

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Autorenverzeichnis	XV
Abkürzungsverzeichnis	XVII
1. Crowdfunding – eine Einführung	1
1.1. Was ist Crowdfunding?	1
1.1.1. Geschichte/Entstehung	1
1.1.1.1. Exkurs: Crowdsourcing – Schwarmintelligenz	2
1.1.2. Arten des Crowdfunding	2
1.1.2.1. Donation-based Crowdfunding (schenkungsorientiertes Crowdfunding)	2
1.1.2.2. Reward-based Crowdfunding (vergütungs-basiertes Crowdfunding)	3
1.1.2.3. Equity-based Crowdfunding (eigenkapitalbasiertes Crowdfunding)	4
1.1.3. Funktionsweisen von Crowdfunding und Crowdfunding	5
1.1.3.1. Die Macht der Crowd	5
1.1.3.2. Ablauf einer Crowdfunding-Kampagne	6
1.1.3.4. Plattformen im Überblick	9
1.2. Die Entwicklung von Crowdfunding/-investing in Österreich, Deutschland und Ausblick für die EU	11
1.2.1. Österreich	11
1.2.2. Deutschland	12
1.2.3. Entwicklung auf europäischer Ebene	13
1.3. Präsentation von zwei Fallbeispielen	15
1.3.1. Wohnwagen	15
1.3.1.1. Unternehmensprofil	15
1.3.1.2. Geschäftsführung/Team	16
1.3.1.3. Ausgangssituation	16
1.3.1.3.1. Entstehung der Idee Wohnwagen	16
1.3.1.3.2. Benötigtes Kapital, Finanzierungsmix, Crowdfunding	17
1.3.1.3.3. Warum Crowdfunding als erster Schritt?	17
1.3.1.4. Die Kampagne	17
1.3.2. Kaahée	19
1.3.2.1. Beschreibung des Unternehmens Kaahée	20
1.3.2.2. Eckdaten zur Crowdfunding-Kampagne auf CONDA	21

1.3.2.3.	Die Kampagne von Kaahée als Best-Practice	21
1.3.2.4.	Interview mit Julian Juen, Gründer und Geschäftsführer von Kaahée	26
2.	Rechtsgrundlagen für Crowdfunding in Österreich	28
2.1.	Einleitung	28
2.2.	Das Alternativfinanzierungsgesetz (AltFG)	28
2.2.1.	Anwendungsbereich	28
2.2.1.1.	Wer kann Emittent iSd AltFG sein?	29
2.2.1.2.	Was sind Wertpapiere und Veranlagungen?	30
2.2.2.	Schwellenwerte, Beschränkungen der Anwendbarkeit des AltFG	31
2.2.3.	Anlegerschutz	34
2.2.4.	Informationspflichten des Emittenten	34
2.2.4.1.	Schwellenwerte für die Informationspflicht	34
2.2.4.2.	Umfang der Emittenten-Informationspflicht anlässlich der Emission	35
2.2.4.3.	Regelmäßige Publizitätspflicht des Emittenten	38
2.2.4.4.	Wie kann die Informations- und Publizitätspflicht erfüllt werden?	38
2.2.5.	Pflicht zur Prüfung der Informationen	40
2.2.5.1.	Person des Prüfers und Umfang der Prüfpflicht	40
2.2.5.2.	Haftung für die Prüfung	41
2.2.6.	Verpflichtungen zur Vermeidung von Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung	41
2.2.7.	Regelungen für das Betreiben einer Internetplattform	42
2.2.7.1.	Anforderungen an Betreiber einer Internetplattform	42
2.2.7.2.	Informationspflichten für Plattformbetreiber	43
2.2.7.3.	Prüfung der Emittenten-Angaben durch den Plattformbetreiber	44
2.2.7.4.	Datenschutz	44
2.2.7.5.	Untersagung einer wesentlichen Beteiligung an Emittenten ...	44
2.2.8.	Strafbestimmung des AltFG	45
2.3.	Exkurs: Vereinfachter KMG-Prospekt	45
2.4.	Exkurs: Allgemeines Zivilrecht, Konsumentenschutz, Insolvenzrecht ...	46
2.5.	Exkurs: Konzessionsrechtliche Fragen	47
2.5.1.	Einlagengeschäft	48
2.5.2.	Vermittlung von Einlagen	49
2.5.3.	Kreditgeschäft und Kreditvermittlung	49
2.5.4.	Loroemissionsgeschäft	49
2.5.5.	Kapitalfinanzierungsgeschäft	50
2.5.6.	Zahlungsdienstegesetz	50
2.5.7.	AIFM	51
3.	Rechtsgrundlagen für Crowdfunding in Deutschland	52
3.1.	Einleitung	52
3.2.	Ausnahmen für Schwarmfinanzierung	53

