



Schwarmfinanzierte Hotelanlage
Weissenhaus an der Ostsee

Explodierende Kätzchen

Finanzen Selbst für ausgefallene Geschäftsideen können junge Unternehmen im Internet Geld einsammeln: Crowdfunding verspricht den Anlegern hohe Renditen, aber es birgt auch Risiken.

Nun hat Falk Wolsky, Geschäftsführer des Start-ups Vibewrite, auch noch Ärger mit der Staatsanwaltschaft München. Die Ermittler prüfen eine Anzeige wegen Insolvenzverschleppung gegen den Gründer, der mit einem neuartigen, vibrierenden Lernstift einst die Bildungsbranche revolutionieren wollte.

Ein halbes Jahr lang hatte Wolsky für mindestens einen seiner Mitarbeiter keine Krankenkassenbeiträge gezahlt. Erst zwei Monate später, im Dezember 2014, gestand er seine Zahlungsunfähigkeit ein und meldete Insolvenz an. Über eine halbe Million Euro hatte Vibewrite zuvor innerhalb kurzer Zeit verbrannt; das Geld von 550 Kleinanlegern, sogenannten Schwarminvestoren, eingesammelt in einer groß angelegten Kampagne im Internet.

Die Insolvenz von Vibewrite ist die bislang größte Pleite in der deutschen Crowdfunding-Landschaft. Und sie wirft kein gutes Licht auf die noch junge Branche.

Das Geld des Investorenschwarms, bis zu 10 000 Euro pro Anleger, ist aller Voraussicht nach vollständig verloren. Doch nicht nur das empört die Betroffenen. Im Netz machen sie ihrer Wut darüber Luft, dass Vibewrite erst im September 2014 die letzte Tranche der Schwarmfinanzierung kassierte und nach der Insolvenz wochenlang nichts von sich hören ließ.

Er habe zu stark auf die Macht des Schwarms gesetzt, sagt Wolsky. Er habe fest damit gerechnet, eine Dreiviertelmillion Euro über die Crowdfunding-Kampagne einzunehmen. Als die Summe mit

560 000 Euro deutlich niedriger ausfiel, geriet das Start-up ins Straucheln.

Die Pleite wirft die Frage auf, ob Crowdfunding, eben noch als Alternative zu Bankkrediten und Wagniskapital gefeiert, die hohen Erwartungen erfüllen kann. Ob es tatsächlich eine nachhaltige Unternehmensfinanzierung ermöglicht. Und nicht zuletzt, ob die schwarmfinanzierten Projekte den Anlegern die versprochenen Renditen liefern.

Der Fall trifft die Branche zu einem heiklen Zeitpunkt. Die Bundesregierung will den grauen Kapitalmarkt stärker regulieren – und die Finanzierung über das Netz gleich mit. Start-ups und Plattformen fürchten, dass zu strenge Vorgaben die Crowdfunding-Branche ersticken, noch bevor sie ihr Potenzial entfaltet hat.

Ausgelöst haben den Boom der Schwarmfinanzierung amerikanische Plattformen, allen voran Kickstarter. So kuriose Ideen wie eine Kühltruhe mit integriertem Lautsprecher erhielten dort Millionensummen. Jüngst akquirierten die Macher eines Kartenspiels, bedruckt mit explodierenden Kätzchen, knapp neun Millionen Dollar. Bis heute ist Kickstarter eine Sammelstelle für innovative wie abseitige Geschäftsideen. Die Geldgeber erhalten eine ideelle oder materielle Gegenleistung, beispielsweise das fertige Produkt.

Anders ist das beim renditeorientierten Crowdfunding, wo die Anleger Unternehmen ein Darlehen gewähren und im Gegenzug einen schmalen Zinssatz sowie eine Gewinn- oder Verkaufsbeteiligung erhalten. Das verwandte Crowdlending verzichtet zugunsten einer Festverzinsung auf eine Gewinnausschüttung.

Im Vergleich zu klassischen Bankkrediten ist die Bedeutung der Schwarmfinanzierung zwar gering. Laut einer Analyse der Deutschen Bank sammelten Crowdfunding-Projekte 2013 nicht einmal ein Prozent dessen ein, was Banken in diesem Zeitraum als Kredite an Unternehmen und Selbstständige vergaben.

Aber die Wachstumsraten sind enorm: Einer Studie der Universität Cambridge zufolge sammelten deutsche Unternehmen im vergangenen Jahr 53 Millionen Euro per Crowdfunding und Co. ein, 2013 war es noch weniger als die Hälfte, 2012 ein Sechstel der Summe.

