

DIGITALES ARCHIV

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

Periodical Part

Crowdfunding monitoring Schweiz ... / Institut für Finanzdienstleistungen Zug ; 2014

Provided in Cooperation with:
Hochschule Luzern

Reference: Crowdfunding monitoring Schweiz ... / Institut für Finanzdienstleistungen Zug ; 2014
(2014).

This Version is available at:
<http://hdl.handle.net/11159/3448>

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.



Inhaltsverzeichnis

Die wichtigsten Resultate	3
Crowdfunding – Begriffsabgrenzung	4
Der Crowdfunding Markt in der Schweiz	7
Internationaler Vergleich	13
Thesen Crowdfunding 2014	14
Die Marktteilnehmer	15

Vorwort

Crowdfunding ist eine alternative Art der Finanzierung. Zentrales Element im Crowdfunding ist die direkte, internetbasierte Kommunikation zwischen Geldgebern und Kapitalnehmern. Crowdfunding-Plattformen machen sich eine Menge von Menschen zu Nutze, um mit deren Hilfe ein gewünschtes Projekt finanzieren zu können. Die Gegenleistung kann dabei, je nach Crowdfunding-Art, monetärer (z.B. in Form einer Gewinnbeteiligung) oder nicht-monetärer (z.B. in Form von Anerkennung) Natur sein.

Auch wenn die Grundlagen und die Idee von Crowdfunding weit in die Vergangenheit zurückreichen, ist der Begriff in seiner heutigen Erscheinungsform weltweit ein relativ junges Phänomen. Auch in der Schweiz existiert die Idee von Crowdfunding noch nicht lange: Die erste klassische Crowdfunding-Plattform war Cashare und wurde im Jahr 2008 gegründet. In der Zwischenzeit wird Crowdfunding in der Schweiz immer beliebter und die Entwicklung der Zahlen widerspiegelt eine steigende Relevanz von Crowdfunding, sowohl als alternative Finanzierungsform für junge Unternehmen als auch als Alternative für herkömmliche Konsumkredite. Ebenso wurden dank Spenden über Crowdfunding-Plattformen oder vielfältigen Unterstützungen im sozialen und kulturellen Bereich bereits zahlreiche Projektideen finanziert, welche ohne die Vielzahl an Geldgebern (der Crowd) ansonsten nicht zustande gekommen wären.

Um einen Einblick in den Schweizer Crowdfunding-Markt zu gewähren und die Transparenz in diesem derzeit noch wenig erforschten Markt zu erhöhen, publiziert das Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ der Hochschule Luzern – Wirtschaft die schweizweit erste Studie zum Thema Crowdfunding. In der vorliegenden Studie wird zuerst der Begriff Crowdfunding definiert und erläutert. Danach wird die Entwicklung dieses Marktes in der Schweiz anhand verschiedener Kennzahlen aufgezeigt und diskutiert. Die dafür notwendigen Daten konnten erhoben werden, da sämtliche Crowdfunding-Marktteilnehmer der Schweiz ihre Daten zur Verfügung gestellt haben und wir diese aggregiert publizieren dürfen. Schlussendlich werden aufgrund der Analysen Thesen zur Entwicklung im Crowdfunding-Markt im Jahr 2014 formuliert.

Es zeigt sich, dass die Bedeutung von Crowdfunding in der Schweiz mit einem Volumen von rund CHF 11.6 Mio. derzeit noch gering ist. Die Wachstumsraten sind aber sowohl auf Seiten der Anzahl Anbieter als auch in Bezug auf das Volumen oder die Anzahl erfolgreich finanzierter Kampagnen beeindruckend hoch. Ein Vergleich der Relevanz von Crowdfunding in der Schweiz mit den Volumen in Grossbritannien (CHF 1.38 Mrd.) oder in Nordamerika (etwa CHF 3.3 Mrd.) zeigt aber, dass der Schweizer Markt derzeit noch in den Kinderschuhen steckt. Wir erwarten jedoch, dass der Crowdfunding-Markt in den nächsten Jahren auch in der Schweiz deutlich an Bedeutung gewinnt.

An dieser Stelle bedanken wir uns herzlich bei allen Crowdfunding-Plattformen für den Zugang zu den Daten. Ebenso möchten wir uns bei Swisscom für die Unterstützung bedanken. Das IFZ und Swisscom werden künftig gemeinsam an der Transparenz im Crowdfunding Markt arbeiten. Speziellen Dank richten wir an unsere wissenschaftliche Mitarbeiterin Sabrina Beckerbauer, die uns bei der Erstellung dieser Studie unterstützt hat. Schliesslich möchten wir uns für den finanziellen Support bei der Hochschule Luzern – Wirtschaft bedanken.



Prof. Dr. Andreas Dietrich
Leiter Kompetenzzentrum Financial Services Management,
Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ



Simon Amrein
Wissenschaftlicher Mitarbeiter,
Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ

Autoren



Prof. Dr. Andreas Dietrich

Prof. Dr. Andreas Dietrich (1976) ist Dozent, Projektleiter, Studiengangsleiter des Master of Science in Banking and Finance sowie Leiter des Kompetenzzentrums Financial Services Management am Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ der Hochschule Luzern – Wirtschaft. Er studierte und promovierte an der Universität St. Gallen. Während seines Doktorandenstudiums wirkte er als wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universität St. Gallen HSG und absolvierte ein vom schweizerischen Nationalfonds unterstütztes Forschungsjahr an der DePaul University in Chicago. Seit 2008 arbeitet er am IFZ.



Simon Amrein

Simon Amrein (1985) ist seit 2009 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ der Hochschule Luzern – Wirtschaft. Er studierte Betriebswirtschaft und absolvierte ein Master-Studium in Banking & Finance an der Hochschule Luzern – Wirtschaft. Zudem verfügt Simon Amrein über einen Master of Science in Wirtschaftsgeschichte der London School of Economics and Political Science.

Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ

Das Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ der Hochschule Luzern – Wirtschaft ist in der Schweiz das führende Fachhochschulinstitut im Finanzbereich. Das IFZ bietet Finanzfachleuten aus Unternehmen sowie Fach- und Führungskräften aus der Finanzbranche Weiterbildungs-, Forschungs- und Beratungsdienstleistungen an. Zu der Ausbildungspalette des IFZ gehören beispielsweise die Bachelor und Master of Science Studiengänge mit Fachrichtung Banking & Finance. Im Bereich der Weiterbildung bietet das IFZ zahlreiche anerkannte Lehrgänge an.

Das Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ veröffentlicht regelmässig Studien und Fachartikel. Auf jährlicher Basis publiziert das IFZ die Studie «Retail Banking Schweiz», eines der zentralen Nachschlagewerke für den Bankenmarkt Schweiz. Zudem berichtet der IFZ Retail Banking Blog www.hslu.ch/retailbanking wöchentlich über Entwicklungen im Schweizer Finanzmarkt und informiert mitunter auch über Trends im Crowdfunding.

Swisscom Enterprise Customers

Swisscom unterstützt das Crowdfunding Monitoring Schweiz des Instituts für Finanzdienstleistungen Zug IFZ mit ihrem Team «Banking Trends & Innovation» (e-research). Es observiert und analysiert seit 2012 für seine Kunden die Trends im digitalen Ökosystem, antizipiert deren Auswirkungen auf die Geschäftsfelder der Banken und leitet daraus Empfehlungen ab. Die Banken werden laufend mit Newslettern, Deep Dive-Studien und Quartalsberichten über e-Commerce-Entwicklungen und -Märkte informiert.

Die wichtigsten Resultate

Volumen

In der Schweiz wurden im Jahr 2013 im Bereich Crowdfunding **CHF 11.6 Mio.** vermittelt.

Dies entspricht mehr als einer **Verdoppelung des Volumens** gegenüber 2012 (CHF 5.2 Mio.).

Das grösste Wachstum von 2012 auf 2013 verzeichnete der Bereich Crowdfunding (+192 %, auf insgesamt CHF 5.58 Mio.), gefolgt von Crowdlending (+109 %, auf CHF 1.78 Mio.) und Crowdsupporting/Crowddonating (+68 %, auf CHF 4.23 Mio.).

