

# Crowdfunding in Österreich - ein Überblick

Formen, Ablauf, Eignung und Erfolgsfaktoren von Crowdfunding



Sabine Ettema  
Susanne Karzel  
Juni 2016

## Die Schwarmfinanzierung ist in Österreich angekommen

**Crowdfunding – zu Deutsch: Schwarmfinanzierung – ist derzeit in aller Munde. Diese Finanzierungsform ist sehr vielfältig und eignet sich nicht nur für das Paradebeispiel Startup, sondern genauso auch für bereits am Markt etablierte Unternehmen. Das Jahr 2015 war in Österreich ein außerordentlich erfolgreiches Jahr für Crowdfunding. Einerseits wurden die Rahmenbedingungen durch die Anpassung des Alternativfinanzierungsgesetzes massiv verbessert, andererseits wurde der Crowdfunding-Markt durch den Markteintritt der Plattform wemakeit noch diversifizierter.<sup>1</sup> Durch die österreichischen Crowdfunding Plattformen wurden im Jahr 2015 40 Projekte mit insgesamt 7,81 Millionen Euro erfolgreich finanziert.<sup>2</sup>**

Im Grunde lässt sich das Prinzip von Crowdfunding ganz leicht erklären: Nicht einer investiert viel Geld, sondern viele investieren kleine Beträge, die in Summe dann den Kapitalbedarf decken. Crowdfunding ist jedoch nur der Überbegriff aller Formen von Schwarmfinanzierung.

### Formen des Crowfundings

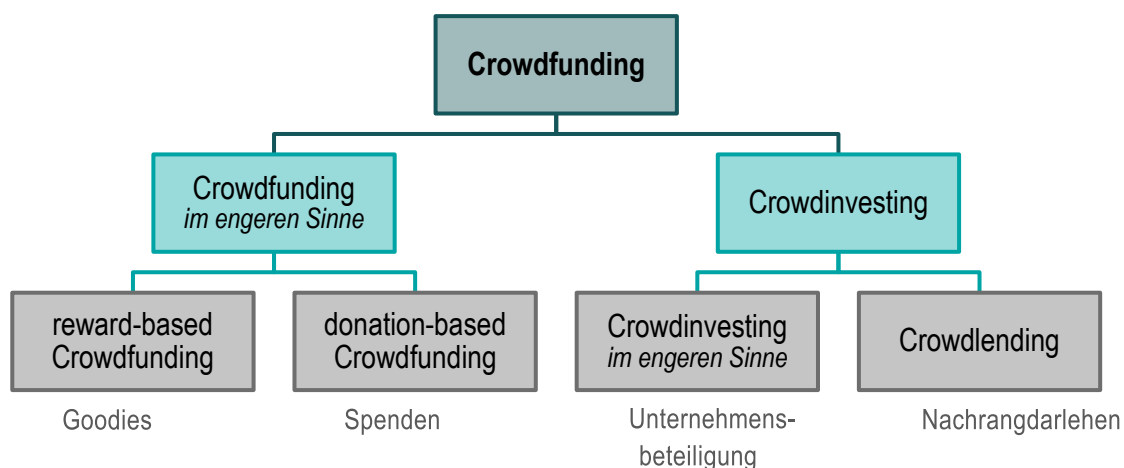
**Reward-based Crowdfunding** ist die Urform der Schwarmfinanzierung. Hier wird für ein Projekt Geld gesammelt und der Unterstützer erhält ein Dankeschön. Das Dankeschön kann alles sein – angefangen von einer persönlichen Dankeskarte bis hin zum fertigen Produkt.

**Donation-based Crowdfunding** ist dem reward-based Crowdfunding sehr ähnlich, jedoch spendet hier der Unterstützer einfach einen freien Betrag, ohne eine Gegenleistung zu bekommen.

Eine noch recht junge Form des Crowfundings ist das **Crowdlending**: Hier borgt ein Privater einem Unternehmer oder Projektleiter Geld auf Zeit in Form eines partiarischen Nachrangdarlehens und erhält dafür Zinsen. Mitspracherecht erhält er keines, kann aber unterstützend in einer Mentorposition wirken.

Die am tiefsten in das Unternehmen eingreifende Form der Schwarmfinanzierung ist das **Crowdinvesting**, denn hier wird eine Unternehmensbeteiligung verkauft. Bekannt ist diese Form aus der Show „2 Minuten 2 Millionen“.<sup>3</sup>

Grob gesagt umfasst **Crowdfunding** die Bereiche reward-based und donation-based Crowdfunding und **Crowdinvesting** die Bereiche Crowdlending und Crowdinvesting. Der große Unterschied zwischen den beiden Formen ist, dass beim Crowdfunding kein Zahlungsrückstrom zum Unterstützer stattfindet.



