen, hier spricht man von Unternehmensfinanzierung. Auch eine Vergabe zwischen Privatpersonen ist möglich, hier spricht man von einer Peer-to-Peer-Vergabe.³¹

Wenn eine Privatperson einen neuen Personenkraftwagen anschaffen möchte und auf einer Plattform das benötigte und gewünschte Kapital erzielt, erhalten die Kapitalgeber als Gegenleistung eine sehr hohe Verzinsung, zum Beispiel 12 % über eine vereinbarte Laufzeit, da die Ausfallswahrscheinlichkeit der Person zwischen 9 % und 13 % berechnet wurde.³²

2.3.4. Crowdsupporting (Reward-based Crowdfunding)

Die Gegenleistung für eine finanzielle Beteiligung ist beim Reward-based Crowdfunding meist keine monetäre, wie beim vorher angeführten Crowdlending und dem Crowdinvesting, sondern eine sachliche. Die Unterstützer investieren also in ein Buch, eine CD oder sonstiges und erhalten dafür ein „Dankeschön“ in Form von einem materiellen Gegenwert oder auch in Form eines Prototyps.³³

Die Motivation, die beim Reward-based Crowdfunding im Vordergrund steht, ist der Gedanke, ein Produkt unbedingt besitzen zu wollen. Es kann sich um virtuelle oder reale Gegenstände handeln. Da die Kosten meist im Vorfeld bereits gut kalkulierbar sind, wird das Projekt nur gestartet, wenn die benötigte Mindestsumme erreicht wird. Geschieht dies nicht,

³⁰ Vgl. Kaufmann/Seper/Zenz (2016) Handbuch Crowdfunding & AltFG, Seite 20.

³¹ Vgl. Kaufmann/Seper/Zenz (2016) Handbuch Crowdfunding & AltFG, Seite 20.

³² Vgl. Beispiel (o.J.) <https://www.greenrocket.com/crowdfunding>.

³³ Vgl. Schramm/Carstens (2014) Startup Crowdfunding und Crowdinvesting, Seite 7.

wird den Unterstützern ihr Geld zurücküberwiesen. Diese Vorgehensweise bezeichnet man auch als „Stop-or-go“ Finanzierung.³⁴

In Europa ist dieses Modell vor allem bei kreativen Projekten, also zum Beispiel bei der Filmproduktion oder bei Musikprojekten äußerst beliebt. Wenn die Kampagnen und die ersten Produkte erfolgreich sind, werden aus den einzelnen Projekten häufig eigene Unternehmen.³⁵

Ein Beispiel für diese Form könnte so aussehen: Ein 4-köpfiges Entwicklerteam startet eine Kampagne, um die ersten Prototypen einer innovativen Armbanduhr entwickeln zu können. Wer sich am Projekt beteiligt, erhält dafür je nach eingesetztem Kapital eine der ersten Armbanduhren, sollte das Projekt realisiert und umgesetzt werden.³⁶

2.3.5. Crowddonating (Donation-based Crowdfunding)

Hier investieren die Geldgeber in ein Projekt, ohne dafür Rendite oder eine andere Gegenleistung haben zu wollen. Im Mittelpunkt steht die Unterstützung der Aktion. Den Spendern geht es primär darum, etwas Gutes zu tun und bei der Lösung von Problemen helfen zu können.³⁷

Das spendenbasierte Crowdfunding kann man als die älteste und etablierteste Form des Crowdfunding bezeichnen, in der um öffentliche Unterstützung für ein Projekt geworben wird. Diese Finanzierung basiert auf Wohltätigkeit und ist besonders für gemeinnützige Projekte sinnvoll. Ebenso eignet sich das Donation-based Crowdfunding für Kulturinitiativen, wie etwa Filmprojekte und Sozialprojekte. Auch Entwicklungshilfe-Projekte sind grundsätzlich auf große Summen angewiesen, die durch Spenden aufgebracht werden.

Wie erwähnt, erwarten die Investoren keinerlei Gegenleistung vom Initiator der Kampagne. Je nach Projekt kann trotzdem eine kleine Gegenleistung möglich sein, wie etwa die Veröffentlichung von Spenderlisten, Urkunden oder Grußvideos. Der Projektfortschritt wird meist dokumentiert, um die Unterstützer auf dem Laufenden zu halten. Das Bewerben eines Projektes erfordert viel Erfahrung in der Planung von Projekten. Neben den Unterstützern gibt es auch immer Gegner, die das Ziel verfolgen, eine solche Art von Projekten zu sabotieren.³⁸

³⁴ Vgl. *Dolzer/Löscher/Steinbäcker/Weinberger* (2015) *Crowdfunding & Co*, Seite 63.

³⁵ Vgl. *Dolzer/Löscher/Steinbäcker/Weinberger* (2015) *Crowdfunding & Co*, Seite 64.

³⁶ Vgl. Beispiel (o.J.) <https://www.greenrocket.com/crowdfunding>.

³⁷ Vgl. *Schramm/Carstens* (2014), *Startup Crowdfunding und Crowdinvesting*, Seite 7.

³⁸ Vgl. *Dolzer/Löscher/Steinbäcker/Weinberger* (2015) *Crowdfunding & Co*, Seite 60 f.

Wenn ein Verein eine Crowdfunding-Kampagne zur Finanzierung von einem Freiluftgehege für ein Tierheim startet und Spendengelder über eine Plattform eingesammelt werden, stellt dies eine klassische Form von Crowddonating dar.³⁹

Die eben ausgeführte Theorie lässt sich anhand der folgenden Grafik, die von der Wirtschaftskammer Vorarlberg erstellt wurde, zusammenfassen.⁴⁰

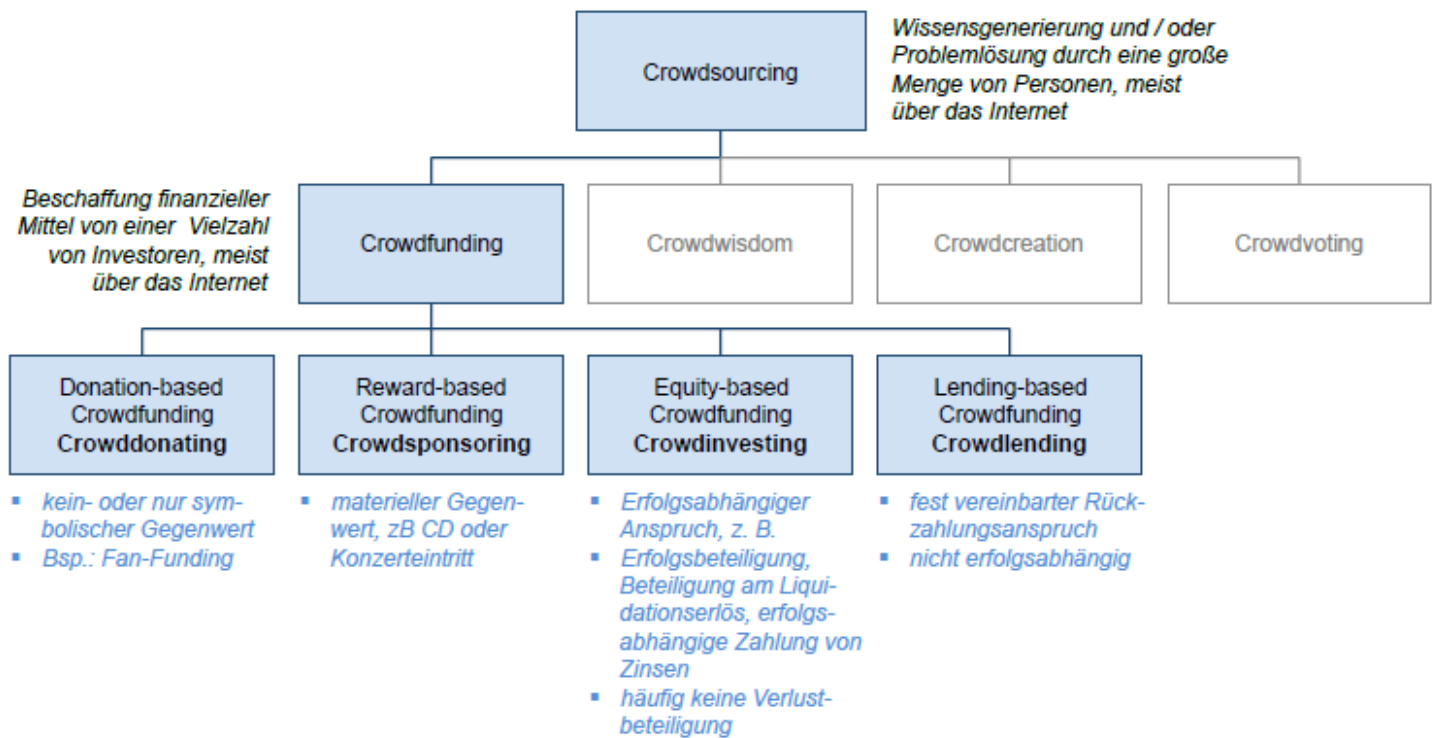


Abbildung 6: Systematik des Crowdsourcing-Begriffs, Wirtschaftskammer Vorarlberg (2014)

³⁹ Vgl. Beispiel (o.J.) <https://www.greenrocket.com/crowdfunding>.

⁴⁰ Vgl. *Ilg*, Wirtschaftskammer Vorarlberg, (2014) „Betriebswirtschaftliche und rechtliche Grundlagen“, https://www.wko.at/Content.Node/branchen/vbg/sparte_iuc/CFI-Modul-1a-Grundlagen-betriebswirtschaftlich-und-rechtlich.pdf.

2.4. Inhaltliche Abgrenzung

2.4.1. Business Angels

Unter Business Angels versteht man Privatpersonen, die sich finanziell an Projekten oder Unternehmen anderer beteiligen und außer dem benötigten Kapital auch ihr persönliches „Know-how“, also deren Erfahrung in diese Geschäftsbeziehung mit einbringen. Oft ist ein Business Angel, welcher oft selbst Unternehmer oder Manager ist, für ein junges Unternehmen die einzige Möglichkeit, um an Kapital von außen zu kommen.

Ein Business Angel unterscheidet sich von sonstigen Investoren dadurch, dass er in einer besonders frühen Phase des Unternehmens, fast immer langfristig, relativ kleine Beträge, in der Regel zwischen 50.000 Euro und 250.000 Euro in seinem näheren Umfeld investiert.

Venture Capital Gesellschaften, auf welche auf der folgenden Seite näher eingegangen wird, investieren oft auch überregional. Die Business Angels hingegen legen Wert auf eine lokale oder zumindest regionale Ausrichtung ihrer Investition und erhalten als Kapitalgeber im Gegenzug einen gewissen Anteil am Unternehmen. Angestrebt wird im Normalfall eine Beteiligung von mindestens 25 %. Somit sind die Investoren auch an den jährlichen Unternehmensgewinnen beteiligt. Business Angels sind auf der Suche nach einer guten Produktidee, die sowohl hohe Wachstumschancen als auch ein großes Marktpotenzial bieten.⁴¹

In Österreich wird von einem theoretischen Potenzial von rund 1.000 Business Angels ausgegangen. Diese Zahl ist nicht besonders groß, da die Beteiligung an einem kleinen Unternehmen viel Zeit und viel Geld in Anspruch nimmt.⁴²

Der größte Unterschied zum Crowdfunding stellt sich folglich in der Anzahl der beteiligten Personen dar. Während ein Unternehmen meist nur von einem Business Angel finanziert und unterstützt wird, bringen sich im Crowdfunding mehrere Personen mit kleineren Beträgen ein. Die Investoren können Gründungen und Strategien meist aufgrund der langjährigen Erfahrung rascher vorantreiben und bringen Erfahrung und auch ein gutes Netzwerk an Kontakten in das Unternehmen ein. Es ist sehr schwer, eine Unterstützung von Business Angels zu erhalten, da die Anzahl dieser wie beschrieben sehr gering ist. Für bereits etablierte Unternehmen ist diese Finanzierungsform nicht von besonderer Bedeutung, sie investieren meist nur in frühen Phasen eines Unternehmens.⁴¹

⁴¹ Vgl. Dolzer/Löscher/Steinbäcker/Weinberger (2015) Crowdfunding & Co, Seite 29.

