



universität
wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Finanzierung von Gemeinwohl Start-ups über Crowdfunding“

verfasst von / submitted by

Alexandre Gross

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of

Master of Science (MSc)

Wien, 2021 / Vienna 2021

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

UA 066 915

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Masterstudium Betriebswirtschaft

Betreut von / Supervisor:

ao. Univ.-Prof. Mag. Dr. Johann Brazda

Inhalt

Abbildungsverzeichnis	1
Tabellenverzeichnis.....	2
Abkürzungsverzeichnis	2
1 Einleitung	3
2 Finanzierungsformen für Start-ups	8
2.1 Definition eines Start-ups und Entwicklungsphasen	8
2.2 Alternative Finanzierungsformen	9
2.2.1 Selbstfinanzierung mittels Bootstrapping.....	10
2.2.2 Business Angels	11
2.2.3 Private Equity	11
2.2.4 Venture Capital	11
2.2.5 Fördermittel	12
2.2.6 Bankenfinanzierung	12
2.2.7 Gründerwettbewerbe, Factoring, Inkubatoren.....	13
3 Crowdfunding: Begriffsabgrenzung	14
4 Hauptakteure beim Crowdfunding.....	17
4.1 Die Kapitalnehmer	17
4.2 Die Kapitalgeber	17
4.3 Die Crowdfunding-Plattform	18
5 Chancen und Risiken von Crowdfunding	20
5.1 Chancen aus Sicht der Kapitalgeber	20
5.2 Chancen aus Sicht der Kapitalnehmer.....	20
5.3 Risiken aus Sicht der Kapitalgeber	21
5.4 Risiken aus Sicht der Kapitalnehmer.....	23
6 Österreichische Crowdfunding-Plattformen	24
7 Die Gemeinwohl-Ökonomie	26
7.1 Kritik am derzeitigen Wirtschaftssystem	26
7.2 Vision der Gemeinwohl-Ökonomie.....	26
7.3 Die Gemeinwohl-Bilanz und Gemeinwohl-Matrix	27
7.4 Kritische Beurteilung der Gemeinwohl-Ökonomie.....	28
7.4.1 Definition und Realisierbarkeit des Gemeinwohls	28
7.4.2 Messung des Gemeinwohls	29
7.4.3 Schlechtere Wirtschaftsleistung	30

7.4.4 Kritische Beurteilung der Gemeinwohl-Bilanz.....	30
8 Die Genossenschaft für Gemeinwohl	32
8.1 Ziele, Zweck und Mitgliedschaft	32
8.2 Organisation und Entscheidungsmethoden	33
9 Crowdfunding für Gemeinwohl.....	36
9.1 Die Plattform	36
9.2 Die Gemeinwohl-Prüfung	36
9.3 Beurteilung der Gemeinwohl-Prüfung	41
9.3.1 Fehlende Transparenz	41
9.3.2 Willkürliche Bewertung durch die Genossenschaftler	42
9.3.3 Schwierigkeit der Definition des Gemeinwohls	43
9.3.4 Konkretisierung des Gemeinwohlverständnisses.....	44
9.3.5 Zielkonflikt der Plattformbetreiber	46
10 Projekte auf „Crowdfunding für Gemeinwohl“	48
10.1 Spendenbasierte Projekte.....	49
10.2 Gegenleistungsbasierte Projekte	51
10.3 Darlehensbasierte Projekte	59
11 Informationsasymmetrien im Crowdfunding	66
11.1 Ausprägungen von Informationsasymmetrien im zeitlichen Verlauf.....	66
11.2 Risiken durch Adverse Selektion.....	68
11.3 Lösungsansätze zum Abbau von Informationsasymmetrien.....	69
12 Signalling im Crowdfunding	70
12.1 Signalling auf alternativen Crowdfunding-Plattformen	70
12.2 Signalling auf „Crowdfunding für Gemeinwohl“	72
12.2.1 Bilder, Videos und Verlinkung der Homepage.....	73
12.2.2 Projektteam.....	74
12.2.3 Sozialkapital	76
12.2.4 Projektrisiken und Budgetplanung.....	79
12.2.5 Kommunikation während und nach der Kampagne.....	81
12.2.6 Businessplan (darlehensbasierte Projekte)	83
12.2.7 Finanzielle Lage (darlehensbasierte Projekte)	84
12.2.8 Finanzierung von Dritten (darlehensbasierte Projekte)	85
12.2.9 Finanzprognosen (darlehensbasierte Projekte).....	86
12.3 Zusammenfassung der Ergebnisse.....	87

13 Schlussbeurteilung und Ausblick	91
Literaturverzeichnis	95
Interviews	100
Internetquellen	101
Anhang	110
Anhang 1: Übersicht der Signale in den Projektdarstellungen.....	110
Anhang 2: Pomper, C. (2020). Interview 07.10.2020.....	111
Anhang 3: Blum, E. (2020). Interview 27.10.2020.....	119
Anhang 4: Abstract Deutsch.....	127
Anhang 5: Abstract English.....	128

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Genossenschaftskapital und Anzahl der Genossenschaftler von 2014 bis 2018 .	5
Abbildung 2: Finanzierungsformen für Start-ups	9
Abbildung 3: Arten von Crowdfunding.....	15
Abbildung 4: Die Gemeinwohl Matrix	27
Abbildung 5: Die Kreisorganisation der „Genossenschaft für Gemeinwohl“	34
Abbildung 6: Drei Schritte der Gemeinwohl-Prüfung.....	37
Abbildung 7: Höhe der Beträge, mit denen Projekte finanziert wurden	48
Abbildung 8: Zeitliche Darstellung der Ausprägungen von Informationsasymmetrien	67
Abbildung 9: Projektdarstellung mit Bildern, Videos und Verlinkung der Homepage	74
Abbildung 10: Angaben zu den Projektteams.....	75
Abbildung 11: Angabe von Projektrisiken	80
Abbildung 12: Existenz eines Budgetplans.....	80
Abbildung 13: Angabe von Projektupdates während der Kampagne.....	81
Abbildung 14: Existenz von Abschlussberichten bei erfolgreich finanzierten Projekten	82
Abbildung 15: Existenz eines Businessplans	83
Abbildung 16: Veröffentlichung von Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnungen unter den darlehensbasierten Projekten.....	85
Abbildung 17: Anzahl der darlehensbasierten Projekte, die Finanzierungen von Dritten erhalten haben.....	86
Abbildung 18: Angabe von Finanzprognosen.....	87
Abbildung 19: Übersicht der Signale durch die Kapitalnehmer, die Informationsasymmetrien abbauen	88
Abbildung 20: Übersicht der Signale durch die Kapitalnehmer, die Informationsasymmetrien bei darlehensbasierten Kampagnen abbauen.....	89

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Österreichische Crowdfunding-Plattformen, die Start-up Projekte unterstützen....	25
Tabelle 2: Beispiele für unterstützungswerte Projekte und Ausschlusskriterien in den jeweiligen Finanzierungsbereichen.....	39
Tabelle 3: Übersicht der Kapitalnehmer mit Facebook-Profil und Anzahl der Facebook-Abonnenten.....	78

Abkürzungsverzeichnis

bspw.	beispielsweise
bzw.	beziehungsweise
d.h.	das heißt
FMA	Finanzmarktaufsichtsbehörde
GfG	Genossenschaft für Gemeinwohl
GWÖ	Gemeinwohl-Ökonomie
n. d.	no date (kein Datum)
VC	Venture Capital
vgl.	vergleiche
z.B.	zum Beispiel

1 Einleitung

Unternehmensgründungen haben eine hohe Bedeutung für die gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklung eines Landes. Mit jeder Gründung entsteht ein neuer Marktteilnehmer, der den Wettbewerb stimuliert und die wirtschaftliche Dynamik vorantreibt. Es werden neue Ressourcen am Markt nachgefragt, Arbeitsprozesse durchlaufen und Produkte oder Dienstleistungen angeboten. Außerdem können sie durch Innovationen technischen Fortschritt antreiben. Aufgrund der positiven Auswirkungen auf die nationale konjunkturelle Entwicklung und die internationale Wettbewerbsfähigkeit wird in politischen und wirtschaftlichen Diskussionen immer wieder auf die Wichtigkeit von Unternehmensgründungen hingewiesen (Kollmann 2016, S. 1).

Unternehmer stehen oft vor der Schwierigkeit, ihr Geschäftsvorhaben zu finanzieren. Gerade bei finanzschwachen Gründern können Schwierigkeiten zu frühen Projektabbrüchen führen und auch in späteren Unternehmensphasen kann ein Mangel an Wachstumsfinanzierungen zum Projektabbruch führen. Eine Finanzierungsmethode, die in den letzten Jahren beliebter wurde, ist Crowdfunding. Dabei unterstützen viele Personen ein Projekt mit jeweils kleinen Beträgen. Die Anstrengungen dieser Bewegung sind aus volkswirtschaftlicher und wachstumspolitischer Sicht begrüßenswert (Dapp & Laskawi 2014, S. 10). Die Investitionen können sogar zu einer Belebung ganzer Regionen führen, wenn Unternehmen bspw. in Sachwerte investieren, Arbeitsplätze schaffen oder die Unternehmer weitere Investitionen tätigen (Pöltner, Horak & Michels 2019, S. 91).

Die Entwicklung von Crowdfunding hat im deutschsprachigen Raum eine kurze Geschichte. Während die erste deutschsprachige Plattform 2008 in der Schweiz gegründet wurde, entstand mit „Respekt.net“ die erste österreichische Plattform im Jahr 2010. In den folgenden Jahren stieg die Anzahl der Plattformen. Bereits Ende 2019 waren in Österreich über 20 verschiedene Plattformen aktiv (GEA n. d.; Pöltner et al. 2019, S. 11). Auch die durch Crowdfunding finanzierten Beträge steigen. In Österreich wurden 2012 über Crowdfunding-Plattformen Projekte mit einem Finanzierungsvolumen in Höhe von wenigen hunderttausend € finanziert, das Finanzierungsvolumen stieg binnen 2 Jahren aber schnell auf 4,2 Millionen €. 2017 waren es bereits 32,0 Millionen € und 2018 waren es 38,2 Millionen €. Von 2012 bis 2018 wurden Projekte mit einem kumulierten Volumen von 111 Millionen € finanziert (Crowdcircus 2019). Der Markt wird von wenigen Großprojekten dominiert. 2018 wurden über 300 Kampagnen abgewickelt. Davon haben die 25 größten Projekte 15,8 Millionen € (41 %) generiert. Außerdem generierten die fünf umsatzstärksten Plattformen (Dagobertinvest, Home Rocket, Rendi-

ty, Green Rocket und Immofunding) allein 84 % des Gesamtmarktvolumens. Im Rahmen dieser Entwicklungen werden neben unternehmerischen Vorhaben vor allem Immobilienprojekte umgesetzt. 22 der 25 Top-Kampagnen waren 2018 Immobilienprojekte, vier der fünf größten Plattformen sind in dem Sektor spezialisiert und 73 % des finanzierten Volumens waren Immobilien-Plattformen zuzuschreiben (Crowdcircus 2018; Crowdcircus 2019).

