

# SWR2 Wissen: Radio Akademie

## Die teilende Gesellschaft (7)

### Geld von der Crowd

Von Beate Krol

Sendung: Samstag, 18. Juni 2016, 8.30 Uhr

Redaktion: Detlef Clas

Regie: Günter Maurer

Produktion: SWR 2016

---

#### **Bitte beachten Sie:**

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

---

#### **Service:**

SWR2 Wissen können Sie auch als Live-Stream hören im **SWR2 Webradio** unter [www.swr2.de](http://www.swr2.de) oder als **Podcast** nachhören: <http://www1.swr.de/podcast/xml/swr2/wissen.xml>

Die **Manuskripte** von SWR2 Wissen gibt es auch als **E-Books für mobile Endgeräte** im sogenannten EPUB-Format. Sie benötigen ein geeignetes Endgerät und eine entsprechende "App" oder Software zum Lesen der Dokumente. Für das iPhone oder das iPad gibt es z.B. die kostenlose App "iBooks", für die Android-Plattform den in der Basisversion kostenlosen Moon-Reader. Für Webbrowser wie z.B. Firefox gibt es auch sogenannte Addons oder Plugins zum Betrachten von E-Books:

**Mitschnitte** aller Sendungen der Redaktion SWR2 Wissen sind auf CD erhältlich beim SWR Mitschnittdienst in Baden-Baden zum Preis von 12,50 Euro.

Bestellungen über Telefon: 07221/929-26030

Bestellungen per E-Mail: [SWR2Mitschnitt@swr.de](mailto:SWR2Mitschnitt@swr.de)

---

#### **Kennen Sie schon das Serviceangebot des Kulturradios SWR2?**

Mit der kostenlosen SWR2 Kulturkarte können Sie zu ermäßigten Eintrittspreisen Veranstaltungen des SWR2 und seiner vielen Kulturpartner im Sendegebiet besuchen.

Mit dem Infoheft SWR2 Kulturservice sind Sie stets über SWR2 und die zahlreichen Veranstaltungen im SWR2-Kulturpartner-Netz informiert.

Jetzt anmelden unter 07221/300 200 oder [swr2.de](http://swr2.de)

## **MANUSKRIPT**

### **Radio Akademie Intro: Die teilende Gesellschaft**

#### **Ansage:**

Geld von der Crowd  
Von Beate Krol

#### **Gesangseinlage mit Ukulele (getextet auf ein Karnevalslied):**

„Naaa.“ „Naaa.“ „Februar 2016“ „Okay. Drei, Vier“. „Februar 2016. Jetzt ist es soweit: Startnext mit ´ner Kampagne, die uns alle hocheifert. Der Jochen und der Andi wollen unser Geld. Da ham ´se aber Glück, dass uns der Zweck dann auch gefällt. Jabada tam tam. Denn wenn das Crowdfunding klappt, dann startet das Portal, was Realsatire heißt, und dat wär´ echt genial. Ach komm, ich zahl, ich zahl, ach komm, ich zahl.“

#### **Sprecherin:**

Eine Party im Berliner Schurkenkeller. Es geht um eine neue Satire-Plattform im Internet, die die beiden Freunde Jochen Markt und Andi Weiland gründen wollen: Realsatire. Weil Banken für Satire kein Geld geben, versuchen die beiden, ihre Idee über die Crowd zu finanzieren, also über viele, viele Kleinanleger. Die Party ist der Auftakt ihrer Sammelkampagne – und die Gäste singen das selbstgetextete Lied begeistert mit.

#### **Gesangseinlage, zweite Strophe:**

11.111 Euro – ja das ist ihr Ziel. Auf den ersten Blick denkt man: Mein Gott, das ist zu viel. Doch wenn wir alle helfen, schaffen sie es leicht. Los, mach mit, gemeinsam wird die Summe schnell erreicht. Jabada tam tam. Denn wenn das Crowdfunding klappt, dann startet das Portal, was Realsatire heißt, und dat wär´ echt genial. Ach komm, ich zahl, ich zahl, ach komm, ich zahl.

#### **Sprecherin:**

Crowdfunding – einer der vielen neuen Begriffe im Gefolge der Sharing Economy. Versucht man Crowdfunding zu übersetzen, kommt Schwarmfinanzierung heraus. Schwarmfinanzierung heißt, dass viele Menschen viele kleine Geldbeträge zusammenlegen, um gemeinsam Projekte, Startups oder Privatkredite zu finanzieren.

