

Faktencheck Crowdfunding

Author : VC

„Wir verstehen uns nicht als Konkurrenz zu Venture Capital-Investoren oder Business Angels, sondern als Ergänzung“, sagt Tamo Zwinge, Mitgründer von Companisto (www.companisto.de), eine Crowdfunding-Plattform aus Berlin, die im letzten Jahr gestartet ist. Sie gehört damit zu einer Reihe von Anbietern in Deutschland, die sich auf das Thema spezialisiert haben, darunter auch Seedmatch aus Dresden und Innovestment aus Düsseldorf. Alle haben dabei das gleiche Ziel: Sie arbeiten für mehr Demokratisierung im Finanzierungsmarkt. Dank der Plattformen kann nämlich jeder zum Kleininvestor werden und den Start-ups bereits mit wenigen Euro unter die Arme greifen. Großer Vorteil für die Investoren und Gründer: Die Plattformen senken die Transaktionskosten radikal, weil der Such-, Prüf- und Verhandlungsaufwand von Monaten auf wenige Stunden reduziert werden kann.

Harte Arbeit für die Crowd

„Damit eröffnet sich für Start-ups eine zusätzliche Finanzierungsquelle, höhere Finanzierungschancen und bessere Konditionen durch mehr Finanzierungswettbewerb und Transparenz“, sagt Oliver Beste, einstiger Gründer von myToys und jetziger Geschäftsführer des Bildungsboxversenders Tollabox.de. Das noch junge Start-up hat selbst positive Erfahrung mit der Schwarmfinanzierung gemacht. Innerhalb weniger Tage konnte Beste über die Plattform Seedmatch 600.000 EUR für weitere Investitionen in Tollabox einsammeln. Doch was zunächst so einfach und lukrativ klingt, ist am Anfang jedoch eines: harte Arbeit! Die Vorbereitungen auf die Funding-Runde sind nämlich nicht zu unterschätzen. „Das Schreiben des Businessplans, die Offenlegung der Finanzen, der Dialog mit den Controllern der Crowdfunding-Plattform, das Verhandeln der Verträge und das Erstellen des Videos hat mich zwölf Wochen gekostet“, sagt Beste.

Ab in die Prüfungs-Pipeline

Crowdfunding – so funktioniert's

Crowdfunding-Plattformen bieten Start-ups die Möglichkeit, sich und ihr Geschäftsmodell der Öffentlichkeit zu präsentieren. Neben Informationen zum Businessplan, zum Team und zur Finanzierung legen die jungen Unternehmen auch ihren Kapitalbedarf offen. Interessierte Anleger können dann innerhalb einer gewissen Zeitspanne in das Unternehmen investieren, und zwar über verschiedene Wege. Bei Innovestment werden beispielsweise stille Beteiligungen vermittelt. Via Companisto und Seedmatch reichen die Anleger partiarische Darlehen aus, also Darlehen mit gewinnabhängiger Verzinsung. Das Kapital ist nach einer vertraglich vereinbarten Zeit kündbar. Einen neuen Weg beschreitet zurzeit die Plattform BergStart: Hier können Aktien geschnitten werden, der Anleger wird also echter Teilhaber am Start-up. Die Aktien werden hinterher auf der Plattform gehandelt, sodass die Investoren täglich auch wieder aussteigen können.

Und bei all der Mühe ist der Erfolg nicht garantiert. „Wir erhalten rund 700 Bewerbungen im Jahr, da müssen wir stark selektieren“, sagt Zwinge von Companisto. „Nur wenige schaffen es letztendlich, von uns ausgewählt zu werden.“ Wer das schafft, gerät in die Prüfungs-Pipeline. Nach einer schriftlichen Bewerbung überprüfen die Betreiber der Crowdfunding-Plattformen die Wirtschaftlichkeit und das Alleinstellungsmerkmal der Bewerber. „Darin unterscheiden wir uns nicht von klassischen Venture Capital-Investoren“, sagt Zwinge. Auch das richtige Gründungsteam sei wichtig für die Entscheidung für oder gegen eine Finanzierungsrunde. Erfahrungsgemäß haben vor allem Start-ups mit einem einfachen Geschäftsmodell Chancen, notwendiges Kapital über die Crowd einzusammeln. Eine Einschätzung, die auch Beste teilt: „Es hilft sehr, das Geschäftsmodell und die Erfolgsaussichten einfach und überzeugend erklären zu können und den Bauch des Crowdfunders anzusprechen.“