## Für wen ist welche Form interessant?

Beim **Crowdfunding** ist es besonders wichtig, dass ein **greifbares Produkt** vorhanden ist. Durch Crowdfunding kann man bspw. die Produktion vorfinanzieren, indem die Unterstützer bereits vorab die Produkte kaufen. Das kommt aber erst dann in Frage, wenn bereits alle Voraussetzungen zur Fertigung des Produktes erfüllt sind.

**Crowdinvesting** hat die gleichen Eigenschaften wie ein **Darlehen oder eine Unternehmensbeteiligung**, jedoch kommt das Geld nicht von der Bank, sondern meist von einer privaten Person. Crowdinvesting ist bereits vor Crowdfunding einsetzbar, denn hier ist ein greifbares Produkt nicht zwingend notwendig.

Beide Formen haben den großen Nachteil für den Geldgeber, dass es sich um **Risikokapital** handelt – ein Totalverlust ist also jederzeit möglich.

*„Crowdfunding ist nicht nur für Startups interessant!“*

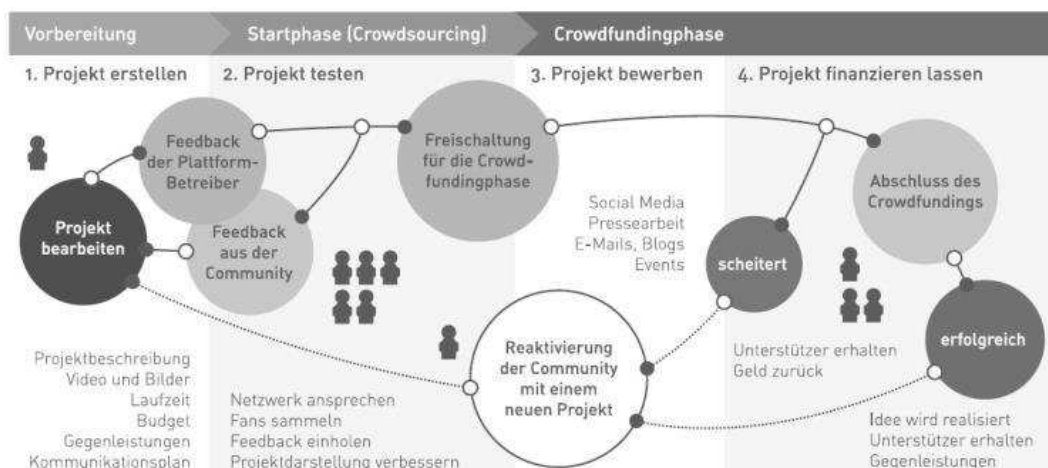
Sollte man auch denken, dass Crowdfunding nur etwas für Startups ist, so irrt man sich. Besonders Crowdinvesting ist **auch für bereits etablierte Unternehmen** interessant und es gibt bereits Plattformen, die sich auf diese Besonderheit spezialisiert haben (in Österreich beispielsweise Das ErtragReich oder Finnest). Aber auch Crowdfunding kann beispielsweise dazu genutzt werden, ein neues Produkt vorzufinanzieren.

## Ablauf einer Crowdfunding-Kampagne

Beim Crowdfunding ist eine gründliche und genaue **Vorbereitung** der Schlüssel zum Erfolg. Am Anfang steht immer die **Bewerbung** bei einer passenden Crowdfunding-Plattform. Hierfür muss der Business Plan aufbereitet werden und bei der Plattform eingereicht werden, woraufhin diese ihn prüft. Nach welchen Kriterien der Business Plan bewertet wird, ist meist nicht ersichtlich. Nach positiver Prüfung folgt die **Aufbereitung der Kampagne**. Hier wird ein möglichst professionelles Video erstellt, das die Projektidee kurz und verständlich darstellt. Wichtig ist hier vor allem, dass diese Vorstellung auch auf einer emotionalen Ebene geschehen muss, damit sie möglichst viele Menschen anspricht. Die Projektseite wird erstellt und Dankeschöns müssen überlegt werden. Auch über Laufzeit, Fundingschwelle (sozusagen das Mindestkapital) und Fundinglimit (also das maximale Finanzierungsziel) muss entschieden werden.

Im nächsten Schritt wird das Projekt vorab der Community vorgestellt, ohne es für Externe zu veröffentlichen. Dieser Schritt wird auch **Crowdsourcing** genannt. Die Crowd gibt Feedback und bringt möglicherweise Anstöße, was noch verbesserungswürdig oder schwer verständlich ist.