Längst tummeln sich auf den Plattformen der Branche nicht nur klassische Start-ups. So können Anleger einem Fitnessstudio eine neue Außenbeleuchtung finanzieren, einen Teil der eingesparten Energiekosten erhalten sie als feste Rendite. Auch das Investment in ein Portfolio aus diversen Smartphone-Spielen ist möglich, ebenso ein Darlehen für eine Naturkosmetikfirma.

Dass mitunter auch solche Firmen auf das Geld des Schwarms bauen, die anderswo keine Finanzierung aufgetrieben haben, zeigt das Beispiel der Liefer-App Algel. Nachdem das Start-up nach eigenen Angaben von drei Crowdfunding-Seiten abgelehnt wurde, setzten die Gründer zur Kapitalakquise kurzerhand ihre eigene Plattform auf.

Auch traditionelle Branchen wie die Immobilienwirtschaft hat der Boom der alternativen Finanzierung mittlerweile erfasst. Bis Ende März konnten zahlungskräftige Privatleute bei einer Luxusimmobilie an der Ostsee einsteigen. Das Fünfsternerhotel Weissenhaus südwestlich von Fehmarn hat innerhalb eines Dreivierteljahrs 7,5 Millionen Euro eingesammelt, so viel wie kein deutsches Crowdfunding-Projekt zuvor.

Der Millionär und ehemalige AOL-Manager Jan Henric Buettner hat aus dem

verfallenen Landgut einer norddeutschen Adelsfamilie ein Feriendorf für Reiche gemacht. Die Zimmer sind in einem Herrenhaus untergebracht, rundherum liegen rote Backsteinhäuschen. Preis für die „Gräfliche Suite“: 1300 Euro aufwärts pro Nacht. Dafür gibt es einen Kinosaal und eine Kammer mit künstlichem Schnee zur Abkühlung nach dem Saunagang. Das Areal ist so weitläufig, dass die Hotelangestellten es in einem Golfcaddy durchqueren.

75 Millionen Euro haben Kauf und Umbau gekostet, der Großteil stammt aus Buettners Privatvermögen. Die Schwarmfinanzierung ermöglicht einen weiteren Ausbau des Geländes. „Das Crowdfunding hat uns ein Stück unabhängiger von Banken gemacht“, sagt Geschäftsführer Gerald Henningsen. Darüber hinaus habe die Kampagne Weissenhaus zu mehr Bekanntheit verholfen – nicht unerheblich für ein Hotel, das sich erst einen Namen in der Branche machen muss.

Weil das Haus kurz davor stehe, Gewinne zu erwirtschaften, und gut ausgelastet sei, gebe es wirtschaftlich keinen Grund

zur Sorge, sagt Henningsen: „Das Risiko, dass wir scheitern, ist gering.“

Der wohlhabenden Klientel des Hotels entsprechend haben die einzelnen Anleger im Schnitt wesentlich mehr Geld investiert als üblich. Statt einiger Hundert oder Tausend Euro überwiesen sie dem Resort oft mehrere Zehntausend Euro. Das höchste Einzelinvestment lag gar bei einer halben Million Euro.

Dafür verspricht Buettner den Anlegern eine jährliche Rendite von vier Prozent plus einen erfolgsabhängigen Bonuszins. Das Darlehen der Crowd ist über Grundschuldbriefe abgesichert, zusätzlich bürgt Buettner mit seinem Vermögen.

Die Kampagne hat auch deshalb so gut funktioniert, weil Buettner als glaubwürdiger und passionierter Kopf des Projekts fungierte, der nicht müde wurde, die Anleger über jeden noch so kleinen Fortschritt zu informieren. Denn der Erfolg eines Crowdfunding-Vorhabens hängt nicht nur von der Geschäftsidee ab, sondern auch davon, wie gut die Gründer sich verkaufen.

Ali Jelveh, 34, ist so ein Verkäufer. Im Video zur Crowdfunding-Kampagne seines Start-ups Protonet erklärt er sympathisch und locker, was es mit der kleinen orangefarbenen Box auf sich hat, die er und sein Team entwickelt haben. Der nach eigenen Angaben „einfachste Server der Welt“ soll Firmen und Privatleuten ermöglichen, Daten in ihrer persönlichen Cloud zu speichern. Dafür hat der Schwarm dem Start-up mehr als drei Millionen Euro als Darlehen gewährt. „Wir waren auch in Gesprächen mit Wagniskapitalgebern, aber dann hätten wir deutlich mehr Kontrolle abgeben müssen“, sagt Jelveh.

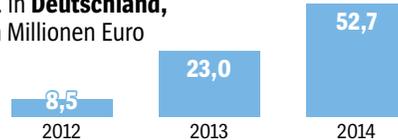
An einem Samstag Ende Februar hat Protonet seine Investoren zur „Crowdversammlung“ in ein altes Theater auf der Hamburger Reeperbahn geladen. Rund 150 sind gekommen, sie sind überwiegend männlich, über vierzig – und sehr kritisch.

