

Kohle vom Kollektiv



INFOTECH
Crowdfunding

Kohle vom Kollektiv

Mit 40 Cent pro Kopf sind die Crowdfunding-Pro-Kopf-Ausgaben in Österreich so überschaubar wie ausbaubar. Wie sich das ändert und wie die Politik Rahmen schaffen will.

Von Barbara Steininger

Wer den Investor im Österreicher ansprechen will, tut sich leichter, wenn er einen klingenden Namen führt und eine bestimmte Kundenanzahl – oder Fans – hat. Österreich gehört im EU-Vergleich zu den europäischen Crowdfunding-Schlusslichtern. Noch. Wenn nicht einmal mehr Michael Niavarani für ein neues Theaterexperiment zur Bank geht, sondern seine Fans fragt, ob sie nicht vorab schon die Karten kaufen wollen, ist das für die Schwarmfinanzierung PR-technisch mindestens so hilfreich wie der „Finanzrebell“ Heini Staudinger mit seinen Darlehen für die Schuhproduktion. Finanziell spielen beide Projekte in unterschiedlichen Ligen – und Crowdfunding ist nicht Crowdfunding (rechts). Fraglos sind die alternativen

GLOSSAR
Die Wege zum Geld

Crowdfunding. Eine unbestimmte Anzahl privater Geldgeber geht in Vorleistung für ein Produkt oder eine Idee. Oft wird damit Startkapital für eine Serienherstellung eingezahlt. Meist geht es um Kleinbeträge, das Risiko ist überschaubar. Die Geldgeber bekommen das Produkt etwas früher oder andere Belohnungen.

Crowdfunding. Hier geht es meist um größere Summen, die Geldgeber können am Unternehmen als stille Gesellschafter oder Darlehensgeber (nachrangig) „beteiligt“ werden. In Österreich aktuell bis 250.000 Euro möglich. Ein neues Gesetz wird dieser Tage ausgearbeitet.

Finanzierungsformen in der gesellschaftlichen Mitte angekommen. Finanzkrise, kreditklamme Banken und die hochgradig digitalisierte Finanzwirtschaft haben es möglich gemacht. Immerhin, 2014 waren es in Österreich schon 3,6 Millionen Euro, die über Crowdfunding-Plattformen wie Conda & Co. investiert wurden.

„Bis vor Kurzem betrachtete vor allem die etablierte Finanzindustrie das Phänomen der Schwarmfinanzierung als Nische“, sagt Robert Wardrop von Zentrum für alternative Finanzierung der Universität Cambridge, „davon kann keine Rede mehr sein. Diese Plattformen haben heute weitreichende Auswirkungen auf soziale und wirtschaftliche Zusammenarbeit.“ Ökonom Gottfried Haber hat errechnet, dass 8.000 Euro investiertes Crowdkapital immerhin einen



Kohle vom Kollektiv Kohle vom Kollektiv (2/4)



Arbeitsplatz schaffen. Mit großem Interesse verfolgen Analysten, wie Banken mit diesen alternativen Angeboten umgehen. Ob sie die – noch recht kleinen Mitbewerber – ernst nehmen oder eigene Ansätze ins Portfolio übernehmen.

Ein etabliertes Institut, das sich bereits recht offensiv des Themas angenommen hat, ist die Bawag P.S.K. Über die Website crowdfunding.at wurden Kampagnen mit sozialem oder kulturellem Hintergrund aufgesetzt. Für das neue Caritas-Hotel in Wien, „Magdas“, konnten fast 32.000 Euro eingelobt werden, und für ein soziales Kaffeehaus in Breitenfurt immerhin 16.000 Euro. Einer der ersten Testballons auf der Bawag-Plattform war das Volkstheater mit einer Sessel-Aktion, die schnell zur über 100 Prozent ausfinanziert war. „Wir sind sehr

zufrieden mit dem Erfolg dieser ersten Aktion“, sagt Volkstheater-Sprecherin Susanne Baertele. Mit 5.000 Euro hatte man sich erst ein eher bescheidenes Ziel gesteckt und zieht für die künftige Renovierung durchaus Ähnliches in Betracht. „Interessant war die Plattform für uns auch deshalb, weil sie uns ein neues Publikum beschert hat, das über die Abonnenten hinausgeht.“

An einer Reichweiterehöhung arbeiten auch die Schweizer Erfinder der Plattform WeMakelt, die ihre erfolgreiche Crowdfunding-Plattform seit Kurzem auch in Österreich anbieten. Simone Mathys-Parnreiter tourt dieser Wochen durch das Land, hält Informationsabende ab und versucht, sich mit der lokalen Kreativwirtschaft wie Co-Working-Spaces zu vernetzen. „Wir haben jetzt 17

FOTOS: FOTOLIA, JAN FRANKL, DDP IMAGES, CHRISTA FUCHS, BEGESTELLT

PROJEKTE
Guter Ruf zieht an

Wer einen klingenden Namen und Stammkundschaft oder Fans hat, tut sich beim Geldeinsammeln leicht.