Nach einer letzten Überarbeitung startet dann die eigentliche **Laufzeit der Kampagne**. Während die Kampagne läuft, ist es besonders wichtig in Kontakt mit der Crowd zu bleiben und sie auf dem Laufenden



Ablauf einer Crowdfunding-Kampagne auf Startnext. (Quelle: startnext.de, 2012)

zu halten, denn sie möchte unbedingt miteingebunden werden. Crowdfunding im engeren Sinne macht man ja schließlich nicht, weil man Geld machen möchte, sondern weil man ein inspirierendes Projekt unterstützen möchte.

Ist die Kampagne **erfolgreich**, wird die Fundingsumme abzüglich der anfallenden Gebühren auf das Konto des Projektinitiators überwiesen. Dieser muss sich im Anschluss um die rasche Abwicklung der Versendung der Dankeschöns kümmern. Auch jetzt gilt wieder, dass die Crowd auch gerne nach der Kampagne noch am Laufenden gehalten wird. Newsletter oder Hinweise auf der Facebookseite können hier also auf hohen Zuspruch stoßen.

Ist die Kampagne **nicht erfolgreich**, das ist der Fall, wenn die Fundingschwelle nicht erreicht wird, fließt im Normalfall kein Geld und das Projekt ist beendet. Hier kann die Community wertvolle Einblicke in das Scheitern geben und sollte auf jeden Fall um Feedback gebeten werden.<sup>4</sup>

## Erfolgsfaktoren beim Crowdfunding

Das Prinzip der Crowd funktioniert nur dann, wenn man viele Menschen für seine Idee begeistern kann. Um möglichst viele Menschen zu überzeugen, indem man die Idee so einfach wie möglich erklärt, ist eine sorgfältige **Planung** einfach ein Muss. Hierfür muss man genau wissen, wen das Produkt ansprechen soll, damit die richtige Plattform ausgewählt und die Kampagne auch genau abgestimmt werden kann.

*„Vorbereitung ist der Schlüssel zum Erfolg.“*

Außerdem ist es hilfreich, **Schlüsselpersonen** oder sogenannte Multiplikatoren für das Projekt zu gewinnen, um mehr Aufmerksamkeit und Glaubwürdigkeit zu generieren. Beim Crowdfunding ist auch **Transparenz** besonders wichtig. Die Unterstützer wollen genau wissen, wofür ihr Geld verwendet wird. Außerdem möchten sie auf dem Laufenden gehalten werden, was eine regelmäßige

Kommunikation und Information voraussetzt. Das führt dann aber auch zu Vertrauen in das Projekt, besonders wenn der Initiator des Projekts eine persönliche Beziehung zulässt.<sup>5</sup>

## Crowdfunding-Plattformen in Österreich

In Österreich gibt es einige große internationale, aber bereits auch schon kleinere nationale oder regionale Plattformen. Eine kleine Auswahl wird im Folgenden vorgestellt:

Die beiden Giganten im Geschäft kommen aus den USA. Von **Kickstarter** und **Indiegogo** ist hier die Rede. Beide beschreiben sich gleichermaßen als Plattform für kreative und unternehmerische Ideen jeglicher Art. Indiegogo gilt als die offenere der beiden Plattformen, bei der auch Projekte außerhalb der USA leicht Zugang finden. Dementsprechend ist Indiegogo in 223 Ländern tätig, Kickstarter nur in 18. Beide bieten klassisches Crowdfunding an. Dass Indiegogo die offenere Plattform ist, spiegelt sich auch in der Anzahl der erfolgreichen Projekte seit Start der Plattform wider: Hier wurden stolze 175.479 Projekte erfolgreich finanziert, bei Kickstarter waren es 104.989 (beide Stand Mai 2016). Beim investierten Geldvolumen sieht das Bild aber anders aus: Bei Indiegogo wurden seit 2008 etwa 800 Mio. US\$ investiert, bei Kickstarter waren es unglaubliche 2,4 Mrd. US\$. Beide verrechnen insgesamt 8% an Gebühren und Provisionen, die einerseits der Plattform selbst zufließen und andererseits an die Finanzdienstleister gehen. Bei Kickstarter gilt das bei den meisten Crowdfunding-Plattformen übliche **Prinzip alles-oder-nichts**. Das bedeutet, wenn die Fundingschwelle gar nicht erst erreicht wird, fließt kein Geld. Bei Indiegogo kann man auch eine flexible Finanzierungsform auswählen. Das bedeutet, dass egal, ob die Fundingschwelle erreicht wurde, das gesammelte Kapital auf jeden Fall verwendet wird. Indiegogo bietet außerdem noch einen Marktplatz an, auf dem die Produkte auch nach bereits erfolgter Finanzierungskampagne verkauft werden können.

