



## SMART MONEY: CROWDFUNDING ALS FINANZIERUNGSFORM

Lesedauer: 6 Minuten

**Sowohl kommerzielle Start-ups als auch soziale Projekte und Organisationen nutzen es. Für Stiftungen bietet es in verschiedenen Konstellationen neue Ansätze. Die Rede ist von Crowdfunding. Dieser *aspekte*-Beitrag diskutiert die verschiedenen Formen und Potenziale der aufstrebenden Finanzierungsmöglichkeit.**

Auch wenn die Wurzeln bis in das Jahr 1885 zurückreichen,<sup>1</sup> gilt Crowdfunding als „neue“ Finanzierungsmöglichkeit. In Deutschland wurde das Volumen für das Jahr 2016 zwischen 150 und 200 Mio. € geschätzt (bei einer jährlichen Wachstumsrate von bis zu 170%).<sup>2</sup> Weltweit zeigt sich mit einem Volumen von 34,4 Mrd. US-Dollar im Jahr 2015 eine ähnliche Wachstumsdynamik. Crowdfunding wird hauptsächlich von Gründern, Start-ups sowie gemeinnützigen Projekten genutzt.

*»In den letzten Jahren wurden in Deutschland und weltweit stetig hohe Wachstumsraten zwischen 100 und 200% verzeichnet.«*

### Was ist und in welchen Formen existiert Crowdfunding?

Beim Crowdfunding (dt. Schwarmfinanzierung) wird zur Finanzierung eines bestimmten Vorhabens eine Vielzahl an Anlegern (*Crowd*) über spezielle Internetplattformen gewonnen. Häufig existiert eine im Vorhinein festgelegte Mindestsumme, die in einem gegebenen Zeitraum erreicht werden muss, damit es zur Realisation des Projekts kommt. Bei Erreichen des Betrags erhalten die Geldgeber in der Regel eine (nicht-)monetäre Gegenleistung. Andernfalls erhalten sie ihr Geld zurück. Die Anbieter der Crowdfunding-Plattformen verlangen bei erfolgreicher Finanzierung meist eine Gebühr prozentual zum Finanzierungsziel. Die Beiträge der Geldgeber haben zumeist eine sehr kleine Größenordnung (auch im unteren zweistelligen oder sogar einstelligen Bereich). Sowohl die Größe des Finanzierungsziels mit max. 2,5 Mio. € als auch die Größe der einzelnen Beiträge mit max. 10.000 € sind regulativ in Deutschland beschränkt. Somit ist es nachvollziehbar, warum bisher kleinvolumige Vorhaben die Branche dominieren und institutionelle Investoren wie Family Offices sich eher zurückhalten.<sup>3</sup> Es lassen sich vier Formen des Crowdfundings unterscheiden:

---

In *aspekte* bereiten die Wealth-Management-Kompetenzzentren gemeinsam mit Netzwerkpartnern Themen auf, die für Sie relevant sind. Autoren dieses Beitrages sind Stefan Duus, stv. Leiter des Kompetenzzentrums Stiftungen und Jan Morgenstern, Wealth Management Berenberg.

[www.berenberg.de/stiftungen](http://www.berenberg.de/stiftungen)

