

Crowdfunding als innovative Finanzierungsmethode

Madleine Lale Sasse
(Matrikelnummer: 40972353)

Abschlussarbeit
zur Erlangung des Grades
Bachelor of Arts
im Studiengang
Management des Öffentlichen Verkehrs
an der
Karl-Scharfenberg-Fakultät
der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften

Erster Prüfer: Prof. Dr. Hans-Jürgen Bender Eingereicht am: 28. Mai 2013
Zweiter Prüfer: Dipl.-Kfm. Ralf Zinke

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	IV
Abbildungsverzeichnis	V
Tabellenverzeichnis	V
1. Einleitung	1
1.1. Ausgangssituation und Problemstellung	1
1.2. Wissenschaftliche Vorgehensweise	2
2. Crowdsourcing	3
2.1 Crowd Voting und Crowd Creation	6
2.2 Crowdfunding	8
3. Entstehungsgeschichte des Crowdfunding	9
3.1 Der amerikanische Markt	10
3.2 Der deutsche Markt.....	13
4. Der Crowdfunding Prozess	16
4.1 Ablauf eines Crowdfunding	16
4.2 Formen des Crowdfunding und deren Gegenleistungen	20
4.2.1 Donation-Based Crowdfunding	20
4.2.2 Reward-Based Crowdfunding	21
4.2.3 Lending-Based Crowdfunding	22
4.2.4 Equity-Based Crowdfunding.....	22
4.3 Motivation der Geldgeber	22
4.4 Bezahlungssysteme	24
4.5 Vor- und Nachteile des Crowdfunding.....	27
4.5.1 Aus Sicht der Projektgründer	27
4.5.2 Aus Sicht der Projektunterstützer	29
4.6 Ein Praxisbeispiel des Crowdfunding	30
5. Crowdfunding-Plattformen	33
5.1 Europäische Plattformen	34
5.1.1 Startnext.de	35
5.1.2 Fundsters.de	37
5.1.3 MySherpas.com	38

5.1.4	Respekt.net	38
5.2	Anforderungskatalog an die Crowdfunding-Plattform	40
6.	Juristische Grundlagen zum Crowdfunding	42
6.1	Rechtliche Aspekte des Crowdfunding.....	42
6.2	Steuerliche Aspekte des Crowdfunding.....	45
7.	Umsetzung des Crowdfunding für Projekte des öffentlichen Personennahverkehrs	46
7.1	Aktuelle Finanzierung des öffentlichen Personennahverkehrs.....	47
7.2	Einschätzung des Crowdfunding aus Sicht der Verkehrs- unternehmen	51
7.3	Handlungsempfehlung	54
8.	Zusammenfassung	56
9.	Fazit und Ausblick	58
	Literaturverzeichnis	61
	Eidesstattliche Erklärung	72
	Anhang A: Interview/Fragebogen für das Gespräch mit den Verkehrsunternehmen	73

Abkürzungsverzeichnis

BGB	Bürgerliches Gesetzbuch
BSVAG	Braunschweiger Verkehrs-AG
DVB	Dresdner Verkehrsbetriebe AG
EntflechtG	Entflechtungsgesetz
FB	Facebook
GöVB	Göttinger Verkehrsbetriebe GmbH
GVFG	Gemeindeverkehrsfinanzierungsgesetz
ITCS	Intermodal Transport Control System
NNVG	Nahverkehrsgesetz des Landes Niedersachsen
MIV	Motorisierten Individualverkehr
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
PBefG	Personenbeförderungsgesetzes
Pkw	Personenkraftwagen
RegG	Regionalisierungsgesetz
SGB	Sozialgesetzbuch
SPNV	Schienenpersonennahverkehr
UStG	Umsatzsteuergesetz
Web	World Wide Web
WLAN	Wireless Local Area Network

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Social Media Plattformen.	5
Abbildung 2: Erscheinungsformen des Crowdsourcing.....	6
Abbildung 3: Das Projekt Diaspora auf Kickstarter.com.....	12
Abbildung 4: Suchanfragen per Google nach dem Begriff Crowdfunding. .	14
Abbildung 5: Entwicklung von Crowdfunding in Deutschland.	15
Abbildung 6: Übersicht der einzelnen Schritte eines Crowdfunding Prozesses.....	17
Abbildung 7: Die Erscheinungsformen des Crowdfunding.	20
Abbildung 8: Das erfolgreiche Hartz IV Möbel Crowdfunding auf Startnext.de.	31
Abbildung 9: Angebotene Gegenleistungen des Hartz IV Möbel Crowdfunding.....	32
Abbildung 10: Projects and Dollars by Kickstarter.	34
Abbildung 11: Startnext.de Website.	35
Abbildung 12: Respekt.net Website.	39
Abbildung 13: Plattformenverzeichnis.....	40
Abbildung 14: Finanzierungsströme des ÖPNV.....	48

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Prämienstaffelung für das Film-Projekt "Manusha - Die kleine Romahexe"	21
Tabelle 2: Vor- und Nachteile der verschiedenen Bezahlungsmethoden....	26
Tabelle 3: Anzahl der benötigten Fans in der Startphase auf Startnext.de.	36

1. Einleitung

1.1. Ausgangssituation und Problemstellung

Bisher konnten viele hervorragende Ideen nicht verwirklicht werden, da ihren Erfindern oftmals die nötigen Finanzmittel für deren Verwirklichung gefehlt haben. Aufgrund der Individualität der Projekte ist es für Projektinitiatoren meist schwierig, das benötigte Startkapital von Banken zu erhalten. Diesen fehlt meist die Erfahrung für solch außergewöhnliche Projekte, wodurch die Investition meist mit Skepsis betrachtet wird und letztendlich als zu riskant erscheint. So vergeben Banken gerne Startkapital für die Eröffnung eines Imbisses, aber die Investition in die Produktion beispielsweise einer neumodischen Armbanduhr ist ihnen zu ungewiss und wird nicht getätigt. Das Crowdfunding stellt nun eine innovative Finanzierungsmethode dar, mit deren Hilfe vorhandene Finanzierungslücken geschlossen werden können.

Crowdfunding ist eine Internet basierte Finanzierungsform, die mit Hilfe des Internets Unterstützer für die Finanzierung meist kreativer Projekte sucht. Beim Crowdfunding können sich die Interessenten schon mit relativ kleinen Geldbeträgen im einstelligen Bereich an einem Projekt beteiligen, wodurch meist eine sehr große Anzahl von Ihnen für ein Projekt benötigt wird. Die Projektunterstützer stellen dem Projektinitiator ihre finanziellen Mittel entweder schenkungsweise zur Verfügung oder erhalten für ihre geleistete Unterstützung eine vorher vereinbarte Gegenleistung zum Ende des Projektes. Ein Crowdfunding kann vom Projektinitiator entweder selbst auf einer eigens von ihm eingerichteten Website oder auf einer bereits vorhandenen, so genannten Crowdfunding-Plattform stattfinden.

Das Crowdfunding hat bereits in den verschiedensten Bereichen Anwendung gefunden wie beispielsweise in der Musikindustrie, der Filmindustrie, dem Journalismus und der Unternehmensgründung. In dieser Arbeit sollen nun die Potenziale und Chancen des Crowdfunding untersucht werden hinsichtlich der Projektfinanzierung von öffentlichen Personennahverkehrs Unternehmen (ÖPNV).

Da der Staat der sogenannten Daseinsvorsorge¹ unterliegt, ist er der Erbringung einer Grundverkehrsdienstleistung verpflichtet. Allerdings kann der Staat diese nicht selbst erbringen und beauftragt somit ÖPNV-Unternehmen mit der Sicherstellung der Verkehrsdienstleistung. Das Hauptaugenmerk der ÖPNV-Unternehmen ist die Erbringung der Verkehrsleistung für jedermann zu erschwinglichen Fahrpreisen. Aus diesem Grund sind Verluste der ÖPNV-Unternehmen nicht ungewöhnlich. Durch die knappen wirtschaftlichen Ressourcen, die ihnen zur Verfügung stehen, sind technische Innovationen oder Modernisierungen, aber auch Verbesserungen der Leistungserbringung oftmals nicht umsetzbar.

Im Rahmen dieser Arbeit soll nun die Finanzierungsmethode Crowdfunding untersucht und charakterisiert werden, um anschließend eine Aussage über deren Eignung zur Projektfinanzierung im ÖPNV abgeben zu können.

1.2. Wissenschaftliche Vorgehensweise

Diese Arbeit gliedert sich in einen theoretischen Teil und einen praxisorientierten Teil.

Im ersten Teil werden die theoretischen Grundlagen dargelegt, welche für das Verständnis der Thematik wichtig sind. Begonnen wird mit der Erläuterung des Crowdsourcing (Kapitel 2), welches das Fundament des Crowdfunding darstellt. Darauf aufbauend wird dann das Crowdfunding definiert (Kapitel 2.2), worauf dann die geschichtliche Entwicklung des Crowdfunding bis zum heutigen Stand folgt (Kapitel 3).

Im vierten Abschnitt wird der Ablauf eines Crowdfunding-Prozesses aufgezeigt. Nachfolgend werden die vier Erscheinungsformen des Crowdfunding voneinander unterschieden. Im nächsten Schritt wird beschrieben, welche Anlässe die Unterstützer bewegen an einem Crowdfunding teilzunehmen und

¹ §1 Abs. 1 des RegG, o.V. Gesetze im Internet, o.J., <http://www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/regg/gesamt.pdf>, Stand: 21.04.2013.

welche aktuellen Zahlungsmethoden beim Crowdfunding zur Anwendung kommen. Anschließend sind dann Vor- und Nachteile des Crowdfunding aus Sicht der Projektinitiatoren und Unterstützer aufgezeigt. Am Praxisbeispiel des Hartz IV Möbelbuches von Van Le Bo Mentzel wird anhand der vorher gewonnenen Kenntnisse veranschaulicht, wie ein erfolgreiches Funding verlaufen kann.

Im fünften Abschnitt wird allgemein eine Crowdfunding-Plattform beschrieben, worauf die Darstellung der Plattform Kickstarter.com folgt und anschließend die vier europäischen Plattformen Startnext.de, Fundsters.de, MySherpas.com und Respekt.net vorgestellt werden. Nachfolgend wird ein kurzer Einblick in die rechtlichen und steuerlichen Hintergründe des Crowdfunding gegeben.

Nachdem die Grundlagen geschaffen worden sind, schließt sich nun der empirische Teil der Arbeit an. In diesem Abschnitt wird die aktuelle Situation des ÖPNV und seine Einnahmequellen erläutert. Anhand eines Interviews mit der Göttinger Verkehrsbetriebe GmbH und der Braunschweiger Verkehrs-AG werden mögliche Risiken bei der Umsetzung eines Crowdfunding im ÖPNV aufgezeigt. Im Anschluss ist eine Handlungsempfehlung für ein erfolgreiches Crowdfunding gegeben, bezogen auf eine Projektfinanzierung in einem ÖPNV-Unternehmen. Die gewonnenen Erkenntnisse sind im Fazit und Ausblick noch einmal zusammengefasst.

2. Crowdsourcing

Der Ausdruck Crowdsourcing oder die mögliche deutsche Übersetzung „Schwarmauslagerung“² wurde erstmals von Jeff Howe am 14.06.2006 im

² Vgl. Kaltenbeck, J., 2011, S. 5.

Wired Magazine geprägt.³ Das Wort Crowdsourcing setzt sich aus den Teilbegriffen „Crowd“ (dt. Masse, wobei hier die virtuelle Masse der Internet Nutzer gemeint ist) und „Outsourcing“ (dt. Auslagerung, Fremdvergabe) zusammen und wird von seinem Schöpfer Howe wie folgt definiert:⁴

„Crowdsourcing is the act of taking a job traditionally performed by a designated agent (usually an employee) and outsourcing it to an undefined, generally large group of people in the form of an open call.“⁵

Somit beschreibt das Crowdsourcing, nicht etwa wie das bisher übliche Outsourcing, die Auslagerung einzelner unternehmerischer Aufgaben an Drittländer oder andere Unternehmen, sondern richtet sich mit einem offenen Ausruf im Internet an eine große Anzahl von Privatpersonen (der sog. „Crowd“).⁶ Eine etwas aktuellere Definition des Begriffes stammt 2009 von Christian Papsdorf, der Crowdfunding wie folgt beschreibt als:

„Die Strategie des Auslagerns einer üblicherweise von Erwerbstätigen entgeltlich erbrachten Leistung durch eine Organisation oder Privatperson mittels eines offenen Aufrufes an eine Masse von unbekanntem Akteuren, bei dem der Crowdsourcer und/oder die Crowdsourceres frei verwertbare und direkte wirtschaftliche Vorteile erlangen.“⁷

Die Grundlage für das Crowdsourcing (somit auch für das Crowdfunding) bietet das sogenannte Web 2.0. Der Begriff Web 2.0 bezeichnet die veränderte Nutzung des Internets. Wo zuvor den Internetusern lediglich Inhalte aus dem Internet zur Verfügung standen, können diese nun auch aktiv ihre Beiträge dazugeben und es somit mitgestalten. Mit dem Web 2.0 beginnt das Zeitalter der sogenannten Social Media Anwendungen, die bei der Nutzung des Crowdsourcing zum Einsatz kommen. Diese, auch bekannt als soziale Netzwerke, sind interaktive Plattformen, die es den Nutzern ermöglichen,

³ Vgl. Hemer, J., Schneider, U., Dornbusch, F., Frey, S., 2011, S. 17.

⁴ Vgl. Hemer, J., Schneider, U., Dornbusch, F., Frey, S., 2011, S. 17.

⁵ Michelis, D., Schildhauer, T., 2012, S. 135.

⁶ Vgl. Hemer, J., Schneider, U., Dornbusch, F., Frey, S., 2011, S. 17.

⁷ Pelzer, C., 2011, <http://www.crowdsourcingblog.de/blog/2011/02/12/terminologie/>, Stand: 09.04.2013; Papsdorf, C., 2009, S. 69.

untereinander zu kommunizieren und mediale Inhalte einzeln oder in Gemeinschaft zu gestalten.⁸ Zu den zurzeit wohl bekanntesten Social Media Plattformen zählt die Community-Seite Facebook, die Online-Enzyklopädie Wikipedia und das Videoportal YouTube.⁹ Eine Reihe weiterer Namen solcher Social Media Plattformen sind aus Abbildung 1. zu ersehen.



Abbildung 1: Social Media Plattformen.¹⁰

Durch die Technologie des Web 2.0, stehen die neuen Social Media Anwendungen bereit, die das Wissen einer breiten Masse zur Verfügung stellen. Das Crowdsourcing macht sich mit Hilfe des Social Webs die Vorteile der sogenannte „Weisheit der Masse“ oder „kollektiven Intelligenz“ zu Nutzen. Hinter diesem Prinzip verbirgt sich der Gedanke, dass eine Gruppe von Menschen bessere Ergebnisse erzielen kann als einzelne Individuen. Ein Schaubild für die kollektive Intelligenz ist der „Publikumsjoker“ der TV-Sendung „Wer wird Millionär“, bei dem das Publikum den Kandidaten bei der Beantwortung der Fragen unterstützt.¹¹

⁸ Vgl. Hemer, J., Schneider, U., Dornbusch, F., Frey, S., 2011, S. 18 – 19.

⁹ Vgl. Michelis, D., Schildhauer, T., 2012, S. 47.

¹⁰ CSCM Forschungsgruppe Kooperationssysteme München o.V., o.J., <http://www.kooperationssysteme.de/thesis/entwicklung-einer-nachhaltigen-social-media-strategie-fur-wordpress-plattformen/>, Stand: 09.04.2013.

¹¹ Vgl. Back, A., Gronau, N., Tochtermann, K., 2009, S. 127 – 129.

Das Crowdsourcing stellt somit auf eine besondere Art eine Zusammenarbeit zwischen dem Unternehmen und seinen Kunden mittels des Internets dar. Dies erbringt für das Unternehmen nicht nur eine neue Form der Arbeitsteilung mit vielfältigen Einsatzmöglichkeiten, sondern gewährt ihm auch wichtige Informationen, die ihm einen klaren Wettbewerbsvorteil verschaffen können, und fördert zugleich auch noch die Kundenbindung.¹² Der Vorteil für die Kunden im Crowdsourcing Prozess liegt darin, dass sie einen direkten Einfluss auf neue Trends und Entscheidungen im Unternehmen ausüben können.¹³

Es gibt drei Erscheinungsformen des Crowdsourcing (siehe Abbildung 2): Crowd Creation, Crowd Voting und das Crowdfunding.

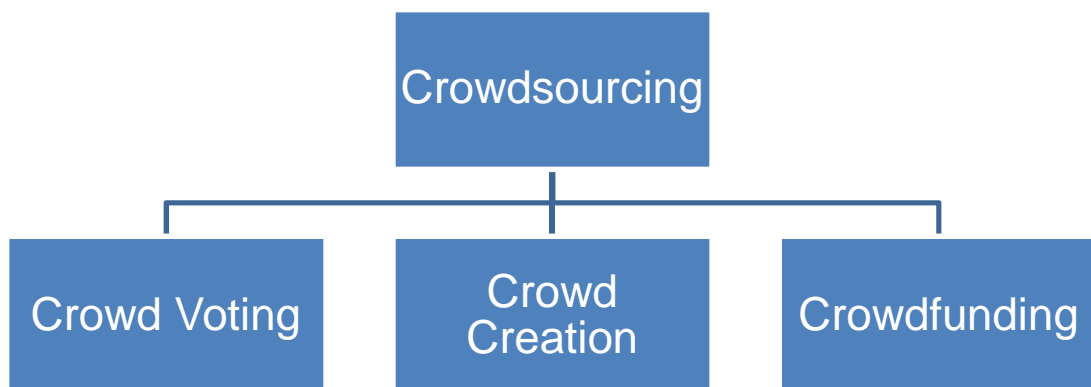


Abbildung 2: Erscheinungsformen des Crowdsourcing.¹⁴

In allen drei Erscheinungsformen des Crowdsourcing ist die Mitarbeit der Leute (Crowd) auf unterschiedliche Weise gefordert.

2.1 Crowd Voting und Crowd Creation

Crowd Voting

Vom Crowd Voting wird gesprochen wenn, wenn die Crowd zu Bewertungen, Abstimmungen, Meinungen und Empfehlungen aufgerufen wird. Die Abstim-

¹² Vgl. Lembke, G., Soyez, N., 2012, S. 103.

¹³ Vgl. Michelis, D., Schildhauer, T., 2012, S. 135.

¹⁴ Eigene Darstellung.

mung kann entweder durch direkte Bewertungen erfolgen, aber auch durch indirekte. Als Beispiel für eine direkte Abstimmung ist der online-Versandhandel Amazon zu nennen. Dieser bittet seine Kunden, nach dem Kaufabschluss die bestellte Ware mittels eines Five-Star-Ratings zu bewerten. Das heißt, die Kunden geben nach Erhalt ihrer Bestellung anhand einer Bewertungsskala mit fünf Kategorien ihre Bewertung für das Produkt ab. Anhand dieser erworbenen Bewertungsergebnisse vergibt Amazon Kaufempfehlungen für das jeweilige Produkt.¹⁵ Die allseits bekannte Suchmaschine Google steht für das Beispiel einer unbewussten Abstimmung. So zählt sie die Häufigkeit des Anklickens bzw. Suchens bestimmter Begriffe. Mit Hilfe dieser Methode wurde 2010 eine Prognose für den Gewinner des Eurovision Song Contests anhand der Google-Suchanfragen abgegeben.¹⁶

Crowd Creation

Beim Crowd Creation wird die Crowd dazu aufgerufen, kreativ zu werden, wie beispielsweise durch das Entwickeln von Ideen, Designs oder Konzepten. Dabei handelt es sich um einen Produktionsprozess, bei dem sich die Crowd konstruktiv mit einbringt.¹⁷ Ein Beispiel hierfür ist das auf Kaffeeprodukte spezialisierte Einzelhandelsunternehmen Starbucks, auf dessen Homepage Kunden dazu aufgefordert werden, Ideen zur Verbesserung der Produkte und Dienstleistungen abzugeben.¹⁸ Ähnlich ist es auch bei der bekannten Schnellrestaurant-Kette McDonald's. Diese spornt ihre Kunden an, online einen persönlichen Bürger zu kreieren, welcher dann im Erfolgsfall auch für eine Zeit auf den Markt kommt.¹⁹ Zu guter Letzt ist das wohl zurzeit populärste Crowd Creation Beispiel Wikipedia. Hier verfasst die Crowd aktiv Beiträge oder verbessert Beiträge anderer User auf der Online-Enzyklopädie. Zusammengefasst unterscheidet sich das Crowd Creation von den anderen beiden Erscheinungsformen des Crowdsourcing dahingehend, dass hier die Crowd einen beachtlich größeren Aufwand leisten muss. Wohingegen beim

¹⁵ Vgl. Leimeister, J. M., 2012, S. 389.

¹⁶ Vgl. Kaltenbeck, J., 2011, S. 6 – 7.

¹⁷ Vgl. Michelis, D., Schildhauer, T., 2012, S. 142.

¹⁸ Vgl. Leimeister, J. M., 2012, S. 389 – 390.

¹⁹ Vgl. McDonalds o.V., o.J., <http://meinburger.mcdonalds.de/>, Stand: 12.04.2013.

Crowd Voting oder Crowdfunding lediglich das Äußern einer Meinung oder das Tätigen einer Zahlung gefragt ist.²⁰

Da das Crowdfunding für die Arbeit eine wichtige Grundlage bildet, ist ihm ein eigener Absatz gewidmet.