Durchschnittliches Volumen der finanzierten Kampagnen 2013:

- Crowdfunding: CHF 558'000.–
- Crowdlending: CHF 15'000.–
- Crowdsupporting/Crowddonating: CHF 7'000.–

Erfolgsquoten

Im Jahr 2013 wurden von 1'125 lancierten Kampagnen **720 Kampagnen finanziert**. Dies entspricht einer **Erfolgsquote von 64%**. Die Erfolgsquote ist im Bereich Crowdlending am höchsten, gefolgt von Crowdfunding und Crowdsupporting/Crowddonating mit 66 % und 60 %.

Der Schweizer Markt im Vergleich

Der **Schweizer Markt ist jung**: Aktuell gibt es in der Schweiz vierzehn aktive Plattformen. Zwölf Plattformen haben ihren Sitz in der Schweiz.

Vergleicht man die Volumen der über Crowdfunding vermittelten Gelder mit den relevanten Geschäftsfeldern – beispielsweise dem Markt für Venture Capital, dem Volumen von gemeinnützigen Spenden oder dem Konsumkreditmarkt – so zeigt sich ein immer noch sehr tiefer Anteil des Crowdfunding-Modells. Dies spricht aber gleichzeitig auch für ein **hohes Potenzial der Mittelbeschaffung via Crowdfunding**.

Die Zukunftsaussichten

Wir erwarten von 2013 auf 2014 eine **Verdoppelung des Schweizer Crowdfunding-Volumen auf CHF 24 Mio.**

Weitere **Marktteilnehmer werden im Jahr 2014 in den Markt eintreten**.

Crowdfunding – Begriffsabgrenzung

Crowdfunding, im Deutschen auch Schwarmfinanzierung genannt, ist eine alternative Art der Finanzierung. Das Konzept basiert darauf, dass eine Vielzahl von Menschen Geld für kulturelle, soziale oder kommerzielle Projekte aufbringen. Die Kommunikation zwischen Investor und Kapitalnehmer erfolgt internetbasiert; die Rolle des Vermittlers (Intermediär) übernimmt eine Crowdfunding-Plattform. Dem Intermediär wird für die Transaktion eine Gebühr entrichtet. Diese Vermittlungsprovision ist meistens als Prozentsatz auf dem erhobenen Betrag definiert. Die Kapitalgeber werden je nach Crowdfunding-Art monetär oder anderweitig entschädigt.

Bisher konnte sich noch keine einheitliche Definition für den Begriff «Crowdfunding» durchsetzen. Dies hat einerseits mit dem kurzen Bestehen von Crowdfunding und andererseits mit der laufenden Weiterentwicklung des Begriffes zu tun. Der Begriff Crowdfunding wird in der Literatur oftmals sowohl begrifflich als auch konzeptionell als Subkategorie von Crowdsourcing angesehen. Der Begriff 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 und kann auch als Community bezeichnet werden. Outsourcing bedeutet die Auslagerung von bestimmten Aufgaben. Diese Auslagerung kann zwischen Privaten und/oder Unternehmen geschehen. Der Grundgedanke von Crowdsourcing ist entsprechend die Erledigung einer bestimmten Aufgabe durch eine Community. Dabei generiert die Community in einem vorher klar definierten Rahmen (z.B. Zeitraum, Teilnahmebedingungen, Entschädigung) unterschiedlichste Mehrwerte für den Auftraggeber¹.

Crowdsourcing tritt in vier verschiedenen Formen auf, die in der untenstehenden Abbildung 1 veranschaulicht sind. Im Jahr 2006 prägte Howe in einem wegweisenden Artikel die Begriffe Crowdcuration, Crowdvoting und Crowdwisdom². Ergänzend zu diesen drei Formen kam später der Begriff Crowdfunding dazu, welcher nicht die Aggregation von Wissen, Meinungen und Kreativität umfasst, sondern die Sammlung von Geldern zum Ziel hat.

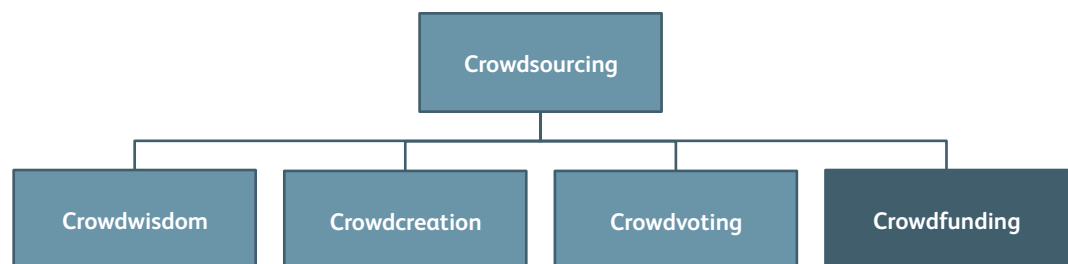


Abbildung 1: Begriffsübersicht Crowdsourcing (Kaltenbeck, 2011)

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

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

- **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 wird 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 Crowdfunding ist die Nutzung des Internets sowie der Crowd zentral. In Abweichung zu den oben erwähnten Kategorien stehen jedoch nicht Wissen und kreatives Potenzial der Crowd im Mittelpunkt, sondern die Beschaffung von Kapital für Projekte aller Art. Die Phase der Geldbeschaffung wird als Kampagne bezeichnet.

Definition von Crowdfunding – Die Gegenleistung als Entscheidungskriterium

Mittels Crowdfunding wird versucht, über das Internet möglichst viele potenzielle Kapitalgeber zu gewinnen. Analog zum Überbegriff Crowdsourcing kann Crowdfunding ebenfalls in verschiedene Formen aufgeteilt werden. Hauptkriterium für die Einteilung in die Kategorien ist die Gegenleistung. Die Gegenleistungen können einerseits einen monetären Hintergrund haben: Die Kapitalgeber erhalten hierbei eine Beteiligung am Unternehmen (Crowdinvesting) oder einen Zinsertrag (Crowdlending) für das zur Verfügung gestellte Kapital. Andererseits können die Gegenleistungen auch nicht-monetär sein (Crowdsupporting: z.B. einmalige Gegenleistung in Form von Produkten, künstlerischen Werken, Dienstleistungen oder einem Treffen mit einem Künstler). 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 im Übrigen auch oft der Fall beim Crowdsupporting. Hier steht ebenfalls meist die ideelle Unterstützung im Vordergrund, da die Gegenleistungen in Form von Gütern oder Dienstleistungen objektiv schwer zu bewerten sind und oft nur einem kleinen Anteil der Investition entsprechen. Die vier Kategorien sind in Abbildung 2 ersichtlich und lassen sich wie folgt definieren:

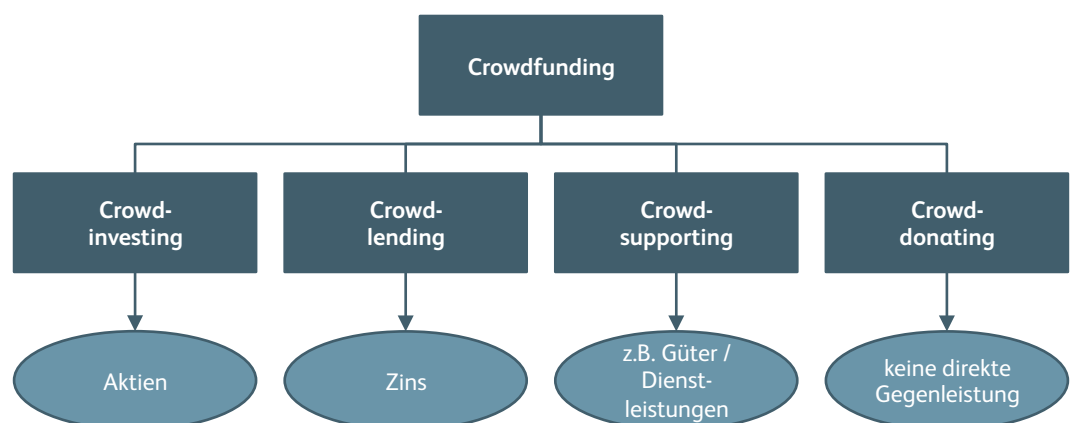


Abbildung 2: Formen und Gegenleistungen der verschiedenen Crowdfunding-Kategorien

