

Plattform einladen und ihren Start-ups empfehlen. Das Netzwerk befeuert die Mundpropaganda.

Ob Crowdfunding für ein Unternehmen tatsächlich funktioniert, hängt nach einer Untersuchung der Technischen Universität Ilmenau vor allem von drei Faktoren ab: einem gelungenen Vorstellungsvideo, einer professionellen Projektbeschreibung und einer guten Kampagnenplanung inklusive kontinuierlicher Anleger-Kommunikation, so Studienleiter Dennis Brüntje. Seedmatch-Chef Sauer kann das bestätigen: «Storytelling ist der Knackpunkt. Wer eine überzeugende Geschichte erzählen kann, macht den Stich bei den Investoren.» Honestly, eine mobile Feedback-App, eroberte durch eine fetzige Darstellung die Anleger im Sturm. Binnen drei Stunden stand die Finanzierung. Keine Frage, der Erfolg gibt Sauer recht: Innerhalb eines Jahres kletterte das Funding-Volumen auf dreihundert- bis vierhunderttausend Euro pro Monat, 200 000 Euro Umsatz machte Seedmatch in den vergangenen zwölf Monaten. Sauer: «Unsere Plattform ist der Beweis, dass eine völlig neue Anlageform wie Crowdfunding für Start-ups hierzulande funktioniert und auf Interesse stösst.»

PEER-TO-PEER-KREDITE Crowdfunding oder Crowdinvesting ist nicht die einzige Anlageform, der es gelingt, dem klassischen Bankensektor Konkurrenz zu machen – wenn auch derzeit nur in einer Nische: Kreditplattformen knüpfen an eine Urform der Kreditwirtschaft an, das Anpumpen eines Freundes. In der vorindustriellen Wirtschaft bildeten Vertrauen und

persönliche Bekanntschaft die Basis für jeden Geldverleih. Erst später erfanden Banken den anonymen Kredit. Peer-to-Peer-Plattformen (P2P) wollen das Rad zurückdrehen. Ähnlich wie das Crowdinvesting wollen sie aus Geldgeschäften wieder persönliche Angelegenheiten machen. Über das Internet.

Sie, das sind Menschen wie Michael Borter. Er kennt die Bankenwelt von innen. Viele Jahre hat er für namhafte Finanzunternehmen neue Produkte entworfen und Geschäftsfelder

Kreditplattformen knüpfen an eine Urform der Kreditwirtschaft an: das Anpumpen eines Freundes.

erkundet. «Das hat Spass gemacht», erzählt er. «Die Bankenwelt war damals noch einigermaßen in Ordnung. Banker genossen ein hohes Ansehen – zumindest in der Schweiz.» Trotzdem stieg Borter 2007 aus. «Ich hatte das Gefühl, dass die Welt bereit ist für etwas Neues.» In Grossbritannien feierte die Kreditplattform Zopa erste Erfolge. In den USA machte sich Prosper an den Start. Borter war fasziniert: Kreditvergabe von Mensch zu Mensch, ohne Bank, einfach übers Internet. Eine Mischung aus Ebay und Partnerbörse. Kreditsuchende stellen ihre Gesuche unter Pseudonym online, und Anleger suchen daraus ihre Wunschpartner aus. Als Entscheidungshilfe gibt es Profile, Projektbeschreibungen und einen Bonitätscheck. Das Portal bekommt für seine Dienste eine Vermittlungsgebühr.

Crowdfunding auf der Bühne

Entrepreneure, die um die Gunst von Investoren pitchten: Das bekamen früher allenfalls Venture-Kapitalisten und Business-Angels geboten. Heute auch das Theaterpublikum: «Invest in me!» heisst eine Inszenierung der Schweizer Künstler Thom Reinhard und Monika Truong, bei der Social Entrepreneurs auf der Bühne das Publikum von ihren Visionen zu überzeugen versuchen, damit dieses in sie investiert. Die

vorgestellten Ideen reichen dabei von Ökologie bis Entwicklungshilfe, von bewusstseinsbildend bis gewinnorientiert und von 30 000 bis 100 000 Franken Startkapital.

Damit es den Social Entrepreneurs gelingt, von dem zu überzeugen, was es noch nicht gibt, wurden sie vor der Premiere von Vertretern verschiedener Kunstdisziplinen trainiert – unter anderem von einem Dramaturgen für das Storytelling und einer Schauspielerin für die Sprache und den Gefühlsausdruck.

Anfang 2013 stehen weitere Aufführungen von «Invest in me!» in Frankfurt, Düsseldorf,

Hamburg und Aarau auf dem Programm. Und wenn Sie nicht so lange warten wollen: Einer der Entrepreneure auf der Bühne hat es mit seinem Projekt sogar bis in dieses Heft gebracht – siehe Seite 90.



Thom Reinhard . Monika Truong . Foto: Gerhard Ludwig