2.2 Crowdfunding

Wie oben bereits erwähnt, formte Jeff Howe den Begriff Crowdsourcing, wobei er auch den Begriff Crowdfunding umschrieb, ohne ihn allerdings direkt zu benennen. Laut Wikipedia wurde der Begriff Crowdfunding erstmals von Michael Sullivan im Blog „fundavlog“, am 12.08.2006 im Zusammenhang mit der Musikplattform SellaBand verwendet.²¹ Der Begriff setzt sich zusammen aus dem bereits oben erwähnten Wort „Crowd“ (dt. Masse) und dem Wort „Funding“ (dt. Finanzierung). Mögliche deutsche Bezeichnungen des Begriffes sind Schwarmfinanzierung, Massenspende oder auch Krautfunding.²² Es ist die Finanzierung eines/einer Produktes/Dienstleistung durch eine Gruppe von nicht-professionellen Individuen anstelle von professionellen Parteien wie beispielsweise Banken oder Venture Capital Fonds²³. In der Literatur wird Crowdfunding oftmals wie folgt definiert:

“Crowdfunding [...] describes the collective cooperation, attention and trust by people who network and pool their money and other resources together, usually via the Internet, to support efforts initiated by other people or organizations.”²⁴

²⁰ Vgl. Leimeister, J. M., 2012, S. 389 – 390.

²¹ Vgl. Hemer, J., Schneider, U., Dornbusch, F., Frey, S., 2011, S. 17.

²² Vgl. Warner, A., 2012, S. 60.

²³ Beim Venture-Capital (dt. Risikokapital oder Wagniskapital) handelt es sich um zeitlich begrenzte Kapitalbeteiligungen an jungen, innovativen, nicht börsennotierten Unternehmen, die sich trotz zum Teil unzureichender laufender Ertragskraft durch ein überdurchschnittliches Wachstumspotenzial auszeichnen. Breuer, W., o.J., <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/venture-capital.html>, Stand: 26.04.2013.

²⁴ Roebuck, K., 2011, S.1; Lawton, K., Marom, D., 2013, S. ix.

Dass dank des Konzeptes Crowdsourcing und dem Engagement der Crowd ein finanzieller Gewinn oder auch Einsparungen erwirtschaftet werden können, ist aus den bereits oben genannten Erscheinungsformen ersichtlich. Im Fall des Crowdfunding wird die Crowd nun aber direkt zur Finanzierung mit eingespannt.²⁵ Der Grundgedanke des Crowdfunding ist es, das Finanzierungsziel eines Projektes durch eine Vielzahl meist kleinerer Geldbeträge zu erreichen. Die Unterstützer des Projektes erhalten dafür in Gegenleistung meist ein kleines Präsent.²⁶

In Abschnitt 3 wird nun auf die Entwicklung des Crowdfunding eingegangen, wobei der Blick auf den amerikanischen und deutschen Markt gerichtet ist.

3. Entstehungsgeschichte des Crowdfunding

Der Begriff Crowdfunding ist neu, doch die Geschichte zeigt, dass das Konzept schon seit längerer Zeit besteht. So schlossen sich früher, wie auch heute noch, Dorfbewohner in Entwicklungsländern zusammen. Damit verfolgten sie das gemeinsame Verlangen, den Ausbau ihres Dorfes voranzutreiben, um ihre Lebensführung zu verbessern oder zu erleichtern. Das erste dokumentierte Beispiel solch einer Finanzierung ist der häufig zitierte Sockelbau der Freiheitsstatue in New York im Jahr 1885. Joseph Pulitzer setzte einen Spendenaufruf in die „New York World“ Zeitung, um den Sockel der Statue fertig zu stellen. Er rief alle Bewohner der Stadt dazu auf, sich auch mit Kleinstbeträgen an dem Bau zu beteiligen. Als Gegenleistung veröffentlichte er den Namen jedes Spenders in der New York World Zeitung. Der benötigte Geldbetrag kam dann innerhalb von fünf Monaten zusammen, wobei die meisten Spenden geringer als ein Dollar waren.²⁷

²⁵ Vgl. Michelis, D., Schildhauer, T., 2012, S. 143.

²⁶ Vgl. Leimeister, J. M., 2012, S. 389.

²⁷ Vgl. Lawton, K., Maron, D., 2013, S. xi – xii; Young, T. E., 2013, S. 50; Bartelt, D., Barth, A., Blüthgen, M., 2012, S. 8; Hemer, J., Schneider, U., Dornbusch, F., Frey, S., 2011, S. 19 – 20.

Mit dem heutigen Crowdfunding wird das damalige Konzept eines „Spendenausrufs“ aufgegriffen, wobei es aufgrund der Entwicklung des Internets nun in eine ganz andere Dimension gerückt wird. Das Internet ermöglicht es, Interessenten schneller als auch internationaler zu erreichen und zu mobilisieren. Den größten Markt für das Crowdfunding stellt Nordamerika, gefolgt von Europa. In den übrigen Märkten besitzt das Crowdfunding bisher noch eine eher sekundäre Stellung.²⁸

3.1 Der amerikanische Markt

Der Funktionsweise des Crowdfunding bedienen sich vor allem Hilfsorganisationen, aber auch der Wahlkampf von US-amerikanischen Politikern wird mit dessen Technik finanziert.²⁹

„Politicians do it. Charity too. And now for-profit entrepreneurs are tapping the Internet to get small amounts of money from lots and lots of supporters.“³⁰

So sammelte Barack Obama 2008 während der Präsidentschaftswahl, neben den üblichen Großspenden von Unternehmen, mit Hilfe des Internets und des virales Marketings³¹ mehrere Millionen Dollar von Bürgern ein. Allerdings gab es auch schon einen noch früheren Einsatz des Crowdfunding in der US-amerikanischen Politik. Jerry Brown rief 1992 die Menschen dazu auf, über eine Telefon-Hotline Beträge bis maximal 100 US Dollar für seine Wahlkampagne als Präsidentschaftskandidat zu spenden.³²

„In these pre-Internet days, this was a revolutionary way to tap a lot of money by asking for a little amount of money from a lot of people.“³³

²⁸ Vgl. Beck, R., 2012, S. 21.

²⁹ Vgl. Strauss, S. D., 2011, S. 137.

³⁰ Strauss, S. D., 2011, S. 137.

³¹ Virales Marketing basiert auf dem Grundprinzip der Mundpropaganda. Es nutzt die sozialen Netzwerke und Medien, um Leute auf eine Marke, ein Produkt oder eine Kampagne aufmerksam zu machen. Vgl. Kollmann, T., o.J., <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/viral-marketing.html>, Stand: 22.04.2013.

³² Vgl. Strauss, S. D., 2011, S. 136.

³³ Strauss, S. D., 2011, S. 136.

Als Pionier des Crowdfunding ist die britische Rock-Band Marillion zu erwähnen, allerdings wurde dafür zu jener Zeit der Begriff Crowdfunding noch nicht benutzt. Die amerikanische Fangemeinde sammelte 1997 einen Betrag von 60.000 US Dollar, um ein Konzert der Band in den USA zu realisieren. Die Idee und das Management lag in Händen der Fans ohne Einbezug der Band. Später nutzte Marillion in Eigeninitiative erfolgreich das Crowdfunding, um die Aufnahme und das Marketing verschiedener Alben zu finanzieren.³⁴

Als Vorreiter in der Plattformgründung gilt die im Jahr 2000 von Brian Camelio gegründete Seite ArtistShare.com. ArtistShare.com richtet sich speziell an Musiker und deren Fans. Der Startschuss für das erste Funding Projekt fiel dann im Jahre 2003. Brian Camelio, selbst ein professioneller Musiker und Produzent, ermöglicht es seiner Plattform erstmalig anderen Künstlern, Geld für die Produktion eines Albums zu erhalten, um es zu veröffentlichen.³⁵ Darauf folgte im Jahr 2008 die Plattform IndiGoGo.com und ein Jahr danach öffnete der nun weltweit populärste Anbieter Kickstarter.com seine Pforten.³⁶

Im Jahr 2010 startete dann auf Kickstarter.com das Projekt „diaspora“, geführt von vier Computerfreaks. Die Vier wollten mit ihrer Plattform „diaspora“ gegen facebook antreten, um ein besseres soziales Netzwerk zu entwickeln. Ziel war es, innerhalb von 39 Tagen 10.000 US Dollar zu sammeln. Die Zielsumme kam letztendlich schon innerhalb der ersten zwölf Tage zusammen. Das Projekt lag über 2.000 Prozent seiner angestrebten Summe. Insgesamt haben 6.479 Unterstützer gemeinsam eine Summe von 200.641 US Dollar finanziert. Das Projekt „diaspora“ verhalf dem Thema Crowdfunding somit zu internationaler Aufmerksamkeit und brachte den Durchbruch für die amerikanische Crowdfunding Plattform Kickstarter.com.³⁷

³⁴ Vgl. Roebuck, K., 2011, S. 1.

³⁵ Vgl. Beck, R., 2012, S. 20; Bartelt, D., Barth, A., Blüthgen, M., 2012, S. 9.

³⁶ Vgl. Schenk, R., 2012, S. 4.

³⁷ Vgl. Bartelt, D., Barth, A., Blüthgen, M., 2012, S. 8.



Abbildung 3: Das Projekt Diaspora auf Kickstarter.com.³⁸

Der Erfolg einiger Projekte auf Kickstarter.com nimmt inzwischen unvorstellbare Größen an. Im Jahr 2011 wurden über die Kickstarter Plattform knapp 100 Millionen US Dollar eingesammelt. Innerhalb dieser zwölf Monate sind 27.000 Projekte online gegangen, von denen etwa 12.000 erfolgreich finanziert worden sind.³⁹

Das System des Sammelns von kleinen Geldbeträgen von vielen Unterstützern lässt sich natürlich in mehreren Bereichen finden, wenn auch seine anfänglichen Wurzeln im künstlerischen und kreativschaffenden Bereich lagen. So ist es nun von der Politik zum Journalismus bis hin zur Gründung eines Star-Up Unternehmens in den verschiedensten Projektformen zu finden.⁴⁰

³⁸ Bram, T., 2012, <http://www.bootstrappist.com/archives/the-developers-guide-to-crowdfunding-part-1/>, Stand: 08.04.2013.

³⁹ Vgl. Bartelt, D., Barth, A., Blüthgen, M., 2012, S. 14.

⁴⁰ Vgl. Schenk, R., 2012, S. 3.

3.2 Der deutsche Markt

Im Jahr 2010 erreichte die Crowdfunding-Bewegung dann auch Deutschland. Die im August 2006 gegründete holländische Crowdfunding-Plattform „sellaband.com“ ging im Februar 2010 insolvent und wurde daraufhin von dem Münchener Geschäftsführer Michael Bogatzki in Deutschland weitergeführt.⁴¹ Kurz danach, im März 2010, wurde Startnext.de gegründet. Dies ist die erste deutsche Plattform, die das Crowdfunding erforscht und darüber berichtet. Im Oktober 2010 starteten dann auch die ersten Projektfinanzierungen auf Startnext.de, ziemlich zeitgleich mit dem Auftakt der Plattform MySherpas.com.⁴² Am Ende des Jahres 2010 starteten noch folgende weitere Plattformen, deren Schwerpunkte in der Finanzierung künstlerischer und kreativer Projekte liegen:⁴³

- Inkubato.com
- Pling.de
- Visionbakery.de

Zusätzlich zu den bestehenden nationalen Plattformen entstehen auch immer mehr regionale Crowdfunding-Seiten, wie etwa BerlinCrowd.com, Nordstarter.org für Hamburg oder Dresden-Durchstarter.de. Diese fokussieren sich vor allem auf Projekte in der entsprechenden Großstadt und der unmittelbaren Region, um lokalen Projekten eine Plattform zur Unterstützung zu geben.⁴⁴

Im Laufe des Jahres 2012 hat auch das Medieninteresse zugenommen, sodass sich eine Vielzahl von Artikeln und Einordnungen zum Thema Crowdfunding finden lassen. Im RTL Nachtmagazin als auch bei RTL Aktuell wird über die verschiedenen Anwendungsfelder des Crowdfunding berichtet.⁴⁵ Der Internet-Journalist Sascha Lob schrieb im Spiegel Online eine umfassende Betrachtung zum Crowdfunding und bezeichnete es:

⁴¹ Vgl. Bartelt, D., Barth, A., Blüthgen, M., 2012, S. 9.

⁴² Vgl. Beck, R., 2012, S. 20 – 21.

⁴³ Vgl. Bartelt, D., Barth, A., Blüthgen, M., 2012, S. 9.

⁴⁴ Vgl. Wikipedia.de o.V., 2013, <http://de.wikipedia.org/wiki/Crowdfunding>, Stand: 08.04.2013; Hackmann, M., 2012, S. 60.

⁴⁵ Vgl. Bartelt, D., Barth, A., Blüthgen, M., 2012, S. 13.

„[...] als den logisch nächsten Schritt von ‘Social Media’, die Metamorphose des Like-Buttons in Geld. Bisher konnte man von Likes und Liebe nicht leben, aber mit dem langsamen Aufstieg des Crowdfundings zeigt sich, ob der Fan zurecht Fan heißt oder doch nur Teil einer ipadverlosungserregten Klickhorde war.“⁴⁶

Die Bekanntheit und das gestiegene Interesse drücken sich wie in Abb. 4 zusehen im extremen Anstieg der Aufrufe in der Suchmaschine Google aus.

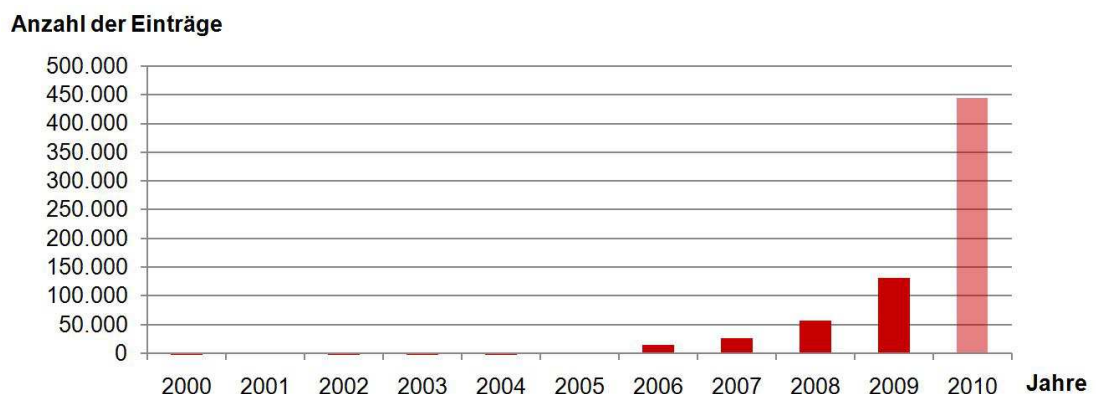


Abbildung 4: Suchanfragen per Google nach dem Begriff Crowdfunding.⁴⁷

Im Jahr 2012 kamen knapp 2 Millionen Euro durch Crowdfunding Projekte in Deutschland zusammen. Laut „Der Blog für Gründer“ sind im ersten Quartal 2013 etwas über 1 Million Euro für 182 erfolgreiche Projekte gesammelt worden. Somit übersteigt das Kapital des ersten Quartals 2013 das des vierten Quartals 2012 zu rund 26 Prozent. Dies bedeutet sogar einen Vervielfachung des ersten Quartals 2013 entgegen dem ersten Quartal 2012. Mit den ersten drei Monaten aus 2013 ist das Finanzierungsvolumen bereits um 50 Prozent gegenüber dem Gesamtvolumen von 2012 übertroffen.⁴⁸

⁴⁶ Bartelt, D., Barth, A., Blüthgen, M., 2012, S. 13.

⁴⁷ Bielemeyer, B., 2010, <http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Crowdfunding-history.JPG>, Stand: 08.04.2013.

⁴⁸ Vgl. Der Blog von für Gründer o.V., 2012, <http://www.fuer-gruender.de/blog/2013/04/10-mio-crowd/>, Stand: 11.04.2013.

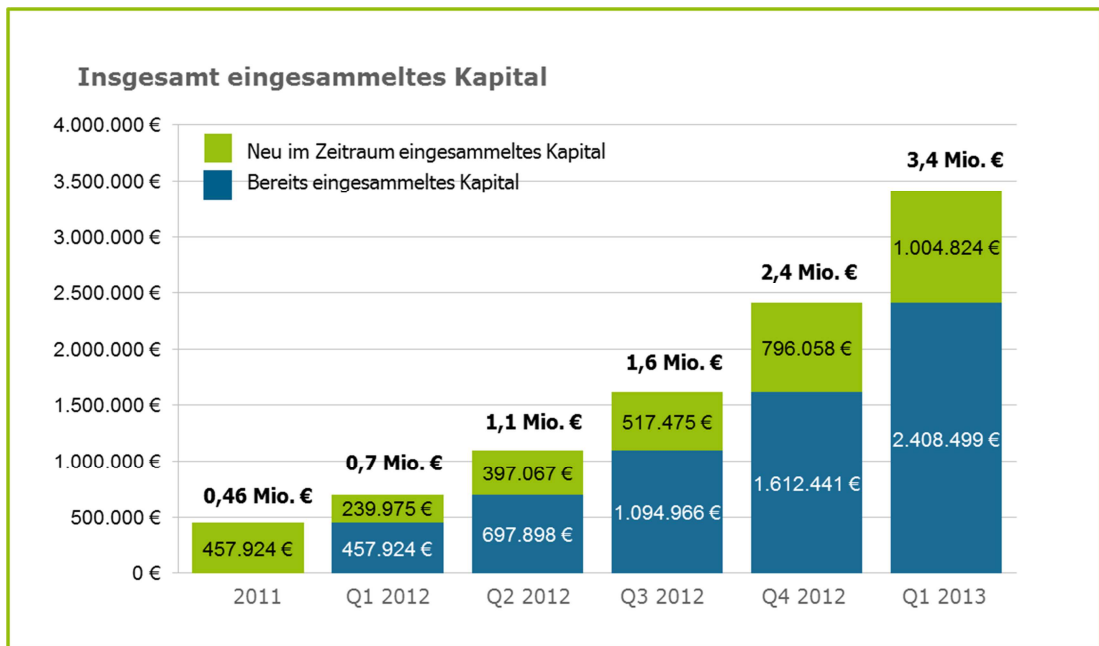


Abbildung 5: Entwicklung von Crowdfunding in Deutschland.⁴⁹

Insgesamt haben sich seit Ende des Jahres 2010 848 Projekte erfolgreich finanziert und zusammen über 3,4 Millionen Euro eingenommen. Dies ergibt eine Erfolgsquote von 45 Prozent in Bezug auf die Gesamtzahl von 1.900 initiierten Projekten. Das durchschnittliche Finanzierungsvolumen lag dabei bei etwa 4.025 Euro. Im ersten Quartal 2013 sind diese Werte gestiegen, sodass die Erfolgsquote nun bei 58 Prozent und das durchschnittliche Finanzierungsvolumen bei 5.521 Euro liegt.⁵⁰

Die relativ jungen deutschen Crowdfunding-Plattformen besitzen im Vergleich zu ihrem US-amerikanischen Vorbild Kickstarter.com ein noch äußerst geringes Funding-Aufkommen.⁵¹ Allerdings hat sich im aktuellen Quartal gezeigt, dass zunehmend größere Projekte realisiert wurden und damit das durchschnittliche Finanzierungsvolumen pro Projekt deutlich gestiegen ist. Experten rechnen daher für das Gesamtjahr 2013 mit einem Crowdfunding-Volumen zwischen fünf und sechs Millionen Euro. Die Entwicklung des

⁴⁹ Der Blog von für Gründer o.V., 2012, <http://www.fuer-gruender.de/blog/2013/04/10-mio-crowd/>, Stand: 11.04.2013.

⁵⁰ Vgl. Der Blog von für Gründer o.V., 2012, <http://www.fuer-gruender.de/blog/2013/04/10-mio-crowd/>, Stand: 11.04.2013.

⁵¹ Vgl. Schenk, R., 2012, S. 4.

Crowdfunding-Marktes ist in Deutschland in vollem Gange; auch wenn es noch nicht ganz ausgereift ist, besitzt es ein erhebliches Marktpotenzial.⁵²

4. Der Crowdfunding Prozess

In dem folgenden Teil wird der Ablauf eines Crowdfunding-Prozesses mit dessen dazugehörigen Vorbereitungen veranschaulicht. Zusätzlich wird auf die möglichen Gegenleistungen, die Motivation der Geldgeber und auf das bestehende Bezahlungssystem eingegangen. Anschließend werden dem Leser die aktuellen Vor- und Nachteile des Crowdfunding aufgezeigt. Anhand eines Praxisbeispiels werden die gewonnenen Kenntnisse verdeutlicht, um den möglichen Ablauf eines erfolgreichen Crowdfunding zu veranschaulichen.

4.1 Ablauf eines Crowdfunding

Wie bereits erwähnt, ermöglicht Crowdfunding die Realisierung von Projekten durch die finanzielle Unterstützung vieler Menschen. Über die sogenannten Crowdfunding-Plattformen kann jeder, der von einem startenden Projekt begeistert ist, eine verbindliche Zusage zu dessen Unterstützung abgeben. Wie aber genau der Ablauf von einer Idee zu deren Finanzierung verläuft, ist in der unteren Abbildung 6 komprimiert dargestellt.

⁵² Vgl. Der Blog von für Gründer o.V., 2012, <http://www.fuer-gruender.de/blog/2013/04/10-mio-crowd/>, Stand: 11.04.2013.

