

---

# Startup-Crowdfunding und Crowdinvesting: Ein Guide für Gründer

---

Dana Melanie Schramm • Jakob Carstens

# Startup-Crowdfunding und Crowdfunding: Ein Guide für Gründer

Mit Kapital aus der Crowd junge  
Unternehmen online finanzieren



Springer Gabler

Dana Melanie Schramm  
Dresden, Deutschland

Jakob Carstens  
Berlin, Deutschland

ISBN 978-3-658-05925-5  
DOI 10.1007/978-3-658-05926-2

ISBN 978-3-658-05926-2 (eBook)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2014

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

*Lektorat:* Eva-Maria Fürst

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Gabler ist eine Marke von Springer DE. Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media  
[www.springer-gabler.de](http://www.springer-gabler.de)

---

## Dank und Disclaimer

Die Autoren danken den zitierten Crowd-Investoren Jörg Diehl, Philipp Düring sowie Prof. Dr. Rüdiger Zarnekow für ihre Interview-Antworten sowie ausführliches Feedback und hilfreiche Anmerkungen. Sie sind Stellvertreter von tausenden Investoren, ohne die es Crowdfunding und dieses Buch gar nicht gäbe.

Weiterhin geht ein Dank an die Verantwortlichen der Startups, die in besonderer Weise in diesem Buch porträtiert werden: Tobias Zumbült sowie Oliver und Béa Beste von TOLLABOX; Thomas Reimers und Philipp Baumgaertel von Protonet, Mateo Freudenthal von Honestly sowie Matthias Höfer von Lottohelden. Ein Dank geht außerdem an alle weiteren zitierten Gründer sowie alle Startups, mit denen wir in der Vergangenheit zusammenarbeiten durften und deren Erfahrungen Grundlage dieses Buches sind.

Ein besonderer Dank gebührt Hendrik Dahlhaus, der für das Buch etliche wertvolle Interviews mit o. g. Personen führte. Jakob Carstens dankt darüber hinaus insbesondere Benjamin Schweiger und Jan Leicht für ihre Freundschaft, ihren Beitrag zum Entstehen dieses Buch und die gemeinsame betriebswirtschaftliche Leidenschaft für das Thema Crowdfunding.

Dieses Buch wäre ohne die Mitarbeit und das kritische Feedback des gesamten Seedmatch-Teams nicht möglich gewesen: Torsten Walbaum, Michael Lippert, Tim Reinsch, Tracy Gehrman sowie Jens-Uwe Sauer. Unseren Kolleginnen Friederike Lanzsch und Debora Viertel gilt ein Dank für ihre Unterstützung während der Erstellung, ebenso wie Eva-Maria Fürst vom Springer Gabler Verlag.

**Disclaimer:** Das Werk inklusive aller Inhalte wurde unter größter Sorgfalt erarbeitet. Die Autoren übernehmen jedoch keine Gewähr für die Aktualität, Korrektheit, Vollständigkeit und Qualität der bereitgestellten Informationen. Druckfehler und Falschinformationen können nicht vollständig ausgeschlossen werden. Es wird keine juristische Verantwortung sowie Haftung in irgendeiner Form für fehlerhafte Angaben und die daraus entstandenen Folgen von den Autoren sowie den zitierten Personen übernommen.

---

## Vorwort

Jeder Gründer steht früher oder später vor der Herausforderung, sein Unternehmen finanzieren zu müssen: Selbst mit der bestmöglichen Finanzierung aus selbst erwirtschafteten Umsätzen bzw. Rücklagen braucht es zu Beginn oft Startkapital, meist durch Dritte. Dafür konnte man bis vor kurzem nur Geld von der Bank nutzen oder wohlhabende Einzelpersonen (sog. „Business Angels“) oder professionelle Wagniskapital-Gesellschaften („Venture-Capital-Gesellschaften“) um Kapital bitten. Auch die als FFF-Financing bezeichnete Finanzierung durch Family, Friends und Fools (Familie, Freunde und weitere Bekannte) ist eine Möglichkeit, Anfangskapital einzuwerben.

Alle haben ihre Vor- und Nachteile und manch gute Idee wurde bisher nicht realisiert, weil sich schlichtweg kein Kapitalgeber dafür fand, der die Geschäftsidee für unterstützenswert erachtete.