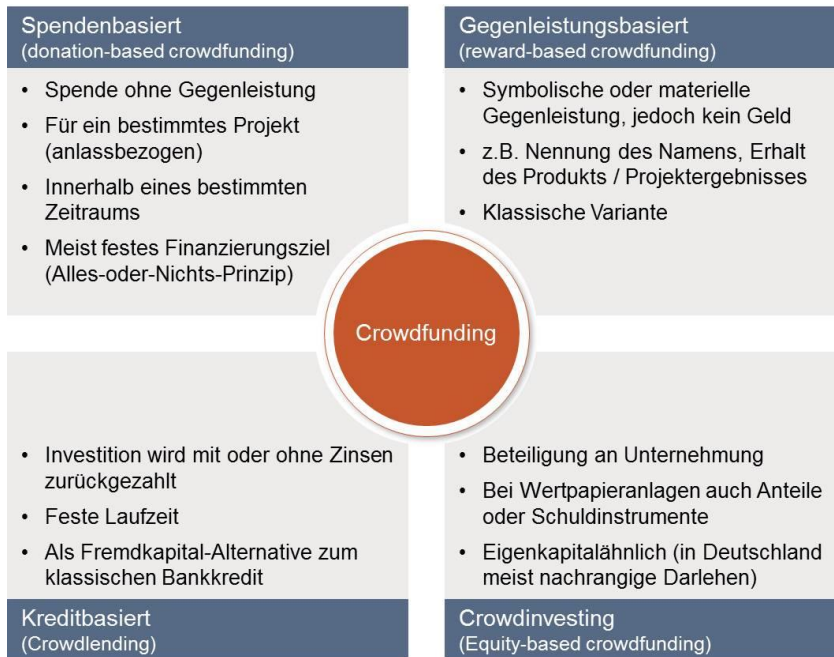
<sup>1</sup> 1885 fand die wohl erste Aktion, die heute als Crowdfunding-Kampagne betitelt würde, statt, um den Sockel der Freiheitsstatue zu finanzieren (BBC, 2013).

<sup>2</sup> Statista (2018a), crowdfunding.de (2018a)

<sup>3</sup> Flicke (2017)



## Formen des Crowdfundings



Quelle: Eigene Darstellung (BaFin, 2018; crowdfunding.de, 2018b)

*Übersicht der Plattformen*  
<https://www.crowdfunding.de/plattformen/>

Es ist zu beachten, dass viele Crowdfunding-Plattformen so gestaltet sind, dass sie keine Erlaubnis der BaFin benötigen und somit auch nicht überwacht werden. Sie gehören daher zum „Grauen Kapitalmarkt“. Zudem ist jegliche Investition nicht abgesichert, sodass es zum Totalverlust kommen kann.<sup>4</sup>

### Welche Potenziale bietet es?

Crowdfunding bietet als Finanzierungsmöglichkeit verschiedene Vorteile für Stiftungen im Rahmen ihrer Fundraisingtätigkeiten – aber auch mit Blick auf die gesellschaftliche Wirkung:

1	<b>Wirkungsorientierte Förderung:</b>	Identifikation und Förderung von besonders innovativen und/oder gesellschaftlich anerkannten Ideen
2	<b>Hebelwirkung:</b>	Kombination von Stiftungsförderung und Crowdfunding zur Budgeterhöhung
3	<b>Gemeinwohl &amp; Digitalisierung:</b>	Mitgestaltung des digitalen Wandels im gemeinnützigen Sektor
4	<b>Wettbewerbe:</b>	Auszeichnung guter Ideen durch Wettbewerbe zu spezifischen Themen
5	<b>Engagement &amp; Teilhabe:</b>	Ermöglichung und Förderung der Teilhabe aller Bürger

Quelle: Eigene Darstellung nach Startnext (2018)

<sup>4</sup> Für weitere Hinweise s. BaFin (2018)



### Crowdfunding als Marketing-Tool

Der jedoch wohl meist unterschätzte Faktor ist der Marketing-Effekt, der sich mit jeder Kampagne auf einer Plattform einstellt. Schließlich wird im Rahmen der Kampagne das Vorhaben der allgemeinen Öffentlichkeit vorgestellt und ein steter Dialog mit der Crowd, interessierten Geldgebern und eventuell auch der potenziellen Zielgruppe hergestellt. Nicht nur so kann ein besseres Verständnis der Zielgruppe gewonnen, sondern die Crowd kann anhand von sozialen Medien als Multiplikator gezielt genutzt werden. Idealerweise wird die Crowd somit Teil des Projektes und eine emotionale Bindung wird geschaffen. Da Marketing gleichzeitig einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren für die Crowdfunding-Kampagne selbst ist, kann die z.B. durch soziale Medien oder Pressearbeit geschaffene Aufmerksamkeit einen doppelten Effekt haben: die Gewinnung von Geldgebern sowie das Sichtbarmachen der eigenen Arbeit bzw. unterstützungswerter Projekte. Bei der Kampagne ist stets zu berücksichtigen, was das Ziel der jeweiligen Crowd ist. Während bei spendenbasiertem Crowdfunding das Unterstützen im Vordergrund steht, ist es bei dem gegenstandsbasierten Crowdfunding eher das Haben – z.B. eines bestimmten Produkts. Beim Crowdinvesting sowie -lending liegt der Fokus der Geldgeber auch auf dem Verdienen.<sup>5</sup>