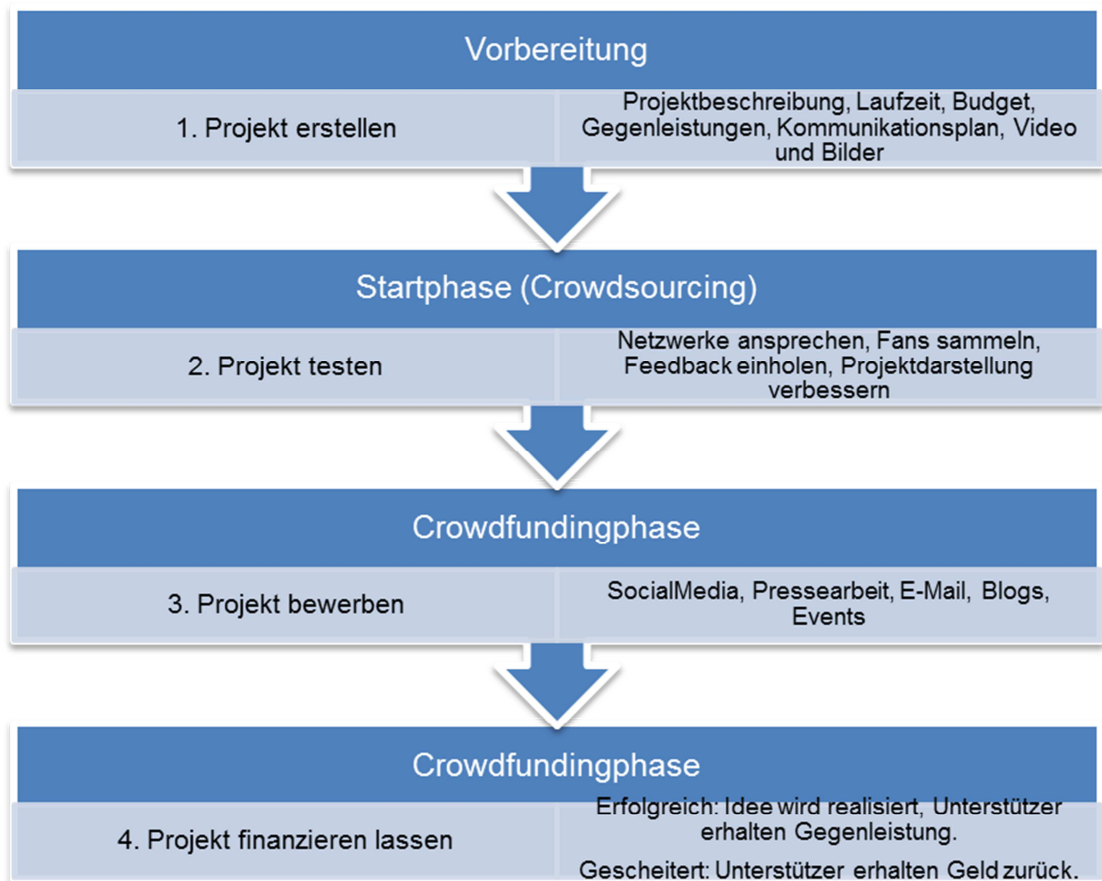


Abbildung 6: Übersicht der einzelnen Schritte eines Crowdfunding Prozesses.⁵³

Schritt 1: Projekt erstellen

In der Vorbereitung zu einem Crowdfunding Prozess ist vorab eine systematische Ausarbeitung des Projektvorhabens von Nöten, welche anschließend nachvollziehbar darzulegen ist. Dazu gehört ein klares Ziel: die Festsetzung der Laufzeit⁵⁴, in der das Ziel erreicht sein soll, und vor allem die Höhe des dafür benötigten Budgets. Außerdem muss über die Art und Höhe der Gegenleistung entschieden werden, welche die Fans im Gegenzug zu ihrer Spende erhalten sollen. Weiterhin ist ein Kommunikationsplan erforderlich, in dem sich damit auseinander gesetzt wird, wie die Masse zum einen erreicht werden soll und im Nachhinein natürlich auch weiter auf dem neuesten Stand der Entwicklungen gehalten wird. Am Ende dieses Schrittes sollte eine voll-

⁵³ Vgl. Bartel, D., Barth, A., Blüthgen, M., 2012, S. 18.

⁵⁴ Mit Laufzeit ist hier die Anzahl der Tage gemeint, an denen Fans über die Crowdfunding-Plattform die Chance haben, sich am Erfolg des Projektes zu beteiligen.

ständige Projektbeschreibung mit den dazugehörigen Zwischenzielen feststehen.⁵⁵

Schritt 2: Projekt testen

Im zweiten Schritt geht es darum, herauszufinden, wie das Projekt bei der Masse ankommt. Dazu wird das/die Produkt/Dienstleistung mit Hilfe der sozialen Netzwerke im Internet präsentiert. Dabei gilt es nicht nur erste Befürworter für dieses Projekt zu sammeln, sondern auch Informationen über die Meinung der Öffentlichkeit zum Vorhaben in Erfahrung zu bringen. Der Wert der wie bereits erwähnten „Weisheit der Masse“ oder auch „kollektiven Intelligenz“⁵⁶ stellt in diesem Schritt einen wichtigen Aspekt dar, den es zu nutzen gilt. Die gesammelten Erfahrungen und Meinungen der Crowd sollten angenommen und genutzt werden, damit das/die Produkt/Dienstleistung verbessert werden kann und bei der breiten Masse Gefallen findet. Für den Initiator wird sich in dieser Phase herausstellen, ob seine Idee auf dem Markt auf Akzeptanz trifft oder ob sie noch Entwicklungsbedarf benötigt. Wenn in diesem Verlauf des Prozesses nicht genügend Anhänger zu finden sind, wird ein erfolgreiches Umsetzen des Crowdfunding fragwürdig. Es sei aber nun davon auszugehen, dass genügend Befürworter dem Projekt zur Seite stehen.⁵⁷

Schritt 3: Projekt bewerben

Im vorletzten Abschnitt gilt es, das Projekt anzupreisen. Dabei sollen potenzielle Spender darauf aufmerksam gemacht werden, dass das Projekt nun in Kürze auf der entsprechenden Crowdfunding-Plattform startet und somit zum Handeln und Mitmachen auffordern wird. Denn für ein erfolgreiches Erreichen des gewünschten Finanzierungsvolumens reicht es nicht aus, das Projekt einfach auf einer Crowdfunding-Plattform zu platzieren; für das Erreichen des Finanzierungsziels muss unbedingt aktiv kommuniziert und geworben werden. Dafür geworben werden kann und sollte überall, egal ob im Web über soziale Netzwerke oder über die altbewährten Kommunikationsmittel wie Rundfunk, Zeitung und Plakate. Allerdings besteht hier die Vorausset-

⁵⁵ Vgl. Kaltenbeck, J., 2011, S. 11-14; Bartelt, D., Barth, A., Blüthgen, M., 2012, S. 18 – 20.

⁵⁶ Vgl. Heismann, G., 2012, S. 94; Leimeister, J. M., 2012, S. 388; Michelis, D., Schildhauer, T., 2010, S. 91 – 93; ter Kuile, F., 2012, S. 7 – 8.

⁵⁷ Vgl. Kaltenbeck, J., 2011, S. 11-14; Bartelt, D., Barth, A., Blüthgen, M., 2012, S. 18 – 20.

zung, dass die Werbemaßnahmen mit geringen oder keinen Kosten verbunden sind, da es an Geldmitteln ohnehin schon mangelt. Daher scheiden die klassischen Werbemittel meist aus.⁵⁸ Es geht hier darum, möglichst viele Menschen zu erreichen und das Projekt möglichst populär zu machen, damit das benötigte Budget in der gesetzten Plattform-Laufzeit schnellstmöglich realisiert wird.⁵⁹

Schritt 4: Projekt finanzieren lassen

Nach Ablauf der gesetzten Frist zählt das „Alles-oder-nichts-Prinzip“. Wird das gesetzte Budget erreicht, erhält der Initiator das Geld zur Realisierung seines Projektes und hält seine Fangemeinde immer auf dem neuesten Stand zu dessen Entwicklung. Im Anschluss an die erfolgreiche Umsetzung erhalten die Unterstützer die vorher vereinbarte Gegenleistung. Wird das gesetzte Budget nicht oder nur teilweise erreicht, erhalten die Spender ihr Geld zurück und das Projekt wird nicht verwirklicht. Dieses „Alles-oder-Nichts-Prinzip“⁶⁰ stellt eine Absicherung für beide Parteien dar. Für den Initiator würde nämlich eine beispielsweise 70prozentige Erreichung des Budgetzieles bedeuten, dass er zum einen für die restlichen 30 Prozent selber aufkommen muss und zusätzlich auch noch die entstehenden Produktions- und Lieferkosten der Gegenleistung zu verantworten hat, da die Spender auf deren Erhalt weiterhin bestehen. Für die Spender besteht auf der anderen Seite die Gefahr, dass sie die erwartete Gegenleistung nicht in der gewünschten Qualität erhalten, wie sie es sich vorgestellt haben, beziehungsweise das komplette Projekt, für das sie gezahlt hatten, nicht ihren Erwartungen entspricht.⁶¹

⁵⁸ Vgl. Hemer, J., Schneider, U., Dornbusch, F., Frey, S., 2011, S. 75 – 76.

⁵⁹ Vgl. Kaltenbeck, J., 2011, S. 11 – 14; Bartelt, D., Barth, A., Blüthgen, M., 2012, S. 18 – 20.

⁶⁰ Vgl. Bareiß, A., 2012, S. 459; Bartelt, D., Barth, A., Blüthgen, M., 2012, S. 18; Hackmann, M., 2012, S. 60; Rodewald, V., 2012, S. 78; Kaltenbeck, J., 2011, S. 13.

⁶¹ Vgl. Kaltenbeck, J., 2011, S. 13-14.

4.2 Formen des Crowdfunding und deren Gegenleistungen

Das Crowdfunding tritt in vier verschiedenen Erscheinungsformen auf, dem Reward-Based, Donation-Based, Equity-Based und Lending-Based (siehe Abbildung 7). Diese vier Formen unterscheiden sich hauptsächlich in ihrer erbrachten Gegenleistung.

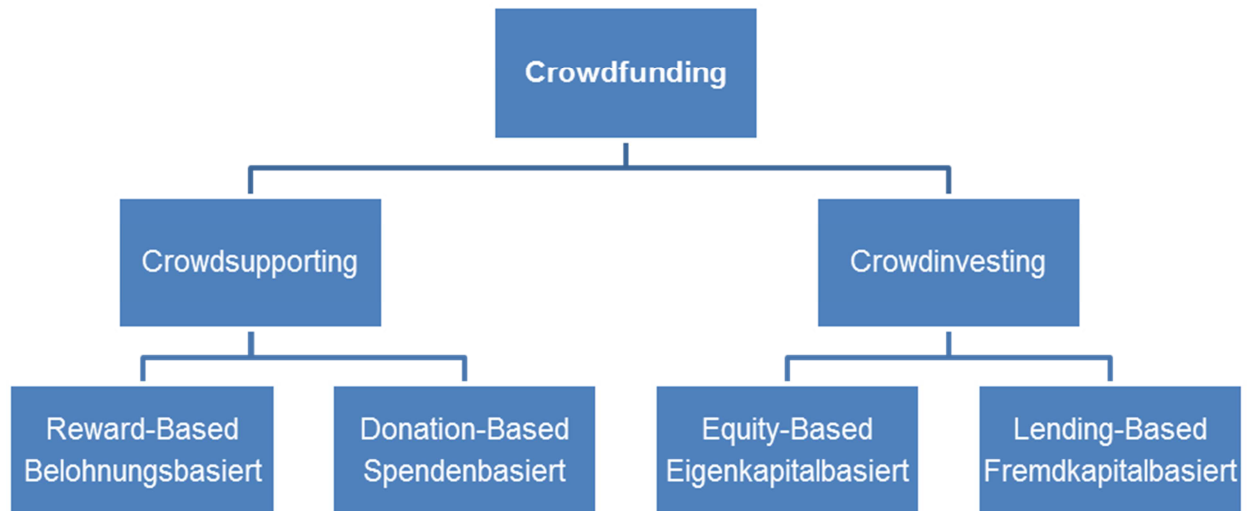


Abbildung 7: Die Erscheinungsformen des Crowdfunding.⁶²

4.2.1 Donation-Based Crowdfunding

Die Investoren eines spendenbasierten Crowdfunding erhalten außer einer Danksagung keine weitere Gegenleistung für ihre finanzielle Unterstützung des Projektes. Diese Form des Crowdfunding ist vor allem für soziale und gemeinnützige Projekte von Vorteil. Die Spender wissen, dass sie keinen materiellen Ausgleich für ihre Zahlung erhalten und sind meist schon mit einer persönlichen E-Mail als Dankeschön zufrieden. Je nach Art des Projektes kann die Danksagung beispielsweise auch am Abspann eines Filmes, im Cover einer CD oder im Anhang eines Buches erfolgen. Den meisten Fans ist dies so kostbar, dass sie auch gerne dafür zahlen. Diese Art der Spende ist oftmals unter dem Begriff Fan-Funding bekannt.⁶³

⁶² Eigene Darstellung in Anlehnung an Beck, R., 2012, S. 15.

⁶³ Vgl. Beck, R., 2012, S. 15.

4.2.2 Reward-Based Crowdfunding

Das belohnungs-basierte Crowdfunding hingegen geht über ein Dankeschön hinaus und verspricht zusätzlich eine Gegenleistung für die erbrachte Unterstützung. Dies ist die Form, mit der das Crowdfunding am häufigsten identifiziert wird und auch die häufigste Verwendung findet. Die Gegenleistungen sind oftmals auch bekannt unter der englischen Bezeichnung „Rewards, Returns oder Perks“⁶⁴ und können in vielfältigster Weise erfüllt werden. Es könnte beispielsweise eine CD der Band sein, dessen Produktion von dem Spender unterstützt wurde, oder ein „meet and greet“⁶⁵ mit seinem Idol. Dem Einfallsreichtum sind hierbei keinerlei Grenzen gesetzt. In den meisten Projekten sind die Prämien auch in Höhe des gespendeten Betrages abgestuft, wie in dem unteren Beispiel zu sehen ist.⁶⁶

€ 10,-	Dankeschön (Wir bedanken uns via Twitter, FB, E-Mail und listen dich als Unterstützer auf der Webseite)
€ 20,-	Dankeschön + Download Soundtrack + Download Film
€ 25,-	Dankeschön + CD Soundtrack + signierte CD von Harri Stojka
€ 30,-	Dankeschön + DVD inkl. Making of + signiertes Drehbuch (PDF)
€ 40,-	Dankeschön + T-Shirt + signiertes Filmplakat
€ 50,-	Dankeschön + DVD inkl. Making of + T-Shirt
€ 75,-	Dankeschön + DVD inkl. Making of + T-Shirt + Plakat
€ 100,-	Dankeschön + DVD inkl. Making of + 1x VIP Einladung zur Premiere in Wien
€ 200,-	Dankeschön + DVD inkl. Making of + 2x VIP Einladung zur Premiere in Wien
€ 500,-	Dankeschön VIP-VIDEO-Botschaft + Private Vorführung in Anwesenheit des Produzenten
€ 1000,-	Dankeschön VIP-VIDEO-Botschaft + Private Vorführung in Anwesenheit des Produzenten + Harri Stojka

Tabelle 1: Prämienstufung für das Film-Projekt "Manusha - Die kleine Romahexe" auf der Plattform mySherpas.⁶⁷

Teilweise ist hier die Rede von einer „Pre-Order“ (Vorbereitung) wie die Band „Marilliones“ es 2006 nannte, da zu der Zeit noch keine einheitliche Bezeichnung für diese Art der Finanzierung bestand. Die Band realisierte mit Hilfe der vorbestellten Konzertkarten ihr Konzert in den U.S.A.⁶⁸

⁶⁴ Vgl. Lawton, K., Marom, D., 2013, S. 79 – 84; Meinshausen, S., Schiereck, D., Stimeier, S., 2012, S. 584; Hofmann, G., 2012, S. 79; Hemer, J., Schneider, U., Dornbusch, F., Frey, S., 2011, S. 24.

⁶⁵ Bezeichnet das arrangierte Treffen mit einer berühmten Person, für ein persönliches Gespräch.

⁶⁶ Vgl. Beck, R., 2012, 15 – 16.

⁶⁷ Zaya, T., 2013, <http://www.manusha-derfilm.at/2011/09/26/vorbereitung-zur-crowdfunding-kampagne-dein-feedback-ist-gefragt/>, Stand: 19.02.2013.

⁶⁸ Vgl. Meinshausen, S., Schiereck, D., Stimeier, S., 2012, S. 66.

4.2.3 Lending-Based Crowdfunding

Fremdkapital-basiertes Crowdfunding, im Deutschen auch bekannt als Mikrokredit oder Mikrodarlehen⁶⁹, ist als eine Art Darlehnsvertrag zwischen Projektinitiator und Investor zu verstehen. Der Investor besitzt dabei keine Beteiligung am Start-up-Unternehmen⁷⁰, hat aber das Anrecht auf Rückzahlung des von ihm angelegten Geldes plus dessen Verzinsung. Dies gilt auch dann, wenn das Projekt keine Gewinne erbringen sollte.⁷¹

4.2.4 Equity-Based Crowdfunding

Investoren des Eigenkapital basierten Crowdfunding besitzen durch die Entrichtung ihres Geldes Anteile am Start-up-Unternehmen und sind an dessen Gewinnausschüttung am Ende des Geschäftsjahres zu beteiligen, wodurch das Projekt zu Ungunsten des Projektinitiators geformt werden kann.

Das Equity-Based und Lending-Based Crowdfunding ist auch als Crowdfunding anzusehen.⁷² Für die weitere Arbeit werden die Formen des Eigenkapital basierten Crowdfunding und Fremdkapital basierten Crowdfunding ausgeschlossen und nicht weiter betrachtet, da sie für die Untersuchung nicht relevant sind (siehe dazu Kapitel 7.1).

4.3 Motivation der Geldgeber

Wie zuvor schon erwähnt, ist für den Erfolg eines Projektes die große Unterstützungsgemeinde besonders wichtig. Daher ist es erforderlich, sich mit den Gründen auseinander zu setzen, die Menschen motivieren, sich für ein Crowdfunding-Projekt einzusetzen. Diese Motivatoren gilt es in das eigene Projekt mitaufzunehmen, um möglichst viele Menschen für dieses Vorhaben begeistern zu können, damit sie es finanziell unterstützen.

⁶⁹ Vgl. Beck, R., 2012, S. 16.

⁷⁰ Junge, noch nicht etablierte Unternehmen, die zur Verwirklichung einer innovativen Geschäftsidee mit geringem Startkapital gegründet werden.

⁷¹ Vgl. Beck, R., 2012, S. 16; Collins, L., Pierrakis, Y., 2012, S. 3.

⁷² Vgl. Beck, R., 2012, S. 16.

Der Grund, warum Menschen sich an der Finanzierung eines/einer Projektes/Dienstleistung beteiligen, kann zum einen aus einer sozialen Motivation entstehen, mit einem positiven Beitrag die Gesellschaft oder auch sich selbst zu unterstützen, zum anderen könnte es auch das reine Verlangen nach der angebotenen Prämie sein, aber auch die Kombination aus beidem kann einen Anreiz darstellen. Die Geldgeber erhalten außerdem die Chance, das Projekt vollständig überblicken zu können, und werden immer auf dem neuesten Stand der Entwicklungen gehalten.⁷³ Viele Projekte erhalten vor allem die Unterstützung von Spendern aus der näheren Region. Diese wollen mit ihren Beiträgen ihr Lebensumfeld aktiv mitgestalten und einen Teil zur positiven Veränderung beitragen.⁷⁴

Die wesentlichen Hauptgründe für die Unterstützung eines Crowdfunding-Projektes sind demzufolge:

- Die Identifikation mit den Werten oder Zielen des jeweiligen Projektes oder Plattform.
- Zufriedenheit, Teil einer Community von Unterstützern zu sein.
- Freude an Erhalt und Nutzung des zu entwickelnden Produktes (z.B. ein Buch, ein Film, eine CD oder ein Computerspiel, eventuell mit Autogramm des Autors).
- Zufriedenheit mit dem Erfolg des eigenen Engagements.
- Die Möglichkeit, an exklusiven Veranstaltungen wie Vernissagen, Gala-Dinners usw. teilzunehmen.
- Der Erhalt eines Zertifikates oder einer Anerkennung als Förderer, unterzeichnet durch den Autor oder Initiator.
- Die namentliche Erwähnung in einer öffentlichen Liste von Unterstützern (z.B. im Buch oder Filmabspann) zur eigenen Selbstdarstellung.
- Aber auch ganz einfach nur der Spaß und die Freude, die mit dem Engagement an dem Vorhaben und mit der Interaktion mit den Initiatoren verbunden sind.

⁷³ Vgl. Rodewald, V., 2012, S. 76 – 77.

⁷⁴ Vgl. Hackmann, M., 2012, S.60.

Schlussfolgernd ist zu sagen, dass je mehr kommerzielle Gesichtspunkte ein Projekt besitzt bzw. entwickelt, desto mehr Unterstützer fühlen sich angesprochen, wobei diese dann auch nicht nur mehr aus der klassischen Web-Gesellschaft stammen.⁷⁵

4.4 Bezahlungssysteme

Um die Vielzahl unterschiedlicher Geldbeträge koordinieren zu können, brauchen die Crowdfunding-Plattformen automatisierte Bezahlungssysteme. Diese müssen missbrauchssicher sein und einen hohen Datenschutz gewährleisten. Die meisten Anbieter lagern die Zahlungsverwaltung daher zum Teil aus und arbeiten mit Micropayment-Providern⁷⁶ bzw. Banken zusammen. Da für Kleinstbeträge die Nutzung herkömmlicher Zahlungswege meist zu teuer (aufgrund der Transaktionskosten) und aufwendig ist, ist der Gebrauch von web-basierten Zahlungssystemen üblich. Die meisten Crowdfunding-Plattformen stellen jedoch verschiedene Bezahlungssysteme zur Auswahl. Die am häufigsten verwendeten Systeme sind:⁷⁷

Herkömmliche Zahlungswege:

- Klassische Kreditkartenzahlung (on- und offline)
- Banküberweisung (on- und offline)
- Lastschriftverfahren

Web-basierte Zahlungswege:

- Sofortüberweisung.de
- PayPal
- Click&Buy
- FidorPay
- MoneyBookers
- Checkout by Amazon
- Authorize.net

Die Spender können, je nachdem welcher Zahlungsweg ihnen dann am angenehmsten erscheint, den Betrag ihrer Wahl auf das Onlinekonto des zu unterstützenden Projektes einzahlen. Kommt das Finanzierungsziel in dem

⁷⁵ Vgl. Hemer, J., Schneider, U., Dornbusch, F., Frey, S., 2011, S. 41.