Dieses Buch stellt eine Möglichkeit vor, die sich seit 2011 langsam im deutschen Kapitalmarkt etabliert hat und heute eine bedeutende Alternative zu den oben genannten Finanzierungsmöglichkeiten darstellt: Crowdfunding für Startups, das Sie womöglich als Crowdinvesting kennen.

Die Autoren des vorliegenden Buchs gehören zu den Pionieren des Crowdfundings in Deutschland und arbeiteten in den vergangenen zwei Jahren für die Startup-Crowdfunding-Plattform Seedmatch, die 2009 in Dresden gegründet wurde und die im November 2011 als erste Crowdfunding für Startups realisierte. Wie Crowdfunding für Startups funktioniert, worauf Gründer zu achten haben und welche Fehler vermieden werden können, wird in diesem Buch beschrieben.

Dana Melanie Schramm leitete von Januar 2013 bis Juli 2014 bei Seedmatch den Bereich Corporate Communications und unterstützte in dieser Rolle Startups, sich und das Funding in den Medien bestmöglich zu kommunizieren. Jakob Carstens arbeitete vom Juni 2012 bis August 2014 als Head of Marketing beim gleichen Unternehmen und gab dabei den Gründern Unterstützung in der Präsentation auf

der Plattform: Wie stellt man sich der Crowd vor? Worauf achten die Investoren beim Crowdfunding? Was sind Erfolgsfaktoren für ein erfolgreiches Funding?

Durch die Nähe der Autoren sowohl zu den Startups als auch zu den Investoren haben diese einen einmaligen Einblick in die Funktionsweise des Crowdfundings für Startups gewonnen und lassen Sie als Leser mit diesem Buch daran teilhaben. Dieses Buch soll Gründern ein Leitfaden für ein erfolgreiches Crowdfunding und allen Interessierten ein Einblick in eine dynamische, in enormen Wachstum begriffene Szene sein.

Dieses Buch ist keine wissenschaftliche Abhandlung des Crowdfundings – zwar werden Begriffe mit wissenschaftlichen Definitionen vorgestellt und es kommen verschiedene Personen zu Wort, die sich der Thematik wissenschaftlich genähert haben, das Buch dient jedoch vor allem Menschen, die sich die Frage stellen: Ist mein Unternehmen für ein Crowdfunding geeignet? Wie starte ich meine eigene Crowdfunding-Kampagne? Und wie sammle ich möglichst viel Geld für meine Geschäftsidee ein, um danach mit dem Kapital ein erfolgreiches Unternehmen aufzubauen? Ziel der Autoren ist es, jeden interessierten Gründer auf ein erfolgreiches Funding vorzubereiten.

Lernen Sie von den Erfahrungen der Plattform-Betreiber, lesen Sie Interviews mit anderen Gründern, die ihre eigenen Fehler und Erfolge beleuchten und lernen Sie darüber hinaus auch den Crowd-Investor mit seinen Interessen und Zielen kennen.

Wir wünschen dem Leser viele neue Erkenntnisse und Einblicke in eine spannende neue Welt der Unternehmensfinanzierung – und hoffen, dass dieses Buch Vielen zu einem Erfolg verhilft: nicht nur im Crowdfunding, sondern auch im Startup-Leben danach.

Wir freuen uns über Zuschriften, kritische Kommentare und Hinweise aber auch über Rückfragen unter der E-Mail-Adresse [kontakt@crowdfundingbuch.de](mailto:kontakt@crowdfundingbuch.de).