**Startnext** ist die größte Crowdfunding-Plattform im DACH-Raum und richtet sich ebenfalls an kreative und nachhaltige Ideenfinder. Hierbei handelt es sich genauso um klassisches Crowdfunding und es wird lediglich eine Gebühr von 4% verrechnet, weil nur die Transaktionskosten weitergegeben werden. Startnext kann bisher stolze 3.601 erfolgreich finanzierte Projekte und ein Investitionsvolumen von rund 30 Mio. € verzeichnen.

Die größte Crowdfunding-Plattform im DACH-Raum ist **Companisto** mit Sitz in Deutschland. Seit 2016 ist Companisto auch verstärkt in Österreich tätig. Auf der Plattform werden nur einige ausgewählte Investmentprojekte präsentiert – nur ca. 1 Prozent der Bewerber wird für eine Kampagne zugelassen. Companisto bietet Crowdfunding in Form von Gewinnbeteiligung und Nachrangdarlehen an, wobei es kein Mindestinvestitionsvolumen gibt. Seit der Gründung vor drei Jahren wurden mehr als 22 Mio. € investiert – es ergibt sich ein monatliches Investitionsvolumen von mehr als 1 Mio. € pro Monat. Companisto verrechnet eine rein erfolgsbasierte Gewinnbeteiligung von 10%. Diese wird auch wirklich nur dann verrechnet, wenn das Investment Gewinne erzielt.

Eine österreichische Besonderheit ist **GREEN ROCKET**. Diese Plattform ist europaweit einzigartig, da sie auf Startups im Bereich Nachhaltigkeit

fokussiert, wobei hier nur Projekte aus den Sparten Mobilität, Umwelt, Energie und Gesundheit vorgestellt werden. Das Besondere an GREEN ROCKET ist aber auch, dass es sich hierbei nicht um klassisches Crowdfunding handelt, sondern um **Crowdfunding** in Form von partiarischen Nachrangdarlehen. Im Jahr 2015 konnten 12 Projekte erfolgreich abgeschlossen werden, wobei allein im Jahr 2015 eine Investitionssumme von 2,4 Mio. € investiert wurde. Diese für den österreichischen Markt höchst erfolgreichen Zahlen machen sie zur zweitgrößten heimischen Crowdfunding-Plattform.<sup>6</sup> Für seine Dienste verrechnet GREEN ROCKET eine Provision von 10% der Fundingsumme.

Die größte österreichische Plattform ist **CONDA**.<sup>7</sup> Hier wurden im Jahr 2015 19 Projekte erfolgreich finanziert, wobei 3,7 Mio. € investiert wurden. Auch bei CONDA handelt es sich um **Crowdfunding** in Form von partiarischen Nachrangdarlehen und Genussrechten – hier wird also auch eine Form der Unternehmensbeteiligung angeboten. Seit der Gründung im Jahr 2013 wurden bereits 45 Projekte erfolgreich finanziert. CONDA verrechnet eine Gebühr von 7,5% und zeichnet sich besonders durch die langjährige Erfahrung im Finanzierungsbereich aus.

	 KICKSTARTER	 INDIEGOGO	 startnext	 COMPANISTO	 GREEN ROCKET	 CONDA
<b>Region</b>	International	International	DACH	DACH	Osterreich	Osterreich
<b>Kosten</b>	8 Prozent	8 Prozent	4 Prozent	10 Prozent	10 Prozent	7,5 Prozent
<b>Form</b>	Reward-based & donation based Crowdfunding	Reward-based & donation based Crowdfunding	Reward-based & donation based Crowdfunding	Crowdlending, Crowdfunding	Crowdlending	Crowdlending
<b>Fokus</b>	kreative Projekte aller Art	kreative Projekte aller Art	kreative Projekte aller Art	ausgewählte Projekte	Nachhaltige Projekte Bereich Mobilität, Umwelt, Energie, Gesundheit	Projekte werden von Experten ausgewählt
<b>Zusatz-features</b>		Marktplatz				Vermögens- und Finanzierungsberatung