⁷⁶ Im Deutschen auch als Anbieter von Kleinbetragzahlung bzw. Mikrozahlung bekannt. Dies bezeichnet ein Zahlungsverfahren geringer Summen, worunter Beträge zwischen 0,01 und 5,00 Euro fallen.

⁷⁷ Vgl. Beck, R., 2011, S. 65 – 70.

gewünschten Zeitraum nicht zusammen, ist das Projekt gescheitert und mit dem bisher angesammelten Budget wird folgendermaßen verfahren:⁷⁸

1. Das Budget wird komplett an einen von der Crowdfunding-Plattform verwalteten Fonds überwiesen und unterstützt dort neue Projekte; der Spender erhält kein Geld zurück.
2. Das Budget wird dem Unterstützer auf dessen Wunsch auf einem Transferkonto zugänglich gemacht. Er kann nach Aktivierung des Transferkontos das Geld auf sein Referenzkonto, ohne weitere Kosten umbuchen.
3. Das Budget wird auf Wunsch des Unterstützers an ein Bankkonto überwiesen.
4. Der Unterstützer kann das Geld in ein anderes Vorhaben investieren.⁷⁹

Das FidorPay Bezahlungssystem wurde direkt für das Crowdfunding entwickelt. FidorPay ist ein Produkt der Fidor Bank AG und wird in Zusammenarbeit mit der deutschen Crowdfunding-Plattform Startnext.com immer weiter verbessert, um den Anforderungen des Crowdfunding gerecht zu werden. Der Vorteil dieses Systems ist der Wegfall der, wie bereits erwähnt, hohen Transaktionskosten, die beispielsweise bei PayPal und anderen Dienstleistern anfallen. Um die Dienste des FidorPay nutzen zu können, muss sich der mutmaßliche Geldgeber vorerst ein Konto/Account auf www.fidor.de eröffnen. Mit der Registrierung erhält der Kunde kein konventionelles Konto mit Kontonummer, sondern ein digitales Konto, auch genannt E-Geld-Konto. Um Geld für ein bestimmtes Projekt beisteuern zu können, muss vorab Geld auf das FidorPay-Konto eingezahlt werden, entweder durch Überweisung⁸⁰ oder Sofortüberweisung⁸¹. Der gewünschte Geldbetrag, der dem Projekt zugutekommen soll, wird dann auf dem FidorPay-Konto geblockt. Bei erfolgreichem Abschluss des Projektes werden die beigesteuerten Gelder ohne Verzöge-

⁷⁸ Vgl. Hemer, J., Schneider, U., Dornbusch, F., Frey, S., 2011, S. 65 – 66.

⁷⁹ Vgl. Hemer, J., Schneider, U., Dornbusch, F., Frey, S., 2011, S. 70.

⁸⁰ Das Ausfüllen eines Überweisungsscheins und dessen Abgabe in der Bankfiliale wird als Überweisung bezeichnet. Deren Verarbeitung beansprucht immer etwas mehr Zeit als die Sofortüberweisung.

⁸¹ Als Sofortüberweisung wird das Tätigen einer Überweisung an einem Bankautomaten oder über Onlinebanking bezeichnet.

rung dem Projektinitiator auf das eigene FidorPay-Konto überwiesen. Beim Misserfolg werden die Gelder der Spender wieder freigeschaltet, sodass sie über deren weiteren Verbleib selbst entscheiden können.⁸²

In der nachstehenden Tabelle sind die Vor- und Nachteile der angebotenen Zahlungsmethoden von Startnext.de aufgelistet.

Bezahlungsmethode	Vorteile	Nachteile
FidorPay:	<ul style="list-style-type: none"> - kostenfreies eGeld Konto - Betrag wird Projektbudget sofort gutgeschrieben - keine Transaktionskosten oder Verwaltungsgebühren - FidorPay-Konto wurde extra für Crowdfunding-Prozesse von Startnext optimiert 	<ul style="list-style-type: none"> - eigenes Fidor Pay Konto erforderlich - Anmeldeprozess mit Verifizierung von Bankdaten und Handynummer - derzeit nur mit deutschem Bankkonto nutzbar
PayPal:	<ul style="list-style-type: none"> - verbreitete Bezahlmethode beim Crowdfunding - keine Anmeldung eines Kontos nötig. Es ist möglich PayPal auch als Gast zu nutzen 	<ul style="list-style-type: none"> - Transaktionskosten, die vom Initiator zu tragen sind - Rückbuchungen sind nur mit vorhandenem PayPal-Konto möglich
Überweisung:	<ul style="list-style-type: none"> - Keine Anmeldung notwendig - Überweisung über gewohntes Online-Banking bzw. bei der Bankfiliale 	<ul style="list-style-type: none"> - Überweisung kommt erst zeitverzögert an, so dass der Betrag erst nach Eingang der Überweisung dem Projektbudget gutgeschrieben werden kann - Hohe Fehleranfälligkeit durch falschen Verwendungszweck bei limitierten Dankeschöns ist eine Vorkasse-Überweisung nicht empfehlenswert
Sofortüberweisung:	<ul style="list-style-type: none"> - TÜV zertifizierter Überweisungsvorgang - Betrag wird im Projekt sofort sichtbar - keine vorherige Registrierung notwendig 	<ul style="list-style-type: none"> - Gelder können nicht direkt zurückgebucht werden; Rückbuchung über Gutscheine

Tabelle 2: Vor- und Nachteile der verschiedenen Bezahlungsmethoden.⁸³

Die verschiedenen Bezahlungssysteme können mal mehr und mal weniger vorteilhaft für den Projektgründer sein. Es sollten jedoch immer mehrere Wege zur Zahlungsleistung zur Auswahl stehen, damit die Unterstützung nicht am gewohnten Zahlungsverhalten der Spender scheitert.

⁸² Vgl. Kaltenbeck, J., 2011, S. 30 – 31.

⁸³ Vgl. o.V. Startnext.de, 2013, <http://faq.startnext.de/Payments.html>, Stand: 28.02.2013

4.5 Vor- und Nachteile des Crowdfunding

Die folgenden Vor- und Nachteile des Crowdfunding bezogen auf den Projektinitiator sind wichtige Aspekte für dessen Entscheidung zur Durchführung des Finanzierungsmodells. Für den Fall einer Entscheidung zur Ausübung eines Crowdfunding sollten die daraus entstehenden Chancen genutzt und ihre Risiken begrenzt werden.

4.5.1 Aus Sicht der Projektgründer

Vorteile des Crowdfunding

- **Verwirklichung von Ideen**
Crowdfunding unterstützt die Realisierung guter und neuer Ideen, die auf dem Weg von traditionellen Erlösmodellen keine Befürworter finden konnten.⁸⁴
- **Schnelle Finanzierungsmöglichkeit**
Das schnelle Erreichen der Masse ermöglicht in kürzester Zeit die Mobilisierung von Fans. Crowdfunding befähigt somit zu Gewinnen in kürzester Zeit. Dies gilt umso mehr, wenn bereits eine vorhandene Fangemeinde besteht.⁸⁵
- **Geringes finanzielles Risiko**
Die meisten Plattformen erheben keine Gebühr beim Inserieren eines Crowdfunding. Sie erheben lediglich auf die von den Spendern gezahlten Beiträge eine Provision, aber auch nur dann wenn das Crowdfunding erfolgreich abgeschlossen wurde. Wenn sich der Initiator auch noch selbst um das komplette Marketing kümmert, kostet ihn die ganze Aktion lediglich seine Zeit.⁸⁶
- **Risikoloses Testen neuer Ideen und gleichzeitiges Werben**
Während der Werbekampagne eines Crowdfunding erhält man zugleich die Chance auf den Einblick, was die Leute von dem eigenen Projekt halten und wie es bei ihnen ankommt. Das Feedback, das der

⁸⁴ Vgl. Hemer, J., Schneider, U., Dornbusch, F., Frey, S., 2011, S. 77; Lavinsky, D., 2012, <http://www.growthink.com/content/pros-cons-crowdfunding>, Stand: 25.02.2013.

⁸⁵ Vgl. Hemer, J., Schneider, U., Dornbusch, F., Frey, S., 2011, S. 77; o.V. Scottish Enterprise, 2012, <http://www.finance.scotland.gov.uk/types/equity/crowdfunding/pros-and-cons>, Stand: 25.02.2013.

⁸⁶ Vgl. Young, T., 2013, S. 16.

Initiator von der Masse erhält, kann somit eine vorherige Aussage über den Erfolg des Projektes abgeben und auch Projekthinhalte verbessern. Befürworter werben für das Projekt zusätzlich auf ihren eigenen Plattformen.⁸⁷

➤ **Alleiniges Bestimmungsrecht**

Bei einer Finanzierung über Crowdfunding sind keine weiteren Beteiligungen oder Mitbestimmungsrechte abzugeben wie beispielsweise bei einem Venture Capital⁸⁸. Der Initiator des Projektes verfügt über freie Entscheidungsgewalt und kann sein Projekt nach seinen Wünschen formen.⁸⁹

Nachteile des Crowdfunding

➤ **Fortlaufender Arbeitsaufwand**

Es gilt vor der Crowdfunding Aktion Kontakt zu den Fans aufzubauen, welcher während der Finanzierungsphase mindestens gehalten werden muss. Doch auch nach Erreichung eines erfolgreichen Crowdfunding muss der Kontakt zu den Fans gewahrt werden. So werden immer persönliche Anfragen der Fans kommen, die es zu beantworten gilt, welches einen nicht enden wollenden 24 Stunden Job darstellen kann.⁹⁰

➤ **Hoher Aufwand für das Management des Projektes**

Nicht von Anfang an befinden sich alle Spender auf der Crowdfunding-Plattform; sie werden meist über soziale Netzwerke auf das Projekt und die Plattform aufmerksam gemacht. Daher ist es wichtig zu wissen, wie man mit Hilfe des Social Media wirbt, um Informationen rich-

⁸⁷ Vgl. Steinberg, S., 2012, <http://upstart.bizjournals.com/resources/author/2012/05/17/scott-steinberg-looks-at-pros-cons-of-crowdfunding.html?page=all>, Stand: 22.02.2013; Hemer, J., Schneider, U., Dornbusch, F., Frey, S., 2011, S. 77.

⁸⁸ Beim Venture-Capital (Risikokapital, Wagniskapital) handelt es sich um zeitlich begrenzte Kapitalbeteiligungen an jungen, innovativen, nicht börsennotierten Unternehmen, die sich trotz z.T. unzureichender laufender Ertragskraft durch ein überdurchschnittliches Wachstumspotenzial auszeichnen. Das Venture-Capital-Geschäft stellt einen Teilbereich des Private-Equity-Geschäfts dar, worunter man den Handel mit Eigenkapitalanteilen an nicht börsennotierten Unternehmen versteht. Breuer, W., o.J., <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/venture-capital.html>, Stand: 26.04.2013.

⁸⁹ Vgl. Steinberg, S., 2012, <http://upstart.bizjournals.com/resources/author/2012/05/17/scott-steinberg-looks-at-pros-cons-of-crowdfunding.html?page=all>, Stand: 22.02.2013; Young, T., 2013, S. 17.

⁹⁰ Vgl. Young, T., 2013, S. 18.

tig verbreiten zu können. Dies ist meist sehr kosten- und personalaufwendig.⁹¹

➤ **Offenlegung aller Informationen**

Für ein erfolgreiches Erreichen des Finanzierungszieles ist es notwendig, alle Informationen offen darzulegen, denn nur so kann eine Vertrauensbasis zu den Spendern aufgebaut werden. Dazu gehört nicht nur, dass sich der Initiator des Projektes mit Kontaktmöglichkeiten preisgeben hat, sondern auch die volle Darstellung des Projektes. Durch die Offenlegung des Projektvorhabens kann es schnell zum Ideenraub kommen. So kann es passieren, dass das Projekt bevor es überhaupt finanziert worden ist, schon von der Konkurrenz, die über das Kapital bereits verfügt, auf den Markt gebracht wird.⁹²

➤ **Wohlwollen der Crowd**

Die Crowd kann das Projekt auch durch negative Propaganda belasten. So könnten sie zum Beispiel verärgert über etwaige Änderungen im Projekt sein, da es nicht ganz nach ihren Wünschen erfüllt wird. Aber auch die mangelnde Kommunikation zwischen Geldgebern und Initiator kann Empörungen bei den Spendern hervorrufen und sich negativ auf das Projekt auswirken.⁹³

4.5.2 Aus Sicht der Projektunterstützer

Die Vorteile oder Beweggründe, die einen Projektunterstützer an der Teilnahme eines Crowdfunding bestärken, wurden im Absatz 4.3 erläutert. Hier soll lediglich auf die mögliche Risiken eingegangen werden, die während der Beteiligung am Projekt entstehen könnten.

Eine Gefahr beim Crowdfunding ist es, dass die Unterstützer keinerlei Einfluss auf die Verwendung ihrer geleisteten Zahlungen haben. Dadurch entsteht die Möglichkeit des Missbrauchs an ihren Geldern durch den Initiator des Projektes, die vor allem dann sehr hoch ist, wenn kein vermittelnder Ak-

⁹¹ Vgl. Hemer, J., Schneider, U., Dornbusch, F., Frey, S., 2011, S. 78.

⁹² Theisen, S., 2012, S. 95; Lavinsky, D., 2012, <http://www.growthink.com/content/pros-cons-crowdfunding>, Stand: 25.02.2013; Young, T., 2013, S. 19.

⁹³ Vgl. Hemer, J., Schneider, U., Dornbusch, F., Frey, S., 2011, S. 78.

teur beim Crowdfunding die Parteien betreut. Es besteht auch immer die Möglichkeit, dass Projekte aufgrund von internen oder externen Hemmnissen nicht auf die geplante Weise verwirklicht werden können.⁹⁴

Ein weiteres Wagnis bildet das Abspringen von Initiatoren, die am Projekt beteiligt waren, und das damit verbundene mögliche Scheitern des Projektes. Aber auch das Widerrufsrecht der Unterstützer an ihren getätigten Zahlungen stellt eine Gefahr da.⁹⁵ So steht das erwartete Kapital plötzlich doch nicht mehr zur Verfügung und das Projekt misslingt. Sollte in diesen beiden Beispielen dann auch schon ein Teil des Geldes ausgegeben worden sein, stellt sich die Frage, wie weiter zu verfahren ist. Eine Antwort bietet hierzu bisher weder die Literatur noch die Crowdfundingszene. Die Gefahr des Scheiterns eines Projektes besteht somit immer, wobei Unterstützer mit keinerlei Endschädigung zu rechnen haben. Ihre geleisteten Zahlungen sind aufgebraucht und durch das Nichtzustandekommen des Projektes können auch die versprochenen Gegenleistungen nicht erfüllt werden.⁹⁶

Dies sind Risiken, die uns als Projektinitiatoren wenig kümmern, allerdings sollte ihnen dennoch Beachtung geschenkt werden und sich mit den Sorgen der Unterstützer auseinander gesetzt werden. Denn letztendlich geht es darum, ihr Vertrauen zu gewinnen und sie für das eigene Projekt zu begeistern.

4.6 Ein Praxisbeispiel des Crowdfunding

Nachdem ein typischer Crowdfunding-Prozess mit seinen inneren Abläufen oben aufgeführt wurde, wird nun die Crowdfunding Erfolgsgeschichte des Van Bo Le-Mentzel und sein Buchprojekt „Hartz IV Möbel“ aufgezeigt, um die Möglichkeiten von Crowdfunding anschaulich und praxisnah zu vermitteln.

⁹⁴ Vgl. Hemer, J., Schneider, U., Dornbusch, F., Frey, S., 2011, S. 79.

⁹⁵ Vgl. Theil, A., 2012,

<http://faq.startnext.de/Rueckbuchung/id/Kann+ich+meine+Unterstuetzung+stornieren+-53/modul/R%FCcckbuchung/aid/48>, Stand: 12.04.2013.

⁹⁶ Vgl. Hemer, J., Schneider, U., Dornbusch, F., Frey, S., 2011, S. 79.

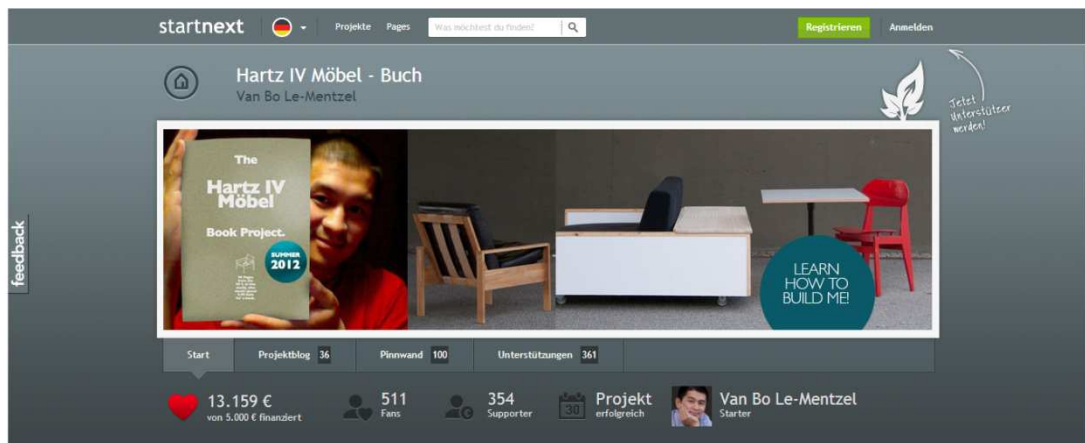


Abbildung 8: Das erfolgreiche Hartz IV Möbel Crowdfunding auf Startnext.de.⁹⁷

Die Idee des Architekten Van Bo Le-Mentzel ist es, Menschen mit wenig Geld Zugang zu schönen und einzigartigen Möbeln zu verschaffen. Treu nach seinem Motto „konstruieren statt konsumieren“ glaubt er daran, dass Menschen darüber nachdenken sollten, was sie wirklich brauchen, er glaubt an das Geben und Nehmen und daran, dass das Selberbauen von Möbel die Welt verbessern kann.⁹⁸

Im Sommer 2012 startete sein Projekt, 5.000 Euro für den Druck der Bücher seiner sogenannten Hartz IV Möbel, inklusive Bauanleitung auf der Plattform Startnext.de zu sammeln. Am Ende der 30 Tage Funding-Laufzeit kamen 13.159 Euro zusammen, womit sein Zielbudget zu 263 Prozent übertroffen wurde.⁹⁹

Als Dankeschön für eine Unterstützung bot Van Bo Le-Mentzel sieben verschiedene Gegenleistungen an, die aus Abbildung 9 ersichtlich sind. Eine Besonderheit des Projektes war hier, dass nicht nur finanziell unterstützt, sondern auch aktiv mitgestaltet werden konnte, indem eigene Ideen, Bauanleitungen, Geschichten und Fotos miteingebracht wurden.¹⁰⁰

⁹⁷ Van Bo Le-Mentzel, o.J., <http://www.startnext.de/hartz-iv-moebel-buch>, Stand: 11.04.2013.

⁹⁸ Vgl. Van Bo Le-Mentzel, o.J., <http://www.startnext.de/hartz-iv-moebel-buch>, Stand: 11.04.2013.

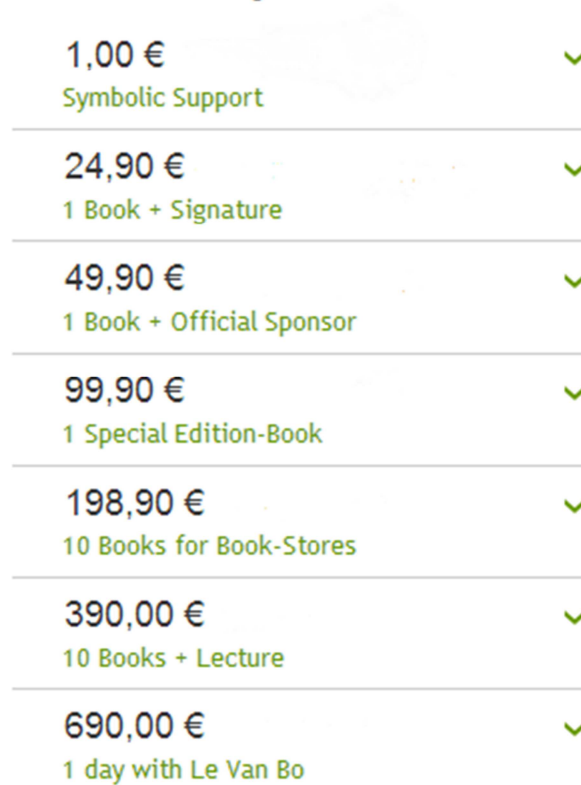
⁹⁹ Vgl. Van Bo Le-Mentzel, o.J., <http://www.startnext.de/hartz-iv-moebel-buch>, Stand: 11.04.2013;

Bartelt, D., Barth, A., Blüthgen, M., 2012, S. 25.

¹⁰⁰ Bartelt, D., Barth, A., Blüthgen, M., 2012, S. 25.

Dankeschöns für deinen Support!

Das Dankeschön erhältst du nur bei Finanzierungserfolg, andernfalls bekommst du dein Geld zurück. Eine Kombination von Dankeschöns ist möglich.