- **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. Eine Grundvoraussetzung, damit Crowddonating funktioniert, ist der Aufbau und die Sicherstellung einer emotionalen Bindung zwischen den Kapitalgebern und den Empfängern.
- **Crowdsupporting:** In die Kategorie Crowdsupporting fallen häufig kreative oder kulturelle Projekte sowie Projekte aus dem Sportbereich. Es sind jedoch auch kommerzielle Projekte denkbar. Bei dieser Art der Finanzierung erhält der Investor eine in der Regel einmalige Gegenleistung in Form von Produkten, künstlerischen Werken oder Dienstleistungen. Der Kreativität der Kapitalsuchenden sind hier keine Grenzen gesetzt.
- **Crowdinvesting:** Beim Crowdinvesting geht es weniger um das Finanzieren eines Projektes, als vielmehr um eine Beteiligung über Eigen- oder Mezzanine-Kapital an einem jungen Unternehmen. Crowdinvesting bietet auch Investoren mit kleinem Investitionsvolumen die Möglichkeit ein Jungunternehmen in der Wachstumsphase zu unterstützen. Als Gegenleistung erhalten Investoren Anteile am Unternehmen. Oft handelt es sich um stille Beteiligungen, bei denen die Kapitalgeber beschränkte Stimmrechte haben.
- **Crowdlending:** Das Crowdlending umfasst im Wesentlichen die Finanzierung von Unternehmen oder Privaten durch Kredite (Fremdkapital). Diese werden oft auch als Peer-to-Peer (P2P) Kredite bezeichnet. Noch bevor der Begriff des Crowdlending gebräuchlich wurde, war diese Form der Fremdkapitalvermittlung bereits als Peer-to-Peer Lending bekannt. Als Gegenleistung für die Kreditgewährung erwarten die Darlehensgeber eine risikoadjustierte Rendite ihrer Investition.

Da die uns zugestellten Daten eine genaue Trennung von Crowddonating und Crowdsupporting nicht zulassen, werden diese beiden Kategorien nachfolgend gemeinsam betrachten.

Der Crowdfunding Markt in der Schweiz

Als erste Crowdfunding-Plattform in der Schweiz wurde im Jahr 2008 Cashare gegründet. In der Zwischenzeit ist der Markt stark gewachsen. Ende 2013 waren bereits vierzehn Crowdfunding-Plattformen in der Schweiz aktiv, wovon in der Studie dreizehn berücksichtigt sind (siehe Abbildung 3). Von Indiegogo sind leider keine Daten verfügbar. Aufgeteilt in die drei Kategorien Crowdsupporting/Crowddonating, Crowdinvesting und Crowdlending sind in der Schweiz die folgenden Plattformen tätig:

- **Crowddonating/Crowdsupporting:** 100-days, feinfunding, Ibelieveinyou, Indiegogo, Kickstarter, Moboo, ProjektStarter, Sosense, wemakeit.
- **Crowdinvesting:** investiere, 7Crowd, c-crowd.
- **Crowdlending:** Cashare (seit 2013 auch im Crowdsupporting tätig), direct-lending.

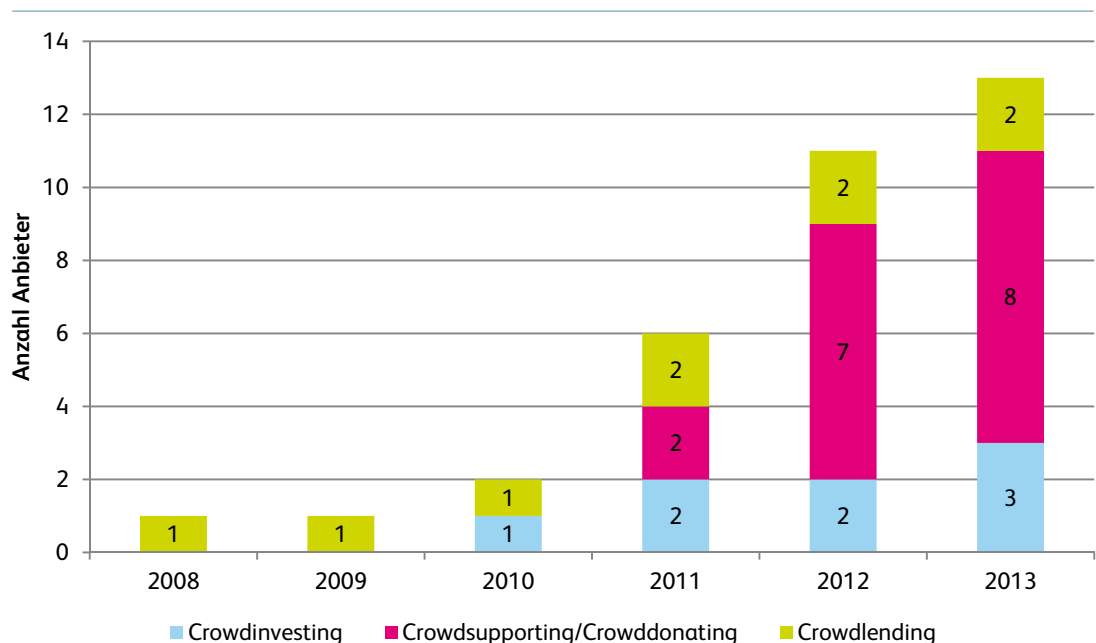


Abbildung 3: Anzahl Crowdfunding-Plattformen mit in der Schweiz lancierten Projekten (ohne Indiegogo)

Datenerhebung

Das Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ der Hochschule Luzern – Wirtschaft hat zwischen Februar und April 2014 die in der Schweiz aktiven Plattformen untersucht. In Zusammenarbeit mit fast allen in der Schweiz aktiven Plattformen konnte ein umfangreiches Datenset erhoben werden. Dieses basiert auf den folgenden dreizehn Plattformen: 100-days, feinfunding, Ibelieveinyou, Kickstarter, Moboo, Projekt-Starter, Sosense, wemakeit, investiere, 7Crowd, c-crowd, cashare und direct-lending. Einzig von Indiegogo sind keine Daten verfügbar. Internationale Plattformen, die nur sehr sporadisch Kampagnen aus der Schweiz abwickeln, wie zum Beispiel crowdrise oder RocketHub werden ebenfalls nicht berücksichtigt. Alle dreizehn in der Studie berücksichtigten Plattformen können entweder dem Crowddonating, Crowdsupporting, Crowdinvesting oder Crowdlending zugeordnet werden. Da die Daten nicht auf Ebene der einzelnen Kampagnen erhoben wurden, ist eine Abgrenzung zwischen Crowdsupporting und -donating nicht möglich. Der Grund dafür ist, dass einzelne Crowdsupporting-Plattformen die Möglichkeit anbieten, auf eine Gegenleistung zu verzichten, weshalb die Kampagnen in einem solchen Falle dem Crowddonating zugeordnet werden müssten.

Heterogene Geschäftsmodelle

Die Mehrzahl der in der Schweiz aktiven Crowdfunding-Plattformen können in die vier oben vorgestellten Crowdfunding Untergruppen Crowdfunding-investing, -lending, -supporting und -donating unterteilt werden, obwohl sich die Geschäftsmodelle innerhalb der Gruppen teilweise stark unterscheiden. Im Bereich Crowdfunding-investing gibt es beispielsweise grosse Unterschiede zwischen den Geschäftsmodellen von investiere oder c-crowd. Während bei c-crowd beliebige Investoren ein Unternehmen unterstützen können, kann investiere eher als eine Art «Business Angels Club» bezeichnet werden, bei welchem nur eine qualifizierte «Crowd» die entsprechenden Unternehmen unterstützen kann. Der Weg zur Investition steht also nicht allen offen, da Investoren erst nach einer Überprüfung zugelassen werden. Zudem schränken Mindestbeiträge die Crowd ebenfalls ein.

Im Bereich Crowdfunding-supporting fällt vor allem die teilweise klare Spezialisierung einzelner Plattformen auf, wie beispielsweise der Fokus auf Kunst und Kultur (z.B. wemakeit) oder Sport (Ibelieveinyou).