## Crowdfunding-Förderungen

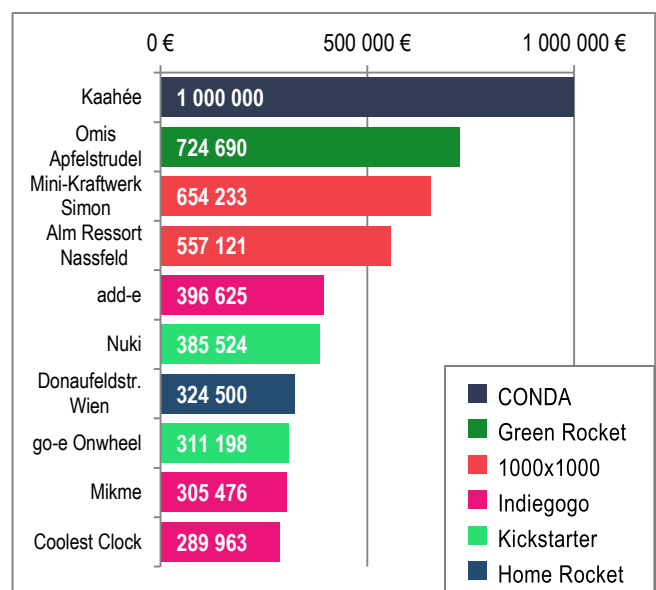
In Österreich bieten beispielsweise die **FFG**<sup>8</sup> oder die **austria wirtschaftsservice GmbH (aws)**<sup>9</sup> Förderungen für Crowdfunding an. Bei der FFG kommt die Förderung in Form eines Darlehens, das erst 5 Jahre nach Projektende getilgt werden muss. Die aws bietet einen Zuschuss für die Erstellung von Kapitalmarktprospekten für KMU an, um den Zugang zu alternativen Finanzierungsmöglichkeiten zu erleichtern. Diese Förderung zielt nicht explizit auf Startups ab, kann also auch von bereits etablierten KMUs in Anspruch genommen werden.

Aber auch die Länder oder Städte haben Förderungen in ihrem Programm. Das Land Steiermark vergibt einige Förderungen, darunter das Programm Start!Klar, das mehr Selbstständigkeit fördern soll.<sup>10</sup>

Die **Stadt Graz** hat ebenfalls **eine Crowdfunding-Förderung explizit für Startups** im Programm. Konkret werden hier **Kreativleistungen von Grazer Kreativen** gefördert, die im Rahmen einer Crowdfunding-Kampagne auf einer offiziellen Plattform erforderlich sind. Hier kann es sich beispielsweise um die Erstellung des Vorstellungsvideos oder um Grafik- und Designleistungen handeln. Die Förderung beträgt 50% der anrechenbaren Kosten (maximal 5.000 €) und ist nur für jene Unternehmer möglich, die in den letzten fünf Jahren den Schritt in die Selbstständigkeit gemacht haben und in einem der Geschäftsfelder Mobilität, Human- und Biotechnologie, Energie- und Umwelttechnik, Kreativwirtschaft oder Handel, Tourismus und Landwirtschaft tätig sind. Wichtig ist aber vor allem, dass sich die Produkte durch Innovationscharakter sowie Nachhaltigkeit auszeichnen und der Unternehmenssitz in Graz ist.<sup>11</sup>

## Best Practice Beispiele aus Österreich und der Welt

2015 war ein gutes Jahr für die Schwarmfinanzierung. Einige Projekte wie beispielsweise Kaahée haben auch in der Öffentlichkeit viel Aufmerksamkeit erregt. Die unten stehende Grafik stellt die 10 finanziell erfolgreichsten österreichischen Crowdfunding-Kampagnen des Jahres 2015 dar. Kaahée war mit seinen zwei durchgeführten Crowdfunding-Kampagnen und einem Investitionsvolumen von beinahe 1 Mio. € im Jahr 2015 das finanziell stärkste Projekt, gefolgt von Omis Apfelstrudel, einem steirischen Apfelstrudelsaft, und dem Mini-Kraftwerk Simon, das ein Solarstromkraftwerk auf den Balkon eines jeden Menschen bringen möchte.<sup>12</sup>



Die 10 finanziell erfolgreichsten Kampagnen Österreichs.

Im Weiteren wird je ein außerordentlich erfolgreiches Projekt aus dem Crowinvesting und dem Crowdfunding vorgestellt:

## Crowdfunding in Österreich – ein Überblick

Die bisher erfolgreichste österreichische **Crowdinvesting-Kampagne** legte **Kaahée** auf Parkett. Kaahée, der Anti-Hangover Drink auf Basis der Kaktusfeige, der auch aus der TV-Show „2 Minuten 2 Millionen“ bekannt ist, führte 2015 gleich zwei Crowdinvesting-Kampagnen durch. Die erste Kampagne erreichte auf CONDA bereits am ersten Tag die Fundingschwelle und konnte nach vier Tagen beinahe 85.000 € verzeichnen.<sup>13</sup> Insgesamt wurden hier 249.900 € auf CONDA investiert, wobei das Fundinglimit während der Kampagne sogar von 150.000 € auf 250.000 € angehoben wurde. Kaahée stand zu Beginn der Crowdfunding-Kampagne auch