#### **O-Ton Jochen Markt:**

Unsere Kampagne wird einen Monat laufen und das Ziel ist, dass wir 11.111 Euro einnehmen.

#### **Sprecherin:**

Empfänger des Schwarmgeldes sind Menschen wie Jochen Markt, der sich mit seiner Satireplattform einen Lebensraum erfüllen will.

#### **O-Ton Jochen Markt:**

Die Karnevalisten werden wissen: Die 11 ist eine humoristische Zahl, der 11.11., da beginnt immer der Karneval. Und wir haben uns ausgerechnet, dass wir auch von 11.111 Euro die ersten vier, fünf Monate ganz gut überstehen könnten und wir

brauchen diesen Zeitraum, um eben dieses Portal an den Start zu bringen und auch Leuten zu beweisen: Wir können Realsatire finden und lustig darüber berichten.

**Sprecherin:**

Seit vielen Jahren schon trägt sich der 36-jährige Journalist mit der Idee herum, Humorjournalismus zu machen und Menschen zum Lachen zu bringen. Mit der Crowdfunding-Kampagne könnte es endlich klappen. Fast jedes zweite Projekt, das auf der Internetseite der deutschen Crowdfunding-Plattform Startnext aufgeführt ist, bekommt das Geld zusammen. Darunter sind auch Projekte, die auf den ersten Blick wenig erfolgsversprechend wirken – wie die Kampagne von Michael Bohmeyer:

**O-Ton Michael Bohmeyer:**

Meine Idee war, ich wollte gern übers bedingungslose Grundeinkommen diskutieren, aber nicht so wie es bisher immer passiert ist, nämlich (...) ganz theoretisch und weit weg von den Menschenleben, sondern ich wollte das mal ausprobieren und gucken, was passiert eigentlich, wenn Du Grundeinkommen hast? Und dafür braucht man natürlich Geld und deswegen haben wir es gesammelt.

**Sprecherin:**

12.000 Euro wollte Michael Bohmeyer von der Crowd haben. Das Geld wollte er an eine unbekannte Person verlosen, die ein Jahr lang jeden Monat 1.000 Euro bekommen sollte. Als Gegenleistung sollte sie der Crowd erzählen, was das Grundeinkommen bewirkt. 54.000 Euro bekam Michael Bohmeyer für sein Experiment zusammen, verteilt auf mehrere Tausend Einzelbeträge. Auf dem klassischen Finanzmarkt hätte der Berliner Sozialwissenschaftler und Gründer eines Online-Shops vermutlich keinen einzigen Cent für seine Idee bekommen – was er durchaus verstehen kann.

**O-Ton Michael Bohmeyer:**

Weil ich natürlich selber ganz große Zweifel hatte, ob das überhaupt funktioniert. Also ob Menschen bereit wären, Geld für andere Menschen zu geben (...), ohne dass sie selbst was davon haben. Das ist ja etwas, was in unserer Gesellschaft nicht stattfindet, denkt man immer. Aber wie wir jetzt sehen, eben doch.

**Sprecherin:**

In den gut fünf Jahren, in denen Startnext besteht, haben 6.700 Projekte und Sozialunternehmen ihr Glück beim Crowdfunding versucht. Die Hochburg der Bewegung ist Berlin. Dort, im vierten Stock eines alten Kreuzberger Gewerbehofes, sitzt auch ein großer Teil des Startnext-Teams. Bei den Städten unter einer Million Einwohner führt Dresden die Statistik an. Hier hat Denis Bartelt die Crowdfunding-Plattform gegründet. Zusammen mit seinem Kompagnon Tino Kreßner.

**O-Ton Denis Bartelt:**

Wir haben (...) auf einer Etage ein Büro gehabt in Dresden. Und (...) der Herr Kreßner kommt ja aus dem Bereich Medien, ich komme aus dem Bereich Fotografie eigentlich, hab' ne Softwareentwicklungsagentur und irgendwie sind wir zusammengekommen und haben überlegt: Wie können wir mit Software im Bereich Kreativwirtschaft was erreichen?

**Sprecherin:**

Ursprünglich wollten Denis Bartelt und Tino Kreßner mit ihrer Plattform Kulturprojekte unterstützen: Kunst, Musik, Theater, Literatur und Medien. Doch die Nutzer erweiterten das Spektrum einfach. Heute gibt es Crowdfunding-Projekte in 21 Kategorien. Manche Leute sammeln Geld für Spiele, andere möchten einen Laden eröffnen, der ohne Verpackungen auskommt, oder eine Nähwerkstatt für Flüchtlinge starten. Jochen Markt und Andi Weiland gehören mit ihrer Satire-Plattform in die Kategorie Journalismus und wie alle, die Geld von der Crowd wollen, haben auch sie ein Video produziert und Dankeschöns ausgelobt.