Trotz dieser Entwicklung bietet Crowdfunding auch für unternehmerische Vorhaben Chancen und hat Vorteile gegenüber anderen Finanzierungsmöglichkeiten. Es ermöglicht bspw. die Durchführung von Projekten, die anderweitig keine Finanzierung erhalten würden, bei denen bspw. anderen Kapitalgebern nötige Sicherheiten nicht geboten werden können. Den Kapitalgebern wird es im Gegenzug ermöglicht, bereits mit kleinen Beträgen Projekte zu unterstützen und sich an Unternehmen zu beteiligen (Schramm & Carstens 2014, S. 12).

Es gibt in Österreich verschiedene Plattformen, die für die Finanzierung von Start-ups geeignet sind. Eine davon ist „Crowdfunding für Gemeinwohl“. Sie wurde von der „Genossenschaft für Gemeinwohl“ (GfG) gegründet. Diese entstand aus einer Arbeitsgruppe innerhalb der internationalen Bewegungsorganisation Attac. Attac setzt sich für eine demokratische und sozial gerechte Gestaltung der Globalen Wirtschaft ein und fordert einen Wandel im Finanz- und Welthandelssystem, Steuergerechtigkeit, soziale Sicherheit und mehr (Attac n. d.). Einer ihrer Mitbegründer ist der Österreicher Christian Felber. Er ist Wirtschaftspublizist und der Initiator der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ), einer Bewegung der Zivilgesellschaft für ein alternatives Wirtschaftsmodell. Felber forderte im Jahr 2008 als Antwort auf die Finanz- und Bankenkrise die Gründung einer demokratischen Bank. Diese sollte ein wichtiges Puzzlestück der GWÖ sein und weniger den Finanzinteressen der Anleger dienen, sondern vor allem soziale Projekte fördern. Felber startete innerhalb von Attac eine Arbeitsgruppe zur Realisierung dieser Idee und rief die österreichische Zivilgesellschaft zur Hilfe auf. Es entstand eine neue Bewegung, bei der sich mehr und mehr engagierte Bürger einbrachten (Felber 2009; Hochreiter 2019).

Jahr	Kapital	Personen
2014	7.400 €	15
2015	1.908.500 €	2553
2016	3.367.000 €	4577
2017	4.230.400 €	5948
2018	4.290.400 €	6030
2019	Keine Daten	

Abbildung 1: Genossenschaftskapital und Anzahl der Genossenschaftler von 2014 bis 2018 (Hochreiter 2019).

Im Jahr 2014 wurde dann die GfG von 15 Mitgliedern gegründet. Die GfG weckte schnell breites Interesse, wie Abbildung 1 darlegt. Im Jahr 2015 stieg neben der Anzahl der Mitglieder auf über 2.500 auch der eingezahlte Betrag pro Mitglied, weswegen das Genossenschaftskapital mehr als 1,9 Millionen € betrug. Außerdem wurde das Kapitalmarktprospekt erstellt, welches die Voraussetzung zum Sammeln des Genossenschaftskapitals ist. Damit nahm das Projekt Gestalt an und die Mitgliederzahl stieg weiter. Ende 2017 waren 5.948 Personen Mitglieder der Genossenschaft. In diesem Zeitraum flachte der Zuwachs jedoch ab und das Interesse an dem Projekt stieg weniger stark als zuvor (Hochreiter 2019).

Im September 2017 wurde der Antrag für die Konzession als Zahlungsinstitut bei der FMA eingereicht. Drei Monate später hat die FMA den ersten Verbesserungsauftrag für den Konzessionsantrag mit über 227 Punkten an die Antragsteller übermittelt. Nach Verbesserungen und Nachlieferungen durch die GfG wurde der Antrag ein halbes Jahr später aufgrund von Unvollständigkeit und Nichterfüllung der gesetzlichen und regulatorischen Anforderungen endgültig abgelehnt. Die in den Ablehnungsbescheiden angegebenen Kritikpunkte zeigen dabei einen Mangel an Professionalität bei den Antragstellern: Es wurde bspw. bemängelt, dass die Unternehmensbezeichnungen im Dokument nicht einheitlich seien, dass eine geforderte Risikoanalyse sowie detaillierte Angaben zum Vorgehen bei Kontoüberziehungen oder für die Einschätzung der Kundenbonität fehlten, außerdem waren einige Posten, wie bspw. der Finanzvorstand, zum Zeitpunkt des Antrages noch nicht besetzt (Hochreiter 2019).

Die Ausgaben in der Zeit ergeben sich aus Gehältern sowie sonstigen Aufwendungen wie etwa für externe Beratungskosten, den Kapitalmarktprospekt, Mieten, Werbung und mehr. Insgesamt ergaben sich jeweils Kosten in fünfstelliger Höhe über die Jahre hinweg. Es bleibt einerseits fraglich, ob genug Arbeit in das Konzessionsverfahren geflossen ist und andererseits, ob ein derartiges Projekt überhaupt in dem Rahmen, mit einer Vielzahl an ehrenamtlichen Mitarbeitern, die häufig ohne Fachwissen sind, überhaupt realisierbar ist. Darüber hinaus nannte der Pressesprecher der FMA in einer Stellungnahme zum gescheiterten Konzessionsantrag einen Mindestkapitalbedarf für die Bank in einer Größenordnung zwischen 6 bis 15 Millionen €. Im Hinblick auf die Entwicklung des Kapitalwachstums und den von der Genossenschaft veröffentlichten Zahlen entsteht der Anschein, als sei die Chance das Mindestkapital zu erreichen, schon relativ früh unrealistisch gewesen (Hochreiter 2019).

Das Projekt der Bank für Gemeinwohl war ein finanzielles Desaster. Die Bilanzverluste summierten sich auf 3,1 Millionen € und die Genossenschaftler haben fast drei Viertel des eingezahlten Kapitals verloren. Bis Ende 2018 haben in der Folge über 10 % der Genossenschaftler ihre Anteile gekündigt. Insgesamt hätte sich gezeigt, dass „die von der Genossenschaft vielfach bemühte „Weisheit der vielen“ sich als „Fehlentscheidung der vielen“ entpuppt hat“ (Hochreiter 2019). Die Generalversammlung 2018 beschloss schließlich eine Neuausrichtung der GfG. Als eigener Geschäftsbereich soll die Plattform „Crowdfunding für Gemeinwohl“ einen Beitrag zum Gelingen des Neustart leisten (Pomper Interview 2020, S. 113).

Diese Arbeit hat zum Ziel, eine Analyse der Plattform „Crowdfunding für Gemeinwohl“ vorzunehmen. Dafür wird zum einen das Projektauswahlverfahren dargestellt und kritisch beurteilt. Zum anderen wird die Darstellung der Crowdfunding-Projekte auf den Projektseiten der Plattform evaluiert. Auf Basis des Konzeptes der asymmetrischen Informationsverteilung und der Signalling-Theorie wird untersucht, welche Signale die Kapitalnehmer auf der Plattform aussenden und ob es Kapitalgebern ermöglicht wird, fundierte Investitionsentscheidungen zu treffen. Dadurch soll die Qualität von „Crowdfunding für Gemeinwohl“ als Finanzierungsquelle für Start-ups und als Investitionsplattform für Kapitalgeber evaluiert werden.

Der Aufbau dieser Arbeit stellt sich wie folgt dar. Abschnitt 2 erklärt zunächst was ein Start-up ist und stellt verschiedene Finanzierungsmöglichkeiten dar. Im nächsten Teil werden verschiedene Begrifflichkeiten im Crowdfunding und die verschiedenen Arten davon thematisiert. In Abschnitt 4 werden die Hauptakteure im Crowdfunding behandelt und in Abschnitt 5 die Chancen und Risiken von Crowdfunding, jeweils aus Sicht der Beteiligten. Danach werden die wesentlichen österreichischen Crowdfunding-Plattformen vorgestellt. Abschnitt 7

setzt sich mit der GWÖ auseinander. Dafür werden die Visionen, die Instrumente und eine kritische Beurteilung der Bewegung aufgegriffen. In Abschnitt 8 folgt eine Darstellung der GfG und in Abschnitt 9 der Plattform „Crowdfunding für Gemeinwohl“. Für diese Arbeit zentral ist die Beurteilung der Plattform, deswegen liegt der Fokus hier auf einer kritischen Auseinandersetzung mit dem Verfahren der Projektauswahl. In Abschnitt 10 werden die Projekte auf der Plattform einzeln vorgestellt, ohne jedoch eine Bewertung vorzunehmen. Danach werden auf Basis der Prinzipal-Agenten-Theorie verschiedene Arten von Informationsasymmetrien im Crowdfunding erläutert, sowie die davon ausgehenden Risiken und Lösungsansätze. Abschnitt 12 erklärt zuerst die Signalling-Theorie als Ansatz zur Reduktion von Informationsasymmetrien. Dann wird untersucht, welche Maßnahmen Kapitalnehmer vornehmen, um die asymmetrische Informationsverteilung zu reduzieren. Anhand dessen wird eine Bewertung der Plattform vorgenommen. Diese wird im letzten Abschnitt als Schlussbeurteilung zusammengefasst, bevor ein Ausblick gegeben wird.

2 Finanzierungsformen für Start-ups

Im Folgenden wird zuerst der Begriff des Start-ups vorgestellt und im Anschluss daran werden die verschiedenen Finanzierungsformen zusammengefasst. Dargestellt werden die Selbstfinanzierung durch Bootstrapping, Business Angels, Private Equity, Venture Capital, Förderungsmittel, die Bankenfinanzierung, sowie Gründerwettbewerbe, Inkubatoren und Factoring.

2.1 Definition eines Start-ups und Entwicklungsphasen

Schramm und Carstens definieren das Start-up als „junges, innovatives und noch nicht etabliertes Unternehmen auf der Suche nach einem nachhaltigen, skalierbaren Geschäftsmodell“ (2014, S. 11). Es handelt sich um ein junges Wachstumsunternehmen, das eine Innovation hervorbringen möchte. Bestehende Konzepte, die übernommen werden, wie bspw. eine Currywurstbude oder eine Fitnesscenter-Franchise, sind ausgeschlossen. Es gibt bei Start-ups zwei Arten, wie Geschäfte funktionieren: Die einen wollen Innovationen am Markt etablieren, wie es z.B. Facebook, als damals neuartige Social Media Plattform, getan hat. Die anderen wollen mit innovativen Geschäftsmodellen bereits existierende Produkte besser verkaufen. Ein Beispiel dafür ist eBay. Die Plattform ermöglicht es Käufern und Verkäufern, bestehende Produkte gegen ein Höchstgebot oder zu Festpreisen zu kaufen bzw. verkaufen. Start-ups zeichnen sich außerdem durch Skalierbarkeit aus, d.h. ihre Geschäftsmodelle verfügen über hohes Wachstumspotential und benötigen zur Ausschöpfung oft externes Risikokapital.

