

Medienmitteilung

Lucern, 13. Mai 2014

Crowdfunding erlebt in der Schweiz starken Aufschwung

Im vergangenen Jahr wurden in der Schweiz insgesamt 11.6 Millionen Franken durch Crowdfunding vermittelt. Fast die Hälfte davon fiel auf neu gegründete Unternehmen, die im Internet Beteiligungen verkauften. Dieser Bereich, Crowdinvesting genannt, verzeichnete 2013 auch das grösste Wachstum. Zu diesen Resultaten kommt das erste «Crowdfunding Monitoring Schweiz» der Hochschule Luzern.

Crowdfunding ist eine alternative Art, um Geld zu sammeln – sei es für die Verwirklichung eines kulturellen Projekts, die Umsetzung einer Geschäftsidee oder die Finanzierung einer privaten Investition. Via Internet versuchen Initianten solcher Kampagnen an möglichst viele potenzielle Kapitalgeber heranzukommen. Aktuell sind hierzulande vierzehn Crowdfunding-Plattformen aktiv. Erstmals haben nun Experten des Instituts für Finanzdienstleistungen Zug IFZ der Hochschule Luzern Zahlenmaterial von dreizehn¹ Marktteilnehmern zusammengetragen, analysiert und im «Crowdfunding Monitoring Schweiz 2014» festgehalten. In der Auswertung wird zwischen vier verschiedenen Formen von Crowdfunding unterschieden (siehe auch Box): Crowdinvesting (Geld gegen Beteiligung am Unternehmen), Crowdlending (Geld gegen Zins), Crowdsupporting (Geld gegen Güter/Dienstleistungen) und Crowddonating (keine direkte Gegenleistung).

Crowdinvesting erzeugt das meiste Geld

In der Schweiz wurden 2013 rund 11.6 Millionen Franken via Crowdfunding vermittelt, das entspricht einer Verdoppelung gegenüber dem Vorjahr und fast einer Vervierfachung im Vergleich zu 2011. «Wir gehen davon aus, dass sich das Gesamtvolumen auch im laufenden Jahr verdoppeln wird», sagt Finanzprofessor Andreas Dietrich, der die Studie mit Co-Autor Simon Amrein verfasst hat. Vom Gesamtvolumen 2013 entfielen 15 Prozent auf Crowdlending und 37 Prozent auf Crowdsupporting/Crowddonating. Crowdinvesting machte mit 48 Prozent den grössten Anteil aus. Im vergangenen Jahr sind 1'125 Kampagnen lanciert worden, 720 waren erfolgreich. Je nach Plattform gilt eine Kampagne auch dann als erfolgreich, wenn der gesuchte Betrag nicht vollständig erreicht wurde, trotzdem aber Geld floss. Das Gros der ergebnisreichen Kampagnen sind dem Bereich Crowdsupporting/Crowddonating zuzuordnen, dort floss bei 594 Projekten Geld; im Bereich von Crowdlending waren immerhin 116 Projekte erfolgsgekrönt. Crowdinvesting brachte 10 erfolgreiche Kampagnen hervor, das entspricht einem Prozent aller erfolgreichen Kampagnen. Dieses eine Prozent war aber für 5.6 Millionen Franken, also 48 Prozent des gesamten Volumens verantwortlich.

Im Durchschnitt wurden somit rund 560'000 Franken pro Crowdinvesting-Kampagne investiert. Das ist ein Vielfaches davon, was anderswo erreicht wurde (Crowdlending: 15'000 Franken; Crowdsupporting/Crowddonating: 7'000 Franken). Crowdinvesting verzeichnete 2013 auch das grösste Wachstum: Das Volumen stieg im Vergleich zu 2012 um fast 200 Prozent.

«Jungunternehmer erhalten mangels Sicherheiten oftmals keinen Bankkredit. Für sie stellt Crowdinvesting bei der Suche nach Venture Capital – so genanntes Risikokapital – eine Alternative dar», sagt Dietrich. «Gleichzeitig gehen hier die Kapitalgeber das grösste Risiko ein. Denn die Erfahrung zeigt, dass nur eines von zehn Start-ups überlebt.»

Trotz Wachstum bedient Crowdfunding eine Nische

Auch Crowdlending und Crowdsupporting/Crowddonating sind deutlich auf Wachstumskurs. Trotzdem ist der Marktanteil von Crowdfunding in der Schweiz nach wie vor gering. Als Vergleichsgrösse für das Crowdinvesting (Volumen: 5.6 Millionen Franken) dienen

¹ 100-days, 7Crowd, c-crowd, cashare, direct-lending, feinfunding, Ibelieveinyou, investiere, Kickstarter, Moboo, ProjektStarter, Sosense und wemakeit.

beispielsweise die in der Schweiz von Venture Capital Fonds beschafften Gelder. Diese lagen im Jahr 2012 bei 407.5 Millionen Franken (European Private Equity & Venture Capital Association, 2013). Das Volumen im Bereich Crowdlending von 1.8 Millionen Franken (2013) ist im Verhältnis zu den 7.5 Milliarden Franken des gesamten Konsumkreditmarktes derzeit nur marginal. Und während die Zewo-zertifizierten Organisationen im Jahr 2012 Spenden im Umfang von rund einer Milliarde Franken erhalten haben, wurden über Crowddonating (inkl. Crowdsupporting) lediglich 2.52 Millionen Franken eingesammelt. «Crowdfunding-Plattformen werden auch in den kommenden Jahren bestehende Institutionen kaum konkurrenzieren. Aber die Bedeutung der internetbasierten Finanzierung wird steigen und im einen oder anderen Fall sicherlich der Innovationstätigkeit in der Schweiz zu Gute kommen», sagt Andreas Dietrich. «Weil auf diese Weise Projekte zustande kommen, für welche ohne die <Crowd> wohl nicht die nötigen Mittel hätten beschafft werden können.»