nicht ganz am Anfang eines Startups (Listung des Drinks bereits seit 2014 in den großen Einzelhandelsketten in Österreich), sondern wollte sich die Expansion nach Deutschland und in die Schweiz finanzieren. Außerdem konnte Kaahée auch auf namhafte Investoren wie Hans Peter Haselsteiner als Multiplikator und Botschafter zurückgreifen. Bei der zweiten Kampagne, die am 17. September 2015 startete, konnten unglaubliche 763.600 € gesammelt werden.<sup>14</sup> Für beide Investments bot Kaahée übrigens 4,5% Zinsen und einen Wertsteigerungsbonus an.<sup>15</sup>

Auszug der Projektseite von Kaahée auf CONDA.

2015 sorgte das Grazer Startup **Nuki** (ehemals Noki) für Furore in der **Crowdfunding**-Welt. Es handelt sich hierbei um ein smartes Türschloss, das einfach zu installieren ist und eine Zutrittsverwaltung per App anbietet. Die beiden Unternehmensgründer wollten sich durch die Crowdfunding-Kampagne die Produktion vorfinanzieren. Binnen 8 Stunden und 40 Minuten wurde das Finanzierungsziel von 125.000 € noch am Launchtag erreicht.<sup>16</sup> Insgesamt konnten nach 45 Tagen Laufzeit 385.524 € über die Plattform Kickstarter Deutschland gesammelt werden.<sup>17</sup> Auch nach Beendigung der Kampagne am 26. Juni 2015 posteten die Projektanten weiterhin Updates auf Kickstarter und haben bereits mit der Serienproduktion begonnen.



Das Türschloss Nuki. (Bildquelle Nuki)

Am 13. April 2016 startete das Startup **Hanfgarten** seine zweite Crowdfunding-Runde auf GREEN ROCKET.<sup>18</sup> Die erste Finanzierungsrunde lief im Mai 2015 auf Startnext und war sehr erfolgreich: Binnen 24 Stunden wurden 57.000€ erreicht und somit ein neuer Rekord aufgestellt.<sup>19</sup>

Bei Hanfgarten dreht sich alles um die Hanfpflanze und deren 100% legalen Verkauf in Österreich. Gründer Andreas Troger möchte das Image des Hanfs weg von der Drogenpflanze und hin zur alternativen Medizin bewegen, denn beispielsweise

der Tee aus den Hanfblättern hat eine wohltuende Wirkung und macht keineswegs high.<sup>20</sup> Auf GREEN ROCKET steht das Projekt derzeit bei rund 783.000€ Investitionsvolumen – also bei 1.055% der Fundingschwelle von 75.000€. und die Kampagne läuft noch bis 15. Juni weiter. Für eine Investition in Form eines Nachrangdarlehens bietet Hanfgarten eine jährliche Gewinnbeteiligung und eine Beteiligung an der Unternehmenswertsteigerung, 1% Fixzins und außerdem noch einen Exit-Erlös im Falle eines Unternehmensverkaufs.<sup>21</sup>

**GREEN ROCKET**

INVESTMENTCHANCEN CROWDFUNDING ÜBER UNS FAQ LOGIN

**Hanfgarten**

Hanfgarten vermarktet und vertreibt ausgewählte Cannabisprodukte, besticht durch internationale Knowhow-Partnerschaften und mehrere Hektar modernste Glashausflächen für den Anbau von medizinischem Cannabis.

TEILEN SIE DIESE INVESTMENTCHANCE: [Social Media Icons]

ÜBERSICHT BUSINESSPLAN FRAGEN & ANTWORTEN UNTERNEHMENSMELDUNGEN

PROJEKTNAME: HGV Kräutergarten GmbH  
 BETEILIGUNGSART: Partiarisches Nachrangdarlehen  
 EXITBETEILIGUNG: Ja  
 BETEILIGUNGSDAUER: 10 Jahre  
 UNTERNEHMENSWERT: 4.780.000 €  
 UNTERNEHMENSPHASE: Start-Up

FUNDINGLEVEL: 1.045%

INVESTIERT	VERFÜGBAR
784.000 €	216.000 €

Investoren: 665  
 Fundingschwelle: 75.000 €  
 Fundinglimit: 1.000.000 €  
 Verbleibende Zeit: 5 Tage

INVESTIEREN

Was bedeutet ein Investment bei Hanfgarten für den Investor?