⁴² Vgl. Dolzer/Löscher/Steinbäcker/Weinberger (2015) Crowdfunding & Co, Seite 31.

2.4.2. Venture Capital

Venture Capital beschreibt eine Finanzierungsalternative, bei welcher sich Anleger an einem bereits bestehenden Unternehmen mit allen Rechten und Pflichten, Chancen und Risiken am Unternehmen beteiligen. Es handelt sich um Wagnis- oder Risikokapital, welches jungen, innovativen Unternehmern die Anfangsinvestitionen und das schnelle Wachstum erleichtern soll. Die Kapitalgeber, auch Venture Capital-Gesellschaften genannt, steigen durchschnittlich ab einem Investitionsvolumen von einer Million Euro ein, in Ausnahmefällen bereits ab 300.000 Euro. Da der Totalverlust des investierten Kapitals möglich ist, ist die Beteiligung mit einem sehr hohen Risiko verbunden. Bei einem Erfolg sind aber sehr hohe Renditen möglich.⁴³

Beim Venture Capital erfolgt eine Zwischenschaltung eines Fonds, um das eingesetzte Kapital zu bündeln, und eines Fondsmanager, der dieses Vermögen verwaltet. Im Gegensatz zum Crowdfunding, wo viele Entscheidungen auf einer emotionalen Grundlage getroffen werden, interessieren sich die Venture Capital Fonds nur für Zahlen und Fakten. Das Ziel der Venture Capital Geber ist es, durch den Verkauf ihrer Unternehmensanteile innerhalb von vier bis acht Jahren einen hohen Gewinn zu erreichen. Fällt die erwartete Rendite unter 40 % pro Jahr, ist das Investment für Venture Capital Fonds weitgehend uninteressant. Investieren diese Fonds in einer frühen Phase in ein Unternehmen, liegt die erwartete Rate of Return⁴⁴ zwischen 30 % und 50 %. In späteren Phasen sinkt diese auf 30 % bis 35 %. Obwohl sich die Kapitalgeber nur zeitlich befristet am Unternehmen beteiligen, muss der Gründer bedenken, dass er möglicherweise die Geschäftsführung oder die Mehrheit der Gesellschaftsanteile abgeben muss. Während der Venture Capital Geber am Unternehmen beteiligt ist, wird alles dem Ziel der Gewinnmaximierung bei Verkauf des Unternehmens untergeordnet.⁴⁵

Wenn es dem Eigentümer nicht darum geht, langfristig unternehmerisch tätig zu sein, sondern darum, aus der Geschäftsidee in kurzer Zeit einen hohen Verkaufserlös zu erzielen, ist diese Form der Finanzierung durchaus in Betracht zu ziehen. Der Eigentümer muss sich mit eventuellen Miteigentümern arrangieren und diese in das Unternehmen einbinden. Er gibt also einen wesentlichen Teil seines Unternehmens an den Venture Capital Geber ab. Diese sind üblicherweise mit 10 % bis 30 % am Unternehmen beteiligt und verwalten durchschnittlich 50 bis 100 Millionen Euro. Die Kosten des Einstiegs eines Venture Capital Fonds, für welche der Unternehmer aufkommen muss, liegen bei ca. 5 % bis 6 % der

⁴³ Vgl. *Dolzer/Löscher/Steinbäcker/Weinberger* (2015) *Crowdfunding & Co*, Seite 35.

⁴⁴ Die „Rate of Return“ beschreibt die Rendite auf das eingesetzte Kapital.

⁴⁵ Vgl. *Dolzer/Löscher/Steinbäcker/Weinberger* (2015) *Crowdfunding & Co*, Seite 36.

Investitionssumme. Da erfahrungsgemäß von zehn Investments der Gesellschaften nur zwei als sehr erfolgreich eingestuft werden und zwei davon absolute Fehlinvestitionen darstellen, werden Beteiligungen, welche von Anfang an nur eine durchschnittliche Rendite erwarten lassen, nicht eingegangen.⁴⁶

Diese Finanzierungsform ist für bereits etablierte Unternehmen weniger von Bedeutung, da die meisten Unternehmer ungerne Mitspracherechte oder Unternehmensanteile abgeben. Auch für die Fonds sind bereits etablierte Unternehmen meist nicht interessant, da sie vorrangig in junge Unternehmen investieren.⁴⁷

2.4.3. Private Equity

Der grundlegende Unterschied zwischen Venture Capital und Private Equity besteht im Zeitpunkt der Finanzierung. Venture Capital Gesellschaften investieren, wie bereits erwähnt, in frühe Phasen der Unternehmen. Private Equity Finanzierungen werden im Gegensatz dazu in Übergangsphasen eingesetzt. Diese zu unterstützenden Unternehmen sind bereits etabliert und verfügen über eine vorhandene Produktpalette.

Häufig ist es den Unternehmen mit dem vorhandenen Eigenkapital nicht möglich, neue Technologien oder neue Produkte zu finanzieren. Auch bei einem geplanten Börsengang kann es hilfreich sein, eine Private Equity Finanzierung in Anspruch zu nehmen, da diese Gesellschaften das strategische Ziel des Börsenganges schneller erreichen können. Die vorbereitenden Maßnahmen erfordern viel Kapital und müssen oft kreditfinanziert werden. Auch für Restrukturierungen kann das Kapital von Private Equity Gesellschaften verwendet werden, da seit Beginn der Finanzkrise für solche Finanzierungsanlässe immer weniger Kredite mit einer immer niedrigeren Kapitalsumme vergeben werden.⁴⁸

Im Normalfall wird das Kapital durch Private Equity-Fonds, welche Geld über mehrere Investoren einsammeln und dann in die ausgewählten Unternehmen investieren, aufgebracht. Die Fonds beteiligen sich direkt am Unternehmen und stellen Eigenkapital für eine bestimmte Laufzeit zur Verfügung. Des Weiteren bringen sie, wie beim Venture Capital, Netzwerke, Kontakte und Erfahrung ein. Das Ziel der Gesellschaft ist es, durch die Veräußerung der Unternehmensanteile einen möglichst hohen Profit zu erzielen. Die bedeutendste Kennzahl ist auch hier die Internal Rate of Return, welche bei 20 % bis 30 % pro Jahr liegen sollte. Werden diese Zahlen voraussichtlich nicht erreicht, wird in das Unternehmen nicht investiert.⁴⁸

⁴⁶ Vgl. Dolzer/Löscher/Steinbäcker/Weinberger (2015) Crowdfunding & Co, Seite 38.

⁴⁷ Vgl. Dolzer/Löscher/Steinbäcker/Weinberger (2015) Crowdfunding & Co, Seite 40.

⁴⁸ Vgl. Dolzer/Löscher/Steinbäcker/Weinberger (2015) Crowdfunding & Co, Seite 41 ff.

Die Geldgeber stellen durchschnittlich eine Investitionssumme von 300.000 bis zwei Millionen Euro zur Verfügung. Die übliche Laufzeit beträgt vier bis acht Jahre.

Das Risiko für Totalverluste ist bei bereits weiterentwickelten Unternehmen kleiner als bei Unternehmen, die sich noch in der Gründungsphase befinden. Studien belegen, dass trotzdem nur etwa ein Fünftel der Private Equity Investitionen erfolgreich für die Geldgeber werden.⁴⁹

Auf diverse Zwischen- und Mischformen der Alternativfinanzierung wird in dieser Arbeit nicht näher eingegangen.

2.5. Prozesse und Abläufe einer Kampagne

2.5.1. Allgemeines

Bei einer Crowdfunding-Aktion gibt es drei beteiligte Parteien.

Zum einen den Gründer oder auch Initiator der Kampagne genannt, welcher seine Idee oder sein Produkt realisieren möchte und dessen Ziel es folglich ist, das nötige Kapital mit fremden Mitteln aufzubringen, da seine eigenen für die Umsetzung der Idee meist nicht ausreichen. Die interessierten Menschen beteiligen sich mit deren Geld an dem Projekt des Gründers, weil sie das vorgestellte Projekt für unterstützungswürdig halten, interessant finden und/oder ein finanzielles Interesse verfolgen. Die Gründe für die Beteiligung an der Kampagne hängen vom vorgestellten Projekt ab. Die dritte Partei ist dafür zuständig, die oben angeführten und bereits erwähnten Beteiligten zusammenzuführen. Es handelt sich um die Internetplattformen, welche als „Markt“ verstanden werden können.⁵⁰

Die meisten Crowdfunding-Betreiber stellen deren Kampagne auf einer der zahlreichen Plattformen online. Vereinzelt gibt es auch offline durchgeführte Kampagnen, die über andere Medien publik gemacht werden. Das klassische Crowdfunding findet aber im Internet statt. Bevor die Kampagne auf einer ausgewählten Plattform online geht und startet, wird überlegt, in welches Modell des Crowdfundings sich das Projekt einfügen lässt und ob die Plattform diese Art der Schwarmfinanzierung überhaupt anbietet.⁵¹

Die vier Ausprägungen wurden in Kapitel 2.3. bereits behandelt - diese sind Crowdfunding, Crowdlending, Crowdsupporting und Crowddonating.

⁴⁹ Vgl. *Dolzer/Löscher/Steinbäcker/Weinberger* (2015) *Crowdfunding & Co*, Seite 41 ff.

⁵⁰ Vgl. *Schramm/Carstens* (2014) *Startup Crowdfunding und Crowdfunding*, Seite 6.

⁵¹ Vgl. *Dolzer/Löscher/Steinbäcker/Weinberger* (2015) *Crowdfunding & Co*, Seite 86.

Erfahrungsgemäß lassen sich nur die wenigsten Kampagnen eindeutig einer gewissen Form zuordnen, häufig kommt es zu Mischformen. Die Motivation des Projektwerbers ist der wesentlichste Faktor für die Einordnung in die vier Ausprägungen.

Hat sich der Unternehmer für eine Form des Crowdfundings entschieden, stellt sich die Frage, wie man mit einer guten Idee und einem noch besseren Produkt den Menschenschwarm erreichen und begeistern kann. Eine genaue zeitliche Planung sowie eine umfangreiche Vorbereitung sind unumgänglich für jede erfolgreiche Crowdfunding Kampagne im Internet. Durchschnittlich sind Kampagnen zwischen drei und acht Wochen online auf der ausgewählten Plattform auffindbar. Die Aktion sollte erst gestartet werden, wenn alle anderen essentiellen Bausteine fertiggestellt wurden, wie beispielsweise die Homepage oder die Texte der Kampagne.⁵²

Auch die Wahl der richtigen Rewards bzw. Gegenleistungen kann ein Erfolgskriterium für die Kampagne darstellen.⁵³

Wird das Projekt bei der Plattform eingereicht, müssen sämtliche Unterlagen wie Businessplan und diverse Kalkulationen beigefügt werden. In den meisten Fällen stellen die Plattformen einen Mitarbeiter zur Verfügung, welcher als Projektbetreuer aktiv wird.

Die Höhe des benötigten Budgets wird anfangs von den Initiatoren bekannt gegeben und ist meist abhängig vom Plattformbetreiber. Danach ist es den interessierten Menschen möglich, sich finanziell am Projekt zu beteiligen, mit dem Unternehmen zu kommunizieren und gegebenenfalls auch Fragen zu stellen. Während die Kampagne aktiv ist, ist zu jeder Zeit sichtbar, wie viel Kapital bereits aufgebracht wurde und somit auch, wie viel Geld noch fehlt, um das Projekt erfolgreich abzuschließen. Nach einer gewissen Laufzeit der Kampagne, welche die Initiatoren zu Beginn festlegen, ist die Aktion abgelaufen. Wird der benötigte Geldbetrag erreicht oder gar überschritten, erfolgt die Auszahlung des Betrags an den Projektinitiator. Wurde der ursprünglich angestrebte Geldbetrag nicht erreicht, erfolgt keine Auszahlung und die Investoren erhalten ihr Geld zurück. Diese Vorgehensweise wird oft als „Alles oder Nichts Prinzip“ bezeichnet.⁵⁴

⁵² Vgl. *Dolzer/Löscher/Steinbäcker/Weinberger* (2015) *Crowdfunding & Co*, Seite 86 ff.

