

# Kreative flirten mit Schwarm-Geld

**Crowdfunding** Das Finanzieren von Projekten oder Firmen durch eine Vielzahl von Menschen ist im Trend, besonders in der Kreativwirtschaft. Schwarm-Finanzierung ist dennoch nichts für Schwärmer, auch hier wird gerechnet

VON LINA GIUSTO

Die Finanzierung über Crowdfunding ist in den vergangenen vier Jahren stark gewachsen, weltweit und ganz besonders in der Schweiz. Dies zeigen die Zahlen, die das Bundesamt für Kultur in seiner «Taschenstatistik» erwähnt.

Waren es 2011 schweizweit über 3 Millionen Franken an Spenden, die Kampagnen finanzierten, so verneunfachte sich die Summe bis 2015 auf über 27 Millionen Franken. Andreas Dietrich, Leiter des Crowdfunding-Monitorings und Professor an der Hochschule Luzern, sagt: «Crowdfunding steckt in der Schweiz noch in den Kinderschuhen, das Wachstum verspricht aber noch deutliches Potenzial.» Insbesondere das Real Estate Crowdfunding im Immobilienmarkt zeichne sich durch ein grosses Wachstumspotenzial aus. Diese Variante des Crowdfunding funktioniert so, dass Geld gegen eine Beteiligung oder eine Zinszahlung gegeben wird (siehe Kontext).

## Vorverkauf beim Geldsammeln

Das Potenzial zeigt sich in der Fülle der unterstützbaren Projekte. In der Schweiz werden pro Jahr etwa 500 Kampagnen dank Schwarmfinanzierung umgesetzt. Ob die Aufnahme einer CD oder der Druck eines Buches - die Vielfalt ist gross.

Mittels Crowdfunding wird oft die letzte Meile eines Projektes finanziert. Oft geht es um Finanzierungslücken: Vielleicht braucht man lediglich noch Geld für den Druck des Buches oder das technische Equipment für ein Konzert. Zudem haben die Spenden einer Vielzahl von Menschen den positiven Nebeneffekt, dass man bereits in der Aufbauphase eines Projektes oder einer Marke Aufmerksamkeit generieren kann. Das Sammeln von Geld funktioniert dabei wie ein Vorverkaufskanal. Man schätzt ab, ob die Idee auch eine grössere Nachfrage als die aktuell unterstützende Crowd erreichen könnte. Die Interaktion mit den Geldgebern führt also zu einem Netzwerk und gleichzeitig gibt es Feedback zum Projekt, was noch besser und optimaler laufen kann.

Für Unterstützer solcher Spende-Kampagnen ist die formal geringe Verpflichtung attraktiv. Kaum Aufwand, keine Unterzeichnung von Verträgen, die Verpflichtung der Finanzierung ist eher von kurzer Dauer. Diesen Vorverkaufseffekt hat etwa das

Basler Start-up-Unternehmen Silber AG mit seinem iPad-Halter «Yohann» genutzt. «Die 900 ersten Kunden haben wir dank Crowdfunding gewonnen», sagt Gründer Berend Frenzel. Die mediale Aufmerksamkeit durch die Kampagne sei beachtlich gewesen. Die Vorfinanzierung sicherte sich die Firma über eine Crowdfunding-Kampagne auf der US-Plattform «Kickstarter». Wer 59 Dollar spendete, sicherte sich gleichzeitig als Gegenleistung ein Exem-

**«Crowdfunding steckt in der Schweiz noch in den Kinderschuhen, das Wachstum verspricht aber noch deutliches Potenzial.»**

Andreas Dietrich, Professor an der Hochschule Luzern

## VOLUMEN IN FRANKEN DER CROWDFUNDING-KAMPAGNEN

nach Sparten

1'759'798

Musik, Konzerte, Festivals

2'924'131

Technologie, Business, Start-Up

606'695

Film, Video

492'518

Medien, Buch, Literatur

399'008

Tanz, Theater

383'793

Gemälde, Bilder

306'707

Design

300'808

Mode

234'247

Fotografie

182'586

Architektur, Inneneinrichtung

81'078

Games, Software

QUELLE: CROWDFUNDING MONITORING SCHWEIZ 2016

plar des iPad-Halters. Frenzel ist sicher: «Ohne Crowdfunding würde es uns heute so nicht geben.»