Als Jelveh ihnen eröffnet, dass die Firma ihre Ziele für 2014 verfehlt hat, löchern sie ihn mit Fragen: Wie sieht eure Vertriebsstrategie aus? Wann wollt ihr Gewinne machen? Manche geben auch gleich Tipps, wie sich der Server noch verbessern ließe.

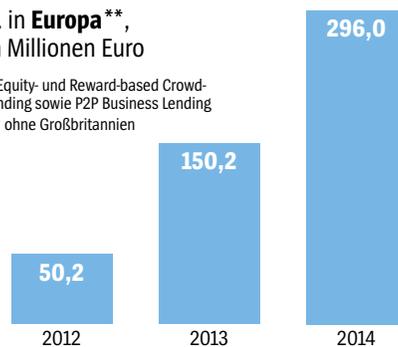
Jörg Diehl, 47, ist extra aus der Nähe von Frankfurt angereist. Der Flugbegleiter ist ein Crowdfunding-Profi. 35.000 Euro hat er in 60 verschiedene Projekte gesteckt, 2000 davon in Protonet. Diehl setzt auf die Intelligenz des Schwarms, der schlechte Investments durch unnachgiebige Befragten der Firmenchefs offenbart. „Ich vertraue keinem Bankberater, weil der mir Dinge verkauft, für die er die höchste Provision bekommt“, sagt er. Diehl ist so überzeugt von der Anlageform, dass er inzwischen selbst bei einer Crowdfunding-Plattform für Medizin-

Geld für Ideen

Crowdfunding* für Firmen ...
... in Deutschland,
in Millionen Euro

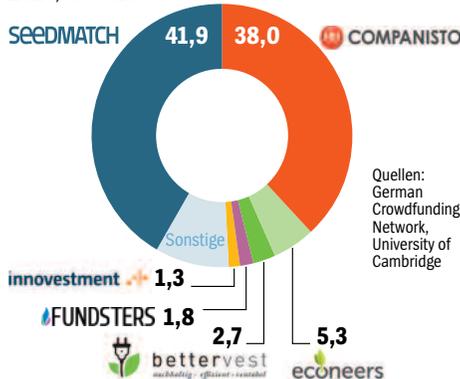


... in Europa**,
in Millionen Euro



* Equity- und Reward-based Crowdfunding sowie P2P Business Lending
** ohne Großbritannien

Marktanteile der Plattformen in Deutschland
2014, in Prozent



Quellen:
German Crowdfunding Network,
University of Cambridge



Protonet-Gründer Jelveh: Was passiert, wenn das Kapital aufgebraucht ist?

produkte eingestiegen ist. Eine Frage beschäftigt den Protonet-Schwarm an diesem Vormittag in Hamburg besonders: Was passiert, wenn das Start-up sein Kapital in voraussichtlich zehn Monaten aufgebraucht hat?

Denn allein durch die Mittel der Crowd kann sich kaum ein Start-up finanzieren, auch Protonet hat neben dem Schwarm noch andere Investoren. Doch gerade darin liegt ein Schwachpunkt des Crowdfunding-Systems: Firmen bitten den Schwarm üblicherweise unmittelbar nach Gründung um ein Darlehen und können weder ein fertiges Produkt noch ein ausgefeiltes Geschäftsmodell vorweisen. Und viele brauchen erneut Geld, bevor sie nennenswerte Umsätze erwirtschaften. Finden die Gründer keinen Anschlussinvestor, ist die Pleite unausweichlich.

Tatsächlich sind die meisten schwarmfinanzierten Start-ups aus diesem Grund gescheitert. Auch Vibewrite-Gründer Falk Wolsky versichert, er habe bis zuletzt Geldgeber jenseits der Crowd gesucht.

Die Pleitequote ist dennoch überschaubar. Nach Berechnung des Wirtschaftsprofessors Ralf Beck lag sie Mitte 2014 bei unter zehn Prozent – und fällt damit bislang niedriger aus als in der Start-up-Landschaft insgesamt.

Das liegt wohl auch daran, dass bisher kaum ein Projekt seinen Erfolg unter Beweis stellen musste. Die älteste Crowdfunding-Kampagne liegt knapp vier Jahre zurück. Die Beteiligungsverträge hingegen haben Laufzeiten von bis zu sieben Jahren. Einen größeren Unternehmensverkauf, von dem auch die Anleger profitieren, hat die Szene noch nicht erlebt. Die Unterstützer des teilweise schwarm-

finanzierten Kinofilms „Stromberg“ bekamen im vergangenen Jahr immerhin 17 Prozent mehr Geld ausgezahlt, als sie eingesetzt hatten.