Die Finanzierung ist eine grundlegende Voraussetzung für den Erfolg eines jungen Unternehmens. Damit es existieren kann, ist ausreichende Liquidität notwendig. Diese Liquidität in jeder Unternehmensphase zu sichern, ist das Motiv einer Unternehmensfinanzierung (Hahn 2018). Eine Unternehmensgründung durchläuft mehrere Entwicklungsphasen. Grundsätzlich wird zwischen den Early Stages, den Expansion Stages und den Later Stages unterschieden. In der Gründungsphase werden Ideen generiert, der Businessplan erstellt und die Machbarkeit evaluiert. Es gibt keine Cash-Flows, aber noch viele Unsicherheiten, weswegen sich Investoren oft zurückhalten. In den Early Stages wird dann das Unternehmen gegründet. Die Gründer haben ein Produkt entwickelt, ein Team zusammengestellt und den Markt erforscht. Sie benötigen Kapital zur Finanzierung von Geschäftsräumen und der Erhöhung von Produktionskapazitäten. Mit dem Launch des Produktes oder der Unternehmensidee enden die Early Stages. In den Expansion Stages erreicht das Unternehmen den Break-Even-Point. Da der Cash-Flow jedoch vorerst nicht ausreicht, um zukünftige Investitionen zu decken, sind weitere Finanzierungsmittel nötig. In dieser Phase etabliert sich das Unternehmen und verbessert seine Strukt-

ren. Das unternehmerische Risiko und das wirtschaftliche Risiko für Kapitalgeber sinken. Durch fortlaufendes Wachstum wird eine Phase erreicht, in der Kapital gebraucht wird, um dem Wettbewerb weiter Stand zu halten, das Unternehmen auszubauen und die Produktion zu skalieren. Start-ups mit sehr hohem Wachstumspotential können in dieser Phase einen Börsengang planen. In den Later Stages ist das Unternehmen in seiner Entwicklung weit fortgeschritten. In dieser Phase wird entweder die Weiterführung des Unternehmens finanziert oder es wird aufgelöst (Hahn 2018, S. 27; Pott & Pott 2012, S. 237 – 239).

2.2 Alternative Finanzierungsformen

Aufgrund des Wachstums- und Renditepotentials lenken Start-ups das Interesse von Kapitalgebern auf sich. In diesem Abschnitt werden alternative Formen der Unternehmensfinanzierung für Start-ups dargelegt. Abbildung 2 bietet dafür eine Kategorisierung.

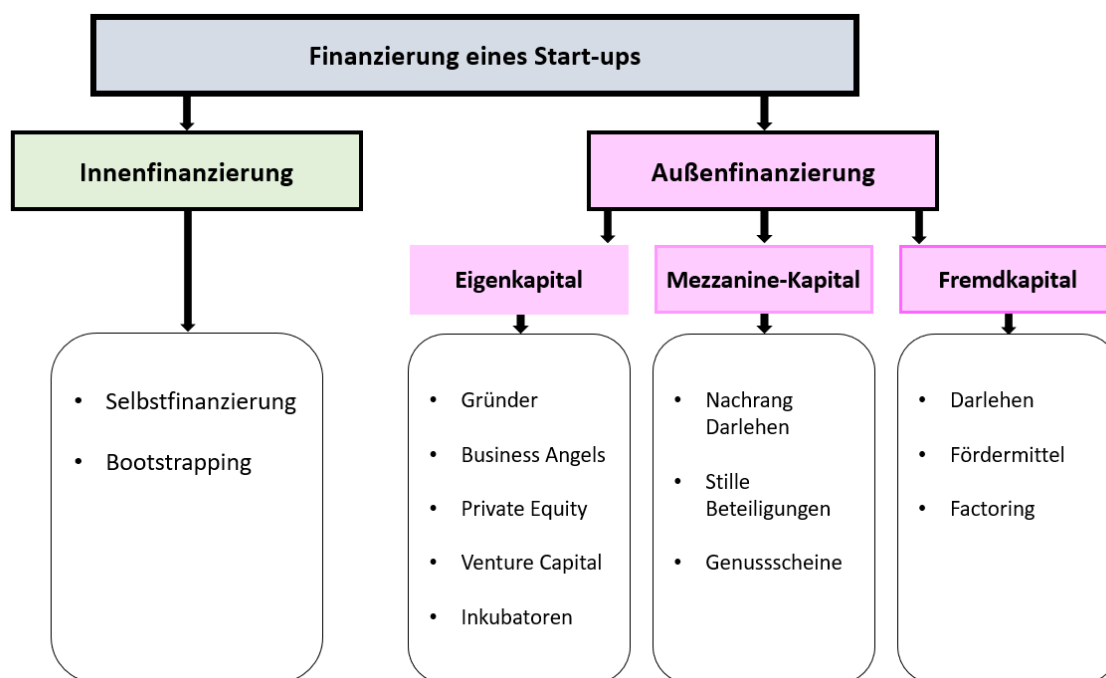


Abbildung 2: Finanzierungsformen für Start-ups (eigene Darstellung in Anlehnung an Hahn 2018, S. 34).

Wie Abbildung 2 zeigt, wird bei der Finanzierungsstruktur von Start-ups grundsätzlich zwischen der Kapitalquelle (Innen- oder Außenfinanzierung) und nach der Rechtsstellung der Kapitalgeber bzw. der Haftungsqualität des eingebrachten Kapitals (Eigen- oder Fremdkapital) unterschieden. Bei der Innenfinanzierung finanziert sich ein Unternehmen ausschließlich

durch innerbetriebliche Vorgänge, d.h. die selbst erwirtschafteten Mittel (Hahn 2018, S. 35). Dagegen nehmen die Unternehmer bei der Außenfinanzierung Kapital von unternehmensexternen Quellen auf. Gerade in frühen Phasen sind sie oft auf externes Kapital angewiesen.

Bei der Außenfinanzierung wird je nach Rechtsstellung des Kapitalgebers zwischen Eigenkapital und Fremdkapital differenziert. Eigenkapital bezeichnet die Finanzierungsmittel, die von Gründern oder zukünftigen Gesellschaftern bzw. Investoren eines Unternehmens eingebracht werden. Es hat das höchste Haftungsrisiko und wird bei einer Insolvenz als letztes zurückgezahlt. Der Investor hat ein Verlustrisiko, er wird dafür aber am Unternehmen beteiligt und erhält in der Regel Einfluss-, Kontroll-, Mitsprache- und Informationsrechte. Fremdkapital bezeichnet Finanzierungsmittel, die von externen Kapitalgebern eingebracht werden und zurückgezahlt werden müssen. Dabei müssen meist Zins- und Tilgungsleistungen innerhalb bestimmter Zeiträume gezahlt werden. Der Investor wird hier nicht beteiligt (Eilenberger & Haghani 2008, S. 10; Hahn 2018, S. 33 – 39).

Zwischen der Eigenkapital- und Fremdkapitalfinanzierung gibt es eine Mischform: Die Mezzanine-Finanzierung. Sie kann je nach rechtlicher und wirtschaftlicher Ausgestaltung die Vorteile der Fremd- und Eigenkapitalfinanzierung kombinieren (Pott & Pott 2012, S. 258). Demnach sind etwa atypische stille Beteiligungen oder Genussrechte eher eigenkapitalähnlich. Dagegen sind typische stille Beteiligungen oder nachrangige Darlehen eher fremdkapitalähnlich. Die wichtigsten Finanzierungsformen für Start-ups werden folgend zusammengefasst.

2.2.1 Selbstfinanzierung mittels Bootstrapping

Wie Abbildung 2 zeigt, ist ein Instrument der Innenfinanzierung von Start-ups die Selbstfinanzierung durch Bootstrapping. Dabei beanspruchen die Gründer keine externe Finanzierung, sondern greifen auf eigene Ersparnisse und die Unterstützung von nahestehenden Personen („Family and Friends“) zurück. Ein Vorteil ist, dass die Kapitalnehmer unabhängig bleiben und keinen externen Kapitalgebern Rechenschaft schuldig sind. Zur Bewahrung dieser Unabhängigkeit sollte das Start-up möglichst schnell mit dem operativen Geschäftsbetrieb starten, um positive Cash-Flows zu generieren. Ein Nachteil ist, dass die unternehmerischen Aktivitäten durch geringere finanziellen Mittel begrenzt sind. In späteren Unternehmensphasen wird daher oft eine Außenfinanzierung notwendig werden (Hahn 2018, S. 43).

2.2.2 Business Angels

Zur externen Eigenkapitalfinanzierung gehören Finanzierungen durch Business Angels, Private Equity Gesellschaften und Venture Capital Gesellschaften. Ihr Ziel ist es, Eigenkapital in Unternehmen zu investieren, um die Anteile später zu verkaufen und dabei eine risikoadäquate Rendite zu erzielen (Pott & Pott 2012, S. 249). Business Angels sind vermögende private Investoren, die neben dem Kapital auch ihre Zeit, ihre beruflich erworbenen Kompetenzen oder wichtige Beziehungen und Kontakte zur Verfügung stellen. Da sie auf finanziellen Gewinn hoffen, sind sie persönlich am Erfolg des Unternehmens interessiert. Business Angels investieren ihr eigenes Geld, weswegen sie bei der Gestaltung ihrer Beteiligungen alle Freiheiten besitzen und bspw. nicht an Vorgaben von Investmentgesellschaften gebunden sind (Hahn 2018, S. 43; Springer Fachmedien Wiesbaden 2014, S. 27).

2.2.3 Private Equity

Der Oberbegriff Private Equity umfasst alle Finanzierungsformen von nicht-börsennotierten Unternehmen mit Eigenkapital- und eigenkapitalähnlichem Charakter. Das Beteiligungskapital kommt von vermögenden Privatpersonen, institutionellen Anlegern und der Private Equity Gesellschaft selbst. Diese erhalten im Gegenzug Unternehmensanteile. Ihr Ziel ist es, dass das Unternehmen wächst und der Wert der Beteiligungen steigt. Wird der angestrebte Unternehmenswert erreicht, versuchen die Private Equity-Geber durch den Verkauf ihrer Geschäftsanteile oder einer Rekapitalisierung, höchstmögliche Gewinne einzufahren. Neben der Finanzierungsfunktion hat die Private Equity Gesellschaft eine erhöhte Kontroll- und Unterstützungstätigkeit. In aller Regel nimmt sie unmittelbaren Einfluss auf Tätigkeiten der Unternehmer. Private Equity Investoren investieren kurz- bis mittelfristig und erwarten sich eine überdurchschnittliche Rendite. Insbesondere wenn Unternehmen bereits mit dem operativen Geschäft begonnen haben und am Markt etabliert sind, kommt Private Equity in Betracht.

2.2.4 Venture Capital

Ein Teilbereich von Private Equity ist Venture Capital (VC) (Hahn 2018, S. 63). Es bezeichnet eine zeitlich begrenzte Kapitalbeteiligung an einem jungen, nicht börsennotierten Unternehmen. Im Gegensatz zum Private Equity-Geschäft befindet sich das Unternehmen in der Regel in einer sehr frühen Phase und hat unzureichende laufende Ertragskraft, es verfügt jedoch über ein enormes Wachstumspotential. Das Risikokapital wird in dem Fall von VC-Gesellschaften bereitgestellt und die Beteiligung ist meist auf bestimmte Entwicklungsphasen

des Unternehmens begrenzt. Neben Kapital bieten VC-Gesellschaften auch Beratungsleistungen an (Springer Fachmedien Wiesbaden 2014, S. 145).

Die wesentlichen Ertragskomponenten beim VC sind nicht die laufenden Dividendenzahlungen, sondern die Erlöse aus der abschließenden Veräußerung der Beteiligung. Deswegen ist das Ziel, einen maximalen Wertezuwachs zu erreichen. Da Investitionen in Start-ups grundsätzlich mit Risiken behaftet sind, nehmen VC-Gesellschaften häufig auch eine Kontrollfunktion ein und sichern sich Informations- und Mitspracherechte, welche über die üblichen Rechte hinausgehen, die ihnen entsprechend dem Kapitalanteil zustehen würden. Beim Ausstieg (Exit) der VC-Gesellschaft gilt der Gang an die Börse als attraktivste Option. Andere Exit-Kanäle sind bspw. die Veräußerung der Beteiligung an andere Unternehmen oder VC-Gesellschaften oder auch der Rückkauf durch die Unternehmensgründer (Springer Fachmedien Wiesbaden 2014, S. 145 - 147).

