
Inhaltsverzeichnis

1	Der Wandel zur Mitmachgesellschaft	1
1.1	Strukturwandel von der Industrieökonomie hin zur Netzwerkökonomie	1
1.1.1	Entwicklung zur Informationsökonomie	1
1.1.2	Entwicklung zur Netzökonomie bzw. Internetökonomie	2
1.2	Verhältnis der Unternehmen und der Kunden in der Netzökonomie	3
1.2.1	Connectivity – Vernetze dich	5
1.2.2	Collaboration – Verbünde dich	5
1.2.3	Coopetition – Trau dich	5
1.2.4	Co-Creation – Öffne dich	6
	Literatur	6
2	Definition und Phänomene des Web 2.0	7
2.1	Soziale Medien	9
2.1.1	Online Communities/Soziale Netzwerke: Kontakt- bzw. Beziehungsnetzwerke, beruflich (z. B. XING oder LinkedIn) oder privat (z. B. Facebook)	10
2.1.2	Soziale Netzwerke im Detail	11
2.1.3	Analyse der Nutzerstrukturen	12
2.2	User Generated Content (UGC)	15
2.3	Prinzip des Long Tail	15
2.4	Societing ersetzt Marketing	17
2.5	Vermeintliche Gratismentalität des Web 2.0	18
2.6	Demokratisierung der Technologie und der Information	19
2.7	Kollektive Intelligenz (auch Schwarmintelligenz)	19
	Literatur	20
3	Nutzung der Schwarmintelligenz	23
3.1	Crowdsourcing, der Mitmachgedanke des Web 2.0	24
3.2	Crowdsourcing-Plattformen	24

3.3	Crowdfunding	28
3.3.1	Beispiele für sonstige partizipative Finanzierungsmodelle: Genossenschaften	29
3.3.2	Abgrenzung zu anderen Finanzierungs/Erlösmodellen im WWeb 2.0	31
3.3.3	Erlöse aus Social Communities (auch Social Payments genannt)	31
3.3.4	Paid Content	33
3.3.5	Fundraising	35
3.3.6	Sponsoring	35
	Literatur	35
4	Spezifika neuer Geschäftsmodelle im Web 2.0	37
5	Finanzierung innovativer Unternehmen	39
5.1	Situation der traditionellen Finanzdienstleister im Detail	40
5.1.1	Finanzkrise ab 2007	40
5.1.2	Basel II und Basel III	41
5.1.3	Auswirkungen von Basel III für die Realwirtschaft	43
5.1.4	Vertrauensverlust in den Bankensektor	45
5.2	Entwicklung des Private Equity Marktes	47
5.2.1	Typische Finanzierungsphasen eines Unternehmens	47
5.2.2	Informelles Beteiligungskapital	48
5.2.3	Vergleich des formellen Beteiligungskapitalmarktes Europa/USA	51
5.2.4	Öffentliche-rechtliche Finanzmittel	52
5.2.5	Zusammenfassung	53
	Literatur	53
6	Crowdfunding als mögliche Finanzierungsalternative	55
6.1	Entwicklung der gemeinschaftlichen Finanzierung	55
6.1.1	Die verschiedenen Arten des Crowdfundings	56
6.1.2	Volumen des aufgebracht Kapitals über Crowdfunding	58
6.1.3	Ablauf einer Crowdfunding-Kampagne	61
6.1.4	Darstellung der Merkmale einer Crowdfunding-Kampagne	62
6.1.5	Eigenheiten und Erfolgsfaktoren des Crowdfundings	65
6.1.6	Zusatzeffekte des Crowdfundings	68
6.1.7	Expertentipps für die Durchführung einer erfolgreichen Crowdfunding-Kampagne	70
6.1.8	Erfahrungsbericht zur Durchführung einer erfolgreichen Crowdfunding-Kampagne	72

6.2	Für welche Branchen ist Crowdfunding geeignet?	77
6.2.1	Kreativwirtschaft	77
6.2.2	Wie verändert die Digitalisierung die Kultur?	79
6.2.3	Journalismus	83
6.2.4	Crowdfunding als alternatives Erlösmodell für die Medienbranche	85
6.2.5	Hardwareindustrie	88
6.2.6	Food and Beverages	89
6.2.7	Die Immobilienwirtschaft	93
6.3	Vergleich Crowdfunding mit Venture Capital	98
	Literatur	99
7	Spendenbasierendes Crowdfunding	101
7.1	Online Fundraising	102
7.1.1	Spielerisches und mobiles Online Fundraising	105
7.1.2	Spendenbasierende-Crowdfunding-Plattformen	107
7.1.3	Betterplace.org: Große deutsche Spenden-Plattform	108
7.1.4	Zusammenfassung der Chancen und Risiken des Onlinespenden-Marktes	109
7.1.5	Wissenschaftliche Spenden-Plattform: www.inject-power.at	110
	Literatur	111
8	Rewardbasierendes Crowdfunding	113
8.1	RewardbasierendeCrowdfunding-Plattformen	114
8.1.1	Kickstarter	114
8.1.2	Indiegogo	117
8.1.3	Startnext	118
8.1.4	VisionBakery	122
8.1.5	Inkubato	122
8.1.6	Berlin Crowd	123
8.1.7	Plattformen für die Musikindustrie: SellaBand	124
8.1.8	Plattformen für die Spieleindustrie: Gambitious	127
	Literatur	128
9	Equitybasierendes Crowdfunding/Crowdinvesting	129
9.1	Aspekte für das Unternehmen	129
9.2	Aspekte für den Mikroinvestor	130
9.3	Die Rolle der Plattform	130
9.3.1	Beispiele für Crowdinvesting-Plattformen	131

