

DIGITALES ARCHIV

ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
ZBW – Leibniz Information Centre for Economics

Periodical Part

Crowdfunding monitoring Schweiz. 2022

Crowdfunding monitoring Schweiz

Provided in Cooperation with:

Hochschule Luzern

Reference: In: Crowdfunding monitoring Schweiz Crowdfunding monitoring Schweiz. 2022 (2022).
<https://hub.hslu.ch/retailbanking/wp-content/uploads/sites/7/2022/05/Crowdfunding-Monitor-Schweiz-2022.pdf>.

This Version is available at:

<http://hdl.handle.net/11159/15815>

Kontakt/Contact

ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft/Leibniz Information Centre for Economics
Düsternbrooker Weg 120
24105 Kiel (Germany)
E-Mail: [rights\[at\]zbw.eu](mailto:rights[at]zbw.eu)
<https://www.zbw.eu/>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Dieses Dokument darf zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen. Sofern für das Dokument eine Open-Content-Lizenz verwendet wurde, so gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

<https://savearchive.zbw.eu/termsfuse>

Terms of use:

This document may be saved and copied for your personal and scholarly purposes. You are not to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public. If the document is made available under a Creative Commons Licence you may exercise further usage rights as specified in the licence.

Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ

Crowdfunding Monitor Schweiz 2022

hslu.ch/crowdfunding

Prof. Dr. Andreas Dietrich, Dr. Simon Amrein

Wir danken den folgenden Plattformen herzlich für die Unterstützung der Studie mit Daten:



Wichtigste Resultate in der Übersicht

In der Schweiz wurden im Jahr 2021 **CHF 791.8 Millionen (+31%)** vermittelt.

Seit der Gründung der ersten Crowdfunding-Plattform in der Schweiz vor vierzehn Jahren wurden mittels Crowdfunding etwa **CHF 3 Milliarden** vermittelt.

Das grösste Wachstum von 2020 auf 2021 verzeichnete der Bereich **Crowdlending (+35%, auf CHF 607.0 Mio.)**.

Das Volumen im Bereich des **Crowdinvestings (+29%, auf CHF 147.2 Mio.)** nahm zu, derweil das Volumen im Bereich des **Crowdsupporting / Crowddonating (-16%, auf CHF 37.6 Mio.)** gegenüber 2020 leicht rückläufig war.

Etwa 250'000 Personen haben im Jahr 2021 in der Schweiz eine Crowdfunding-Kampagne unterstützt.

37 Crowdfunding Plattformen

waren in der Schweiz per Ende April 2022 aktiv (Sitz Schweiz). Jedoch wurden im Jahr 2021 lediglich auf 28 Schweizer Plattformen Finanzierungs-Kampagnen verzeichnet.

Vorwort

Crowdfunding ist eine Methode der Geldvermittlung über Plattformen im Internet für verschiedenartige Projekte. Dazu gehören beispielsweise Kredite an Unternehmen, Beteiligungen an einem Start-up, der Miterwerb einer Immobilie oder die Finanzierung sozialer Projekte. Crowdfunding-Projekte weisen somit eine hohe Bandbreite auf. Sie haben jedoch gemeinsam, dass in der Regel viele Personen einen oftmals kleinen Betrag zur Verfügung stellen und so die Realisierung eines Projekts ermöglichen. Zentrales Element aller Crowdfunding-Formen ist zudem die direkte, internetbasierte Kommunikation zwischen Geldgebenden und Kapitalnehmenden.

Derzeit verzeichnen wir in der Schweiz noch 37 aktive Plattformen, wobei nur auf 28 Plattformen im Jahr 2021 tatsächlich Kampagnen finanziert wurden. Nach einem im Vorjahr (verursacht durch die Covid-19 Pandemie) nur noch geringem Wachstum, hat sich das Wachstum im Jahr 2021 wieder erfreulich entwickelt. Insgesamt wurden 2021 rund 31 Prozent mehr Crowdfunding-Projekte vermittelt als noch im Vorjahr. Total wurden CHF 792 Millionen vermittelt.

Das Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ der Hochschule Luzern – Wirtschaft veröffentlicht jährlich den vorliegenden Crowdfunding Monitor. Mit dieser Publikation soll die Entwicklung in der Schweiz aufgezeigt, die bestehenden Plattformen vorgestellt und die Treiber der zukünftigen Entwicklung erläutert werden. Dadurch soll auch die Transparenz in diesem Markt weiter erhöht werden.

Für unsere Analysen sind wir auf die Zusammenarbeit mit den Crowdfunding-Plattformen angewiesen. Folgende Plattformen haben uns mit Daten unterstützt: Acredius, Beedoo, Cashare, CG24 Group, Conda.ch, Creditworld, Crowd4cash, Crowhouse, Crowdify, Dagobertinvest, Foxstone, Funders, Fundoo, GivenGain, I believe in you, Imvesters, Lend, Lendora, Lokalhelden, Neocredit, Progettiamo, Projectstarter, Raizers, SigImpact, Splendit, Swisslending, SwisSpeers, There for you, Wemakeit, Yes We Farm und 3CircleFunding. Wir möchten uns für die gute Zusammenarbeit bedanken. Ein grosses Dankeschön geht ebenfalls an unsere wissenschaftlichen Mitarbeitenden Anja Stutz und Florian Estermann, welche uns bei der Erstellung der Publikation unterstützt hat.

Prof. Dr. Andreas Dietrich
Institutsleiter,
Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ

Dr. Simon Amrein
Dozent,
Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ

Inhaltsverzeichnis

1	Ziel und Aufbau der Studie	1
2	Begriffsabgrenzung und Definition	2
2.1	Definition von Crowdfunding: Gegenleistung als Entscheidungskriterium	3
2.2	Motive von Kapitalnehmenden für die Lancierung von Kampagnen	5
2.3	Abgrenzung: Initial Coin Offerings als Crowdfunding?	5
3	Crowdfunding in der Schweiz.....	7
3.1	Marktwachstum in der Schweiz.....	9
3.2	Crowdsupporting/Crowddonating.....	11
3.3	Crowdlending	16
3.4	Crowdinvesting	21
4	Crowdfunding in der Schweizer Politik	24
5	Crowdfunding im internationalen Vergleich	28
6	Thesen: Crowdfunding im Jahr 2022	30
	Anhang: Marktteilnehmer	32
	Anhang: Statistik.....	43
	Autoren	44
	Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ.....	45
	Ausgewählte Publikationen des IFZ	46

1 Ziel und Aufbau der Studie

Mit der vorliegenden Studie sollen die Entwicklungen im Schweizer Crowdfunding-Markt aufgezeigt und diskutiert werden. Der Fokus liegt dabei auf Plattformen mit Niederlassung in der Schweiz sowie auf Crowdfunding-Kampagnen, welche Projekte in der Schweiz betreffen.

Die jährlichen Veröffentlichungen der Marktzahlen haben zum Ziel, die Transparenz im Schweizer Markt zu erhöhen und einen Überblick über die wichtigsten Trends zu geben. Das Zielpublikum des Crowdfunding Monitors ist nicht nur eine fachkundige Leserschaft, sondern auch die breite Öffentlichkeit. Diese soll durch die vorliegende Publikation einen verständlichen Gesamtüberblick zu den einzelnen Finanzierungsmöglichkeiten sowie den verschiedenen Marktteilnehmern erhalten.

Hierfür hat das Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ der Hochschule Luzern – Wirtschaft auch in diesem Jahr wieder die Daten sämtlicher in der Schweiz im Jahr 2021 aktiven Crowdfunding-Plattformen erhoben. Die veröffentlichten Zahlen basieren auf Angaben der Plattformen. Zusätzlich wurden grössere Kampagnen erfasst, die nicht über die etablierten Plattformen oder über andere Websites liefen.

Die Studie ist folgendermassen aufgebaut: Nach einer Einführung in das Thema (Kapitel 2) wird die Entwicklung des Schweizer Crowdfunding-Marktes seit 2008 aufgezeigt (Kapitel 3). Die entsprechenden Veränderungen werden sowohl aus einer Gesamt-Marktsicht wie auch unterteilt nach den verschiedenen Teilbereichen von Crowdfunding aufgezeigt und kommentiert. Kapitel 4 beinhaltet einen Spezialteil zum Thema Crowdfunding in der Politik. Kapitel 5 analysiert den schweizerischen Crowdfunding-Markt im internationalen Kontext. Im letzten Kapitel der Studie schliesslich wird ein Ausblick in Form von Thesen gegeben. Im Anhang befinden sich zudem Portraits der Schweizer Plattformen sowie verschiedene Datentabellen.

2 Begriffsabgrenzung und Definition

Crowdfunding ist eine Finanzierungsform von Projekten über das Internet. Das Konzept basiert darauf, dass in der Regel eine Vielzahl von Menschen Geld für kulturelle, soziale oder kommerzielle Projekte aufbringt. Die Kommunikation zwischen Investor und Kapitalnehmer erfolgt internetbasiert. Die Rolle des Vermittlers (Intermediär) übernimmt eine Crowdfunding-Plattform. Dem Intermediär wird für die Transaktion in der Regel eine Gebühr entrichtet. Diese Vermittlungsprovision ist meistens als Prozentsatz auf dem gesammelten Betrag definiert. Die Kapitalgeberinnen und Kapitalgeber werden je nach Crowdfunding-Art monetär oder anderweitig entschädigt. Die Bezeichnung Kampagne wird im Folgenden für die Finanzierungsphase von Projekten auf Crowdfunding-Plattformen verwendet.

Der Begriff Crowdfunding wird in der Literatur oftmals sowohl begrifflich wie auch konzeptionell als Subkategorie von Crowdsourcing angesehen. Crowdsourcing setzt sich dabei aus den englischen Wörtern crowd (Menschenmenge) und outsourcing (Auslagerung) zusammen. Im Kontext des Crowdsourcing steht die Crowd für die Masse an Internetnutzern, oft auch einfach als Community bezeichnet. Der Begriff des Outsourcings verweist auf die Auslagerung von bestimmten Aufgaben. Der Auslagerungsprozess kann beispielsweise zwischen Privaten und/oder Unternehmen geschehen. Der Grundgedanke von Crowdsourcing ist entsprechend die Erledigung bestimmter Aufgaben durch eine Community. Dabei generiert die Community in einem vorher klar definierten Rahmen (z.B. Zeitraum, Teilnahmebedingungen, Entschädigung) unterschiedlichste Mehrwerte für den Auftraggeber.¹

Crowdsourcing wurde wesentlich vom Journalisten Jeff Howe geprägt, welcher im Jahr 2006 in einem Artikel im Wired Magazin den Prozess des Crowdsourcings mit verschiedenen Beispielen illustrierte und damit auch die Unterkategorien Crowdcreation, Crowdvoting und Crowdwisdom erläuterte (Howe, 2006).²

Ergänzend zu Crowdcreation, Crowdvoting und Crowdwisdom lässt sich der Begriff Crowdfunding hinzufügen, welcher im Unterschied zu den drei anderen Kategorien nicht die Aggregation von Wissen, Meinungen und Kreativität umfasst, sondern die Sammlung von Geldern zum Ziel hat. Die vier Formen von Crowdsourcing lassen sich danach wie folgt unterscheiden:

- **Crowdwisdom:** Crowdwisdom (Schwarmintelligenz) nutzt die Intelligenz einer Community. Die Crowd wird in diesem Bereich zur Aktivierung und Reflexion ihres Wissens aufgefordert.
- **Crowdcreation:** Crowdcreation hat zum Ziel, das kreative Potenzial einer Crowd zu nutzen. Die gesammelten Ideen der Masse kommen beispielsweise in Form von Texten, Audiodateien oder Grafiken zur Anwendung.
- **Crowdvoting:** Beim Crowdvoting werden die Meinung und das Urteilsvermögen der Crowd genutzt. Ziel ist es, Ideen oder Inhalte zu bewerten. Die so strukturierten Meinungen bilden anschliessend die Entscheidungsgrundlage für die Crowd. Crowdvoting kann somit beispielsweise als Prognosewerkzeug genutzt werden.
- **Crowdfunding:** Auch im Bereich des Crowdfundings ist die Nutzung des Internets sowie der Crowd zentral. In Abweichung zu den oben erwähnten Kategorien stehen jedoch nicht Wissen oder kreatives Potenzial der Crowd im Mittelpunkt, sondern die Beschaffung von Kapital für Projekte. Die Phase der Geldbeschaffung wird als Kampagne bezeichnet.

¹ Siehe dazu beispielsweise Kaltenbeck, J. (2011). Crowdfunding und Social Payments. Berlin: Verlag epubli.

² Howe, J. (2006). The Rise of Crowdsourcing. Wired Magazine. Issue 14.06.

2.1 Definition von Crowdfunding: Gegenleistung als Entscheidungskriterium

Der Begriff «Crowdfunding» – definiert als Sammeln von Geldern via Internet für Projekte – lässt sich in weitere Kategorien unterteilen. Das Hauptkriterium für die Unterscheidung von verschiedenen Crowdfunding-Formen ist die Art der Gegenleistung. Diese kann einerseits einen monetären Hintergrund haben: Die Kapitalgeber und Kapitalgeberinnen erhalten eine Beteiligung am Unternehmen, beziehungsweise partizipieren am Unternehmenserfolg (Crowdinvesting) oder erhalten einen Zinsertrag (Crowdlending) für das zur Verfügung gestellte Kapital. Des Weiteren wird häufig das Invoice Trading dem Crowdfunding zugerechnet. Beim Invoice Trading werden offene Rechnungen verkauft. Je nach Geschäftsmodell von Plattformen handelt es sich beim Invoice Trading – abhängig von der Anzahl der Kapitalgeber – um klassisches Crowdfunding (mehrere Personen finanzieren die Rechnungen) oder ein Crowdfunding-ähnliches Modell (nur eine Gegenpartei). Die drei Bereiche Crowdlending, Crowdinvesting und Invoice Trading können durch ihre Nähe zum Finanzsektor dem Begriff FinTech (financial technology) zugeordnet werden.

Die Gegenleistung für die Unterstützung einer Crowdfunding-Kampagne kann auch nicht-monetär sein. In diesen Bereich fällt das in dieser Studie als Crowdsupporting definierte Modell, welches oft auch als «reward-based crowdfunding» bezeichnet wird. Beispiele für Entschädigungen sind hier Produkte oder Dienstleistungen. Schliesslich ist es auch möglich, dass keine direkten und messbaren Gegenleistungen für die getätigte Investition erbracht werden (Crowddonating). Bei einer solchen Spende stehen soziale oder altruistische Motive im Vordergrund. Dies ist aber auch beim Crowdsupporting oft der Fall. Hier steht ebenfalls vielfach die ideelle Unterstützung im Vordergrund, da die Gegenleistungen in Form von Gütern oder Dienstleistungen objektiv oftmals schwierig zu bewerten sind und abhängig von der Kampagne teilweise nur einem kleinen Anteil der Investition entsprechen.

Die fünf Crowdfunding-Kategorien und die damit verbundenen Gegenleistungen sind zusammenfassend in Abbildung 1 ersichtlich:

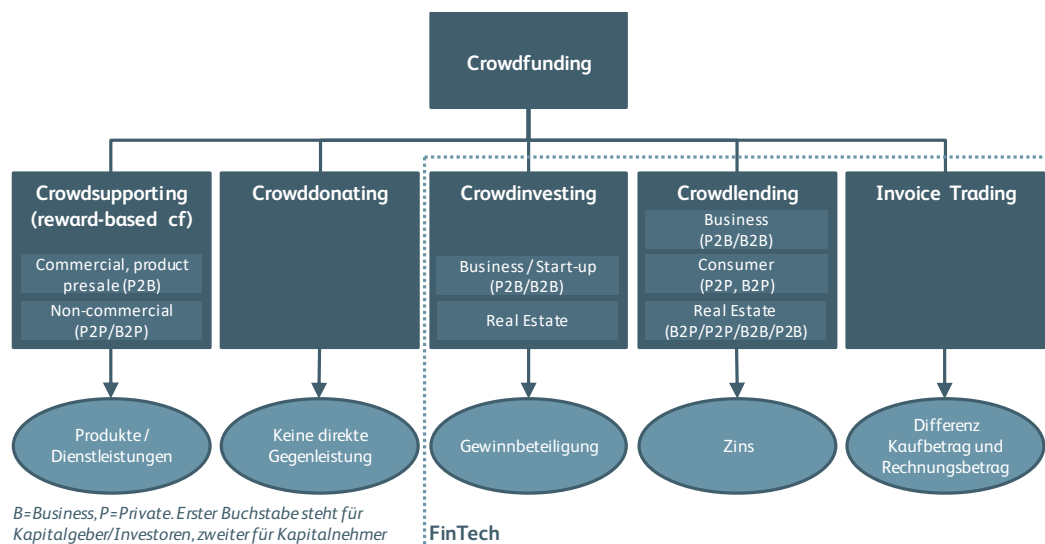


Abbildung 1: Formen und Gegenleistungen der verschiedenen Crowdfunding-Kategorien

Crowdsupporting / reward-based Crowdfunding

In die Kategorie Crowdsupporting fallen häufig kreative, kulturelle oder kommerzielle Projekte sowie Projekte aus dem Sportbereich. Bei dieser Art der Finanzierung erhält die Kapitalgeberin eine in der Regel einmalige Gegenleistung in Form von Produkten, künstlerischen Werken oder Dienstleistungen. Der Kreativität der Kapitalsuchenden sind hier keine Grenzen gesetzt (bspw. Einladungen zu Veranstaltungen, Spezialeditionen oder Vorbezug eines Produktes). Crowdsupporting lässt sich in einen kommerziellen und einen nicht kommerziellen Bereich unterteilen. Besonders Unternehmen mit kommerziellem Hintergrund können Crowdsupporting für die Vorfinanzierung von Produkten einsetzen.

Crowddonating

Die hier bezahlten Unterstützungsbeiträge sind reine Spenden, welche in der Regel nicht mit Gegenleistungen verknüpft sind. Denkbar sind beispielsweise soziale, karitative oder kulturelle Projekte. Ebenfalls kann Crowddonating zur Generierung von Geldern für politische Kampagnen genutzt werden.

Die erhobenen Daten lassen nicht immer eine klare Unterscheidung zwischen Crowddonating und Crowdsupporting zu, da Geldgeberinnen und Geldgeber bei einigen Plattformen auch die Möglichkeit haben, auf eine Gegenleistung zu verzichten. Daher werden diese beiden Kategorien vor allem bei der Volumenentwicklung gemeinsam betrachtet.

Crowdinvesting

Beim Crowdinvesting geht es weniger um das Finanzieren eines Projektes als vielmehr um eine Beteiligung über Eigenkapital oder Mischformen von Eigen- und Fremdkapital (Mezzanine-Kapital) an einem Unternehmen oder an einer Immobilie.

Im Bereich von **Crowdinvesting für Unternehmen** bietet sich diese Finanzierungsform vor allem für Unternehmen in einem frühen Entwicklungsstadium (Start-ups) an. Crowdinvesting bietet je nach Plattform auch Investoren mit kleinen Beträgen die Möglichkeit, ein Jungunternehmen in der Wachstumsphase zu unterstützen. Als Gegenleistung erhalten Investoren in der Regel Anteile am Unternehmen und/oder partizipieren am Erfolg des Unternehmens. Zu beachten gilt, dass bei vielen Investitionsformen in diesem Bereich die Stimmrechte limitiert sind, um den Unternehmerinnen und Unternehmern mehr Entscheidungsfreiheiten zu gewähren.

Neben Investitionen in Unternehmen gehört auch das **Real Estate Crowdinvesting** in die Kategorie Crowdinvesting. Beim Real Estate Crowdinvesting werden die Investoren (oftmals im Grundbuch eingetragene) Miteigentümer einer Immobilie. Im Gegensatz zum Erwerb von Stockwerkeigentum wird beim Miteigentum aber nicht eine einzelne Wohnung, sondern ein prozentualer Anteil einer bestehenden und vermieteten Renditeimmobilie gekauft. Die Investoren partizipieren danach einerseits am Mietzins und andererseits beim Weiterverkauf an einer allfälligen Wertentwicklung der Immobilie.