**O-Ton Jochen Markt:**

Das reicht von einer Unterstützung über 11 Euro, da bekommt man dann kostenlosen Zutritt zu unserer Launchparty, die nach der erfolgreichen Finanzierung stattfinden soll. Bis hin zu 777 Euro, dafür bekommt der Unterstützer einen Kabarettauftritt bei einem Fest seiner Wahl. Das heißt, wenn sein Vater 60 wird und er wollte schon immer einen Humoristen zu einer solchen Feier einladen, dann (...) präsentieren wir einen personalisierten Kabarettauftritt für den Vater bei seinem Geburtstag.

**Sprecherin:**

Das größte Dankeschön liegt bei 1.111 Euro. Für diese Summe darf man gegen Günter Wallraff Tischtennis spielen. Besiegt man ihn, legt der Enthüllungsjournalist noch einen Preis drauf. Diese Idee brachte Jochen Markt und Andi Weiland eine Menge zusätzlicher Publicity ein, was wiederum den Geldfluss erhöht. Außerdem muss die Kampagne gut kalkuliert sein, sagt Startnext-Betreiber Denis Bartelt, denn beim Crowdfunding gilt das Alles-oder-Nichts-Prinzip.

**O-Ton Denis Bartelt:**

Alles oder nichts heißt (...), man muss die 100 Prozent seines Finanzierungsvolumens, was man sich vorstellt, erreichen innerhalb einer bestimmten Zeit. (...) Also (...) dass man es schaffen muss, innerhalb zum Beispiel von zwei Monaten 50.000 Euro in der Crowd zu sammeln. Wenn man das nicht schafft, ist alles wieder bei null und man fängt noch mal von vorne an oder entwickelt seine Idee weiter. Oder schaut, warum es nicht funktioniert hat.

**Sprecherin:**

Dieses Prinzip erhöht nicht nur die Spannung. Es ist auch ein erster Markttest. Denn die Crowd gibt nur dann Geld, wenn sie das Projekt gesellschaftlich wichtig findet oder wenn sie das Produkt haben möchte, das mit dem gesammelten Geld hergestellt werden soll. Grundeinkommensaktivist Michael Bohmeyer sieht darin eine große Stärke des Crowdfundings:

**O-Ton Michael Bohmeyer:**

Die Produktionsverhältnisse, die wir heute haben (...), sind ja oft (...) so, dass (...) (...) eine Marketingabteilung sich ein neues Produkt ausdenkt, das erst mal produziert (...) und entweder es verkauft sich gut oder es verkauft sich nicht gut. Dann muss man Marketing-Millionen ausgeben, um ein Bedürfnis bei den Leuten zu erwecken. Und Crowdfunding funktioniert halt genau andersrum: Man macht erst mal eine kostenlose Seite im Internet und sagt: Könnt ihr euch vorstellen, dieses Produkt zu haben? Dann werdet Teil des Produktionsprozesses. (...) Und das finde ich ganz

spannend, (...) weil die Menschen entscheiden: Das ist wirklich ein Bedürfnis von uns, so was zu haben.

**Sprecherin:**

Damit wächst den Bürgern neben der vielbeschworenen Rolle als kritischer Konsument eine weitere Rolle zu: die des kritischen Investors. Niko Paech, Umweltökonom und Konsumforscher an der Universität Oldenburg, findet das gut:

**O-Ton Prof. Niko Paech:**

Es geht um eine Ergänzung, es geht um ein breiteres Spektrum des Instrumentariums, mit dem man (...) Alternativen schaffen kann. Weil Geld eben eine immense Hebelwirkung hat. Das liegt an (...) dem Wohlstandsmodell, das wir uns zu eigen gemacht haben, dass nämlich die moderne Produktion (...) irre Kapital braucht. (...) Und dies setzt immer Investitionen voraus. (...) Das heißt, hier haben wir den wichtigen Hebel (...) in der Hand, um die Wirtschaft zu verändern.