Schwieriger wird die Zuteilung von Sosense oder feinfunding, welche ihren Kunden vor allem als professionelle Dienstleister Crowdfunding-Wissen und -Technologien zur Verfügung stellten. Beide Anbieter entwickeln Crowdfunding-Plattformen, welche speziell auf Kundenbedürfnisse zugeschnitten sind, sei es für einzelne Unternehmen oder einzelne Kampagnen. feinfunding stellt als Dienstleister ausschliesslich «white-label» Plattformen zur Verfügung. Sosense hingegen veröffentlicht Kampagnen auch auf der eigenen Website.

Starkes Marktwachstum in der Schweiz – Volumen verdoppelt

Sowohl die Anzahl als auch das Volumen der erfolgreich durchgeführten Kampagnen³ sind in den letzten Jahren stark gestiegen. So hat sich das Volumen im Jahr 2013 gegenüber dem Jahr 2011 beinahe vervierfacht und gegenüber dem Vorjahr mehr als verdoppelt. Das Volumen im Jahr 2013 ist mit CHF 11.6 Mio. absolut gesehen jedoch noch immer relativ gering (vgl. Abbildung 4). Der überwiegende Teil dieses Volumens wurde in den Bereichen Crowdfunding-investing und Crowdfunding-supporting/Crowdfunding-donating erzielt. Der Bereich Crowdfunding-lending hatte im vergangenen Jahr zwar geringere Volumina zu verzeichnen – das Wachstum war mit 109 % dennoch erfreulich hoch. Das volumenmässig stärkste Wachstum verzeichnete der Bereich Crowdfunding-investing (+192 %). Das Wachstum im Bereich Crowdfunding-supporting/Crowdfunding-donating betrug 2013 gegenüber dem Vorjahr 68 %.

³ Eine erfolgreich finanzierte Kampagne ist definiert, als eine Kampagne bei welcher 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 aber 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.

Die Anzahl erfolgreicher Kampagnen – das heisst Kampagnen, bei denen Geld floss – stieg von 399 im Jahr 2012 auf 720 Kampagnen im Jahr 2013. Dies entspricht einem Wachstum von 80 %. Mit Blick auf die Zunahme der Anzahl Kampagnen vom Jahr 2012 auf das Jahr 2013 zeigt sich, dass der Bereich Crowdlending den grössten Zuwachs verzeichnen konnte (+90 %). Der anzahlmässig grösste Bereich des Crowdsupporting/Crowddonating wuchs von 331 auf 594 erfolgreich finanzierte Kampagnen (+79 %). Im Bereich des Crowdinvesting wurden im Jahr 2013 lediglich 10 Kampagnen erfolgreich finanziert. Diese konnten aber ein Volumen von CHF 5.58 Mio. erzielen. Dieses Verhältnis von Anzahl Kampagnen und Volumen zeigt, dass es zwischen den verschiedenen Crowdfunding-Formen markante Unterschiede der durchschnittlichen Kampagnenvolumen gibt. So waren im Bereich Crowdinvesting 1 % der Anzahl Kampagnen für insgesamt 48 % des totalen Crowdfunding-Volumens verantwortlich. Das durchschnittliche Kampagnenvolumen im Crowdinvesting betrug beachtliche CHF 558'000. Deutlich tiefer liegt das durchschnittliche Kampagnenvolumen im Crowdlending mit CHF 15'000 derweil die durchschnittliche Kampagnensumme im Bereich Crowdsupporting/Crowddonating bei gut CHF 7'000 lag. Ein Vergleich mit den durchschnittlichen Kampagnenvolumen in Deutschland zeigt, dass diese im Bereich des Crowdsupporting/Crowddonating sehr ähnlich sind (umgerechnet CHF 7'150⁴). Im Crowdinvesting sind die Volumen mit CHF 300'000 deutlich tiefer⁵.

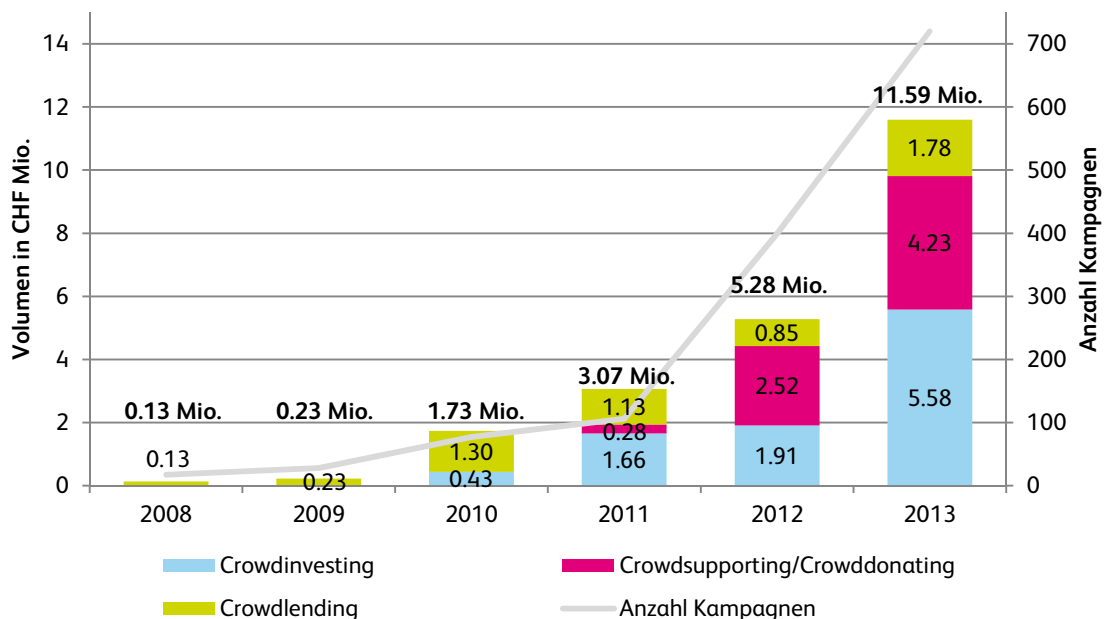


Abbildung 4: Entwicklung erfolgreich finanzierte Kampagnen nach Volumen und Anzahl 2008–2013

⁴ Wechselkurs EUR/CHF per 31.12.2013: 1.23.

⁵ Für-Gründer.de (2013). Crowdfunding und Crowdinvesting Monitor 2013.

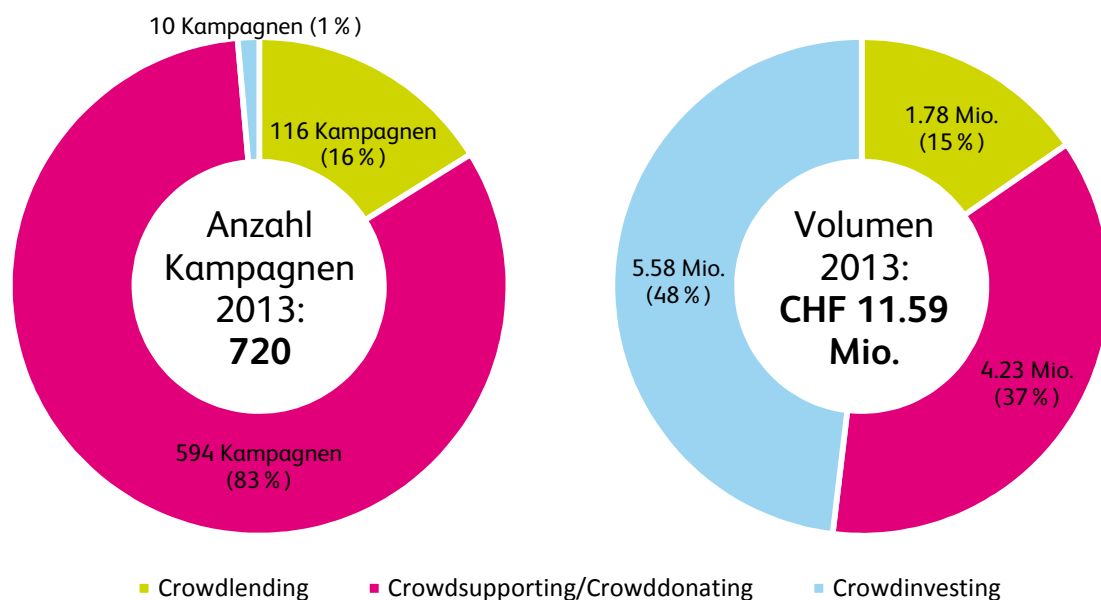


Abbildung 5: Anzahl erfolgreich finanzierte Kampagnen (links) und Volumen (rechts) für das Jahr 2013

Hohes Wachstum aber noch tiefe Marktanteile

Obwohl sämtliche Sparten des Crowdfunding sehr beachtliche Wachstumszahlen zeigen, sind die absoluten Volumina noch immer auf tiefem Niveau. Als Vergleichsgrösse für das Crowdinvesting lassen sich beispielsweise die in der Schweiz von Venture Capital Fonds beschafften Gelder beziehen. Diese lagen im Jahr 2012 bei CHF 407.5 Mio. (European Private Equity & Venture Capital Association, 2013). Die im Crowdinvesting vermittelten Gelder von CHF 1.91 Mio. (2012) oder auch CHF 5.58 Mio. (2013) sind damit relativ gesehen noch als sehr tief einzuschätzen.