Crowdlending

Das Crowdlending umfasst die Finanzierung von Unternehmen oder Privaten durch Kredite (Fremdkapital). Als Gegenleistung für die Kreditgewährung erhalten die Darlehensgeber Zinszahlungen, deren Höhe in der Regel abhängig vom Risiko des Kapitalnehmers sind. Neben Privatkrediten und KMU-Krediten kann man auch Hypotheken an Privatpersonen ohne eine dazwischengeschaltete Bank vergeben. Kredite an Privatpersonen werden in dieser Studie als **Consumer Crowdlending** bezeichnet, solche an Unternehmen als **Business Crowdlending**. Für Kredite in Form von Hypotheken verwendet die Studie den Begriff **Real Estate Crowdlending**.

Crowdlending ist auch bekannt unter dem Namen Peer-to-Peer (P2P) oder Marketplace Lending. Besonders in Grossbritannien hat sich der Begriff P2P-Lending durchgesetzt. In den USA wird vor allem der Begriff Marketplace Lending verwendet. Marketplace Lending kann als «digitaler Kreditmarktplatz» umfassender definiert werden. Es umfasst insbesondere auch sogenannte B2B-Geschäftsmodelle (Business-to-Business) wie beispielsweise die Finanzierung von Unternehmen oder öffentlich-rechtlichen Körperschaften (ÖRK) durch institutionelle Investoren. Der Fokus dieser Studie liegt hingegen auf Crowdlending, das heisst auf Fremdkapital, welches sowohl von institutionellen als auch von privaten Investoren finanziert werden kann.

Invoice Trading

Bei dieser Form des Crowdfundings kaufen Investoren offene Rechnungen von Unternehmen gegen einen Abschlag. Invoice Trading erlaubt es KMU also, kurzfristig Liquidität zu erhalten. Der Ertrag aus Kapitalgebersicht besteht aus der Differenz zwischen dem bezahlten Betrag für die Rechnung und dem tatsächlichen Rechnungsbetrag. Durch die direkte Verbindung von Debitoren und Investoren ergibt sich eine neue Anlageklasse. Aktuell gibt es in der Schweiz keine Plattform für Invoice Trading mehr, welche öffentlich und für nicht-professionelle Anleger mit kleinen Investitionsbeträgen zugänglich ist (im B2B Bereich hingegen gibt es mehrere solche Angebote). Deshalb erscheinen für diesen Bereich ab 2020 keine separaten Zahlen in unserer Statistik.

2.2 Motive von Kapitalnehmenden für die Lancierung von Kampagnen

Crowdfunding-Kampagnen bieten für die Kapitalnehmer sowohl finanzielle als auch nicht-finanzielle Vorteile. Auf der einen Seite ist die Hauptmotivation für Kapitalnehmer meist das Bedürfnis nach der Finanzierung eines Projektes. Auf der anderen Seite kann eine Finanzierung über Crowdfunding auch nicht-finanzielle Vorteile bieten. Crowdfunding ermöglicht Unternehmen oder privaten Projektinitianten mit (potenziellen) Kundinnen und Kunden in einen direkten Dialog zu treten und somit unmittelbare Reaktionen zu erhalten. Crowdfunding-Kampagnen eignen sich daher gut zur Gewinnung und Bindung von Kundinnen und Kunden. Ein gutes Projekt kann zudem das Image eines Anbieters fördern, respektive auf ein innovatives Projekt aufmerksam machen. Ein weiterer Vorteil einer Crowdfunding-Kampagne besteht darin, dass die Initianten eines Projekts durch eine erfolgreiche Kampagne aufzeigen können, dass es für ihre Produkte oder Dienstleistungen einen Markt gibt (Markttest). Schliesslich kann es mit Crowdfunding auch gelingen, Kapital für gute Ideen zu finden, welche üblicherweise nicht zu dem von den klassischen Geldgeberinnen geforderten Modell passen. Schwarminelligenz kann somit dazu führen, dass Trends und gute Ideen wahrgenommen und unterstützt werden.

2.3 Abgrenzung: Initial Coin Offerings als Crowdfunding?

Initial Coin Offerings (ICO) können als eine Form von Schwarm-Finanzierung für Projekte angesehen werden, welche im Bereich der Distributed Ledger Technology (DLT) anzusiedeln sind. Zahlreiche Charakteristiken eines ICO lassen sich auch mit der in dieser Studie gewählten Arbeitsdefinition von Crowdfunding vergleichen. Es finanzieren klassischerweise eine Vielzahl von Personen eine Unternehmung oder ein Projekt. Die Intermediation zwischen Geldgebenden und Geldnehmenden findet über das Internet statt. Je nach ICO sind auch unterschiedliche Entschädigungen für die Geldgeber möglich. Insofern liesse sich die Kategorisierung in Abbildung 1 auch auf ICO übertragen. Es gibt aber auch einige Unterschiede. Ein erster Unterschied besteht darin, dass bei ICO die Geldgeber Beträge häufig bereits in Kryptowährungen bezahlen und/oder ein Gegenwert in DLT-basierten Werten ausgedrückt wird. Während also ICO in der Regel stark (Blockchain-)technologielastige Projekte finanzieren, beinhalten Crowdfunding-Kampagnen alle Arten von Projekten. Als zweites sind Crowdfunding-

Projekte in der Regel an Plattformen gebunden, während ICO nicht über spezifische Plattformen laufen, sondern die Firmen das Geld direkt von den Investoren erhalten.

Nachfolgend werden in der Studie nur die im «klassischen» Sinne über Crowdfunding abgewickelten Kampagnen präsentiert. Für eine generelle Übersicht zum Thema verweisen wir auf die IFZ FinTech Study und für eine spezifische Übersicht zum Krypto-Assets-Ökosystem auf die IFZ Crypto Assets Study.³

³ Ankenbrand, T., Bieri, D., Frigg, M., Kronenberger, T. & Reichmuth, L. (2022). IFZ FinTech Study 2022. und Ankenbrand, T., Bieri, D., Kronenberger, T., Lötscher, D., Sardon, A., Schüpbach, C. & Vincenz, D. (2021). Crypto Assets Study 2021.

3 Crowdfunding in der Schweiz

Als erste Crowdfunding-Plattform in der Schweiz wurde im Jahr 2008 Cashare (Crowdlending) gegründet. In den Folgejahren sind bis etwa 2017 zahlreiche neue Plattformen online gegangen. Seitdem hat sich die Dynamik deutlich verlangsamt. Per Ende April 2022 gab es 37 Plattformen mit Niederlassung in der Schweiz. Von diesen 37 Plattformen wiesen im Jahr 2021 28 Plattformen erfolgreiche Finanzierungs-Kampagnen aus. Dazu kommen noch drei ausländische Plattformen mit erfolgreichen Kampagnen von Projektinitiatoren aus der Schweiz. Diese Plattformen haben wir ebenfalls berücksichtigt.⁴ Darüber hinaus wurden zwei grosse Schweizer Kampagnen berücksichtigt, die nicht über bestehende Plattformen abgewickelt wurden.⁵ Die insgesamt 28 Schweizer Plattformen mit erfolgreich finanzierten Kampagnen sind in Tabelle 1 aufgeführt.⁶ Die aggregierten Zahlen des schweizerischen Marktes basieren somit auf diesen 28 Plattformen, den zwei plattform-unabhängigen Kampagnen sowie auf den Werten von drei internationalen Plattformen.

Crowd-investing	Business / Start-up
	Real Estate Beedoo, Crowhouse, Foxstone ⁷ , Investors
Crowd-lending	Alle Segmente Cashare, CG24 Group, Lend
	Business und Consumer Crowd4Cash
	Nur Business Acredius, Creditworld, Funders ⁸ , Neocredit, swisspeers
	Nur Consumer Lendora, Splendit
	Nur Real Estate Foxstone, Raizers, Swisslending
Crowd-supporting Crowddonating	Crowdfify, Funders, Fundoo, GivenGain, I believe in you, Lokalhelden.ch, Progetiamo, Projectstarter, SIG Impact, there-for-you.com, Wemakeit, Yes We Farm

Tabelle 1: Plattformen mit aktiven Kampagnen in der Schweiz im Jahr 2021 (Stand April 2022)

Abbildung 2 zeigt die Markteintritte und Marktaustritte von Schweizer Plattformen seit 2008. Im Gegensatz zu Tabelle 1 weist die Abbildung sämtliche Plattformen aus, die einmal online waren. Somit befinden sich in der Abbildung 2 teilweise auch Plattformen, über die noch nie eine Kampagne abgewickelt wurde. Die Marktentwicklung auf Ebene der Plattformen kann bislang als «selektive Konsolidierung» bezeichnet werden. Relativ gesehen grössere Player haben den Markt bislang nicht verlassen. Stattdessen sind vor allem kleine Anbieter mit kleinen Volumen aus dem Markt gegangen.

Die Anzahl an Crowdfunding-Plattformen in der Schweiz hat sich im Jahr 2021 leicht reduziert. Die Plattformen c-crowd, mybrick und I care for you haben sich aus dem Markt zurückgezogen. Die Tätigkeit von I care for you hat die neue Plattform there-for-you.com übernommen. Ebenfalls neu in den Schweizer Markt eingetreten ist Conda (mit Präsenz in der Schweiz). Die Crowdinvesting-Plattform ist bereits in Deutschland und Österreich aktiv und ist nun seit November 2021 unter conda.ch auch für

⁴ Ausländische Plattformen, welche nur unregelmässig und kleine Schweizer Projekte auflisten, wurden weggelassen. Folgende ausländische Plattformen wurden berücksichtigt: Kickstarter, Kisskissbankbank und Dagobertinvest.

⁵ Bei den zwei Kampagnen handelt es sich um die Crowdinvesting-Kampagne von Neon und die Crowddonating-Kampagne der Operation Libero.

⁶ Nicht alle Plattformen haben unsere Umfrage ausgefüllt oder sie wollten explizit nicht an der Umfrage teilnehmen. Deshalb ist es auch möglich, dass es weitere Plattformen mit erfolgreichen Kampagnen gibt. Die Tabelle zeigt die Plattformen, auf welchen die Zahlen der Studie basieren.

⁷ Foxstone ist sowohl im Crowdinvesting als auch im Crowdlending tätig.

⁸ Funders ist sowohl im Crowdlending als auch im Crowdsupporting tätig.

Schweizer Projektinitianten und Investoren verfügbar. Schliesslich haben wir fundoo neu in die Statistiken aufgenommen. Die Firma besteht bereits seit 2018 und hat sich auf die Digitalisierung von Spendenläufen spezialisiert. Die Abbildung 2 und die Abbildung 3 zeigen die Anzahl Ein- und Austritte im Schweizer Markt seit 2008. In den vergangenen sieben Jahren sind 24 Plattformen aus dem Markt ausgeschieden.

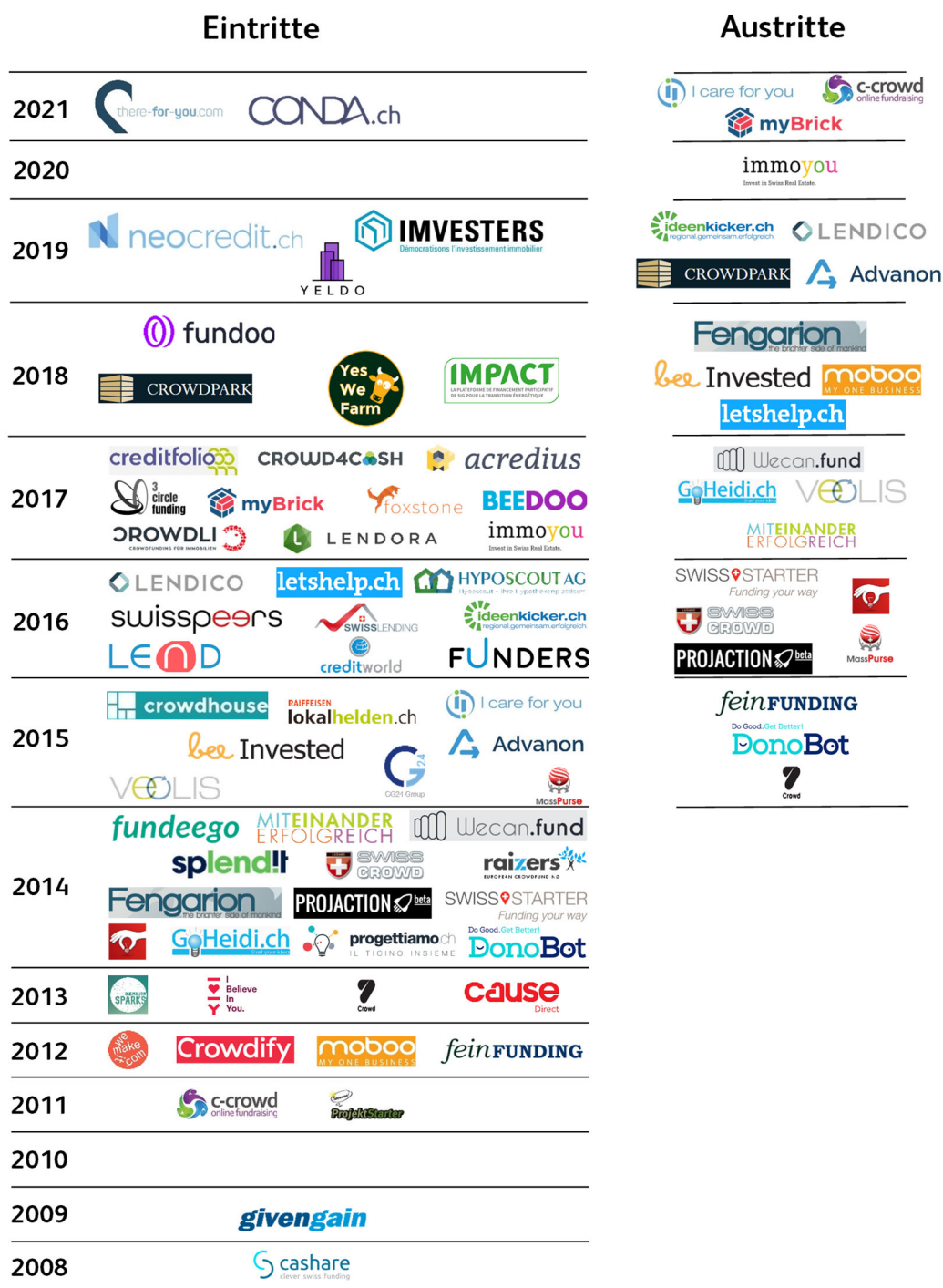


Abbildung 2: Ein- und Austritte von Crowdfunding-Plattformen im Schweizer Markt

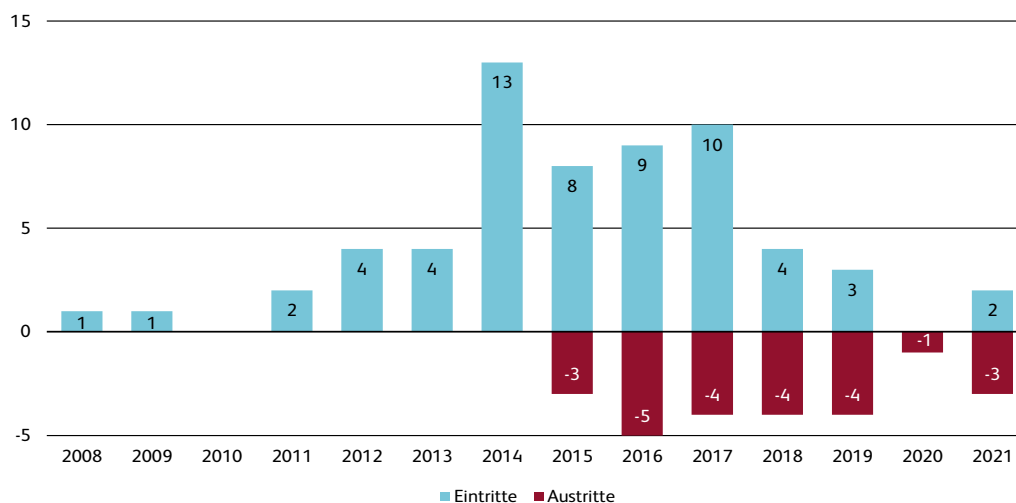


Abbildung 3: Anzahl Ein- und Austritte von Crowdfunding-Plattformen im Schweizer Markt 2008 bis 2021

3.1 Marktwachstum in der Schweiz

Abbildung 4 zeigt das Wachstum und das Gesamtvolumen aller Crowdfunding-Kategorien in der Schweiz seit 2008. Das Volumen der erfolgreich finanzierten Kampagnen ist in den vergangenen Jahren stets gestiegen.⁹ Im Jahr 2016 wurde die Schwelle von CHF 100 Millionen überschritten. Im Jahr 2018 erreichte das Volumen mit mehr als einer halben Milliarde Franken (CHF 516.6 Mio.) einen weiteren Meilenstein. Im Jahr 2021 wurde ein Volumen von CHF 791.8 Millionen über Crowdfunding-Plattformen abgewickelt.

Im Jahr 2021 ergab sich ein deutliches Marktwachstum von 30.5 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Dies, nach dem im Jahr 2020 das Wachstum aufgrund diverser Effekte der Covid-19-Pandemie fast zum Stillstand kam. Seit der Gründung der ersten Crowdfunding-Plattform im Jahr 2008 wurden in der Schweiz insgesamt CHF 3'080 Millionen mittels Crowdfunding vermittelt. Etwas mehr als ein Viertel dieses Betrags wurde im vergangenen Jahr erzielt.

Das Gesamt-Volumen von CHF 791.8 Millionen des Jahres 2021 verteilt sich auf insgesamt 4'971 Kampagnen.¹⁰ Die Anzahl Kampagnen ist gegenüber dem Jahr 2020 um 71.4 Prozent gesunken. Dieser starke Rückgang ist auf den Wegfall von über 13'000 Projekten zurückzuführen, die im Jahr 2020 auf temporären Plattformen finanziert wurden, um Unternehmen und Private während der Covid-19-Pandemie zu unterstützen. Werden die Kampagnen der temporären Plattformen nicht berücksichtigt, ist bei der Anzahl der Projekte 2021 ein Anstieg von 16.5 Prozent gegenüber dem Vorjahr zu verzeichnen.

Der grösste Volumenanteil innerhalb der verschiedenen Crowdfunding-Kategorien stammt weiterhin vom Bereich Crowdlending mit einem Volumen von CHF 607.0 Millionen. Das Wachstum im Bereich Crowdlending gegenüber 2020 beträgt 35.5 Prozent. Das zweithöchste Volumen stammt vom Bereich

⁹ Eine Kampagne gilt dann als «erfolgreich finanziert», wenn Geld vom Geldgeber zum Geldnehmer fliesst. Bei Kampagnen mit fixer Zielsumme ist dies nur bei Erreichung dieses Betrages der Fall (all-or-nothing Modell). Ist keine fixe Zielsumme definiert und fliesst trotzdem Geld, so wird die Kampagne in unserer Auswertung ebenfalls als erfolgreich gewertet. Das angegebene Volumen gibt somit lediglich Auskunft über die Summe der geflossenen Gelder. Nicht berücksichtigt wird, ob die finanzierte Kampagne im Nachgang auch in ein erfolgreiches Projekt umgesetzt werden kann.

¹⁰ Der Begriff «Kampagne» dient als Überbegriff für die Finanzierung von verschiedenen Projekten, Krediten, Unternehmen oder Immobilien.

Crowdinvesting mit einem Volumen von CHF 147.2 Millionen (+29.1 %). Das Volumen von Crowdsupporting/Crowddonating hat gegenüber 2020 abgenommen und betrug im Jahr 2021 CHF 37.6 Millionen (-15.8 %). Diese Veränderung ist wie bereits erwähnt auf den «Spezialeffekt» der Corona-Pandemie und die damit verbundenen zahlreichen Unterstützungs-Kampagnen im Jahr 2020 zurückzuführen.