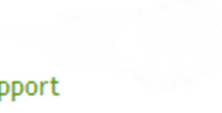

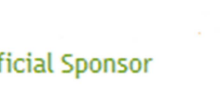
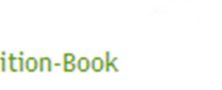
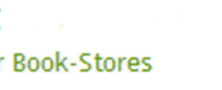

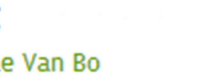
1,00 €		✓
Symbolic Support		
24,90 €		✓
1 Book + Signature		
49,90 €		✓
1 Book + Official Sponsor		
99,90 €		✓
1 Special Edition-Book		
198,90 €		✓
10 Books for Book-Stores		
390,00 €		✓
10 Books + Lecture		
690,00 €		✓
1 day with Le Van Bo		

Abbildung 9: Angebotene Gegenleistungen des Hartz IV Möbel Crowdfunding.¹⁰¹

Einen großen Vorteil verschaffte Van Le Bo Mentzel freilich sein erstes Crowdfunding Projekt „Hartz IV Wohnung“ aus dem Sommer 2011. Damit konnte er nämlich nicht nur die Kosten einer Möbelausstellung decken, sondern auch erste Erfahrungen mit dem Crowdfunding-Prozess sammeln. Doch das Wichtigste daran waren die ersten Fans, die er gesammelt hatte und welche zu einer stetig wachsenden Crowdfunding-Community ausgebaut wurden. Sein erstes Projekt verschaffte ihm Reportagen im Fernsehen und Zeitschriften. Dies steigerte seine Bekanntheit und verhalf ihm letztendlich zur enorm erfolgreichen Finanzierung seines zweiten Projektes. Zu guter

¹⁰¹ Van Bo Le-Mentzel, o.J., <http://www.startnext.de/hartz-iv-moebel-buch>, Stand: 11.04.2013.

Letzt wurde auch der Kunstverlag Hatje Cantz auf Van Bo Le-Mentzel aufmerksam und nahm sein Buch in das Verlagsprogramm mit auf.¹⁰²

Diese Erfolgsgeschichte zeigt, dass mit Crowdfunding sehr viel erreicht werden kann, wenn bestimmte Kriterien beachtet werden und die Crowd gut mobilisiert ist.

5. Crowdfunding-Plattformen

Eine Crowdfunding-Plattform ist ein technisches Mittel, mit deren Hilfe der Kapitalsuchende eine Verbindung mit den Unterstützern (Social Community) aufbaut, um die Erreichung eines gemeinsamen Zieles zu verwirklichen. Die Anzahl der Plattformen wächst stetig; so bestehen zurzeit weltweit 500 Plattformen, von denen drei Viertel spenden- und belohnungsbasiert arbeiten.¹⁰³ Die Plattformen bieten die Möglichkeit, vorgefertigte Masken mit individuellem Inhalt zu füllen. Für das Präsentieren des eigenen Projektes sind nicht nur genaue Details zum Projekt von Nöten, sondern auch Visualisierungsmaterial in Form von Bildern oder einem Video, als auch Informationen zum Initiator oder Unternehmen des Projektes. Die vorhandenen Plattformen können in verschiedene Kategorien unterteilt werden, Klassifikationsmerkmale können den Typ, die Verbreitung oder den Schwerpunkt betreffen.¹⁰⁴

Die wohl größte und bekannteste Crowdfunding-Plattform ist Kickstarter.com, mit deren Hilfe viele populäre Projekte wie beispielsweise die Facebook Alternative Diaspora¹⁰⁵ finanziert wurden und das Crowdfunding somit auch erst richtig an Popularität gewinnen konnte.¹⁰⁶ Kickstarter.com wurde am 28. April 2009 in den USA speziell für kreative Projekte „*Everything from films,*

¹⁰² Bartelt, D., Barth, A., Blüthgen, M., 2012, S. 25.

¹⁰³ Vgl. Lubbadeh, J., 2012, S. 32 – 33.

¹⁰⁴ Vgl. Kaltenbeck, J., 2011, S. 27.

¹⁰⁵ <https://joindiaspora.com/>

¹⁰⁶ Vgl. Wenzlaff, K., 2012, <http://t3n.de/news/deutschsprachige-crowdfunding-plattformen-blick-318076/>, Stand: 01.03.2013.

*games, and music to art, design, and technology*¹⁰⁷ gegründet. Die Plattform agiert nach dem bereits erwähnten „Alles-oder-Nichts“ Prinzip (all-or-nothing) und trifft eine Vorauswahl für die bei ihnen eingereichten Projekte.¹⁰⁸

Category	Launched Projects	Total Dollars	Successful Dollars	Unsuccessful Dollars	Live Dollars	Live Projects	Success Rate
All	88,257	\$501 M	\$425 M	\$55 M	\$21 M	3,800	43.53%

Abbildung 10: Projects and Dollars by Kickstarter.¹⁰⁹

In Abbildung 10 kann der Erfolg der Kickstarter Plattform abgelesen werden. Zu erkennen ist, dass rund die Hälfte aller auf Kickstarter startenden Projekte erfolgreich abgeschlossen werden. Somit führt nicht nur ihre Popularität, sondern auch ihr äußerst gutes und überschaubares Erscheinungsbild dazu, dass sich andere Crowdfunding-Plattformen an ihr orientieren.¹¹⁰ Ein Nachteil ist allerdings, dass englischsprachige Plattformen zu ungewohnt für die deutsche Community ist.¹¹¹ Die Kickstarter Plattform würde von vornherein für viele deutsche Projekte nicht in Frage kommen, da die für die Nutzung benötigten Unterlagen wie z.B. Angaben zum Konto, zur Adresse, zum Führerschein oder zu anderen staatlich ausgestellten Ausweisen in den USA ausgestellt worden sein müssen.¹¹²

5.1 Europäische Plattformen

In Europa existieren Crowdfunding-Plattformen deren Nutzung sich für ein Crowdfunding in Deutschland besser eignen.

¹⁰⁷ Kickstarter o.V., 2013, <http://www.kickstarter.com/help/faq/kickstarter%20basics?ref=nav>, Stand: 01.03.2013.

¹⁰⁸ Vgl. Kickstarter o.V., 2013, <http://www.kickstarter.com/help/faq/kickstarter%20basics?ref=nav>, Stand: 01.03.2013

¹⁰⁹ Kickstarter o.V., 2013, <http://www.kickstarter.com/help/stats>, Stand: 01.03.2013.

¹¹⁰ Vgl. Young, T., 2013, S. 62.

¹¹¹ Vgl. Wenzlaff, K., 2012, <http://t3n.de/news/deutschsprachige-crowdfunding-plattformen-blick-318076/>, Stand: 01.03.2013.

¹¹² Vgl. Kaltenbeck, J., 2011, S. 28.

5.1.1 Startnext.de

Die erste und größte Crowdfunding-Plattform im deutschsprachigen Raum nennt sich Startnext.de. Sie wurde im März 2010 von Tino Kreßner und Denis Bartelt gegründet und berichtete zu Anfang lediglich über das Crowdfunding.¹¹³ Im Oktober 2010 starteten schließlich die ersten Projektinitiatoren (laut Startnext.de auch Starter genannt) ihre Projekte.¹¹⁴ Startnext.de hat sich der Unterstützung von Kultur- und Kreativprojekten angenommen, die auf der Plattform in die insgesamt 16 Kategorien Film/Video, Music, Kunst, Informationsangebot, Technologie etc. gegliedert sind.¹¹⁵ Die Nutzung der Plattform ist kostenlos, da im Gegensatz zu anderen Plattformen keine Transaktionskosten anfallen. Bei einem erfolgreichen Funding werden allerdings neun Prozent Provisionskosten vom erzielten Gewinn eingenommen. Davon fließen fünf Prozent in den Projekt-Fond der Community, um kommende Projekte bei ihrem Erfolg zu unterstützen. Die restlichen vier Prozent verbleiben bei Startnext.de zur Deckung der laufenden Betriebskosten.¹¹⁶



Abbildung 11: Startnext.de Website.¹¹⁷

Die Veröffentlichung eines Projektes auf Startnext.de läuft in folgenden Schritten ab:

¹¹³ Vgl. Startnext o.V., 2013, <http://www.startnext.de/Info/startnext.html>, Stand: 06.03.2013.

¹¹⁴ Vgl. Kreßner, T., 2012, <http://faq.startnext.de/about/id/Seit+wann+gibt+es+Startnext-4/modul/%DCber+Startnext/aid/7>, Stand: 06.03.2013.

¹¹⁵ Vgl. Startnext o.V., 2013, <http://www.startnext.de/Projekte.html#!information.technology/alle/beliebtheit-d/28>, Stand: 06.03.2013.

¹¹⁶ Vgl. Kaltenbeck, J., 2011, S. 29 – 30.

¹¹⁷ Startnext.de o.V., 2013, <http://www.startnext.de/>, Stand: 16.03.2013.

Jedes angemeldete Projekt durchläuft vorab eine Vorauswahl und wird von Startnext.de erst dann freigeschaltet, wenn es den „Richtlinien für Projektstarter“¹¹⁸ entspricht.¹¹⁹ Nach Vorschrift von Startnext.de können nur Projekte finanziert werden. Ein Projekt zeichnet sich laut der Richtlinien immer mit einem Anfangs- und einem Endpunkt aus und besitzt ein klares Ziel. Wenn diese Richtlinien vom Starter und seinem Projekt erfüllt werden, geht es in die Startphase.¹²⁰

In der Startphase kann das Projekt noch nicht finanziert werden, hier geht es lediglich darum, Fans zu sammeln, sich Feedback einzuholen und die eigene Projektpräsentation zu verbessern. Die Laufzeit der Startphase beträgt insgesamt 30 Tage und als Fan werden nur registrierte Startnext.de Nutzer gezählt.¹²¹

Die Anzahl der zu gewinnenden Fans hängt von dem jeweiligen Funding-Ziel ab und sind in der folgenden Tabelle aufgelistet.¹²²

Höhe des Projektbudgets	Anzahl der benötigten Fans
0 - 500€	10 Fans
501€ - 2500€	25 Fans
2501€ - 5000€	50 Fans
5001€ - 7500€	75 Fans
über 7501€	100 Fans

Tabelle 3: Anzahl der benötigten Fans in der Startphase auf Startnext.de.¹²³

¹¹⁸ Startnext.de o.V., 2013, <http://www.startnext.de/Hilfe/Guidelines.html>, Stand: 16.03.2013.

¹¹⁹ Vgl. Theil, A., 2012,

<http://faq.startnext.de/general/id/Wer+kann+seine+Projekte+ueber+Startnext+finanzieren-3/modul/Allgemeines/aid/5>, Stand: 16.03.2013.

¹²⁰ Vgl. Startnext o.V., 2013, <http://www.startnext.de/Hilfe/Guidelines.html>, Stand: 16.03.2013.

¹²¹ Stiller, J., 2013, <http://faq.startnext.de/die-Startphase/id/Was+passiert+in+der+Startphase+-77/modul/Startphase/aid/120>, Stand: 16.03.2013.

¹²² Vgl. Nastoll, M., 2012, <http://faq.startnext.de/die-Startphase/id/Wie+viele+Fans+brauche+ich+in+der+Startphase+um+in-135/modul/Startphase/aid/117>,

Stand: 16.03.2013.

¹²³ Vgl. Nastoll, M., 2012, <http://faq.startnext.de/die-Startphase/id/Wie+viele+Fans+brauche+ich+in+der+Startphase+um+in-135/modul/Startphase/aid/117>,

Stand: 16.03.2013.

Projekte, die die Startphase nicht bewältigen, haben die Chance ihre Darstellung nochmal zu überarbeiten und es ein zweites Mal zu versuchen. Dabei wird dann die Anzahl der Fans wieder auf Null gesetzt.¹²⁴

Für Startnext.de gilt, wie auch schon vorher für Kickstarter.com, das „Alles-oder-nichts-Prinzip“.¹²⁵ Eine Besonderheit ist die Einrichtung eines FidorPay Kontos, das jeder Starter besitzen muss, der einen Wohnsitz in Deutschland hat, bevor sein Projekt in die Finanzierungsphase kommt.¹²⁶ Bei Bedarf können auch angebotene Premium-Dienste in der Crowdfunding Beratung, Planung und Social Media etc. von Startnext.de kostenpflichtig in Anspruch genommen werden.¹²⁷ Startnext.de bietet zusätzlich eine App Funktion für das iPad. Apps für das iPhone werden in Zukunft auch folgen, ebenso wie Android Apps, was einen schnellen Zugriff auf die angebotenen Projekte der Plattform gewährleistet.¹²⁸

5.1.2 Fundsters.de

Die Plattform Fundsters.de wurde im November 2012 von Markus Brütsch gegründet. Sie unterscheidet sich von anderen Plattformen aufgrund ihrer Offenheit gegenüber Finanzierungsprojekten aller Art und ohne das Setzen von Beschränkungen. Fundsters.de besitzt keine Themenbeschränkungen; von der Geschäftsidee, dem künstlerischen oder kreativen Projekt, sozialen Engagement, bürgerlichen Initiative oder dem Nachbarschaftsprojekt kann alles finanziert werden und das ohne Vorselektion. Jede ernsthaft gemeinte Idee kann auf dieser Plattform gebührenfrei platziert werden, wobei auch hier das „alles-oder-nichts-Prinzip“ gilt. Bei erfolgreichen Auktionen werden jedoch vier Prozent für den Betrieb und die Weiterentwicklung der Plattform einbehalten. Zehn Prozent nimmt Fundsters.de als Gewinnbeteiligung ein.

¹²⁴ Vgl. Liefekett, P., 2013, <http://faq.startnext.de/die-Startphase/id/Was+passiert+wenn+ich+die+Startphase+nicht+schaff-134/modul/Startphase/aid/118>, Stand: 16.03.2013.

¹²⁵ Vgl. Theil, A., 2013, <http://faq.startnext.de/general/id/Was+bedeutet+das+Alles-oder-nichts-Prinzip+-5/modul/Allgemeines/aid/8>, Stand: 16.03.2013.

¹²⁶ Vgl. Theil, A., 2012, <http://faq.startnext.de/Ablauf/id/Brauche+ich+als+Projektstarter+ein+Fidor-Konto+-67/modul/Ablauf/aid/53>, Stand: 16.03.2013.

¹²⁷ Stiller, J., 2013, http://faq.startnext.de/Premium_Services/id/Welche+Dienstleistungen+werden+von+Startnext+angeboten/modul/Premium+Dienste/aid/225, Stand: 16.03.2013.

¹²⁸ Vgl. Bartelt, D., 2012, http://faq.startnext.de/Mobile_Applikationen/id/Gibt+es+eine+mobile+Applikation+von+Startnext-216/modul/Mobile+Applikationen/aid/565, Stand: 16.03.2013.

Die angebotenen Zahlungsmittel sind hier vielfältig, so ist neben der üblichen Banküberweisung und Sofortüberweisung auch FidorPay möglich. Weitere Zahlungswege wie PayPal und Kreditkartenzahlung sollen in Zukunft auch noch folgen.¹²⁹

5.1.3 MySherpas.com

Dr. Tim Busse und Markus Zabel gründeten im August 2010 die Plattform MySherpas.com und verfolgen damit die Realisierung sozialer und kreativer Projekte, aber auch Unternehmensgründungen. Im Gegensatz zu vielen anderen Plattformen akzeptiert MySherpas.com auch Projekte, die einen gemeinnützigen Zweck verfolgen. Neben Deutschland ist MySherpas in den Ländern Österreich, Schweiz, China, Sri Lanka und USA vertreten. Über einen Filter erscheinen die Projekte des gewünschten Landes, diese können in weitere 20 Unterkategorien gefiltert werden. Die Nutzung der Plattform ist kostenfrei, nur bei einer erfolgreichen Auktion werden zehn Prozent Bearbeitungsgebühr auf die Gesamtsumme erhoben. Eine Auktion gilt als erfolgreich, wenn das gesetzte Funding-Ziel in dem Zielzeitraum zusammenkommt, dabei gilt auch auf dieser Plattform das „Alles-oder-nichts-Prinzip“. Angebotene Zahlungsmittel auf MySherpas.com sind PayPal und Überweisung.¹³⁰

5.1.4 Respekt.net

Respekt.net ist eine Plattform für gesellschaftspolitisches Engagement. Das Ziel von Respekt.net ist es, Vorhaben zu fördern, mit denen Bürger und Organisationen das private, wirtschaftliche und öffentliche Leben voranbringen.¹³¹ Gegründet wurde sie im Mai 2010 in Wien und trägt den Schwerpunkt bei der Finanzierung sozialer, kreativer und ehrenamtlicher Projekte.¹³²

¹²⁹ Fundsters.de o.V., 2012, <http://www.fundsters.de/start/>, Stand: 17.03.2013.

¹³⁰ Vgl. MySherpas.com o.V., 2011, <http://www.mysherpas.com/>, Stand: 17.03.2013

¹³¹ Respekt.net o.V., o.J., <http://www.respekt.net/ueber-respektnet/ueber-respektnet/?PHPSESSID=1db998e25f9d799296e19b666729980c>, Stand: 24.03.2013.

¹³² Respekt.net o.V., o.J., <http://www.respekt.net/ueber-respektnet/ueber-respektnet/die-plattformbetreiber/>, Stand: 24.03.2013.

The screenshot shows the Respekt.net website interface. At the top, there is a navigation bar with links for Home, Gutscheine, FAQ/Hilfe, Downloads, Prüfberichte, Projekt-News, Kontakt, Newsletter, Registrieren, and Login. A search bar contains the text 'Suche' and a magnifying glass icon. Below the navigation bar, there is a green header with tabs for 'Projekte einreichen', 'Projekte unterstützen', 'Community', 'Über Respekt.net', and 'Mein Profil'. The main content area is titled 'Sie sind hier: respekt.net > Projekte unterstützen'. On the right side, there are login fields for 'Username' and 'Password', a 'Login' button, and a Facebook 'Anmelden' button. The main content area features a search box for 'PROJEKTE FINDEN' with a 'RESET' button. Below this, there is a section for '1 Projekt' with a 'RESET ALL' button. The project title is 'Warum geht das Handy im Zug nicht (gescheit)?' with a '0' icon. The project initiator is 'Johannes Gärtner'. The project details include: VORGESCHLAGEN AM: 14.01.2011, EINGEREICHT AM: (empty), BUDGETKLASSE: klein, ART: Studie, THEMENKREIS: Öff. Infrastruktur verbessern, LAND: Österreich, REGION: Andere. There is a 'mehr erfahren' link and an 'IDEENARCHIV' button. On the right side, there are filter sections: 'SORTIERUNG' (nach fast finanziert), 'PROJEKTLISTE FILTERN' (with filters for REGION, LAND, PHASE, BUDGETKLASSE, THEMENKREIS, ART, INITIATORIN, ATTRIBUT), and 'TAGCLOUD' (with various tags like Nachhaltigkeit, Öff. Infrastruktur verbessern, etc.).

Abbildung 12: Respekt.net Website.¹³³

Alle angemeldeten Projekte werden vorab begutachtet und erst freigeschaltet, wenn sie mit den Respekt.net Werten laut Gründungserklärungen übereinstimmen. Bei Projekten über 3000 Euro muss zusätzlich noch ein Projektvertrag zwischen respekt.net und dem Projektinitiator abgeschlossen werden. Wie auch die anderen Plattformen agiert diese nach dem „Alles-oder-nichts-Prinzip“. Jedes Projekt mit erfolgreich abgeschlossener Finanzierungsphase zahlt 9,84 Prozent an Abwicklungsgebühren. War die Finanzierungsphase nicht erfolgreich, werden keine Gebühren erhoben und die Unterstützer erhalten ihre Beiträge zurück.¹³⁴ Der Unterschied bei Respekt.net zu anderen Plattformen liegt darin, dass auf dieser Plattform nicht nur mit Geld Unterstützung geleistet werden kann, sondern je nach Projekt kann auch Wissen und Zeit investiert werden. Eine Besonderheit ist außerdem, dass in dem zu filternden Themenkreisen unter anderem auch die Rubrik namens „Öffentliche Infrastruktur verbessern“ (siehe Abb.) zu finden ist. Somit

¹³³ Respekt.net o.V., o.J., <http://www.respekt.net/projekte-unterstuetzen/project-topic/13/>, Stand: 27.03.2013.

¹³⁴ Vgl. Respekt.net o.V., o.J., <http://www.respekt.net/projekte-einreichen/wie-funktioniert-das-einreichen/>, Stand: 24.03.2013.

spricht die Plattform als erste direkt mögliche Finanzierungsthemen des öffentlichen Personen Nahverkehrs an.¹³⁵

Nachfolgend sind in Abbildung 13 alle vier zuvor kurz vorgestellten Plattformen in einer Übersicht nach ihren charakteristischen Merkmalen dargestellt.

	Kategorien	Kreativ	Sozial	Politik	Technologie	Unternehmen	Privates	Arten	Funding	Spenden	Investing	Prinzip	Alles-o.-Nichts	sonstige	Sprachen	Deutsch	Englisch	Gebühren	Provision	Kosten	Payment	PayPal	FidorPay	Banküberweisung	Sofortüberweisung	Vorkasse	Kreditkarte	Sonstiges
Crowdf. Plattform																												
Startnext.de		X			X				X	X	X		X			X	X		9%			X	X		X	X		X
Fundsters.de		X	X	X	X	X	X		X		X		X			X			4%				X	X	X			
mysherpas.com		X	X	X	X	X	X		X				X			X			10%			X			X			
Respekt.net			X	X	X				X	X			X			X			10%			X			X		X	

Abbildung 13: Plattformenverzeichnis.¹³⁶

5.2 Anforderungskatalog an die Crowdfunding-Plattform

Vor der Entscheidung für die Nutzung einer Crowdfunding-Plattform, ist es wichtig, dass folgende Anforderungen von den Plattformen, beziehungsweise von ihren Betreibern erfüllt werden.