Die Zahlen zu Crowdfunding in der Schweiz werden vom Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ der Hochschule Luzern nun jährlich erhoben. Die aktuelle Studie ist auf www.hslu.ch/crowdfunding herunterzuladen.

Die vier Formen von Crowdfunding

Crowdfunding, auf Deutsch auch Schwarmfinanzierung, setzt sich aus den englischen Wörtern «crowd» (Menschenmenge) und «funding» (Finanzierung) zusammen. Bei dieser Art der Finanzierung wird Kapital für unterschiedlichste Projekte gesucht. Die Phase des Geldsammelns wird als Kampagne bezeichnet. Als Kapitalgeber fungieren die Internetnutzer. Ein Grossteil der Plattformen funktioniert nach dem «all or nothing»-Prinzip, das heisst, Geldbeträge werden nur ausbezahlt, wenn eine bestimmte Zielsumme erreicht wird. Je nach Gegenleistung, die der Kapitalgeber für seine Investition erhält, werden vier Formen von Crowdfunding unterschieden:

Crowddonating: Vor allem soziale, karitative und kulturelle Projekte (z.B. Orchesterkonzert, Hilfsprojekt einer Non-Profit-Organisation) lassen sich damit finanzieren. Die Unterstützungbeiträge sind reine Spenden, die nicht an eine Gegenleistung geknüpft sind.

Crowdsupporting: Diese Kategorie beinhaltet häufig kulturelle Projekte sowie Vorhaben aus dem Bereich Sport. Der Investor erhält für seinen Beitrag eine einmalige Gegenleistung: Wer z.B. das Album einer Band mitfinanzieren möchte, bekommt die CD nach deren Produktion kostenlos.

Crowdinvesting: Ein Start-up sammelt auf diese Weise Kapital für die Umsetzung seiner Geschäftsidee. Als Gegenleistung erhalten die Investoren Anteile am Unternehmen.

Crowdlending: Bei dieser Form geht es um die Vermittlung von Darlehen zur Finanzierung von Unternehmen oder Privaten. Als Gegenleistung erwarten die Darlehensgeber eine risikogerechte Rendite. Die Projekte, die auf diese Weise finanziert werden, sind sehr unterschiedlich: Ein Familienauto, Hochzeitsvorbereitungen, eine Zahnspange oder ein Start-up.

Anhang:

Die wichtigsten Zahlen zur Studie im Überblick

Kontakt für Medienschaffende:

Hochschule Luzern – Wirtschaft

Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ

Prof. Dr. Andreas Dietrich, Co-Studienleiter

T +41 41 757 67 46 oder +41 79 641 39 50; E-Mail: andreas.dietrich@hslu.ch

Erreichbar am 13. Mai 2014 ab 13 Uhr.

Anhang: Die wichtigsten Zahlen zur Studie im Überblick

Tabelle 1: Entwicklung Crowdfunding in der Schweiz von 2008 bis 2013

Die Anzahl eingereicherter Kampagnen und das Kampagnenvolumen haben sich von 2012 bis 2013 fast verdoppelt.

	Anzahl erfolgreich finanzierte Kampagnen	Anzahl lancierte Kampagnen (erfolgreiche und nicht erfolgreiche)	Finanziertes Kampagnen-Volumen (in CHF Mio.)	Gesuchtes Kampagnen-Volumen (in CHF Mio.)
2008	17	17	0.13	0.13
2009	28	28	0.23	0.23
2010	77	77	1.73	5.10
2011	106	114	3.06	5.87
2012	399	645	5.28	11.91
2013	720	1125	11.59	24.43

Tabelle 2: Anzahl erfolgreich finanzierte Kampagnen und Kampagnenvolumen 2013 aufgeteilt auf die verschiedenen Formen von Crowdfunding

Am meisten Kampagnen waren im Bereich Crowdsupporting/Crowddonating erfolgreich. Das grösste Volumen jedoch generierte Crowdinvesting.

	Anzahl erfolgreich finanzierte Kampagnen	Finanziertes Kampagnen-Volumen (in CHF Mio.)
Crowdinvesting	10	5.58
Crowdlending	116	1.78
Crowdsupporting/Crowddonating	594	4.23
Total	720	11.59

Tabelle 3: Anzahl in der Schweiz aktive Anbieter pro Kategorie 2013

Die meisten Anbieter sind im Bereich Crowdsupporting/Crowddonating tätig. Kickstarter und Indiegogo haben ihren Sitz in den USA, bieten jedoch die Möglichkeit, Projekte von der Schweiz aus zu lancieren. Von Indiegogo sind keine Zahlen bekannt, weshalb das Unternehmen in der Studie nicht berücksichtigt wurde. Die übrigen Plattformen haben ihren Sitz in der Schweiz.

Crowdinvesting: investiere, 7Crowd, c-crowd	3
Crowdlending: Cashare (seit 2013 auch im Crowdsupporting tätig), direct-lending	2
Crowdsupporting/Crowddonating: 100-days, feinfunding, Ibelieveinyou, Indiegogo, Kickstarter, Moboo, ProjektStarter, Sosense, wemakeit	9
Total	14