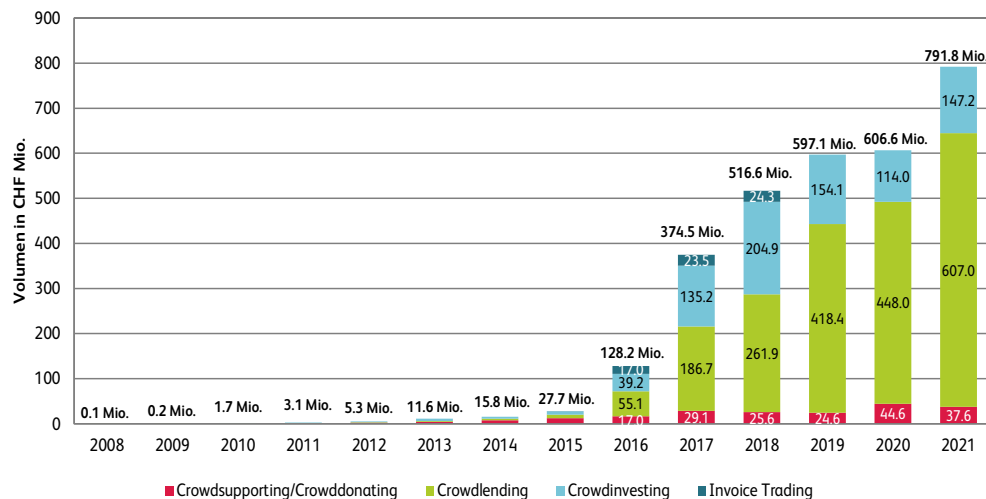


Abbildung 4: Entwicklung erfolgreich finanzierter Kampagnen nach Volumen von 2008 bis 2021

3.2 Crowdsupporting/Crowddonating

Im Jahr 2021 wurden über Crowdsupporting/Crowddonating-Plattformen insgesamt 1'867 Projekte im Umfang von CHF 37.6 Millionen finanziert. Dies ist ein Volumen-Rückgang von rund 15.8 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Zu berücksichtigen ist aber, dass im Jahr zuvor im Bereich Crowdsupporting/Crowddonating zusätzlich temporäre Covid-19-Plattformen entstanden sind, die sich auch in den Statistiken bemerkbar machten. So konnten durch diese temporären Plattformen im Jahr 2020 13'092 Kampagnen mit einem Volumen von CHF 12.6 Millionen finanziert werden. Ohne Berücksichtigung dieser temporären Kampagnen im Jahr 2020 wäre ein Volumenanstieg von 17.3 Prozent gegenüber dem Vorjahr verzeichnet worden.

In Bezug auf die Anzahl Kampagnen resultiert 2021 ein Rückgang von 87.6 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Werden nur die herkömmlichen Plattformen betrachtet, resultiert ein Rückgang von lediglich 1.3 Prozent gegenüber 2020.

Nachdem das Jahr 2020 stark von der Covid-19-Krise geprägt war, hat sich die Situation bei den meisten Plattformen im Jahr 2021 normalisiert. Die Krise löste im Jahr 2020 eine regelrechte Solidaritätswelle aus, was dazu führte, dass viele Kampagnen zur Krisenbewältigung im Jahr 2020 lanciert wurden. 2021 wurden hingegen wieder vermehrt Projekte ohne Covid-19-Zusammenhang gestartet. Viele im Vorjahr von den Plattformen eigens gestartete Covid-Initiativen blieben jedoch weiterhin bestehen. Beispiele für Initiativen der (weiterhin bestehenden) Plattformen waren die «we make solidarity» und «we make tourism» Channels von wemakeit oder der «colibri Spendenbutton», welcher wemakeit in Kooperation mit Pro Helvetia eingeführt hatte. Bei der #LocalSupport Aktion von lokalhelden.ch wurden KMU Gutscheine mit einem teilweise monetären Gegenwert oder zukünftigen Leistungen (zum Beispiel ein Nachtessen) angeboten. Andere Plattformen, wie Funders, errichteten Corona-Channels für Firmen und Private, bei welchen unter vereinfachten Bedingungen und ohne Gebühr Gelder gesammelt werden konnten. Die Krise führte teilweise auch zu neuen Angeboten von Plattformen. Dazu gehörten beispielsweise vermehrte Online-Schulungen, Online-Spendenevents oder virtuell durchgeführte «Spendenläufe».

In Abbildung 5 sind die Volumina im Bereich Crowdsupporting/Crowddonating von 2012 bis 2021 ersichtlich. Für die Jahre 2015 bis 2021 können die Volumina zusätzlich in einzelne Kategorien aufgeteilt werden. Die detaillierte Unterteilung von erfolgreich finanzierten Kampagnen in die verschiedenen Kategorien ist in Abbildung 6 und Tabelle 2 ersichtlich.

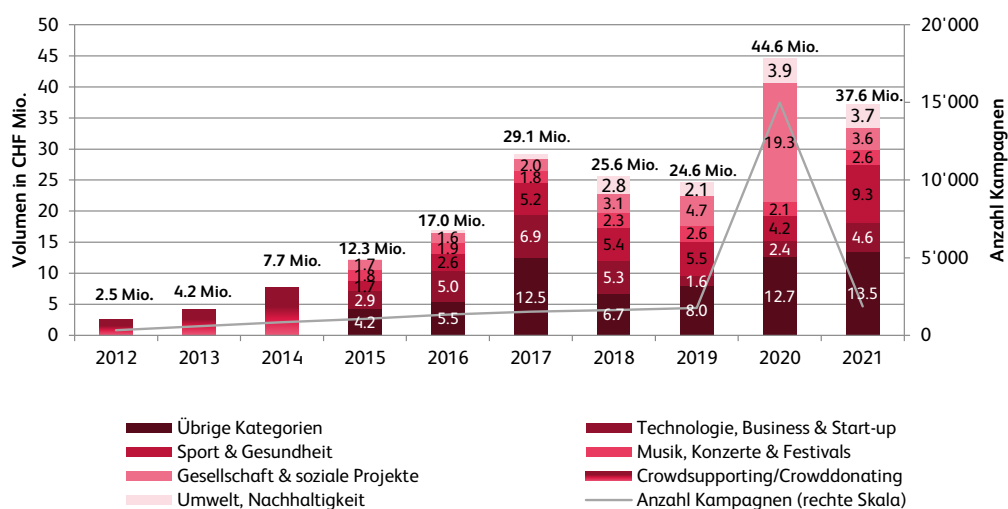


Abbildung 5: Crowdsupporting/Crowddonating Volumen und Anzahl Kampagnen 2012-2021

Die grösste Kategorie «Sport & Gesundheit» konnte ein sehr hohes Wachstum verzeichnen. Es wurden 506 Projekte mit einem Volumen von CHF 9.3 Millionen erfasst. Dies ist gegenüber dem Vorjahr ein Anstieg von CHF 5.1 Millionen (+122.0 %) respektive 127 Projekten (+33.5 %). Dieser starke Anstieg ist gemäss Aussagen der Plattformen vor allem damit zu begründen, dass Projekte im Bereich «Sport, Gesundheit» insbesondere während der ersten Covid-19-Welle regelrecht eingebrochen sind und sich nun wieder erholt haben.

Ebenfalls gewachsen ist die zweitgrösste Kategorie «Technologie, Business & Start-up». Hier wurden Kampagnen im Umfang von CHF 4.6 Millionen finanziert (+ CHF 2.2 Mio. / + 4 Kampagnen). Grosse Projekte mit internationaler Ausrichtung, die häufig über Kickstarter abgewickelt werden, sind massgeblich für das Volumen in diesem Bereich verantwortlich. So wurde allein über Kickstarter ein Volumen von CHF 4.2 Millionen verzeichnet. Wie bereits in den Vorjahren waren die Volumenentwicklungen bei Kickstarter stark auf wenige grosse Projekte im Bereich von Uhren zurückzuführen.

Die drittgrösste Kategorie 2021 ist «Umwelt, Nachhaltigkeit». Gegenüber dem Vorjahr ist das Volumen in diesem Bereich um 6.1 Prozent auf CHF 3.7 Millionen gesunken. Es konnten aber acht Kampagnen mehr als noch im Vorjahr verzeichnet werden. Die Kategorie «Gesellschaft & soziale Projekte» ist gemessen am Volumen nur noch die viertgrösste Kategorie. Hauptgrund für diese Entwicklung sind die wegfallenden Volumina der temporären Covid-19-Plattformen aus dem Jahr 2020, welche in der Regel dieser Kategorie zugerechnet wurden. Im Jahr 2021 wurden noch 226 Projekte (-98.3 %) im Umfang von CHF 3.6 Millionen (-81.5 %) für gesellschaftliche und soziale Zwecke finanziert.

Die volumenmässig grösste Kampagne auf einer Crowdsupporting/Crowddonating-Plattform verzeichnete wemakeit mit dem Impact Fund 2021. Für dieses Nachhaltigkeitsprojekt konnten Gelder in der Höhe von CHF 541'690 verzeichnet werden.

Eine hohe Relevanz nimmt Crowdsupporting/Crowddonating in der Kultur- und Kreativwirtschaft ein.¹¹ In der Summe wurden in diesem Bereich mittels Crowdfunding im vergangenen Jahr schätzungsweise CHF 10 bis 11 Millionen gesammelt. Der grösste Teil davon entfiel mit CHF 2.6 Millionen auf die Kategorien «Musik, Konzerte, Festivals» und mit CHF 1.9 Millionen auf die Kategorie «Kunst». Grössere Beiträge innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft gelangten auch in die Kategorien «Medien, Buch, Literatur» (CHF 1.6 Mio.), «Film, Video» (CHF 0.7 Mio.), sowie «Games» (inkl. Brett- und Kartenspiele; CHF 0.7 Mio.). Dank Crowdfunding wurden im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft schätzungsweise 660 Projekte erfolgreich finanziert. Dies ist ein beachtlicher Wert. Crowdfunding stellt aber gerade im Kulturbereich oftmals nur einen Teil der Finanzierung dar. Vor allem öffentliche Fördermassnahmen haben daneben eine grosse Bedeutung.¹²

Wie in Tabelle 2 ersichtlich, variieren die durchschnittlich erzielten Kampagnensummen zwischen den Kategorien sehr stark. Über alle Kategorien hinweg lag der Durchschnittswert bei CHF 20'133. Das grösste durchschnittliche Volumen wurde im Bereich «Technologie, Business, Start-Up» mit CHF 131'818 (Vorjahr CHF 78'226) erzielt. Da die Anzahl Projekte in dieser Kategorie tief ist, können bereits einige wenige grosse Projekte auf internationalen Plattformen grossen Einfluss auf den Durchschnittswert haben. Im Bereich «Sport, Gesundheit» liegt das durchschnittliche Projektvolumen bei CHF 18'298, was einem Anstieg von rund 66 Prozent zum Vorjahreswert entspricht. In der Kategorie «Gesellschaft, Soziale Projekte» stieg das durchschnittliche Kampagnenvolumen wieder deutlich auf CHF 15'755 (Vorjahr: CHF 1'442) an. Im Vorjahr hatten vor allem die vielen kleinen «Covid-Kampagnen» den Durchschnittswert stark reduziert.

¹¹ Folgende Kategorien wurden der Kultur- und Kreativwirtschaft zugerechnet: Design; Film, Video; Fotografie; Games; Kunst; Medien, Buch, Literatur; Mode; Musik, Konzerte, Festivals; Tanz, Theater; Diverses. In der Kategorie Technologie, Business, Start-up befinden sich erfahrungsgemäss jeweils auch zahlreiche Projekte aus der Kultur und Kreativwirtschaft. Wir schätzen deren Anteil auf etwa 15 bis 30 Prozent.

¹² Vgl. dazu auch: Dietrich, A., Amrein, S. & Wernli, R. (2016). Crowdfunding im Kulturbereich.

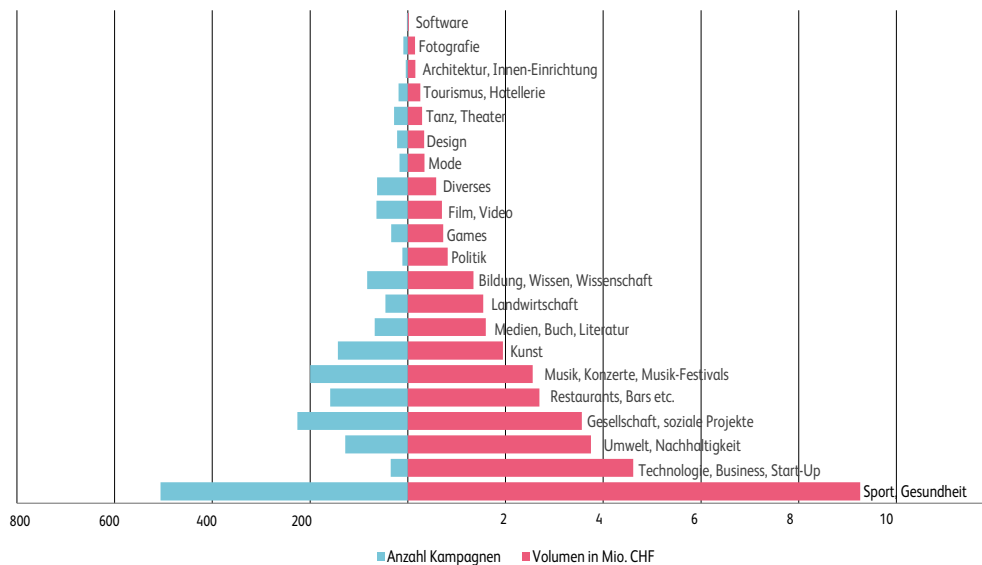


Abbildung 6: Crowdsupporting- und Crowddonating-Kampagnen und -Volumen nach Themen

Kategorie	Volumen in CHF			Anzahl Kampagnen			Ø Volumen in CHF		
	2021	2020	Δ	2021	2020	Δ	2021	2020	Δ
Sport, Gesundheit	9'258'542	4'170'856	5'087'686	506	379	127	18'298	11'005	7'293
Technologie, Business, Start-Up	4'613'631	2'425'011	2'188'620	35	31	4	131'818	78'226	53'592
Umwelt, Nachhaltigkeit	3'746'922	3'991'279	-244'357	128	120	8	29'273	33'261	-3'988
Gesellschaft, soziale Projekte	3'560'631	19'281'666	-15'721'035	226	13'374	-13'148	15'755	1'442	14'313
Restaurants, Bars etc.	2'694'267	2'928'775	-234'509	159	322	-163	16'945	9'096	7'849
Musik, Konzerte, Musik-Festivals	2'556'796	2'140'563	416'233	200	194	6	12'784	11'034	1'750
Kunst	1'948'066	2'126'419	-178'353	143	106	37	13'623	20'061	-6'438
Medien, Buch, Literatur	1'597'645	776'465	821'180	68	57	11	23'495	13'622	9'873
Landwirtschaft	1'544'695	994'896	549'799	46	42	4	33'580	23'688	9'892
Bildung, Wissen, Wissenschaft	1'344'652	1'426'825	-82'173	83	84	-1	16'201	16'986	-785
Politik	814'903	92'974	721'929	11	14	-3	74'082	6'641	67'441
Games	724'257	624'342	99'915	34	16	18	21'302	39'021	-17'720
Film, Video	697'806	364'040	333'766	64	36	28	10'903	10'112	791
Diverses	579'705	761'343	-181'638	63	109	-46	9'202	6'985	2'217
Mode	340'788	656'487	-315'699	17	41	-24	20'046	16'012	4'034
Design	333'237	196'039	137'198	22	11	11	15'147	17'822	-2'675
Tanz, Theater	291'347	207'850	83'497	28	15	13	10'405	13'857	-3'451
Tourismus, Hotellerie	256'315	635'395	-379'080	19	17	2	13'490	37'376	-23'886
Architektur, Innen-Einrichtung	156'590	211'792	-55'202	4	6	-2	39'148	35'299	3'849
Fotografie	147'409	575'208	-427'799	9	9	0	16'379	63'912	-47'533
Software	19'394	39'425	-20'031	2	1	1	9'697	39'425	-29'728

Tabelle 2: Investitionen in Crowdsupporting und Crowddonating nach Bereich¹³

¹³ Die gesammelten Volumina der temporären Plattformen wurden im Vorjahr der Kategorie «Gesellschaft & soziale Projekte» zugeordnet.

Die durchschnittliche Investitionssumme eines/einer Unterstützenden hat sich verringert. Nachdem der Durchschnittswert seit 2015 stetig gestiegen war, fiel er im Jahr 2019 zunächst deutlich. Im Jahr 2020 ist der entsprechende Unterstützungsbetrag wieder bedeutend auf CHF 175 angestiegen (temporäre Covid-19-Plattformen nicht berücksichtigt). Im Jahr 2021 betrug die durchschnittliche Investitionssumme CHF 140. Abhängig von der Projektkategorie streuen diese bezahlten Beträge pro Person aber vermutlich stark.

Im Zusammenhang mit den oben vorgestellten Volumina von Crowdfunding stellt sich immer auch die Frage nach der Relevanz dieser Finanzierungsform im Vergleich zu anderen Finanzierungsarten. Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass sich Crowdsupporting/Crowddonating weiterhin in einer kleinen Nische bewegt. Während dank Crowdfunding im Bereich Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2022 CHF 10 bis 11 Millionen finanziert wurden, hat die öffentliche Hand beispielsweise im Jahr 2019 etwa CHF 3 Milliarden für Kultur ausgegeben.¹⁴

Auch die im Crowddonating gesammelten Spendenvolumen von etwa CHF 13 Millionen sind im Vergleich zu den in der Schweiz gesamthaft gesammelten Beträgen im Spendenbereich von CHF 2.05 Milliarden Spendenvolumen sehr klein.¹⁵

Nichtsdestotrotz sind die insgesamt 1'867 erfolgreich finanzierten Kampagnen im Jahr 2021 durchaus beachtlich. Seit Beginn wurden im Bereich Crowdsupporting/Crowddonating beinahe 13'000 Kampagnen mit rund 1'180'000 Unterstützungsbeiträgen finanziert. Unter Einbezug der letztjährigen temporär entstandenen Plattformen sind es sogar über 26'000 Kampagnen.

Sehr positiv hervorzuheben ist die seit Jahren sehr hohe Erfolgsquote von Crowdsupporting/Crowddonating Kampagnen in der Schweiz. In den Jahren 2018 und 2019 lag diese Erfolgsquote bei sehr hohen 68 Prozent.¹⁶ Im Jahr 2020 stieg die Erfolgsquote sogar auf 76 Prozent. Auch in diesem Jahr konnte eine hohe Erfolgsquote von 74 Prozent erreicht werden. Somit konnten im vergangenen Jahr drei von vier Kampagnen erfolgreich finanziert werden. Über alle Jahre hinweg lag diese Quote in der Schweiz immer klar über 60 Prozent. Im internationalen Vergleich dürfte dies klar überdurchschnittlich sein. So beträgt beispielsweise in den USA das Verhältnis der erfolgreich finanzierten Kampagnen zum Gesamttotal der Kampagnen auf Kickstarter bei etwa 40 Prozent.¹⁷ Die hohe Erfolgsquote in der Schweiz dürfte nicht zuletzt auch mit der Betreuung der entsprechenden Projekte durch die Plattformen zusammenhängen. Die Beratung hat bei vielen Schweizer Plattformen eine hohe Bedeutung.

Innerhalb von Crowdsupporting/Crowddonating hat sich in den letzten Jahren eine klare Marktstruktur herausgebildet. Die Marktanteile verteilen sich auf vier grosse und drei mittelgrosse Plattformen. Die grössten vier Plattformen haben einen Marktanteil von 79.9 Prozent (Vorjahr 78.3 Prozent), die grössten sieben Plattformen von 94.2 Prozent. Die Relevanz der übrigen Plattformen in diesem Marktsegment ist damit derzeit gering.

Die Geschäftsmodelle der Plattformen können stark variieren. Einerseits gibt es Plattformen mit klarem Themenfokus, wie zum Beispiel Sport (I believe in you) oder für karitative Zwecke (There for you). Andererseits gibt es auch Plattformen mit einem breiteren thematischen Fokus. Dazu gehören beispielsweise wemakeit oder Crowdify. Zudem sind auch verschiedene Banken mit eigenen Plattformen

¹⁴ Schweizerische Eidgenossenschaft, Bundesamt für Statistik (2021). Öffentliche Kulturförderung. Online (24.03.2022): <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kultur-medien-informationsgesellschaft-sport/kultur/kulturförderung/oeffentliche.html#1575958137>

¹⁵ Wert für Jahr 2020: Stiftung Zewo (2021). Zewo Spendenstatistik 2020. Online (24.03.2022): <https://zewo.ch/wp-content/uploads/2021/08/Spendenstatistik-Zewo-2020.pdf>

Für eine Analyse zum Thema Fundraising und Crowdfunding, siehe auch: Dietrich, A. & Amrein, S. (2020). Crowdfunding und Fundraising. In: M. Urselmann (Hrsg.), Handbuch Fundraising. Springer.