2.2.5 Fördermittel

Aufgrund des gestiegenen gesamtwirtschaftlichen Stellenwertes junger Digitalunternehmen sind umfassende Förderprogramme der öffentlichen Hand geschaffen worden, die Gründern Kapital bereitstellen. Start-ups erhalten langfristige und günstige Unterstützung in Form von Darlehen, Zuschüssen und Bürgschaften. Die Förderungen sind an bestimmte Bedingungen geknüpft, bspw. muss das Unternehmen erkennen lassen, dass sich die Förderung nachhaltig wirtschaftlich lohnt. Unternehmen können in allen Entwicklungsphasen auf derartige Förderungen zurückgreifen und sie müssen in der Regel nicht zurück gezahlt werden (Hahn 2018, S. 65; Pott & Pott 2012, S. 260).

2.2.6 Bankenfinanzierung

Eine weitere Finanzierungsmöglichkeit bieten Bankkredite. Banken sind klassische Fremdkapitalgeber. Das Unternehmen leiht sich Geld und muss es innerhalb eines festgelegten Zeitraumes mitsamt Zinsen zurückzahlen. Das Verfahren der Kreditvergabe ist ein langwieriger Prozess und mit administrativem Aufwand verbunden, da die Unternehmen viele Anforderungen erfüllen müssen. Die Bank führt eine Kreditwürdigkeitsprüfung durch und verlangt vom Start-up Sicherheiten. Diese Sicherheiten können viele Start-ups aufgrund der unsicheren Aussicht auf zukünftigen Erfolg jedoch nicht geben (Pott & Pott 2012, S. 244).

2.2.7 Gründerwettbewerbe, Factoring, Inkubatoren

Es gibt noch eine Reihe weiterer Instrumente der Außenfinanzierung für Start-ups. Bei Gründerwettbewerben können angehende Gründer bspw. ihre Geschäftsidee einreichen. Die wird dann im Zusammenspiel von Gründern und einem Expertengremium bewertet und weiterentwickelt. Durch die fallspezifischen Informations- und Beratungsaktivitäten der Experten profitieren alle Teilnehmer vom Wettbewerb. Der Gewinner erhält eine Förderung.

Factoring stellt den vertraglich festgelegten Forderungsverkauf dar. Hierbei verkauft ein Unternehmen die Gesamtheit seiner Forderungen aus Leistungen sowie Lieferungen gegenüber gewerblichen Kunden an eine Factoringgesellschaft. Das Geld aus den Forderungen wird dem Unternehmen sofort überwiesen, die Factoringgesellschaft behält allerdings 10 bis 20 % ein, zur Finanzierung etwaiger Skonti und Rabatte. Die Kosten für das Unternehmen ergeben sich aus der Factoringprovision und den Kosten für die Übernahme der Risiken für Forderungsausfälle (Pott & Pott 2012, S. 247).

Inkubatoren investieren zwar auch selbst in Start-ups, sie zeichnen sich aber primär durch die Bereitstellung von Ideen, Teams, Prozessen und Ideenkontakten aus, womit sie die Gründer bei Problemen und Fragestellungen unterstützen können. Als Gegenleistung erhalten sie eine Beteiligung. Sie unterstützen Start-ups langfristig und bereits ab den frühesten Gründungsphasen (Hahn 2018, S. 56).

3 Crowdfunding: Begriffsabgrenzung

Wie im vorherigen Abschnitt beschrieben, gibt es eine Vielzahl an verschiedenen Möglichkeiten der Unternehmensfinanzierung. Eine weitere ist Crowdfunding. Die Idee dahinter wird auch als Schwarmfinanzierung bezeichnet. Dabei unterstützen viele Privatpersonen ein Projekt bzw. Vorhaben mit kleineren Geldbeträgen (Beck 2014, S. 28).

Der Ablauf einer Crowdfunding-Kampagne stellt sich wie folgt dar: Zuerst bewerben sich Kapitalnehmer bei den Plattformbetreibern. Sie müssen passende Unterlagen erstellen, um ihr Projekt zu präsentieren. Danach erfolgt der sogenannte Screening-Prozess der Plattformen, bei dem die Projektunterlagen geprüft werden. Die Kapitalnehmer sollten ausreichend relevante Informationen veröffentlichen, damit Kapitalgeber eine fundierte Investitionsentscheidung treffen können. Nach erfolgreichem Screening werden die Eckdaten der Kampagne festgelegt: Die Fundingschwelle ist der Geldbetrag, der erreicht werden muss, damit die Kampagne als erfolgreich gilt und das Geld an die Kapitalnehmer ausgezahlt wird. Das Fundinglimit ist die maximal mögliche Finanzierungssumme. Der Fundingzeitraum beschreibt den Zeitraum, in dem die Kapitalgeber das Projekt unterstützen können. Dann wird die Kampagne vorbereitet. Dazu werden auf der Projektseite Texte, Bilder und Videos veröffentlicht, um Team, Produkt oder Projekt vorzustellen, außerdem können begleitende Marketingkampagnen durchgeführt und das eigene Netzwerk unterrichtet werden (Pöltner et al. 2019, S. 6).

Das Geld wird nur ausgezahlt, wenn die Fundingschwelle vor Kampagnenende erreicht wird. Dann ist die Finanzierung erfolgreich und die Kapitalnehmer erhalten das gesammelte Kapital von den Plattformbetreibern. Wird die Schwelle nicht erreicht, erhalten die Kapitalgeber ihr Geld zurück und die Kapitalnehmer bekommen keine Unterstützung. Nach der Kampagne müssen Kapitalnehmer gegebenenfalls Informationspflichten erfüllen, zusätzlich können sie die Unterstützer in ihre Kommunikationsstrategien miteinbeziehen oder unter Umständen als Markenbotschafter fungieren lassen (Pöltner et al. 2019, S. 8 - 9).

Crowdfunding ist als Überbegriff anzusehen. Je nach Art der Gegenleistung für die Finanzierung wird zwischen verschiedenen Modellen unterteilt. Abbildung 3 grenzt vier verschiedene Arten und Begriffe voneinander ab und gibt eine Übersicht.

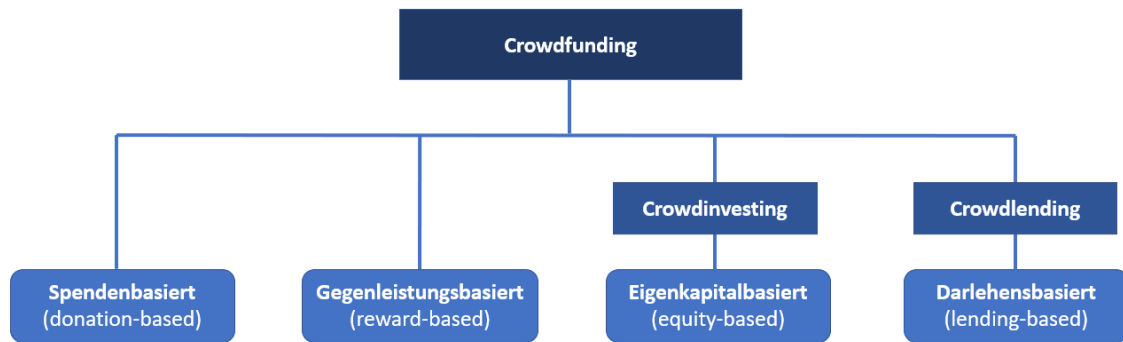


Abbildung 3: Arten von Crowdfunding (eigene Darstellung in Anlehnung an Dapp & Laskawi 2014, S. 5; Beck 2014, S. 28).

Beim **spendenbasierten Crowdfunding** (auch donation-based Crowdfunding genannt) gewähren Kapitalgeber eine finanzielle Unterstützung und erwarten dafür keine Gegenleistung. Das Ziel des Investments ist es, eine Sache zu unterstützen und die Motivation resultiert nicht aus finanziellen, sondern eher aus sozialen Gründen, wie bspw. der Steigerung der Anerkennung oder dem Selbstwertgefühl. Dieses Modell wird oft von gemeinnützigen Organisationen verwendet. Im Gegensatz zu herkömmlichen Spenden wird der Kapitalgeber jedoch detailliert über den Einsatz seiner Mittel und das Projekt informiert. (Pöltner et al. 2019, S. 2; Ordanini, Miceli, Pizzetti & Parasuraman 2011, S. 447).

Beim **gegenleistungsbasierten Crowdfunding** (oder reward-based) unterstützen die Kapitalgeber ein Projekt finanziell und erhalten dafür eine nicht-finanzielle Gegenleistung. Die Gegenleistungen können symbolisch-ideell oder materiell sein, wie bspw. vom Kapitalnehmer hergestellte Produkte, Eintrittskarten für ein Konzert, oder Danksagungen in einem Buch. Der materielle Wert einer Gegenleistung kann weit geringer als der gezahlte Betrag sein, dafür kann der ideelle Wert sehr hoch sein. Dieses Modell wird oft für den Vorverkauf kundenorientierter Produkte oder Dienstleistungen eingesetzt, bevor sie für die Öffentlichkeit zugänglich sind. Spenden- und gegenleistungsbasiertes Crowdfunding dienen häufig der Finanzierung von künstlerischen Projekten, Veranstaltungen oder sonstiger kreativer Projekte (Sixt 2014, S. 57; Pöltner et al. 2019, S. 3; Beck 2014, S. 26).

Bei den anderen beiden Arten des Crowfundings bekommen die Kapitalgeber eine finanzielle Gegenleistung. Daher ist die Motivation des Investments auch finanzieller Natur (Gleasure & Feller 2016, S. 110). Eine Form ist das **eigenkapitalbasierte Crowdfunding** (oder equity-based). Hier wird auch von Crowdinvesting gesprochen. Die Kapitalgeber erhalten für ihren Beitrag am Projekt eine Beteiligung am Eigenkapital bzw. am finanziellen Erfolg der Unternehmen (Sixt 2014, S. 57). Die Kapitalgeber haben bei den Vertragsmodellen häufig Nach-

rangigkeit, es handelt sich damit um eine Mezzanine-Finanzierungsform, weil das Investmentkapital Eigenschaften des Eigenkapitals und des Fremdkapitals besitzt (Schramm & Carstens 2014, S. 7). Weil die finanzielle Rendite im Vordergrund steht, richtet sich Crowdfunding oft an Start-ups mit hohem Entwicklungspotential, aber auch an mittelständische Unternehmen, Immobilienprojekte oder an Projekte im Bereich erneuerbare Energien. Crowdfunding kann zum Erlangen von Startkapital dienen, um die erste Hürde der Eigenkapitalbeschaffung zu überwinden damit dann eine Folgefinanzierungen durch Banken und andere Förderstellen erhalten werden kann.