**Sprecherin:**

Noch ist die Crowdfunding-Gemeinde dafür zu klein. Aber es gibt erste spektakuläre Projekte, etwa in der Wissenschaft. So stellte die Crowd dem niederländischen Studenten Boyan Slat im Herbst 2014 mehr als zwei Millionen Dollar zur Verfügung, um ein Verfahren zu testen, mit dem er Plastikmüll aus den Ozeanen fischen will. Er hat dazu eine aufblasbare Barriere mit herabhängenden Netzen entwickelt, die den Plastikmüll auf einer Strecke von 50 Kilometern einfangen sollen. 38.000 Menschen fanden die Idee so gut, dass sie sich beteiligten. Auch ein internationales Forschungsprojekt zu einer seltenen und aggressiven Form von Blutkrebs hat die Crowd schon angestoßen. Hier sind auch Mediziner aus Würzburg beteiligt. Neben diesen gemeinnützigen Projekten entwickelt sie sich gerade zu einem wichtigen Förderer von Startup-Unternehmen.

*Klingeln, Gegensprechanlage, Gang durch Treppenhaus, Begrüßung*

**Sprecherin:**

Diese Variante der Schwarmfinanzierung heißt Crowdinvesting. Ein Beispiel dafür ist die Berliner Erdbär GmbH. Sie hat ihren Sitz im Prenzlauer Berg, im Gewerbehof eines Altbaus. Die Büros im ersten Stock sind lichtdurchflutet und bunt. An der Wand hängen Stoffbeutel mit lachenden Bananen, Äpfeln und Möhren, in einer Ecke lehnt ein Holzschild mit der Aufschrift „Frei von Zusätzen“.

**O-Ton Alexander Neumann:**

Hier ist unser Marketingbereich. (...) Da vorne sitzt unser Vertrieb und auch unser Vertriebsleiter mit seinem Team, wo wir unsere ganzen Handelskunden betreuen, wo Bestellungen bearbeitet werden etc. Unser Durchlaufbüro, wo meine Frau und Co-Geschäftsführerin und ich sitzen, wo immer sehr viel Betrieb ist, weil immer alle hier durchlaufen müssen. Im Eingangsbereich, jetzt ist gerade Mittagspause, ist unsere Buchhaltung, unser Empfang.

**Sprecherin:**

Der 34-jährige Alexander Neumann hat die Erdbär GmbH vor fünf Jahren gegründet, zusammen mit seiner Frau. Beide haben vorher im Marketing eines internationalen

Lebensmittelkonzerns gearbeitet. Dort reifte die Idee heran, Obst und Gemüse so zu verarbeiten und zu verpacken, dass Kleinkinder sie lecker und lustig finden.

**O-Ton Alexander Neumann:**

Das ist unsere Mini-Rosinchenbox. Das sind einfach nur getrocknete Rosinen und Aprikosen in einer kleinen Packung, weil wir auch gemerkt haben, dass die Kinder, (...) anderthalb oder zwei, sehr gerne selber (...) mit den kleinen Fingern, die einzelnen Rosinchen rauspicken. (...) [Und das erinnert so ein bisschen an Kaufmannsladen und ist eines unserer beliebtesten Produkte.] Das erste waren drei von diesen Quetschbeuteln. Da (...) haben wir mit drei angefangen, jetzt haben wir (...) 15 Sorten.

**Sprecherin:**

Fast vierzig verschiedene Snacks aus Bio-Obst und -Gemüse haben Alexander Neumann und seine Frau inzwischen kreiert. Jeden Tag werden 100.000 Stück davon verkauft, in Deutschland, Polen, Österreich, Schweiz und Luxemburg und sogar in China. Die Zahl der Mitarbeiter ist von 5 auf 31 gestiegen. Eine echte Erfolgsstory, an der die Crowd mitgeschrieben hat.

**O-Ton Alexander Neumann:**

Wir haben mit unseren eigenen Ersparnissen angefangen, haben dann ein bisschen bei Familie und Freunden einsammeln können für die ersten Produktionen und das hat uns eigentlich auch die ersten zweieinhalb, drei Jahre ganz gut durchgebracht. Und dann kam eben eine Phase – glücklicherweise – von verstärktem Wachstum, wo wir (...) dann irgendwann gesagt haben: Okay, wenn wir jetzt dieses Wachstum mitnehmen wollen oder eventuell noch aggressiver wachsen wollen, dann brauchen wir (...) wieder liquide Mittel.

**Sprecherin:**

Weil Alexander Neumann und seine Frau bei den Banken abblitzten, entschieden sie sich, es mit dem Crowdfunding zu probieren. 250.000 Euro gaben sie als Fundingziel an – und bekamen die Summe binnen weniger Stunden.