⁵³ Vgl. *Harms* (2015) „Die zehn wichtigsten Tipps für erfolgreiches Crowdfunding“
<http://www.crowdfunding.de/erfolgreiches-crowdfunding-die-10-wichtigsten-tipps>.

⁵⁴ Vgl. Artikel Wiener Börse (2016) „Ablauf von Crowdfunding“
<http://www.unternehmensfinanzierung.at/startup/crowdfunding/ablauf>.

2.5.2. Plattformen

Seit dem Aufschwung des Crowdfundings steigen die Zahlen der anbietenden Plattformen rasant an. Infolgedessen findet zunehmend eine Spezialisierung der Online-Anbieter im Hinblick auf Ziel und Art der Kampagne statt.⁵⁵

Bis heute dominieren in den Vereinigten Staaten jene Plattformen, welche kreative Projekte, Initiativen und gemeinnützige Einrichtungen unterstützen. In den letzten Jahren entstanden vermehrt jene Internetplattformen, die auf Unternehmensfinanzierungen und Renditemaximierung spezialisiert sind.⁵⁶

Folglich wird der weltweit erfolgreichste Onlineanbieter aus Amerika beschrieben, der gegenwärtige Marktführer aus der Bundesrepublik Deutschland und eine besondere Plattform aus Österreich mit einem interessanten Konzept, welches für diese Arbeit von besonderer Bedeutung ist.



Abbildung 7: Logo „KICKSTARTER“

Die weltweit größte und bis heute erfolgreichste Plattform kommt aus Amerika und heißt „Kickstarter“. Die Internetseite www.kickstarter.com ging am 28. April 2009 online und hat gegenwärtig mehr als 2,45 Milliarden USD für 108.604 Projekte aufgebracht.⁵⁷

Die Plattform konzentriert sich auf die Vermittlung von kreativen Projekten und grenzt die erlaubten Kampagnen gezielt ein. Es dürfen nur Initiativen für Kunst, Tanz, Mode, Technologien, Theater und einige mehr gestartet werden.

Alle gestarteten Projekte müssen ein klares Ziel haben, wie beispielsweise die Veröffentlichung eines Buches oder eines Albums. „Kickstarter“ hält in deren Regeln klar fest, dass es nicht erlaubt ist, über deren Plattform Geld für wohltätige Zwecke zu sammeln oder finanzielle Anreize zu bieten.⁵⁸

Die meisten Projekte, die über „Kickstarter“ finanziert wurden, lagen unter 100.000 USD Finanzierungssumme, die Erfolgsquote liegt bei 35,94 %.⁵⁹

⁵⁵ Vgl. Dolzer/Löscher/Steinbäcker/Weinberger (2015) Crowdfunding & Co, Seite 51.

⁵⁶ Vgl. Dolzer/Löscher/Steinbäcker/Weinberger (2015) Crowdfunding & Co, Seite 51.

⁵⁷ Vgl. Kickstarter <https://www.kickstarter.com/help/stats?ref=footer> (Stand 07.07.2016).

⁵⁸ Vgl. Kickstarter <https://www.kickstarter.com/rules?ref=footer>.

⁵⁹ Vgl. Kickstarter <https://www.kickstarter.com/rules?ref=footer>.

Der Anbieter arbeitet mit dem bereits erläuterten „Alles oder nichts“ Prinzip, eine Auszahlung an den Initiator kommt nur zustande, wenn die volle, am Anfang festgelegte Zielsumme zu 100 % erreicht wurde. „Kickstarter“ hat laut eigenen Angaben 11.185.000 Unterstützer.⁵⁷

Wird die gewünschte Finanzierungssumme nicht erreicht, erhebt die Plattform keine Provisionsgebühren. Nach der erfolgreichen Durchführung einer Kampagne behält sich die Plattform allerdings einen Betrag von 5 % der Finanzierungssumme ein. Zusätzlich fallen Gebühren für die Zahlungsabwicklung an, welche laut „Kickstarter“ zwischen 3 % und 5 % betragen.⁶⁰



Abbildung 8: Logo „Startnext“

Hinter „Startnext“ verbirgt sich die derzeit bedeutendste Crowdfunding-Plattform aus der Bundesrepublik Deutschland, welche im ersten Quartal 2016 im Bereich Crowdfunding die Marktführerschaft innehatte. Die Erfolgsquote der Plattform lag laut eigenen Angaben im Jahr 2014 bei 61 %.⁶¹

Bis Anfang Juli 2016 hat die Website 3.788 erfolgreiche Projekte durchgeführt. Die Summe, die von der Crowd investiert wurde, beläuft sich auf 31.575.366 Euro. „Startnext“ hat laut eigenen Angaben 689.000 registrierte User.⁶¹

Auch diese Plattform arbeitet mit dem „Alles oder Nichts Prinzip“. Wird die angestrebte Geldsumme nicht erreicht, fließt das Geld an die Unterstützer zurück. Wer sein Projekt auf „Startnext“ einstellt, hat nur Gebühren an die Website zu zahlen, wenn das Projekt erfolgreich durchgeführt wurde.⁶²

Die Transaktionskosten entstehen für den Projektinitiator durch die Zusammenarbeit mit Banken und Finanzdienstleistern und betragen 4 % der aufgebracht Geldsumme. Die Plattform finanziert sich durch freiwillige Provisionen von Initiatoren und Unterstützern. Diese liegen bei mindestens 1 % des aufgebracht beziehungsweise investierten Kapitals.⁶³

⁶⁰ Vgl. Kickstarter https://www.kickstarter.com/press?ref=about_subnav.

⁶¹ Vgl. Startnext <https://www.startnext.com/info/startnext.html> (Stand 07.07.2016).

⁶² Vgl. Startnext <https://www.startnext.com/hilfe/gebuehren.html> (Stand 07.07.2016).

⁶³ Vgl. Startnext <https://www.startnext.com/hilfe/FAQ.html>.

dagobertinvest

Abbildung 9: Logo „dagobertinvest“

Aufgrund der besonderen Relevanz für das Thema dieser Arbeit wird die Österreichische Plattform „dagobertinvest“ genauer vorgestellt. Hinter dieser Plattform steht ein anderes Konzept als bei den vorhin genannten Webseiten.

Die Plattform „dagobertinvest“, welche ein Tochterunternehmen einer Unternehmens- und Vermögensberatung darstellt und seit Mitte Februar 2016 online aufrufbar ist, unterscheidet sich im Speziellen von den bisher genannten Anbietern dadurch, dass diese ausschließlich bereits etablierte Unternehmen bei deren Kampagnen unterstützen. Die Plattformbetreiber argumentieren dies durch die hohe Ausfallwahrscheinlichkeit bei Investitionen in neugegründete Unternehmen. Vor allem unterstützt die Plattform Unternehmens- und Immobilienprojekte. Die Laufzeit der Projekte wird mit sechs bis 30 Monate angegeben.⁶⁴ Die Kampagnen, die veröffentlicht werden, stammen ausschließlich von bereits etablierten Unternehmen, welche sich einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zu unterziehen haben und auch ein besseres KSV Rating als 400 besitzen müssen.⁶⁵

Das Rating des KSV beschreibt die Bonität eines Unternehmens und im Umkehrschluss somit auch die Ausfallwahrscheinlichkeit einer Investition.

Untenstehend findet sich eine Grafik, um den erforderlichen Wert zu veranschaulichen.⁶⁶

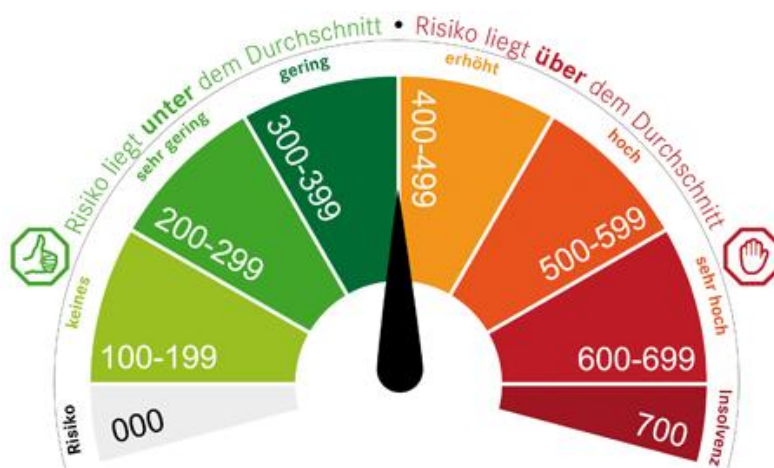


Abbildung 10: KSV 1870 Rating-Display, KSV

⁶⁴ Vgl. dagobertinvest <https://www.dagobertinvest.at/geld-anlegen-nach-dem-dagobert-prinzip.html>.

⁶⁵ Vgl. dagobertinvest <https://www.dagobertinvest.at/faq-unternehmensfinanzierung-mit-dagobertinvest.html>.

⁶⁶ Vgl. KSV 1870 (o.J.) <https://www.ksv.at/ksv1870-rating>.

Die Betreiber verrechnen den Projektinitiatoren ein Entgelt in Höhe von 5 % bis 8 % des Darlehensbetrages. Dieses Entgelt beinhaltet ein Fixum, das jedenfalls bezahlt werden muss, wenn das Projekt online geht. Der restliche Betrag ist erfolgsabhängig. Wird die Funding-Schwelle erreicht, wird die noch offene Forderung in Rechnung gestellt. Bei „dagobertinvest“ werden Projekte nie vollständig über die Crowd finanziert, sondern meist nur der Eigenmittelanteil von 15 % bis 30 % der Investitionssumme. Das fehlende Restkapital wird durch eine Finanzierung über eine Geschäftsbank aufgebracht. Die Rendite des eingesetzten Kapitals wird von der Plattform mit 5 % bis 8 % pro Jahr beschrieben.⁶⁷

2.5.3. Neues Gütesiegel für Crowdfunding-Plattformen

Am 14. Juni 2016 hat der Fachverbandsausschuss des Fachverbands für Finanzdienstleister in der Österreichischen Wirtschaftskammer die neuen Standes- und Ausübungsregeln für Crowdfunding-Plattformen beschlossen. Eine Einhaltung dieser Regeln ist grundsätzlich freiwillig. Wer sich mit seiner Plattform aber dazu bekennt, muss diese auch einhalten. Dies wird vom Ehrenschiedsgericht der Finanzdienstleister überprüft.⁶⁸



Abbildung 11: Gütesiegel für Crowdfunding-Plattformen, Wirtschaftskammer Österreich (2016)

Das Gütesiegel dürfen nur jene Plattformen tragen, welche die Verpflichtungserklärung unterzeichnet haben. In Österreich haben sich bereits zehn Plattformen dafür qualifiziert, welche nachfolgend aufgezählt werden.⁶⁸

- www.conda.eu
- www.dagobertinvest.at
- www.evercrowd.com
- www.dasertragreich.at
- www.finnest.com
- www.greenrocket.com
- www.homerocket.com
- www.regionalfunding.at
- www.rendity.com
- www.1000x1000.com

⁶⁷ Vgl. dagobertinvest <https://www.dagobertinvest.at/geld-anlegen-nach-dem-dagobert-prinzip.html>.

⁶⁸ Vgl. Wirtschaftskammer Österreich, (2016) Pressemitteilung „Fachverband beschließt Standesregeln“ https://www.wko.at/Content.Node/branchen/oe/sparte_iuc/Finanzdienstleister/Publikationen---Downloads/Pressemitteilungen/Fachverband-Finanzdienstleister-beschliesst-Standesregeln.html.