- 1 RICHARD III.** Niavarani machte „Crowdfunding über Ö-Ticket“ für seinen Shakespeare. Statt der Bank finanzierte das Publikum.
- 2 FILM.** 3.000 Kleinanleger finanzierten den Kinofilm „Stromberg“. Dessen Erfolg bescherte ihnen 17 % Rendite und künftige Erlöse.
- 3 VOLKSTHEATER.** Der Testballon mit Sessel-Patenschaften klappte super, gelungene Generalprobe für die Generalsanierung.
- 4 GRÜNE ERDE.** Mehr als 1.100 Unterstützer gewährten dem Öko-Einrichter nachrangige Darlehen zwischen 2.000 und 50.000 Euro.



1



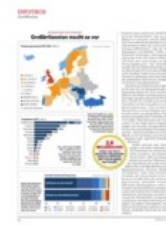
2



3



4

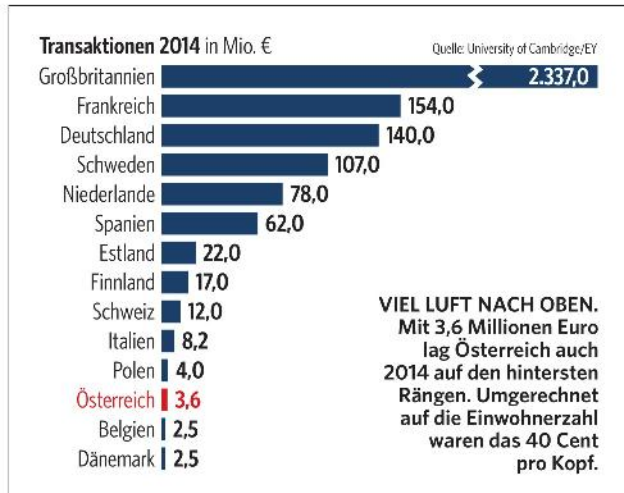
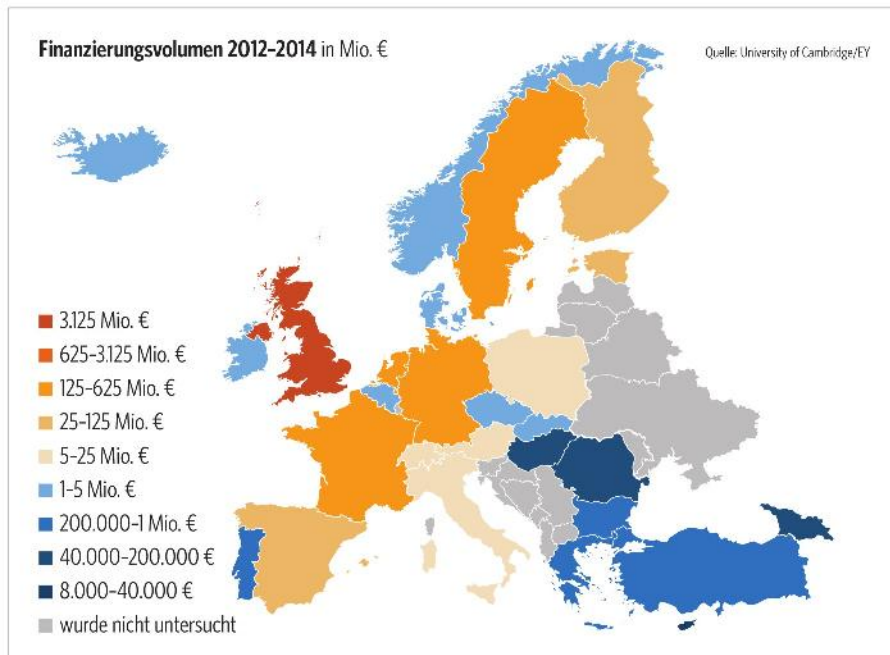


Kohle vom Kollektiv Kohle vom Kollektiv (3/4)