**O-Ton Alexander Neumann:**

Wir fünf saßen dann um den Rechner rum und waren schon ein bisschen nervös und wir haben gedacht: Okay, was machen wir, wenn es nicht gut anläuft? (...) Und hatten schon einen Plan B und C, wenn wir eventuell motivieren könnten (...). Aber (...) dann kamen die ersten Euros rein und wir haben dann immer auf dem Browser die Refresh-Taste gedrückt, um es wieder hochzuladen und dann (...) war der Tag eigentlich schon verloren, weil wir nur noch vor dem Rechner saßen und geguckt haben, ob's was wird. Und (...) in acht Stunden haben wir das Funding abgeschlossen.

**Sprecherin:**

280 Menschen haben in die Erdbär GmbH investiert. Die Schar der Investoren ist bunt gemischt, sagt Alexander Neumann.

**O-Ton Alexander Neumann:**

Da sind extrem junge Leute dabei, da sind Rentner dabei, da sind extrem reiche Leute dabei. Das sind Leute, die vielleicht nicht so viel Geld haben, aber statt es auf

die Sparkasse zu legen, dann doch irgendwie das sinnvoller investieren wollen. Also das ist so breit gefächert und (...) auch sehr aufbauend für das gesamte Team, weil wirklich sehr nette Kommentare reinkamen.

**Sprecherin:**

Die kleinste Summe beträgt 250 Euro, die größte 10.000. Das Geld brachte nicht nur den erhofften Wachstumsschub, die Erdbär GmbH machte 2015 sogar Gewinn. Einen Teil davon schütteten sie vertragsgemäß an die Schwarminvestoren aus, denn anders als beim Crowdfunding geht es beim Crowdfunding auch ums Geld. Wobei die Betonung auf dem „auch“ liegt.

**O-Ton Alexander Neumann:**

Einmal im Quartal kriegen die unsere Zahlen und Updates, was alles passiert, und da kommen teilweise auch sehr konstruktive und gute Kommentare, die wir auch dann verwenden können. (...) So klein wie „Ach, vielleicht solltet ihr mal meinen Edeka Müller ansprechen, hier in der Umgebung. Der hat eure Produkte nicht, der fänd' das bestimmt spannend.“ Dann gibt's einige Investoren, die selber im Fachbereich unterwegs sind, die dann Markenrechtler sind oder ähnlich und die dann sagen: „Wir können euch gerne beratend zur Seite stehen.“ Oder: „Vielleicht solltet ihr mal diese Produktgruppe testen für eure Produkte oder die Geschmacksrichtung.“ Ein bisschen querbeet, aber doch auch oft produktbezogen.

**Sprecherin:**

Eine solche Unterstützung ist bei der Schwarmfinanzierung durchaus üblich. Oft werben die Investoren auch im Freundes- und Bekanntenkreis für die Produkte „ihres“ Startups. Das kann zwar manchmal auch anstrengend sein, wenn sich die Investoren einmischen, im Großen und Ganzen aber überwiegen die Vorteile, meint Günter Faltin, der an der FU Berlin den Lehrstuhl Entrepreneurship geleitet hat und heute in Thailand lehrt.

**O-Ton Prof. Günter Faltin:**

Im Englischen sagt man: Diversity creates innovation. Also je mehr Sichtachsen, je mehr unterschiedliche Idee, je mehr auch unterschiedliche Interessen ins Spiel kommen, desto eher komme ich auf neue Konzepte und desto besser sind diese Konzepte auf den Markt abgestellt. Also (...) das ist ein Vorteil von Crowdfunding, dass man mehr Menschen beteiligen kann, dass man mehr Sichtweisen aufnehmen kann.

**Sprecherin:**

Der größte Vorteil aber ist natürlich, dass Startup-Unternehmen dank einer Schwarmfinanzierung überhaupt an Geld kommen können. Denn Wagniskapital ist in Deutschland knapp und nur wenige Gründer bekommen etwas ab. Besonders schlecht stehen die Chancen für kleine Startups.

**O-Ton Prof. Günter Faltin:**

Die großen Banken oder Venture Capital-Firmen, die haben natürlich nicht Zeit, sich um kleine Gründer zu kümmern. Die wollen große Investments haben, die sind meistens technologieorientiert, während ja viele Gründer Ideen mitbringen gar nicht so sehr aus dem Technologiebereich, sondern aus dem Ökologiebereich, aus dem sozialen Bereich. (...) Diese kleinen Beträge sind für die großen Venture Capital-

Firmen überhaupt nicht interessant. Für die geht es erst los ab vielleicht 50.000 Euro, 100.000 Euro. Für viele erst ab 500.000 Euro.