Crowdfunding-Ideen regulieren sich ausserdem aufgrund der Vielzahl beteiligter Menschen selber. Offenbar ist der Druck, das Projekt auch zwingend umzusetzen, dazu ausreichend gross. Eine Bank interessiert sich als Geldgeber im Vergleich dazu meist nicht für die Umsetzung des Projektes, zumindest nicht prioritär. Für sie ist weit wichtiger, dass das Geld innerhalb der vereinbarten Frist zurückerstattet wird. Trotzdem ist Crowdfunding laut Dietrich kein Ersatz für Banken: Gerade bei Krediten für Klein- und Mittelbetriebe von bis zu 250 000 Franken oder bei Kleinkrediten sehe er das Crowdfunding als Ergänzung zum Bankwesen.

Wie die Studie der Hochschule Luzern zeigt, haben Kampagnen, die nach einem Drittel der Finanzierungslaufzeit 40 Prozent der Zielsumme gesammelt haben, eine fast 100-prozentige Erfolgchance. Über die Ausfallquote lässt sich aber noch wenig sagen. Dazu Dietrich: «Crowdfunding-Kredite waren bis dato noch nicht zur Rück-

## ANZAHL DER CROWDFUNDING-KAMPAGNEN

nach Sparten

238

Musik, Konzerte, Festivals

49

Technologie, Business, Start-Up

58

Film, Video

57

Medien, Buch, Literatur

70

Tanz, Theater

39

Gemälde, Bilder

17

Design

12

Mode

27

Fotografie

12

Architektur, Inneneinrichtung

11

Games, Software

zahlung fällig. Es gibt keine Angaben für die Höhe der Ausfälle.»

## Junger, aufstrebender Markt

Der Crowdfunding-Markt ist noch nicht voll etabliert, aber die starke Entwicklung in der Schweiz lässt Aufhorchen: Im vergangenen Herbst zählte man bereits 35 Plattformen. Mittlerweile sind internationale Plattformen wie «Indiegogo» oder «Kickstarter» in der Schweiz aktiv. Die grössten Schweizer Plattformen sind «wemakeit» und «100-days». Beide wurden 2012 lanciert, sie unterstützen mehrheitlich kulturelle Projekte und die Kreativwirtschaft.

So fallen auch mehr als ein Viertel des 27 Millionen Franken schweren Markt volumens in dieser Branche an. Die Sparten mit den meisten Spenden sind Musikprojekte, Konzerte oder Festivals. 2015 erhielten diese Kampagnen - sie kosten durchschnittlich 7000 Franken - über 1,7 Millionen Franken gespendet. Weitaus mehr Geld erhielten aber Projekte im Technologiebereich oder Start-up-Unternehmen: Allein 2015 insgesamt fast 3 Millionen Franken. Die durchschnittlichen Kosten der Kampagnen sind hier klar am höchsten, rund 60 000 Franken pro Projekt. In der Rangliste folgen Projekte im Designbereich und aus der Modeindustrie. Durchschnittlich kostet in diesen Sparten die Finanzierung einer Idee zwischen 18 000 und

## DURCHSCHNITTLICHES KAMPAGNEN-VOLUMEN

in Franken, nach Sparten

7'381

Musik, Konzerte, Festivals

60'277

Technologie, Business, Start-Up

10'496

Film, Video

8'676

Medien, Buch, Literatur

5'685

Tanz, Theater

9'785

Gemälde, Bilder

18'576

Design

24'286

Mode

8'729

Fotografie

14'741

Architektur, Inneneinrichtung

7'370

Games, Software

GRAFIK: NCH/SSA

## FORMEN DER SCHWARMFINANZIERUNG

### Crowdinvesting und Crowdlending

Unter Crowdlending versteht man die Vergabe von Darlehen durch mehrere Personen an einen Darlehensnehmer über eine entsprechende Plattform. Der Schweizer Marktführer «Cashare» ist seit 2008 auf dem Markt und hat bis jetzt über 1200 Darlehen umgesetzt. Für den Spender haben die Projekte ein attraktives Rendite-Risiko-Profil. Und für die Projektinitiatoren ist der Zins attraktiver als bei der Bank. Dafür müssen aber beide Seiten mehr Eigeninitiative und Finanzfachwissen mitbringen. Das Risiko einer Investition richtig einschätzen zu können, ist anspruchsvoll, gerade wenn die Plattformen die Projekte und Firmen nicht mit einem Risikoring klassifizieren. Eine Bank ersetzen diese Plattformen daher nicht in jedem Fall.

### So funktioniert Crowdfunding

Crowdfunding ist eine Form der Projekt- oder Startup-Finanzierung über das Internet. Wer an ein Projekt glaubt, kann mit Spenden Konzerte, Filme, Bücher oder Start-up-Unternehmen mitfinanzieren. Das Konzept der Schwarmfinanzierung basiert darauf, dass eine Vielzahl von Personen Geld spenden. Der Austausch zwischen Spender und Projekt-Initiant erfolgt über das Internet. Der virtuelle Treffpunkt ist eine sogenannte Crowdfunding-Plattform, wie die zwei grössten Schweizer Plattformen, «wemakeit» oder «100-days». Diese Plattformen agieren als Intermediär zwischen Spender und Projektinitiant und erhalten als Entschädigung eine Gebühr.

