

Geld aus dem Netz



Statt zur Bank gehen immer mehr Mittelständler und Startups ins Netz und nutzen sogenannte Fintec-Plattformen. Ihre Finanzierungswünsche werden zumeist von Privatanlegern erfüllt – vorausgesetzt, die Geschäftsidee überzeugt. Text: Eli Hamacher

Als Benno Hübel mit Ehefrau Melanie Ende 2013 die Berliner Schokoladenmanufaktur Sawade übernahm, fand er eine „Prinzessin im Domröschenschlaf“ vor. Seitdem ist an Schlaf nicht mehr zu denken: Die neuen Eigentümer entwarfen Verpackungen, stärkten den Vertrieb, führten ein Warenwirtschaftssystem ein, optimierten das Qualitätsmanagement.

Investitionen für den Neuanfang

Alles geschah unter erschwerten Bedingungen, schließlich war Sawade zum Zeitpunkt der Übernahme alles andere als ein florierendes Unternehmen. Im Gegenteil: Die Firma befand sich in der Insolvenz. Um das Ruder herumzureißen, mussten die Hübeln investieren. In ein repräsentatives Ladenlokal im Zentrum Berlins, in einen neuen Onlineauftritt inklusive Shop, in die Produktion und in neue, innovative Produkte. Entsprechend hoch fiel die Investitionssumme aus: „Ursprünglich hatten wir 1,1 Millionen angepeilt“, sagt der 41-jährige Unternehmer. Bekommen hat Sawade sogar noch viel mehr: insgesamt 1,35 Millionen Euro, eingesammelt bei Kleininvestoren über die Crowdfunding-Plattform Companisto – ganz ohne Sicherheiten.

Wie Sawade nutzen immer mehr Mittelständler und vor allem Startups das Web, um sich alternative Quellen zur Unternehmensfinanzierung via Crowdfunding, -investing oder -lending zu erschließen. Für 2015 rechnen die Experten der Wirtschaftsprüfung EY mit einem europaweiten Crowd-Volumen von sieben Milliarden Euro. Der mit Abstand größte Teil entfällt mit 2,3 Milliarden Euro auf Großbritannien.

In Deutschland ist das Volumen mit 140 Millionen Euro in 2014 zwar vergleichsweise gering, hat sich aber gegenüber 2013 mehr als verdoppelt. Die Skepsis gegenüber dieser hierzulande noch jungen Finanzierungsform nehme ab, beobachtet Sven Korschinowski, Partner beim Wirtschaftsprüfer KPMG: „Für Mittelständler mit schwacher Bonität, schnellem Kapitalbedarf oder auch Startups mit riskanten Geschäftsmodellen bieten die Plattformen manchmal die einzige Möglichkeit, um an Kapital zu kommen – oder sie sind zumindest eine gute Ergänzung zu den klassischen Quellen.“ Wer es versteht, durch eine clevere Kampagne die Internetgemeinde zu begeistern, kann im Idealfall auch auf hohe Summen kommen. So hatten sich 2014/15 auf Companisto gut 1.800 Investoren am Startup Panono, das eine »



» Schon nach 30 Stunden hatten wir die angepeilten 15.000 Euro zusammen. «

Anna Yona,
Wildling

360-Grad-Wurfkamera entwickelt hat, mit gut 1,6 Millionen Euro beteiligt – deutscher Rekord.

Eine Beteiligung von Investoren kam für Benno Hübel nicht in Frage. Er gewährte stattdessen ein so genanntes Venture-Loan mit einer Laufzeit von vier Jahren und acht Prozent Zinsen pro Jahr, die er halbjährlich ausschüttet. Wer sich die Zinsen in Schokolade auszahlen lässt, erhält sogar zwölf Prozent Verzinsung. Das Angebot lockt viele an: Mehr als 1.000 Investoren gaben Sawade im Schnitt 1.000 Euro. Nach Beginn der Kampagne, die von Mitte August bis Mitte Dezember 2015 lief, bekam Hübel einmal monatlich die bis dato eingesammelten Beträge von Companisto, abzüglich einer Gebühr von zehn Prozent der Finanzsumme.