10 Lendingbasierendes Crowdfunding/Crowdlending	147
10.1 Onlinekreditplattformen in Deutschland	149
10.2 Onlinekreditplattformen in Großbritannien und den USA	153
10.3 Social-Lending-Plattformen	157
Literatur	158
11 Hybride Modelle	159
12 Rechtliche Situation der Crowdfunding-Plattformen	161
12.1 Crowdfunding-Plattformen als Wertpapierdienstleister?	162
12.1.1 Rechtliche Basis für die Prospektpflicht der Projektinhaber beim Crowdfunding in Deutschland	162
12.1.2 Crowdfunding-Plattformen und die Erlaubnispflichten nach dem dKreditwesengesetz	165
12.1.3 Erlaubnispflicht nach dem Zahlungsdienstleistungsgesetz (ZAG)	168
12.1.4 Gewerberechtliche Vorschriften für Crowdfunding-Plattformen	168
12.1.5 Zusammenfassung	170
12.1.6 Exkurs: Gesetzeslage in Österreich	170
12.1.7 Exkurs: AIFM-Richtlinie	175
12.1.8 Exkurs: Zur Abgrenzung partiarisches Darlehen/stille Beteiligung sowie dem Genussrecht (unter Anwendung der österreichischen Gesetzeslage)	178
12.2 Mittelbare Beteiligung auf den Crowdfunding-Plattformen	182
12.3 Reward- und donationbasierende Plattformen als Zahlungsdienstleister ...	182
12.4 Rewardbasierende Plattformen und das Konsumentenschutzgesetz	183
12.5 Rechtliche Situation im Crowdlending	183
12.5.1 Einlagensicherung	184
12.5.2 Thema: Transparenz und Bankgeheimnis	184
12.6 Neueste Entwicklungen: Aktionsplan zum Schutz der Anleger	184
Literatur	189
13 Steuern und Crowdfunding	191
13.1 Donation- und Rewardbasierendes Crowdfunding	191
13.1.1 Zur Anwendbarkeit der umsatzsteuerlichen Vorschriften bei Crowdfunding Projekten	191
13.1.2 Grundsätzliches zur Anwendbarkeit der ertragssteuerrechtlichen Regelungen	193
13.1.3 Steuerliche Situation beim spendenbasierenden (donation-based) Crowdfunding	194
13.1.4 Steuerliche Behandlung beim Reward-Based Crowdfunding	196
13.2 Equity- und Lendingbasierendes Crowdfunding	198
13.2.1 Die gängigen Finanzierungsformen im Überblick	198

14 Schwachstellen des Crowdfundings	205
14.1 Fehlende Aufsichtsbehörde, fehlende Regulierungen	205
14.2 Fehlendes Basiswissen/fehlendes Vertrauen	206
14.3 Fehlende Transparenz	206
14.4 Hohe Transaktionskosten	207
14.5 Starke Fragmentierung des Marktes in Europa	208
14.6 Hoher Anspruch an die Funktionalität/Komplexität der Crowdfunding-Plattformen	208
14.7 Betrugsprävention und Anlegerschutz	209
14.8 Postinvestmentphase und fehlender Sekundärmarkt	210
14.9 Interessenkonflikte	210
14.10 Urheber- und patentrechtliche Probleme beim Crowdfunding	211
14.11 Crowdfunding und Datenschutz	213
15 Crowdfunding in der Europäischen Union	215
15.1 Die Strategie <i>Europa 2020</i>	215
15.1.1 Digitale Agenda (DAE) der Europäischen Kommission	216
15.1.2 Startup Europe	217
15.2 Bielsko-Biala-Declaration als europäische Initiative	219
15.3 Maßnahmenpaket der Europäischen Kommission vom 27. März 2014	223
15.3.1 Zur Mitteilung über Crowdfunding im Detail	225
15.4 Themen, die auf europarechtlicher Ebene zu adressieren sind	225
15.4.1 Anwendbar bei allen Arten des Crowfundings	225
15.4.2 Crowdlending und Crowdfunding	226
16 Die Situation in den Vereinigten Staaten	229
16.1 Die Regelungen des JOBS Act	229
16.1.1 Umsetzung des Teils II—ACCESS TO CAPITAL FOR JOB CREATORS	231
16.1.2 Umsetzung des Teils III – CROWDFUND Act	234
16.1.3 Hintergründe zum CROWDFUND Act	246
16.2 Crowdfunding-Syndizierung auf AngelList	249
16.3 Beispiele für sonstige US-Crowdfunding-Plattformen	250
16.4 Rechtliche Grundlagen für Crowdlending-Plattformen in den USA	251
Ausblick	253