**Sprecherin:**

Bei der Schwarmfinanzierung hingegen sind kleine Startups und solche mit einer leicht verständlichen Geschäftsidee im Vorteil. Klickt man auf den Internetseiten der beiden großen deutschen Crowdinvesting-Portale Seedmatch und Companisto herum, findet man eine Hundefutter-Firma, die expandieren will, ein Suchportal für gebrauchte Maschinen, ein Ladesystem für Elektroautos, eine Wurfkamera, ein elektrisches Surfboard und eine Firma, die Safran-Produkte herstellt und vertreibt. Der Star von Companisto ist die Firma „Foodist“.

**O-Ton Tamo Zwinge:**

Foodist (...) ist so eine Abobox mit Delikatessen, die man abonnieren kann. Dann kriegt man jeden Monat eine Überraschungsbox mit Delikatessen aus ganz Europa. Ganz spannend, weil man selbst sich die Sachen möglicherweise nicht kaufen würde. Und (...) die erste Finanzierungsrunde war Anfang 2013, und damals hatten sie einen Monatsumsatz von (...) maximal 10.000 Euro in der Hochsaison. Und mittlerweile ist das ein Unternehmen, was knapp 500.000 Euro Monatsumsatz macht.

**Sprecherin:**

Tamo Zwinge ist Geschäftsführer bei Companisto. Investoren können hier schon ab fünf Euro mitmachen. Laut eigenen Angaben gibt es in Deutschland keinen anderen privaten Investor, der mehr Finanzierungsrunden pro Jahr durchführt. Damit ist die Crowd innerhalb von wenigen Jahren zu einer festen Größe geworden, mit der man rechnen muss und rechnen kann. Bei einer Nation, die eigentlich dafür bekannt ist, dass sie ihr Geld aufs Sparbuch legt oder in Immobilien steckt, eine verblüffende Entwicklung.

**O-Ton Tamo Zwinge:**

Das war (...) eine Erkenntnis, die zur Gründung von Companisto geführt hat, dass es doch viele Menschen gibt, die sich eigentlich sagen: Sie würden sich auch an jungen Unternehmen beteiligen, aber die überhaupt keinen Zugang hatten. (...) Weil, wir haben (...) eben jahrelang versucht durch institutionelle Investoren so eine Kultur zu schaffen in Deutschland und es gab staatliche Programme, aber man hat nie geguckt: Gibt es nicht vielleicht auch Privatpersonen, die das auch machen würden? Auch mit kleineren Beträgen?

**Sprecherin:**

Menschen, die Geld in riskante Startups stecken oder anderen ein Grundeinkommen finanzieren – es scheint, als fördere die Schwarmfinanzierung eine ganz neue Solidarität zutage. Das gilt auch für die dritte Variante des Crowdfundings: das Crowdlending, das es seit 2007 in Deutschland gibt. Dabei können sich Menschen beim Schwarm Geld leihen. Auch das Crowdlending läuft über Internetplattformen. Die drei Großen der Branche sind Auxmoney, Smava und Lendico. Das Prinzip ist dasselbe wie beim Crowdfunding und Crowdinvesting: Der potenzielle Kreditnehmer stellt seinen Kreditwunsch ein und die Investoren geben an, welchen Teil der Summe sie beisteuern wollen. Kommt das Geld zusammen, wird der Kredit ausbezahlt. Reichen die Zusagen der Crowd nicht aus, geht der Kreditnehmer leer aus. Auch hier gilt es, Transparenz und Vertrauen zu schaffen, sagt Sebastian Heim,



Wirtschaftsingenieur und wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Technischen Universität Ilmenau, der das Crowdlending erforscht.

**O-Ton Sebastian Heim:**

Also zum einen muss ausgefüllt werden, welche Einnahmen, welche Ausgaben die Privatperson hat monatlich. Dann müssen verschiedene Bonitätsauskünfte gemacht werden, also der Schufa-Score wird abgefragt in der Regel. Verschiedene andere Bonitätsscores werden abgefragt, die müssen eingestellt werden. Dann muss ein kleiner Text formuliert werden, für was das Geld benötigt wird.