¹⁶ Die Werte basieren auf Angaben der etablierten Crowdfunding-Plattformen. Plattformen, die temporär während der Corona-Krise entstanden sind, konnten bei der Berechnung dieser Kennzahl nicht berücksichtigt werden.

¹⁷ Kickstarter (2021). Kickstarter in Zahlen. Online (22.03.2022): <https://www.kickstarter.com/help/stats?ref=hello>

aktiv. Lokalhelden wird von der Raiffeisen Gruppe betrieben. Funders wurde von der Luzerner Kantonalbank lanciert und in der Zwischenzeit auch von anderen Kantonalbanken lizenziert.

Verschiedene Schweizer Plattformen sind auch im Ausland aktiv. So ist beispielsweise wemakeit auch in Österreich und Deutschland verfügbar. I believe in you hatte im Jahr 2018 die französische Plattform Fosburit übernommen, welche ebenfalls auf Sport-Crowdfunding fokussiert war.

Tabelle 3 zeigt die Gebührenmodelle der Plattformen, welche im Bereich Crowdsupporting/Crowddonating tätig sind. Die Gebühren liegen zwischen null und zwölf Prozent des gesammelten Betrags. Zwei Plattformen erheben keine Gebühren: Lokalhelden wird durch Raiffeisen betrieben, Progettiamo wird von der öffentlichen Hand unterstützt.

Plattform	Auszahlungsmodell ¹⁸	Online seit	Gebühr auf gesammelten Betrag	Andere Gebührenmodelle, weitere Informationen
Crowdify	all-or-nothing	2012	9 %	Bei Etappen-Projekten 11 % Bei sozialen Projekten 3 % (Fremdkosten Zahlungsanbieter) ¹⁹
Funders	all-or-nothing	2016	7 %	
Fundoo	Keep-it-all	2018	8 %	Jahreslizenz (CHF 250.00) und Servicegebühr pro Projekt, Transaktionsgebühren von Drittanbietern werden weiterverrechnet
Givengain	Keep-it-all	2001	5 %	Transaktionsgebühren von Drittanbietern werden weiter verrechnet
I believe in you	all-or-nothing	2013	12 %	8 % für Projektbetreuung und 4 % Zahlungsverkehr. Individuelle Konditionen möglich. Keine Gebühren für nicht erfolgreiche Projekte.
Kickstarter	all-or-nothing	2009	8-10 %	5 % Bearbeitungsgebühr, 3-5 % Zahlungsgebühr
KissKissBank-Bank	all-or-nothing	2009	8 %	5 % Bearbeitungsgebühr, 3-3.4 % Zahlungsgebühr.
Lokalhelden	all-or-nothing	2016	0 %	Transaktionsgebühren von Drittanbietern werden weiter verrechnet
Progettiamo	all-or-nothing	2014	0 %	
ProjektStarter	all-or-nothing	2011	8 %	5 % bei "YOUNG-Projekten"
SIG Impact	all-or-nothing	2018	0 %	10 % der Projektsumme für Nicht-Kunden der SIG (Kunden, die nicht durch SIG mit Strom versorgt werden)
There for you	all-or-nothing	2020	10 %	
wemakeit	all-or-nothing	2012	10 %	4 % Transaktionsgebühren, 6 % Provision. colibri (Crowddonating): keep-it-all und 5 % Zahlungs- und Servicegebühr
Yes We Farm	Minimum 80 %	2018	12 %	

Tabelle 3: Gebührenmodelle Crowdsupporting/Crowddonating

¹⁸ Bei einem All-or-Nothing Modell wird der Betrag nur an die Initianten ausbezahlt, wenn ein Zielbetrag erreicht wird. Ansonsten geht der Betrag zurück an die Geldgeber.

¹⁹ Bei einem Zielbetrag von über CHF 200'000 werden die pauschalen Plattformgebühren stufenweise gesenkt.

3.3 Crowdlending

Wie oben schon erwähnt, werden in dieser Studie drei verschiedene Arten von Crowdlending unterschieden. Nicht hypothekarisch gedeckte Kredite an Privatpersonen werden in dieser Studie als Consumer Crowdlending bezeichnet, solche an Unternehmen als Business Crowdlending und für Kredite in Form von Hypotheken verwendet die Studie den Begriff Real Estate Crowdlending. Die verschiedenen Crowdlending-Plattformen haben jeweils unterschiedliche Strategien. Während einige Plattformen nur in einem Crowdlending-Bereich aktiv sind, bieten andere Crowdlending-Plattformen alle drei Kreditarten an.

Per Ende 2021 wurden in der Schweiz über insgesamt 14 Plattformen Crowdlending-Kredite abgewickelt. Eine weitere Plattform war zwar ebenfalls online, hat aber im vergangenen Jahr keine Kredite vermittelt.

Im Jahr 2021 ist keine neue Plattform in den Markt eingetreten. Den letzten Zugang gab es 2019 mit Neocredit. Neben den eigentlichen Crowdlending-Plattformen gibt es auch «Umbrella Plattformen», welche Investitionen «poolen» und in Kredite der Crowdlending-Plattformen investieren. Dazu gehört beispielsweise die 2017 lancierte Lendity. Des Weiteren wurde ein entsprechendes Fonds-Angebot von der 1741 Group lanciert. Gleiches gilt für den Liechtensteiner Asset Manager NSF Wealth Management, welcher in Kooperation mit dem Start-up i2 invest einen Alternative Investment Fund (AIF) SME Lending Fund Switzerland SICAV im April 2021 lancierte.

Verschiedene Banken und Versicherungen sind bei Crowdlending-Plattformen involviert. Funders ist ein Angebot der Luzerner Kantonalbank, welches auch an andere Kantonalbanken lizenziert wird und ebenfalls im Bereich Crowdsupporting aktiv ist. Die Plattform Lendico, welche im Eigentum von PostFinance war, wurde 2019 von der Switzerland AG (Lend, Splendit) übernommen. Im Gegenzug ist PostFinance eine Kooperation mittels finanzieller Beteiligung an Lend eingegangen.²⁰ Hinter der 2019 gegründeten Neocredit steht die französische Plattform credit.fr sowie die Vaudoise Versicherung. Vaudoise hält 50 % an der Plattform.²¹

Der Crowdlending-Markt erreichte im Jahr 2021 ein Volumen von CHF 607.0 Millionen (Vorjahr: CHF 448.0 Mio.). Das Volumen ist somit um 35.5 Prozent gewachsen. Wie in Abbildung 7 ersichtlich, stieg die Anzahl der erfolgreich vermittelten Kredite von 2'323 auf 3'055 an. Der deutliche Anstieg der Anzahl Kredite kann unter anderem auf den Wegfall der vom Bund verbürgten und (bis zu einem Volumen von CHF 500'000) zinslosen Covid-19-Kredite zurückgeführt werden. Zwischen dem 26. März 2020 und dem 31. Juli 2020 konnten Unternehmen zur Überbrückung von Corona-bedingten Liquiditätsengpässen bei Banken vereinfachte Kreditgesuche stellen. Dieses Kredit-Angebot ist im Jahr 2021 weggefallen. Entsprechend bewegen sich die Anzahl Kredite, welche im Jahr 2021 abgeschlossen wurden, nun wieder auf dem Niveau vor der Corona-Krise (2019).

Insgesamt entfallen von den CHF 607.0 Millionen CHF 110.4 Millionen auf das Segment Business Crowdlending (KMU-Kredite; vgl. Abbildung 7). Gegenüber dem Vorjahr (CHF 95.9 Millionen), ist das Volumen in diesem Segment zwar wieder gestiegen, liegt aber noch deutlich unter dem Volumen von CHF 159.7 Millionen aus dem Jahr 2019. Das Volumen im Bereich Consumer Crowdlending (Kredite an Privatpersonen) ist gegenüber dem Vorjahr (CHF 55.4 Mio.) um 42.0 Prozent gestiegen und beträgt nun CHF 78.7 Millionen. Der Bereich Real Estate Crowdlending ist im Jahr 2021 um hohe 40.9 Prozent auf CHF 418.0 Millionen gewachsen. Ein wichtiger Treiber waren hier vor allem Kredite an Unternehmen im Immobiliengeschäft. Viele dieser Kredite sind nur kurzfristig und werden später von Banken abgelöst. Vor allem mittlere und grössere Immobilieninvestoren interessieren sich gemäss

²⁰ PostFinance (2019). Medienmitteilung: LEND übernimmt Lendico und geht Kooperation mit PostFinance ein. Online (01.04.2020): <https://www.postfinance.ch/de/ueber-uns/medien/newsroom/medienmitteilungen/lend-uebernimmt-lendico-kooperation-mit-postfinance.html>

²¹ Gruppe Vaudoise Versicherungen (2021). Jahresbericht 2021, S. 104.

Aussagen der Plattformen für eine Zwischenfinanzierung mittels nachrangiger Belehnung von Bestandesliegenschaften. Das freigesetzte Kapital wird beispielsweise für Erneuerungen und Instandsetzungen benötigt. Die deutlich positive Entwicklung der Marktpreise von Renditeliegenschaften führten zu eher kürzeren Kreditlaufzeiten und auch oft zu einer verfrühten Ablösung durch Bankkredite.

Die im Crowdlending vergebenen Kreditsummen unterscheiden sich abhängig vom Segment. Bei KMU-Krediten lag das durchschnittliche Kreditvolumen bei rund CHF 260'000 (Vorjahr: ca. CHF 330'000). Im Consumer Crowdlending lagen die durchschnittlichen Kreditsummen praktisch unverändert bei rund CHF 34'000. Dieser Wert lag im Jahr 2013 noch bei CHF 18'000 und ist in den vergangenen Jahren kontinuierlich gestiegen. Es ist davon auszugehen, dass diese durchschnittlichen Kreditvolumen nun stabil bleiben, da sie auf fast identischem Niveau sind wie ein durchschnittlicher Konsumkredit in der Schweiz.²² Beim Real Estate Crowdlending lag das durchschnittliche Kreditvolumen im Jahr 2021 bei etwa CHF 1.2 Millionen (identisch mit dem Vorjahr).

Im Durchschnitt investierte eine Kapitalgeberin beziehungsweise ein Kapitalgeber im Jahr 2021 CHF 14'000 in einen KMU-Kredit. Bei Krediten an Privatpersonen lag dieser Wert bei rund CHF 8'000. Die Aussagekraft dieser Werte ist aber stark eingeschränkt. Insbesondere institutionelle Investoren werden immer wichtiger und investieren bedeutend höhere Volumina als private Personen. Im Bereich des Real Estate Crowdlendings liegt das durchschnittlich investierte Kapital bei CHF 107'000.

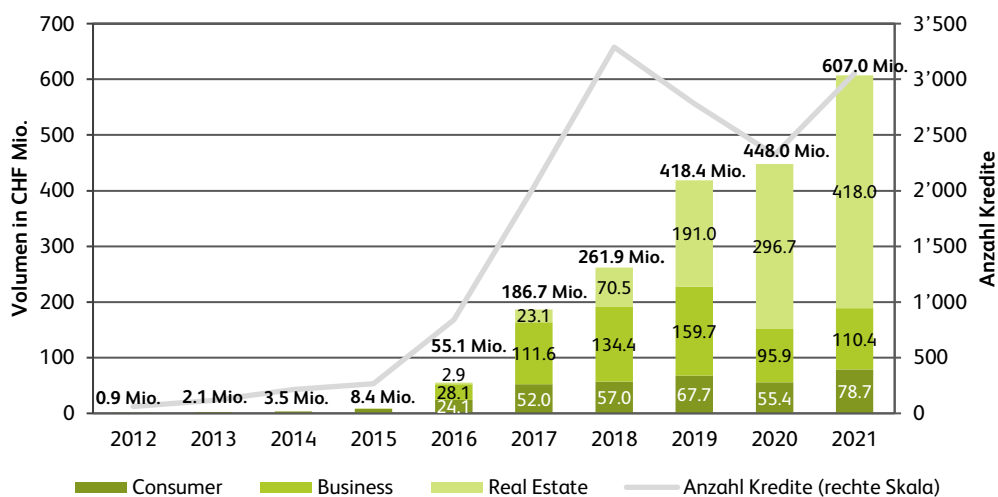


Abbildung 7: Crowdlending Volumen Schweiz 2012-2021

²² ZEK – Verein zur Führung einer Zentralstelle für Kreditinformationen (2022). Jahresbericht 2020. S. 13.

Bei den Verwendungszwecken von Krediten sind ebenfalls grosse Unterschiede zu sehen. Im Business Crowdlending stehen oftmals Projektfinanzierungen, Umschuldungen oder Kurzfristkredite für das Liquiditätsmanagement im Vordergrund. Im Bereich Consumer Crowdlending werden vor allem Kredite für Umschuldungen, Bildung, Autos, Reisen oder Hochzeiten benötigt. Detaillierte Daten zu diesen Verwendungszwecken liegen für die Schweiz leider nicht vor. Im Bereich Real Estate Crowdlending werden in der Regel Hypotheken an Privatpersonen sowie Zwischenfinanzierungen für Immobilienentwickler vergeben. Zudem können hypothekarisch besicherte KMU Kredite darunterfallen.

Bei der Betrachtung von Volumenzahlen im Crowdlending stellt sich immer auch die Frage nach der Relevanz des entsprechenden Crowdlending-Segments. Eine Möglichkeit zur Einordnung der Zahlen bietet ein Vergleich mit den Teilmärkten, in denen die Crowdlending-Plattformen aktiv sind. Nachfolgend wird aufgezeigt, wie die Gesamtentwicklungen im Konsumkreditmarkt (Consumer Crowdlending), im KMU-Kreditmarkt (Business Crowdlending) und im Hypothekarkreditmarkt (Real Estate Crowdlending) waren und wie gross der entsprechende Marktanteil des Crowdlending-Marktes ist.

Das ausstehende Volumen der Konsumkredite in der Schweiz betrug per Ende 2021 CHF 7.8 Milliarden (- CHF 14 Mio. gegenüber Vorjahr). Im Jahr 2021 wurden im Bereich der Konsumkredite Neukredite unverändert in der Höhe von rund CHF 3.9 Milliarden gewährt.²³ Das im Jahr 2021 vermittelte Volumen im Consumer Crowdlending ist mit CHF 78.7 Millionen im Verhältnis zum Gesamtmarkt weiterhin klein (rund 2.0 %, Vorjahr: 1.5 %, vgl. Abbildung 8).

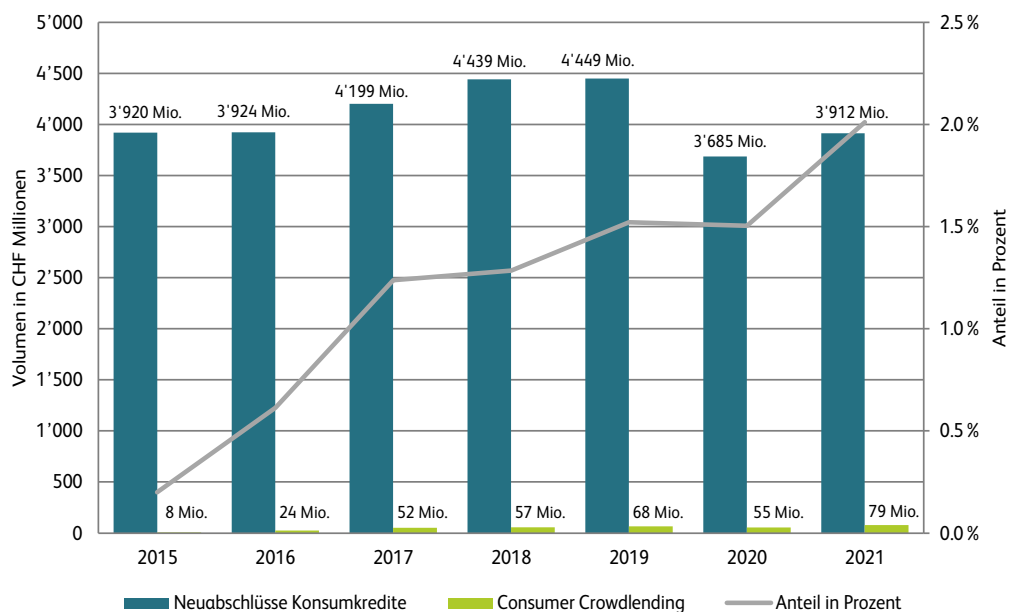


Abbildung 8: Anteil von Consumer Crowdlending an Neuabschlüssen von Konsumkrediten 2015-2021²⁴

²³ ZEK – Verein zur Führung einer Zentralstelle für Kreditinformationen (2022). Jahresbericht 2021. S. 13.

²⁴ ZEK – Verein zur Führung einer Zentralstelle für Kreditinformationen (2022). Jahresbericht 2021.

Das von Schweizer Banken im Inland insgesamt vergebene Kreditvolumen an Private, Unternehmen und die öffentliche Hand betrug im Jahr 2021 CHF 1'301 Milliarden. Ein Grossteil dieser Kredite – insgesamt CHF 1'108 Milliarden – sind hypothekarisch besichert. Auf Private entfielen per Ende 2021 CHF 860 Milliarden. CHF 415 Milliarden der Kredite gingen an Unternehmen, wovon 88 % von kleinen und mittleren Unternehmen mit weniger als 249 Mitarbeitenden in Anspruch genommen wurden. Bei CHF 27 Milliarden handelt es sich um Kredite an öffentlich-rechtliche Körperschaften.²⁵

Bei diesen Werten aus der Statistik der Schweizerischen Nationalbank handelt es sich um Bestandeszahlen, das heisst Volumen, welche per Ende 2021 in den Bilanzen der Schweizerischen Banken ausstehend waren. Das jährlich vergebene Volumen kann nur geschätzt werden. So gehen wir davon aus, dass beispielsweise im schweizerischen Hypothekarkreditmarkt für Private jährlich Kredite im Umfang von CHF 150-180 Milliarden verlängert oder neu abgeschlossen werden. Das im Jahr 2021 vergebene Crowdlending-Volumen im Hypothekarbereich von CHF 418.0 Millionen ist entsprechend im Verhältnis zum Gesamtmarkt noch nicht relevant.

Gleiches gilt für den KMU-Kreditmarkt. Das Volumen von CHF 363 Milliarden (wovon CHF 85 unbesichert) in den Bilanzen der Banken ist massiv grösser als das im Jahr 2021 abgeschlossene Volumen im Business Crowdlending in der Höhe von CHF 110.4 Millionen.²⁶ Eine im Auftrag des Staatssekretariates für Wirtschaft SECO vom Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ durchgeführte repräsentative Umfrage im Jahr 2021 hat gezeigt, dass es in der Schweiz auf den ersten Blick keine Engpässe in der Kreditversorgung gibt. Die Banken lehnten lediglich 3 Prozent aller Kreditanträge von KMU ab. Das ist auch international ein tiefer Wert, so betrug die Ablehnungsquote im Euroraum im Jahr 2020 beispielsweise 5 Prozent. Zudem scheinen Schweizer KMU grundsätzlich zufrieden mit ihren Bankbeziehungen. Nur 1,4 Prozent der befragten KMU wechselten 2021 ihre Hausbank.

Auf den zweiten Blick zeigte sich aber auch, dass es unter den Befragten eine grosse Gruppe von «entmutigten» Kreditnehmenden gibt. Jedes zehnte KMU weist zwar einen Finanzierungsbedarf auf, beantragt aber aus diversen Gründen dennoch keinen Kredit bei einer Bank. Dies ist eine deutliche Zunahme gegenüber 2016. Damals zählten erst 6 Prozent aller Befragten zur Gruppe der Entmutigten. Die Gruppe der entmutigten Firmen ist insgesamt mehr als 60-mal so gross wie die Gruppe der KMU, die trotz eines Kreditantrags keinen Kredit erhalten haben. Schätzungsweise rund 16'000 Schweizer KMU gehören in der Schweiz also in die Gruppe der entmutigten Firmen. Gerade diese KMU könnten für Crowdlending-Plattformen eine interessante Kundengruppe darstellen. Nicht berücksichtigt in den Volumen-Zahlen zu Unternehmen sind zudem Kredite, welche von Nicht-Banken nicht-öffentlich über den sogenannten Private Debt-Markt vermittelt werden. Kreditgeber sind hier beispielsweise Private Debt Fonds, Family Offices, Versicherungs-Unternehmen oder Pensionskassen.²⁷

Mit Blick auf die Volumina in allen drei Crowdlending-Segmenten lässt sich auch für das Jahr 2021 festhalten, dass es sich weiterhin um einen Nischenmarkt handelt. Gleichzeitig deuten die verhältnismässig tiefen Kreditvolumen in allen drei Segmenten auch das Potenzial von Crowdlending als alternative Finanzierungsmöglichkeit an.