INFOTECH

Crowdfunding

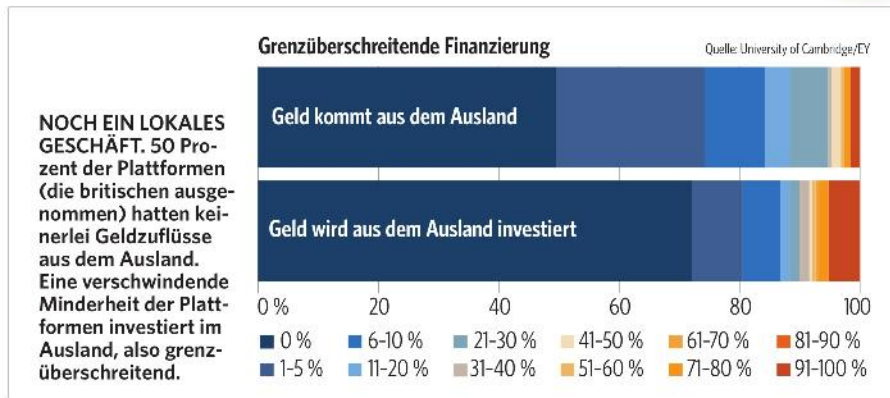
**EUROPÄISCHE ZAHLEN
Großbritannien macht es vor**



AM AUFHOLEN. Das größte Volumen an alternativer Finanzierung wird in Großbritannien abgewickelt, das für sich allein 75 Prozent des Marktes repräsentiert; Frankreich, Deutschland und Schweden folgen.

VIEL LUFT NACH OBEN. Mit 3,6 Millionen Euro lag Österreich auch 2014 auf den hintersten Rängen. Umgerechnet auf die Einwohnerzahl waren das 40 Cent pro Kopf.

2,9 MILLIARDEN EURO
schwer war dieser alternative Finanzmarkt in Europa 2014: plus 144 % im Vergleich zum Vorjahr.



> Projekte online und bis zum Herbst fast 60 in der Warteschleife“, sagt sie. Der Bedarf sei vorhanden, und das WeMarket-Team will sich bei künftigen Projektinitiatoren vor allem mit „intensiver Betreuung differenzieren“, sagt sie. Von Kampagnen ausschließen wollen die Schweizer niemanden, Schwerpunkte gibt es aber doch: „Wir haben viel Kultur, viel Food, aber auch einiges aus dem Technologiebereich.“ Das Geschäftsmodell: Für die Plattformbetreiber gibt es zehn Prozent Provision bei erfolgreichem Funding. Finden sich nicht genug Finanziere, bekommen die Unterstützer ihr eingezahltes Geld zurück, abzüglich 2,5 Prozent Transaktionskosten.

Ebenfalls ein schweizerischer Import ist die neue Art der Sponsorsuche im heimischen Sport, die ÖOC und Sporthilfe seit November auf ibelieveinyou.at betreiben. Sportler haben 50 bis 80 Tage Zeit, Geld für ihr Projekt einzuwerben. Unterstützende Beratung gibt es von den Sportorganisationen, eine erste Bilanz lässt durchaus auf einschlägige Investitionsfreude bei sportbegeisterten Österreichern schließen: Fast 74.000 Euro für 17 Projekte. Was bekommen die Unterstützer? In der Regel sind es Gegenleistungen, die von einer Autogrammkarte bis hin zum persönlichen Trainingstag reichen. „Damit erschließen wir private Mittel, an die wir bisher nicht herangekommen sind“, sagt ÖOC-Präsident Karl Stoss.

Enden wollend oder, besser gesagt, noch nicht vorhanden ist die Geberlaune bei wissenschaftlichen Projekten. Die Plattform Inject Power sollte Forschungsprojekte heimischer Wissenschaftler unterstützen, ist in den letzten Jahren aber nicht über die Starttrampe hinausgekommen. Sprecher Rüdiger Schweigreiter sieht unterschiedliche Ursachen: „Wir bieten derzeit nicht die Dynamik und Aktualität, die man sich als Internetnutzer gemeinhin erwartet.“ Will heißen: Bisher gelang es nicht, die Projekte laienverständlich zu kommunizieren und laufend über Fortschritte zu informieren. Das Konzept, rein über die steuerliche Absetzbarkeit von Spenden zu lukrieren, war denn wohl auch zu eng gefasst, konzediert Schweigreiter. Jetzt will man das Portal neu aufsetzen, um die bereits „laufende“ Forschung zu unterstützen.“



Kohle vom Kollektiv Kohle vom Kollektiv (4/4)



SCHWEIZER PLATTFORM IN ÖSTERREICH. Die WeMakeIt-Gründer Rea Eggli, Hannes Gassert (rechts hinten) und Johannes Gees.

Leichter tun sich die Österreicher da vermutlich mit touristischen Projekten. Unlängst hob der Kärntner Hoteleinrichter Furnirent mit Österreichs größter Plattform Conda hotel-crowdfunding.com aus der Taufe. Die naheliegende Idee: Stammgäste helfen Hoteliers beim Schließen kleinerer Investitionslücken und bekommen dafür unter anderem Gutscheine.