**Sprecherin:**

Dazu kommen natürlich die Kreditsumme und die Laufzeit. Die Plattformbetreiber ermitteln aus den Angaben, wie wahrscheinlich es ist, dass der Kreditnehmer das volle Geld zurückzahlt. Oft fällt die Bewertung eher schlecht aus. Das liegt daran, dass sich vielfach Menschen um einen Schwarmkredit bewerben, die nur wenig Sicherheiten bieten können. Bei den Crowdlending-Plattformen gibt es zwar auch keine Garantie, dass das Geld zusammenkommt, aber anders als bei den Banken besteht zumindest eine Chance.

**O-Ton Sebastian Heim:**

Also Banken haben ja relativ starke Richtlinien oder bzw. auch Bonitätskriterien, nach denen sie handeln. (...) Und der Gedanke, der hinterm Crowdlending steckt, ist einfach der, dass man sagt: Ich kann (...) meinen Kreditwunsch zunächst einmal online stellen und die anderen Privatpersonen haben dann die Möglichkeit zu sagen: Okay, der erscheint mir vertrauenswürdig und deswegen (...) stelle ich dem mein Geld zur Verfügung. Also einfach die Idee, dass Privatpersonen das etwas lockerer sehen als die Banken und die Privatperson dann doch eher zu Geld kommt als bei einer Bank.

**Sprecherin:**

Allerdings sind Schwarmkredite teuer. Allein die Anbahnung und die Abwicklung kosten fast vier Prozent. Ironischerweise geht davon auch ein Teil an eine Bank, weil die Plattformen keine Kreditverträge schließen dürfen. Dann kommen die Zinsen hinzu, denn die Schwarminvestoren erwarten ja eine Rendite. [Wie hoch sie ist, hängt von der Bonität ab, mit der die Plattform das jeweilige Projekt bzw. Unternehmen bewertet. Bei der schwächsten Bonität liegen die Zinsen bei gut 16 Prozent, jemand mit der besten Bonitätsnote zahlt knapp 5 Prozent.] Das gilt selbst für gemeinnützige Projekte und soziale Unternehmen. Am Ende interessiert sich die Crowd mehr für den materiellen Ertrag als für Partyeinladungen, Gutscheine oder andere eher symbolische Dankeschöns. Das bestätigt auch eine Studie von Sebastian Heim und seinen Kollegen. Dazu haben sie die immateriellen Gegenleistungen der Crowdfunding-Projekte in Euro bewertet und daraus die Rendite ermittelt, die sich für den Geldgeber ergibt. Gibt jemand 1.000 Euro und bekommt zum Dank die Einladung zu einem Empfang, dann ist die Rendite rein materiell betrachtet negativ. Entspricht die Gegenleistung der zugesagten Summe oder liegt sie sogar darüber, war die Rendite positiv.

**O-Ton Sebastian Heim:**

Was wir (...) festgestellt haben war, dass zunächst mal die Renditen, die angeboten werden von den Projektinitiatoren, die sind zunächst mal sehr viel häufiger negativ.

Weil es werden sehr viel immaterielle Gegenleistungen angeboten. (...) Wenn wir uns aber jetzt die Nachfrageseite anschauen, dann haben wir festgestellt, dass (...) sehr viel mehr positive Renditen nachgefragt werden. Also die Projektunterstützer schauen schon darauf, was bekomme ich am Ende für meine finanzielle Unterstützung.

**Sprecherin:**

Dieses Ergebnis hat die Wissenschaftler durchaus überrascht. Sie waren davon ausgegangen, dass sich der Schwarm bei den Gegenleistungen nur begrenzt rational und egoistisch verhält, und dass das Gefühl, ein gutes Projekt zu unterstützen, wichtiger ist. Das stimmt offenbar nicht. Allerdings ist der Schwarm auch kein reiner den eigenen Nutzen maximierender Homo oeconomicus, meint Umweltökonom Niko Paech.

**O-Ton Prof. Niko Paech:**

Der Homo oeconomicus ist eigentlich ein Individuum, das vollkommen isoliert Entscheidungen trifft, indem dieses Individuum einfach Kosten und Nutzen abwägt und sich nicht darum kümmert, was die Welt drum herum an Handlungsmustern offenlegt. (...) Und (...) die Bereitschaft, sich überhaupt mit solchen Projekten auseinanderzusetzen und auch ein Risiko einzugehen (...) ist schon ein Indiz dafür, dass der Mensch als soziales Wesen in der Lage ist, Verantwortung zu übernehmen und dass er auch in der Lage ist, (...) sein Verhalten abzustimmen mit dem Verhalten anderer Menschen. Und das bricht mit der Logik des Homo oeconomicus.