Die Gebühren im Crowdlending beziehen sich in der Regel auf die Höhe der Kreditsumme (vgl. Tabelle 4). Gebühren fallen oftmals auf Kreditgeber- und Kreditnehmerseite an. Zudem können diese je nach Plattform sowohl bei Abschluss als auch über die Zeit anfallen. Die Bandbreiten sind entsprechend hoch und die Gebührenmodelle teilweise schwierig vergleichbar.

²⁵ SNB (2021). Datenportal der Schweizerischen Nationalbank. Online (15.03.2022): <https://data.snb.ch/>

²⁶ SNB (2021). Datenportal der Schweizerischen Nationalbank. Online (15.03.2022): <https://data.snb.ch/>

²⁷ Eine Studie des Instituts für Finanzdienstleistungen Zug IFZ hat 2019 zum ersten Mal Aufschluss über den Private Debt Markt Schweiz geben. Siehe dazu: Birrer, T., Bauer, M. & Amrein, S. (2019). Unternehmensfinanzierung mit Private Debt in der Schweiz.

Plattform	Business Crowdlending		Consumer Crowdlending		Real Estate Crowdlending	
	Kreditnehmer	Investor	Kreditnehmer	Investor	Kreditnehmer	Investor
3Circle Funding	0.75 % p.a.	0.4 % p.a.	0.75 % p.a.	0.4 % p.a.		
Acredius	1 % p.a.	1 % auf Rückzahlungen				
Cashare	0.75 % p.a. ²⁸	0.75 % p.a. ²⁹	0.75 % p.a. ³⁰	0.75 % p.a. ³⁰	0-0.75 % p.a.	0.5-0.75 % p.a.
CG24 Group	0.6-3 %	1 % ³¹	0.6-3 %	1.25 % ³¹	0.6-3 %	1 % ³¹
Creditworld	0.35-1.95 % einmalig	keine				
Crowd4Cash	0.7 % p.a.	0.85 % p.a.	0.7 % p.a. ³²	0.85 % p.a.		
Foxstone					3 % einmalig	3 % einmalig
Funders	0.8 % einmalig	0.8 % einmalig				
Lend	0.7-1.3 % p.a.	1 % p.a.	0.2-1 % p.a.	1 % p.a.		
Lendora			0.7 % p.a.	0.5 % p.a.		
Neocredit	2 % einmalig, 1 % p.a. auf ausstehendes Volumen	20 % der bezahlten Zinsen				
Raizers					5-7 %	keine
Splendit			CHF 120 p.a.	2 % einmalig		
Swisspeers	0.75 % p.a. ³³	0.5 % p.a.				
Swisslending					1.5-5 % einmalig	keine

Tabelle 4: Gebührenmodelle Crowdlending

²⁸ 1.5 % p.a. bei Kurz Krediten (endfällig bis max. 12 Monate), Minimumgebühr CHF 500, wobei eine Gebühr nur bei erfolgreicher Finanzierung erhoben wird.

²⁹ Gebühr bezieht sich auf den jeweils ausstehenden Restbetrag

³⁰ Minimumgebühr CHF 75, wobei eine Gebühr nur bei erfolgreicher Finanzierung erhoben wird.

³¹ Gebühr bezieht sich auf alle Rückzahlungsbeträge.

³² Laufzeiten unter 12 Monaten zusätzlich pauschal 1 % der Kreditsumme (bis max. CHF 1'000.- pro Kredit)

³³ Dazu kommt eine einmalige Abwicklungsgebühr von 1-1.25 % je nach Rating.

3.4 Crowdinvesting

Im Jahr 2021 wurden über fünf Schweizer Plattformen erfolgreiche Crowdinvesting-Kampagnen abgewickelt. Zudem wurden auch einzelne "Schweizer" Kampagnen über die österreichische Plattform Dagobertinvest finanziert. Schliesslich gab es eine grössere Crowdinvesting-Kampagne der Smartphone Bank "Neon", welche nicht über eine Plattform abgewickelt wurde. Die Kampagne von Neon lässt sich in die Kategorie Equity (Start-up) einordnen, alle übrigen Kampagnen entfallen auf die Kategorie Real Estate. Insgesamt wurden 49 erfolgreiche Kampagnen durchgeführt (Vorjahr: 57). Das Volumen stieg gegenüber 2020 von CHF 114.0 Millionen auf CHF 147.2 Millionen.

Der grösste Teil des Volumens im Crowdinvesting stammt auch im Jahr 2021 aus dem Immobilien-Bereich (vgl. Abbildung 9). Dieser Teilmarkt entstand in der Schweiz erst im Jahr 2015 und erreichte 2021 ein Volumen von CHF 142.2 Millionen (Vorjahr: CHF 69.0 Mio.). Der Wert bezieht sich auf den über Crowdfunding gesammelten Eigenkapitalanteil. Der Fremdkapitalanteil wird in der Regel von Banken finanziert. Ein Grossteil des Volumens im Crowdinvesting entfallen weiterhin auf die Plattformen crowdhhouse (gegründet 2015) und Foxstone (2017). Daneben haben Beedoo (2017), Imvesters (2019) und Dagobertinvest (2015) zum Marktvolumen beigetragen. Bei den meisten Plattformen betragen die Mindestinvestitionssummen in der Regel mehrere zehntausend Franken.

Die Nachfrage nach Wohneigentum liegt auf einem markant höheren Niveau als noch vor der Pandemie. Der Kauf von Immobilien wird durch die tiefen Hypothekarzinsen, dem Homeoffice-Trend und den Negativzinsen angeregt.³⁴ Gleichzeitig ist das Angebot deutlich zurückgegangen. Trotz dieser anspruchsvollen Rahmenbedingungen hat sich der Real Estate Crowdinvesting Markt volumenmässig mehr als verdoppelt. Im Jahr 2020 konnten im Real Estate Crowdinvesting alle 48 angebotenen Immobilien finanziert werden. Der durchschnittliche Eigenkapitalanteil pro Immobilie lag bei CHF 3.0 Millionen (Vorjahr: CHF 2.7 Mio.). Die durchschnittliche Investitionssumme einer Investorin respektive eines Investors lag bei rund CHF 110'000.³⁵

Im Bereich Crowdinvesting für Unternehmen wurden in der diesjährigen Studie die Daten von Verve Ventures (ehemals investiere) nicht mehr berücksichtigt, da sich das Geschäftsmodell von Verve Ventures nicht mehr dem Crowdinvesting zuordnen lässt. Im Business (Start-up) Crowdinvesting wurde daher nur die Kampagne von Neon erfasst. Nach einer erfolgreichen Finanzierungsrunde über CHF 7 Millionen bei den bestehenden Investoren, hat die Digitalbank Neon am 28. Juni 2021 ein Crowdinvesting durchgeführt, damit auch Kundinnen und Kunden sowie private Investoren am Erfolg von Neon teilhaben können. Das aus dem Crowdinvesting resultierende Kapital soll für das Wachstum von Neon verwendet werden. Ursprünglich strebte Neon an, CHF 1.5 Millionen Eigenmittel durch das Crowdinvesting zu generieren. Schlussendlich konnte mit der Kampagne rund CHF 5 Millionen erzielt werden. In Form von tokenisierten, stimmrechtslosen Aktien konnten über 1'700 Investorinnen und Investoren Anteile an Neon erwerben.³⁶

Neu auf den Schweizer Markt kam Ende November 2021 Conda.ch. Conda war bereits in Deutschland und Österreich aktiv. Bis Ende 2021 konnten zwar noch keine Projekte abgeschlossen werden, doch Ende März 2022 waren bereits zwei Projekte erfolgreich finanziert. Dabei wurden durch die Unternehmen Namenaktien oder Partizipationsscheine im Umfang von CHF 2.2 Millionen ausgegeben.³⁷ Im

³⁴ Credit Suisse AG (2022). Immobilienstudie 2022.

³⁵ Die Werte von Dagobertinvest wurden hier nicht berücksichtigt. Der Minimumbetrag für Investitionen liegt bei Dagobertinvest bei lediglich EUR 250.-. Somit liegen auch die durchschnittlichen Investitionsvolumen eines Investors pro Objekt deutlich tiefer als bei Plattformen, wo ein Minimuminvestment von mehreren zehntausend Franken pro Objekt vorausgesetzt wird.

³⁶ Neon (2021). Crowdinvesting – wir haben unglaubliche 5 Millionen CHF erreicht. Online (17.03.2022): <https://www.neon-free.ch/de/blog/ueber-neon/crowdinvesting/>

³⁷ Conda.ch (2021). Investieren mit Crowdinvesting. Online (23.03.2022): <https://www.conda.ch/projekte-entdecken/>

Herbst 2022 plant die Plattform equityhub.ch den Markteintritt. Über die Plattform sollen Partizipationsscheine oder Aktien von Schweizer Startups gezeichnet werden können. Die Mindestinvestitionssummen für Anlegerinnen und Anleger werden etwa bei CHF 2000.- liegen.

Neben den erwähnten klassischen Crowdlending-Geschäftsmodellen sind in den letzten vier Jahren viele weitere Plattformen entstanden, die sich an professionelle Investoren richten. Die Plattformen verfolgen häufig ein B2B (Business-to-Business) Geschäftsmodell und fokussieren sich auf Geldnehmer-Seite häufig auf grössere Unternehmen oder öffentlich-rechtliche Körperschaften (ÖRK). Die entsprechenden Geschäftsmodelle und deren Entwicklungen analysieren wir jeweils in der Marketplace Lending Study Switzerland.³⁸

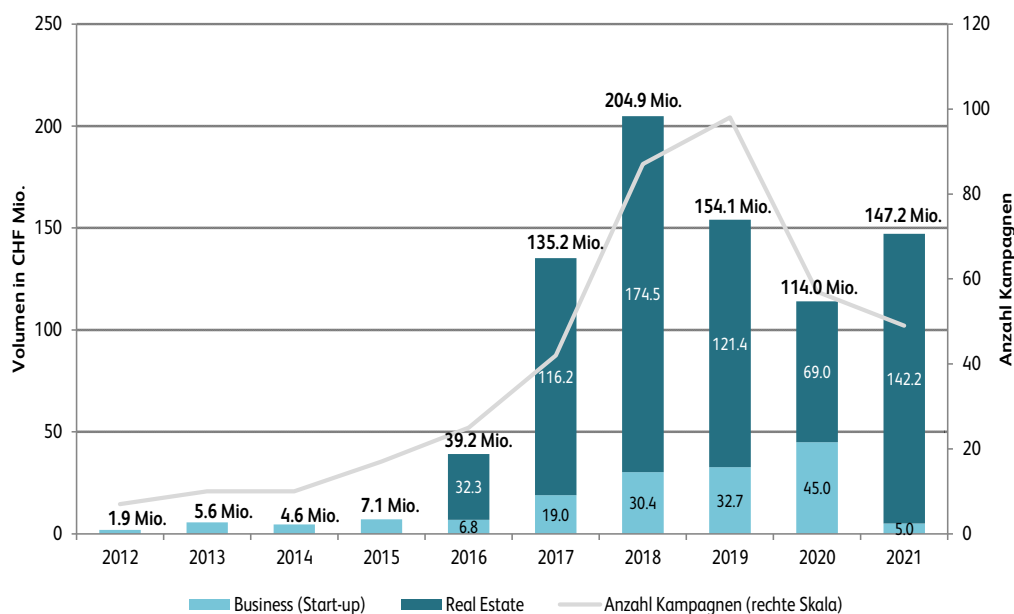


Abbildung 9: Crowdinvesting Volumen Schweiz 2012-2020³⁹

³⁸ Amrein, S. & Dietrich, A. (2021). Marketplace Lending Report Switzerland 2022.

³⁹ Die Abnahme im Business (Start-up) Crowdinvesting ist damit zu begründen, dass Verve Ventures in der diesjährigen Auswertung nicht mehr berücksichtigt wurde.

Tabelle 5 bietet einen Überblick über die verschiedenen Gebühren der Crowdfunding-Plattformen.

Bereich	Plattform	Online seit	Auszahlungsmodell	Gebührenmodelle
Business (Start-up) Crowdfunding	Conda	2021	Keep all, once minimum is reached ⁴⁰	Vorbereitungskosten und Erfolgshonorar
Real Estate Crowdfunding	Beedoo	2017	Keep all, once minimum is reached	Pauschalhonorar für Bewertung, Strukturierung und Erfolgshonorar
	Crowdhouse	2015	all-or-nothing	3 % des Immobilienkaufpreises für die Vermittlung, danach 5-7 % auf den Nettomiettertrag für das Immobilien Asset-Management
	Dagobertinvest	2015	Keep all, once minimum is reached	Kostenlos für Investorinnen/Investoren, Geldnehmer bezahlen total ca. 12-14 %.
	Foxstone	2017	all-or-nothing	3 % des Immobilienkaufpreises. Danach 0.5 %-1 % des Kaufpreises als Management Fee.
	Investers	2019	all-or-nothing	3 % des Immobilienkaufpreises, danach 3 % des Nettomiettrages (Erst ab 75 % Erreichung Zielertrag).

Tabelle 5: Gebührenmodelle Crowdfunding

⁴⁰ Bei diesem Finanzierungsmodell muss nicht nur ein Zielbetrag gesetzt werden (wie bei all-or-nothing), sondern auch ein Minimumbetrag festgelegt werden. Es gibt somit zwei Zielwerte. Das gesammelte Geld kann behalten werden, wenn der Minimumbetrag erreicht wird. Der Zielbetrag, welcher höher liegt, muss nicht zwingend erreicht werden.

4 Crowdfunding in der Schweizer Politik

*Gastbeitrag von Peter Buomberger und Daniel Piazza**

Spenden von Privatpersonen und Unternehmen an die Politik haben in der Schweiz eine lange Tradition. Verändert haben sich jedoch Instrumente und Formen der Finanzbeschaffung der Politakteure in den letzten zwanzig Jahren. Bis Ende der 1990er-Jahre benötigte es zur Finanzierung von politischen Kampagnen einige wenige Telefonate auf Top-Management-Ebene um die benötigten Mittel innert einer Woche zu beschaffen. Heute ist der prägende Ansatz der Politikfinanzierung nicht mehr «Top-down», sondern vielmehr «Bottom-up». Crowdfunding ist ein Beispiel dafür.

Um zukunftsgerichtete Lösungen für die Politikfinanzierung in der Schweiz zu erarbeiten, müssen die sich zu Beginn der 2020er-Jahre deutlich beschleunigten Veränderungen der technologischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen berücksichtigt werden. Dazu gehört die zunehmende Digitalisierung der Wirtschaft und der Gesellschaft, die generell gestiegenen gesellschaftlichen Anforderungen an Transparenz, aber auch die zunehmende Attraktivität von Ad-hoc-Kampagnen. Diese Entwicklungen stellen Parteien und Nichtregierungsorganisationen (NGO) gleichermassen vor neue Herausforderungen.

Es stellt sich die Frage, ob digitale Hilfsmittel in Zukunft eine noch grössere Rolle in der Politik spielen und ob sie das Arbeitsumfeld oder gar die politischen Prozesse permanent und nachhaltig beeinflussen und verändern werden. Der grösste Teil des Digitalisierungsschubs, der durch die Covid-19-Pandemie verstärkt wurde, dürfte irreversibel sein. Mehr noch, die Digitalisierung wird in der Politik nicht nur zu logistischen Vereinfachungen und Effizienzsteigerungen führen, sie wird auch die Interaktion zwischen den Bürgerinnen und Bürgern und den Politakteuren vereinfachen und vertiefen. Diese Interaktionen werden direkter – und zwar in beide Richtungen: Bürgerinnen und Bürger können ihre Anliegen direkt an einen Politakteur richten. Im Gegenzug kann der Politakteur seine Spender direkt mit Informationen versorgen oder sie gar in seine Entscheidungsprozesse einbinden.

Spätestens seit 2010 taucht im Zusammenhang mit der Finanzierung von Schweizer Politakteuren verstärkt der Begriff des Crowdfunding auf. Dabei ist das Grundprinzip des Crowdfundings als solches nichts Neues. In der Privatwirtschaft praktizieren Aktiengesellschaften, die Aktien in kleiner Stückelung anbieten, dieses Prinzip schon seit Langem. Dank zahlreicher Crowdfunding-Plattformen und Social Media ist heute eine schnelle und unkomplizierte Ansprache vieler potenzieller Spenderinnen und Spender auch für Politakteure möglich. Kleine Beiträge können auf diese Weise schnell und einfach zur Verfügung gestellt werden.⁴¹ Im Kontext der Politakteure kommen beim Crowdfunding insbesondere die Varianten des Crowddonating und des Crowdsupporting zum Einsatz.

⁴¹ Urselmann, M. (2020). Fundraising. Professionelle Mittelbeschaffung für gemeinwohlorientierte Organisationen. 7. Auflage. Springer Gabler. Zum Thema Crowdfunding für Non-Profit Organisationen, siehe auch: Amrein, S. & Dietrich, A. (2020). Crowdfunding und Fundraising. In M. Urselmann (Hrsg.), Handbuch Fundraising (S. 719-732). Springer Gabler.

Neben der Digitalisierung im Fundraising und vermehrten politischen Crowdfunding-Kampagnen entstand mit dem Crowdlobbying ein verwandter Trend. Über digitale Plattformen können Forderungen durch das Poolen von Gleichgesinnten gezielt in den Gesetzgebungsprozess eingebracht werden. Auch das Umgekehrte wird möglich, nämlich, dass Gesetzesentwürfe des Parlaments zur Vernehmlassung nicht nur von organisierten Politakteuren, sondern auch direkt von zahlreichen interessierten Bürgerinnen und Bürgern beurteilt werden können. Wie schnell diese und auch weitere Chancen der Digitalisierung künftig genutzt werden, wird sich zeigen. Was klar ist: Die Digitalisierung kann und wird durch die einfachere Möglichkeit des direkteren Kontakts zwischen Politakteuren und Bürgerinnen und Bürgern zu einer namhaften Stärkung der direkten Demokratie führen.⁴²

Beispiele für Crowdfunding in der Politik

Beispiel 1: Crowdsupporting für eine Abstimmungskampagne einer Partei

Zur Finanzierung der Partei-Abstimmungskampagne für ein Ja zur «Ehe für alle» versandte die Grünliberale Partei Schweiz (GLP) 2021 ihren Mitgliedern zwei Wochen nach dem Start einer Crowdfunding-Aktion und rund zweieinhalb Monate vor der Abstimmung einen Newsletter. Darin teilte die Partei mit, dass sie bereits die Hälfte des Spendenziels – das heisst rund CHF 10'000 von CHF 20'000 – erreicht habe. Teil des Newsletters war ein Button «Ich unterstütze das Crowdfunding für die «Ehe für alle»». Dieser führte auf den Crowdfunding-Bereich der Kampagnen-Website der GLP mit fünf Spendenpaketen, die jeweils ein «Goodie», also eine Gegenleistung, beinhaltete. Für eine Spende von CHF 670.- erhielt der Spender ein Vier-Gang-Menü für zwei Personen vom Profikoch zu Hause inklusive Abwasch, für CHF 300.- gab es einen zweistündigen Kurs im Bogenschiessen für zwei Personen («Bogenschiessen – wie Amor») und für CHF 55.- bekamen die Unterstützer eine fair und umweltschonend hergestellte Kampagnenfahne «Ehe für alle». Zudem wurde die Möglichkeit angeboten, freie Spenden ab CHF 5.- zu leisten.

