

Crowdfunding

Grundlagen und Strategien für Kapitalsuchende und Geldgeber

von
Ilona Orthwein

1. Auflage

Diplomica Verlag 2014

Verlag C.H. Beck im Internet:
www.beck.de

ISBN 978 3 95485 102 7

Leseprobe

Textprobe:

Die Ressourcen der Masse nutzen: Crowdsourcing:

Die Potenziale der Crowd lassen sich mit Hilfe von modernen Technologien als 'Quelle' (engl. Source) erschließen, die vielfältig nutzbar gemacht werden kann. Sie können beispielsweise der Wissensgewinnung dienen oder kreative Prozesse anschieben. Sie können Unternehmen wertvolle Informationen liefern, und sie können ebenso gut die politische Willensbildung beeinflussen. Solche interaktiven Vorgänge werden als Crowdsourcing bezeichnet. Beispiele für gelungenes Crowdsourcing finden sich u. a. in der Astrophysik. Hobby-Astronomen haben in diesem Bereich schon immer wichtige Ergänzungen zur professionellen Forschung geleistet. Jetzt können sie sich dank neuer Medien untereinander und mit Wissenschaftsprofis wesentlich besser austauschen. Auf der re:publica 2013 in Berlin berichtete die südafrikanische Astrophysikerin Carolina Ödman-Govender über ihre bisherigen Erfolge durch Crowdsourcing. Die Zukunft der Naturwissenschaften liegt ihrer Meinung nach im erfolgreichen Zusammenwirken in der Crowd.

Die Potenziale der Crowd nutzen längst auch Unternehmen. Konsumenten sind im Internetzeitalter zu 'Prosumenten' geworden, die aktiv in wirtschaftliche Vorgänge eingreifen können, Meinungen und Wertungen abgeben, traditionelle Wertschöpfungsketten und Märkte verändern. Dies haben die Verfasser des 'Cluetrain Manifests' schon 1999 vorausgesehen: 'Vernetzte Märkte beginnen sich schneller selbst zu organisieren als die Unternehmen, die sie traditionell beliefert haben. Mit Hilfe des Webs werden Märkte besser informiert, intelligenter und fordernder.'

Inzwischen gibt es eine Reihe von Beispielen, die belegen, welche Macht die Crowd hat. Sogenannte 'Shitstorms' legten bereits verschiedene Internetseiten von Großunternehmen lahm, wie 2010 im Falle von Nestlé, und schädigten, deren Ruf nachhaltig. Auch Politiker und andere Personen des öffentlichen Lebens stehen zuweilen unter Beschuss. Enthüllungen von Plagiaten in Doktorarbeiten bekannter Persönlichkeiten, wie im GuttenPlagWiki sind Crowdsourcing-Beispiele der besonderen Art. Derart umfangreichen Enthüllungen in so kurzer Zeit wären ohne eine Kollaboration in der Crowd nicht denkbar.

Aber nicht nur Informationen können auf Basis der neuen Technologien ausgetauscht, gebündelt und weitergeleitet werden. Auch materielle Güter lassen teilen. 'Sharing Economy' heißt das Schlagwort. Gemeint ist damit eine gemeinschaftliche Nutzung von materiellen Ressourcen. Unter dem Begriff 'Collaborative Consumption' gilt diese Bewegung inzwischen als weltweiter Trend. In der Crowd werden die verschiedensten Dinge, nach dem Motto 'Zugang statt Besitz', getauscht, geteilt, gemeinsam genutzt: PKWs ebenso wie Fremdenzimmer, Lebensmittel genauso wie exklusive Designermode - wer teilt, schont den eigenen Geldbeutel und hat letztlich mehr. Dabei bezieht sich dieser Mehrwert nicht nur auf das Materielle, sondern hat durchaus soziale Komponenten. So werben Sharing-Portale mit der Chance, beim Teilen nette Leute kennenzulernen und gemeinsam mehr zu erleben.

CROWDSOURCING bezeichnet also allgemein die Wertschöpfungsform, welche sich die in der Masse verborgenden Kenntnisse, Fähigkeiten und anderen Ressourcen gezielt nutzbar macht. Unterkategorien sind:

CROWDCREATION:

Hier geht es darum, die Crowd für schöpferische Prozesse zu nutzen und gemeinschaftlich an Ideen, Designs und Konzepten zu einem bestimmten Thema zu arbeiten.

