

Wirtschaft

Der Investorenschwarm

Das mit Crowdfunding gesammelte Geld hat sich in der Schweiz im vergangenen Jahr mehr als verdoppelt. Das zeigt die erste systematische nationale Studie. Das Potenzial zieht auch ausländische Plattformen an.

Von Simon Schmid

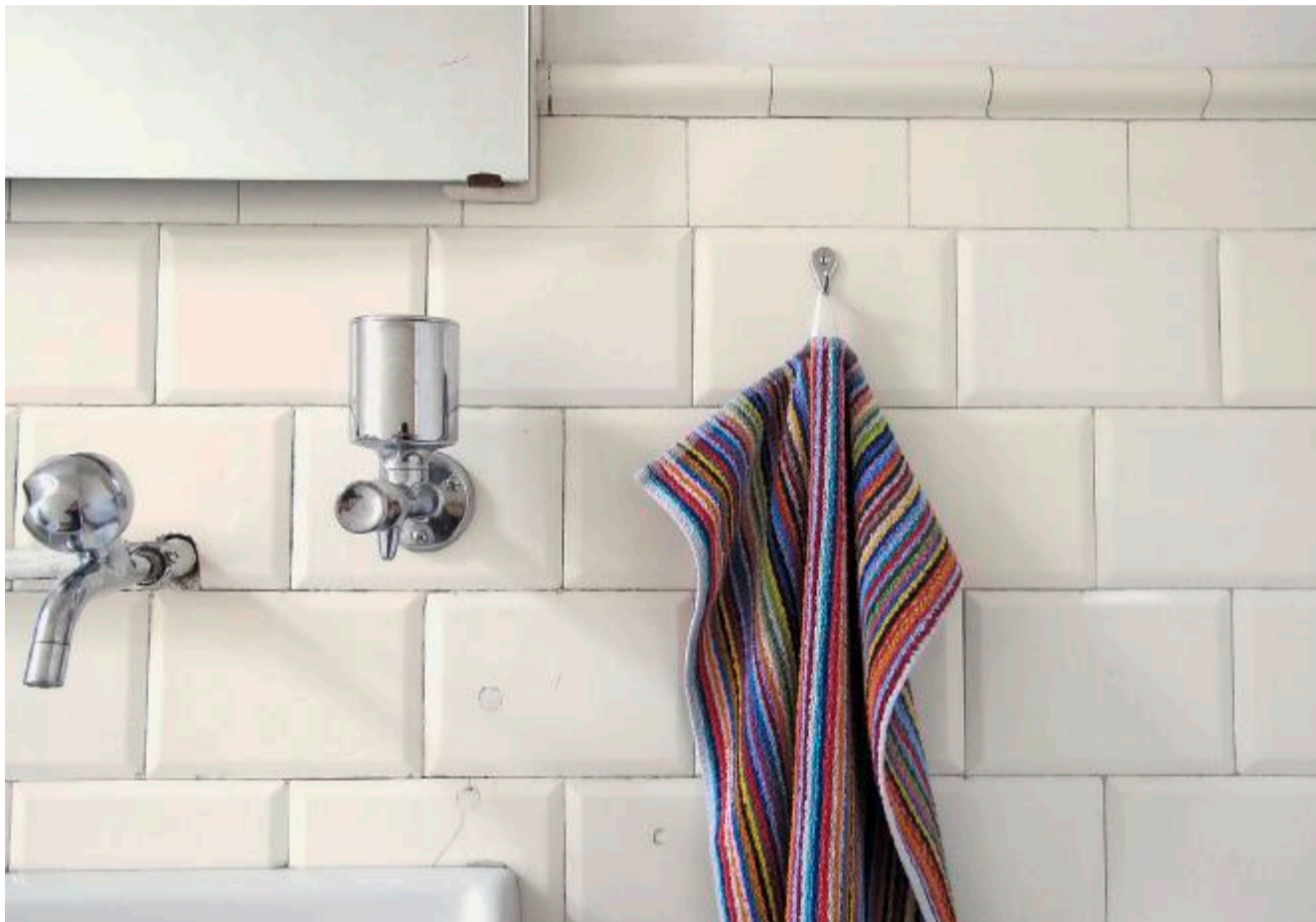
Crowdfunding, also Geld sammeln übers Internet, gilt als innovatives Finanzierungsmodell. Die Zahlen der Hochschule Luzern, die erstmals die Aktivitäten auf Schweizer Plattformen untersucht hat, zeigen, dass es immer beliebter wird. So wurden 2013 in 720 Kampagnen 11,6 Millionen Franken zusammengetragen. Ein Jahr zuvor waren es 4,2 Millionen Franken und 399 erfolgreiche Sammelkampagnen gewesen. Erfolgreich ist eine Kampagne dann, wenn innerhalb einer vordefinierten Zeitspanne ein Schwellenwert an zugesagten Geldern erreicht oder übertroffen wird - also etwa, wenn innerhalb von drei Monaten 100 000 Franken für die Lancierung eines Start-ups zusammenkommen. Wird die angepeilte Summe nicht erreicht, fließt bei den meisten Plattformen kein Geld.