Die vierte Form ist das **darlehensbasierte Crowdfunding**, auch Crowdlending genannt (oder lending-based). Dabei gewährt der Kapitalgeber dem Kapitalnehmer einen Kredit, der am Ende einer vordefinierten Laufzeit inklusive Zinsen zurückgezahlt werden muss. Die Kapitalgeber profitieren von Zinsen auf den eingebrachten Geldbetrag. Bei den Krediten handelt es sich um Nachrangdarlehen, d.h. dass das Darlehen im Insolvenzfall Nachrangigkeit hat und der Kapitalgeber es nicht zurückverlangen kann, wenn der Kapitalnehmer dadurch finanzielle Probleme bekommen könnte (Sixt 2014, S. 57).

Neben diesen Hauptmodellen gibt es Mischformen, wie bspw. das partiarischen Darlehen. Dabei gewährt der Kapitalgeber einen Kredit, der keine feste Verzinsung hat, sondern in Kombination mit einer Erfolgsbeteiligung auftritt. Oft wird dabei eine Mindestverzinsung vereinbart. Auch dieses Darlehen ist nachrangig (Sixt 2014, S. 179).

4 Hauptakteure beim Crowdfunding

4.1 Die Kapitalnehmer

In folgendem Abschnitt werden die drei Marktteilnehmer im Crowdfunding thematisiert: Die Kapitalnehmer, die Kapitalgeber und die Plattform. Die Kapitalnehmer sind die Initiatoren der Crowdfunding-Kampagne und möchten ihr Projekt finanzieren. Über Crowdfunding können nicht nur Start-ups, sondern auch etabliertere Unternehmen, Vereine, Frei- und Kreativschaffende, private Kreditnehmer, Produkte oder Veranstaltungen finanziert werden (Beck 2014, S. 28; Dapp & Laskawi 2014, S. 3).

Die Kapitalgeber investieren in Menschen, die eine Idee umsetzen. Deswegen sollten Kapitalnehmer eine Vertrauensbasis herstellen, sich als erfolgsversprechend präsentieren und Qualität kommunizieren. Von zentraler Bedeutung ist bspw. eine verständliche und aktivierende Darstellung des Projektes und des Teams über Text, Bild und Video (Kraus, Richter, Brem, Cheng & Chang 2016, S. 20-21; Günther & Riethmüller 2020, S. 49). Weitere Maßnahmen, mit denen Kapitalnehmer Qualität signalisieren werden in Abschnitt 12 thematisiert. Wichtig ist auch die Auswahl der Plattform. Diese haben unterschiedliche Reichweiten und Spezialisierungen, etwa hinsichtlich der Branche.

Des Weiteren muss die richtige Zielgruppe angesprochen werden. Dafür sollten Kapitalnehmer die Finanzierungs- sowie sonstige Anforderungen potenzieller Unterstützer kennen und dementsprechend finanzielle oder nicht-finanzielle Anreize schaffen, um Unterstützung zu erhalten. Beim gegenleistungsbasierten Crowdfunding können z.B. verschiedene Gegenleistungen zur Auswahl angeboten werden, um eine breitere Masse an Unterstützern anzusprechen (Kraus et al. 2016, S. 20-21).

4.2 Die Kapitalgeber

Die Kapitalgeber oder Crowdinvestoren sind eine Gruppe von Menschen, die das Projekt der Kapitalnehmer finanziell unterstützen. Gerade bei Projekten mit hohen Kapitalrunden hat sich gezeigt, dass ca. 80 % der Kapitalgeber die Kapitalnehmer nicht persönlich kannten. Das private Netzwerk der Kapitalnehmer ist demnach in vielen Fällen nicht mehr ausreichend und sie sollten es verstehen, ihre Zielgruppe anzusprechen (Schramm & Carstens 2014, S. 53 - 56).

Die wesentlichen Motivationen für Kapitalgeber, ein Projekt zu unterstützen, unterscheiden sich je nach Crowdfunding-Modell und Projekt. Im Vordergrund stehen finanzielle Gegenleistungen, die Unterstützung einer Sache, anderen zu helfen und Teil einer Gemeinschaft zu sein

(Gerber & Hui 2013, S. 9). Oft sollen Gewinne mit einem Sinn verbunden werden. Dies geht z.B. aus einer Umfrage hervor, in der 90 % der Teilnehmer angeben, bei eigenkapitalbasiertem Crowdfunding einerseits zu investieren, um finanziell zu profitieren und andererseits, weil sie die Produkte als unterstützenswert erachten (Schramm & Carstens 2014, S. 56). Crowdfunding zeichnet sich zudem dadurch aus, dass sich die Kapitalgeber mit kleinen Beträgen beteiligen. Auf der deutschen Plattform Seedmatch liegt das Median-Investment bspw. bei 250 €, der Höhe des Mindestbetrages. Auf Plattformen mit einem niedrigerem Mindestinvestment ist der Wert noch geringer (Schramm & Carstens 2014, S. 57).

4.3 Die Crowdfunding-Plattform

Der dritte Beteiligte beim Crowdfunding ist die Plattform. Sie fungiert als Präsentations- und Infrastrukturplattform und stellt als Dienstleister den Marktplatz dar, auf dem sich Kapitalgeber und Kapitalnehmer treffen.

Die Rolle der Plattformen ist es, Standardisierung und Transparenz zu schaffen. Diese Faktoren sind zentral für den Erfolg der Plattformen (Sixt 2014, S. 67). Durch Standardisierungen, bspw. für die Gestaltung von Rechtsverhältnissen oder der Kommunikation zwischen den Beteiligten, wird die Komplexität von Crowdfunding reduziert. Die Transparenz sollte es potenziellen Kapitalgebern ermöglichen, fundierte Investitionsentscheidungen zu treffen. Hierbei ist die Projektauswahl ein Qualitätsfaktor (Sixt 2014, S. 131). Den Plattformbetreibern bleibt es selbst überlassen, ob sie eine umfangreiche, sachkundige Prüfung der Bewerber und ihrer eingereichten Unterlagen vornehmen, oder davon absehen. Dementsprechend ist die Plattform für die zur Verfügung gestellte Datenqualität mitverantwortlich. Haben Kapitalgeber verlässliche Informationen vorliegen, die eine fundierte Investitionsentscheidung ermöglichen, kann die Reputation der Plattform steigen (Beck 2014, S. 115). Misserfolge unter den Kampagnen können dagegen negative Folgen für das Image haben, wenn diese den jeweiligen Plattformen zugeschrieben werden. Die Plattformbetreiber spielen somit eine entscheidende Rolle, um Vertrauen zu den Kapitalgebern aufzubauen, einerseits in die Projekte und andererseits in die Plattform selbst (Moysidou & Hausberg 2020, S. 532). Sie haben ein grundsätzlich Interesse daran, Kampagnen zu fördern, die sich für Kapitalgeber positiv entwickeln (Schramm & Carstens 2014, S. 56 – 58; Angerer, Brem, Kraus & Peter 2017, S. 11). Allerdings treffen viele Plattformen über die Wirtschaftlichkeit, Unternehmenswerte oder die Erfolgchancen eines Projektes keine Einschätzungen (Dapp & Laskawi 2014, S. 11). Stattdessen werden die Projekte oberflächlich auf Plausibilität geprüft. Für seine Investitionsentschei-

dung ist der Kapitalgeber selbst verantwortlich (Beck 2014, S. 115 – 117; Schramm & Carstens 2014, S. 6; Pöltner et al. 2019, S. 89).

Beck (2014) nennt verschiedene Hauptziele von Plattformbetreibern. Grundsätzlich möchten sie möglichst viele, voluminöse und erfolgreiche Kampagnen über die Plattform finanzieren, um hohe Provisionen zu erhalten. Diese werden auf die vermittelten Finanzierungsbeiträge erhoben und stellen die Haupteinnahmequellen der Plattformen dar. Dementsprechend entsteht ein Anreiz für die Plattformbetreiber, viele Projekte freizugeben. Einige Plattformen bieten weitere Zusatzleistungen für Kapitalnehmer an, die separat bezahlt werden müssen. Ein weiteres Ziel ist es, das rechtliche Risiko zu minimieren, dafür werden in der Regel Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) vorgelegt. Außerdem soll der Aufwand so gering wie möglich gehalten werden. Hierfür müssen Abläufe hinsichtlich der Software automatisiert werden oder die Kapitalgeber und -nehmer möglichst viel Arbeit übernehmen, wie z.B. die erforderlichen Dokumente selbstständig erstellen.

Der Plattformbetreiber hat verschiedene Verdienstmöglichkeiten. Er kann von den Kapitalnehmern eine Provisionsgebühr dafür erheben, dass sie ihr Projekt auf der Plattform präsentieren dürfen. Ferner können Gebühren erhoben werden für das Einsehen der Projekte oder auf jeden einzelnen Finanzierungsbetrag pro Investor, die entweder vom Kapitalgeber oder -nehmer gezahlt wird. Beim am meisten genutzten Verdienstmodell verlangt der Plattformbetreiber von den Kapitalnehmern einen Teil des finanzierten Volumens von erfolgreichen Kampagnen. Zum Teil bieten Plattformbetreiber auch kostenpflichtige Sonderleistungen an, wie bspw. Vermittlungs- und Beratungsleistungen (Beck 2014, S. 117 - 119).

5 Chancen und Risiken von Crowdfunding

5.1 Chancen aus Sicht der Kapitalgeber

In diesem Abschnitt werden die Chancen und Risiken von Crowdfunding dargelegt. Dabei wird jeweils die Sicht der Kapitalgeber und die der Kapitalnehmer eingenommen. Eine Chance von Crowdfunding ist, dass es Privatpersonen ermöglicht, sich mit der Investition kleinster Beträge an Unternehmen zu beteiligen und von einer Rendite zu profitieren. Es können teilweise Investitionen ab 5 € und bis zu mehreren Tausend € getätigt werden. Das Risiko ist auf die Höhe der Beteiligung beschränkt, was gerade unerfahrenen Kapitalgebern mit geringen finanziellen Mitteln eine Chance bietet. Zudem tragen sie üblicherweise weder Nutzungsgebühren noch Transaktionskosten. Die Nutzung der Plattform ist für sie meist kostenfrei (Pöltner et al. 2019, S. 90). Des Weiteren können Kapitalgeber durch die Unterstützung bestimmter Projekte mitentscheiden, welche Produkte auf den Markt kommen. Außerdem kann eine Beteiligung gegen Inflation schützen, da mit der Inflation auch tendenziell der Wert des Unternehmens steigt. Wenn die Veranlagung parallel zum Anstieg der Inflation auch an realem Wert gewinnt, bleibt Vermögen erhalten. Bei Sparbüchern ist dies bspw. oft nicht gewährleistet (Inci, 2016, S. 50; Pöltner et al. 2019, S. 91).

5.2 Chancen aus Sicht der Kapitalnehmer

Auch den Kapitalnehmern bietet Crowdfunding Chancen. Grundsätzlich ist es eine Alternative zu herkömmlichen Finanzierungsmöglichkeiten. Für Start-ups ist der klassische Bankkredit bspw. in der Regel keine Option, da sie der Bank zu wenig Sicherheit bieten können und weil die Zinsbelastungen zu hoch sein können. Auch die Finanzierung über VC-Gesellschaften kommt oft nicht in Frage, da diese Ausfälle im Portfolio ausgleichen möchten, weswegen sie vor allem Projekte mit klaren Vorgaben, hohem Wachstumspotential und Renditen fördern möchten (Schramm & Carstens 2014, S. 45). Des Weiteren ermöglichen die Plattformen durch ihre Unterstützung die Finanzierung für Kapitalgeber, die sich den rechtlichen und organisatorischen Aufwand allein nicht leisten könnten. Viele Projekte wären ohne Crowdfunding nicht realisierbar (Angerer et al. 2017, S. 20; Pöltner et al. 2019, S. 90).