Erscheinungsbild und Seriosität

Wichtig ist aber ausführliche und klare Darlegung aller Informationen auf der Web-Seite einer Crowdfunding Plattform. Die wesentlichen Informationen sollten für potenzielle Geldgeber und Projektinitiatoren schnell auffindbar sein, damit das Geschäftsmodell verständlich ist. Zu viele irrelevante Informationen und Bilder können die Plattform unüberschaubar machen und User von deren Nutzung abschrecken. Seriöse Plattformen stellen sich dem Publikum vor, sodass Geschäftsführer als auch Mitarbeiter Auskünfte über ihre Person und deren Tätigkeit auf der Plattform preisgeben. Diese können bei Bedarf den Plattformnutzern mit ihrem Wissen beiseite stehen und ihnen

¹³⁵ Vgl. Respekt.net o.V., o.J., <http://www.respekt.net/>, Stand: 24.03.2013.

¹³⁶ Eigene Darstellung in Anlehnung an Bartelt, D., Barth, A., Blüthgen, M., 2012, S. 99.

Tipps geben.¹³⁷ Ein weiteres wichtiges Merkmal ist die Aufmachung der Website, sie sollte attraktiv gestaltet und nicht zu überladen sein. Die meisten Plattformen besitzen zudem sogenannte „Ticker“, die den bereits gesammelten Betrag eines Projektes anzeigen. Somit ist für Spender ein Anreiz gegeben, sich auch für das Projekt zu engagieren. Zusammenfassend ist zu sagen, dass die Personen und Inhalte einer Plattform für dessen Vertrauenswürdigkeit stehen.¹³⁸

Sicherheit und Datenschutz

Es ist vom Betreiber der Plattform sicher zu stellen, dass keine unerwünschten und sensiblen personenbezogenen Daten in den Umlauf geraten. Des Weiteren sollten für eine sichere Zahlungsabwicklung alle eingehenden Zahlungen von einem treuhänderisch geführten Bankkonto verwaltet werden und nicht etwa vom Plattformbetreiber selbst. Dort werden die Beträge bis zum Ende der jeweiligen Auktion zurückgehalten und dann je nach Erfolg oder Misserfolg dem Projektinitiator oder Projektunterstützern ausgezahlt.¹³⁹

Langfristiges Engagement

Plattformen, die sich nach Ablauf einer Auktion und mit dem Erhalt ihrer Provision nicht weiter für die Projekte interessieren, verlieren mit der Zeit das Vertrauen der Projektunterstützer und werden so früher oder später scheitern. Plattformen mit einem langfristigen Engagement schaffen Anreizsysteme, die den Initiator langfristig binden.¹⁴⁰

Unterstützungsleistungen

Einerseits können Plattformen dadurch Unterstützung leisten, dass sie das Marketing der Projekte unterstützen, indem sie sich als Kommunikationsebene zur Verfügung stellen. Andererseits kann auch das Zurseitestehen bei auftretenden Problemen als Unterstützungsleistung angesehen werden. Dazu können zum Beispiel Informationen und Ratschläge über Netzwerke der Plattform ausgetauscht werden oder je nach Tiefe des Problems kann direkt

¹³⁷ Vgl. Beck, R., 2012, S. 109 – 110.

¹³⁸ Vgl. Beck, R., 2012, S. 116.

¹³⁹ Vgl. Beck, R., 2012, S. 117.

¹⁴⁰ Vgl. Beck, R., 2012, S. 117.

ein Fachexperte herangezogen werden. Die Hilfe und Informationen, die der Fachexperte vermittelt, sind verständlicherweise meist nicht umsonst. Es geht hier vielmehr darum, dass die Plattform als Vermittler agiert und bei schwierigeren Problemstellungen den Initiator gezielt an Spezialisten weiterleitet.¹⁴¹

6. Juristische Grundlagen zum Crowdfunding

Im Folgenden sollen nun einige der grundsätzlichen Rechtsbeziehungen und Problemstellungen des Crowdfunding erörtert werden. Es wird jedoch darauf hingewiesen, dass eine umfassende rechtliche Aufklärung den Rahmen dieser Arbeit überschreiten würde und in diesem Fall nur ein Einblick gegeben werden soll.

6.1 Rechtliche Aspekte des Crowdfunding

Das Konstrukt des Crowdfunding ist in der deutschen Gesetzgebung bisher nicht verankert und unterliegt somit zurzeit auch keinen Richtlinien oder Verordnungen. Der Grund dafür liegt zum einen darin, dass der praktische Nutzen des Crowdfunding Vorrang hat und die bestehende Gesetzesgrundlage nachrangig ist. Vor allem aber liegt es an dem starren und langsamen Rechtswesen, welches für die Durchsetzung neuer Gesetzgebungsverfahren oft Jahre in Anspruch nimmt. In nächster Zeit ist daher mit keiner Gesetzesgrundlage für das Crowdfunding zu rechnen. Somit ist das Crowdfunding in die bisher bestehende deutsche Gesetzeslage einzuordnen.¹⁴²

¹⁴¹ Vgl. Beck, R., 2012, S.117 – 118.

¹⁴² Vgl. Funda, M., 2012, <http://artistandaudience.net/2012/01/30/crowdfunding-the-legal-situation-germany/>, Stand: 14.04.2013.

Stiftung

Unter dem Begriff „Stiftung“ wird im deutschen Zivilrecht der Grundgedanke der gemeinschaftlichen Förderung einer guten Sache verstanden. Eine Stiftung unterliegt allerdings immer dem staatlichen Einfluss, wodurch die Aufnahme einer rechtsfähigen Stiftung immer einer Erlaubnis der zuständigen Behörde bedarf (vgl. § 80 Abs. 1 BGB). Dies würde dem Konzept des Crowdfunding jedoch widersprechen, da ein Genehmigungsverfahren eine Menge Zeit beansprucht. Der Grundsatz der Stiftung ist für das Crowdfunding somit auszuschließen.¹⁴³

Begriff der Schenkung (§ 516 BGB)

Bezug nehmend auf das spendenbasierte (Donation-based) Crowdfunding, bei dem die Unterstützer keinerlei Gegenleistung für ihre Unterstützung erhalten, findet der Schenkungsvertrag (ein sog. unentgeltlicher Vertrag) Anklang.

Eine Zuwendung, durch die jemand aus seinem Vermögen einen anderen bereichert, ist Schenkung, wenn beide Teile darüber einig sind, dass die Zuwendung unentgeltlich erfolgt. (§ 516 Abs. 1 BGB)¹⁴⁴

Grundsätzlich ist hierfür zum Schutz des Schenkers vor einer unüberlegten Schenkung eine notarielle Beglaubigung des Schenkungsvertrages von Nöten. Dies würde allerdings die Entwertung fast aller unentgeltlichen Zuwendungen zur Folge haben. Um dieses zu umgehen, beginnt die Wirksamkeit des Schenkungsvertrages mit der Bewegung des Geldes vom Schenker zum Käufer. Beim Crowdfunding wird allerdings häufig eine entsprechende Gegenleistung von den Unterstützern für ihre finanziellen Zuwendungen verlangt. In diesem Fall handelt es sich um eine Auflagenschenkungen.

¹⁴³ Vgl. Funda, M., 2012, <http://artistandaudience.net/2012/01/30/crowdfunding-the-legal-situation-germany/>, Stand: 14.04.2013.

¹⁴⁴ Bundesministerium der Justiz o.V., o.J., http://www.gesetze-im-internet.de/bgb/_516.html, Stand: 14.04.2013.

Schenkung unter Auflage (§ 525 BGB)

Bei der Auflagenschenkung akzeptiert der Unterstützer stillschweigend die Verwendung seines finanziellen Beitrags für das Projekt. Dies hat für ihn den Vorteil, dass er seinen Anteil zurückfordern kann, wenn das Projekt nicht verwirklicht werden sollte (§ 527 BGB). Für den Initiator des Projektes bedeutet dies, dass er erst mit dem Erhalt des Geldes zur Verwirklichung des Projektes verpflichtet ist.

Fernabsatzgeschäft (§ 312 b BGB)

Verträge die im Internet abgeschlossen werden, laufen immer unter dem sogenannten Fernabsatzgeschäft.¹⁴⁵

Fernabsatzverträge sind Verträge über die Lieferung von Waren oder über die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich Finanzdienstleistungen, die zwischen einem Unternehmer und einem Verbraucher unter ausschließlicher Verwendung von Fernkommunikationsmitteln abgeschlossen werden, es sei denn, dass der Vertragsschluss nicht im Rahmen eines für den Fernabsatz organisierten Vertriebs- oder Dienstleistungssystems erfolgt. Finanzdienstleistungen im Sinne des Satzes 1 sind Bankdienstleistungen sowie Dienstleistungen im Zusammenhang mit einer Kreditgewährung, Versicherung, Altersversorgung von Einzelpersonen, Geldanlage oder Zahlung. (§ 312 b Abs. 1 BGB)¹⁴⁶

Fernkommunikationsmittel sind Kommunikationsmittel, die zur Anbahnung oder zum Abschluss eines Vertrags zwischen einem Verbraucher und einem Unternehmer ohne gleichzeitige körperliche Anwesenheit der Vertragsparteien eingesetzt werden können, insbesondere Briefe, Kataloge, Telefonanrufe, Telekopien, E-Mails sowie Rundfunk, Tele- und Mediendienste. (§ 312 b Abs. 2 BGB)¹⁴⁷

¹⁴⁵ Vgl. Bartelt, D., Barth, A., Blüthgen, M., 2012, S. 76.

¹⁴⁶ Bundesministerium der Justiz o.V., o.J., http://www.gesetze-im-internet.de/bgb/__312b.html, Stand: 14.04.2013.

¹⁴⁷ Bundesministerium der Justiz o.V., o.J., http://www.gesetze-im-internet.de/bgb/__312b.html, Stand: 14.04.2013.

Daraus ergibt sich, dass dem Verbraucher, in diesem Fall dem Unterstützer ein Widerrufsrecht zusteht. Somit hat der Unterstützer eines Projektes innerhalb von 14 Tagen nach Ablauf der Finanzierungsphase das Recht, seine finanzielle Einlage zu stornieren.¹⁴⁸

Für alle Projektinitiatoren, die keine eigene juristische Kompetenz mitbringen, ist es daher sehr wichtig, während ihres Fundings mit einer Crowdfunding-Plattform zusammenzuarbeiten. Diese, soweit sie vertrauenswürdig ist, kennt sich diesbezüglich aus und kann Rat geben.¹⁴⁹

6.2 Steuerliche Aspekte des Crowdfunding

Im Falle dass der Projektinitiator Gegenleistungen für die ihm entgegengebrachte Unterstützungen anbietet, muss mit einer von ihm zu tragenden Umsatzsteuer gerechnet werden. Diese fällt an, sofern die Gegenleistungen nach § 1 Abs. 1 Nr. 1 UStG umsatzsteuerpflichtig sind.¹⁵⁰

(1) Der Umsatzsteuer unterliegen die folgenden Umsätze:

1. die Lieferungen und sonstigen Leistungen, die ein Unternehmer im Inland gegen Entgelt im Rahmen seines Unternehmens ausführt. Die Steuerbarkeit entfällt nicht, wenn der Umsatz auf Grund gesetzlicher oder behördlicher Anordnung ausgeführt wird oder nach gesetzlicher Vorschrift als ausgeführt gilt. (§ 1 Abs. 1 Nr. 1 UStG)¹⁵¹

Ausgeschlossen sind davon alle Leistungen, die unter den § 4 UStG als Umsatzsteuer freie Leistungen zählen. Erfolgt die Unterstützung ohne eine konkrete Gegenleistung, findet kein Leistungsaustausch statt, woraufhin keine

¹⁴⁸ Vgl. Theil, A., 2013, <http://faq.startnext.de/Rechtliches/id/Haben+Supporter+ein+Widerrufsrecht+-+62/modul/Rechtliches/aid/609>, Stand: 14.04.2013.

¹⁴⁹ Vgl. Hemer, J., Schneider, U., Dornbusch, F., Frey, S., 2011, S. 105.

¹⁵⁰ Vgl. Bareiß, A., 2012, S. 464.

¹⁵¹ Bundesministerium der Justiz o.V., o.J., http://www.gesetze-im-internet.de/ustg_1980/_1.html, Stand: 15.04.2013.

umsatzsteuerbaren Leistungen im Sinne des UStG erbracht werden müssen.¹⁵²

Für den Projektinitiator ist es von äußerster Wichtigkeit, die umsatzsteuerliche Relevanz seines Projektes zu beachten. Es soll so verhindert werden, dass es im Nachhinein zu einer Steuernachforderung des Finanzamtes kommt, welches das geplante Projektbudget sprengen würde und letztendlich das Scheitern des Projektes bedeuten würde. Beim belohnungsbasierten (Reward-based) Crowdfunding sollte somit von Anfang an die anfallende Umsatzsteuer im Projektbudget mitinbegriffen sein.¹⁵³

7. Umsetzung des Crowdfunding für Projekte des öffentlichen Personennahverkehrs

Der öffentliche Personennahverkehr befördert täglich bundesweit etwa 28 Millionen Menschen, das bedeutet im Jahr mehr als zehn Milliarden Fahrgäste. Der ÖPNV sichert die Mobilität der Menschen und erfüllt eine wichtige Funktion in der Wirtschafts- und Sozialpolitik, indem er beispielsweise die Erreichbarkeit von Arbeitsplätzen sichert. Der ÖPNV trägt dazu bei, den ländlicheren Raum attraktiver zu gestalten, unsere Umwelt mit ihren Ressourcen zu schonen und die Zahl der Verkehrsunfälle zu reduzieren. Die Entwicklungen des demografischen Wandels, klimatische Veränderungen und die stetig verteuerten Ressourcen stellen den ÖPNV zukünftig vor neue Herausforderungen. Durch den in den letzten Jahren erkennbaren Wertewandel der Bevölkerung wird festgestellt, dass die Autonutzung zunehmend wichtiger als der Autobesitz ist. Besonders die junge Generation verzichtet aufgrund der hohen Anschaffungskosten und den steigenden Betriebskosten auf den eigenen PKW. Zudem sinkt die Anzahl der Zweitwagen in den Haushalten.

¹⁵² Vgl. Bareiß, A., 2012, S. 464.

¹⁵³ Vgl. Bareiß, A., 2012, S. 464.

Damit steigt die Bedeutung des ÖPNV für die Sicherstellung einer nachhaltigen Mobilität aller Bürger.¹⁵⁴

Der Öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV) wird im Regionalisierungsgesetz (RegG) aus dem Jahre 1993 wie auch im Nahverkehrsgesetz des Landes Niedersachsen § 1 Abs. 2 (NNVG)¹⁵⁵ folgendermaßen definiert:

„Öffentlicher Personennahverkehr im Sinne dieses Gesetzes ist die allgemein zugängliche Beförderung von Personen mit Verkehrsmitteln im Linienverkehr, die überwiegend dazu bestimmt sind, die Verkehrsnachfrage im Stadt-, Vorort- oder Regionalverkehr zu befriedigen. Das ist im Zweifel der Fall, wenn in der Mehrzahl der Beförderungsfälle eines Verkehrsmittels die gesamte Reiseweite 50 Kilometer oder die gesamte Reisezeit eine Stunde nicht übersteigt.“ §2 RegG¹⁵⁶

Der Begriff ÖPNV beinhaltet somit alle Maßnahmen und Einrichtungen, die der Gesellschaft eine planmäßige Überbrückung räumlicher Entfernungen erlaubt, schließt allerdings Gelegenheitsverkehre¹⁵⁷ aus. Die Beförderung kann innerhalb einer Stadt geschehen oder von einer Stadt in die nächste.¹⁵⁸

7.1 Aktuelle Finanzierung des öffentlichen Personennahverkehrs

Der deutsche Sozialstaat unterliegt der sogenannten Daseinsvorsorge. Damit trägt er unter anderem Verantwortung für die Bereitstellung einer Grundversorgung der Bevölkerung mit flächendeckenden technischen Infrastrukturleistungen. Da der Staat diese Leistung nicht selbst erbringen kann, übergibt er

¹⁵⁴ Vgl. Bormann, R.; Bracher, T.; Dümmler, O. et al., 2010, S. 6.

¹⁵⁵ Recht und Gesetz in Niedersachsen o.V. (2009): <http://www.recht-niedersachsen.de/9400002/nrvvg.htm>, Stand: 11.02.2013.

¹⁵⁶ Bundesministerium der Justiz o.V. (2013), http://www.gesetze-im-internet.de/regg/___2.html, Stand: 11.02.2013.

¹⁵⁷ Als Gelegenheitsverkehr wird unter anderem die Beförderung mit Reisebussen, Taxis, Mietwagen usw. bezeichnet. Vgl. o.V. buzer.de, 2013, <http://www.buzer.de/gesetz/1381/a19491.htm>, Stand: 27.04.2013.

¹⁵⁸ Vgl. Peters, W., 1978, S. 8 – 9.

die Aufgabe der Sicherstellung einer ausreichenden Bedienung der Bevölkerung mit Verkehrsleistungen an öffentlichen Personennahverkehrsunternehmen.¹⁵⁹ Sie sorgen dafür, dass die individuelle Mobilität auch für Personen gewährleistet wird, die keinen eigenen Pkw besitzen, um ihre Teilhabe am gesellschaftlichen Leben zu verbessern. ÖPNV-Unternehmen zeichnen sich durch ihre gemeinwirtschaftliche Zielsetzung aus. Dies verdeutlicht unter anderem die Erbringung der Verkehrsleistung unabhängig von Rentabilitätsgesichtspunkten und einer sozial gerechten Tarifgestaltung.¹⁶⁰ Die Umsätze der ÖPNV Unternehmen setzen sich zu einem Drittel aus den Fahrgelderinnahmen und zu zwei Drittel aus Zuschüssen der öffentlichen Hand zusammen.¹⁶¹ Die bestehenden Einnahmequellen des ÖPNV sind in Abbildung 14 zu ersehen.

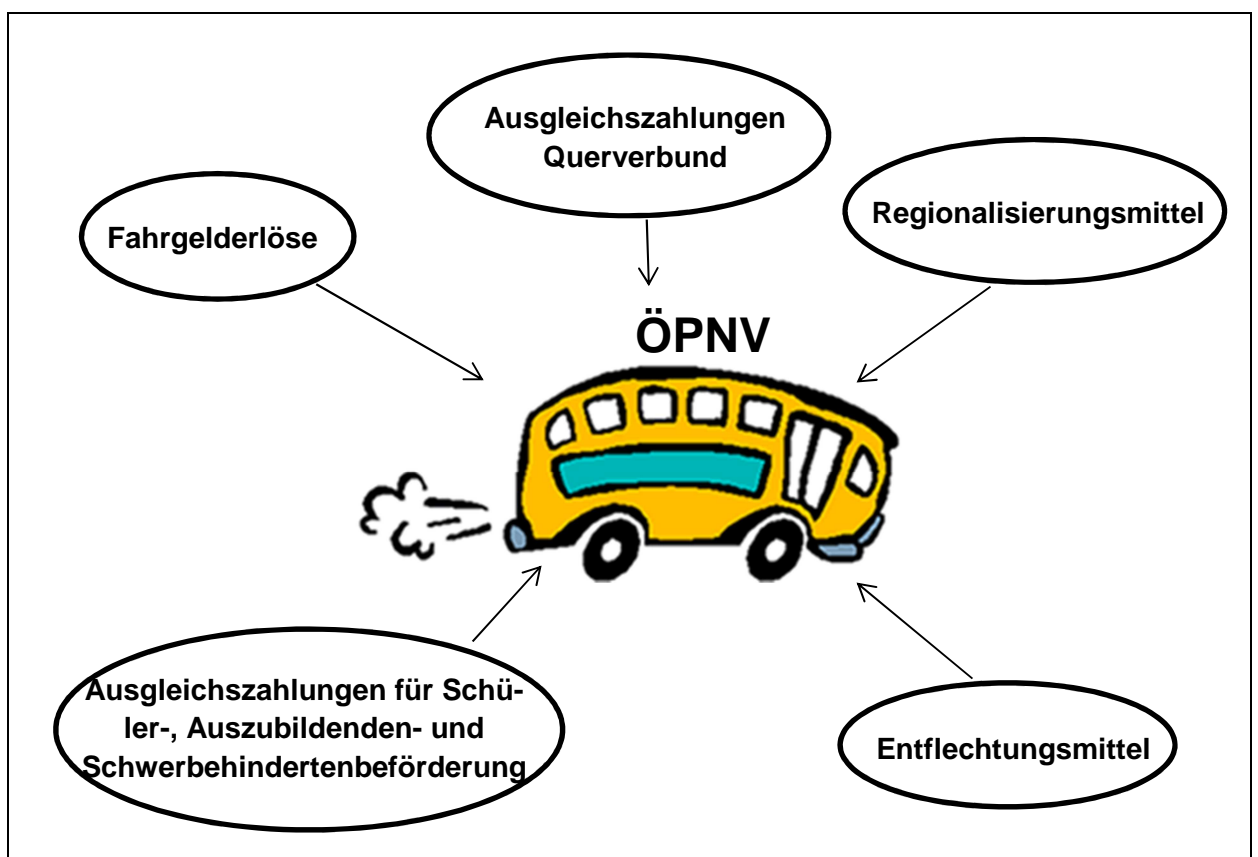


Abbildung 14: Finanzierungsströme des ÖPNV.¹⁶²

¹⁵⁹ Vgl. Blennemann, F., Mallikat, J., Girnau, G., et al., 2003, S. 50.

¹⁶⁰ Vgl. Karl, A., 2008, S. 27.

¹⁶¹ Vgl. Pätzold, R., 2008, S. 66.

¹⁶² Eigene Darstellung.

Die Erträge aus den Fahrgeldern stellen die größte Einnahmequelle des ÖPNV dar. Darunter zählen auch Gewinne aus Werbe- und Pachteinahmen. Die Einnahmen aus der Nutzerfinanzierung reichen jedoch nicht annähernd aus, um die Kosten zu decken. Eine erhebliche Erhöhung der Fahrpreise würde zu einem Rückgang der Nachfrage führen. Somit besteht im ÖPNV keine Möglichkeit zu einer kostendeckenden Preisbildung.¹⁶³

In den Großstädten besteht aufgrund des hohen Verkehrsaufkommens eine gut ausgebaute und flächendeckende ÖPNV-Infrastruktur. In den ländlicheren Gebieten entspricht dies jedoch oft nicht der Realität, da das Verkehrsaufkommen zu gering ist. Die Schülerverkehre machen den Großteil der Nutzer aus, und bilden im ländlichen Raum den Stützpfiler der Verkehrsbedienung.