Eine Beteiligung am:

- ✓ **Jährlichen Gewinn** eines jungen, innovativen Unternehmens mit Wachstumspotential
- ✓ **Unternehmenswertsteigerung** steigt der Unternehmenswert, steigt anteilsmäßig auch der Investmentwert
- ✓ **Exit-Erlös bei Unternehmensverkauf** sollte das Unternehmen während der Laufzeit verkauft werden

Zusätzlich:

**+ 1.0% Fixzins p.a.**  
wird das Investment über die Laufzeit endfällig verzinst

NEUE INVESTOREN

gogowex	350 €	Hanfgarten	09.06.2016
Marco Spaeth	500 €	Hanfgarten	09.06.2016
Paul Koenig	500 €	Hanfgarten	09.06.2016
Simon Rundel	10.000 €	Hanfgarten	08.06.2016

Auszug der Projektseite von Hanfgarten auf GREEN ROCKET

Dass eine erfolgreiche Crowdfunding-Kampagne aber nicht automatisch ein erfolgreiches Unternehmen bedeutet, zeigt das Beispiel Woodero, das im Jahr 2013 seine Crowdfunding-Kampagne erfolgreich abgeschlossen hat (832% Überfinanzierung der Fundingschwelle) und zwei Jahre später Konkurs anmelden musste. Das Interesse an den Holz-Schutzhüllen für Smartphones und Tablets war nicht so groß wie erwartet und die 175 Investoren mussten einen Totalverlust von insgesamt € 166.000 verzeichnen.<sup>22</sup>

Andererseits kann eine Kampagne aber auch im zweiten Anlauf klappen, wenn das Feedback der Crowd eingearbeitet wird. Ein Beispiel hierfür ist das

Projekt Coolest – eine Kühlbox – bei dem im ersten Anlauf die Fundingschwelle verfehlt wurde. Projektleiter Ryan Grepper nutzte das Feedback der Crowd und entwickelte die Kühlbox weiter und erweiterte sie um zusätzliche Features (beispielsweise wasserfeste Lautsprecher inkl. USB Zugang oder einen Flaschenöffner) und launchte den Coolest Cooler auf Kickstarter. Dieses Mal mit unglaublichem Erfolg: Mehr als 13. Mio. US\$ wurden von mehr als 60.000 Unterstützern finanziert und der Coolest Cooler war lange Zeit die erfolgreichste Kickstarter-Kampagne aller Zeiten.<sup>23</sup>



## Das Fazit

Crowdfunding ist mittlerweile also auch schon in Österreich angekommen, wenn auch vorrangig in der Startupszene. Die Anpassungen des Alternativfinanzierungsgesetzes im Jahr 2015 hat Crowdfunding oder besonders Crowdinvesting aber **auch für bereits etablierte KMUs** interessant gemacht. Diese sind wiederum auch interessanter für die Investoren, weil ein Investment hier **nicht so risikoreich** ist. KMUs können Crowdfunding nutzen, um die Produktion eines neuen Produktes vorzufinanzieren oder aber Corwdinvesting nutzen, um neue Investoren abseits von Banken zu finden.

Dass beim Crowdfunding vor allem die **Vorbereitung** der Schlüssel zum Erfolg ist, sollte nicht weiter überraschen. Schließlich ist Crowdfunding auch ein **Instrument des Marketings**, durch das das Projekt viel Aufmerksamkeit und Bekanntheit erlangen kann. Dazu muss das Projekt jedoch gut aufbereitet und erklärt sein, damit es in der kurzen Zeit eines Einführungsvideos einfach verstanden wird. Das Um und Auf einer erfolgreichen Crowdfunding-Kampagne ist aber auch die **Interaktion mit der Crowd**, denn diese möchte informiert und integriert werden. Auch nach Ablauf der Kampagne zählt es sich aus, die Unterstützer weiter auf dem Laufenden zu halten.

Die **universal passende Plattform** gibt es aber in Wahrheit genauso wenig, wie es das universale

Rezept für Erfolg gibt. Es kommt immer darauf an, welche **Voraussetzungen** man hat. Also in welchem Stadium des Unternehmertums man gerade ist (Startup vs. etabliertes Unternehmen), wofür man die Finanzierung braucht (Mittel zur Finanzierung von Expansionen, Produktionsvorfinanzierung, etc.) und vor allem, **wen man erreichen möchte**. Die Schwierigkeit bei den großen Plattformen wie Kickstarter, Indiegogo und Starnext ist es sicherlich, sich von den wirklich zahlreichen Projekten abzusetzen und aus der Masse herauszusteichen. Möchte man am Anfang seines unternehmerischen Weges erst einmal einen einzelnen Markt ins Auge fassen, sind nationale Plattformen wie CONDA oder GREEN ROCKET sehr interessant.