Darüber hinaus kann die Mitwirkung der Crowdinvestoren Chancen bieten. Diese sind unter Umständen leidenschaftliche Unterstützer der Idee und können beim Aufbau, der Umsetzung und der Verbreitung des Projektes mitwirken. Gerade Start-up Gründer sind in frühen Phasen auf ein großes Netzwerk angewiesen, dementsprechend profitieren sie von Feedback zum Geschäftsmodell oder den Produkten. Einer der Hauptgründe, warum Kapitalnehmer Crowd-

funding nutzen, sind Marketingeffekte (Angerer et al. 2017, S. 20). Durch den Start der Kampagne erhalten sie je nach Plattform die Aufmerksamkeit von vielen potenziellen Unterstützern über die Plattform. Sie können in den Unterstützern erste Kunden gewinnen und über sie die Aufmerksamkeit weiterer potenzieller Kunden generieren, wenn sie die Kampagne bspw. in den sozialen Netzwerken teilen. Das Netzwerk kann mit jedem Unterstützer potenziell wachsen. Kampagnen mit einer guten Story können zudem Medienaufmerksamkeit nach sich ziehen. Durch diese Effekte wird beim Erfolg einer Kampagne ein Vertrauenssignal an weitere Investorenkreise gesendet. Dementsprechend können zusätzlich Business Angels und VC-Partner erreicht werden, die beim Crowdfunding ebenfalls investieren (Pöltner et al. 2019, S. 90; Schramm & Carstens 2014, S. 46).

Ein weiterer Vorteil für Unternehmen ist es, dass die Kapitalgeber üblicherweise keine Mitbestimmungsrechte haben. Im Gegensatz zum VC, wo einzelne Kapitalgeber enorme Beträge einbringen und meist Mitbestimmungsrechte erhalten, bleiben Kapitalnehmer beim Crowdfunding unabhängig (Schramm & Carstens 2014, S. 47). Außerdem haben sie eine gewisse Zeit, um etwas aufzubauen, da meist längerfristig angelegt wird (Pöltner et al. 2019, S. 84). Kapitalgeber berichten auch davon, dass die Motivation im Team gestiegen sei, nachdem viele Menschen Kapital in die Idee investiert haben (Schramm & Carstens 2014, S. 47).

5.3 Risiken aus Sicht der Kapitalgeber

Neben den Chancen birgt Crowdfunding Risiken. Die Kapitalgeber unterstützen Projekte mit bestimmten Zielen. Bei spendenbasierten Projekten möchten sie bspw. einen Beitrag zur Realisierung eines sozialen Projektes leisten, während sie bei darlehens- und eigenkapitalbasierten Projekten finanziell profitieren möchten. Wenn das Ziel des Projektes nicht erreicht wird, kann das investierte Kapital verloren gehen. Gerade bei der Investition in Unternehmen nehmen Kapitalgeber am geschäftlichen Risiko teil. Aufgrund der Nachrangigkeit der Veranlagungen kann es zu einem Totalverlust kommen. Das kann bspw. bei einer Insolvenz des Unternehmens passieren, oder wenn es den Betrieb einstellt und keine Vermögenswerte mehr hat. Außerdem gibt es das Klumpenrisiko, welches entsteht, wenn das Investmentportfolio der Kapitalgeber eine mangelhafte Streuung aufweist. Da es sich oft um risikoreiche Vorhaben handelt, sollten Verluste eingeplant werden und mittels Portfolio-Strategien und der Verteilung des Risikos auf verschiedene Projekte ausgeglichen werden (Pöltner et al. 2019, S. 91). Wie häufig investiertes Kapital im Crowdfunding verloren geht, ist bislang wenig erforscht. Aus einer Untersuchung zu eigenkapitalbasiertem Crowdfunding geht hervor, dass von 212

Unternehmen, die über eine britische Plattform erfolgreich finanziert wurden, 10 % gescheitert sind (Signori & Vismara 2016, S. 1). Auch bei darlehensbasierten Kampagnen wird das Risiko der Geldanlage als hoch eingeordnet (Lindmayer & Dietz 2017, S. 181).

Gerade Beteiligungen am unternehmerischen Erfolg von Start-ups sind risikoreich, da die Zukunftsprognosen meist unsicher sind. Demnach sind bspw. Verfahren der Unternehmensbewertung als Indikatoren für Renditechancen und das Risikoprofil, wie etwa das Discounted-Cashflow-Verfahren oder das Multiplikatorverfahren mit erheblichen Unsicherheiten verbunden (Dapp & Laskawi 2014, S. 8). Die Qualität der Berechnungen sind von der Existenz vergleichbarer Unternehmen oder Transaktionen abhängig. Derartige Vergleichsgruppen sind für Start-ups mit individuellen und innovativen Geschäftsmodellen schwer zu finden. Auch Berechnungen auf Basis von Unternehmensdaten aus der Vergangenheit sind wegen der kurzen Historie schwierig durchzuführen. Die eigene Darstellung von Zukunftsprognosen bezüglich Cashflow, Rentabilität oder der Erfolgsaussichten ist ebenfalls mit Unsicherheiten verbunden. Gerade Jungunternehmen stellen viele Hypothesen bezüglich des Marktes oder zukünftiger Kunden auf, welche erst noch bestätigt werden müssen (Li 2017, S. 278). Wenn die Kapitalnehmer Unternehmensbewertungen und Zukunftsprognosen zudem selbst durchführen, kann es sein, dass sie ihr Start-up als erfolgsversprechender darstellen, als es eigentlich ist. Bspw. könnten sie einen zu hohen Unternehmenswert kommunizieren, um höhere Finanzierungsbeiträge zu erreichen (Meschkowski & Wilhelmi 2013).

Ein weiteres Risiko im Crowdfunding ist, dass es zu einem Herdenverhalten der Kapitalgeber kommen kann. Diese können jederzeit sehen, wie viele Personen sich bereits an einem Projekt mit wie viel Geld beteiligt haben. Das kann einen erheblichen Einfluss darauf haben, ob sich neue Kapitalgeber beteiligen. Bspw. zeigt sich auf Finanzmärkten, dass Anlageprodukte, die aus egal welchen Gründen anfangs gut laufen, in kurzer Zeit viele neue Anleger anziehen (Beck 2014, S. 112; Pöltner et al. 2019, S. 5; Davies & Giovannetti 2018, S. 127). Bei einem Finanzierungsrekord auf einer deutschen Plattform wurden bspw. 250.000 € in etwa 7 Stunden eingesammelt, davon 50.000 € in nur 38 Minuten. Es zeigt, dass die Finanzierungsentscheidungen schnell getroffen werden. Eine angemessene Bewertung der Chancen und Risiken der Investition ist in dieser Zeit kaum möglich. Dass sich unter den Kapitalgebern viele nicht-professionelle Anleger befinden, die die Informationen nicht immer adäquat einschätzen können, verstärkt diesen Effekt wohl (Dapp & Laskawi 2014, S. 11). Riskant ist es, wenn zu viele Kapitalgeber diese Strategie anwenden. Dann ist die Handlung der Gruppe nicht mehr vernünftig. Beck (2014, S. 112) sieht hier das potenzielle Risiko, dass ein solches Herdenver-

halten künstlich erzeugt werden könne. Plattformbetreiber könnten „Strohleute“ engagieren, die zügig in ein Projekt investieren und so Kapitalgeber täuschen.

5.4 Risiken aus Sicht der Kapitalnehmer

Auch für Kapitalnehmer birgt Crowdfunding Risiken. Diese erhalten finanzielle Unterstützung von einer heterogenen Zusammenstellung von Privatpersonen, unter denen womöglich keine Experten in den relevanten Bereichen sind. Die Kapitalnehmer haben unter Umständen einen fehlenden Know-how Zufluss, verglichen mit anderen Finanzierungsformen, wie etwa dem VC. Während unter den Crowdinvestoren bspw. die wenigsten Experten für typische Start-up Herausforderungen sind, können Mitarbeiter der VC-Gesellschaften die Herausforderungen der Unternehmen vor Ort genauer betrachten und wertvolle Tipps geben. Ein E-Commerce Experte kann z.B. bei der Optimierung von Marketingkanälen unterstützen (Schramm & Carstens 2014, S. 48).

Ein Risiko kann zudem die Offenlegung der Geschäftsstrategien und -zahlen in den eingereichten Unterlagen darstellen. Die Transparenz ist von manchen Kapitalnehmern nicht gewollt, da sie die Sorge haben, dass Nachahmer oder Konkurrenten ihre Idee ausspionieren könnten. Der Aufwand für die Vorbereitung und Durchführung einer Crowdfunding Kampagne kann eine weitere Hürde darstellen. Je nach Projektgröße müssen viele Schritte in mehreren Wochen durchlaufen werden. Zudem besteht bis zu dem Zeitpunkt, an dem die Fundingschwelle überschritten wurde, Unsicherheit über die Finanzierung (Schramm & Carstens 2014, S. 48).

6 Österreichische Crowdfunding-Plattformen

In Folge des Marktwachstums der letzten Jahre gibt es mittlerweile über 20 österreichische Crowdfunding-Plattformen (Pöltner et al. 2019, S. 11). Wie erwähnt, konzentrieren sich viele davon auf Immobilienprojekte. Andere haben dagegen unternehmerische Vorhaben oder spezifische Projektarten im Fokus. Die Plattform „Mit.Einander“ konzentriert sich bspw. ausschließlich auf Projekte in Vorarlberg mit sozialem, kulturellem oder sportlichem Charakter (Raiffeisenlandesbank Vorarlberg n. d.). „Gemeinsam.noeregional“ ist für Projekte der Regionalentwicklung in Niederösterreich und „ibelieveinyou“ für gegenleistungsorientiertes Crowdfunding von Sportprojekten (NÖ.Regional n. d.; I believe in you n. d.). Bei „1000x1000“, „dasErtragReich“ und „LION ROCKET“ liegt der Fokus zwar auf eigenkapital- und darlehensbasiertem Crowdfunding zur Finanzierung von Unternehmen, Start-ups sind jedoch ausgeschlossen. „Crowd4Climate“ bietet die Möglichkeit der Beteiligung an Klimaschutzprojekten in Entwicklungsländern, die einen Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung leisten und über „Crowd4Energy“ werden nachhaltige Energieprojekte finanziert (Crowdcircus n. d.).

Diese genannten Plattformen eignen sich grundsätzlich nicht zur Finanzierung von Start-up-Projekten. Im Rahmen einer Recherche wurden vier Plattformen ausfindig gemacht, die sich zur Finanzierung für Jungunternehmen in Österreich eignen. Eine davon ist „Crowdfunding für Gemeinwohl“. Sie wird im weiteren Verlauf dieser Arbeit im Detail thematisiert. Eine weitere Plattform ist „Es geht“ von der BAWAG P.S.K. Bank. Dort können gemeinnützige, sozial-kreative und ökologisch-nachhaltige Projekte mittels gegenleistungsorientiertem Crowdfunding finanziert werden. Die Projekte sollen das Gemeinwohl fördern. Knapp 100 Projekte mit einem Finanzierungsbedarf zwischen 1.000 € und 250.000 € wurden mit einem Gesamtvolumen von über 720.000 € erfolgreich finanziert. Soziale Projekte können ab 15 € unterstützt werden und Start-up Projekte ab 50 €. Die Abwicklungsgebühren der Plattform liegen bei 5 % der Finanzieren Summe (Es Geht 2021b).