Dresden, im Sommer 2014

Dana Melanie Schramm und Jakob Carstens

---

# Inhaltsverzeichnis

|   |    |
|---|----|
| <b>1 Eine kurze Geschichte der Unternehmensfinanzierung</b> .....   | 1  |
| Literatur .....   | 4  |
| <b>2 Crowdfunding – Was ist das?</b> .....  | 5  |
| 2.1 Begriffe .....  | 5  |
| 2.1.1 Crowd .....   | 5  |
| 2.1.2 Crowdfunding .....  | 6  |
| 2.1.3 Beteiligte .....  | 6  |
| 2.2 Arten des Crowdfundings .....   | 6  |
| Literatur .....   | 8  |
| <b>3 Crowdfunding für Startups</b> .....  | 11 |
| 3.1 Warum Kapital mit der Crowd einsammeln? .....   | 11 |
| 3.2 Wieso sprechen alle von Crowdfunding? .....   | 21 |
| 3.3 Marktüberblick: Welche Plattform ist die richtige? .....  | 22 |
| 3.3.1 Das Wachstum der Startup-Crowdfunding-Szene .....   | 22 |
| 3.3.2 Startup-Crowdfunding-Plattformen im Vergleich .....   | 23 |
| 3.3.3 Exkurs: Interview mit dem Business Angel<br>Dr. Denis Jung zu den Unterschieden von Seedmatch<br>und Companisto ..... | 27 |
| 3.3.4 Ein Blick ins Ausland .....   | 30 |
| 3.3.5 Die richtige Plattform für ein Crowdfunding finden .....  | 33 |
| 3.3.6 Ausblick: Was tut sich in Zukunft bei den<br>Crowdfunding-Plattformen? .....  | 34 |
| 3.4 Das partiarische Nachrangdarlehen und andere<br>Beteiligungsmodelle .....   | 36 |

|          |   |           |
|----------|---|-----------|
| 3.5      | Gute Gründe für ein Crowdfunding  | 45        |
| 3.6      | Nachteile des Crowdfundings   | 47        |
|          | Literatur   | 50        |
| <b>4</b> | <b>Crowdfunding-Investoren: Wer investiert in Startups?</b>                             | <b>53</b> |
| 4.1      | Charakterisierung   | 53        |
| 4.2      | Wissenschaftliche Analyse des Crowd-Investors   | 60        |
| 4.3      | Der Schwarmeffekt   | 64        |
| 4.4      | Interviews mit Crowd-Investoren   | 66        |
|          | Literatur   | 82        |
| <b>5</b> | <b>Der Funding-Prozess</b>  | <b>83</b> |
| 5.1      | Vorüberlegung: „Ist mein Unternehmen für ein Crowdfunding geeignet?“                    | 84        |
| 5.1.1    | Allgemeine Auswahlkriterien der Plattformen   | 84        |
| 5.1.2    | Exkurs: B2B-Startups eignen sich nicht für ein Crowdfunding                             | 89        |
| 5.1.3    | Exkurs: Unternehmen ohne Hauptsitz in Deutschland und länderübergreifendes Crowdfunding | 90        |
| 5.2      | Die Bewerbung bei der Plattform   | 92        |
| 5.2.1    | Das Pitchdeck   | 93        |
| 5.2.2    | Checkliste – weitere Dinge, auf die Sie bei Ihrer Bewerbungen achten sollten            | 96        |
| 5.3      | Funding-Vorbereitung  | 97        |
| 5.3.1    | Das Storytelling  | 98        |
| 5.3.2    | Das Video   | 106       |
| 5.3.3    | Die Investment-Story  | 111       |
| 5.3.4    | Der Businessplan  | 119       |
| 5.3.5    | Vertragsdetails und Unternehmensbewertung   | 124       |
| 5.3.6    | Presse- und Medienarbeit: Kommunikation für einen gelungenen Crowdfunding-Start         | 127       |
| 5.3.7    | Die eigene Crowd aktivieren   | 139       |
| 5.4      | Während des Fundings: Auf dem Weg zum Limit   | 141       |
| 5.4.1    | Der Austausch mit der Crowd: Fragen beantworten   | 142       |
| 5.4.2    | Updates – erzählen Sie die Story weiter   | 143       |



---

|          |   |            |
|----------|---|------------|
| 5.5      | Nach dem Funding: Die Crowd einbeziehen .....         | 157        |
| 5.5.1    | Die Crowd nutzen .....                                | 157        |
| 5.5.2    | Anschlussfinanzierungen kommunizieren .....           | 160        |
| 5.5.3    | Das Startup scheitert: Der Umgang mit der Crowd ..... | 163        |
| 5.6      | Exit: Der Erfolg für alle .....                       | 167        |
|          | Literatur .....                                       | 169        |
| <b>6</b> | <b>Fazit</b> .....                                    | <b>173</b> |
|          | Literatur .....                                       | 175        |
|          | <b>Glossar</b> .....                                  | <b>177</b> |
|          | <b>Literatur</b> .....                                | <b>181</b> |