Für Schüler und Auszubildende gelten Sondertarife, welche eher sozialpolitisch motiviert sind als verkehrspolitisch. Schüler und Auszubildende zahlen somit rund die Hälfte des Preises einer Erwachsenenmonatsfahrkarte. Die ÖPNV-Unternehmen erhalten vom jeweiligen Bundesland nach § 45a PBefG Ausgleichszahlungen. Die Höhe der Förderung ist so berechnet, dass sie die Verluste einer Schülerfahrkarte bei Weitem übersteigt. Ein ÖPNV-Unternehmen verdient an jeder verkauften Schülermonatsfahrkarte das 1,5fache im Gegensatz zu einer Erwachsenenmonatsfahrkarte. Die Schüler und Auszubildenden sind somit die besten Kunden der Verkehrsunternehmen.¹⁶⁴

Ähnlich wie bei der Schülerbeförderung sieht es auch bei der Beförderung von Menschen mit einer Behinderung aus. Schwerbehinderte Menschen, die über einen entsprechenden Schwerbehindertenausweis verfügen, sind nach §§ 145 ff. SGB IX unentgeltlich zu befördern. Die dadurch entstehenden Fahrgeldausfälle werden den ÖPNV-Unternehmen vom Bund erstattet.¹⁶⁵

¹⁶³ Vgl. Bormann, R.; Bracher, T.; Dümmler, O. et al., 2010, S. 10.

¹⁶⁴ Vgl. Pätzold, R., 2008, S. 67 – 68.

¹⁶⁵ Vgl. Hilpert, T., 2009, S. 31.

Das Gesetz zur Entflechtung von Gemeinschaftsaufgaben und Finanzhilfe (EntflechtG), ist für Investitionen gedacht wie beispielsweise den U-Bahn-Bau und die Modernisierung der Fahrzeuge. Das Entflechtungsgesetz löst das ehemalige Gemeindeverkehrsfinanzierungsgesetz (GVFG)¹⁶⁶ ab und kommt den Aus- und Neubau der Infrastruktur zugute. Der Bund zahlt dazu seit dem 01.01.2007 bis zum 31.12.2019¹⁶⁷ Unterstützungsgelder an die Länder, diese verteilen sie dann an die einzelnen Kommunen. Die Gelder sind zweckgebunden und lediglich zur Verbesserung der Verkehrsverhältnisse in der Gemeinde zu verausgaben.¹⁶⁸ Ab 2014 fällt für die Entflechtungsmittel die verkehrliche Zweckbindung weg, die Gelder müssen dann von den Ländern nur noch zweckgebunden für investive Zwecke jeglicher Art eingesetzt werden (§ 5 EntflechtG). Die Entflechtungsmittel fallen spätestens ab 2020 komplett weg, es sei denn, der Bund und die Länder einigen sich im Rahmen der „Revisionsklausel“ (§ 6 EntflechtG) auf eine Weiterfinanzierung.¹⁶⁹

Der Bund stellt den Bundesländern aufgrund des Regionalisierungsgesetzes (RegG) jährlich Gelder zur Verfügung, die sogenannte Regionalisierungsmittel. Die Mittel sind nach § 6 Absatz 1 RegG hauptsächlich dafür gedacht, den Schienenpersonennahverkehr (SPNV) zu fördern. Nach § 4 PBefG können auch Projekte des ÖPNV im geringen Umfang aus den Regionalisierungsmitteln finanziert werden. Insgesamt sind die Gelder durch das Regionalisierungsgesetz ebenso wie das Entflechtungsgesetz unzureichend angesetzt. Das hat eine ständig wachsende unterfinanziert des ÖPNV zu Folge.

Die Regionalisierungsmittel stehen insbesondere dem Schienenpersonennahverkehr zur Verfügung. Der städtische Bus- und Straßenbahnverkehr kann allerdings Vorteile aus einem sogenannten Querverbund erzielen. Ein Querverbund repräsentiert den Zusammenschluss eines Verkehrsunternehmens, welches aufgrund seiner Orientierung am Gemeinwohl in der Regel

¹⁶⁶ „Gesetz über Finanzhilfen des Bundes zur Verbesserung der Verkehrsverhältnisse der Gemeinden.“ Reinhardt, W., 2012, S. 512.

¹⁶⁷ Vgl. Reinhardt, W., 2012, S. 531.

¹⁶⁸ Vgl. Hilpert, T., 2009, S. 32.

¹⁶⁹ Vgl. Reinhardt, W., 2012, S. 533.

Verluste aufweist, mit einem gewinnorientierten Unternehmen aus dem Versorgungsbereich (bspw. den Stadtwerken), welches i.d.R. Gewinne erzielt. Durch den Zusammenschluss erzielen beide Unternehmensteile gegenseitig Vorteile voneinander. Dem Verkehrsunternehmen kommen die Gewinne des profitbringenden Unternehmensteils zugute, um die eigenen Defizite zu decken. Der Unternehmensteil der Gewinne erzielt, zieht den Vorteil aus der Verrechnung des Verlustausgleichs, da die mit den Verlusten verrechneten Gewinne nicht mehr versteuert werden müssen.¹⁷⁰

Zusammenfassend ist zu sagen, dass der ÖPNV aufgrund seiner gemeinwirtschaftlichen Zielsetzung ein hohes Defizit aufweist und nur mit der Unterstützung der öffentlichen Hand seine Kosten decken kann. Angesichts dieser Tatsache wurden in Kapitel 4.2 die Formen des Equity-Based und Lending-Based Crowdfunding für diese Untersuchung ausgeschlossen. Denn es wäre von Seiten der Verkehrsunternehmen nicht zumutbar, den Investoren ihre Aufwendungen plus Zinsen zurückzuzahlen beziehungsweise sie an der Gewinnausschüttung zu beteiligen. Aus Sicht der Geldgeber hingegen wäre die Investition in ein Verkehrsunternehmen nicht profitbringend, eher riskant und auch nicht ansprechend.

7.2 Einschätzung des Crowdfunding aus Sicht der Verkehrsunternehmen

Um die Fragestellung dieser Arbeit zu klären, ob sich Crowdfunding zur Projektfinanzierung im ÖPNV nutzen lässt, wurden zwei Experteninterviews mit ÖPNV-Unternehmen geführt. Das erste Experteninterview fand am 13. Februar 2013 mit Vertretern der Göttinger Verkehrsbetriebe GmbH (GöVB) in Göttingen statt. Dazu befragt wurden Herr Manfred Mölder (Marketingleiter der GöVB) und Herr Michael Neugebauer (Geschäftsführer der GöVB). Die Göttinger Verkehrsbetriebe GmbH ist ein reiner Busbetrieb mit ca. 80 Bussen

¹⁷⁰ Vgl. Hilpert, T., 2009, S. 30 – 31.

und 235 Mitarbeitern. Im Schnitt nutzen 50.000 Fahrgäste pro Tag das Leistungsangebot der GöVB.

Das zweite Experteninterview wurde telefonisch mit der Braunschweiger Verkehrs-AG (BSVAG) geführt. Hierzu wurde am 16. April 2013 Herr Christopher Graffam (Pressesprecher der BSVAG) und am 8. Mai 2013 Herr Frank Brandt (Controller der BSVAG) befragt. Die Braunschweiger Verkehrs-AG ist ein Bus- und Stadtbahnbetrieb mit 47 Stadtbahnen, 140 Bussen und über 500 Mitarbeitern. Der Knotenpunkt des Braunschweiger Liniennetzes ist die Haltestelle Rathaus. Dort kreuzen sich alle Bus- und Tramlinien und täglich steigen ca. 29.000 Fahrgäste am Rathaus ein und aus.

Die Ergebnisse beider Expertengespräche ähnelten sich sehr. So spricht generell nichts gegen den Einsatz eines Crowdfunding im ÖPNV. Lediglich bei der Finanzierung von größeren Projekten könnte es zu Problemen mit dem Förderecht kommen, da nach dem Entflechtungsgesetz (EntflechtG) keine Doppelförderung möglich ist. Zum Erhalt der Förderleistung müssen bestimmte Richtlinien eingehalten werden. So muss beispielsweise eine gewährte Förderleistung zum Kauf eines neuen Omnibusses auch für dessen Kauf verausgabt werden. Würde hier nun ein Crowdfunding veranstaltet werden, um die finanziellen Mittel zu beschaffen, würden die Fördergelder gestrichen werden.

Zu Beginn eines Crowdfunding sollte jedoch genau überlegt werden, welches Projekt finanziert werden soll. Die Anschaffung eines neuen Omnibusses, für den theoretisch die finanziellen Mittel schon bereit stehen, wäre äußerst impraktikabel, da dies einerseits einen zusätzlichen Arbeitsaufwand veranlasst und andererseits die Geldgeber wahrscheinlich nicht bereit wären dies zu unterstützen.

Ein weitaus größeres Problem für die Umsetzung eines Crowdfunding im ÖPNV stellt der fehlende Social Media Auftritt der Verkehrsunternehmen dar. Weder die BSVAG noch die GöVB nutzen die Präsenz über eine Social Me-

die Plattform. Bisher fehlen beiden Betrieben die zwei bis drei nötigen Mitarbeiter für die Betreuung des Vorhabens.

Vor allem aber fehlen die nötigen Kenntnisse im Umgang mit sozialen Netzwerken. Die genannten Verkehrsbetriebe können aufgrund der knappen finanziellen Ressourcen nicht als Vorreiter für solche Vorhaben fungieren, da dies existenzielle Auswirkungen mit sich ziehe. Deutschlandweit nutzt bisher lediglich die Dresdner Verkehrsbetriebe AG (DVB) das Social Media mit Präsenz des Betriebes auf Facebook. Beide Interviewpartner der GöVB und BSVAG sind sich allerdings darin einig, dass früher oder später eine Präsenz auf Facebook oder Twitter unerlässlich für die Verkehrsunternehmen ist.

Aktuelle und zukünftige Projekte der Betriebe sind zurzeit die Integration eines Intermodal Transport Control System (ITCS)¹⁷¹, die Einführung des E-Ticketing¹⁷² und die Eröffnung einer Mobilitätszentrale. Diese Vorhaben sind jedoch nicht allein durch ein Crowdfunding zu finanzieren, da diese relativ kostenintensiv sind. Zum Beispiel würde die Integration des ITCS-Systems in der Stadt Göttingen ungefähr 1,2 Millionen Euro kosten, welche zu 75 Prozent vom Land getragen werden müssten. In diesem Fall wäre eventuell eine Teilfinanzierung mittels des Crowdfunding denkbar, um die restlich anfallenden Kosten zu decken. Aber auch der Bau von Wartehäuschen wäre für die befragten Betriebe denkbar. Die Ausführung dieses Projektes ist weitaus realistischer in Hinsicht auf die ca. 8.000 Euro, die für den Bau benötigt werden. Es würde sich somit für den Einstieg im Umgang mit dem Crowdfunding sehr gut eignen.

In Hinsicht auf die zu vergebenden Gegenleistungen könnten sich die befragten Verkehrsunternehmen eine Reihe denkbarer Belohnungen vorstellen.

¹⁷¹ Unter einem Intermodal Transport Control System (ITCS) versteht man ein im ÖPNV benutztes Rechnernetz-System, das für vielfältige Aufgaben verwendet werden kann. Mit dem ITCS werden hauptsächlich folgende Bereiche gesteuert: Informations- und Kommunikationsmöglichkeit zwischen Fahrzeug und Leitstelle, rechnergestützter Fahrbetrieb, Fahrgastinformation in Zügen und Bussen und an Haltestellen, über Mobilfunk und Internet, die so genannte dynamische Fahrgastinformation.

¹⁷² Ein Elektronisches Ticket, kurz E-Ticket, ist ein Ticket, das als Alternative zu Tickets aus Papier Verwendung findet.

Von Freifahrtsscheinen, Betriebsführungen bis hin zu Bustouren oder deren Namensgebungen sind die Ideen der möglichen Gegenleistung vielfältig.

7.3 Handlungsempfehlung

Um ein Crowdfunding erfolgreich durchzuführen, sollte sich das Verkehrsunternehmen vorab die folgende Frage stellen:

Ist das Unternehmen in der Lage, das Projekt mit den erforderlichen finanziellen Mitteln den Erwartungen entsprechend umzusetzen?

Sollte dies nicht der Fall sein, ist von einem Crowdfunding abzuraten. Denn ein Misserfolg würde zum einen dem Start weiterer Crowdfunding-Projekte und zum anderen dem Image des Unternehmens schaden. Ist das Verkehrsunternehmen davon überzeugt, das Projekt mit Hilfe der finanziellen Unterstützung erfolgreich zu realisieren, dient die folgende Checkliste einer erfolgreichen Umsetzung des Crowdfunding.¹⁷³

1. Projektplan erstellen

- Stehen genügend Kapitalgeber bereit, die von der Projektidee begeistert sind?
- Falls vorhanden, vergleichen mit ähnlichen Crowdfunding-Projekten, um möglicherweise gute Erkenntnisse daraus zu ziehen.
- Relevante Kommunikationskanäle festlegen und einen Kommunikationsplan erstellen.
- Unterstützer identifizieren und eine Multiplikator-Strategie definieren, zur Bekanntmachung des Projektes.

¹⁷³ Vgl. Bartelt, D., Barth, A., Blüthgen, M., 2012, S. 26 – 27.

2. Projektdarstellung ausarbeiten

- Idee des Projektes ausarbeiten
 - Kompakte und exakte Darstellung erarbeiten.
 - Finden eines aussagefähigen Projekttitels und treffender Formulierungen.
 - Erstellung einer prägnanten Kurzbeschreibung.
- Verkehrsunternehmen vorstellen
 - Transparenz und Authentizität vermitteln.
 - Falls vorhanden, Referenzen nennen.
- Finanzierung
 - Realistisches Budget definieren.
 - Klärung des Verwendungszweckes für das benötigte Kapital (auch bei Teilfinanzierung).
 - Nennung von Eigenleistung und des benötigtem Kapitals der Crowd.
 - Geplante Verwendung der Gelder bei einer Überfinanzierung erklären.
- Gegenleistungen
 - Verschiedene Belohnungen definieren.
 - Sinnvolle Staffelungen der Gegenleistungen aufstellen.
- Mediale Ausarbeitung
 - Entwerfen aussagekräftiger, thematischer und emotionaler Bilder und Grafiken in guter Qualität.
- Pitch-Video erstellen
 - Vorstellung des Projektes und des Verkehrsunternehmens.
 - Authentische Vermittlung der Projektziele.
 - Hinweis auf die Gegenleistungen.
 - Begrenzen der Videolänge auf etwa 2 – 3 Minuten.
 - Pitch-Video auch auf Youtube/Vimeo hochladen.

3. Projektkommunikation

- Facebook, Twitter, Google+ zur Kommunikation nutzen (evtl. einen Blog für das Crowdfunding Projekt erstellen).
- Kommunikation mit den Fans und Unterstützern nutzen.
- Für Unterstützer exklusive Inhalte liefern (VIP-Funktion).
- Spannende Updates generieren, Pressematerial, Bilder usw.
- Einbindung der Crowd an flexible Inhalte (Crowdsourcing).
- Kontinuierliche Projektupdates mitteilen.
- Projektkommunikation auch nach erfolgreichem Abschluss aufrechterhalten.

Es ist empfehlenswert, die Inhalte, wie speziell das Pitch-Video, Presseartikel, Projektbeschreibungen, Vorgehensweise, Kommunikationskonzept usw. unbedingt vor der Veröffentlichung des Projektes fertigzustellen. Ist der Crowdfunding-Prozess erst einmal im Gange, muss besonders viel Aufmerksamkeit den potenziellen Unterstützern gewidmet werden.¹⁷⁴

8. Zusammenfassung

In der vorliegenden Arbeit wird das Crowdfunding untersucht, um im Anschluss die Frage zu beantworten, ob sich diese Finanzierungsmethode auch für ein ÖPNV-Funding eignen könnte.

Die Finanzierungsmethode stammt aus Amerika, wo sie schon zahlreiche große Erfolge feierte. In Europa und hierzulande steckt sie noch in den Kinderschuhen, da sie lange noch nicht dieselbe Nutzerbasis besitzt wie auf dem amerikanischen Markt. Die Zahl der Nutzer und Plattformen ist in

¹⁷⁴ Kaltenbeck, J., 2011, S. 46.

Deutschland jedoch stark steigend und hat bisher längst noch nicht den Höhepunkt erreicht.

Das Crowdfunding stellt eine Alternative zu den traditionellen Finanzierungsmodellen dar. Anders als bei üblichen Finanzierungsmethoden ist hier das Marketing und die Kommunikation über verschiedene Kommunikationskanäle der sozialen Medien ein entscheidender Faktor für den Erfolg und ist somit unentbehrlich. Das Crowdfunding tritt in den vier verschiedenen Erscheinungsformen Donation-Based, Reward-Based, Lending-Based und Equity-Based auf. Allerdings wurde für den weiteren Verlauf der Arbeit das Lending-Based und Equity-Based Crowdfunding ausgeschlossen, da es für diese Untersuchung nicht relevant ist.

Die Motivation der Unterstützer sich an einem Crowdfunding zu beteiligen kann die unterschiedlichsten Gründe von der Teilhabe an einer kreativen Idee, dem Erhalt eines persönlichen Dankeschöns bis hin zum sozialen Engagement an seiner Umwelt haben. Es bestehen zahlreiche Vor- und Nachteile für Projektgründer und Projektunterstützer, die vor dem Start eines Fundings beachtet werden sollten, um den Erfolg der Projekte abzuschätzen zu können. Anhand des Projektinitiators Van Le Bo Mentzel und seinem Projekt des Hartz IV Möbelbuches wird der Ablauf eines erfolgreichen Crowdfunding praxisnah veranschaulicht.

Entscheidet sich ein Projektinitiator für die Durchführung eines Crowdfunding, so steht ihm offen, dies entweder auf der eigens dafür angelegten Homepage oder auf bereits bestehenden Crowdfunding-Plattformen durchzuführen. Geraten wird jedoch, sich gerade zu Beginn der ersten Projekte an eine erfahrene Plattform zu wenden. Diese kann bei Problemen hilfreich zur Seite stehen, vermittelt Seriosität und spart Arbeit.

Das Konstrukt des Crowdfunding ist in der deutschen Gesetzgebung bisher nicht verankert und unterliegt somit zurzeit auch keinen Richtlinien oder Verordnungen. Folglich wäre das Crowdfunding in die bisher bestehende deutsche Gesetzeslage der Stiftung und Schenkung einzuordnen.

In Hinsicht auf das Steuerrecht muss für die Gegenleistungen mit einer zutragenden Umsatzsteuer gerechnet werden. So sollte von Anfang an die anfallende Umsatzsteuer im Projektbudget miteingerechnet werden, damit das Projekt letztendlich nicht daran scheitert.

Die Situation der Finanzierung des Öffentlichen Personen Nahverkehrs weist ein hohes Defizit aus. Dies liegt einerseits an seiner gemeinwirtschaftlichen Zielsetzung und andererseits an den stetigen Kürzungen der Fördermittel.

Anhand eines Experteninterviews mit Mitarbeitern der ÖPNV-Unternehmen wurde deutlich, dass eine momentane Finanzierung von Projekten im ÖPNV mit Hilfe des Crowdfunding nicht durchführbar wäre.

9. Fazit und Ausblick

Die vorliegende Arbeit zeigt auf, dass der Crowdfunding-Markt in Deutschland in Zukunft noch wachsen wird. Das Finanzierungsmodell wird nicht mehr wie zu Anfang lediglich von Kreativschaffenden genutzt, sondern auch immer mehr Initiatoren aus anderen Branchen erkennen dessen Vorteile und ziehen es zur Finanzierung heran. So führte beispielsweise die Stadt Oestrich-Winkel in Hessen erfolgreich ein Crowdfunding durch, um Digitalfunkgeräte für die örtliche Feuerwehr anzuschaffen.¹⁷⁵ Zukünftig werden immer mehr Unternehmen die gesellschaftlichen und ökonomischen Potenziale erkennen und den Spielraum nutzen, um neue Plattformen mit unterschiedlichen Zielsetzungen aufzubauen. So entstehen beispielsweise immer mehr regionale Crowdfunding-Plattformen wie etwa Berlin Crowd¹⁷⁶, Nordstarter¹⁷⁷ für Ham-

¹⁷⁵ Vgl. Maier, J., 2013, <http://www.berliner-zeitung.de/wirtschaft/crowdfunding-umschwaermte-buerger,10808230,22387224.html>, Stand: 09.05.2013.

¹⁷⁶ <https://www.berlincrowd.com/>

¹⁷⁷ <http://www.nordstarter.org/>

burg oder Dresden Durchstarter¹⁷⁸. Diese fokussieren sich vor allem auf Projekte in der entsprechenden Großstadt und der unmittelbaren Region, um lokalen Projektinitiatoren eine Plattform zur Unterstützung zu eröffnen. Häufig werden vor allem Projekte aus der eigenen Region unterstützt. Dahinter steckt die Motivation sich in seinem Umfeld zu engagieren und das entstandene kulturelle Angebot nutzen zu können. Der Vorteil der Schnelligkeit, Einfachheit und der Zugang zur breiten Masse könnten dem Crowdfunding zukünftig eine entscheidende Rolle bei der Finanzierung von Projekten beimessen und damit dem beschränkten Kreditverhalten der Banken entgegenwirken.