Investoren als Markenbotschafter

Denn neben einer vorher definierten Geldsumme bietet Crowdfunding den Start-ups vor allem eines: große Aufmerksamkeit. Die Kleininvestoren werden zu Markenbotschaftern. Ein Argument, das überzeugt. Jeder Anleger hat großes Interesse daran, das Unternehmen erfolgreich zu machen – es steckt ja immerhin sein Geld darin. „Nichts funktioniert besser als Mundpropaganda“, sagt Zwinge. Teure Mund-zu-Mund-Kampagnen, die Marketingabteilung großer Konzerne sonst einkaufen müssen, werden hier quasi auf dem Silbertablett mitgeliefert.

PR und Feedback

Zudem erfahren hoch dotierte Start-ups, die über die Crowd finanziert werden, sogar kostenlose PR. Aufmerksame Journalisten werden hellhörig, wenn es einem noch jungen Unternehmen gelingt, die Massen zu begeistern und Geldbörsen zu öffnen. Und auch die Plattformen ihrerseits werden jedes erfolgreich investierte Unternehmen für die eigene Pressearbeit verwenden. „Diese Unternehmen sind schließlich unsere Visitenkarte“, bestätigt Zwinge. Weiterer Vorteil: Die Gründer können sich auf einen direkten Dialog mit den Anlegern verlassen. Was anstrengend sein kann, schärft aber auch immer wieder den Blick aufs eigene Unternehmen. „Gute Fragen des Kleinanleger schärfen das eigene Bewusstsein“, sagt auch Beste, der zeitweise täglich in Mail-Kontakt mit den Privatanlegern stand.

Die Crowd als Allheilmittel?

Dennoch: Vor jeder möglichen Finanzierungsrunde sollte sich jedes Gründungsteam sehr genau überlegen: Profitiert mein eigenes Unternehmen eigentlich von dem Multiplikatoreffekt? Ist Wachstum nicht auch aus eigener Kraft möglich? Insbesondere junge Start-ups, die in der Nische erfolgreich werden wollen, ist mit einer Schwarmfinanzierung nicht immer geholfen. Ihre Zielgruppe ist in der Regel zu eng gefasst, als dass sie von den Investoren als Markenbotschafter profitieren würden. Und das aus einem sehr simplen Grund: Ihr Produkt wird von der breiten Masse einfach nicht verstanden – oder schlichtweg nicht benötigt. Außerdem besteht teilweise noch ein anderes Problem, auch wenn mittlerweile viel Bewegung in der Szene ist: Bislang war es nicht immer uneingeschränkt möglich, Folgefinanzierungen zu erhalten. Verträge mit den Crowdinvestoren müssen daher so formuliert sein, dass auch ein möglicher Venture Capital-Investor nicht gleich sein Interesse an einer Investition verliert.

Fazit:

Crowdfunding mausert sich zu einer echten Alternative für die Start-up-Finanzierung. Zwar eignet sich das Modell nicht für jeden, doch können gerade B2C-Geschäftsmodelle vom Multiplikatoreffekt profitieren. Vorsicht ist jedoch bei der Auswahl der Plattform geboten: Start-ups sollten genau überlegen, welche Art der Finanzierung für sie die richtige ist.

Eine Übersicht über Crowdfunding-Plattformen in der DACH-Region finden Sie [im Special Start-up 2014](#).