Im Vergleich zu den herkömmlichen Finanzierungsmethoden ist Crowdfunding marginal. So belaufen sich die über Venture-Capital-Fonds in der Schweiz beschafften Gelder auf über 400 Millionen Franken. Das gesamte Konsumkreditvolumen liegt bei 7,5 Milliarden Franken, über eine Milliarde Franken werden jährlich an Zewo-zertifizierte Organisationen gespendet. Trotzdem ist Crowdfunding heute nicht mehr vernachlässigbar. «Wir erwarten 2014 eine weitere Verdopplung des Volumens», sagt Andreas Dietrich, Studienautor und Finanzprofessor an der Hochschule Luzern.

Ratten gegen Landminen

Eine nicht kommerzielle Form des Onlinedonations nennt sich Crowdfunding. Für künstlerische, literarische oder sportliche Projekte kamen im vergangenen Jahr 4,2 Millionen Franken zusammen, gegenüber 2,5 Millionen Franken im Jahr 2012. Verschiedene Plattformen bedienen dabei unterschiedliche Zielgruppen. Auf Wemakeit.ch sucht die Rockband Lieberherr derzeit 10 000 Franken, um ihre erste CD zu finanzieren. Auf derselben Plattform werden auch 60 000 Franken für ein Hafenkran-Fest in Zürich gesammelt.

Der EHC Arosa hat auf Ibelievein-you.ch eine Kampagne über 30 000 Franken gestartet, um Fans als Sponsoren zu gewinnen - bislang wurden 18 500 Franken zugesagt, 73 Tage verbleiben bis zur Deadline. 15 000 Spendenfranken kamen für ein Projekt auf Sosense.org zu-



Durch Crowdfunding finanziert: Die Plattform Refurnished.ch vertreibt nachhaltige Produkte aus der Region Zürich. Foto: PD

sammen, bei dem sogenannte Herorats («Heldenratten») zum Aufspüren von Landminen gezüchtet werden.

Auch im Kreditbereich wird experimentiert. Bereits seit 2008 existiert Cashare.ch, eine Crowdlending-Plattform, auf der Privatkredite unter Internetnutzern versteigert werden. Wer den tiefsten Zins anbietet, erhält einen Teilzuschlag - etwa zur Finanzierung der neuen Möbel über 7500 Franken, die ein Antragsteller namens Degi derzeit anstrebt. Für den Kredit mit einer Laufzeit von 36 Monaten sind bereits 616 Gebote eingegangen, der aktuelle Zinssatz liegt bei 7,9 Prozent. Die Kreditausfallrate auf Cashare.ch liegt bei 4,5 Prozent. Bei Zahlungsverzug wird eine Inkassofirma eingeschaltet. Den ermittelten Zahlen zufolge kamen letztes Jahr 1,8 Millionen Franken für Crowdlending zusammen, 2012 waren es 850 000 Franken gewesen.

Volkswirtschaftlich am interessantesten ist das sogenannte Crowdinvesting,

also das Investieren in Start-ups übers Internet. Diese seien oft mit einem Kapitalmangel konfrontiert, sagt Andreas Dietrich: «Banken geben entstehenden Unternehmen in der Frühphase kaum Kredit. Auch Risikokapitalgeber springen oftmals erst auf, wenn ein Start-up bereits einen gewissen kommerziellen Erfolg vorweisen kann.» Ein vom Bund 2012 erstellter Bericht bescheinigt der Schweiz im internationalen Vergleich zwar eine hohe Investitionsquote im Risikokapitalbereich, hält aber gleichzeitig ein ungenutztes Potenzial fest. Freunde, Familienmitglieder oder sogenannte Businessangels seien oft die einzige Kapitalquelle, wenn ein Start-up ausser Prototyp, Businessplan und Marktrecherche noch nichts vorzuweisen habe.