3.3.	Vermögensanlagen-Informationsblatt: Erstellung und Gestattung	56
3.4.	Anforderungen an die Crowdfunding-Plattformen in Deutschland	58
3.5.	Praktische Auswirkung der Befreiungstatbestände	59
3.6.	Exkurs – Crowdlending	59
3.7.	Prospektverordnung und weiterer Ausblick	61
3.8.	Fazit	63
4.	Crowdinvesting – mehr Chance als Risiko?	64
4.1.	Einführung	64
4.2.	Das 1×1 des Investierens	68
4.2.1.	Grundlagen	68
4.2.1.1.	Rentabilität	73
4.2.1.2.	Sicherheit	77
4.2.1.3.	Liquidität	79
4.2.1.4.	Unterschiedliche Risikoklassen	81
4.2.1.5.	Risikostreuung	83
4.2.2.	Venture Capital für jeden	84
4.2.2.1.	Was bedeutet Venture Capital?	84
4.2.2.2.	Der Beteiligungsprozess im Venture-Capital-Bereich	88
4.2.2.3.	Crowdinvesting auf dem Prüfstand	89
4.2.2.3.1.	Stärken	90
4.2.2.3.2.	Schwächen	91
4.2.2.3.3.	Chancen	91
4.2.2.3.4.	Risiken	91
4.2.2.4.	Zusammenfassung: Gibt es einen Gewinn für den Investor?	92
4.3.	Crowdinvesting – jetzt wird investiert	93
4.3.1.	Auswahl eines geeigneten Crowdinvesting-Projekts	94
4.3.1.1.	Alleinstellungsmerkmal	95
4.3.1.2.	Geschäftsmodell	97
4.3.1.3.	Marketing und Vertriebsziele: Die Go-to-Market-Klarheit ...	98
4.3.1.4.	Marktsituation: Marktgröße/-wachstum	99
4.3.1.5.	Team: Management-Skalierbarkeit und Erfahrungen	100
4.3.1.6.	Finanzierung und Planzahlen	102
4.3.1.6.1.	Erfolgsrechnung	104
4.3.1.6.2.	Bilanz	106
4.3.1.6.3.	Cashflow	108
4.3.2.	Beurteilung des Beteiligungsmodells	109
4.3.2.1.	Beurteilung der Zahlungszeitpunkte	110
4.3.2.2.	Beurteilung der Auszahlung	111
4.3.2.3.	Worst Case: Was passiert, wenn die gesteckten Ziele nicht erreicht werden?	118
4.3.3.	Der Investitionsprozess	119
4.3.4.	Monitoring/Support	120
4.3.5.	Ausstieg (Exit)	120
4.3.6.	Die Plattform CONDA als Beispiel	122
4.3.6.1.	Das Beteiligungsmodell	122

4.3.6.1.1.	Vorbemerkung	126
4.3.6.1.2.	Zeichnungsfrist und Dauer	128
4.3.6.1.3.	Darlehensbetrag	128
4.3.6.1.4.	Zinsberechnung	128
4.3.6.1.5.	Informationsrechte	132
4.3.6.1.6.	Auszahlungskonto	133
4.3.6.1.7.	Qualifizierte Nachrangklausel	133
4.3.6.1.8.	Verpflichtungen der Gesellschaft	133
4.3.6.1.9.	Abtretung des partiarischen Darlehens durch den Crowdfinancier	134
4.3.6.1.10.	Außerordentliche Kündigungsrechte der Gesellschaft	134
4.3.6.1.11.	Schlussbestimmungen	135
4.3.6.2.	Berechnungsbeispiel	135
4.3.7.	Zusammenfassung	137
4.4.	Steuerrechtliche Rahmenbedingungen	138
4.4.1.	CONDA-Beteiligungsmodell	138
4.4.1.1.	Substanzgenussrecht	139
4.4.1.2.	Nachrangiges Darlehen	140
4.4.2.	Steuerliche Behandlung von sozietären Genussrechten beim Anleger	141
4.4.2.1.	Österreichische natürliche Person hält die Genussrechte im Privatvermögen	141
4.4.2.1.1.	Laufende Ausschüttungen	141
4.4.2.1.2.	Vorzeitige Abschichtung, Veräußerung und Liquidation ...	142
4.4.2.2.	Österreichische natürliche Person hält die Genussrechte im Betriebsvermögen	142
4.4.2.2.1.	Laufende Ausschüttungen	142
4.4.2.2.2.	Vorzeitige Abschichtung, Veräußerung und Liquidation ...	142
4.4.2.3.	Österreichische Privatstiftungen	143
4.4.2.3.1.	Laufende Ausschüttungen	143
4.4.2.3.2.	Vorzeitige Abschichtung	143
4.4.2.3.3.	Veräußerung und Liquidation	144
4.4.2.4.	Österreichische Kapitalgesellschaft	144
4.4.2.4.1.	Laufende Ausschüttungen	144
4.4.2.4.2.	Vorzeitige Abschichtung	145
4.4.2.4.3.	Veräußerung und Liquidation	145
4.4.2.5.	Inhaber ist eine beschränkt steuerpflichtige natürliche Person	146
4.4.2.5.1.	Laufende Ausschüttungen	146
4.4.2.5.2.	Vorzeitige Abschichtung, Veräußerung und Liquidation ...	146
4.4.2.6.	Zessionsgebühr (§ 33 TP 21 GebG)	147
4.4.2.7.	Treuhandverhältnis zwischen Anleger und Treuhandgesellschaft	147
4.4.2.8.	Zusammenfassung Steuerrecht – Anleger	147
4.4.3.	Unternehmensrechtliche Behandlung beim Anleger	148