„Respekt.net“ bietet eine Plattform zur Finanzierung gemeinnütziger Projekte zur Verbesserung der Gesellschaft. Über spendenbasiertes Crowdfunding konnten bereits 766 Projekte im Wert von insgesamt 3 Mio. € erfolgreich finanziert werden (Crowdcircus 2021; Respekt.net n. d.). Eine Spende ist ab 10 € möglich. Die Kapitalnehmer zahlen Plattformprovisionen in Höhe von 10 % bei Projekten von bis zu 15.000 €. Bei einer Fundingsumme von bis zu 50.000 € zahlen sie 5 % und darüber hinaus 2,5 %. Da Wirtschaftlichkeit keine Priorität hat, erfolgt lediglich eine kurze Prüfung des gemeinnützigen Zwecks des Projektes.

Auf Start-ups und kleine sowie mittlere Unternehmen hat sich „CONDA“ spezialisiert. Kapitalgeber können durch darlehens- und eigenkapitalbasiertes Crowdfunding vom Wachstum der Investitionsobjekte profitieren. Mit einem Gesamtvolumen 34,3 Mio. € wurden 128 Projekte erfolgreich finanziert (CONDA n. d.; Crowdcircus 2020). Investitionen sind ab 100 € möglich. Je nach Leistungspaket zahlen Kapitalnehmer um 9,5 % der Fundingsumme. Die Beteiligungsdauer beträgt 3 bis 7 Jahre. Tabelle 1 listet österreichische Plattformen auf, die sich zur Finanzierung von Start-ups eignen und gibt eine Übersicht über Konditionen und verschiedene Aspekte.

Name (Gründungs- jahr)	Crowdfunding für Gemeinwohl (2017)	Es geht (2014)	Respekt.net (2010)	CONDA (2013)
Crowdfunding- Modell	Gegenleistungs-, darlehensbasiert	Gegenleistungs- basiert	Spenden-basiert	Eigenkapital-, darlehensbasiert
Unterstützte Projekte	Projekte, die das Gemeinwohl för- dern sollen.	Gemeinnützige, soziale, ökolo- gisch-nachhaltige Projekte.	Projekte zur Ver- besserung der Gesellschaft.	Start-ups und kleine sowie mittlere Unter- nehmen.
Vermitteltes Kapital	951.390 €	720.000 €	3 Mio. €	34,3 Mio. €
Kampagnendauer	2 bis 6 Monate	1 bis 3 Monate	4 bis 6 Monate	Keine Angabe
Mindestinvesti- tion	1 €	Soziale Projekte: 15 € / Start-up- Projekte: 50 €	10 €	100 €
Abwicklungsge- bühren für Kapi- talnehmer (in % der finanzierten Summe)	5 % bei gegenleis- tungs-basierten Pro- jekten 1,5 % pro Jahr Dar- lehenslaufzeit bei darlehensbasierten Projekten Zusätzlich 500 € plus MWST	5 %	10 % bis 15.000 € 5 % bis 50.000 € 2,5 % ab 50.001 €	9,5 % (Schwankt je nach Leistungs- paket)
Beteiligungsdauer	2 - 20 Jahre	Keine	keine	3 - 7 Jahre
Verfahren der Projektauswahl	Kurze Machbar- keitsprüfung und Prüfung der Ge- meinwohlorientie- rung	Machbarkeitsprü- fung	Prüfung des ge- meinnützigen, sozialen Zwecks. Keine Wirtschaft- lichkeitsprüfung	keine Angabe

Tabelle 1: Österreichische Crowdfunding-Plattformen, die Start-up Projekte unterstützen (eigene Darstellung).

7 Die Gemeinwohl-Ökonomie

Im diesem Abschnitt werden die Grundgedanken und Ansatzpunkte der GWÖ erläutert, bevor einige Kritikpunkte aufgegriffen werden. Die GWÖ versteht sich als Bewegung der Zivilgesellschaft und als Impulsgeber eines alternativen Wirtschaftsmodells. Sie hat weltweit ca. 11.000 Unterstützer und 500 Organisationen haben bereits eine sogenannte Gemeinwohl-Bilanz erstellt (Dewald & Rother 2020, S. 361).

7.1 Kritik am derzeitigen Wirtschaftssystem

Die GWÖ kritisiert am derzeitigen Wirtschaftssystem, dass es auf Konkurrenz, Gewinnstreben und grenzenloses Wachstum ausgelegt sei. Wirtschaftlicher Erfolg werde nur an der Vermehrung von Geld gemessen. Dabei gäbe es keine Belege dafür, dass Wettbewerb die beste Methode zur Ordnung des Wirtschaftssystems sei. Vom Wachstumszwang der Unternehmen ziehen lediglich wenige einen Nutzen, gesamtgesellschaftlich gäbe es dagegen viele negative Auswirkungen. Die GWÖ kritisiert vernachlässigten Umwelt- und Klimaschutz, starke Ungleichheiten in der Wirtschaft bei Einkommen, Vermögen und Macht, die Ausbeutung von Arbeitnehmern und Werteverfall. Daraus entstünden Finanzblasen, Arbeitslosigkeit, soziale Polarisierung, Verteilungs-, Hunger-, Konsum-, Sinn-, und Demokratiekrise. Der Kern des Problems liege in der Anreizstruktur des modernen Wirtschaftssystems. Es fördere Rücksichtslosigkeit, Egoismus und Gier (Felber 2014, 23 - 26).

7.2 Vision der Gemeinwohl-Ökonomie

Die Kernidee der GWÖ besteht darin, einen rechtlichen Anreizrahmen zu schaffen, durch den sich ethisches und verantwortungsvolles Handeln lohnen soll. Sie sieht vor, Unternehmen an deren Förderung des Gemeinwohls zu bewerten. Gleichzeitig soll sich in diesem Anreizrahmen Profitmaximierung, Kapitalvermehrung, Konkurrenz und Egoismus für Wirtschaftsakteure nicht mehr lohnen (Felber 2014, 28).

In der GWÖ stehen Werte wie Menschenwürde, Vertrauen, Wertschätzung, Toleranz, Zusammenhalt und ökologische Verantwortung auch wirtschaftlich im Vordergrund. Aktive politische Mitentscheidung, die Unterstützung individueller Werte, gleiche Lebenschancen werden gefördert und soziale Ungleichheiten werden reduziert. Steuern, Zölle, Kredite, öffentliche Aufträge und Wirtschaftsförderungen werden auf das Gemeinwohl ausgerichtet. Freiräume für Beziehungen, Gemeinschaften, Kultur und persönliche Weiterentwicklung

werden begünstigt. Die GWÖ sieht dafür eine Reihe an Instrumenten vor, bspw. soll es gesetzliche Mindest- und Maximallöhne geben, das Eigentumsrecht, Erbrecht und Schenkungen sollen begrenzt werden und es soll eine festgeschriebene Reduktion der Erwerbsarbeitszeit geben (Felber 2014, 27 – 32; Steigenberger 2013, S. 7, Gemeinwohl-Ökonomie n. d.).

7.3 Die Gemeinwohl-Bilanz und Gemeinwohl-Matrix

Der Beitrag zum Gemeinwohl von Unternehmen und ihren Tätigkeiten wird mittels der Gemeinwohl-Matrix evaluiert. Sie stellt dar, inwieweit sie sozial verantwortlich, ökologisch nachhaltig, demokratisch und solidarisch handeln. Die Bewertung des Gemeinwohl-Beitrages wirtschaftlichen Handelns basiert auf vier zentralen Grundwerten: Menschenwürde (1), Solidarität und Gerechtigkeit (2), ökologische Nachhaltigkeit (3) und Transparenz und Mitentscheidung (4). Die Umsetzung dieser Werte wird auf fünf Ebenen untersucht: Den Lieferanten (A), den Eigentümern und Finanzpartnern (B), den Mitarbeitern (C), den Kunden und Mitunternehmern (D) und dem Gesellschaftlichen Umfeld (E). Die Gemeinwohl-Matrix ist ein Modell der Organisationsentwicklung, mit dem die 20 Gemeinwohl-Themen (in den Feldern der Matrix) inhaltlich beschrieben werden (Gemeinwohl-Ökonomie 2017, S. 8). Abbildung 4 zeigt die Gemeinwohl-Matrix.

GEMEINWOHL-MATRIX 5.0 				
WERT	MENSCHENWÜRDIGKEIT	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
BERÜHRUNGSGRUPPE				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	B4 Eigentum und Mitentscheidung
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	E2 Beitrag zum Gemeinwesen	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Abbildung 4: Die Gemeinwohl Matrix (Gemeinwohl-Ökonomie 2017, S. 8).

Einer der Werte der Matrix ist die ökologische Nachhaltigkeit. Unternehmen sollen zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen, um heutige und nachkommende Generationen nicht zu gefährden. Im konkreten Fall sollen sie die Nachhaltigkeit von Produkten oder Dienstleistungen über den gesamte Lebensweg betrachten. Dieser beginnt bei der Rohstoffgewinnung (Feld A3 in der Matrix) und betrifft die Verarbeitung im Unternehmen, die Lieferung (E3), die Verwendung beim Kunden. Er endet bei der Beseitigung des Produktes (D3) (Gemeinwohl-Ökonomie 2017, S. 16). Analog dazu wird bei den anderen Gemeinwohl-Themen der Gemeinwohlbeitrag evaluiert. Zur Dokumentation der Ergebnisse wird ein Gemeinwohl-Bericht erstellt, der die Beschreibungen der Aktivitäten aller 20 Gemeinwohl-Themen enthält. Dafür ordnet sich das Unternehmen selbst auf einer Werteskala ein. Somit werden die Wirkungen der Handlungen auf die verschiedenen Berührungsgruppen durch Bewertungsstufen konkretisiert. Am Ende wird aus den Einzelbewertungen eine Gesamtbewertung ermittelt. Die Ergebnisse sollen in der GWÖ extern evaluiert werden und bedeutend für Rechtsfolgen sein. Die Gemeinwohl-Bilanz ist für Unternehmen aller Art, aus jeder Branche, jeder Größe oder Rechtsform (Gemeinwohl-Ökonomie 2017, S. 8).

Dadurch bietet die GWÖ neben ihrer theoretischen Vision ein praktisches Werkzeug an. Konsumenten können durch die Gemeinwohl-Bilanz erkennen, inwieweit Unternehmen zum Gemeinwohl beitragen und dementsprechende Kaufentscheidungen treffen. Gemeinwohlorientierte Unternehmen sollen durch Steuerbegünstigungen einen leichteren Zugang zu Förderungen und Kredite bekommen und durch Bevorzugung beim öffentlichen Einkauf Marktvorteile erhalten. Infolgedessen werden ihre Produkte attraktiver und günstiger. Nachhaltige, faire, kooperative und demokratische Unternehmen hätten dann Vorteile. Dadurch sollen regionale Wirtschaftskreisläufe Aufschwung erfahren, menschenwürdige Arbeitsplätze entstehen sowie Umweltschäden und soziale Probleme reduziert werden. Damit das Konzept auch auf globaler Ebene funktioniert, wird die Gemeinwohl-Bilanz mittels Fairhandelsabkommen von den Ländern gegenseitig anerkannt. Bei Produkten, die das Gemeinwohl schädigen, werden Zölle oder Einfuhrbeschränkungen verhängt.