«Greifbar für den User»

Um die Gelder aus der Crowd buhlt eine zunehmende Zahl von Plattformen. Jüngster Konkurrent ist die deutsche

Companisto.com, die vor kurzem ein Büro in Zürich eröffnet hat. Die Plattform will in wenigen Wochen erste Schweizer Projekte ankündigen. «Der Schweizer Markt ist noch unterentwickelt», sagt der Chef der hiesigen Niederlassung, Klaus Abele. Täglich kämen Anfragen, das Herausfiltern geeigneter Kandidaten brauche Zeit. «Einzigartig, gut kommunizierbar, greifbar für den User» müssten Geschäftsideen sein, sagt Abele. Für manche Start-ups im Konsumgüterbereich sei die Crowd gleichzeitig eine Art Markttest. Für seine Dienste zieht Companisto eine Prämie über zehn Prozent der Investitionssumme ein.

Die Vorselektion ist die kniffligste Aufgabe der Crowdinvesting-Betreiber. Nicht immer gelingt sie gleich gut. Ein Sporthandel-Start-up namens Sportrade ging diesen Februar in Konkurs, nur drei Monate, nachdem es über Companisto 100 000 Euro eingesammelt hatte. Zum

«überraschenden» Vorfall kam es, weil die mit dem Geld finanzierte Marketingkampagne fehlschlug, mutmasst Companisto-Sprecher Joschka Rugo - und ein Drittinvestor daraufhin seine in Aussicht gestellte Zusatztranche zurückzog. Als Lehre aus dem Fall werde man die Gründerpersönlichkeiten nebst den Geschäftsmodellen künftig noch gründlicher durchleuchten, als es bereits der Fall sei, sagt Rugo. Vollständige Sicherheit gebe es aber nie. «Es gibt keine Garantie für ein erfolgreiches Start-up.»

Echte Aktien zum Kaufen

Bemerkenswert ist die Finanzierungsquote von Companisto. Die Crowd stemmte jede der 30 ausgeschriebenen Finanzierungsrunden. Anders ist die Bilanz bei C-crowd.ch, einem Schweizer Anbieter. Hier gelang nur die Finanzierung von zwei von acht Start-ups. Derzeit ist ein Projekt in der Pipeline. «Crowdfunding bedeutet für die Unternehmen viel Kampagnenarbeit», sagt Geschäftsführer Philipp Steinberger. Dies sei auch ein Lernprozess. «Man kann nicht ein Projekt auf die Plattform stellen und dann drei Monate in die Ferien gehen.» Im Gegensatz zu Companisto, wo Firmenbeteiligungen über nachrangige Darlehen erworben werden, werden auf C-crowd.ch echte Aktien verkauft. Das bedeutet Mitspracherechte und grössere Transparenz.

Auf Internetaktionäre, die mitreden wollen, setzt auch Investiere.ch, eine Mischung aus Crowdfunding-Plattform und Businessangels-Club mit Schwerpunkt auf Informatik- und Medtech-Start-ups. Hier wird Start-ups das Recht eingeräumt, Investoren auch abzulehnen. Ausserdem werden die Mindestsummen zur Teilnahme höher angesetzt. Zusammen mit der Zürcher Kantonalbank als häufigem Co-Investor hat sich Investiere.ch inzwischen zu einem bedeutenden Frühphaseninvestor emporgeschwungen: 5,1 Millionen wurden 2013 für total acht Start-ups gesammelt. Die Gesamtquote von Investiere.ch liegt bei 22 von 26 Projekten. «Crowdinvesting ist nicht für jedermann», sagt David Sidler, Investiere.ch-Kommunikationschef. «Doch die Community wächst, und die Beträge wachsen auch.»



Dossier
Der Schrei nach Geld

crowdfunding.tagesanzeiger.ch

Anzeige

Liebe Chefinnen,

KMU Office sorgt für einen Konkurrenzvorteil zum Fixpreis.

KMU Office bietet Ihrem Betrieb das perfekte Paket für Ihre Kommunikation: schnelles Internet und Gratis-telefonie vom Festnetz in alle Fest- und Mobilnetze der Schweiz - alles zum Fixpreis und ohne versteckte Kosten. Mehr Informationen gibt's im nächsten Swisscom Shop und auf swisscom.ch/kmu-office



Boosten auch Sie Ihr KMU.

KMU Office ab CHF 95.-/Mt.
Jetzt 3 Monate gratis*



Scannen für mehr Informationen.



* Bei Abschluss eines neuen Breitbandanschlusses mit KMU Office erhalten Sie die ersten 3 Grundgebühren geschenkt. KMU Office ★★★ CHF 95.-/Mt. (Ersparnis CHF 285.-), KMU Office ★★★★★ CHF 119.-/Mt. (Ersparnis CHF 357.-), KMU Office ★★★★★ CHF 149.-/Mt. (Ersparnis CHF 447.-). Promotion gültig bis 30.6.2014.



swisscom