Die Standesregeln verpflichten die Seitenbetreiber vorrangig zu starken Transparenzregeln, wie beispielsweise das Anbringen von Risikohinweisen und einer umfangreichen Informationsverpflichtung gegenüber den Investoren.

Die berechneten Kosten, die für die Projektinitiatoren anfallen, müssen ebenso detailliert und deutlich veröffentlicht werden.⁶⁹

Die Plattformbetreiber haben sich ebenso regelmäßig weiterzubilden, nämlich im Ausmaß von 40 Stunden innerhalb von drei Jahren und im Rahmen eines Fortbildungsplans, welcher ebenfalls vom Fachverband beschlossen wurde und am 1. Jänner 2017 in Kraft tritt.⁷⁰

Der Branchensprecher der Wirtschaftskammer Österreich und Vorsitzender des Fachausschusses Crowdinvesting-Plattformen, Paul Pöltner, rät allen Investoren, nach dem Siegel Ausschau zu halten.⁶⁹

2.6. Rechtliche Rahmenbedingungen

2.6.1. Rechtliche Aspekte

Rechtliche Normierungen in der Finanzbranche zielen oft auf eines der drei folgenden Ziele ab:

1. Konsumentenschutz: Konsumenten befinden sich oft in einer schwächeren, schutzbedürftigeren Position.
2. Stabilität: Dazu gehören Bestimmungen, die ein Funktionieren der Kapitalmärkte zum Ziel haben. Das Finanzsystem soll stabil und funktionsfähig bleiben.
3. Vereinheitlichung: Um einen einheitlichen Binnenmarkt zu etablieren, welche als europarechtliche Zielsetzung gilt, benötigt es einheitliche Regelungen.⁷¹

Besonders bedeutend sind die Grundfreiheiten der Europäischen Union. Diese umfassen beispielsweise die Kapitalverkehrs- sowie die Dienstleistungsfreiheit. In der Finanzbranche gibt es eine Vielzahl an EU-Richtlinien und EU-Verordnungen, wie beispielsweise für Banken CRD IV/CRR, bekannt als Basel III, oder Mifid I und II, Mifir für Instrumente der Finanzierung. Österreichische Gesetze sind das Bankwesengesetz (BWG), welches die Bankenaufsicht und die Rahmenbedingungen der Banken regelt, das Kapitalmarktgesetz (KMG), welches

⁶⁹ Vgl. Wirtschaftskammer Österreich, (2016) Pressemitteilung „Fachverband beschließt Standesregeln“ https://www.wko.at/Content.Node/branchen/oe/sparte_iuc/Finanzdienstleister/Publikationen---Downloads/Pressemitteilungen/Fachverband-Finanzdienstleister-beschliesst-Standesregeln.html.

⁷⁰ Vgl. Wirtschaftskammer Österreich, (2016) Pressemitteilung „Lehrplan Crowdinvesting“ https://www.wko.at/Content.Node/branchen/oe/sparte_iuc/Finanzdienstleister/Publikationen---Downloads/Pressemitteilungen/Lehrplan-Crowdinvesting.pdf.

⁷¹ Vgl. *Dolzer/Löscher/Steinbäcker/Weinberger* (2015) *Crowdfunding & Co*, Seite 72.

unter anderem die Umsetzung der Prospektrichtlinie der EU in nationales Recht vorschreibt und das Konsumentenschutzgesetz (KSchG). Ergänzend gibt es noch Vorschriften über die Vermeidung von Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung.⁷²

Da sich Crowdfunding aus der Praxis heraus entwickelt hat, haben viele Unternehmer ohne Rücksicht auf die geltenden Gesetze einfach gehandelt und Projekte umgesetzt. Die geltenden Gesetze waren untereinander nicht abgestimmt und der rechtliche Rahmen war somit oft umstritten. Dies führte im Jahr 2014 zu einer Novellierung des Kapitalmarktgesetzes, wobei der Schwellenbetrag für die Prospektspflicht von 100.000 Euro auf 250.000 Euro angehoben wurde. Unter Prospektspflicht wird verstanden, dass eine Emission mit einem Volumen über diesem Schwellenwert von einer Vielzahl von Unterlagen begleitet werden muss, welche den Kriterien des KMG zu entsprechen haben. Der Prospekt ist der Finanzmarktaufsicht vorzulegen und von dieser überprüfen zu lassen. Die Kosten für diese Prüfung belaufen sich auf ca. 20.000 Euro bis 40.000 Euro.⁷³

Das Alternativfinanzierungsgesetz (AltFG)

Das Bundesgesetz über alternative Finanzierungsformen regelt die Alternativfinanzierung für klein- und mittelständische Unternehmen, welche unter die KMU-Definition der Europäischen Union fallen. Diese Definition beschreibt, dass das Unternehmen maximal 250 Mitarbeiter und bis zu 50 Millionen Euro Umsatz oder 43 Millionen Euro Bilanzsumme haben darf. Vom Gesetz ausgeschlossen sind Unternehmen, die bestimmte Konzessionen innehaben, da das Gesetz auf die Förderung von realwirtschaftlichen Investitionen abzielt. Es muss sich um ein alternatives Finanzinstrument wie beispielsweise Aktien, Geschäftsanteile an Kapitalgesellschaften und Genossenschaften, Genussrechte, stille Beteiligungen und Nachrangdarlehen handeln. Vom Gesetz werden also nur Finanzierungsformen erfasst, die sich durch eine monetäre Gegenleistung für die Investition auszeichnen.⁷⁴

Die Grenze für die volle Prospektspflicht wurde von 250.000 Euro auf fünf Millionen Euro angehoben. Zwischen der vorherigen Grenze von 250.000 Euro und der neuen Grenze von fünf Millionen Euro sieht das Gesetz eine Staffelung der Prospektspflicht vor. Für Volumina zwischen eineinhalb Millionen Euro und fünf Millionen Euro ist das Prospekt „light“ vorgesehen. Es handelt sich hierbei um ein abgeschwächtes Kapitalmarktprospekt, der um einige Punkte vereinfacht und abgeschwächt wurde. Außerhalb des AltFG kommt jedenfalls das KMG zur Anwendung. Eine neu eingeführte Informationsverpflichtung gilt für Emissionen

⁷² Vgl. Dolzer/Löscher/Steinbäcker/Weinberger (2015) Crowdfunding & Co, Seite 73.

⁷³ Vgl. Dolzer/Löscher/Steinbäcker/Weinberger (2015) Crowdfunding & Co, Seite 73 ff.

⁷⁴ Vgl. Seper/Zenz (2015) „Neues Crowdfunding-Gesetz in Kraft getreten“ erschienen im Mitgliedermagazin Kammer der Wirtschaftstreuhänder, Ausgabe 04/2015

in der Höhe von 100.000 Euro bis eineinhalb Millionen Euro. Dem Anleger sind zum Beispiel der aktuelle Jahresabschluss, der Geschäftsplan, die Allgemeinen Geschäftsbedingungen und weitere vorgeschriebene Unterlagen, wie etwa Vertragsbedingungen, zu übermitteln. Liegen Volumina unter 100.000 Euro, sind sie nicht vom Alternativfinanzierungsgesetz und auch nicht vom KMG erfasst.⁷⁵

Die nachfolgende Grafik⁷⁶ gibt einen Überblick über die oben angeführten Punkte und unterscheidet zwischen den Genossenschaftsanteilen, den sonstigen Alternativinvestitionsfinanzierungen sowie Anleihen und Aktien.

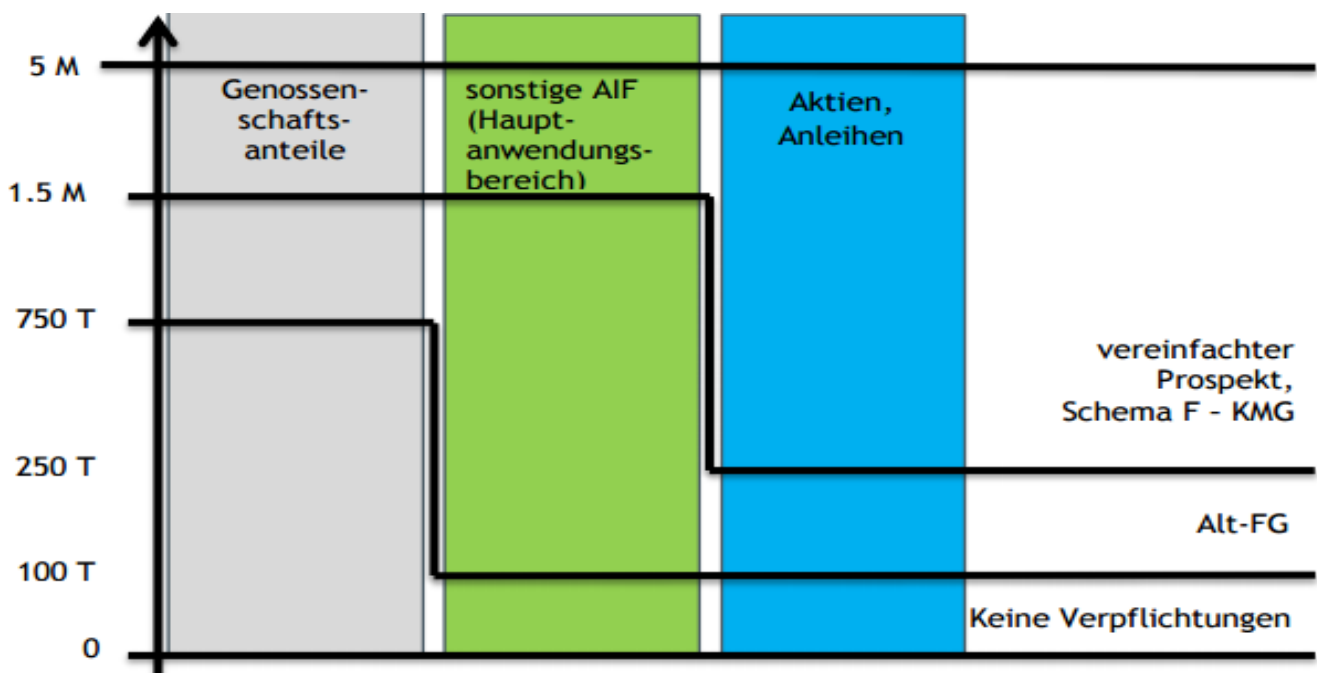


Abbildung 12: Anwendung des Alternativfinanzierungsgesetzes, Wirtschaftskammer Österreich (2016)

Umfang der erlaubten Investition für Anleger

Grundsätzlich dürfen natürliche und juristische Personen innerhalb eines Jahres bis zu 5.000 Euro pro Emission investieren.⁷⁷ Das Überschreiten dieser sogenannten Einzelanlagenbeschränkung ist für einen Anleger möglich, wenn er eine Erklärung abgibt, aus welcher hervorgeht, dass der Kapitalgeber maximal 10 % seines Finanzanlagevermögens investiert oder höchstens das Doppelte seines monatlichen Nettoeinkommens, welches durchschnittlich über zwölf Monate berechnet wurde, investiert.⁷⁸

⁷⁵ Vgl. Seper/Zenz (2015) „Neues Crowdfunding-Gesetz in Kraft getreten“.

⁷⁶ Vgl. Wirtschaftskammer Österreich, (2016) Artikel „Crowd-Plattform“ https://www.wko.at/Content.Node/branchen/oe/sparte_iuc/Finanzdienstleister/Rechtsartikel/Artikel-Crowd-Plattform.pdf.

⁷⁷ Vgl. § 3 Abs. 2 Z. 2 AltFG.

⁷⁸ Vgl. Kaufmann/Seper/Zenz (2016) Handbuch Crowdfunding & AltFG, Seite 105.