Setzt man das Volumen im Crowdlending ins Verhältnis zum Volumen des Schweizer Konsumkreditmarktes, sehen die Verhältnisse sogar noch extremer aus: Die Volumina im Bereich Crowdlending von CHF 1.8 Mio. (2013) sind im Verhältnis zu den CHF 7.5 Mrd.⁶ des gesamten Konsumkreditmarktes derzeit nur marginal. Interessanterweise ist aber der durchschnittliche Betrag eines Konsumkredits (CHF 17'700) ähnlich hoch wie im Bereich Crowdlending.

Auch Crowddonating ist im Verhältnis zum Spendenvolumen der Schweiz noch von unbedeutender Grösse. Während die Zewo-zertifizierten Organisationen im Jahr 2012 Spenden im Umfang von CHF 1.04 Mrd.⁷ erhalten haben, wurden über Crowddonating (inkl. Crowdsupporting) lediglich CHF 2.52 Mio. eingesammelt.

⁶ Verband Schweizerischer Kreditbanken und Finanzierungsinstitute VSKF (2013). Das vierte Jahr in Folge: Abnahme der Konsumkredite. Medienmitteilung, 27. Februar 2014.

⁷ Stiftung Zewo. Spendenstatistik 2012.

Die derzeit im Verhältnis zum jeweiligen Gesamtmarkt noch sehr tiefen Volumen verdeutlichen, dass der junge Crowdfunding-Markt bis anhin noch keine grosse Bedeutung erlangt hat. Auf der anderen Seite deuten die obigen Zahlen aber auch auf das sehr grosse Wachstumspotenzial von Crowdfunding hin. Zudem fällt auf, wie variabel Crowdfunding als Modell für die Sammlung von Geldern eingesetzt werden kann, sei es im Spendensektor, für Venture Capital, oder im Bereich des Konsumkreditmarktes.

Finanzierungsgrade widerspiegeln Geschäftsmodelle

Der Finanzierungsgrad einer Kampagne wird gemessen als Verhältnis des ausbezahlten Betrages zur definierten Zielsumme⁸. Im Bereich des Crowdsupporting/Crowddonating liegt dieser Wert konstant über 100 % (2013: 107 %), da in diesen Crowdfunding-Formen üblicherweise das sogenannte «all-or-nothing-Prinzip» zur Anwendung kommt: Eine Auszahlung erfolgt nur bei Erreichen oder Übertreffen der Zielsumme. Im Bereich Crowdsupporting/Crowddonating verfolgen 100-days, wemakeit, Ibelieveinyou, Kickstarter und ProjektStarter dieses Prinzip. Bei Moboo erfolgt eine Auszahlung in jedem Fall. feinfunding und Sosense – die eher als Dienstleistungserbringer im Markt auftreten – sehen jedoch auch Regelungen vor, bei denen in jedem Fall Geld ausbezahlt wird oder die Geldbeträge während der Kampagne angepasst werden können (feinfunding). Beim Crowdlending (Cashare, direct-lending) kann eine Auszahlung auch dann erfolgen, wenn der Zielbetrag nicht erreicht ist. Entsprechend lag der Finanzierungsgrad im Jahr 2013 bei 84 %. Im Bereich des Crowdinvesting sind zwar oft Mindestsummen definiert, es sind jedoch verschiedene Ausgestaltungsmechanismen zu finden. Der Finanzierungsgrad ist beim Crowdinvesting mit 67 % etwas tiefer als bei den anderen Formen.

Hohe Erfolgsquoten: Kampagnen in der Schweiz werden häufig erfolgreich finanziert

Im Jahr 2013 wurden Kampagnen in der Höhe von CHF 24.4 Mio. lanciert. Erfolgreich finanziert wurden CHF 11.6 Mio., was einer Erfolgsquote von 48 % entspricht. In Bezug auf die Anzahl Kampagnen ist die Erfolgsquote höher: Bei 720 von 1125 lancierten Kampagnen fand eine Geldtransaktion statt. Dies ergibt eine Erfolgsquote von 64 %. Da bei Crowdlending-Kampagnen auch bei Nichterreichen der Zielsumme eine Auszahlung erfolgt, liegt die Erfolgsquote in diesem Bereich bei 100 %. Beim Crowdinvesting ergibt sich eine Erfolgsquote von 66 % und beim Crowdsupporting/Crowddonating von 60 %. Die entsprechenden Werte haben sich gegenüber dem Vorjahr nur wenig verändert.

Im internationalen Vergleich sind diese Erfolgsquoten als leicht überdurchschnittlich zu werten. Gemäss einer Studie von massolution⁹ lag die weltweite Erfolgsquote im Jahr 2012 beim Crowdlending bei 91 %, im Crowdinvesting bei etwa 45 %, im Crowdsupporting bei knapp 53 % und im Bereich Crowddonating bei 41 %.

⁸ Finanzierungsgrad = Ausbezahlter Betrag (ohne Berücksichtigung von Gebühren)/festgelegte Zielsumme der Kampagne

⁹ massolution (2013). 2013CF – The Crowdfunding Industry Report.

Gebührenmodelle der Plattformen

Die Gebührenmodelle der verschiedenen Crowdfunding-Plattformen variieren je nach Geschäftsmodell und in Abhängigkeit der Crowdfunding-Form ziemlich stark. In der nachfolgenden Tabelle sind die einzelnen Gebührenmodelle der verschiedenen in der Schweiz tätigen Crowdfunding-Plattformen aufgelistet.

	Plattform	Auszahlungsmodell	Gebühr auf Auszahlungsbetrag	Andere Gebührenmodelle, weitere Informationen
Crowdsupporting/Crowddonating	100-days	all-or-nothing	5 %	–
	feinfunding	verschieden	–	Verschiedene Pakete für Fixpreise zur Wahl, zusätzlich Gebühr von 0–3 % (white-label Lösung)
	Ibelieveinyou	all-or-nothing	9 % (5 % Administrationsgebühr/4 % Zahlungsverkehr)	–
	Indiegogo	optional	–	Flexibler Zielbetrag: Ziel nicht erreicht 9 % auf erhaltene Beträge, Ziel erreicht 4 % auf erhaltene Beträge Fester Zielbetrag: 4 % auf Beträge
	Kickstarter	all-or-nothing	5 %	–
	Moboo	keep-it-all	10 %	–
	ProjektStarter	all-or-nothing	8 % (5 % bei Junior Projekt)	–
	Sosense	verschieden	10 %	–
	wemakeit	all-or-nothing	6 % Kommission, 4 % Transaktionsgebühr	–
	Cashare (Crowd-supporting)	all-or-nothing	5 %	–
Crowdlending	Cashare (Crowd-lending)	keep-it-all	–	Darlehensnehmer: Prüfungsgebühr CHF 19.–; Plattformgebühr 0.75 % der jährliche Darlehenssumme, oblig. Todesfallversicherung, fakultative Versicherung für Arbeitsunfähigkeit/-losigkeit; Darlehensgeber: 0.75 % der ausstehenden Darlehenssumme
	direct-lending	keep-it-all	–	Fixpreis plus Kommission von 1–3 %
Crowdinvesting	7Crowd	all-or-nothing	5–10 %	–
	c-crowd.com	all-or-nothing	10 %	Unternehmer definiert Finanzierungsgrösse sowie Mindestfinanzierungsgrösse. Sobald Mindestfinanzierungsgrösse erreicht, kann Unternehmer Zeichnungsfrist stoppen und auf Investoren zugreifen. Benützung des Marktplatzes CHF 250.– (Basic) oder CHF 400.– (Premium) für 3 Monate.
	investiere	all-or-nothing	–	6.5 % Kommission auf beschafftes Kapital durch investiere, bezahlt vom Start-up; 4.5 % Kommission auf Investorensseite, werden aber von Verve Capital Partners in das Start-up reinvestiert.