CROWDVOTING:

Hier wird die Crowd zum Abgeben von Bewertungen, Meinungen oder Empfehlungen aufgerufen.

CROWDSHARING:

Bezeichnet das Teilen bzw. gemeinschaftliche Nutzen von materiellen Ressourcen in der Crowd. Häufig wird auch von 'Sharing Economy' oder 'Collaborative Consumption' gesprochen.

CROWDFUNDING:

Das Kernthema dieser Publikation beschreibt das Crowdsourcing auf der monetären Ebene. Einem Aufruf (im Internet) folgend, geben Einzelne überschaubare Beträge und bringen zusammen große Summen auf.

Die Unterformen von Crowdfunding sind:

CROWDINVESTING:

Hier geht es um mittel- bis langfristige Kapitalbeteiligungen oder Darlehen aus der Crowd. Im Fokus stehen vor allem (junge) Unternehmen und Kapitalbeträge von 25.000 Euro bis mehreren Millionen Euro.

CROWDLENDING:

Dabei geht es um eine kurzzeitige Geldleihe (max. fünf Jahre) von Beträgen bis max. 25.000 Euro 'von Mensch zu Mensch'. Man spricht darum auch von 'Peer-to-Peer (P2P) Lending' oder Social Lending. Darlehensnehmer können Privatpersonen und Unternehmen sein.

CROWDDONATING:

Hier ist die Basis eine freiwillige Geldspende für die dem Spender keine materielle Gegenleistung in Aussicht gestellt wird, sondern die der Erreichung eines vom Spender als wichtig angesehenen Ziels. Typische Beispiele für Crowddonating finden wir im Fundraising gemeinnütziger Einrichtungen ebenso wie bei der finanziellen Unterstützung von Open-Source-Software-Entwicklungen, Projekten wie Wikipedia oder den 'donation campaigns' von US-Politikern. US-Präsident Obama gilt dabei als Vorreiter in der erfolgreichen Einbindung sozialer Internetmedien für diesen Zweck in seinem 1. Wahlkampf 2008.

CROWDSPONSORING:

Wie im Sponsoring üblich, erhält hier der Geldgeber eine verabredete (geldwerte) Gegenleistung für seine Geldspende. Dabei kann es sich um die öffentliche Nennung seines Namen im Zusammenhang mit dem geförderten Projekt handeln oder um Artikel, deren Zustandekommen durch das Sponsoring möglich gemacht wurde. Auch andere geldwerte Leistungen, wie langfristige kostenfreie Nutzungsrechte, Rabatte sind hier verbreitet. Der Begriff Crowdsponsoring wird in Deutschland kaum genutzt, verbirgt sich aber hinter dem Finanzierungsverfahren, was landläufig mit 'Crowdfunding' bei uns bezeichnet wird.

Crowdfunding - ein komplexer Begriff:

Vor dem Hintergrund von Banken- und Staatsschuldenkrisen zeichnet sich seit etwa zehn Jahren am Finanzmarkt eine neue 'Graswurzelbewegung' ab: Unternehmen und Organisationen, die dem bestehenden Finanzsystem scheinbar den Kampf angesagt haben. Sie setzen auf Transparenz, Eigenverantwortung, die Funktionalität neuer Medien - und die finanziellen Ressourcen der Crowd. Die hehren Ansprüche dahinter sind: Gute Ideen und sinnvolle Projekte sollen nicht an mangelndem Geld oder restriktiver Vergabepaxis von Banken und öffentlicher Hand scheitern; Sparer und Spender sollen sicher sein können, wohin ihr Geld geht, Investitionskapital soll sinnvoll eingesetzt werden.

So haben sich unter der Bezeichnung 'Crowdfunding' verschiedene, teilweise nur schwer gegeneinander abzugrenzende Finanzierungsmodelle etabliert. Wie schon erwähnt, ist Crowdfunding im Prinzip der Oberbegriff für alles ist, was sich an Crowdsourcing auf der monetären Ebene erfassen lässt. Es beschreibt eine kollektive Finanzierung (engl. 'funding') über das Internet auf Basis von relativ kleinen Einzelbeträgen, sagt aber noch nichts über die genaue Modalitäten aus.