Unerforschtes Neuland. Das Crowdfunding-Geld zirkuliert, allein die Erfassung war bislang schwierig. Ernst & Young und die Universität von Cambridge haben es versucht und werteten die Zahlen von 255 europäischen Plattformen aus. Beachtlich ist die erste paneuropäische Erhebung allemal – der alternative Markt wuchs allein im Jahresverlauf 2013/14 um 144 Prozent auf knapp drei Milliarden Euro (Grafiken links). Geht es in dem Tempo weiter, sollen es heuer gar sieben Milliarden werden. Der Löwenanteil konzentriert sich allerdings auf Großbritannien, die restlichen EU-Länder kommen erst auf ein Viertel. Auf der Insel konnten mehr als 65 Plattformen in die Untersuchungen miteinbezogen werden, in Österreich waren es 2014 gerade einmal drei. Eine Erkenntnis: Je stärker die Folgen der Finanzkrise im jeweiligen Land spürbar waren, umso höher entwickeln sich alternative In-

FOTO: KATHARINA LÜTSCHER

PLATTFORMEN
Von Sportlern und Hotels

Eine Auswahl österreichischer Crowdfunding-Plattformen.



CROWDFUNDING.AT. Das Motto hinter der Bawag-P.S.K.-Initiative lautet „Es geht“, für etliche Kultur- und Sozialprojekte hat sich das schon bewahrheitet.



WEMAKEIT.COM. Die Schweizer Plattform hat über 1.000 Projekte erfolgreich finanziert und ist nun in Österreich aktiv, v. a. mit Kultur- und Kreativprojekten.



IBELIEVEINYOU.AT. Bereits 17 Sportler finanzierten sich seit November erfolgreich über die Plattform von ÖOC und Sporthilfe: Im Schnitt gab es 4.328 Euro.



HOTEL-CROWDFUNDING.COM. Conda und Furnirent haben eine Plattform für Hoteliers aufgesetzt, die Stammgäste als Finanziers für sich gewinnen können.

strumente. In Spanien und Italien waren die klassischen Kreditvolumen dramatisch zurückgegangen. „Eingedenk der Tatsache, dass das Crowdfunding in Deutschland, Frankreich, Holland, Spanien oder Skandinavien so beliebt ist, ist die Schätzung, dass sich zehn Prozent der KMUs damit finanzieren, sehr konservativ“, so die Studie.

Wiewohl beim Crowdfunding und -investing in Österreich wohl erst von einem „Boomer!“ die Rede sein kann, fordert die starke Tendenz zu dieser Finanzierung nach Regulierung. Die Weichen sind gestellt. So wurde die Prospektspflicht für Crowdfunding-Projekte auf von 100.000 auf 250.000 Euro hinaufgesetzt, noch heuer soll ein Crowdfunding-Gesetz beschlossen sein. Dem Unternehmen nach dürfte die Grenze für eine Prospektspflicht auf eine Million Euro hinaufgesetzt werden und damit eine Art Light-Prospekt verbunden sein, für das bestimmte Informationspflichten gelten. Ein Vollprospekt soll ab fünf Millionen zu erstellen sein, das ist auch die Grenze, die Brüssel dafür veranschlagt.

Aus dem Wirtschaftsministerium heißt es dieser Tage, dass „die Endverhandlungen auf Hochtouren laufen“, so Sprecher Markus Habermann, man verweist auf ein Ergebnis in den nächsten Wochen. Zum einen ist allen Beteiligten bewusst, dass der rechtliche Rahmen rasch angepasst werden muss, zum anderen fordert das auch Brüssel. Schließlich muss auch dem Anlegererschutz Rechnung getragen werden. Alternatives Kapital wollen ja nicht nur gestandene Betriebe einwerben, sondern viele Start-ups, die leider auch hohe Ausfallsquoten haben.

Kein Selbstläufer. Die großen und kleinen Finanziers zu ködern, wird zwar einfacher, ist aber kein Selbstläufer. Angesichts der zunehmenden Konkurrenz auf den Plattformen müssen die Kampagnen und Projekte schon eine gewisse Originalität mit sich bringen und idealerweise auch eine Anhängerschaft, die bereits eine kritische Masse erreicht hat. „Ein guter Text und ein aussagekräftiges Video sind Grundvoraussetzungen“, sagt Simone Mathys-Parnreiter von WeMakeIt. „Das Wichtigste aber ist Kommunikation. Das unterschätzen die Initiatoren tendenziell.“ Wer Geld will, muss die Geldgeber auch mitreden lassen. |