Tabelle 1: Übersicht Gebührenmodelle

Internationaler Vergleich

Im Jahr 2012 betrug das weltweite Volumen der mittels Crowdfunding vermittelten Gelder gemäss der Studie von massolution rund CHF 2.46 Mrd.¹⁰ (+81 % gegenüber Vorjahr)¹¹. Insgesamt wurden 1.1 Mio. Kampagnen finanziert. Nach Regionen aufgeteilt entfällt der grösste Teil des Volumens auf Nordamerika (CHF 1.46 Mrd., +105 % gegenüber Vorjahr) und Europa (CHF 860 Mio., +65 %).

Das grösste Crowdfunding-Volumen innerhalb von Europa entfällt auf Grossbritannien. Per Ende 2012 betrug das Volumen im Crowdfunding ca. CHF 733 Mio.¹² Im Jahr 2013 lag das Volumen bereits bei CHF 1.38 Mrd. Eine der wichtigsten Plattformen im britischen Markt ist die Crowdlending-Plattform Zopa. Im Jahr 2013 konnte Zopa beachtliche CHF 281 Mio.¹³ vermitteln.

In Deutschland liegen die jährlichen Volumen im Vergleich zu Grossbritannien markant tiefer. So betrug das gesamte vermittelte Crowdfunding-Volumen im Jahr 2013 CHF 30.8 Mio.¹⁴ Im Bereich des Crowdfunding wurden 66 Kampagnen mit einem Volumen von CHF 24.24 Mio. erfolgreich finanziert. Im Crowdsupporting und Crowddonating wurden insgesamt CHF 6.6 Mio. oder 922 Kampagnen erfolgreich finanziert¹⁵.

Im Vergleich zur Schweiz sind in Grossbritannien und in Nordamerika vor allem die Crowdlending-Plattformen stärker vertreten. Die beiden grössten Peer-to-Peer Lending-Plattformen in den USA – Lending Club und Prosper – vereinten im Jahr 2013 CHF 2.1 Mrd. auf sich¹⁶, was einen erheblichen Teil des nordamerikanischen Crowdfunding-Marktes 2013 von geschätzt etwa CHF 3.3 Mrd. ausmacht¹⁷.

Der Schweizer Crowdfunding-Markt ist mit einem Volumen von CHF 11.6 Mio. sowohl in absoluten Zahlen, als auch relativ zur Einwohnerzahl und zur Wirtschaftskraft betrachtet, im internationalen Vergleich klein. Wird das Crowdfunding-Volumen der jeweiligen Regionen, bzw. Länder, ins Verhältnis zum Bruttoinlandprodukt sowie zu der Einwohnerzahl gesetzt, so zeigt sich, dass die Märkte in Grossbritannien und in Nordamerika verhältnismässig bedeutender sind als jene in Deutschland und der Schweiz. So wurde 2013 in Grossbritannien pro Einwohner CHF 21.80¹⁸ über Crowdfunding vermittelt. In Nordamerika war der Betrag mit CHF 9.35 pro Einwohner nicht einmal halb so hoch. Markant tiefer sind diese Werte für Deutschland und die Schweiz. Ein ähnliches Bild ergibt sich bei der Betrachtung der Crowdfunding Volumen im Verhältnis zum Bruttoinlandprodukt des jeweiligen Landes.

	Finanzierte Crowdfunding Volumen	
	pro Einwohner in CHF	als % des BIP
Deutschland	0.40	0.001 %
Schweiz	1.45	0.002 %
Nordamerika	9.35	0.020 %
Grossbritannien	21.80	0.058 %

Tabelle 2: Finanzierte Crowdfunding Volumen pro Einwohner und in Prozent des Bruttoinlandproduktes

¹⁰ Wechselkurs USD/CHF per 31.12.2012: 0.91.

¹¹ Die Schätzung von massolution für das weltweite Volumen im Jahr 2013 beträgt CHF 4.6 Mrd.

¹² Wechselkurs GBP/CHF per 31.12.2012: 1.49.

¹³ Zopa (2014). About Zopa – Who we are. Online.

¹⁴ Wechselkurs EUR/CHF per 31.12.2013: 1.23.

¹⁵ Für-Gründer.de (2013). Crowdfunding und Crowdfunding Monitor 2013.

¹⁶ The Economist (2014). Peer-to-peer lending. Banking without banks. 01/03/2014, Print Edition.

¹⁷ Hierbei handelt es sich um eine Schätzung, da für den US-Markt im Jahr 2013 noch keine aktuellen Daten vorliegen.

¹⁸ Quellen: IMF World Economic Outlook (2014); massolution (2013); Collins, N., Swart, R., & Zhang, B. (2013); IFZ Crowdfunding Database. Schätzung Crowdfunding Volumen für die USA 2013: USD 3.3 Mrd.

Thesen Crowdfunding 2014

Vor dem Hintergrund dieser oben aufgezeigten Resultate werden die folgenden Thesen für die Marktentwicklung im Crowdfunding für das Jahr 2014 aufgestellt:

1. Verdoppelung des Crowdfunding Marktes im Jahr 2014.

Der gesamte Crowdfunding Markt wird sich volumenmässig und in Bezug auf die Anzahl erfolgreich finanzierter Kampagnen vom Jahr 2013 auf das Jahr 2014 verdoppeln und damit den Trend der letzten Jahre – auf allerdings höherem Niveau – fortsetzen. Konkret erwarten wir, dass im **Jahr 2014 in etwa 1'500 Kampagnen in der Höhe von insgesamt CHF 24 Mio.** erfolgreich finanziert werden. Crowdfunding und Crowdlending werden im Jahr 2014 das volumenmässig markanteste Wachstum erzielen. In Bezug auf die Anzahl Kampagnen, erwarten wir den grössten Anstieg bei Crowddonating und Crowdsupporting. Auch hier gehen wir von einer Verdoppelung aus (von 594 finanzierten Kampagnen im Jahr 2013 auf über 1'000).

2. Lerneffekte bei Plattformbetreibern und Kampagnen-Initianten führen zu höheren Erfolgsquoten.

Die Erfolgsquote in Bezug auf die Finanzierung von lancierten Kampagnen wird leicht ansteigen. Hierzu lassen sich vier Treiber identifizieren: Erstens werden sich die Professionalität und das Wissen der Plattformen weiter erhöhen. Zweitens werden bei Kampagnen-Initianten Lerneffekte greifen. Bei der Professionalisierung von Kampagnen gibt es insbesondere auf Seiten der Projekt-Initianten noch einen grossen Aufholbedarf. Als dritten Punkt erwarten wir, dass die Reichweite von Kampagnen steigt, da Crowdfunding als Finanzierungsquelle weiter an Bekanntheit gewinnen wird. Viertens dürfte es vermehrt zu «Wiederholungsfinanzierungen» kommen: Bereits erfolgreiche Initianten mit einer vorhandenen Community wenden sich möglicherweise ein weiteres Mal an die Crowd. Die entsprechenden Erfolgschancen sind in einem solchen Fall vermutlich höher als beim ersten Mal.

3. Regulierung wird stärker in den Fokus rücken.

Das Thema **Regulierung** wird **vermehrt in den Fokus** rücken. Bisher hat die schweizerische Finanzmarktaufsicht (FINMA) mit den einzelnen Crowdfunding-Anbietern jeweils separate Regelungen und Absprachen getroffen. Es ist davon auszugehen, dass diese Politik weitergeführt wird, solange keine ganzheitliche Regulierung des Crowdfunding-Modells vorhanden ist. Aus Sicht der Branche wären eindeutige Spielregeln klar zu begrüssen. Aufgrund der Marktgrösse hat Crowdfunding aber auf der politischen Agenda aktuell noch keine grosse Bedeutung. Wird das Wachstum der letzten Jahre anhalten, wird sich dies jedoch schnell ändern.