Plattformen

Die Internetseiten, die als Vermittler von Veranlagungen betrachtet werden können, benötigen eine Gewerbeberechtigung für das Gewerbe des gewerblichen Vermögensberaters oder eine Konzession für Wertpapierdienstleistungserbringer.⁷⁹ Es handelt sich dabei gemäß der Gewerbeordnung⁸⁰ um ein reglementiertes Gewerbe.⁸¹

2.6.2. Steuerliche Behandlung

Donation-based Crowdfunding

Hierbei bekommt der Geldgeber für seine Kapitalzuwendung entweder keine Gegenleistung oder eine Gegenleistung, die lediglich einen ideellen Wert aufweist. Spenden, die an begünstigte Einrichtungen getätigt werden, welche ausdrücklich als Spendenbegünstigte auf der Liste des Bundesministeriums für Finanzen eingetragen sind und über einen gültigen Spendenbegünstigungsbescheid des Finanzamts Wien verfügen, sind steuerlich als Sonderausgabe abzugsfähig.⁸²

Für den Projektinitiator kommen, sofern es sich um einen gemeinnützigen Verein handelt, die steuerrechtlichen Bestimmungen für Vereine zur Anwendung⁸³, auf welche in dieser Arbeit nicht näher eingegangen wird.

Reward-based Crowdfunding

Die Investoren erhalten als Gegenleistung individuelle Geschenke oder das hergestellte Produkt, was auch als Vorfinanzierung bezeichnet wird. Auch eine Medialeistung beziehungsweise ein Sponsoring ist als Gegenleistung denkbar. Handelt es sich um eine eindeutige Vorfinanzierung, auch Presales genannt, erhalten die Geldgeber gegen sofortige Zahlung des meist geringeren Kaufpreises das fertige Produkt unmittelbar nach der Herstellung. Zivilrechtlich betrachtet wird somit ein Kaufvertrag mit Lieferfrist abgeschlossen. Betriebswirtschaftlich kommt es bereits zum Zeitpunkt des Zahlungseinganges zu einer Umsatzrealisierung, was die Rechnungslegungspflicht gemäß § 189 UGB auslöst.⁸³

⁷⁹ Vgl. § 5 Abs. 1 AltFG.

⁸⁰ Vgl. §136 GewO.

⁸¹ Vgl. *Kaufmann/Seper/Zenz* (2016) Handbuch Crowdfunding & AltFG, Seite 111.

⁸² Vgl. §4a Abs. 3 Z. 1 bis 3, Abs. 4 und Abs. 6 EStG.

⁸³ Vgl. *Sixt* (2014) Schwarmökonomie und Crowdfunding, Seite 193 ff.

Beim Projektinitiator liegt steuerrechtlich eine ertragssteuerliche Betriebseinnahme und umsatzsteuerrechtlich ein umsatzpflichtiger Veräußerungserlös vor.

Unter Sponsoring wird im Allgemeinen die monetäre Zuwendung durch Unternehmen zur Förderung von bestimmten Gruppen oder Personen verstanden, was regelmäßig mit Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit verbunden wird. Wird der Unterstützer als Gegenleistung mit Werbeleistungen belohnt, liegt beim Geldgeber, sofern es sich um einen Unternehmer handelt, eine Betriebsausgabe vor. Der Ersteller der Kampagne realisiert umsatz- und ertragsteuerliche Betriebseinnahmen.⁸⁴

Equity-based Crowdfunding

Beteiligungen am Unternehmen als Gesellschafter sind prinzipiell in Form von GmbH-Anteilen, stillen Gesellschaften, Genussrechten und Genossenschaftsanteilen möglich, die alle das unternehmerische Risiko des Projekterfolges gemeinsam haben.⁸⁵

Die zwei relevantesten Arten der Beteiligungen werden nachfolgend erläutert.

Genussrechte

Bei dieser Beteiligungsform handelt es sich um eine rein vermögensrechtliche Beteiligung. Genussrechte sind weitgehend gestaltbar, es bestehen im Speziellen keine Gesellschafterrechte. Bei einem Genussrecht ist zu unterscheiden, ob ein Recht am Liquidationsgewinn gewährt wird. In diesem Fall handelt es sich um ein qualifiziertes Genussrecht. Werden keine Beteiligungen am Gewinn eingeräumt, spricht man von einfachen Genussrechten.⁸⁶

Steuerlich gelten die qualifizierten Genussrechte als Beteiligung und stellen Eigenkapital dar. Die laufende Gewinnbeteiligung auf Ebene der ausschüttenden Gesellschaft ist ertragsteuerlich nicht abzugsfähig. Bei einem Privatanleger sind die Ausschüttungen mit 27,5 % Kapitalertragsteuer endbesteuert. Die etwaigen Veräußerungsgewinne aus qualifizierten Genussrechten unterliegen der Einkommensteuerpflicht. Einfache Genussrechte gelten ertragsteuerlich als Fremdkapital, die laufende Gewinnbeteiligung ist als Betriebsausgabe zu qualifizieren.⁸⁶

⁸⁴ Vgl. *Sixt* (2014) *Schwarmökonomie und Crowdfunding*, Seite 197.

⁸⁵ Vgl. *Kaufmann/Seper/Zenz* (2016) *Handbuch Crowdfunding & AltFG*, Seite 72.

⁸⁶ Vgl. *Sixt* (2014) *Schwarmökonomie und Crowdfunding*, Seite 201.

Stille Beteiligung

Es handelt sich um eine Rechtsbeziehung auf gesellschaftsrechtlicher Basis, wobei dem Beteiligten kein Einfluss auf die Führung des Unternehmens zusteht. Er nimmt am Gewinn beziehungsweise am Verlust des Unternehmens teil und ist grundsätzlich nicht am Vermögen beteiligt. Die laufende Gewinnbeteiligung und der eventuelle Veräußerungserlös sind als Einkünfte aus Kapitalvermögen zu erfassen. Die Einlagen der stillen Gesellschaft gelten als Fremdkapital, die laufende Gewinnbeteiligung kann vom Unternehmen als Betriebsausgabe berücksichtigt werden.⁸⁷

Lending-based Crowdfunding

Grundsätzlich entscheidet die Plattform, welche Beteiligungs- oder Finanzierungsformen von den Projektinitiatoren angeboten werden dürfen. In Österreich wird die finanzielle Beteiligung am Unternehmen meist mit Nachrangdarlehen abgewickelt.⁸⁸

Das qualifizierte Nachrangdarlehen:

Hierbei handelt es sich um eine Kapitalüberlassung auf schuldrechtlicher Vertragsbasis. Der Kapitalgeber überlässt dem Kapitalnehmer einen bestimmten Geldbetrag und erhält im Gegenzug eine feste Verzinsung. Nach Ablauf der vereinbarten Darlehenszeit ist der Betrag zurückzuzahlen. Einkünfte aus Kapitalvermögen stellen die Darlehenszinsen für die Privatanleger dar. Die Zinsen sind in der Veranlagung zum Tarifsteuersatz zu erfassen. Beim Initiator sind die Darlehenszinsen grundsätzlich in voller Höhe als Betriebsausgabe geltend zu machen, sofern das Darlehen für betriebliche Zwecke genutzt wird.⁸⁹

Das qualifizierte partiarische Nachrangdarlehen

Diese Form der Beteiligung am Unternehmen unterscheidet sich zum qualifizierten Nachrangdarlehen durch die variable Zinskomponente. Die Rückzahlung am Ende der Laufzeit kann vom Erfolg des Unternehmens abhängig gemacht werden.⁹⁰

Nachrangige Darlehen werden als Fremdkapital bilanziert. Aus der Sicht der meisten Banken wird dieses Mezzaninkapital wirtschaftlich als Eigenkapital angesehen, was zur Verbesserung der Eigenkapitalquote führt.⁹¹ Der Begriff des Mezzaninkapitals wird auf der folgenden Seite erläutert.

⁸⁷ Vgl. Sixt (2014) Schwarmökonomie und Crowdfunding, Seite 202.

⁸⁸ Vgl. Kapitel 4, Gespräch mit Herrn Gasser, Gründer der Plattform „evercrowd“.

⁸⁹ Vgl. Sixt (2014) Schwarmökonomie und Crowdfunding, Seite 199.

⁹⁰ Vgl. Sixt (2014) Schwarmökonomie und Crowdfunding, Seite 199.

⁹¹ Vgl. Kaufmann/Seper/Zenz (2016) Handbuch Crowdfunding & AltFG, Seite 137.

Mezzaninkapital

Hybride Finanzierungsformen, die zwischen Fremd- und Eigenkapital angesiedelt sind, nennt man Mezzaninkapital. Dazu zählen zum Beispiel Genussrechte und stille Beteiligungen. Um Finanzierungen in der Bilanz als Eigenkapital ausweisen zu können, müssen nachfolgende Punkte kumulativ erfüllt sein.

- ✓ Nachrangigkeit
- ✓ Keine Befristung der Kapitalüberlassung
- ✓ Erfolgsabhängigkeit der Vergütung und Teilnahme am Verlust bis zur vollen Höhe

Liegt eine Rückzahlungsverpflichtung vor, ist ein eigener Hauptposten in der Bilanz als Hybridkapital auszuweisen, wenn das Kapital langfristig dem Unternehmen zur Verfügung gestellt wird. Mezzaninkapital kann die Finanzierungsspielräume von Unternehmen erweitern, da es von klassischen Fremdkapitalgebern dem Eigenkapital zugerechnet wird.⁹²

2.7. Vor- und Nachteile des Crowdfundings

Vorteile

Marketinginstrument

Durch den frühen Gang an die Öffentlichkeit, der bereits vor der Herstellung des Produktes und der damit verbundenen Investitionen für Produktentwicklung und Marktforschungen erfolgt, kann zeitnah ein Kundenfeedback eingeholt und somit das Interesse an dem vorgestellten Produkt beobachtet werden. Die Anregungen und Kritiken der Crowd können in der Produktentwicklung berücksichtigt werden. Diese Miteinbeziehung schafft eine starke Bindung der Unterstützer mit dem Projekt und gleichzeitig mit dem Unternehmen. Die Investoren fungieren als wichtige Werbeträger.⁹³

Vertriebstool

Die Einschaltung einer Kampagne auf einer Plattform kann dazu dienen, eine Art Vorverkaufskampagne zu starten. Interessierte Personen können bereits im Vorfeld Produkte erwerben und sichern somit die Umsetzung und die Entwicklung. Für die Projektinitiatoren minimiert sich dadurch das Risiko, das Produkt nicht verkaufen zu können. Die Initiatoren

⁹² Vgl. Kaufmann/Seper/Zenz (2016) Handbuch Crowdfunding & AltFG, Seite 137.

⁹³ Vgl. Dolzer/Löscher/Steinbäcker/Weinberger (2015) Crowdfunding & Co, Seite 54.

sollten immer daran denken, dass Unterstützer meist die ersten und häufig auch die wichtigsten Kunden sind.⁹³

Alternative zum Bankkredit

Gerade für Unternehmen, die aufgrund mangelnder Sicherheiten oder anderen Gründen keine Kreditvergabe beantragen können, kann Crowdfunding unter bestimmten Umständen eine Alternative zum Bankkredit darstellen.⁹⁴

Die Kontrolle behalten

Bei einer Crowdfunding-Finanzierung ist es nicht notwendig, den Unterstützern gewisse Kompetenzen in Sachen Entscheidungen einzuräumen. Das Unternehmen behält die volle Kontrolle über alle Aktivitäten, Kosten und Zeitpläne.⁹⁵

Möglichkeit zum Einsammeln von neuen Ideen

Auf den meisten Crowdfunding-Plattformen ist es erwünscht, dass Unterstützer und Initiatoren miteinander kommunizieren. Dadurch besteht die Möglichkeit, dass neue Tipps und Verbesserungsvorschläge durch die Crowd generiert werden.⁹⁵

Nachteile

Hohes Risiko für Anleger

Für Unterstützer gibt es keine Garantie, dass eine Kampagne auch erfolgreich umgesetzt wird. Aufgrund der speziellen Art der Finanzierung gehen die Geldgeber im Falle des Scheiterns oft leer aus, die Beteiligungen sind somit oftmals wertlos. Darlehen werden in der Regel nachrangig vergeben, im Falle einer Insolvenz werden die Kapitalgeber zuletzt bedient.⁹⁴

Hoher Zeit- und Personalaufwand für Initiatoren

Um die Crowd ansprechen zu können, benötigt man viele Ressourcen, viel Zeit und eine umfangreiche, detaillierte Planung. Die Vorbereitungszeit für eine Kampagne auf einer Plattform kann bis zu drei Monaten in Anspruch nehmen.⁹⁶

Gefahr der Nachahmung

Dadurch dass eine Idee sehr früh an die Öffentlichkeit gelangt, gerät sie auch in den Fokus von etwaigen Konkurrenten und Nachahmern. Auch die ungewollte Transparenz durch die

⁹⁴ Vgl. Kaufmann/Seper/Zenz (2016) Handbuch Crowdfunding & AltFG, Seite 20.