Ob all die anderen Projekte ihre Renditeversprechen einlösen können, ist fraglich. Denn die sind mitunter fantastisch – selbst dann, wenn das Geschäftsmodell kein explosionsartiges Wachstumspotenzial birgt. So stellt ein Produzent von Granatapfelsaft seinen Investoren einen Zinssatz von neun Prozent ab 2016 in Aussicht. Laut Finanzplan will das Unternehmen im selben Jahr erstmals niedrige fünfstelligen Gewinne einfahren.

„Zinsen in dieser Höhe zu garantieren suggeriert eine Sicherheit, die überhaupt nicht gegeben ist“, sagt Volker Schmidtke von der Verbraucherzentrale Berlin. Der Finanzexperte hält die Schwarmfinanzierung grundsätzlich für keine schlechte Sache, „aber man muss die Risiken kennen“. Die Selbstauskünfte der Firmen auf den Crowdfunding-Plattformen findet er ungeeignet, um beispielsweise Liquiditätsprobleme zu erkennen.

Im Fall einer Pleite ist der Totalverlust wahrscheinlich, weil die Ansprüche der Crowdfunder meist erst nach denen der anderen Gläubiger bedient werden.

Die Rolle der Vermittlungsportale ist dabei umstritten. Vor einem halben Jahr mahnte die Verbraucherzentrale Berlin fünf Crowdfunding-Plattformen ab. Die Verbraucherschützer werfen ihnen unter anderem vor, nicht deutlich genug auf die Risiken hinzuweisen.

Unter den abgemahnten Portalen war auch Seedmatch, einer der beiden großen deutschen Anbieter. Wie genau Seedmatch ein Start-up durchleuchtet, bevor es um

Geld werben darf, will Geschäftsführer Jens-Uwe Sauer nicht sagen, „aus Haftungsgründen“. Nur so viel: Die Geschäftsidee müsse plausibel sein und schnelles Wachstum versprechen. Von 1000 Bewerbungen wähle die Plattform nur wenige Dutzend pro Jahr aus.

Aktuell prüft eine Expertengruppe der EU-Kommission, ob ein Qualitätssiegel für Crowdfunding-Plattformen mehr Transparenz schaffen könnte. Auch ein eigenes Crowdfunding-Gesetz ist in der Diskussion, das den Plattformen bestimmte Pflichten auferlegen könnte.

Der Bundesregierung geht das zu langsam. Übernächste Woche soll der Bundestag auf ihre Initiative hin ein neues Gesetz zum Schutz von Kleinanlegern verabschieden, das der Branche engere Grenzen setzen würde. Firmen, die vom Schwarm mehr als eine Million Euro einwerben möchten, sollen nach dem Willen der Regierung einen Wertpapierprospekt bei der Finanzaufsichtsbehörde BaFin einreichen. Ohne diese Informationsbroschüre zu den Risiken eines Projekts sollen Privatanleger höchstens 10 000 Euro investieren dürfen. Die Werbung für Crowdfunding-Projekte in sozialen Netzwerken und anderen Medien ohne Wirtschaftsbezug möchte die Regierung verbieten, nicht aber in der gedruckten Presse.

Die Vertreter der Crowdfunding-Branche halten die Pläne für zu streng und darüber hinaus für ungeeignet, Kleinanleger zu schützen. Die Kritik des Verbands German Crowdfunding Network richtet sich vor allem gegen die Prospektpflicht. „Ein Prospekt ist als wichtigstes Schutzinstrument für Investoren nicht mehr zeitgemäß“, sagt Verbandskoordinator Karsten Wenzlaff. Es biete allein keine Absicherung, außerdem sei die Erstellung aufwendig und teuer. Das könnten sich junge Unternehmen kaum leisten.

Weil Bundesrat und Bundestag Einwände gegen den Gesetzentwurf angemeldet haben, handeln die Finanzexperten der Regierungsfaktionen nun einen Kompromiss aus. Die eine-Million-Euro-Grenze für eine Prospektpflicht soll deutlich angehoben werden. Die Union möchte auch das Werbeverbot in sozialen Netzwerken kippen.

Tatsächlich sind die Crowdfunder überwiegend erfahrene Kapitalanleger. Dass sie ihre Altersvorsorge nicht auf ein Start-up verwetten, muss man vielen von ihnen nicht sagen.

Auch Serieninvestor Jörg Diehl hat so seine Erfahrungen mit risikoreichen Finanzprodukten. Beim Handel mit Aktien und Fonds habe er Tausende Euro verloren, sagt er. Vom geplanten Gesetz zum Kleinanlegerschutz hält er trotzdem wenig: „Ich möchte selbst entscheiden, wie ich mein Geld verbrenne.“

Ann-Kathrin Nezik

FOTO: STEVEN HABERLAND / PHOTOSELECTION