4. Der Markt ist jung – weitere Mitbewerber kommen in den Markt.

Die Anzahl der Crowdfunding-Plattformen in der Schweiz hat sich in den vergangenen Jahren stark erhöht. Wir erwarten, dass sich dieser Trend auch im Jahr 2014 weiter fortsetzt und **weitere Mitbewerber mit unterschiedlichen Geschäftsmodellen in den Markt eintreten werden**. Einerseits erwarten wir den Eintritt von «Nischen-Plattformen», die sich auf einzelne Themen spezialisieren. Andererseits sehen wir auch ein grosses Potenzial für Websites, welche nur für eine spezifische Kampagne aufgesetzt werden (z.B. für politische Kampagnen). Ebenso erwarten wir, dass im Jahr 2014 erste Banken im Bereich Crowdfunding aktiv werden.

Grundsätzlich sind die Eintrittsbarrieren für Crowdfunding sehr tief. Die Technologie ist in der Zwischenzeit kostengünstig und «ab Stange» verfügbar. Die Schwierigkeit für neue Plattformen bestehen einerseits im Aufbau des Wissens, welches für ein erfolgreiches Betreiben benötigt wird und andererseits im Erreichen einer kritischen Grösse. Auch grosse, bereits präsente Schweizer Plattformen arbeiten derzeit noch immer daran, ihr Geschäft kostendeckend betreiben zu können. Diese frühe Phase der Unternehmensentwicklung gilt es erfolgreich zu überwinden um das langfristige Überleben zu sichern.

Die Marktteilnehmer

Nachfolgend werden die Plattformen, welche in der Schweiz tätig sind, kurz vorgestellt. Die Angaben stammen von den Plattformen selber.

		Name	wemakeit www.wemakeit.net
		Rechtlicher Eigentümer	wemakeit.ch GmbH
Geschäftsführer	CEO: Johannes Gees, Co-Leitung: Rea Eggli	Adresse	Schöneggstrasse 5, 8004 Zürich
Weitere beteiligte Personen	Jürg Lehni	E-Mail	office@wemakeit.net
Gründungsjahr	2012	Telefon	-
Anzahl Mitarbeitende in VZÄ	ca. 5	Form	Crowdsupporting
Zielmarkt	Schweiz und umliegende Länder (F/D/AT) / Kultur, Kreativwirtschaft, Gesellschaft, Technologie, Soziales		
Kurzbeschreibung Unternehmung	wemakeit bietet Einzelpersonen, Vereinen und Institutionen die Möglichkeit, kreative Projekte oder Produkte in einer kurzen Zeitspanne zu finanzieren und in den Sprachen D/F/E einer eigenen Community und einer erweiterten Zielgruppe zu präsentieren. wemakeit.net gliedert sich in einen gemeinnützigen Verein, über welchen das Funding abgewickelt wird und eine GmbH, die für den Betrieb verantwortlich ist. Der Verein ist als gemeinnützig anerkannt; Unterstützungen an Projekte und Vereine sind in der Schweiz in der Regel steuerbefreit.		
Kurzbeschreibung Geschäftsmodell	Kommissionsbasierte Dienstleistung		
Gebührenmodell	10 % der Zielsumme (6 % Kommission, 4 % Transaktionsgebühr)		
Auszahlung der Gelder	Bei Erreichung der Zielsumme		

		Name	investiere www.investiere.ch
		Rechtlicher Eigentümer	Verve Capital Partners AG
Geschäftsführer	Steffen Wagner (CEO)	Adresse	Grafenaustrasse 9, 6300 Zug
Weitere beteiligte Personen	Julien Pache, Lukas Weber	E-Mail	info@investiere.ch
Gründungsjahr	2010	Telefon	+41 44 380 29 35
Anzahl Mitarbeitende in VZÄ	8	Form	Crowdinvesting
Zielmarkt	Schweiz / High-tech (ohne Pharma), Medtech, Cleantech und ICT		
Kurzbeschreibung Unternehmung	investiere ist eine an Start-ups interessierte Community von rund 4'000 Investoren und Branchenspezialisten und bezeichnet sich als eine der führenden Online-Start-up-Investitionsplattformen in Europa. Seit 2010 haben über 20 Start-ups investiere genutzt. Durch die Nutzung der Plattform, identifiziert die Community vielversprechende Investitionsgelegenheiten. Nach einer Akkreditierung durch das investiere-Team können sich Investoren direkt für ein bestimmtes Start-up entscheiden und Aktionär werden.		
Kurzbeschreibung Geschäftsmodell	investiere bringt Privatinvestoren systematisch mit ausgewählten Lead-Investoren sowie institutionellen Ko-Investoren zusammen. investiere wird von der Verve Capital Partners AG mit Sitz in der Schweiz betrieben.		
Gebührenmodell	6.5 % erfolgsbasierte Kommission bezahlt vom Start-up; 4.5 % Kommission auf Investorensseite werden von Verve Capital Partners in das Start-up sofort reinvestiert.		
Auszahlung der Gelder	Bei Erreichung der Zielsumme.		

		Name	c-crowd www.c-crowd.com
		Rechtlicher Eigentümer	c-crowd AG
Geschäftsführer	Philipp Steinberger	Adresse	Luegislandstrasse 105, 8051 Zürich
Weitere beteiligte Personen	M. Bernegger, O. Rappold, Ch. Laib, Centralway Holding	E-Mail	ps@c-crowd.com
Gründungsjahr	2010 (Start Plattform April 2011)	Telefon	+41 43 300 80 20
Anzahl Mitarbeitende in VZÄ	1	Form	Crowdinvesting
Zielmarkt	Schweiz / kein Sektorfokus		
Kurzbeschreibung Unternehmung	c-crowd.com ist eine Schweizer online Plattform welche Unternehmer und Investoren zusammenführt. c-crowd betreibt einerseits Crowdfunding für Schweizer Aktiengesellschaften, andererseits einen Marktplatz für Schweizer und internationale Unternehmer welche kein Crowdfunding machen können oder wollen.		
Kurzbeschreibung Geschäftsmodell	Kommissionsbasiert Crowdfunding: 10 % auf das beschaffte Kapital; Marktplatz: Fr. 250.- (Basic) oder Fr. 400.- (Premium) je nach Funktionalität		
Gebührenmodell	10 % der Zielsumme		
Auszahlung der Gelder	Bei Erreichung der Zielsumme		

		Name	ProjektStarter www.projektstarter.ch
		Rechtlicher Eigentümer	Designatelier GmbH
Geschäftsführer	Lukas Wullimann	Adresse	Weissensteinstrasse 72, 4515 Oberdorf
Weitere beteiligte Personen	Sandra Oberoi, Martin Roth, Myriam Wullimann	E-Mail	info@projektstarter.ch
Gründungsjahr	2011	Telefon	+41 32 622 07 07
Anzahl Mitarbeitende in VZÄ	1.05 (stark variierend)	Form	Crowdsupporting
Zielmarkt	Schweiz / Kreativität, Juniors (Personen jünger als 25 Jahre)		
Kurzbeschreibung Unternehmung	Plattform zur Dokumentation und Finanzierung von kreativen Projekten.		
Kurzbeschreibung Geschäftsmodell	Unterstützung und Anzapfung der Schweizer Ideenkraft		
Gebührenmodell	8 % der Zielsumme, Junior Projekte 5 %		
Auszahlung der Gelder	Bei Erreichung der Zielsumme		

		Name	Moboo www.moboo.ch
		Rechtlicher Eigentümer	Michel Grand
Geschäftsführer	Michel Grand	Adresse	Ch. Des Rairettes 23, A41, 1997 Haute-Nendaz
Weitere beteiligte Personen	-	E-Mail	contact@moboo.ch
Gründungsjahr	2012	Telefon	-
Anzahl Mitarbeitende in VZÄ	1	Form	Crowdsupporting
Zielmarkt	Schweiz		
Kurzbeschreibung Unternehmung	Moboo ist eine globale Crowdfunding-Plattform für innovative Projekte. Die Plattform fokussiert auf lokale Projekte aus der Westschweiz.		
Kurzbeschreibung Geschäftsmodell	Kommissionsbasierte Erträge aus Vermittlung von Geldern für Projekte		
Gebührenmodell	10 % der Zielsumme		
Auszahlung der Gelder	Keep it all		