*Crowdfunding als Multiplikator*

### Fazit

Crowdfunding als Instrument des Fundraisings und der Öffentlichkeitsarbeit eröffnet neue Möglichkeiten zur Förderung von (innovativen) Projekten und zur Identifikation gesellschaftlichen Bedarfes. Denn sollten genügend Unterstützer für das eigene Crowdfunding-Projekt gefunden werden, kann davon ausgegangen werden, dass entsprechender gesellschaftlicher Bedarf besser identifiziert und gedeckt wurde als bei klassischen Finanzierungsformen.

Gleichzeitig bietet Crowdfunding nicht nur einen weiteren Kanal für das Fundraising sondern auch für die Anlage des eigenen Vermögens bzw. der eigenen Projektmittel im Sinne des Impact Investings, sodass eine Stiftung als sozialer Investor Teil einer Crowd wird.

---

<sup>5</sup> Eine Übersicht mit weiteren Hinweisen findet sich im Crowdfunding-Kompass: <https://www.crowdfunding.de/crowdfunding-kompass/>.



## Literatur

- BaFin (2018). Crowdfunding und der graue Kapitalmarkt.
- BBC (2013). The Statue of Liberty and America's crowdfunding pioneer.  
In: BBC Magazine, 25. April 2013, online:  
<https://www.bbc.com/news/magazine-21932675>
- Crowdfunding.de (2018a). Crowdinvest Marktreport 2017 Deutschland.  
Michel Harms (Hrsg.), Berlin.
- Crowdfunding.de (2018b). Was ist Crowdfunding? Definition & Erklärung.  
Online: <https://www.crowdfunding.de/was-ist-crowdfunding/>
- Flicke, F. (2017). Schwarmfinanzierung. Die Masse macht's. In: Handelsblatt, 17.11.2017,  
online: <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/leasing/schwarmfinanzierung-die-masse-machts/20576212-all.html>
- Startplatz (2018). Crowdfunding I – Begriff und Grundlagen. Online:  
<https://www.startplatz.de/startup-wiki/crowdfunding/>
- Statista (2018a). Crowd-Finanzierungsvolumen in Deutschland im Jahr 2016 nach Segmenten.  
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/631225/umfrage/crowdfinanzierungsvolumen-in-deutschland-nach-segmenten/> (letzter Zugriff: 24.07.2018).
- Statista (2018b). Weltweit durch Crowdfunding eingesammeltes Kapital von 2011 bis 2015. Online: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/258199/umfrage/weltweit-durch-crowdfunding-ingesammeltes-kapital/>

Bei diesem Dokument handelt es sich um eine Werbemitteilung der Joh. Berenberg, Gossler & Co. KG. Die gemachten Angaben wurden nicht durch eine außenstehende Partei geprüft. Alle Aussagen basieren auf allgemein zugänglichen Quellen. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit sämtlicher Angaben übernehmen wir keine Gewähr. Wir weisen ausdrücklich auf den angegebenen Bearbeitungsstand hin. Angaben können sich durch Zeitablauf und/oder infolge gesetzlicher, politischer, wirtschaftlicher oder anderer Änderungen als nicht mehr zutreffend erweisen.

Zur Erklärung verwendeter Fachbegriffe steht Ihnen auf [www.berenberg.de/glossar](http://www.berenberg.de/glossar) ein Online-Glossar zur Verfügung. Die gewerbliche Nutzung in Form eines Nachdrucks, der – auch teilweisen – Vervielfältigung sowie der Weitergabe des Beitrages ist ohne unsere ausdrückliche schriftliche Genehmigung nicht gestattet.

Joh. Berenberg, Gossler & Co. KG  
Neuer Jungfernstieg 20  
20354 Hamburg  
Telefon +49 40 350 60-0  
Telefax +49 40 350 60-900  
[www.berenberg.de](http://www.berenberg.de)  
[info@berenberg.de](mailto:info@berenberg.de)