Der Einsatz des Instruments Crowdfunding zur Projektfinanzierung im ÖPNV ist momentan nicht umsetzbar. Grund dafür sind die zurzeit fehlenden Ressourcen der ÖPNV Unternehmen im Umgang mit den Social Media. Die Kommunikation über soziale Netzwerke stellt die Basis des Crowdfunding dar, welches relativ viel Zeit und somit auch Kosten verursacht. Die befragten Verkehrsunternehmen können sich die daraus zusätzlich resultierenden Personalkosten zurzeit nicht leisten. In naher Zukunft wird die Kommunikation über die sozialen Netzwerke aber auch die Verkehrsunternehmen erreichen, da sind sich die Befragten sicher.

So wäre zwar nicht heute, jedoch in Zukunft die Projektfinanzierung im ÖPNV durch Crowdfunding realisierbar. Dies könnte Verkehrsunternehmen eine Chance eröffnen, ihren Service als Dienstleistungsunternehmen zu steigern. Denkbar wären Projekte wie der Bau fehlender Wartehäuschen an Haltestellen oder die Installation eines freien WLAN Zugangs für ihre Kunden in Bussen und Stadtbahnen. Der ÖPNV steht in immer größerer Konkurrenz zum motorisierten Individualverkehr (MIV) und zur Fahrradnutzung. Das Crowdfunding bietet den ÖPNV-Unternehmen eine Chance, ihre Beförderungsdienstleistungen gemeinsam mit ihren Kunden zu verbessern und diese so an das Unternehmen zu binden.

¹⁷⁸ <http://www.dresden-durchstarter.de/>

Wie sich das Crowdfunding und dessen Einbindung in Projekte des ÖPNV letztendlich entwickeln wird, ist abzuwarten.

Literaturverzeichnis

Literaturangaben

Back, Andrea; Gronau, Norbert; Tochtermann, Klaus (2009): Web 2.0 in der Unternehmenspraxis. 2. Auflage. München 2009: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH.

Bareiß, Andreas (2012): Filmfinanzierung 2.0 - Funktionsweise und Rechtsfragen des Crowdfunding. In: ZUM – Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht, Heft 6, Band 56 (2012), S. 456 – 465.

Bartelt, Dennis; Barth, Anja; Blüthgen, Marco (2012): Das co:funding Handbuch. 2. Auflage. Dresden 2012: tyclipso media evolution UG.

Beck, Ralf (2012): Crowdinvesting – Die Investition der Vielen. 1. Auflage. Düsseldorf 2012: Amazon Distribution.

Blennemann, Friedhelm; Mallikat, Jürgen; Girnau, Günter; et al. (2003): Barrierefreier ÖPNV in Deutschland. Barrier-free public transport in Germany. Düsseldorf 2003: Alba Fachverlag.

Bormann, René; Bracher, Tilman; Dümmler, Oliver et al. (2010): Neuordnung der Finanzierung des Öffentlichen Personennahverkehrs - Bündelung, Subsidiarität und Anreize für ein zukunftsfähiges Angebot. Bonn 2010: bub Bonner Universitäts-Buchdruckerei.

Collins, Liam; Pierrakis, Yannis (2012): The venture crowd – Crowdfunding equity investment into business. England 2012: Nesta operating Company.

Hackmann, Mirko (2012): Die Masse macht´s. In: Liberal – Debatten zur Freiheit, Heft 3 (2012), S. 58 – 61.

- Heismann, Günter (2012): Resterampe für hoffnungslose Fälle. In: WiWo – Wirtschafts Woche, Heft 46 (2012), S. 94 – 96.
- Hemer, Joachim; Schneider, Uta; Dornbusch, Friedrich; Frey, Silvio (2011): Crowdfunding und andere Formen informeller Mikrofinanzierung in der Projekt- und Innovationsfinanzierung. In: Schriftenreihe Innovationspotenziale. Stuttgart 2011: Fraunhofer Verlag.
- Hofmann, Gottfried (2012): Gemeinsame Entwicklungshilfe – Erfolgreiches Crowdfunding für Open-Source-Projekte. In: CT – Magazin für Computer und Technik, Heft 23 (2012), S. 78 – 81.
- Kaltenbeck, Julia (2011): Crowdfunding und Social Payments im Anwendungskontext von Open Educational Resources. Band 1 der Reihe “Beiträge zu offenen Bildungsressourcen“. Berlin 2011: epubli GmbH.
- Karl, Astrid (2008): Öffentlicher Verkehr im Gewährleistungsstaat – Der ÖPNV zwischen Regulierung und Wettbewerb. (Hrsg.): Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, Berlin 2008: edition sigma.
- Lawton, Kevin; Marom, Dan (2013): The Crowdfunding Revolution – How to raise venture capital using social media. New York (2013): Mc Graw Hill.
- Leimeister, Jan Marco (2012): Crowdsourcing. In: ZFCM - Zeitschrift für Controlling & Management, Heft 6, 56. Jahrgang (2012), S. 388 – 391.
- Lembke, Gerald; Soyeze, Nadine (2012): Digitale Medien im Unternehmen: Perspektiven des betrieblichen Einsatzes von neuen Medien. Berlin (2012): Springer Gabler.
- Lubbadeh, Jens (2012): Die Finanzierung durch Mitmenschen schiebt viele gute Ideen an – Die Masse macht’s. In: Technology review: das MIT-Magazin für Innovation, Heft 10, 2012, S. 32 – 38.

- Hilpert, Thomas (2009): ÖPNV-Finanzierung vor neuen Rahmenbedingungen – Verkehrsunternehmen in der Verantwortung! In: (Hrsg.) Mager, Thomas J. (2009), ÖPNV-Finanzierung im Umbruch / Das neue ÖPNV-Gesetz in NRW. Köln 2009: ksv köln stad- und verkehrsverlag.
- Meinshausen, Steffen; Schiereck, Dirk; Stimeier, Sergej (2012): Crowdfunding als Finanzierungsalternative – Innovative Ansätze in der Unternehmensfinanzierung. In: WiSt – Wirtschaftswissenschaftliches Studium – Zeitschrift für Studium und Forschung, Heft 11, 41. Jahrgang (2012), S. 583 – 588.
- Michelis, Daniel; Schildhauer, Thomas (2010): Social Media Handbuch. Theorien, Methoden, Modelle. 1. Auflage. Baden-Baden 2010: Nomos Verlagsgesellschaft.
- Michelis, Daniel; Schildhauer, Thomas (2012): Social Media Handbuch. Theorien, Methoden, Modelle. 2. Auflage. Baden-Baden 2012: Nomos Verlagsgesellschaft.
- Papsdorf, Christian (2009): Wie Surfen zu Arbeit wird. Crowdsourcing im Web 2.0. Frankfurt/Main (2009): Campus Verlag GmbH.
- Pätzold, Ricarda (2008): Zug um Zug. Die Aufgabe des Öffentlichen Nahverkehrs – Eine Chance für die Region. Potentiale – Akteure – Kooperationen. Berlin 2008: Universitätsverlag der Technischen Universität Berlin.
- Peithmann, Bernd (2002): Mobilität für alle. Behindertengerechte ÖPNV-Planung am Beispiel der von Bodelschwingschen Anstalten Bielefeld-Bethel. Hamburg 2002. Berufsgenossenschaft für Gesundheitsdienst und Wohlfahrtspflege.

- Reinhardt, Winfried (2012): Öffentlicher Personennahverkehr. Technik – rechtliche und betriebswirtschaftliche Grundlagen. Wiesbaden 2012: Vieweg+Teubner Verlag / Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.
- Rodewald, Vera Marie (2012): Crowdfunding für die kultur- und medienpädagogische Projektarbeit – Alternative Wege zur Projektfinanzierung. In: merz – Medien + Erziehung – Zeitschrift für Medienpädagogik, Heft 4, 56. Jahrgang 2012, S. 74 – 79.
- Roebuck, Kevin (2011): Crowdfunding: High-Impact Strategies - What You Need to Know: Definitions, Adoptions, Impact, Benefits, Maturity, Vendors. London 2011: Emereo Pty Limited.
- Schenk, Rainer (2012): Crowdfunding – Die Weiterentwicklung des Crowdfunding zur modernen und unkonventionellen Finanzierungsform für kleine und mittelständische Unternehmen. München 2012: GRIN Verlag GmbH.
- Strauss, Steven D. (2011): Get your business founded. Creative methods for getting the money you need. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Ter Kuile, Franciscus Alexander (2012): The State of Crowdfunding – A review of Business Models and Platforms. Saarbrücken 2012: LAP - Lambert Academic Publishing.
- Theisen, Susanne (2012): EDV und Technik – Crowdfunding: Die Masse macht's. In: ZM – Zahnärztliche Mitteilungen, Band 102, Heft 4, 2012, S. 94 – 95, Deutscher Ärzte-Verlag Köln.
- Warner, Ansgar (2012): Krautfunding – Deutschland entdeckt die Dankeschön-Ökonomie. 4. Aufl., Berlin 2012: Medienbüro Mitte.

Peters, Wilhelm (1978): Die Finanzierung in den Wirtschaftsunternehmen des ÖPNV. In: Schriftenreihe für Verkehr und Technik, H. 68. Bielefeld 1978: Erich Schmidt Verlag.

Young, Thomas Elliott (2013): The Everything Guide to Crowdfunding – Learn how to use social Media for small-business funding. U.S.A. 2013: Adams Media a division of F&W Media.

Internetquellen

Bartelt, Denis (2012): http://faq.startnext.de/Mobile_Applikationen/id/Gibt+es+eine+mobile+Applikation+von+Startnext-216/modul/Mobile+Applikationen/aid/565, Stand: 16.03.2013.

Berlin Crowd o.V. (2013): Berlin Crowd – Crowdfunding in Berlin. <https://www.berlincrowd.com/>, Stand: 09.05.2013.

Bielemeyer, Bastian (2010): File:Crowdfunding-history.JPG, <http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Crowdfunding-history.JPG>, Stand: 08.04.2013.

Bram, Thursday (2012): The Developer's Guide to Crowdfunding, Part 1, <http://www.bootstrappist.com/archives/the-developers-guide-to-crowdfunding-part-1/>, Stand: 08.04.2013.

Breuer, Wolfgang (o.J.): Venture-Capital, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/venture-capital.html>, Stand: 26.04.2013.

Bundesministerium der Justiz o.V. (2013): § 2 Begriffsbestimmungen. http://www.gestze-iminternet.de/regg/___2.html, Stand: 11.02.2013.

Bundesministerium der Justiz o.V. (o.J.): § 312b Fernabsatzverträge,
http://www.gesetze-im-internet.de/bgb/__312b.html,
Stand: 14.04.2013.

Bundesministerium der Justiz o.V. (o.J.): § 516 Begriff der Schenkung,
http://www.gesetze-im-internet.de/bgb/__516.html, Stand: 14.04.2013.

Bundesministerium der Justiz o.V. (o.J.): § 1 Steuerbare Umsätze,
http://www.gesetze-im-internet.de/ustg_1980/__1.html,
Stand: 15.04.2013.

Bundesministerium der Justiz o.V. (o.J.): Gesetz über Finanzhilfen des Bundes zur Verbesserung der Verkehrsverhältnisse der Gemeinden (Gemeindeverkehrsfinanzierungsgesetz - GVFG), <http://www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/gvfg/gesamt.pdf>, Stand: 09.05.2013.

buzer.de o.V. (2013): Personenbeförderungsgesetz (PBefG),
<http://www.buzer.de/gesetz/1381/a19491.htm>, Stand: 27.04.2013.

CSCM Forschungsgruppe Kooperationssysteme München o.V. (o.J.): Entwicklung einer nachhaltigen Social Media Strategie für WordPress-Plattformen, <http://www.kooperationssysteme.de/thesis/entwicklung-einer-nachhaltigen-social-media-strategie-fur-wordpress-plattformen/>,
Stand: 09.04.2013.

Der Blog von für Gründer o.V. (2012): Fast 10 Mio. € durch Crowd funding und Crowd investing, <http://www.fuer-gruender.de/blog/2013/04/10-mio-crowd/>, Stand: 11.04.2013.

Diaspora o.V. (2012): Diaspora - The Community-run, Distributed Social-network. <https://joindiaspora.com/>, Stand: 16.03.2013.

Dresden Durchstarter o.V. (2013): Willkommen auf Durchstarter – der Crowdfunding Plattform für Dresden. <http://www.dresden-durchstarter.de/>, Stand: 09.05.2013.

Funda, Momme (2012): Crowdfunding – the legal situation (Germany) <http://artistandaudience.net/2012/01/30/crowdfunding-the-legal-situation-germany/>, Stand: 14.04.2013.

Fundsters.de o.V. (2012): Fundsters – Ideen bewegen. <http://www.fundsters.de/start/>, Stand: 17.03.2013.

Gesetze im Internet o.V. (o.J.): Gesetz zur Regionalisierung des öffentlichen Personennahverkehrs (Regionalisierungsgesetz -RegG), <http://www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/regg/gesamt.pdf>, Stand: 21.04.2013.

Kickstarter o.V. (2013): Kickstarter Stats. <http://www.kickstarter.com/help/stats>, Stand: 01.03.2013.

Kickstarter o.V. (2013): FAQ - Kickstarter Basics: Kickstarter 101. <http://www.kickstarter.com/help/faq/kickstarter%20basics?ref=nav>, Stand: 01.03.2013.

Kollmann, Tobias (o.J.): Viral Marketing, <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/viral-marketing.html>, Stand: 22.04.2013.

Kreßner, Tino (22.07.2012): Über Startnext - Seit wann gibt es Startnext?, <http://faq.startnext.de/about/id/Seit+wann+gibt+es+Startnext-4/modul/%DCber+Startnext/aid/7>, Stand: 06.03.2013

Lavinsky, Dave (2012): The Pros & Cons of Crowdfunding. <http://www.growthink.com/content/pros-cons-crowdfunding>, Stand: 25.02.2013.

Liekefett, Philipp (2013): Was passiert, wenn ich die Startphase nicht schaffe? <http://faq.startnext.de/die-Startphase/id/Was+passiert+wenn+ich+die+Startphase+nicht+schaffe-134/modul/Startphase/aid/118>, Stand: 16.03.2013.

Maier, Jutta (2013): Crowdfunding - Umschwärmte Bürger. <http://www.berliner-zeitung.de/wirtschaft/crowdfunding-umschwaermte-buerger,10808230,22387224.html>, Stand: 09.05.2013.

McDonalds o.V. (o.J.): Mein Burger – Von euch für euch. <http://meinburger.mcdonalds.de/>, Stand: 12.04.2013.

Mobil-Wissen o.V. (o.J.): Regionalisierungsmittel. www.mobil-wissen.de/begriff/regionalisierungsmittel, Stand: 30.04.2013.

MySherpas.com o.V. (2011): My Sherpas. <http://www.mysherpas.com/>, Stand: 17.03.2013.

Nastoll, Maike (2012): Wie viele Fans brauche ich in der Startphase um in die Finanzierungsphase zu kommen? <http://faq.startnext.de/die-Startphase/id/Wie+viele+Fans+brauche+ich+in+der+Startphase+um+in-135/modul/Startphase/aid/117>, Stand: 16.03.2013.

Nordstarter o.V. (2013): nordstarter – Crowdfunding für Hamburg. <http://www.nordstarter.org/>, Stand: 09.05.2013.

Pelzer, Claudia (2011): Crowdsourcing Terminologie, <http://www.crowdsourcingblog.de/blog/2011/02/12/terminologie/>, Stand: 09.04.2013.

Recht und Gesetz in Niedersachsen o.V. (2009): Niedersächsisches Nahverkehrsgesetz (NNVG), <http://www.recht-niedersachsen.de/9400002/nnvg.html>, Stand: 11.02.2013.

Respekt.net o.V. (o.J.): Respekt.net – Investiere in die Zivilgesellschaft,
<http://www.respekt.net/>, Stand: 24.03.2013.

Respekt.net o.V. (o.J.): Das Anliegen, <http://www.respekt.net/ueber-respektnet/ueber-respektnet/?PHPSESSID=1db998e25f9d799296e19b666729980c>, Stand: 24.03.2013.

Respekt.net o.V. (o.J.): So reichen Sie ein Projekt ein, <http://www.respekt.net/projekte-einreichen/wie-funktioniert-das-einreichen/>,
Stand: 24.03.2013.

Respekt.net o.V. (o.J.): Die Plattformbetreiber, <http://www.respekt.net/ueber-respektnet/ueber-respektnet/die-plattformbetreiber/>, Stand 24.03.2013.

Respekt.net o.V. (o.J.): Projekte unterstützen, <http://www.respekt.net/projekte-unterstuetzen/project-topic/13/>, Stand: 27.03.2013.

Scottish Enterprise o.V. (2012): Crowdfunding: pros and cons.
<http://www.finance.scotland.gov.uk/types/equity/Crowdfunding/pros-and-cons>, Stand: 25.02.2013.

Startnext.de o.V. (2013): Startnext,
<http://www.startnext.de/>, Stand: 16.03.2013.

Startnext.de o.V. (2013): Bezahlmethoden. <http://faq.startnext.de/Payments.html>, Stand: 28.02.2013.

Startnext o.V. (2013): Was ist Startnext? <http://www.startnext.de/Info/startnext.html>, Stand: 06.03.2013.

Startnext o.V. (2013): Projekte entdecken - Durchstöbere hier alle Projekte auf Startnext und unterstütze deine Kreativlandschaft.
<http://www.startnext.de/Projekte.html#!information.technology/alle/beliebtheit-d/28>, Stand: 06.03.2013.

Startnext.de o.V. (2013): Richtlinien für Projektstarter.

<http://www.startnext.de/Hilfe/Guidelines.html>, Stand 16.03.2013.

Steinberg, Scott (2012): Is Crowdfunding Right for you? <http://upstart.bizjournals.com/resources/author/2012/05/17/scott-steinberg-looks-at-pros-cons-of-crowdfunding.html?page=all>, Stand: 22.02.2013.

Stiller, Johanna (2013): Was passiert in der Startphase? <http://faq.startnext.de/die-Startphase/id/Was+passiert+in+der+Startphase+-77/modul/Startphase/aid/120>, Stand: 16.03.2013.

Stiller, Johanna (2013): Welche Dienstleistungen werden von Startnext angeboten? http://faq.startnext.de/Premium_Services/id/Welche+Dienstleistungen+werden+von+Startnext+angeb-182/modul/Premium+Dienste/aid/225, Stand: 16.03.2013.

Theil, Anna (2012): Wer kann seine Projekte über Startnext finanzieren? <http://faq.startnext.de/general/id/Wer+kann+seine+Projekte+ueber+Startnext+finanzieren-3/modul/Allgemeines/aid/5>, Stand: 16.03.2013.

Theil, Anna (2013): Was bedeutet das Alles-oder-nichts-Prinzip? <http://faq.startnext.de/general/id/Was+bedeutet+das+Alles-oder-nichts-Prinzip+-5/modul/Allgemeines/aid/8>, Stand: 16.03.2013.

Theil, Anna (2012): Brauche ich als Projektstarter ein Fidor-Konto? <http://faq.startnext.de/Ablauf/id/Brauche+ich+als+Projektstarter+ein+Fidor-Konto+-67/modul/Ablauf/aid/53>, Stand: 16.03.2013.

Theil, Anna (2012): Kann ich meine Unterstützung stornieren? <http://faq.startnext.de/Rueckbuchung/id/Kann+ich+meine+Unterstuetzung+stornieren+-53/modul/R%FCcckbuchung/aid/48>, Stand: 12.04.2013.

- Theil, Anna (2013): Haben Supporter ein Widerrufsrecht?
<http://faq.startnext.de/Rechtliches/id/Haben+Supporter+ein+Widerrufsrecht+-62/modul/Rechtliches/aid/609>, Stand: 14.04.2013.
- Van Le Bo Mentzel (o.J.): Hartz IV Möbel – Buch,
<http://www.startnext.de/hartz-iv-moebel-buch>, Stand: 11.04.2013.
- Wenzlaff, Karsten (2012): Deutschsprachige Crowdfunding- und Crowdinvesting-Plattformen auf einen Blick. <http://t3n.de/news/deutschsprachige-crowdfunding-plattformen-blick-318076/>, Stand: 01.03.2013.
- Wikipedia.de o.V. (2013): Crowdfunding.
<http://de.wikipedia.org/wiki/Crowdfunding>, Stand: 08.04.2013.
- Zaya, Tomislav (2013): Manusha – Die kleine Romahexe. Vorbereitung zur Crowdfunding-Kampagne-Dein Feedback ist gefragt, <http://www.manusha-derfilm.at/2011/09/26/vorbereitung-zur-crowdfunding-kampagne-dein-feedback-ist-gefragt/>, Stand: 19.02.2013.

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit versichere ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig erstellt und außer den angegebenen Hilfsmittel und Quellen keine weiteren Hilfsmittel und Quellen benutzt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus anderen Werken entnommen wurden, habe ich als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit hat noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegen.

Braunschweig, den

28.05.2013

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Tobias Lasse', is enclosed in a light purple rectangular box.

.....
(Datum)

.....
(Unterschrift)

Anhang A: Interview/Fragebogen für das Gespräch mit den Verkehrsunternehmen

1. Aus welchen Mitteln werden Projekte im ÖPNV finanziert?
2. Gibt es Richtlinien im ÖPNV, die das Crowdfunding verbieten/einschränken könnten?
3. Welche steuerlichen und rechtlichen Aspekte wären in Bezug auf das Crowdfunding im ÖPNV zu berücksichtigen?
4. Welche Projekte sind momentan und in Zukunft geplant (erst kleinere, dann größere)?
 - 4.1. Wie hoch sind die Kosten für deren Umsetzung?
5. Welche dieser Projekte könnten durch Crowdfunding finanziert werden?
6. Welche möglichen Gegenleistungen sind denkbar?
7. Werben Sie auf Plattformen wie Facebook, Twitter usw.?
 - 7.1. Haben Sie vor, dort in Erscheinung zu treten, und wenn ja wann?
8. Steht fachkundiges Personal (bezogen auf Social Media Marketing) zur Verfügung, um das Marketing für das Crowdfunding zu betreuen?