**Sprecherin:**

Tatsächlich registrieren die einzelnen Crowd-Mitglieder den Verlauf der Kampagnen sehr genau. Dass Projekte und Startups, von denen die Crowd überzeugt ist, an den letzten 100 oder 1.000 Euro scheitern, ist selten. Irgendwie kriegt der Schwarm das Geld zusammen. Und auch die Plattform wird vom Schwarm bedacht. Und zwar so reichlich, dass Startnext mittlerweile zwölf Mitarbeiter hat.

**O-Ton Denis Bartelt:**

Normal ist es, wenn Geld den Besitzer wechselt, da ist irgendwo eine Transaktionsgebühr dazwischen, die die Plattform bekommt. (...) Und bei uns ist das so, dass die Gebühr, die Startnext bekommt, freiwillig ist. (...) Und diese Freiwilligkeit ist für uns ein ganz besonderer Ansatz, weil wir im Prinzip damit selbst im permanenten Crowdfunding sind. Das heißt, nur wenn die Crowd uns vertraut (...) oder wenn die unser Werkzeug als sinnvoll erachtet, bekommen wir auch Geld.

**Sprecherin:**

Und was passiert, wenn Projekte oder Startups scheitern, nachdem sie finanziert wurden? Beim Crowdfunding und Crowdinvesting geht die Crowd leer aus. Beim Crowdlending leiten die Plattformbetreiber eine Zwangsvollstreckung ein, wobei das Geld natürlich trotzdem verloren sein kann. Und was passiert, wenn der Schwarm missbraucht wird und es weder Projekt noch Dankeschön gibt? Die Plattform-Betreiber hoffen, dass die hohe Transparenz und der große Aufwand potenzielle Betrüger abschrecken. Abgesehen davon zahle man einen hohen Preis, wenn man sich mit der Crowd und ihren Mitgliedern anlege, meint Medienwissenschaftler Dennis Brüntje, der ebenfalls an der Universität Ilmenau zum Crowdfunding

promoviert und den Arbeitskreis Wissenschaft im noch jungen Crowdfunding-Verband leitet.

**O-Ton Dennis Brüntje:**

Dadurch, dass das ja alles im Internet stattfindet, da kann natürlich schon an der einen oder anderen Stelle ein Shitstorm losbrechen. (...) Und das ist natürlich dann zum Schaden (...) des Projektinitiators. (...) Da ist die Crowd ein sehr gutes Regulativ. Wenn sie sich (...) veräppelt fühlen, dann würden sie das auch öffentlich kundtun.

**Sprecherin:**

Wie sieht die Zukunft der Schwarmfinanzierung aus? Im Moment konsolidiert sich die Branche. Erste Plattformen haben aufgegeben und das Crowdinvesting stand zwischenzeitlich sogar ganz auf der Kippe, weil Politiker das Kleinanlegerschutzgesetz verschärfen wollten. Das ist vom Tisch, wohl auch, weil die Politik das Potenzial erkannte. Dafür machen die Niedrigzinsen dem Crowdlending zu schaffen. Insgesamt aber zeigt die Tendenz nach oben.

**O-Ton Dennis Brüntje:**

Es wird auf jeden Fall (...) spannend bleiben. Es gibt einige generalisierende Plattformen, die erfolgreich agieren. (...) Und es sind besondere Nischen, die sich, denke ich, durchsetzen werden. (...) Für den journalistischen Bereich, für wissenschaftliche Projekte, für Gesundheitsprojekte, für Energieeffizienzprojekte – da sind durchaus Nischen dabei, wo ich denke, die werden sich etablieren.

**Sprecherin:**

Noch ist die Crowd ein kleiner Player auf dem Finanzmarkt. Aber wegzudenken ist sie auch nicht mehr. Grundeinkommensaktivist Michael Bohmeyer hat inzwischen 34 Grundeinkommen verlost und einen Verein gegründet. Sein neuestes Projekt ist eine Online-Plattform, die sich gegen die Sanktionspraxis der Jobcenter wendet. Auch die hat die Crowd mit 150.000 Euro unterstützt. Und was ist aus dem Realsatire-Portal geworden? Bis zum vorletzten Tag ließ die Crowd Jochen Markett und Andi Weiland zittern. Dann hieß es doch noch: Das Projekt ist finanziert!

**Gesangseinlage:**

Denn wenn das Crowdfunding klappt, dann startet das Portal, was Realsatire heißt, und dat wär' echt genial. Ach komm, ich zahl, ich zahl, ach komm, ich zahl.

*Applaus*

\* \* \* \* \*