⁹⁵ Vgl. Dolzer/Löscher/Steinbäcker/Weinberger (2015) Crowdfunding & Co, Seite 55.

⁹⁶ Vgl. Dolzer/Löscher/Steinbäcker/Weinberger (2015) Crowdfunding & Co, Seite 56.

Informationsvorschriften und der Vorlage von Geschäftszahlen und Businessplänen stellt für Initiatoren der Projekte oft ein Problem dar. Besonders für bereits etablierte Unternehmen könnte die Veröffentlichung von Firmendaten jeder Art ein Risiko darstellen.⁹⁶

Permanente Selbstvermarktung

Wer den Weg des Crowdfundings bestreiten möchte, darf keinesfalls die Öffentlichkeit scheuen. Die Initiativen benötigen ein Gesicht und eine Geschichte zum veröffentlichten Projekt. Bei etablierten Unternehmen ist die Marke hingegen häufig schon bekannt.⁹⁶

Enttäuschte Crowd

Eine enttäuschte Menschenmenge kann oft eine schlechte Propaganda nach sich ziehen und schlechte Auswirkungen auf den zukünftigen Geschäftsverlauf haben. Die unterschiedlichsten Erwartungshaltungen der Endnutzer können nie zur Gänze erfüllt werden.⁹⁶

Konkurrenzdruck

Durch die rasant steigende Zahl an Plattformen und Initiativen wird es schwieriger, die Aufmerksamkeit von Zielkunden zu erreichen. Auch die beste Idee oder Innovation kann ohne eine professionell geplante Kampagne nicht unter den unzähligen Projekten, die auf den Plattformen gelistet sind, hervorstechen.⁹⁶

Unsicherheit

Durch die Neuheit des Themas Crowdfunding stehen einige Menschen der neuen Alternativfinanzierungsform skeptisch gegenüber. Die Gründe dafür sind das fehlende Vertrauen in die Plattformen oder in die Projektinitiatoren sowie eine herrschende Unklarheit hinsichtlich der steuerlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen.⁹⁷

Sehr hohe Kosten

Geborgtes Geld aus dem Schwarm ist mit extrem hohen Renditen und folglich auch Kosten verbunden.⁹⁸ Dies wird auf den folgenden Seiten durch die Aufstellung der verbundenen Kosten deutlich.

⁹⁶ Vgl. *Dolzer/Löscher/Steinbäcker/Weinberger* (2015) *Crowdfunding & Co*, Seite 56.

⁹⁷ Vgl. Rat für Forschung und Technologieentwicklung, (2014) Studie „Crowdsourcing und Crowdfunding – Potenzial für den Innovationsstandort Österreich“ Seite 56. http://www.rat-fte.at/tl_files/uploads/Studien/Crowdfunding-Crowdsourcing-Potenzial_Endbericht.pdf.

⁹⁸ Vgl. *Dolzer/Löscher/Steinbäcker/Weinberger* (2015) *Crowdfunding & Co*, Seite 54 ff.

3. Finanzielle Belastungen

Um die finanziellen Belastungen miteinander vergleichen zu können, werden die Kosten der Crowdfunding-Kampagne und die Kosten des Bankkredits mit einem einheitlichen, benötigten Betrag von 100.000 Euro gegenübergestellt.

3.1. Crowdfunding-Kampagne

Inserat auf der ausgewählten Plattform

100.000 Euro x 8 % = 8.000 Euro

Da jede Crowdfunding-Plattform eigene Tarifbestimmungen vorgibt, wird ein durchschnittlicher Zinssatz von 8 % angenommen, der für die Projekteinstellung auf der Internetseite anfällt. Bei einem Zinssatz von 8 % fallen einmalig für die Einstellung auf der ausgewählten Plattform 8.000 Euro an.

Renditezahlungen an die Geldgeber

100.000 Euro x 6 % = 6.000 Euro

Bei einer durchschnittlichen Rendite von 6 %, die den Kapitalgebern zustehen, belaufen sich die jährlichen Kosten auf 6.000 Euro.

Mitarbeiter Zeitaufwand

Außerdem müssen die Kosten eines Mitarbeiters für die Erstellung der zeitaufwändigen Kampagne und die ständige Kommunikation mit der Crowd berücksichtigt werden. Diese Kosten lassen sich nicht verallgemeinernd darstellen, da der benötigte Zeitaufwand je nach Projekt und Umfang stark variieren kann.

Der Einfachheit halber wird für die Kalkulation ein Gesamtaufwand von ungefähr 3.200 Euro angenommen, was in etwa 80 Arbeitsstunden mit einem Stundensatz von 40 Euro entspricht.

Der finanzielle Gesamtaufwand für eine Crowdfunding-Kampagne schlägt sich im ersten Jahr mit **17.200 Euro** nieder.

In den darauf folgenden Jahren verringert sich der Aufwand durch den Wegfall der Kosten des Inserats und des Mitarbeiters auf **6.000 Euro**, was den Renditezahlungen an die Geldgeber entspricht.

3.2. Bankkredit

Trotz des gegenwärtig niedrigen Zinssatzes für vergebene Neukredite, der im Jahr 2008 noch bei rund 5,5 % lag und 2015 auf durchschnittlich 2,3 % gefallen ist, deuten Umfragen der Europäischen Zentralbank darauf hin, dass sich der Zugang zu Krediten für Klein- und Mittelunternehmen verschlechtert hat. Dies lässt sich unter anderem auf die allgemein angespannte Wirtschaftslage und auf die relativ hohen Kreditnebenkosten zurückführen.⁹⁹

Aus dem Gespräch mit Herr Michael Mayr, Filialleiter der Raiffeisenbank Elsbethen Glasenbach, gingen folgende Erkenntnisse hinsichtlich der Kreditvergabe an Unternehmen hervor.

Will ein etabliertes Unternehmen bei der Bank einen Kredit beantragen, so hat es im Normalfall die Bilanzen der letzten zwei bis drei Jahre vorzulegen, welche anschließend geprüft und ausgewertet werden. So kommt ein Rating zustande, welches in Einklang mit den gebotenen Sicherheiten ausschlaggebend für den Zinssatz des anfragenden Unternehmens ist.

Die Bonität errechnet sich über die Bilanz und wird bei den Banken der Raiffeisen Gruppe in ein Notensystem eingeordnet. Während eine eher schlecht ausfallende Bilanz steuerliche Vorteile bringen mag, so führt dies zu einer schlechteren Bonität im Rahmen der Bankenbewertung und somit zu einem höheren Zinssatz, der für den aufgenommenen Kredit entrichtet werden muss.

Bietet der Unternehmer der Bank attraktive Sicherheiten an, wirkt sich dies positiv auf den Zinssatz aus. Solche Sicherheiten sind beispielsweise die Eintragung einer Hypothek in das Grundbuch, Hinterlegung eines Sparbuches sowie von Wertpapieren oder Vinkulierung von Versicherungen mit entsprechendem Rückkaufswert.

Bei einer guten Bonität des Unternehmens kann als Sicherheit eine Bürgschaft der Gesellschafter ausreichen, um einen Kreditbetrag in dieser Höhe zu erhalten. Diese Vorgehensweise ist in der Praxis durchaus üblich, so Herr Mayr.

Auch ein externer Bürge, der eingehend auf seine Bonität geprüft wird, kann hierbei eingesetzt werden. Falls das Unternehmen zahlungsunfähig ist, tritt der Bürge anstelle des Unternehmens ein und ist verpflichtet, für die Erfüllung der Verbindlichkeit an die Bank einzustehen.

⁹⁹ Vgl. Kaufmann/Seper/Zenz (2016) Handbuch Crowdfunding & AltFG, Seite 7.

Wie bereits erwähnt, richtet sich der Zinssatz nach der Bonität und den vom Unternehmen gebotenen Sicherheiten.

Bei einer durchschnittlichen Bonität und einer durchschnittlichen Sicherheit, die zum Beispiel durch die Eintragung einer Hypothek in Höhe von 50 % des Kreditvolumens ins Grundbuch erfolgen kann, erhält das Unternehmen einen Zinssatz von 2,3 %.

Bei einer sehr guten Bonität und einer Besicherung von 100 % sind sogar Zinssätze ab 1,75 % möglich.

Zinsbelastung

100.000 Euro x 2,3 % = 2.300 Euro

Bei einer durchschnittlichen Bonität, einer durchschnittlichen Sicherheit und einem Zinssatz von 2,3 % ergeben sich 2.300 Euro als Zinsbelastung pro Jahr.

Bearbeitungsgebühr

Im Jahr der Beantragung des Kredits ist eine Bearbeitungsgebühr an die kreditgewährende Bank zu entrichten. Diese Gebühr für die Kreditvergabe variiert je nach Höhe des gewünschten Kreditbetrages.

Bei einem benötigten Geldbetrag von 100.000 Euro beträgt die Bearbeitungsgebühr laut Herrn Mayr rund 2.000 Euro.

Zeitbelastung

Wenn die Bonität und die gebotenen Sicherheiten ausreichend sind und das Unternehmen den Kreditbetrag erhält, beträgt der Zeitaufwand von der Antragsstellung bis zur Überweisung des Kreditbetrages durchschnittlich zwei Wochen. In dringenden Fällen ist es auch möglich, den Prozess auf eine Woche zu verkürzen.

Die Gesamtbelastung im Jahr der Kreditbeantragung beträgt **4.300 Euro** und verringert sich im zweiten und in den darauffolgenden Jahren auf die Zinsbelastung, also auf **2.300 Euro**.

3.3. Gegenüberstellung Crowdfunding / Bankkredit

Bei der Gegenüberstellung der beiden errechneten Gesamtkosten lässt sich erkennen, dass der Bankkredit um einiges kostengünstiger ist, als die Durchführung einer Crowdfunding-Kampagne.

Dies liegt vor allem an den hohen Renditezahlungen bei der Crowdfunding-Variante, die an die Kapitalgeber als Gegenleistung für ihre finanzielle Beteiligung am Unternehmen ausbezahlt werden müssen. Die Zinsen der klassischen Form des Bankkredits belaufen sich je nach Bonität und aufgebrachten Sicherheiten zwischen 1,75 % und 4 %. Das zurzeit niedrige Zinsniveau resultiert aus dem negativen Leitzinssatz, welcher von der Europäischen Zentralbank festgelegt wird.

Auch der zeitliche Aufwand ist bei der Erstellung einer Crowdfunding-Kampagne um einiges höher als jener beim Bankkredit. Um einen Bankkredit zu erlangen, genügen in der Regel wenige Gespräche mit dem zuständigen Bankmitarbeiter, wenn die Bonität und die gebotenen Sicherheiten des Unternehmens ausreichen, um einen Kredit zu erhalten.

Der restliche Prozess bis zum Erhalt des Kreditbetrages beläuft sich auf ein bis zwei Wochen. Die Crowdfunding-Kampagne kann sich hingegen über mehrere Monate hinweg erstrecken.