Auf die Präsentation kommt es an

Diese vergleichsweise hohen Zinsen von acht Prozent können aus Sicht von Companisto-Geschäftsführer Tamo Zwinge allerdings nur Wachstumsunternehmen zahlen, „die bereits ein skaliertes Produkt am Markt positioniert haben und substantielle Umsätze erzielen“. Diese bewerben sich mit einer Art Business-Plan bei der Plattform. Überzeugt das Geschäftsmodell, findet ein Gespräch in der Firma statt, bevor das Unternehmen für eine Finanzierungsrunde zugelassen wird. Zwei Monate sollte man laut Zwinge für den Vorlauf einkalkulieren. Um ihr Geschäftsmodell werbewirksam zu präsentieren, lassen die Firmen im Vorfeld – falls nicht bereits vorhanden – ein aussagekräftiges Video und Fotos produzieren.

„Der Aufwand hat sich allemal gelohnt“, findet Sawade-Chef Hübel. Er habe nicht nur zügig Kapital beschaffen können, sondern auch eine extreme Öffentlichkeitswirkung erzielt. 40.000 potenzielle Kauf- und Investitionsinteressenten konnten regelmäßig im Companisto-Newsletter über den einstigen preußischen Hoflieferanten lesen. Die Zahl der Veröffentlichungen in der Presse stieg sprunghaft. „Und die Zugriffe auf unsere Website ha-

ben sich verzehnfacht, gleichzeitig hat der Online-Shop deutlich seine Umsätze erhöht“, freut sich der Geschäftsführer. Dafür hat er auch einen klaren Nachteil in Kauf genommen. „Man muss auf der Plattform Zahlen offenlegen, was in der zurückhaltenden Süßwarenindustrie eher unüblich ist.“

Damit die Rechnung aufgeht, rät Experte Korschinowski, sich vorab genau die Plattformen anzuschauen. Welche Investoren engagieren sich? Welche Deals wurden abgeschlossen? Wie bekannt ist der Anbieter? Hat er sich auf Branchen spezialisiert?“

Die Bekanntheit, aber auch die Höhe der Gebühren, die Reichweite sowie die Designfunktionen für die Präsentation des Produkts waren für Anna Yona die entscheidenden Kriterien, warum sie sich für die Crowdfunding-Plattform Kickstarter entschied. Dort bot ihr Startup Wildling Shoes GmbH potenziellen Geldge-

bern schon vor dem Produktionsstart ihre innovativen Kinderschuhe zum Vorzugspreis an. „Schon nach 30 Stunden hatten wir die angepeilten 15.000 Euro zusammen. Nach einem Monat waren es schließlich 75.000 Euro.“ Den Erfolg erklärt sich die 37-Jährige vor allem mit dem intensiven Marketing im Vorfeld. Allein bei Facebook habe man vor Kampagnenstart 1.000 Follower gehabt, die Wildling dann auf das Kickstarter-Projekt aufmerksam machen konnte. Während der Kampagne sorgte das Startup mit stets neuen Aktionen für Dynamik. So versprach Yona zum Beispiel ab Erreichen einer gewissen Summe die Produktion auch von größeren Schuhen.

Nach Abzug von Gebühren, Umsatzsteuern und Kosten für einen Werbefilm sei die Summe zwar deutlich geschrumpft, räumt Yona ein. „Aber wir haben den Verkauf angekurbelt, den Break-Even vorverlegen können und unsere Bekanntheit binnen kürzester Zeit drastisch erhöht.“

ALTERNATIVE FINANZIERUNGSQUELLEN

Wie Fintecs Unternehmen unterstützen

Crowdfunding: Die Geldgeber bestellen ein noch nicht fertiges Produkt, zahlen sofort und nehmen eine Wartezeit in Kauf. Dafür bekommen sie einen Vorzugspreis und/oder andere „Bonbons“. Anbieter sind etwa Kickstarter, Indiegogo, Fandango, Startnext.

Crowdfunding: Beim Crowdfunding schließen sich viele Personen über das Internet zusammen, um sich entweder gemeinsam an Unternehmen zu beteiligen. Alternativ begeben die Firmen ein Venture-Loan an. Für diese Darlehen bekommen die Investoren jährlich oder halbjährlich Zinsen. Anbieter sind zum Beispiel Companisto, Seedmatch, Bergfürst, Zinsland (für Immobilien).

Crowdlending: Hier können Unternehmen zügig die günstigsten Kreditkonditionen ermitteln und eine Finanzierung beantragen, etwa bei Lendico, Smava, Fintura, Kapilendo, Spotcap, Kabbage und Funding Circle/Zencap sind einige der Anbieter. Meist stellen private Anleger das Geld zur Verfügung.