Beispiel 2: Crowddonating zur Finanzierung des Betriebs des Politakteurs

Operation Libero meldete sich im Dezember 2020 bei ihren Sympathisanten: «Ganz direkt und ehrlich: Operation Libero steht finanziell vor dem Aus.»⁴³ Die politische Bewegung verband diese Nachricht mit einem Spendenaufruf. Bereits in den ersten 24 Stunden wurden CHF 130'000 gespendet, nach drei Tagen stiegen die Zuwendungen auf über CHF 200'000 und nach drei Wochen lag der Spendenstand bereits bei rund CHF 470'000. Operation Libero wurde dabei primär von Kleinspendern finanziert. Die meisten Personen spendeten CHF 100. Dies entspreche den langjährigen Erfahrungen, wonach «99 Prozent der Spenden» unter der Grenze von CHF 500 lägen.⁴⁴ Die Co-Präsidentin von Operation Libero führte in einer Stellungnahme nach dem gelungenen Start der Crowdfunding-Aktion aus: «Dieses Crowdfunding ist ein Plebiszit darüber, wie viele Menschen denken, dass es uns noch braucht oder zumindest in welcher Form.»⁴⁵ Die Sammelaktion konnte nach rund einem Monat erfolgreich abgeschlossen werden.⁴⁶

⁴² Serdült, U. (2019). Reconnecting Citizens to Politics via Blockchain – Starting the Debate.

⁴³ Operation Libero (2022). Wir sind Operation Libero. Und dies ist unser Appell 2.0. Online (11.04.2022): <https://www.operation-libero.ch/de/node/1127>

⁴⁴ Tages-Anzeiger (2020). Operation Libero vermeldet Spendenrekord. Online (11.04.2022): <https://www.tagesanzeiger.ch/operation-libero-vermeldet-spendenrekord-195851271949>

⁴⁵ Siehe Fusszeile 3.

⁴⁶ Tages-Anzeiger (2021). Crowdfunding rettet Operation Libero. Online (11.04.2022): <https://www.tagesanzeiger.ch/crowdfunding-rettet-operation-libero-418399574551>

Stärkung der politischen Legitimation

Schweizer Politakteure insbesondere aus dem links-grünen Spektrum und mit Verzögerung auch im bürgerlichen Spektrum finanzieren heute vermehrt ihren Betrieb sowie ihre Kampagnen auch über Crowdfunding. Solche Spendenaktionen sind im Vergleich zu traditionellen Spendenbrief-Mailings, die ebenfalls auf kleine Spendenbeiträge abzielen, häufig transparenter ausgestaltet. Dies führt zu einem interessanten Vorteil des Crowdfundings: Die Finanzierung mittels einer grossen Anzahl kleinerer Spenden via Crowdfunding kann besser gegenüber der Öffentlichkeit kommuniziert werden. Dies unterstützt die Legitimität eines Politakteurs zusätzlich, da offensichtlich ein grosser Kreis von Spenderinnen und Spendern das Engagement des Politakteurs und damit seine Position unterstützt. Das Signalisieren einer solch breiten Unterstützung gibt dem Politakteur und seiner Position somit eine erhöhte demokratische Legitimation. Eine Crowdfunding-Aktion kann darüber hinaus nicht nur für die Finanzierung einzelner Kampagnen einen Mehrwert generieren, sie kann auch zur Finanzierung des Betriebs eines Politakteurs lanciert werden.

Crowdfunding-Aktionen sind im politischen Kontext ganz besonders dann erfolgreich, wenn der Absender glaubwürdig ist, das Anliegen bewegt und die Betroffenheit gross genug ist.⁴⁷ Dies war beim Aufruf von Operation Libero offensichtlich der Fall (siehe Beispiel 2 im Kasten).

Gleichzeitig zur grösseren Verbreitung von politischem Crowdfunding ist ein neuer Trend im bürgerlichen Spektrum zu beobachten, die Formierung von sogenannten Pop-Up-Wirtschaftskomitees (bspw. Kompass/Europa, autonomiesuisse oder progresuisse). Diese werden – im Gegensatz zu Crowdfunding – typischerweise von wenigen, meist privaten Spendern mit grossen Beiträgen alimentiert. Solche Organisations- und Finanzierungskomitees bleiben aber insgesamt eher eine Seltenheit. Wohl nicht zuletzt, weil das Spenden grosser Beträge – von Privatpersonen oder von Unternehmen – heutzutage in der öffentlichen Wahrnehmung mit einem gewissen Misstrauen verbunden sind. Ganz besonders dann, wenn sie einen substanziellen Beitrag am Gesamtbudget eines Politakteurs ausmachen. Von diesem Makel können sich selbst die erwähnten, zum Teil erfolgreich lancierten, Pop-up-Wirtschaftskomitees nicht befreien. Den Politakteuren wird deshalb empfohlen zu prüfen, ob künftig konsequenter, häufiger und gewichtiger auf Crowdfunding gesetzt werden soll, um damit den Pool an kleineren Beträgen aktiv zu vergrössern und zugleich die Legitimation ihres politischen Engagements zu steigern. Allein damit kann dem Verdacht der ungebührlichen und intransparenten Einflussnahme mit Eigeninteressen einzelner Grossspender wirkungsvoll entgegengetreten werden.

Grosses Potenzial

Die Digitalisierung eröffnet für die Politakteure vielfältige neue Chancen. Einerseits erleichtert der vereinfachte, direkte Kontakt zu spezifischen Segmenten von Spendern die Finanzierung besonderer Anliegen, andererseits kann über Crowdfunding die Anzahl zahlender Mitglieder erhöht werden. Eine breitere Basis von Spendern erhöht nicht nur die bereits erwähnte Legitimation politischer Anliegen, sondern relativiert gleichzeitig den Einfluss einzelner grosser Spender. Verschiedene Politakteure – in besonderem Mass neuere politische Bewegungen – nutzen das basisdemokratische Potenzial der digitalen Kanäle für ihre Finanzierung schon seit mehreren Jahren. Einzelne Kandidatinnen und Kandidaten waren im Wahljahr 2019 in der Lage, einen grossen Teil bis hin zu sämtlichen Kosten für ihre persönlichen Wahlkampagnen mit Crowdfunding zu finanzieren. Mit auf diesem Weg gesammelten finanziellen Mitteln konnte eine gegenüber 2015 auffallend gestiegene Zahl von Kandidatinnen und Kandidaten einen professionellen Wahlkampf auf allen elektronischen Kanälen führen und entsprechende Wahlerfolge feiern. Mit den bei Politakteuren insgesamt immer weiter verbreiteten Crowdfunding-Aktionen gewinnt das Prinzip der Schwarmlogik an Wichtigkeit in der Schweizer Politik – und damit auch in der Schweizer Politikfinanzierung.

⁴⁷ Tages-Anzeiger (2016). Mit Spendenrekord gegen SVP-Initiative. Online (11.04.2022): <https://www.tagesanzeiger.ch/schweiz/standard/mit-spendenrekord-gegen-svpinitiative/story/10381415>

Die Nutzung verschiedener elektronischer Kanäle zeigt, welches Potenzial auch für das Fundraising von Politakteuren eröffnet werden kann, um neue Spender zu erreichen und sie als Unterstützende zu gewinnen. Insbesondere die jüngeren Generationen bewegen sich immer weniger in den traditionellen Medien wie Printmedien oder Fernsehen. Stattdessen informieren sie sich online oder über Social Media und lassen sich dementsprechend auch auf diesem Weg für Engagements und Spenden gewinnen.

Fazit

Politakteure, die Crowdfunding als Digitalisierungschance sehen, sind im Vorteil. Es lohnt sich, den Umgang mit digitalen Prozessen zu verbessern und Neues auszuprobieren. Die Verschmelzung von Kommunikation und Engagement sowie Fundraising auf den digitalen Kanälen muss geübt werden. Politakteure wie Parteien oder NGO sind eigentlich prädestiniert für den Einsatz von Crowdfunding. Sie verfügen über eine bürgerorientierte Kommunikationsstrategie und haben Zugang zu Adressen von potenziellen Spenderinnen und Spendern. Crowdfunding kann in die bestehenden Kommunikationsprozesse eingebunden werden. Adressen sind eine Gelingensbedingung für erfolgreiche Crowdfunding-Kampagnen. Ziel muss es also sein, auf dieser guten Basis den Stein ins Rollen zu bringen und eine positive Dynamik auszulösen. Als Erfolg winkt nicht nur die verstärkte und wertvolle zusätzliche Interaktion mit den Unterstützern und neuer Kontakte – sondern eben auch ein wertvoller Beitrag zur Finanzierung sowie auch der Legitimation der Arbeit der Politakteure.

Wer finanziert die Schweizer Politik? Auf dem Weg zu mehr Transparenz und Demokratie.
Daniel Piazza, Peter Buomberger. NZZ Libro, Basel, 2022. 280 Seiten.
ISBN: 978-3-907291-69-6. Preis: CHF 34.00.

Die Politikfinanzierung in der Schweiz ist ein grosses Geheimnis. Zwar stehen seit Kurzem Transparenzregeln im Gesetz. Aber wer wen mit welchen Beträgen finanziert, weiss niemand. Buomberger und Piazza leuchten mit ihrem Buch diese Blackbox endlich aus – mit dem deklarierten Ziel, die private Politikfinanzierung in die Zukunft zu führen. Diese hat sich in der Schweiz über die Jahre als effizient, effektiv und wenig missbrauchs- und korruptionsanfällig erwiesen. Die Bürgerinnen und Bürger haben neben dem Stimm- und Wahlzettel eine weitere Möglichkeit, Einfluss zu üben: durch die direkte finanzielle Unterstützung ihrer bevorzugten Politakteure. Um das heutige System zu erhalten und weiterzuentwickeln, braucht es allerdings Massnahmen. Buombergers und Piazzas Buch zeigt den Weg auf, der in eine offenere, transparentere und digitalisierte Zukunft der Politikfinanzierung in der Schweiz führt. Ihre Vorschläge zur Stärkung des Schweizer Systems basieren auf der erstmaligen, umfassenden Darstellung und Quantifizierung der politischen Finanzierungsströme. Ihr Buch bietet zudem ein 14-Punkte-Programm für politisches Fundraising – eine Anleitung für Parteien, NGOs und politische Bewegungen.

Weitere Informationen: <https://www.nzz-libro.ch/wer-finanziert-die-schweizer-politik-978-3-907291-69-6>

***Peter Buomberger** (*1950), Dr. rer. pol, Studium der Wirtschaftswissenschaften an der Universität Basel. Danach Post-Doc in Ökonometrie an der Universität Chicago (1979/80). Berufstätigkeit als Ökonom und Public-Affairs-Verantwortlicher in leitenden Stellungen im Finanzsektor. Diplomat im Rang eines Botschaftsrats, Gründungsdirektor des Center for Corporate Responsibility an der Universität Zürich (2003/04).

***Daniel Piazza** (*1978), Dr. rer. soc. HSG, Studium Banking and Finance an der Universität St. Gallen, Promotion im Bereich Public Management. Er ist Partner bei Dynamics Group und Berater für politische Kommunikation und Fundraising. Er war Geschäftsführer und Finanzchef der CVP Schweiz (heute: Die Mitte), Head Corporate Communications & Public Affairs bei CKW und Projektleiter am Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ der Hochschule Luzern – Wirtschaft. Seit 2015 Mitglied des Luzerner Kantonsrats und Vizefraktionspräsident von Die Mitte.

5 Crowdfunding im internationalen Vergleich

Der Schweizer Crowdfunding-Markt ist in den vergangenen Jahren stetig gewachsen. Doch wie sind die Veränderungen des Schweizer Marktes im internationalen Kontext zu werten? Wie weit fortgeschritten ist der schweizerische Crowdfunding-Markt in seiner Entwicklung?

Tabelle 6 zeigt die Crowdfunding-Volumen der USA, von Grossbritannien, Kontinentaleuropa und China für das Jahr 2020 (basierend auf Marktstudien der University of Cambridge) sowie die Volumina der Schweiz der Jahre 2020 und 2021. Für das Jahr 2021 sind derzeit lediglich die Werte aus der Schweiz bekannt.

Der alternative Finanzierungssektor in China – jahrelang volumenmässig der grösste Markt – ist praktisch unbedeutend geworden. Das Volumen erreichte im Jahr 2017 noch einen Höchststand von CHF 332.9 Milliarden. Der Markt war geprägt von einer Blase und zahlreichen Betrugsfällen. Bis Ende 2020 sank das Volumen nun nach massiven Regulierungsmassnahmen auf lediglich noch CHF 27.8 Millionen. In den USA betrug das Volumen im Jahr 2020 CHF 38.0 Milliarden, in Grossbritannien CHF 11.3 Milliarden und in Europa (exkl. Grossbritannien) CHF 8.5 Milliarden. Für die Nachbarländer der Schweiz ist eine vollständige Aufschlüsselung der verschiedenen Bereiche von Crowdfunding nicht verfügbar, weshalb ein Direktvergleich mit der Schweiz nicht möglich ist. Dennoch darf festgestellt werden, dass die Schweiz mit CHF 774.9 Millionen (Jahr 2021) über ein beachtliches Volumen verfügt.

Besonders in stark entwickelten Ländern trägt Crowdlending einen grossen Teil zum Crowdfunding-Gesamtvolumen bei. In den USA stammen rund 90 Prozent des gesamten Crowdfunding-Volumens aus dem Segment Crowdlending. In Grossbritannien trägt der Crowdlending-Markt 79.2 Prozent zum Gesamtvolumen bei. Crowdlending ist auch in der Schweiz von zentraler Bedeutung in Bezug auf das gesamte Marktvolumen. Im Gegensatz zu anderen Ländern hat aber auch das Real Estate Crowdfunding eine gewisse Bedeutung (vgl. Tabelle 6).

Land	Volumen in CHF Mio.	Wachstum ggü. Vorjahr	Anteil des entsprechenden Bereiches am Crowdfunding Volumen 2020						
			Business Crowdlending	Consumer Crowdlending	Real Estate Crowdlending	Real Estate Crowdinvesting	Business Crowdinvesting	Crowddonating / Crowdsupport.	Invoice Trading
USA	37'971.8	42.2%	20.9%	70.9%	0.9%	3.8%	0.8%	2.8%	0.0%
Grossbritannien	11'269.3	20.2%	27.7%	2.2%	11.2%	0.7%	4.7%	49.6%	3.9%
Europa (exkl. GB)	8'546.3	-2.1%	20.7%	32.5%	5.6%	9.2%	3.1%	6.2%	22.6%
China	27.8	-100.0%	1.0%	24.1%	0.0%	0.0%	0.0%	28.6%	46.2%
Schweiz 2021	781.3	28.8%	13.7%	9.8%	53.3%	17.8%	0.6%	4.8%	0.0%
Schweiz 2020	606.6	1.6%	15.8%	9.1%	48.9%	11.4%	7.4%	7.4%	0.0%

Tabelle 6: Volumen von Crowdfunding in ausgewählten Ländern/Regionen im Jahr 2020 und der Schweiz (2020 und 2021) sowie Anteile der entsprechenden Bereiche von Crowdfunding^{48 49}

⁴⁸ Daten: Schweiz: Eigene Erhebungen. Andere Länder: Marktstudien von University of Cambridge. Publications. Online. (15.03.2022): <https://www.jbs.cam.ac.uk/faculty-research/centres/alternative-finance/publications/>

⁴⁹ Für die Analyse wurden folgende Kategorien berücksichtigt: P2P/Marketplace (Consumer Lending, Business Lending, Property Lending), Equity Crowdfunding, Real Estate Crowdfunding, Invoice Trading, Reward-based Crowdfunding, Donation-based Crowdfunding.

Abbildung 10 zeigt die Entwicklung der Pro-Kopf-Volumina für die USA, Grossbritannien, Europa und die Schweiz von 2013 bis 2020 (resp. 2021 für die Schweiz). Offensichtlich ist der späte Wachstumschub im Schweizer Markt, welcher zwei bis drei Jahre hinter Grossbritannien und den USA liegt. Nach den eher moderaten Wachstumsraten in den letzten Jahren muss festgestellt werden, dass die Schweiz gegenüber den führenden Ländern nicht stark aufholt. Gleichzeitig ist das Pro-Kopf-Volumen der Schweiz aber beachtlich und beispielsweise deutlich höher als dasjenige in Europa (ohne Grossbritannien).

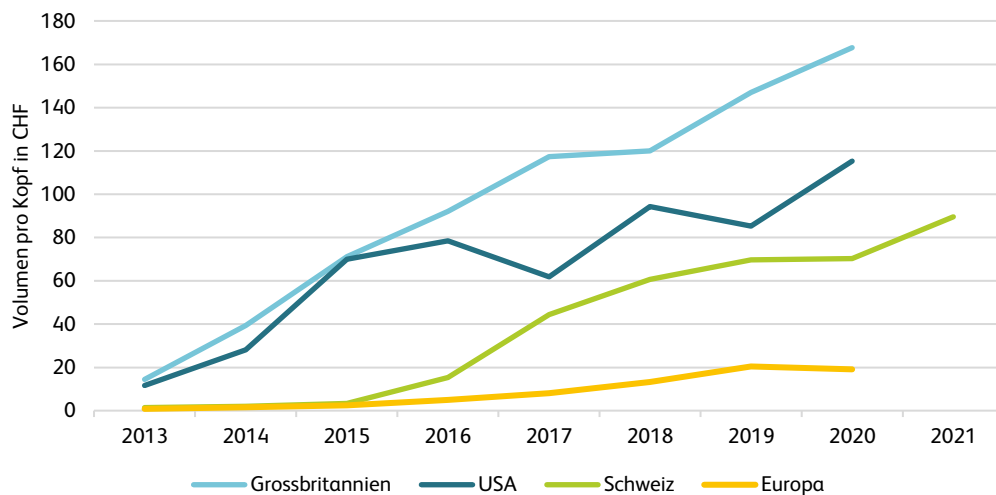


Abbildung 10: Crowdfunding-Volumen pro Einwohner 2013-2021⁵⁰⁵¹

⁵⁰ Daten: Siehe Fussnote 48.

⁵¹ Die Angaben zu Europa umfassen Daten von 47 europäischen Ländern.

6 Thesen: Crowdfunding im Jahr 2022

Vor dem Hintergrund der aufgezeigten Resultate stellen wir folgende Thesen für die Entwicklung im Crowdfunding-Markt für das Jahr 2022 auf:

1. Crowdlending wächst weiterhin mit 30 bis 40 Prozent pro Jahr

Die Wachstumsdynamik der Jahre 2020 und 2021 war stark von der Covid-19-Krise abhängig. Nachdem das Marktvolumen von Crowdfunding im Jahr 2020 stagnierte, gab es im Jahr 2021 wieder einen deutlichen Wachstumsschub. Grösster Treiber des Volumen-Wachstums war – wie erwartet – der Crowdlending Bereich.

Die Wachstumsdynamik von **Crowdlending** wird sich im Jahr 2022 fortsetzen und wir erwarten erneut ein Wachstum im Bereich von 30 bis 40 Prozent. Damit wäre das Volumen von Neukrediten im Crowdlending-Bereich im Jahr 2022 etwa CHF 780 bis CHF 850 Millionen. Der Markt verbleibt dadurch zwar noch immer in einer Nische im Schweizerischen Finanzierungsmarkt, gewinnt aber weiter an Relevanz.

2. Crowdlending: Wachstums-Beschleunigung ab Grösse von ein bis zwei Milliarden Franken möglich

Setzt sich dieses Wachstum fort, hat der Crowdlending-Markt in drei bis fünf Jahren eine kritische Grösse erreicht, um auch für eine grössere Anzahl von institutionellen Investoren spannend zu werden. Bisher ist es für verschiedene institutionelle Anleger aufgrund der Marktgrösse und den eigenen Vorgaben schwierig, grosse Volumen in einen vergleichsweise kleinen Markt zu investieren. Ab einem gewissen Marktvolumen könnte sich das – auch abhängig vom Zinsniveau – ändern und das Gesamtvolumen im Crowdlending-Bereich stark erhöhen.

3. Crowdsupporting und Crowddonating: Wachstum auch ohne Covid-Sondereffekte

Im Bereich **Crowdsupporting / Crowddonating** war das Volumen neuer Kampagnen im Jahr 2021 im Vergleich zum Rekordjahr 2020 rückläufig. Das hohe Volumen im Jahr 2020 war dabei aber vor allem den Entwicklungen rund um die Covid-19 Pandemie geschuldet. Es entstanden damals viele temporäre Crowdfunding-Plattformen, welche Solidaritätsbeiträge für die von der Covid-19 Pandemie speziell betroffenen Privatpersonen oder KMU geleistet haben. Diese Plattformen sind in der Zwischenzeit wieder verschwunden. Der Wegfall dieses Volumens konnte im Jahr 2021 nicht kompensiert werden durch das rund 20 bis 30-prozentige Wachstum der «normalen» Crowdfunding-Kampagnen. Für das Jahr 2022 erwarten wir aber wieder eine positive Wachstumsentwicklung und ein Kampagnen-Volumen von etwa CHF 45 bis 49 Millionen.

