



## "Crowdfunding verzeichnet in der Schweiz ein beeindruckendes Wachstum"

**Das Potenzial der Schwarmfinanzierung bleibt noch weitgehend ungenutzt, insbesondere von kleinen innovativen Firmen. Erläuterungen.**

Mit einem Wachstum von mehr als 100% pro Jahr seit 2008 zeigt der Trend im Schweizer Crowdfunding-Sektor steil nach oben. Im Vergleich zu den führenden Märkten USA und Grossbritannien ist die Bedeutung hierzulande jedoch noch relativ gering. Andreas Dietrich, Professor an der Hochschule für Wirtschaft in Luzern, gibt einen detaillierten Einblick in dieses Thema. Ein Interview.

**Wie ist es heute um den Schweizer Markt für Crowdfunding bestellt?**

**Andreas Dietrich:** Der Sektor weist in der Schweiz ein ziemlich beeindruckendes Wachstum auf. Seit 2008 die erste Schweizer Crowdfunding-Plattform Cashcare gegründet wurde, betrug das jährliche Wachstum stets mehr als 100%. Allerdings erreichte der globale Crowdfunding-Markt 2012 ein Volumen von USD 3 Milliarden, während die Schweiz heute gerade einmal auf CHF 8 Millionen kommt. Das Interesse ist also in diesem Bereich noch nicht besonders hoch. Die verschiedenen Varianten - Crowdsupporting, Crowdlending und Crowdinvesting - liegen zahlenmässig in etwa gleichauf. Crowddonating hat gegenwärtig in der Schweiz einen geringeren Stellenwert.

**Wer sind in der Schweiz die Hauptakteure auf diesem Markt?**

**Dietrich:** Die beiden Hauptakteure sind derzeit aus meiner Sicht Wemakeit und Cashcare.

**Welche aktuellen Entwicklungen und grossen Trends sind weltweit im Bereich des Crowdfundings zu beobachten?**

**Dietrich:** Insgesamt legen alle Märkte kräftig zu, wobei die USA und Grossbritannien führend sind. In diesen beiden Ländern waren die rechtlichen Rahmenbedingungen für die Entwicklung des Marktes eine grosse Hilfe. Wenn die Regierungen alternative Finanzierungsquellen begrüssen, bekommt der Markt ordentlich Rückenwind. In der Schweiz und auf dem europäischen Festland ist die Gesetzeslage noch etwas unklar, aber das Thema dürfte bald auf der Agenda stehen. In Deutschland ist eine interessante Entwicklung zu beobachten. Einige Banken, zum Beispiel die Volksbank Bühl, bieten selbst Crowdfunding-Plattformen an. Andere, wie die Berliner Volksbank, schliessen strategische Partnerschaften mit bestehenden Portalen ab.

**Gibt es Produkte oder Dienstleistungen, die für diese Art der Finanzierung besser oder schlechter geeignet sind?**

**Dietrich:** Grundsätzlich haben alle Marktsegmente und alle Arten von Märkten eine Chance, auf diese Weise finanziert zu werden. In der Schweiz ist derzeit die Strategie von Wemakeit, deren Plattform Projekte aus Kunst, Musik, Film oder Design unterstützt, sehr erfolgreich.

**Wie sieht es speziell für kleine Unternehmen und Start-ups aus? Welche Vorteile hat diese Finanzierungsart für sie?**

**Dietrich:** Crowdfunding-Kampagnen bieten den Firmen sowohl finanzielle als auch nicht-finanzielle Vorteile. Auf der anderen Seite kann eine Finanzierung über Crowdfunding auch nicht-finanzielle Vorteile bieten: Ein gutes Projekt kann beispielsweise das Image eines Anbieters fördern. Die Initiatoren eines Projekts können zudem durch eine erfolgreiche Kampagne aufzeigen, dass es für ihre Produkte oder Dienstleistungen einen Markt gibt. Im Falle einer erfolglosen Kampagne kriegt man immerhin rasches Feedback. Crowdfunding ermöglicht den Unternehmen also, mit ihren potenziellen Kunden in einen direkten Dialog zu treten und somit unmittelbare Reaktionen zu erhalten. Schliesslich kann es mit dieser Methode auch gelingen, dass gute Ideen, die nicht zu dem von den klassischen Geldgebern

geforderten Modell passen, dank der Schwarmintelligenz wahrgenommen und unterstützt werden.

**Was würden Sie einem Unternehmer raten, der sich auf diesem Weg um eine Finanzierung bemüht? Welche Fehler sollte man vermeiden?**

**Dietrich:** Für ein Start-up ist es wichtig, die richtige Plattform auszuwählen, da jede Plattform jeweils einen bestimmten Kreis von Investoren anspricht. Bevor man eine Kampagne lanciert, muss man darüber hinaus sicherstellen, dass das Budget gross genug ist und auch die Gebühr für die Plattform sowie die Steuern einberechnet sind. Es ist also wichtig, die Investoren um ausreichend viel Geld zu bitten. Was das Projekt anbelangt, sollte man klar und transparent sein, aber auch an den Schutz des Geistigen Eigentums denken, da es sonst sein kann, dass die Geschäftsidee geklaut wird. Ebenso ist es in der Regel sehr hilfreich, wenn man vor dem Start der Finanzierungskampagne eine Community aufbaut: Die Wahrscheinlichkeit, ans Ziel zu kommen, ist zehn Mal so hoch, wenn das Finanzierungsziel bereits zur Hälfte erreicht wurde. Man muss jedoch auch sagen, dass die Misserfolgsquote weiterhin hoch ist und bei weitem nicht alle Finanzierungsanträge durchkommen. Was man zudem berücksichtigen muss: Wenn man zwar erfolgreich Geld bei der Crowd aufnehmen kann, danach aber nicht in der Lage ist, das Projekt mit diesem Kapital durchzuführen, kann das verheerende Folgen für das Image haben.

[Zurück zur Übersicht 2013](#)

Zuletzt aktualisiert am: 06.11.2013

---

KMU Portal.

[Kontakt](#) | [Rechtliche Grundlagen](#)

---

<http://www.kmu.admin.ch/aktuell/00524/02953/03903/index.html?lang=de>