4.4.4.	Steuerliche Behandlung von nachrangigen Darlehen beim Anleger (Kapitalgeber).....	149
4.4.4.1.	Österreichische natürliche Person (Privatvermögen)	149
4.4.4.2.	Österreichische natürliche Person (Betriebsvermögen)	149
4.4.4.3.	Österreichische Privatstiftungen	150
4.4.4.4.	Österreichische Kapitalgesellschaft	150
4.4.4.5.	Beschränkt steuerpflichtige natürliche Person	150
5.	Crowdfunding als Finanzierungsinstrument	151
5.1.	Alternative Unternehmensfinanzierung	151
5.1.1.	Alternative Formen der Unternehmensfinanzierung	151
5.1.1.1.	Klassische vs alternative Methoden	153
5.1.2.	Strukturierte Finanzierung – für wen und wie?	156
5.1.3.	Einordnung des Crowdfunding als neue Art der Unternehmensfinanzierung	157
5.2.	Kapitalaufbringung mit Crowdfunding	158
5.2.1.	Einleitung: Vorteile der Finanzierungsform durch Crowdfunding	158
5.2.1.1.	Welche Überlegungen müssen angestellt werden?	159
5.2.2.	Der Prozess des Crowdfunding	160
5.2.2.1.	Vorbereitung der Crowdfunding-Kampagne	160
5.2.2.1.1.	Die „Investor-Story“	160
5.2.2.1.2.	Die Kommunikationskanäle	162
5.2.2.1.3.	Ihr Business-Modell	163
5.2.2.1.4.	Incentives als Zuckerl für Investoren	164
5.2.2.1.5.	Das Crowdfunding-Video	164
5.2.2.1.6.	Aktivieren des Netzwerks	165
5.2.2.1.7.	Die nötigen Ressourcen	165
5.2.2.2.	Die Crowdfunding-Kampagne	167
5.2.2.2.1.	Spannungsbogen aufrecht halten	167
5.2.2.2.2.	Vernetzung	167
5.2.2.2.3.	Nutzung von Investoren	168
5.2.2.2.4.	Präsentation des Teams	168
5.2.2.2.5.	Permanente Information	168
5.2.2.2.6.	Einbindung von Kooperationspartnern	169
5.2.2.3.	Der Kampagnen-Abschluss	169
5.2.2.4.	Laufende Kommunikation mit den Investoren nach dem Kampagnen-Abschluss	170
5.3.	Steuerrechtliche Rahmenbedingungen	171
5.3.1.	Substanzgenussrecht aus Sicht des Emittenten	171
5.3.1.1.	Steuerliche Behandlung beim Emittenten	171
5.3.1.2.	Das Genussrecht als unternehmensrechtliches Eigenkapital	171
5.3.1.2.1.	Ausweis innerhalb des Postens („Eigenkapital“)	173
5.3.1.2.2.	Ausweis in einem gesonderten Hauptposten („Mezzaninkapital“)	173

5.3.1.2.3.	Behandlung eines Ausgabeaufgelds und Ausgabeabgelds ...	173
5.3.1.2.4.	Genussrecht als unternehmensrechtliches Fremdkapital ...	174
5.3.1.3.	Zusammenfassung Unternehmensrecht – Emittent	174
5.3.2.	Nachrangiges Darlehen aus Sicht des Kapitalempfängers ...	174
Anhang 1	175
Anhang 2	179
Stichwortverzeichnis	189