4. Expertenmeinung



Abbildung 13: Logo „Evercrowd“

**Michael Karl Gasser, MBA MPA
CEO & Gründer der Crowdfunding-Plattform „Evercrowd“**

Im Gespräch mit Herrn Gasser, welcher der Gründer der Crowdfunding-Plattform namens „Evercrowd“ ist, habe ich erfahren, dass neben den zahlreichen Start-up Unternehmen durchaus auch klein- und mittelständische Unternehmen anfragen, um deren Kampagnen auf der Plattform veröffentlichen zu dürfen.

Vor allem für etablierte Unternehmen, die das Ziel haben neue Märkte zu erschließen, neue Produkte zu entwickeln oder deren Unternehmen zu expandieren, eignet sich der Weg des Crowdfunding. Ebenso bringt der positive Werbeeffekt durch die gestartete Kampagne viele Initiatoren auf Crowdfunding-Plattformen.

Der größte Vorteil von bereits etablierten gegenüber neugegründeten Unternehmen ist, dass die Unternehmen zum Teil bereits einen bekannten Namen haben und das Investment der Geldgeber als relativ risikoarm betrachtet wird. Die Gefahr, einen Totalverlust des eingesetzten Kapitals zu erleiden, ist für die Geldgeber um einiges niedriger als bei neugegründeten Start-up Unternehmen.

„Evercrowd“ prüft alle eingehenden Angebote und wählt die besten und innovativsten aus, welche sich danach auf ihrer Internetseite präsentieren dürfen. Herr Gasser vergleicht seine Plattform mit einem „schwarzen Brett“ auf welchem die Investoren und Kapitalgeber kommunizieren und einander finden können. Die interessierten Personen können sich mittels qualifizierten Nachrangdarlehen an den Unternehmen beteiligen. Dies ist in Österreich die häufigste und bedeutendste Beteiligungsform.

Die Seite www.evercrowd.com, welche sich für das in Kapitel 3 beschriebene Gütesiegel qualifiziert hat, unterstützt die Projektinitiatoren bei allen möglichen Angelegenheiten. Diese beinhalten sowohl die Vorbereitungsphase, welche erfahrungsgemäß drei bis vier Monate in Anspruch nehmen kann, als auch die Abwicklung aller Verträge sowie die Klärung der gesetzlichen Rahmenbedingungen zur Nachbesprechung und Überweisung des aufgebrachten Kapitals.

Auffällig ist, dass die mittelständischen Unternehmen die Funding-Schwelle, also den benötigten Finanzierungsbetrag um das Projekt erfolgreich beenden zu können, so niedrig wie möglich ansetzen.

Die meisten bereits etablierten Unternehmen wählen den Weg des Crowdinvestings, um durch die Kampagne zusätzliches Kapital zu erzielen, was zu einer Verbesserung ihrer Bonität führt. Dadurch können höhere Kreditbeträge bei Banken aufgenommen werden.

Für Unternehmen, welche die große Abhängigkeit von den Geschäftsbanken, die mit der Kreditvergabe zwangsläufig einhergeht, scheuen, ist die Schwarmfinanzierung ebenfalls eine gute Möglichkeit, um Kapital aufzubringen.

Crowdinvesting kann sich für kleinere benötigte Geldsummen durchaus als Investitionsalternative für bereits etablierte Unternehmen eignen. Für größere Kapitalbeträge kann eine Crowdfunding-Kampagne als ergänzende Finanzierung herangezogen werden.

Statt in einen ausländischen Aktienfond oder in Lebensversicherungen zu investieren, sollten sich mehr Menschen für die Investition in heimische und regionale Unternehmen, mit welcher auch zahlreiche Arbeitsplätze gesichert und ausgebaut werden können, entscheiden. Dadurch kann auch das Wirtschaftswachstum in Österreich vorangetrieben werden, so Herr Gasser.

5. Fazit

Obgleich Österreich im internationalen Vergleich im Bereich des Crowdsourcings und auch des Crowdfundings noch weit zurückliegt, lässt sich prognostizieren, dass diese Art von Finanzierungsform in Österreich auch in Zukunft weiterhin an Bedeutung gewinnen wird. Vor allem durch das neue Alternativfinanzierungsgesetz, welches klare rechtliche Rahmenbedingungen festlegt, hat die Bundesregierung einen positiven Beitrag zur Steigerung der Attraktivität dieser alternativen Finanzierungsform geleistet.

Seit dem Inkrafttreten des Gesetzes am 1. September 2015 wurde bereits ein deutlicher Anstieg an umgesetzten Crowdfunding-Projekten in Österreich festgestellt.¹⁰⁰

Laut einer Studie, die vom Rat für Forschung und Technologieentwicklung in Auftrag gegeben wurde, könnte das Marktvolumen für Crowdfunding im Jahr 2020 bereits bei geschätzten 320 Millionen Euro liegen.

Da die Banken aufgrund strenger Auflagen vor allem jene Unternehmen, die über keine ausreichenden Sicherheiten verfügen und daher eine unzureichende Bonität vorweisen, nicht mehr bedienen können, ist Risikokapital in Österreich zu einer knappen Ressource geworden, was zu dementsprechend hohen Finanzierungskosten führt. Das spiegelt sich im Fall der Finanzierung mittels Crowdfunding vorrangig in den hohen Renditezahlungen an die Geldgeber wieder.¹⁰¹

Auch in Kapitel 3.1. wurden die hohen Kosten der Crowdfunding-Kampagne deutlich.

Es steht außer Frage, dass sich Crowdfunding unter gewissen Umständen durchaus als Finanzierungsalternative gegen andere Finanzierungsformen behaupten kann. Die Schwarmfinanzierung wird meist im Zusammenhang mit jungen Unternehmen in Verbindung gebracht.

Auch die Wirtschaftskammer Österreich beschreibt Crowdfunding als ein Instrument der Frühphasenfinanzierung, welches Risikokapital für Start-Ups oder für innovative Projekte der klein- und mittelständischen Unternehmen bereitstellen kann. Dies wird durch die nachfolgende Grafik verdeutlicht.¹⁰²

¹⁰⁰ Vgl. Wirtschaftskammer Österreich (2016) „Crowdfunding für österreichische Unternehmen“ https://www.wko.at/Content.Node/Service/Unternehmensfuehrung--Finanzierung-und-Foerderungen/Unternehmensrechnung/Finanzierung/Crowdfunding_fuer_oesterreichische_Unternehmen.html.

¹⁰¹ Vgl. Rat für Forschung und Technologieentwicklung (2014) Studie „Crowdsourcing und Crowdfunding – Potenzial für den Innovationsstandort Österreich“ Seite 89.

¹⁰² Vgl. Wirtschaftskammer Österreich (2016) „Crowdfunding für österreichische Unternehmen“ https://www.wko.at/Content.Node/Service/Unternehmensfuehrung--Finanzierung-und-Foerderungen/Unternehmensrechnung/Finanzierung/Crowdfunding_fuer_oesterreichische_Unternehmen.html.

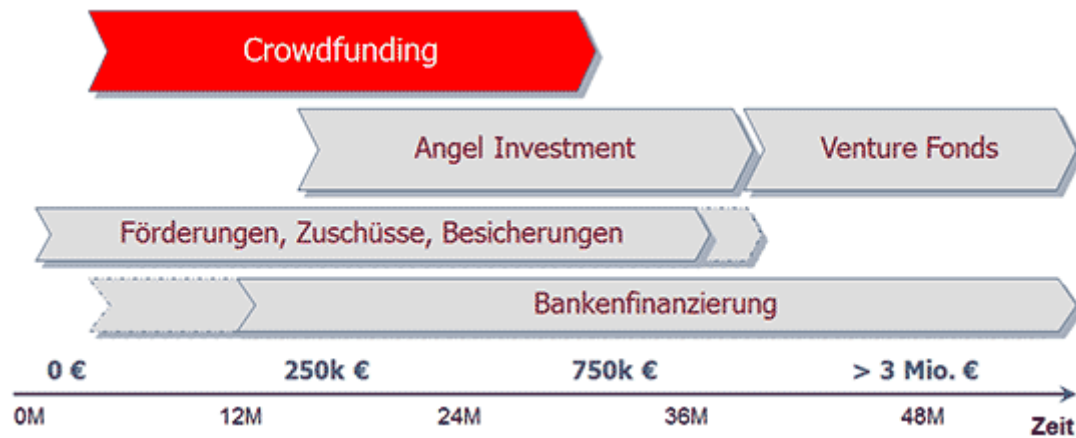


Abbildung 14: Zuordnung der Finanzierungsformen zum Finanzierungsbedarf, Wirtschaftskammer Österreich (2016)

Am ehesten vergleichbar mit dem herkömmlichen Bankkredit ist jene Form des Crowdfundings, bei der die vielen Kapitalgeber nach Ablauf einer gewissen Zeit ihr eingesetztes Kapital zuzüglich einer Rendite zurückbekommen. Diese wird als Crowdinvesting bezeichnet. Die in Österreich gebräuchlichste Investitionsform für Unternehmen im Bereich des Crowdinvestings sind nachrangig gestaltete Darlehen, die im Falle einer Insolvenz des Unternehmens als letztes bedient werden.

Die Finanzierung von Projekten bereits etablierter Unternehmen kann in Anbetracht aller in der Arbeit angeführten, positiven sowie negativen, Aspekten durchaus eine Möglichkeit sein, um ein gewünschtes Kapitalvolumen im Rahmen einer Crowdfunding-Kampagne aufzubringen. Für die Unternehmer gilt es, die Vor- und Nachteile von Crowdfunding abzuwiegen und nach Prioritäten zu bewerten.

Wenn ein Unternehmen ausschließlich Fremdkapital aufnehmen will, zum Beispiel um neue Maschinen zu kaufen oder Produkte zu entwickeln und die Bonität des Unternehmens ausreicht, um einen Bankkredit zu erhalten, sollte dieses auf eine Finanzierung durch eine Bank zurückgreifen. Crowdfunding stellt sich, wie in der Gegenüberstellung der Kosten sichtbar wird, als eine sehr teure Alternativfinanzierungsmethode heraus und erfordert viele Ressourcen und vor allem Zeit, um die Kampagne zu erstellen, zu planen und erfolgreich abschließen zu können.

Bleibt dem Unternehmen aufgrund einer zu schlechten Bonität der Bankkredit verwehrt, besteht die Möglichkeit, eine Crowdfunding-Kampagne zu starten, das dadurch aufgebrachte Kapital zur Verbesserung der bisherigen Bonität zu verwenden und erneut ein Kreditansuchen bei der Bank zu stellen. Das aus der Schwarmfinanzierung erzielte Kapital, welches als Hybridkapital zwischen Eigen- und Fremdkapital in der Bilanz auszuweisen ist, kann je nach Beteiligungsform von den Banken als Eigenkapital angesehen werden. Für den

Fall, dass das Mezzaninkapital zu einer Erhöhung der Eigenkapitalquote führt, steigert dies die Bonität des betroffenen Unternehmens. Fraglich ist, ob die hohen Renditeforderungen der Kapitalgeber für die Unternehmer mit der ohnehin niedrigen Bonität über die gesamte Laufzeit leistbar sind und ob das geplante Projekt oder die Idee die Fähigkeiten besitzt, Menschen zu begeistern und dazu zu bringen, in diese Kampagne zu investieren.

Die Kampagne und die Idee hinter dem Projekt müssen für die Crowd verständlich sein. Wenn sich ein Vorhaben oder Projekt nicht innerhalb 30 Sekunden erklären lässt, ist es meist zu kompliziert, um die potentiellen Investoren damit erreichen zu können. Es ist wichtig, dass die Initiatoren mit vollem Einsatz und großer Überzeugung hinter ihren Projekten stehen. Die Menschen investieren letztendlich nicht in Projekte, sondern in die Personen, die hinter den jeweiligen Kampagnen stehen. Aufgrund dieser Tatsache sind die Personen und deren Geschichten der wesentlichste Faktor einer Crowdfunding-Kampagne, wie dies häufig auch bei anderen Finanzierungsformen der Fall ist.¹⁰³

Beabsichtigt der Unternehmer, eine Marketing-Kampagne durchzuführen oder den möglichen Geschäftsverlauf beziehungsweise das Interesse der möglichen Zielgruppe an dem Produkt zu erforschen, kann sich Crowdfunding für dieses Unterfangen durchaus eignen. Eine erfolgreich abgeschlossene Crowdfunding-Kampagne und die damit verbundene hohe Präsenz im Internet, können den Ruf des Unternehmens verbessern und dadurch vor allem neue Kunden mobilisieren.

