

Mit der „Crowd“ zur Finanzierung

KONZEPTE Crowdfunding und Crowdfunding: Was verbirgt sich hinter diesen alternativen Modellen / Für Jungunternehmer interessant

Von Henning Irek

ALSFELD. Der Ursprung liegt in Amerika. 2003 wurde dort die erste Internetplattform gegründet, die sich dem sogenannten „Crowdfunding“ widmete. Die Idee dahinter ist, dass viele User über das Internet erreicht werden, die sogenannte „crowd“, um eine Geschäftsidee von Unternehmen oder künstlerische Projekte zu unterstützen.

Und zwar nicht nur ideell, sondern mit Geld, in einer Höhe, die sie selbst bestimmen. Was vor 13 Jahren in den USA seinen Anfang nahm, ist inzwischen auch in Deutschland angekommen, wenn auch noch ausbaufähig. „In Amerika wissen 100 Prozent, was Crowdfunding ist, in Deutschland haben etwa 60 Prozent schon mal etwas davon gehört und 30 Prozent wissen was es ist“, beschreibt Prof. Dr. Monika Schuhmacher, Professorin für Technologie-, Innovations-, Gründungsmanagement an der Justus-Liebig-Universität Gießen, in einem Gespräch mit unserer Zeitung.

Wobei dieser Prozentsatz in Alsfeld und Umgebung höher sein dürfte, schließlich gibt es

das Crowdfunding der VR Bank, mit der das Geldhaus Vereine und gemeinnützige Projekte unterstützt. Inzwischen haben aber auch Unternehmer und Gründer in Deutschland die Chancen von „Crowdfunding“ und seinen Varianten entdeckt.

Bei „Crowdfunding“ und „Crowdfunding“ suchen auch schon alteingesessene Unternehmen neuen Finanzierungsmöglichkeiten für Projekte und Investitionen. Dabei erhalten die Geldgeber allerdings im Gegensatz zum klassischen Crowdfunding eine Gegenleistung in Form einer verzinsten Rückzahlung des eingesetzten Kapitals oder als stiller Teilhaber. Wobei auch diese Finanzierungsmodelle, aus Sicht von Unternehmensberater Holger Feick in Zukunft nicht die klassischen Banken ablösen werden. „Mischfinanzierungen werden der Standard werden, um Gesamtfinanzierungen zu sichern“, ist er sich aber mit Blick in die Zukunft sicher. Er selbst begleitet derzeit einen Unternehmer aus der Region bei seiner Suche nach Geldgebern nach diesem Modell, da „die Banken nicht die komplette Summe aufbringen wollten“.

Für Professorin Schuhmacher können sich Finanzierungen durch Banken oder Varianten von Crowdfunding durchaus ergänzen. „Sie machen zu unterschiedlichen Zeitpunkten Sinn.“

Je nachdem ob ein Start-Up noch in

der Gründungsphase oder schon etablierter sei. Es liege aber auch an der Mentalität der Gründer, welche Form der Finanzierung gewählt wird.

„Oft werden Start-Ups erst einmal nebenbei gegründet, da ist für Gründer ein Bankkredit eine weniger attraktive Finanzierungsform“, meint sie auch mit Blick auf viele Jungunternehmer, die aus dem studentischen Umfeld entstammen. Auch deshalb gibt es erste Gedanken an der Justus-Liebig-Universität, eine eigene Crowdfunding-Plattform zu entwickeln. Wobei Schuhmacher bei vielen jungen Gründern durchaus auch eine bewusste Entscheidung gegen die Banken und für die Finanzierung durch viele beobachtet. Während das klassische Crowdfunding-Modell bei jungen Gründern eine interessante Finanzierungsoption sei, komme das Crowdfunding oder Crowdfunding in diesem Bereich sehr selten vor.

Noch sei auch die Gründung von Unternehmen auf Basis des Crowdfunding im Bereich der IHK Gießen-Friedberg eher die Ausnahme. Freya Ruth, Stellvertretende Leiterin des Geschäftsbereiches Existenzgründung der Industrie- und Handelskammer sieht hier durchaus Nachholbedarf. Nicht zuletzt deswegen war die IHK Kooperationspartner des ersten hessischen Crowd-Days in Friedberg, bei dem In-

teressenten und erfolgreiche Gründern zusammenkamen. Aber auch eine Ausbildung zum Crowdfunding-Manager bietet die IHK inzwischen an.

„Der richtet sich an Berater und Gründer, damit sie eine systematische Herangehensweise an dieses Thema erhalten können.“ Allerdings zeige ihre Erfahrung, dass es, „wenn das drum herum beim Gründer stimmt, es keine Probleme gibt“. So sei auch die IHK durchaus daran interessiert, dass bei Gesprächen über Unternehmen aus der Region, die mit dem Thema Crowdfunding erfolgreich waren, mehr Namen fallen, als der von Christoph Seipp, der mit „My Kolter“ inzwischen Decken mit lokalen Motiven in ganz Deutschland vertreibt.

An diesem Beispiel zeigt sich für Prof. Dr. Schuhmacher ein weiterer Vorteil des Crowdfunding. Erst wenn sich genügend Interessenten für eine Idee fänden, werde dies auch tatsächlich hergestellt. So sei das Crowdfunding auch „ein guter Markttest, denn es wird schnell klar, ob sich viele für eine Idee oder ein Produkt interessieren.“ Um das erreichen zu

können, rät Prof. Dr. Schuhmacher, die Produktidee so simpel wie

CROWDFUNDING

Crowdfunding, von englisch crowd für ‚(Menschen-)Menge‘, und funding für ‚Finanzierung‘, deutsch auch Schwarmfinanzierung, ist eine Art der Finanzierung. Mit dieser Methode der Geldbeschaffung lassen sich Projekte, Produkte, die Umsetzung von Geschäftsideen und vieles andere mit Eigenkapital versorgen. Eine so finanzierte Unternehmung und ihr Ablauf werden auch als eine Aktion bezeichnet. Ihre Kapitalgeber sind eine Vielzahl von Personen – in aller Regel bestehend aus Internetnutzern, da zum Crowdfunding meist im World Wide Web aufgerufen wird. (Quelle: Wikipedia)

möglich auf den Plattformen darzustellen und ebenso klar wie einfach in einem Video zu präsentieren und zu kommunizieren. Da auf den Plattformen im Vorhinein festgelegt werden muss, in welchem Zeitraum ein bestimmter Geldbetrag zusammengekommen sein muss. „Man muss die Menschen schnell begeistern und darf keine Angst vor dem Scheitern haben.“



Kenner der Crowd-Funding-Idee (von links) Professorin Monika Schuhmacher, Holger Feick und Freya Ruth.

Foto: Irek