Wichtig ist aber auch, dass man sich immer vor Augen hält, dass ein erfolgreiches Crowdfunding nicht automatisch einen weiterhin erfolgreichen Unternehmensweg bedeutet. Denn die eigentliche Herausforderung kommt ja erst nach der Finanzierungsrunde: Dann heißt es nämlich, den Erwartungen der Unterstützer und Investoren zu entsprechen.

Susanne Karzel

[susanne@konzept-schmiede.at](mailto:susanne@konzept-schmiede.at)



## Konzeptschmiede

Marketingstrategie: Beratung & Coaching

Schörgelgasse 68g/7

8010 Graz

T: +43(0)699 17096629

Inhaberin: Mag. Sabine Ettema

[www.konzept-schmiede.at](http://www.konzept-schmiede.at)

## Quellen

- 1 **Steinschaden, J.** (2015). Conda, Kickstarter & Indiegogo: So viel Geld bekamen die größten Crowd-Kampagnen aus Österreich 2015. Publiziert auf [Trending Topics](#) (abgerufen am 30.05.2016)
- 2 **König, G.** (2016). Crowdfunding in Österreich. Finanzportal „[Die Geldmarie](#)“ (abgerufen am 20.05.2016)
- 3 **WKO** (2016). Crowdfunding für österreichische Unternehmen. [Onlineportal der WKO](#) (abgerufen am 20.05.2016)
- 4 **Startnext** (2016). Handbuch: So funktioniert's. [Online-Handbuch für Starter](#). (abgerufen am 29.05.2016)
- 5 **Hemer et al.** (2011). Crowdfunding und andere Formen informeller Mikrofinanzierung in der Projekt- und Innovationsfinanzierung. Stuttgart: Fraunhofer Verlag. S. 42-46.
- 6 & 7 **König, G.** (2015). Crowdfunding in Österreich im Jahr 2015. Finanzportal „[Die Geldmarie](#)“ (abgerufen am 20.05.2016)
- 8 **Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft** (2016). Start-up-Förderung. [Homepage der FFG](#) (abgerufen am 09.06.2016)
- 9 **austria wirtschaftsservice** (2016). Zuschuss für die Erstellung von Kapitalmarktprospekten für KMU. [Homepage der aws](#) (abgerufen am 09.06.2016)
- 10 **Steirische Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH SFG** (2016). Förderung & Finanzierung. [Onlineportal der SFG](#) (abgerufen am 09.06.2016)
- 11 **Stadt Graz Wirtschaft** (2016). Crowdfunding-Förderung. [Onlineportal der Stadt Graz](#) (abgerufen am 09.06.2016)
- 12 **Trending Topics** (2015). Conda, Kickstarter & Indiegogo: So viel Geld bekamen die größten Crowd-Kampagnen aus Österreich 2015. [Trending Topics online](#) (bezogen am 30.05.2016)
- 13 **Futurezone** (2015). Antihangover-Drink wird zum Crowdfunding-Hit auf Conda. [Onlineportal Futurezone](#) (abgerufen am 30.05.2016)
- 14 **Conda** (2015). Kaahée 2. [Projektseite der zweiten Crowdfunding-Kampagne von Kaahée](#) (abgerufen am 30.05.2016)
- 15 **Conda** (2015). Kaahée. [Projektseite der ersten Crowdfunding-Kampagne von Kaahée](#) (abgerufen am 30.05.2016)
- 16 **DerStandard.at** (2015). Noki: Smartes Türschloss aus Österreich wird Kickstarter-Hit. [Onlineportal derStandard.at](#) (abgerufen am 30.05.2016)
- 17 **Sammers, W.** (2015). Kickstarter-Erfolg Noki – wir feiern Funding von 385.524 Euro! [Up To Eleven – Blog](#) (abgerufen am 30.05.2016)
- 18 & 20 **diePresse.com** (2016). Steirischer „Hanfgarten“ soll mit Hilfe von Crowdfunding wachsen. [Onlineportal diePresse.com](#) (abgerufen am 09.06.2016)
- 19 **APA** (2015). Wie Crowdfunding das Image von Cannabis ändert. [Onlineportal APA](#) (abgerufen am 09.06.2016)
- 21 **GREEN ROCKET** (2016). Hanfgarten. [Projektseite Hanfgarten](#) (abgerufen am 09.06.2016)
- 22 **DerStandard.at** (2015). Steirisches Startup Woodero meldete Konkurs an. [Onlineportal derStandard.at](#) (abgerufen am 30.05.2016)
- 23 **Fiala, K.** (2015). Die fünf erfolgreichsten Kickstarter-Kampagnen aller Zeiten. Publiziert auf [Forbes.at](#) (abgerufen am 30.05.2016)