		Name	100-DAYS www.100-Days.net
		Rechtlicher Eigentümer	100-DAYS GmbH
Geschäftsführer	Romano Strebel & Christian Klinner	Adresse	St. Jakobstrasse 54a, 8004 Zürich
Weitere beteiligte Personen	keine	E-Mail	support@100-Days.net
Gründungsjahr	Februar 2012	Telefon	-
Anzahl Mitarbeitende in VZÄ	1	Form	Crowdsupporting / Crowddonating
Zielmarkt	Schweiz / EU / Crowdfunding für alle		
Kurzbeschreibung Unternehmung	100-DAYS ist die einzige Crowdfunding-Plattform, welche dem Nutzer eine vollautomatisierte Agentur mit Anleitungen, Tipps und Tricks bietet. 100-DAYS bietet die meisten Zahlungskonzepte (inkl. SMS), ein Social-Media-Cockpit, Expertensupport (telefonisch und via E-Mail), Vorlagen, Tools und Publizität in der Ron Orp Community. Zudem hat der Projektinitiant die Möglichkeit gratis Flyer für sein Projekt zu bestellen.		
Kurzbeschreibung Geschäftsmodell	Kommissionsbasierter Service		
Gebührenmodell	5 % der Zielsumme		
Auszahlung der Gelder	Bei Erreichung der Zielsumme		

		Name	Cashare www.cashare.ch
		Rechtlicher Eigentümer	Cashare AG
Geschäftsführer	Michael Borter	Adresse	Bösch 65, 6331 Hünenberg
Weitere beteiligte Personen	Roger Müller	E-Mail	info@cashare.ch
Gründungsjahr	2008	Telefon	-
Anzahl Mitarbeitende in VZÄ	2	Form	Crowdlending und Crowdsupporting
Zielmarkt	Schweiz		
Kurzbeschreibung Unternehmung	Cashare bietet eine Plattform für alternative Anlage- und Finanzierungsmöglichkeiten über die Crowd. Somit haben Privatpersonen die Möglichkeit, sich gegenseitig in einem gesicherten Rahmen Darlehen zu geben. Ergänzend besteht die Möglichkeit, mittels Crowdsupporting kreative Projekte zu finanzieren.		
Kurzbeschreibung Geschäftsmodell	Durch die Vermittlung von alternativen Anlage- und Finanzierungsmöglichkeiten erhält Cashare eine Gebühr.		
Gebührenmodell	Crowdlending: siehe Tabelle Gebührenmodelle; Crowdsupporting 5 % der vermittelten Summe		
Auszahlung der Gelder	Crowdlending: Keep it all Crowdsupporting: Bei Erreichung der Zielsumme		

FEINHEIT kreativ studio		Name	feinfunding www.feinfunding.com
		Rechtlicher Eigentümer	Feinheit GmbH
Geschäftsführer	Moritz Zumbühl	Adresse	Molkenstrasse 21, 8004 Zürich
Weitere beteiligte Personen	Stefan Reinhard, Stephan Germann	E-Mail	kontakt@feinheit.ch
Gründungsjahr	2006	Telefon	+41 55 511 35 41
Anzahl Mitarbeitende in VZÄ	26	Form	Crowdsupporting / Crowddonating
Zielmarkt	Deutschschweiz / NGO, Start-Ups, Marketing für KMU		
Kurzbeschreibung Unternehmung	Feinheit ist eine Digital Agentur mit Sitz in Zürich. Das Portfolio reicht von einfachen Webseiten über komplexe Applikationsentwicklung bis hin zu Cross-Media Kampagnen. Feinfunding ist ein „white-label“ Angebot.		
Kurzbeschreibung Geschäftsmodell	Digital Agentur		
Gebührenmodell	Verschiedene Pakete für Fixpreise zur Wahl, zusätzlich Gebühr von 0-3 %		
Auszahlung der Gelder	Bei Erreichung der Zielsumme. Allerdings verwalten Projektbetreiber Plattform selber und können Einzahlungen auch von Hand eintragen.		

		Name	sosense www.sosense.org
		Rechtlicher Eigentümer	Socential AG
Geschäftsführer	Patrik Elsa	Adresse	Josefstrasse 59, 8005 Zürich
Weitere beteiligte Personen	Linus Gabrielsson	E-Mail	info@sosense.org
Gründungsjahr	2012	Telefon	+41 44 271 10 68
Anzahl Mitarbeitende in VZÄ	3 (und ca. 3 externe auf Auftragsbasis)	Form	Crowddonating / Crowdsupporting
Zielmarkt	Sosense betreibt Plattformen für (Firmen)-Kunden auf der ganzen Welt. Sosense.org selbst bis Ende 2013 Fokus auf CH, ab 2014 auch DE, je nach Thema global.		
Kurzbeschreibung Unternehmung	Sosense konzipiert, entwickelt und betreibt in Zusammenarbeit mit Partnern oder im Auftrag von institutionellen Kunden Crowdfunding und Corporate Engagement Plattformen. So können z.B. über Sosense Impact (impact.sosense.org) Einzelpersonen und Firmen schnell und effizient nachhaltige Initiativen im Bereich „Social Entrepreneurship“ unterstützen. Sosense Solutions bietet institutionellen Kunden, wie z.B. PwC oder dem Strassenmagazin Surprise, Beratung, Technologie und unterstützende Dienstleistungen zu Crowdfunding oder Corporate Engagements an.		
Kurzbeschreibung Geschäftsmodell	Sosense konzipiert, lanciert und betreibt Crowdfunding und Corporate Engagement Plattformen für institutionelle Kunden und betreibt eigene Plattformen wie impact.sosense.org.		
Gebührenmodell	10 % der Zielsumme		
Auszahlung der Gelder	Bei Erreichung der Zielsumme		

		Name	7Crowd www.7crowd.ch
		Rechtlicher Eigentümer	7Crowd AG
Geschäftsführer	Gregory Narmont	Adresse	Räffelstrasse 25, 8045 Zürich
Weitere beteiligte Personen	-	E-Mail	info@7crowd.ch
Gründungsjahr	Juni 2013	Telefon	+41 44 500 11 62
Anzahl Mitarbeitende in VZÄ	1	Form	Crowdinvesting
Zielmarkt	Schweiz / Startups aus allen Bereichen		
Kurzbeschreibung Unternehmung	7Crowd möchte Schweizer Startups mit Hilfe des Crowdfundings eine weitere Möglichkeit zur Finanzierung bieten.		
Kurzbeschreibung Geschäftsmodell	Kommissionsbasiert, nach Erreichen des Zielbetrages Kommission von 10 %		
Gebührenmodell	10 % der Zielsumme		
Auszahlung der Gelder	Bei Erreichung der Zielsumme		

 <i>I believe in you</i>		Name	I believe in you www.ibeliveinyou.ch
		Rechtlicher Eigentümer	I believe in you GmbH
Geschäftsführer	Philipp Furrer, Mike Kurt, Fabian Kauter	Adresse	Kramgasse 5, 3011 Bern
Weitere beteiligte Personen	-	E-Mail	info@ibeliveinyou.ch
Gründungsjahr	2013 (Start Plattform Ende Juni 2013)	Telefon	+41 31 992 40 04
Anzahl Mitarbeitende in VZÄ	1.3	Form	Crowdsupporting
Zielmarkt	Ganze Schweiz / Einzelsportler, Mannschaften, Freizeit-, Breiten- oder Spitzensportler, Vereine oder Veranstalter		
Kurzbeschreibung Unternehmung	I believe in you ist die erste Crowdfunding Plattform, welche sich ausschliesslich um die Finanzierung von Schweizer Sport-Projekten kümmert. Ganz nach dem Motto "von Sportlern - für den Sport".		
Kurzbeschreibung Geschäftsmodell	IBIY finanziert sich durch Administrationsgebühren sowie Einnahmen von Sponsoren.		
Gebührenmodell	9 % der Zielsumme (5 % Administration, 4 % Transaktionsgebühren)		
Auszahlung der Gelder	Bei Erreichung der Zielsumme		

Hochschule Luzern – Wirtschaft
Institut für Finanzdienstleistungen Zug
IFZ

Grafenauweg 10
Postfach 4332
6304 Zug

www.hslu.ch/crowdfunding