## ➤ Aufgeschnappt

### ➤ Supermacht und Super-Steuerose

Seit die Schweiz ihre Sumpfe unversteuertes Vermögen trockenlegen musste, haben ausgerechnet die USA angefangen, im Trüben zu fischen. Gmäss «NZZ am Sonntag» werben US-Banken ohne rot zu werden mit Vertraulichkeit und Sicherheit in Bezug auf Bank- und Steuerdaten. 2011 liess sich US-Präsident Barack Obama von der Bankenlobby des Landes weicklopfen. Es war die Zeit, als seine Administration den Druck auf Banken hierzulande im Steuerstreit erhöhte. Fazit: Die USA haben den dadurch ins Leben gerufenen Automatischen Informationsaustausch AIA bis heute nicht unterzeichnet. (TM)



### ➤ Ausland-Ferienhäuser werden zur Hypothek

Nicht nur für Secondos könnten sich Immobilien im Ausland bald als Problem herausstellen, wie die «Sonntags-Zeitung» schreibt. Oft sind solche Häuser bei den Schweizer Steuerbehörden nicht gemeldet. Nächstes Jahr wird von der Schweiz mit 28 EU-Staaten vereinbarte Automatische Informationsaustausch (AIA) erstmals angewendet. Demnach erhält die Eidgenössische Steuerverwaltung alljährlich von den anderen Ländern Daten über ausländische Vermögenswerte von Steuerpflichtigen in der Schweiz - und zwar unaufgefordert. Das kann bei den hiesigen Steuerbehörden zu Problemen führen. Vor dem Inkrafttreten des AIA ist eine Selbstanzeige möglich, die ohne strafrechtliche Verfolgung bleibt. (TM)

## NACHRICHTEN

### KONJUNKTUR Weltmarkt hemmt Export mehr als Frankenstärke

Trotz Frankenstärke läuft es in der Schweiz wirtschaftlich verglichen mit anderen Ländern erstaunlich gut. Doch der Chef der Direktion für Arbeit, Boris Zürcher, warnt im Interview mit der «Schweiz am Sonntag»: Die Lage nach dem Frankenschock entspanne sich zwar, der Zustand der Welt- und Europakonjunktur hemme die Exporte aber mehr als der Franken. (SDA)

### ABGAS-SKANDAL Behörde gibt Umrüstung weiterer VW-Modelle frei

Volkswagen darf 460 000 weitere Fahrzeuge umrüsten, die vom Dieselskandal betroffen sind. Das Kraftfahrt-

bundesamt habe die Nachbesserungslösungen freigegeben, teilte VW am Sonntag in Wolfsburg mit. Es handle sich um Wagen mit dem kleinen 1,2-Liter-Motor. Die Halter würden nun aufgefordert, sich mit einer Werkstatt in Verbindung zu setzen. In der Schweiz sind schätzungsweise rund 180 000 Autos von Marken der Volkswagen-Gruppe mit manipulierten Dieselmotoren bestückt. (SDA)

### GELDPOLITIK Geldpolitik wirkt nur kurzfristig gegen Brexit

Die Geldpolitik kann der Wirtschaft nur kurzfristig über die Brexit-Unsicherheiten hinweghelfen, schreibt der Chefökonom der Bank of England, Andy Haldane, in der «Sunday Times». Anfang des Monats hatte die britische Notenbank mit einer Zinssenkung und einer noch grösseren

Geldflut auf die drohende Rezession reagiert. Mit 0,25 Prozent liegt das Zinsniveau nun so tief wie noch nie zuvor seit Gründung der altehrwürdigen Bank of England vor mehr als 320 Jahren. (SDA)

### TOURISMUS Schluss mit Schirmen als Platzhalter an den Stränden

Wer in Spanien seinen Sonnenschirm in den Sand pflanzt, um sich einen Platz zu sichern, riskiert, dass die Strandausrüstung konfisziert wird. Viele Behörden haben es nach einem Bericht der Zeitung «El País» vom Sonntag satt, dass Touristen an Stränden die besten Plätze reservieren, aber erst Stunden später ans Meer zurückkehren. Immer mehr Gemeinden verabschieden derzeit entsprechende Verordnungen, die unter anderem Geldstrafen vorsehen. (SDA)