Die Finanzierungsform Crowdfunding bringt, wie bereits ausgeführt, sowohl Nachteile als auch Vorteile mit sich. Der größte Vorteil von etablierten Unternehmen gegenüber Start-Up's besteht im bereits vorhandenen Ruf des Unternehmens und im vergleichsweise niedrigeren Risiko des Totalausfalls des eingesetzten Kapitals der Anleger.

Die in der Einleitung gestellte Forschungsfrage, ob Crowdfunding eine echte Alternativfinanzierungsmethode für bereits etablierte Unternehmen darstellt, lässt sich im Rahmen dieser Arbeit nicht vollständig beantworten.

Der Weg über die Crowdfunding-Plattformen wird als Alleinfinanzierung für große Projekte, die ein hohes Finanzierungsvolumen in Anspruch nehmen, häufig nicht zum gewünschten Erfolg führen oder mit unverhältnismäßig hohen Kosten verbunden sein. Für Nebenfinanzierungen von kreativen, spannenden und innovativen Projekten kann Crowdfunding durchaus als geeignete Finanzierungsalternative gesehen werden.

¹⁰³ Vgl. Dolzer/Löscher/Steinbäcker/Weinberger (2015) Crowdfunding & Co, Seite 57.

Um die zentrale Fragestellung zu beantworten, sind genauere Untersuchungen im Hinblick auf bereits abgeschlossene Kampagnen und auf den benötigten Kapitalbedarf notwendig. Ein weiteres bedeutendes Kriterium für den Erfolg einer Kampagne stellt die Branche, in der das jeweilige Unternehmen tätig ist, dar. In innovativen Unternehmensbereichen ist Crowdfunding demnach als erfolgsversprechender anzusehen, als in klassischen, traditionellen Branchen.

Letztlich muss aber jeder Unternehmer für sich und sein Unternehmen entscheiden, ob er den steinigen und langwierigen Weg einer Crowdfunding-Kampagne beschreiten möchte. Dieser kann sich jedoch durchaus als der Start in eine erfolgreiche Zukunft für das Unternehmen herausstellen.

III. Quellenverzeichnis

Literatur:

Dolzer H./Löscher A./Steinbäcker M./Weinberger S. (2015) Crowdfunding & CO, Unternehmensfinanzierung ohne Bank, 1. Auflage, dbv Verlag Graz, Wien.

Howe, J. (2006) Artikel „The rise of crowdsourcing“ im Wired Magazine, Ausgabe 2006/14, 2006, New York.

Kaufmann B./Seper G./ Zenz C. (2016) Handbuch Crowdfunding & AltFG, 1. Auflage, Manz Verlag, Wien.

Schramm M./Carstens J. (2014) Startup Crowdfunding und Crowdinvesting: Ein Guide für Gründer, 1. Auflage, Springer Verlag, Wiesbaden.

Sixt, E. (2014) Schwarmökonomie und Crowdfunding, Webbasierte Finanzierungssysteme im Rahmen realwirtschaftlicher Bedingungen, 1. Auflage, Springer Verlag, Wiesbaden.

Stahlmann, M. (2013) Crowdinvesting als Finanzierungsalternative für deutsche Startups: Die Mehrwerte im Vergleich zu herkömmlichen Finanzierungsinstrumenten, 1. Auflage, Diplomica Verlag GmbH, Hamburg.

Surowiecki, J. (2005) Die Weisheit der Vielen – Warum Gruppen klüger sind als Einzelne und wie wir das kollektive Wissen für unser wirtschaftliches, soziales und politisches Handeln nutzen können, 2. Auflage, München.

Seper G/Zenz C. (2015) Artikel zum Thema „Neues Crowdfunding Gesetz in Kraft getreten“ erschienen im Mitgliedermagazin der Kammer der Wirtschaftstreuhänder, Ausgabe 04/2015, Wien.

Online Quellen:

<http://www.bbc.com/news/magazine-21932675>

Artikel zum Thema „Erstes Crowdfunding-Projekt“, ohne Verfasserangabe, 2013, abgerufen am 28.05.2016

<http://crowdfunding-info.de/entwicklung-crowdfunding/>

Artikel zum Thema „Entstehung des Crowfundings“, ohne Verfasserangabe, 2015, abgerufen am 28.05.2016

<http://www.crowdfunding.de/erfolgreiches-crowdfunding-die-10-wichtigsten-tipps>

Beiträge zum Thema „Crowdfunding – die wichtigsten Tipps“, Michel Harms, 2015 abgerufen am 01.07.2016

<http://crowdsourcing.typepad.com>

Zitat von Howe, J. in „Weblog“ , 2010, abgerufen am 18.06.2016

<https://www.dagobertinvest.at/>

<https://www.dagobertinvest.at/geld-anlegen-nach-dem-dagobert-prinzip.html>

<https://www.dagobertinvest.at/crowdinvesting-erklaert.html>

Plattform „dagobertinvest“, Allgemeine Informationen, Regeln und Gebühren, o.J. abgerufen am 07.06.2016

<https://www.greenrocket.com/crowdfunding>

Beitrag zum Thema „Definition Crowdlending“ und Beispiel für Crowdlending, o.J. abgerufen 02.06.2016

<http://www.ikosom.de/2012/06/11/definition-von-crowdfunding-beta>

Beitrag „Definition von Crowdfunding“ Institut für Kommunikation in sozialen Medien (Ikosom), Definition von S. Mahlstedt und M. Ebenhan, 2012, abgerufen am 28.05.2016

<https://www.kickstarter.com/press?ref=hello>

https://www.kickstarter.com/press?ref=about_subnav

<https://www.kickstarter.com/rules?ref=footer>

Plattform „Kickstarter“, Allgemeine Informationen, Regeln und Gebühren, o.J., abgerufen am 06.06.2016

<https://www.ksv.at/ksv1870-rating>

Begriff des KSV Ratings, KSV 1870, ohne Verfasserangabe, o.J., abgerufen am 12.06.2016

<https://www.muenchen.ihk.de/de/starthilfe/Unternehmensfoerderung/crowdsourcing-und-crowdfunding-in-muenchen-und-oberbayern/crowdfunding2/formen-von-crowdfunding>

Beitrag zum Thema „Formen des Crowdfundings“ Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern, ohne Verfasserangabe, o.J., abgerufen am 02.06.2016

http://www.rat-fte.at/tl_files/uploads/Studien/Crowdfunding-Crowdsourcing-Potenzial_Endbericht.pdf

Studie „Crowdsourcing und Crowdfunding – Potenzial für den Innovationsstandort Österreich“ RFTE (Rat für Forschung und Technologieentwicklung) Mayr/Weber/Willfort 2014, abgerufen am 20.06.2016

<https://www.startnext.com/hilfe/FAQ.html>

<https://www.startnext.com/hilfe/gebuehren.html>

<https://www.startnext.com/hilfe/guidelines.html>

Plattform „Startnext“, Allgemeine Informationen, Regeln und Gebühren, abgerufen am 06.06 2016

<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/252385/umfrage/volumen-des-durch-crowdfunding-ingesammelten-kapitals-in-deutschland/>

Statista GmbH, Gesamtvolumen des durch Crowdfunding eingesammelten Kapitals in Deutschland vom 1. Quartal 2011 bis zum 1. Quartal 2015, 2016, abgerufen am 10.06.2016

<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/258199/umfrage/weltweit-durch-crowdfunding-ingesammeltes-kapital/>

Statista GmbH, Weltweit durch Crowdfunding eingesammeltes Kapital von 2011 bis 2014, 2016, abgerufen am 10.06.2016

http://www.statistik.at/web_de/statistiken/wirtschaft/unternehmen_arbeitsstaetten/index.html

Statistik Austria, Leistungs- und Strukturdatenbank, 2015, abgerufen am 09.07.2016

<http://www.sprachlog.de/author/astefanowitsch/>

Beitrag zum Thema „And the Winner is: Crowdfunding!“ In: Sprachlog, Anatol Stefanowitsch, 2013, abgerufen am 28.05.2016

<http://www.unternehmensfinanzierung.at/startup/crowdfunding/ablauf/>

Artikel zum Ablauf einer Crowdfunding-Kampagne, Wiener Börse, ohne Verfasserangabe, 2016, abgerufen 04.06.2016

<http://www.wired.com/2006/06/crowds/>

Artikel zum Thema Crowdsourcing „Wired 2006: The Rise of Crowdsourcing“ von Howe, J., 2006, abgerufen am 28.05.2016

https://www.wko.at/Content.Node/Service/Unternehmensfuehrung--Finanzierung-und-Foerderungen/Unternehmensrechnung/Finanzierung/Crowdfunding_fuer_oesterreichische_Unternehmen.html

Beitrag zum Thema „Definition des durchschnittlichen Crowdfunders“ Wirtschaftskammer Österreich, Fachverband Finanzdienstleister, ohne Verfasserangabe, 2016, abgerufen am 08.06.2016

https://www.wko.at/Content.Node/branchen/oe/sparte_iuc/Finanzdienstleister/Publikationen--Downloads/Pressemitteilungen/Standesregeln-Crowd-Plattformen.pdf

Beitrag zum Thema „Lehrplan Crowdinvesting“ Wirtschaftskammer Österreich, Fachverband Finanzdienstleister, ohne Verfasserangabe, 2016, abgerufen am 06.06.2016

https://www.wko.at/Content.Node/branchen/oe/sparte_iuc/Finanzdienstleister/Publikationen--Downloads/Pressemitteilungen/Fachverband-Finanzdienstleister-beschliesst-Standesregeln.html

Pressemitteilung zum Thema „neue Standesregeln für Crowdfundingplattformen“ Wirtschaftskammer Österreich, Fachverband Finanzdienstleister, ohne Verfasserangabe, 2016, abgerufen am 17.06.2016

<https://www.wko.at/Content.Node/kampagnen/crowdinvesting/Wirtschaftsministerium-und-Fachverband-Finanzdienstleiste.html>

Artikel zum Thema „Crowdfunding und deren Kampagnen“ Wirtschaftskammer Österreich, Fachverband Finanzdienstleister, ohne Verfasserangabe, 2016, abgerufen am 17.06.2016

https://www.wko.at/Content.Node/branchen/oe/sparte_iuc/Finanzdienstleister/Publikationen--Downloads/Pressemitteilungen/Wirtschaftsministerium-und-Fachverband-Finanzdienstleiste.html

Artikel zum Thema „Crowdinvesting auf Rekordniveau“ Wirtschaftskammer Österreich, Fachverband Finanzdienstleister, Bohrn P/Hartl-Frank D., 2016, abgerufen am 17.06.2016

https://www.wko.at/Content.Node/branchen/vbg/sparte_iuc/CFI-Modul-1a-Grundlagen-betriebswirtschaftlich-und-rechtlich.pdf

Beitrag zum Thema „Betriebswirtschaftliche und rechtliche Grundlagen Crowdfunding“ Wirtschaftskammer Vorarlberg, Prof (FH) Dr. M.Ilg, 2014, abgerufen am 02.06.2016

https://www.wko.at/Content.Node/branchen/oe/sparte_iuc/Finanzdienstleister/Publikationen--Downloads/Pressemitteilungen/Statistik-Crowdinvesting-08-03-2016.pdf

Pressemitteilung zum Thema „Statistik der österreichischen Crowdinvesting-Plattformen 2013-2015“ Wirtschaftskammer Österreich, Fachverband Finanzdienstleister, ohne Verfasserangabe, 2016, abgerufen am 04.06.2016