4. Crowdsupporting: Marketing oder Finanzierung? Kommt darauf an

Die Charakteristik von grossen und kleinen Kampagnen im Crowdsupporting ist sehr verschieden. Grosse Kampagnen ab CHF 100'000 sind in aller Regel professioneller geführt. Entsprechend sind Marketing und Kommunikation sehr viel wichtiger als bei kleineren Projekten, wo oftmals eher die Finanzierung im Vordergrund steht. Insbesondere grosse Projekte müssen aber vermehrt einzigartig und innovativ sein, um erfolgreich finanziert zu werden. Immer wichtiger werden Nachhaltigkeits-Aspekte.

5. Crowdinvesting ist weiterhin stark vom Immobilienmarkt abhängig – neue Plattformen im Start-up Bereich

Der **Crowdinvesting-Markt** besteht aus den zwei sehr unterschiedlichen Sub-Segmenten Real Estate Crowdinvesting und Business (Start-Up) Crowdinvesting. Die Volumina im Real Estate Crowdinvesting

haben sich, nach einem Einbruch im Jahr 2020, wieder deutlich erhöht (102 % Wachstum). Das Marktvolumen bleibt aber aufgrund der tiefen Anzahl von Immobilientransaktionen weiterhin volatil. Für 2022 gehen wir von einem Wachstum von 40 bis 50 Prozent aus (CHF 195-210 Mio.). Im Business (Start-Up) Crowdinvesting erwarten wir durch den Markteintritt von neuen Plattformen eine höhere Dynamik im Jahr 2022.

6. Die magische Schwelle von 1 Milliarden könnte 2022 überschritten werden

Insgesamt rechnen wir mit einem Volumen zwischen CHF 1 bis 1.1 Milliarden für den Crowdfunding-Markt Schweiz 2022. Gemäss unseren Prognosen könnte der Crowdfunding-Markt also erstmals die magische Milliarden-Grenze überschreiten.

Anhang: Marktteilnehmer

Der Inhalt der nachfolgenden Profile wurde von den Plattformen zur Verfügung gestellt.

 acredius		Name	Acredius www.acredius.ch
		Rechtlicher Eigentümer	n/a
Geschäftsführer	Ghassen Benhadjsalah	Adresse	Hardturmstrasse 161 8005 Zürich
Gründungsjahr	2017	E-Mail	info@acredius.ch
Anzahl Mitarbeitende	18 (VZÄ)	Telefon	
Form	Crowdlending		
Kurzbeschrieb Unternehmung	Acredius ist eine online Plattform, die Investoren und Kreditnehmer auf unkonventionelle Weise, digital und sicher verbindet. Investoren können ihr Portfolio diversifizieren und von interessanten Erträgen profitieren. Kreditnehmer erhalten Zugang zu fairen Finanzierungslösungen.		
Gebührenmodell	Kreditnehmer bezahlt 1 % p.a. des Kreditbetrages an die Plattform. Investor bezahlt 1 % auf jede monatlich zurückbezahlte Rate.		

 BEEDOO		Name	BEEDOO www.beedoo.ch
		Rechtlicher Eigentümer	BEEDOO SA
Geschäftsführer	David Croisier	Adresse	Chemin de Chaumets 19b 1277 Borex
Gründungsjahr	2017	E-Mail	info@beedoo.ch
Anzahl Mitarbeitende	1.5	Telefon	+41 22 368 08 08
Form	Crowdinvesting		
Kurzbeschrieb Unternehmung	Für Investoren, die nach echten Investitionsmöglichkeiten im Real Estate und Impact Investing suchen.		
Gebührenmodell	Fixe Gebühr für die Prüfung und erfolgsbasierte Gebühr.		

		Name	Cashare www.cashare.ch
		Rechtlicher Eigentümer	Cashare AG
Geschäftsführer	Michael Borter	Adresse	Bösch 73 6331 Hünenberg
Gründungsjahr	2008	E-Mail	support@cashare.ch
Anzahl Mitarbeitende	18 (VZÄ)	Telefon	
Form	Crowdlending		
Kurzbeschreibung Unternehmung	Cashare bietet eine Plattform für alternative Anlage- und Finanzierungsmöglichkeiten über die Crowd für Private und KMU. Cashare war die erste Schweizer Plattform, welche im Jahr 2008 in das Crowdfunding eingestiegen ist.		
Gebührenmodell	Gebühren nur im Erfolgsfall: Business: Geldnehmer: 0.75 % p.a. (Ratenkredit) - 1.5 % p.a. (Kurskredit (endfällig bis max. 12 Monate) / Geldgeber: 0.75 % p.a. auf dem jeweils noch ausstehenden Restbetrag. Minimumgebühr für beide Parteien CHF 500.00 Consumer: Geldnehmer: 0.75 % p.a. / Geldgeber: 0.75 % p.a. auf dem jeweils noch ausstehenden Restbetrag. Minimumgebühr für beide Parteien CHF 75.00 Real Estate: 0.5 - 0.75 % für Investoren, 0 % für Hypothekendarnehmer bei Hypotheken		

		Name	Conda www.conda.ch
		Rechtlicher Eigentümer	Conda.ch GmbH
Geschäftsführer	Linus Gabrielsson	Adresse	Rathausstrasse 14 6340 Baar
Gründungsjahr	2021	E-Mail	sales@conda.ch
Anzahl Mitarbeitende	4 (VZÄ)	Telefon	+41 41 588 15 67
Form	Crowdinvesting		
Kurzbeschreibung Unternehmung	Conda.ch ist eine Crowdinvesting-Plattform, die 2021 mit dem Ziel gegründet wurde, die Lücke zwischen kleinen und mittelgrossen Unternehmen, Start-ups und Investoren zu schliessen.		
Gebührenmodell	Vorbereitungskosten und Erfolgsgebühr		

		Name	CG24 Group www.creditgate24.ch
		Rechtlicher Eigentümer	CG24 Group AG
Geschäftsführer	Christoph M. Mueller	Adresse	Baslerstrasse 60 8048 Zürich
Gründungsjahr	2015	E-Mail	info@cg24.com
Anzahl Mitarbeitende	39 (VZÄ)	Telefon	+41 44 244 30 24
Form	Crowdlending		
Kurzbeschreibung Unternehmung	CG24 Group bringt Kreditnehmer mit privaten und institutionellen Anlegern auf der hochautomatisierten Marketplace-Lending Plattform zusammen. CG24 Group bietet Finanzierungen für Private, KMU und Immobilien an.		
Gebührenmodell	0.6-3 % bei Kreditnehmern je nach Kreditprodukt, Anleger: KMU und Real Estate Kredite 1 % auf alle Rückzahlungsbeträge, Privatkredite 1.25 % auf alle Rückzahlungsbeträge		

 creditworld		Name	creditworld www.creditworld.ch
		Rechtlicher Eigentümer	creditworld AG
Geschäftsführer	Kai Ren & Philipp Schnyder	Adresse	Selnastrasse 5 8001 Zürich
Gründungsjahr	2016	E-Mail	info@creditworld.ch
Anzahl Mitarbeitende	8 (VZÄ)	Telefon	+41 44 510 87 02
Form	Direct Lending		
Kurzbeschreibung Unternehmung	creditworld verbindet Schweizer KMUs mit professionellen Investoren. Unternehmen profitieren von attraktiven Konditionen und fairen Vertragsbedingungen. Investoren erhalten Zugang zu einer neuen Anlageklasse mit interessanten Renditen und unterstützen dabei das Rückgrat der Schweizer Volkswirtschaft.		
Gebührenmodell	Je nach Kreditsumme unterschiedlich für den Kreditnehmer (zwischen 0.35-1.95 %). Keine Gebühren für die Investoren.		

 crowdhouse		Name	Crowdhouse www.crowdhouse.ch
		Rechtlicher Eigentümer	Crowdhouse AG
Geschäftsführer	Robert Plantak	Adresse	Lerchenstrasse 24 8045 Zurich
Gründungsjahr	2015	E-Mail	info@crowdhouse.ch
Anzahl Mitarbeitende	n.a.	Telefon	+41 44 377 60 63
Form	Crowdinvesting		
Kurzbeschreibung Unternehmung	Der Schweizer Marktplatz für Rendite-Immobilien. Grösster Schweizer Anbieter für Immobilien-Crowdinvesting.		
Gebührenmodell	3 % des Immobilienkaufpreises einmalig, 5-7 % der Nettomieteinnahmen für die Immobilienverwaltung		

 Crowdify		Name	Crowdify www.crowdify.net
		Rechtlicher Eigentümer	Crowdify GmbH
Geschäftsführer	Christian Kliner	Adresse	Ankerstrasse 3 8004 Zürich
Gründungsjahr	2012	E-Mail	kliner@ronorp.net
Anzahl Mitarbeitende	1.2 (VZÄ)	Telefon	043 322 08 83
Form	Crowdsupporting		
Kurzbeschreibung Unternehmung	Crowdify ist Schweizer Crowdfunding Pionier und führend in Service & Projekt-Campaigning in drei Sprachen D/E/F. Projektinitiatoren profitieren von einem einfach zugänglichen Projekt-Dashboard, Tools & Widgets, einem exklusiven Handbuch, den meisten Zahlungskanälen und Zugang zu Ron Orp, der urbansten Community der Schweiz. Weitere Crowdify Dienstleistungen sind Basis- & Projektworkshops sowie Campaigning-Konzepte.		
Gebührenmodell	all-or-nothing; 3 % (Fremdkosten Zahlungsanbieter) bei sozialen Projekten und Corona-Kampagnen, 9 % der Zielsumme bei Erfolg (normale Projekte), 11 % bei Etappenfinanzierungen. Bei einem Zielbetrag von über CHF 200'000, werden die Gebühren stufenweise gesenkt.		

		Name	Crowd4Cash www.crowd4cash.ch
		Rechtlicher Eigentümer	Crowd Solutions AG
Geschäftsführer	Andreas Oehninger & Roger Bossard	Adresse	Bellevueweg 42 6300 Zug
Gründungsjahr	2016	E-Mail	info@crowd4cash.ch
Anzahl Mitarbeitende	5.8 (VZÄ)	Telefon	+41 41 525 33 77
Form	Crowdlending		
Kurzbeschreibung Unternehmung	Crowd4Cash bringt Kreditnehmer mit privaten und institutionellen Anlegern zusammen. Crowd4Cash finanziert Schweizer Konsum- und KMU-Kredite bis zu CHF 250'000.-. Crowd4Cash unterstützt erfolgreich mit dem Loan as a Service (LaaS) Angebot bereits über 50 KMU und Grossunternehmen bei Ratenzahlungen für die jeweiligen Endkunden.		
Gebührenmodell	Gebühren nur im Erfolgsfall: 0.70 % p.a. für den Kreditnehmer und 0.85 % p.a. des jeweils investierten Betrages für den Kreditgeber		

		Name	dagobertinvest www.dagobertinvest.ch
		Rechtlicher Eigentümer	dagobertinvest gmbh
Geschäftsführer	Mag. Andreas Zederbauer	Adresse	Wohllebengasse 12-14 1040 Wien
Gründungsjahr	2015	E-Mail	welcome@dagobertinvest.at
Anzahl Mitarbeitende	12	Telefon	0800 4000 460
Form	Crowdinvesting		
Kurzbeschreibung Unternehmung			
Gebührenmodell	kostenlos für Investor:innen		

		Name	EquityHub www.equityhub.ch
		Rechtliche Eigentümer	RA Simon Roth und RA Alain Friedrich
Geschäftsführer	RA Simon Roth und RA Alain Friedrich	Adresse	Lex Futura AG, Platz 4, 6039 Root D4
Gründungsjahr	2022	E-Mail	welcome@equityhub.ch
Anzahl Mitarbeitende	2	Telefon	-
Form	Crowdinvesting		
Kurzbeschreibung Unternehmung	EquityHub entwickelt eine elektronische Plattform, welche Startups einen direkten Zugang zu Investor*innen verschafft und den gesamten Finanzierungsprozess vom Investor-Pitch bis zur Handelsregistereintragung abwickelt. EquityHub übernimmt dabei auch den rechtlichen Vollzug der Finanzierungsrunde. Investor:innen ermöglicht EquityHub, einfach und rechtssicher in Startups zu investieren und Aktionär*innen und/oder Partizipant*innen zu werden. Weiter werden Investor*innen auf EquityHub regelmässig Informationen über ihre Beteiligungen zu erhalten.		
Gebührenmodell	Bei erfolgreicher Finanzierungsrunde: Entschädigung durch Startup (Erfolgsprovision in der Höhe von 5-9 % des gesamten Investitionsbetrags). Die Erfolgsprovision deckt den Aufwand von EquityHub im Zusammenhang mit der Kapitalsuche und die Kosten der von EquityHub begleiteten Abwicklung der Finanzierungsrunde (inkl. der öffentlichen Beurkundung). Für Investor:innen ist eine Investition auf EquityHub gebührenfrei.		

		Name	Foxstone SA www.foxstone.ch
		Rechtlicher Eigentümer	Foxstone SA
Geschäftsführer	Dan Amar	Adresse	Rue des Bains 35 1205 Genève
Gründungsjahr	2017	E-Mail	contact@foxstone.ch
Anzahl Mitarbeitende	23 (VZÄ)	Telefon	+41 22 800 26 26
Form	Crowdinvesting & Crowdlending		
Kurzbeschreibung Unternehmung	Foxstone ist auf Immobilien-Crowdfunding spezialisiert und bietet einen direkten Zugang zum Schweizer Immobilienmarkt ab CHF 10'000, um so Investitionen in Immobilien in der Schweiz zu demokratisieren. Die auf Einfachheit und Transparenz ausgerichtete, intuitive Plattform ermöglicht es Investoren, Miteigentümer eines Renditegebäudes zu werden und von den Mieteinnahmen zu profitieren. Foxstone bietet einen schlüsselfertigen Service, bei dem alle Vorgänge online abgewickelt werden. Von der Auswahl bis zur Verwaltung des Gebäudes kümmert sich Foxstone im Namen der Investoren um alle Formalitäten.		
Gebührenmodell	3 % auf den Kaufpreis oder den Darlehensbetrag. Dann 0.5-1 % auf den Kaufpreis als Management Fee.		

		Name	Funders.ch www.funders.ch
		Rechtlicher Eigentümer	Luzerner Kantonalbank AG
Geschäftsführer	Guido Hauser & Daniel Lütolf	Adresse	Pilatusstrasse 12 6003 Luzern
Gründungsjahr	2016	E-Mail	info@funders.ch
Anzahl Mitarbeitende	3 (VZÄ)	Telefon	+41 41 206 25 01
Form	Crowdsupporting, Crowddonation und Crowdlending		
Kurzbeschreibung Unternehmung	Funders ist die Crowdfunding-Plattform für Crowdsupporting- und Crowdlending-Projekte. Starter, das sind Erfinder, Kreative, Start-ups, KMU, Vereine, Veranstalter und gemeinnützige Organisationen, können so mit der Hilfe von zahlreichen Funder (Unterstützer) Projekte realisieren. Crowdfunding - Innovationen, Träume und Projekte gemeinsam realisieren		
Gebührenmodell	7 % inkl. Transaktionskosten beim Crowdsupporting. Crowdlending: 0.8 % für Kreditgeber, 0.8 % für Kreditnehmer auf Darlehensbetrag		

		Name	Fundoo.ch www.fundoo.ch
		Rechtlicher Eigentümer	Fundoo AG
Geschäftsführer	Daniel Schmidli	Adresse	Kunklerstrasse 9 9015 St. Gallen
Gründungsjahr	2018	E-Mail	info@fundoo.ch
Anzahl Mitarbeitende	4.6 (VZÄ)	Telefon	+41 76 208 08 63
Form	Crowddonating		
Kurzbeschreibung Unternehmung	Für Sportclubs, Schulen, Vereine und gemeinnützige Organisationen, die ihre Projekte, allen voran Spenden- und Sponsorenläufe einfach und digital abwickeln wollen. Die Plattform sorgt für eine Entlastung bei administrativen Tätigkeiten und bietet den Veranstaltern die Chance, ihr Spendenergebnis durch persönliche und digitale Spendenanfragen zu steigern.		
Gebührenmodell	Jahreslizenz und Servicegebühr pro Projekt, Transaktionsgebühren von Drittanbietern werden weiterverrechnet		

		Name	GivenGain www.givengain.com
		Rechtlicher Eigentümer	GivenGain Foundation
Geschäftsführer	Marc Freudweiler	Adresse	Avenue Centrale 122 1884 Villars-sur-Ollon
Gründungsjahr	2001	E-Mail	marc@givengain.com
Anzahl Mitarbeitende	5 (VZÄ)	Telefon	
Form	Crowddonating		
Kurzbeschreibung Unternehmung	GivenGain wurde im Juli 2001 von zwei Brüdern gegründet. Das Motto des Unternehmens lautet: "it is more blessed to give than to receive". GivenGain erlaubt Non-Profit Organisationen eine bessere Geschäftsführung, den Aufbau und die Pflege des Netzwerks sowie Unterstützung für Ideen zu gewinnen, an welche man glaubt. Alle Spenden an Projekte auf GivenGain werden innerhalb einer geprüften "Non-Profit-Compliant Umgebung" verarbeitet.		
Gebührenmodell	5 %		

		Name	I Believe In You www.ibelieveinyou.ch
		Rechtlicher Eigentümer	IbelieveInYou AG
Geschäftsführer	Philipp Furrer	Adresse	Kramgasse 5 3011 Bern
Gründungsjahr	2013	E-Mail	info@ibelieveinyou.ch
Anzahl Mitarbeitende	9 (VZÄ)	Telefon	+41 31 544 35 20
Form	Crowdsupporting		
Kurzbeschreibung Unternehmung	I Believe In You ist die erfolgreichste Sport-Crowding-Plattform der Schweiz, die auch in Frankreich und Österreich vertreten ist.		
Gebührenmodell	4 % Zahlungsabwicklung, 8 % Projektbetreuung. Individuelle Konditionen möglich.		

		Name	Imvesters www.imvesters.ch
		Rechtlicher Eigentümer	S2I (Swiss Innovative Investment) AG
Geschäftsführer	Gillian Nespolo	Adresse	Chemin du Moulin 2 1053 Cugy
Gründungsjahr	2019	E-Mail	info@imvesters.ch
Anzahl Mitarbeitende	2 (VZÄ)	Telefon	+41 21 311 40 40
Form	Crowdinvesting		
Kurzbeschreibung Unternehmung	Imvesters ist eine Crowdfunding-Plattform, die sich auf Immobiliengeschäfte konzentriert. Wir bringen Liquidität in den Immobilienmarkt und geben gleichzeitig jedem Einzelnen die Möglichkeit, Miteigentümer (ab CHF 20'000) von Immobilien an Top-Standorten zu werden und 6 % Rendite pro Jahr zu erzielen, die monatlich ausgeschüttet werden.		
Gebührenmodell	Brokerage Kommission 3 % und Verwaltungsgebühren 3 %		

		Name	LEND www.lend.ch
		Rechtlicher Eigentümer	Switzerland AG
Geschäftsführer	Michel Lalive d'Epinay & Florian Kübler	Adresse	Hofackerstrasse 13 8031 Zürich
Gründungsjahr	2016	E-Mail	info@lend.ch
Anzahl Mitarbeitende	18 (VZÄ)	Telefon	
Form	Crowdlending		
Kurzbeschreibung Unternehmung	Peer-to-Peer Lender in der Schweiz		
Gebührenmodell	Kreditnehmer: 0.75 % p.a., Anleger: 1 % des Anlagebetrags		

 LENDORA		Name	Lendora www.lendora.ch
		Rechtlicher Eigentümer	Lendora SA
Geschäftsführer	Benjamin Droux	Adresse	Avenue Edouard Rod 4 1260 Nyon
Gründungsjahr	2017	E-Mail	info@lendora.ch
Anzahl Mitarbeitende	4 (VZÄ)	Telefon	+41 22 562 42 88
Form	Crowdlending		
Kurzbeschreibung Unternehmung	Lendora bringt Kreditnehmer und Investoren zusammen, um Kredite kostengünstiger und Investitionen rentabler zu machen.		
Gebührenmodell	0.7 % p.a. für Kreditnehmer und 0.5 % p.a. auf den investierten Betrag für den Inverstoren.		

RAIFFEISEN lokalhelden.ch		Name	Lokalhelden.ch www.lokalhelden.ch www.heroslocaux.ch www.eroilocali.ch
		Rechtlicher Eigentümer	Raiffeisen Schweiz
Geschäftsführer	Samuel Weibel	Adresse	Raiffeisenplatz 9001 St. Gallen
Gründungsjahr	2016	E-Mail	info@lokalhelden.ch
Anzahl Mitarbeitende	4.2 (VZÄ)	Telefon	
Form	Crowdonating / Crowdsupporting		
Kurzbeschreibung Unternehmung	Lokalhelden.ch – die Crowdfunding-Plattform für eine vielfältige Schweiz.		
Gebührenmodell	kostenlos (Transaktionsgebühren von Drittanbietern (TWINT, Kreditkartenfirmen oder Treuhänder) werden weiter verrechnet)		

		Name	Neocredit www.neocredit.ch
		Rechtlicher Eigentümer	Neocredit.ch AG
Geschäftsführer	Vincent van Seumeren	Adresse	Wankdorffeldstrasse 64 3014 Bern
Gründungsjahr	2019	E-Mail	contact@neocredit.ch
Anzahl Mitarbeitende	8 (VZÄ)	Telefon	+41 31 539 19 35
Form	Crowdinvesting		
Kurzbeschreibung Unternehmung	neocredit.ch verbindet private und institutionelle Kreditgeber direkt mit Schweizer KMU. KMU können einfach, transparent und vollständig digital bis zu CHF 1'000'000 finanzieren. Anleger profitieren von attraktiven Renditen bereits ab CHF 100.		
Gebührenmodell	Einmalig 2 % des Kreditvolumens, anschliessend 1 % pro Jahr des ausstehenden Volumens.		

		Name	Progettiamo www.progettiamo.ch
		Rechtlicher Eigentümer	Enti Regionali per lo Sviluppo del Canton Ticino (Locarnese e Vallemaggia, Bellinzonese e Valli, Luganese, Mendrisiotto e Basso Ceresio)
Geschäftsführer	Regional Manager ERS (Igor Franchini, Stefano Di Casola, Daisy Albertella & Elena Bernaschina)	Adresse	c/o ERS-LVM via F. Rusca 8, C.P. 323 6600 Locarno
Gründungsjahr	2014	E-Mail	locarnese@progettiamo.ch
Anzahl Mitarbeitende	1 (VZÄ)	Telefon	
Form	Crowdsupporting		
Kurzbeschreibung Unternehmung	Progettiamo.ch ist eine Plattform, welche Projekte im Tessin unterstützt (traditionelles Fundraising & Crowdfunding). Die Projekte werden durch regionale Projektmanager bis zur Realisation hin überwacht. Progettiamo wird von öffentlichen und privaten Sponsoren finanziert.		
Gebührenmodell	0 %		

		Name	ProjektStarter www.projektstarter.ch
		Rechtlicher Eigentümer	Designatelier GmbH
Geschäftsführer	Lukas Wullimann	Adresse	Weissensteinstrasse 81 4500 Solothurn
Gründungsjahr	2011	E-Mail	mail@projektstarter.ch
Anzahl Mitarbeitende	0.8 (VZÄ)	Telefon	+41 32 622 07 07
Form	Crowdsupporting		
Kurzbeschreibung Unternehmung	Plattform zur Förderung von Innovationen in Unternehmen (Neuaustrichtung "Innovationsmanagement" seit Mai 2021 - Funding rückt in Hintergrund)		
Gebührenmodell	8 %, bzw. 5 % für YOUNG		

		Name	Raizers www.raizers.com
		Rechtlicher Eigentümer	Maxime Pallain & Gregoire Linder
Geschäftsführer	Maxime Pallain & Gregoire Linder	Adresse	Rue Alice-et-William-Favre 34 1207 Genf
Gründungsjahr	2014	E-Mail	contact@raizers.com
Anzahl Mitarbeitende	15 (VZÄ)	Telefon	+41 22 575 27 27
Form	Crowdlending		
Kurzbeschreibung Unternehmung	Raizers ist eine Online-Investitionsplattform, die es jeder Person und jedem Unternehmen ermöglicht, Kredite an Immobilienentwickler zu vergeben und so Zugang zu Investitionsmöglichkeiten zu erhalten, die von unserem Analyistenteam ausgewählt wurden und bisher institutionellen Investoren vorbehalten waren.		
Gebührenmodell	Geldnehmer: 5-7 % , Geldgeber: keine		

		Name	SIG Impact www.sig-impact.ch
		Rechtlicher Eigentümer	Services industriels de Genève (SIG)
Geschäftsführer	Christian Brunier, Jean-Marc Zraggen & Frédéric Godmer	Adresse	Chemin Château-Bloch 2 1219 Le Lignon
Gründungsjahr	2018	E-Mail	jean-marc.zraggen@sig-ge.ch
Anzahl Mitarbeitende	1 (VZÄ)	Telefon	+41 22 420 82 87
Form	Crowdsupporting		
Kurzbeschreibung Unternehmung	SIG Impact ist eine branchenbezogene Plattform, die ausschließlich in Genf ansässige Projekte zur Förderung der Energiewende publiziert, wie z.B. Projekte zur Energieeffizienz, zu erneuerbaren Energien und zur Abfallreduzierung.		
Gebührenmodell	Die SIG Impact-Plattform ist mit unserem Demand-Side-Management-Programm "éco21" verknüpft, so dass für die von unseren Kunden veröffentlichten Projekte keine Provisionen erhoben werden. Sonst 10 % der Projektsumme für Nicht-Kunden der SIG.		

		Name	Splendit www.splendit.ch
		Rechtlicher Eigentümer	Switzerland AG
Geschäftsführer	Michel Lalive d'Epinay & Florian Kübler	Adresse	Hofackerstrasse 13 8031 Zürich
Gründungsjahr	2014	E-Mail	info@splendit.ch
Anzahl Mitarbeitende	0.5 (VZÄ)	Telefon	
Form	Crowdlending		
Kurzbeschreibung Unternehmung	Splendit ist eine Crowdlending-Plattform für Studierende. Splendit ist ein Crowdlending-Vermittler und Abwickler von Darlehen für Studierende.		
Gebührenmodell	Monatliche Gebühr von CHF 10 für Studierende während Laufzeit des Kredites. Investoren bezahlen einmalig 2 % zu Beginn der Kreditvergabe.		

		Name	SwissLending www.swisslending.com
		Rechtlicher Eigentümer	
Geschäftsführer	Dominique Goy	Adresse	Rue du Général-Dufour 20 1204 Genève
Gründungsjahr	2016	E-Mail	contact@swisslending.ch
Anzahl Mitarbeitende	1 (VZÄ)	Telefon	+41 22 730 10 08
Form	Crowdlending		
Kurzbeschreibung Unternehmung	SwissLending ist eine Crowdfunding-Plattform mit dem Fokus auf Real Estate Crowdlending. SwissLending verbindet Immobilienentwickler mit Investoren und bietet verbrieft sowie auch Überbrückungskredite an.		
Gebührenmodell	1.5 % - 5 % für den Kreditnehmer, bei Kreditgebern wird keine Gebühr erhoben.		

		Name	swisspeers www.swisspeers.ch
		Rechtlicher Eigentümer	swisspeers AG
Geschäftsführer	Alwin Meyer	Adresse	Zürcherstrasse 12 8400 Winterthur
Gründungsjahr	2016	E-Mail	info@swisspeers.ch
Anzahl Mitarbeitende	10 (VZÄ)	Telefon	+41 52 511 50 80
Form	Crowdlending		
Kurzbeschreibung Unternehmung	Swisspeers ist eine unabhängige Direct Lending Plattform, die es Unternehmen erlaubt, bei Investoren direkt – also ohne Zwischenschaltung eines Finanzinstituts – Fremdkapital zu beschaffen. Diese Peer-to-peer-Finanzierung schafft eine einfache Alternative zum traditionellen Bankkredit: Die Kreditbeurteilung erfolgt neutral durch swisspeers aufgrund nachvollziehbarer Kriterien. Der Preis wird im Rahmen eines Auktionsverfahrens im Anlegermarkt festgesetzt. Anlegern bietet swisspeers die Möglichkeit, interessante Direktinvestitionen in kleine und mittlere Unternehmen zu tätigen. Diese alternativen Anlagen mit attraktivem Risiko-Rendite-Profil tragen gleichzeitig zur Stärkung des Wirtschaftsstandorts Schweiz bei.		
Gebührenmodell	0.75 % p.a. Kreditnehmer, 0.5 % p.a. Kreditgeber		

		Name	there-for-you.com www.there-for-you.com
		Rechtlicher Eigentümer	DAM10 AG
Geschäftsführer	Pascal Jenny	Adresse	Jöri-Jenni-Strasse 32 7050 Arosa
Gründungsjahr	2020	E-Mail	info@there-for-you.com
Anzahl Mitarbeitende	2.9 (VZÄ)	Telefon	
Form	Crowddonating		
Kurzbeschreibung Unternehmung	there-for-you.com ist eine neutrale Crowddonating-Plattform für Projekte aus den Bereichen Klimaschutz, Tierschutz, Kinderhilfe und Humanitäres.		
Gebührenmodell	Kostenfreie Aufschaltung, bei erfolgreichen Projekten insgesamt 10 % der Spendensumme für Finanztransaktionskosten und Betriebsaufwand		

		Name	Yes We Farm www.yeswefarm.ch
		Rechtlicher Eigentümer	Nicolas Oppliger
Geschäftsführer	Nicolas Oppliger	Adresse	Rue du Seyon 2 2000 Neuchâtel
Gründungsjahr	2018	E-Mail	info@yeswefarm.ch
Anzahl Mitarbeitende	1.2 (VZÄ)	Telefon	079 858 92 47
Form	Crowdsupporting		
Kurzbeschreibung Unternehmung	Die erste Schweizer Crowdfunding-Plattform für die Landwirtschaft und Ernährung.		
Gebührenmodell	12 %		

		Name	wemakeit www.wemakeit.com
		Rechtlicher Eigentümer	wemakeit AG
Geschäftsführer	Céline Fallet (Operations) & Leandro Davies (Finanzen)	Adresse	Schöneggstrasse 5 8004 Zürich
Gründungsjahr	2012	E-Mail	hello@wemakeit.com
Anzahl Mitarbeitende	10 (VZÄ)	Telefon	
Form	Crowdsupporting & Crowddonating		
Kurzbeschreibung Unternehmung	wemakeit wurde im Februar 2012 in der Schweiz gegründet und hat sich in kurzer Zeit zu einer der grössten Crowdfunding-Plattformen Europas entwickelt. Sie bietet Kreativen die Möglichkeit, Projektideen online einem grossen Publikum zu präsentieren und zusammen mit vielen Unterstützer*innen zu finanzieren. Neben Büros in Zürich und Genf ist wemakeit in Wien und Bellinzona vor Ort. Lanciert als Kulturinitiative, ist wemakeit mittlerweile offen für Crowdfunding in allen Sparten und hat sich als wichtiges Finanzierungs- und Marketingtool für Kreativschaffende, Startups und Organisationen etabliert.		
Gebührenmodell	10 % (6 % Servicegebühr, 4 % Zahlungsgebühr) / Colibri: 5 % Zahlungs- und Servicegebühr		

		Name	3circlefunding www.3circlefunding.ch
		Rechtlicher Eigentümer	3circlefunding GmbH
Geschäftsführer	Anthony McCarthy	Adresse	Höschgasse 25 8008 Zürich
Gründungsjahr	2017	E-Mail	anthony.mccarthy@3circlefunding.ch
Anzahl Mitarbeitende	4 (VZÄ)	Telefon	
Form	Crowdlending		
Kurzbeschreibung Unternehmung	Wir bieten Crowdfinanzierungen an mit dem Ziel den Investoren und Kreditnehmenden mehr Kontrolle und Freiheit über die Kredite zu geben. Zusätzlich bieten wir einen Sekundärmarkt für die Kredite an.		
Gebührenmodell	0.75 % p.a. Kreditnehmer, 0.4 % p.a. Kreditgeber		

Anhang: Statistik

Anzahl Kampagnen					
Jahr	Crowd-investing	Crowdsupporting/ Crowddonating	Crowd-lending	Invoice Trading	Total
2008	0	0	17	0	17
2009	0	0	28	0	28
2010	3	0	74	0	77
2011	6	15	85	0	106
2012	7	331	61	0	399
2013	10	594	116	0	720
2014	10	854	214	0	1'078
2015	17	1'059	266	n/a	1'342
2016	25	1'338	840	n/a	2'803
2017	42	1'536	2'035	n/a	5'113
2018	87	1'644	3'290	1'500	6'521
2019	98	1'769	2'781	0	4'648
2020	57	14'984 ⁵²	2'323	0	17'364
2021	49	1'867	3'055	0	4'971
2008-2021	411	25'991	15'185	1'500⁵³	45'187

Erzieltes ausbezahltes Kampagnenvolumen in Millionen CHF					
Jahr	Crowdinvesting	Crowdsupporting/Crowddonating	Crowdlending	Invoice Trading	Total
2008	0	0	0.1	0	0.1
2009	0	0	0.2	0	0.2
2010	0.4	0	1.3	0	1.7
2011	1.7	0.3	1.1	0	3.1
2012	1.9	2.5	0.9	0	5.3
2013	5.6	4.2	1.8	0	11.6
2014	4.6	7.7	3.5	0	15.8
2015	7.1	12.3	7.9	0.4	27.7
2016	39.2	17.0	55.1	17.0 ⁵⁴	128.2
2017	135.2	29.1	186.7	23.5	374.5
2018	204.9	25.6	261.9	24.3	516.6
2019	154.1	24.6	418.4	0	597.1
2020	114.0	44.6	448.0	0	606.6
2021	147.2	37.6	607.0	0	791.8
2008-2021	815.9	205.5	1'993.8	65.2	3'080.03

⁵² 13'092 der insgesamt 14'984 Kampagnen stammen von temporären Plattformen, welche aufgrund von Covid-19 lanciert wurden.

⁵³ Beinhaltet lediglich das Volumen 2018.

⁵⁴ Das Volumen im Bereich Invoice Trading stammte von Advanon. Ab 2019 wurde Advanon nicht mehr in der Statistik berücksichtigt.

Autoren

Prof. Dr. Andreas Dietrich

Andreas Dietrich (1976) ist Leiter des Instituts für Finanzdienstleistungen Zug IFZ sowie Studiengangleiter des CAS Digital Banking. Er studierte und promovierte an der Universität St. Gallen HSG, wirkte als wissenschaftlicher Mitarbeiter an der HSG und absolvierte ein Forschungsjahr an der DePaul University in Chicago. Seit 2008 arbeitet er am IFZ. Zudem ist er seit 2015 Mitglied des Verwaltungsrates der Luzerner Kantonalbank.

Dr. Simon Amrein

Simon Amrein (1985) ist Dozent sowie Studiengangleiter des MSc in Banking and Finance an der Hochschule Luzern – Wirtschaft. Simon Amrein arbeitet seit 2009 am Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ. Er studierte Banking and Finance an der Hochschule Luzern – Wirtschaft, Wirtschaftsgeschichte an der London School of Economics and Political Science und promovierte am European University Institute in Florenz.

Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ

Das Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ der Hochschule Luzern – Wirtschaft ist das führende Fachhochschulinstitut im Finanzbereich in der Schweiz. Das IFZ bietet Forschungs- und Beratungsdienstleistungen an und verfügt über ein breites Weiterbildungsangebot für Fach- und Führungskräfte aus der Finanzbranche. Zu der Ausbildungspalette des IFZ gehören auch die Bachelor und Master of Science Studiengänge mit Fachrichtung Banking & Finance, Financial Management und Real Estate.

Das Weiterbildungsangebot des Instituts für Finanzdienstleistungen Zug IFZ umfasst die folgenden Studiengänge:

Master of Advanced Studies MAS

- MAS Bank Management
- MAS Controlling
- MAS Corporate Finance
- MAS Economic Crime Investigation
- MAS Immobilienmanagement
- MAS Pensionskassen Management
- MAS Private Banking & Wealth Management

Diploma of Advanced Studies DAS

- DAS Accounting
- DAS Bank Management
- DAS Compliance Management
- DAS Controlling
- DAS Corporate Finance
- DAS Economic Crime Investigation
- DAS Pensionskassen Management
- DAS Private Banking & Wealth Management

Certificate of Advanced Studies CAS

- CAS Anlageberatung
- CAS Asset Management
- CAS Commodity Professional
- CAS Controlling
- CAS Corporate Finance
- CAS Crypto Finance & Cryptocurrencies
- CAS Digital Banking
- CAS Digital Controlling
- CAS Economic Crime Investigation
- CAS Financial Investigation
- CAS Financial Management
- CAS Finanz- und Rechnungswesen für Juristen
- CAS Finanzmanagement für Nicht-Finanzfachleute
- CAS Funding & Treasury
- CAS Future of Insurance
- CAS Gesamtbanksteuerung
- CAS Governance, Risk and Compliance
- CAS Group Reporting and Analysis
- CAS Real Estate Asset Management
- CAS Real Estate Development
- CAS Real Estate Investment Management
- CAS Sales und Marketing im Banking
- CAS Swiss Certified Treasurer (SCT®)
- CAS Turnaround Management
- CAS Verwaltungsrat

Ausgewählte Publikationen des IFZ

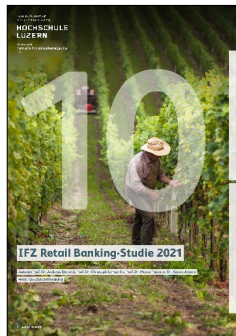
Swiss Asset Management Study 2021



111 Seiten, kostenlos
online verfügbar

- Analyse des Schweizer Asset Management Marktes
- Marktübersicht von Schweizer Asset Managern

IFZ Retail Banking Studie 2021



222 Seiten, kostenpflichtig
bestellbar unter
ifz@hslu.ch

- Benchmarking und Corporate Governance Schweizer Retailbanken

IFZ FinTech Study 2022



191 Seiten, kostenlos
online verfügbar

- Hub Comparison
- Political & Legal Environment
- Economic, Social & Technological Environment
- Swiss FinTech Companies

Marketplace Lending Report 2021



36 Seiten, kostenlos
online verfügbar

- Analyse des Online-Fremdkapital-Marktes in der Schweiz
- Crowdfunding Deep Dive

Studie zur Finanzierung der KMU 2021



84 Seiten, kostenlos
verfügbar unter
hslu.ch/retailbanking

- Studie im Auftrag des Staatsekretariats für Wirtschaft SECO
- Untersuchung der KMU Finanzierung basierend auf repräsentativer Befragung

Crowdfunding im Kulturbereich, 2016



40 Seiten, kostenlos
verfügbar unter
hslu.ch/crowdfunding

- Crowdfunding im Kulturbereich, der Schweizer Markt
- Charakteristiken von Crowdfunding-Kampagnen im Kulturbereich

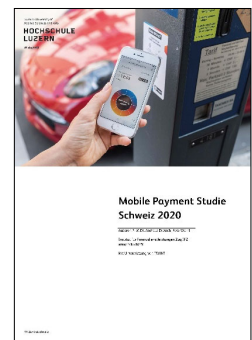
Digitales Anlegen in der Schweiz



40 Seiten, kostenlos
verfügbar unter
hslu.ch/retailbanking

- Geschäftsmodelle und Marktübersicht
- Welche Kunden sind (potenzielle) Nutzer von digitalen Anlagelösungen?

Mobile Payment Studie Schweiz 2020



31 Seiten, kostenlos
verfügbar unter
hslu.ch/retailbanking

- Analyse des Zahlungsmarktes Schweiz
- Analyse der Nutzung von TWINT

Hochschule Luzern – Wirtschaft

Institut für Finanzdienstleistungen Zug
IFZ

Suurstoffi 1
CH-6343 Rotkreuz

hslu.ch/crowdfunding
ISBN 978-3-906877-94-5