7.4 Kritische Beurteilung der Gemeinwohl-Ökonomie

7.4.1 Definition und Realisierbarkeit des Gemeinwohls

Steigenberger (2013) sieht verschiedene Kritikpunkte in der GWÖ. Eine grundlegende Schwierigkeit sei die vorgenommene Definition des Gemeinwohls in der GWÖ (mehr dazu in Abschnitt 9.3.3). Da das Gemeinwohl eine latente Größe ist, ist bestritten, ob es in einer Ge-

sellschaft realisiert werden kann und ob eine allgemein gültige Definition möglich ist (Mastrorandi 2007, S. 294; Steigenberger 2013, S. 11). In der GWÖ bestimmt ein demokratisch gewählter Wirtschaftskonvent, wie das Gemeinwohl definiert wird. Steigenberger (2013, S. 12) sieht dabei die Gefahr, dass die in den Wirtschaftskonvent gewählten Menschen enorm viel Macht besitzen und diese missbrauchen könnten. Außerdem könnte dieser Konvent nur aus einer begrenzten Anzahl an Personen bestehen, da es andernfalls unmöglich wäre, eine Einigung über eine gemeinsame Vorstellung zu Staatszielbestimmungen bzw. den Fragen des Wirtschafts- und Gesellschaftsleben zu erlangen. Eine Vielzahl an Individuen mit verschiedenen Ansichten würde es unmöglich machen, einen Konsens zu erreichen. Selbst wenn der Wirtschaftskonvent einen Konsens erreichen würde und trotz dessen, dass er demokratisch gewählt werden würde, würden seine Entscheidungen über die Definition des Gemeinwohls sich niemals mit der Definition aller Gesellschaftsmitglieder decken. Ein weiterer Kritikpunkt ist, dass die GWÖ deswegen in einer Zwangswirtschaft münden würde. Das derzeitige Wirtschafts- und Gesellschaftssystem sei dagegen auf Freiheit für die Individuen ausgelegt. Sie haben freie Berufswahl, entscheiden eigenständig, was sie konsumieren und was für sie Wohlstand oder Lebensqualität bedeutet. Diese Freiheiten gelten auch für Unternehmen bei der Produktion, Standortwahl oder Investitionsentscheidungen (Steigenberger 2013, S. 12).

7.4.2 Messung des Gemeinwohls

Ein weiterer Kritikpunkt liegt in der Messung des Gemeinwohls. Es sei demnach unmöglich, die Größen, die das Gemeinwohl definieren sollen, wie etwa „Nachhaltigkeit“, „Wohlstand“ oder „Lebensqualität“, sachlich und statistisch zu erfassen und in messbaren Kennzahlen wiederzugeben. Dabei müsste eine unabhängige, zentrale Institution bei jedem einzelnen Unternehmen überprüfen, inwiefern die Gemeinwohlziele erreicht werden. Diese Stelle würde je nach Ergebnis der Prüfung über steuerliche, finanzielle oder sonstige Vorteile und Nachteile entscheiden. Ein derartiges Verfahren würde zwangsläufig zu Ungerechtigkeiten führen, da Entscheidungen willkürlich getroffen werden könnten. Die GWÖ könne den eigenen Ansprüchen eines demokratischen und gerechten Gesellschafts- bzw. Wirtschaftssystems nicht gerecht werden (Steigenberger 2013, S. 12).

Des Weiteren stellt die GWÖ das Wohl der Gesellschaft über das Wohl eines Individuums. Das Individuum muss sich dem definierten Gemeinwohl und damit einer Vielzahl an Geboten und Verboten unterwerfen. Dies sei eine massive Einschränkung in die Freiheit. Nach Steigenberger führt die GWÖ nicht zu mehr Demokratie, sie wäre stattdessen nur mit dem Außer-

kraftsetzen einiger entscheidender Charakteristika eines demokratischen Systems realisierbar. Der Wirtschaftskonvent wäre mit erheblicher Macht ausgestattet. In einer Marktwirtschaft könnte keine Person, kein Unternehmen oder keine sonstige Institution so viel Macht wie eine zentrale Behörde einer Planwirtschaft erlangen.

7.4.3 Schlechtere Wirtschaftsleistung

Darüber hinaus bezweifelt Steigenberger (2013, S. 14), dass Unternehmen und die Volkswirtschaft als Ganzes, in einer GWÖ tatsächlich mehr Wohlstand generieren würden als dies im derzeitigen marktwirtschaftlich organisiertem Wirtschaftssystem passiert. Auf das Gegenteil weisen viele Umstände hin, wie bspw. die willkürlichen Regelungen, die keine wirtschaftliche Planungssicherheit garantieren. Außerdem fehlen in der GWÖ Leistungsanreize, wenn die Höhe von Gehältern begrenzt wird oder Unternehmen keine Gewinne mehr an Eigentümer ausschütten dürfen. Unternehmer würden ohne die Aussicht auf finanziellen Erfolg damit aufhören, die mit einer Gründung oder Investition verbundenen Risiken einzugehen.

Unrealistisch sei auch das Menschenbild, dass die GWÖ zeichnet. Demnach werden die negativen Eigenschaften der Menschen, wie Egoismus oder Machtstreben, durch das kapitalistische Wirtschaftssystem geformt. Die Realität zeige jedoch eher, dass sich Menschen in anderen Systembedingungen zwar in ihren Verhaltensmustern anpassen, sich ihre inneren Wesenszüge aber nicht ändern. Negative Eigenschaften der Menschen lassen sich nicht einfach durch die Gestaltung einer Gesellschafts- und Rechtsordnung ausschalten (Peters 2002, S. 103).

Zudem wird ignoriert, dass Österreich in Zusammenarbeit und Abhängigkeit mit dem internationalen Wirtschaftsgeflecht steht. Steigenberger (2013, S. 19) kritisiert auch einzelne Forderungen der GWÖ. Bspw. werde mit der grundsätzliche Ablehnung von Wettbewerb und Konkurrenz auch der Preismechanismus ausgeschaltet. Diese Gestaltungselemente sind jedoch essenziell mit dem Konzept der Marktwirtschaft verbunden. Die GWÖ würde ihrem eigenen Anspruch, eine Marktwirtschaft und keine Planwirtschaft zu sein, nicht gerecht werden.

7.4.4 Kritische Beurteilung der Gemeinwohl-Bilanz

Die Gemeinwohlfrage hat im Management eine große Relevanz. Die Gemeinwohl-Bilanz bietet ein praktisches Beispiel für eine methodische Umsetzung eines Gemeinwohl Reporting-Instruments. Meynhardt und Fröhlich (2017) sehen jedoch Kritikpunkte. Einer davon ist, dass es grundsätzlich keine theoretische Legitimation für das Gemeinwohlverständnis gäbe. Trotz

dessen, dass sich die Gemeinwohlwerte bspw. am europäischen Grundrechtsgedanken orientieren, unterliege die Auswahl insgesamt einer gewissen Willkür. Gleichzeitig unterliegt die Auswahl der Kriterien der Gemeinwohl-Bilanz einer ideologischen Enge. Der Begriff des Gemeinwohls ist pluralisiert, weshalb es fraglich ist, ob die in der Gemeinwohl-Bilanz subsumierten Werte die einzigen Bereiche sind, an denen gemeinwohlfördernde Beiträge von Unternehmen bemessen werden können (Grimm 2002, S. 125 – 127; Meynhardt & Fröhlich 2017, S. 169). Die Beschränkung auf genau diese Werte exkludiert viele mögliche andere Werte. Laut GWÖ sei die Gemeinwohldefinition inhaltlich nicht final legitimiert. Das Legitimationsproblem soll durch kollektive, demokratische Willensbildung durch den Wirtschaftskonvent gelöst werden. Meynhardt und Fröhlich (2017) sehen das Risiko, dass sich durch diese entwicklungsoffene Willensbildung die Gemeinwohldefinition deutlich von der aktuellen Lösung unterscheiden könnte. Außerdem wird die Konkretisierung der Wertauswahl der Gemeinwohl-Bilanz durch die Gemeinwohl-Themen kritisiert. Die Gemeinwohl-Bilanz gibt hier Bewertungskriterien vor. Viele davon lesen sich wie eine Auswahl politischer Forderungen und Maßnahmen. Deren Legitimierung der Gemeinwohlförderlichkeit ist fraglich und sollte nicht einfach unterstellt werden. Durch die Forderungen der Gemeinwohl-Themen werden im Wesentlichen Partikularinteressen mit dem Gemeinwohl verknüpft. Für soziale Bewegungen ist dies nicht untypisch.

Eine gesetzliche Verankerung einer stark konkretisierten Auslegung des Gemeinwohlbegriffs könnte zudem auf verfassungsrechtliche Hürden stoßen. Die deutsche Verfassung stehe bspw. im Sinne eines prozeduralen Gemeinwohlverständnisses. Sie resultiert aus einem gesellschaftlichen Meinungs- und Willensbildungsprozess und konkretisiert die Gemeinwohlformel. Außerdem bestimmt sie den Meinungs- und Willensbildungsprozess zur Verbesserung der Gemeinwohl-Verträglichkeit (Grimm 2002, S. 127; Meynhardt & Fröhlich 2017, S. 173).

Auf der anderen Seite hat die Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz den positiven Effekt, dass sich Unternehmen detailliert mit sich selbst auseinanderzusetzen. Dies kann das Bewusstsein für Konsequenzen von Prozessen und den in der Bilanz erfassten Themen steigern (Meynhardt & Fröhlich 2017, S. 163). Die beschriebenen Risiken zeigen, dass die Gemeinwohl-Bilanz Verbesserungspotential hat. Aktuell sollte sie in der Praxis nicht mehr als zur Unterstützung eines Entwicklungsprozesses dienen. Für Anwender, die sich mit dem Gemeinwohlverständnis der GWÖ identifizieren können, bietet die Gemeinwohl-Bilanz dagegen ein praktikables Mobilisierungsinstrument dieser sozialen Bewegung (Meynhardt & Fröhlich 2017, S. 174).

8 Die Genossenschaft für Gemeinwohl

8.1 Ziele, Zweck und Mitgliedschaft

Dieser Abschnitt gibt eine Übersicht über grundlegende Ziele und den Zweck der „Genossenschaft für Gemeinwohl“ (GfG). Im Anschluss daran werden Organisation und Entscheidungsmethoden dargestellt. Wie in Abschnitt 1 erklärt, sind die Konzessionsbemühungen der GfG 2018 gescheitert, danach erfolgte eine Neuausrichtung, weg von der „Bank für Gemeinwohl“. Der Zweck der Genossenschaft ist die wirtschaftliche und soziale Förderung ihrer Mitglieder. Es gibt drei Kernbereiche:

Den ersten Kernbereich bilden die **Bildungsdienstleistungen der Akademie für Gemeinwohl**. Die Akademie ist ein offener Bildungsraum, der Wissen, Demokratie-Kompetenz, eine kritische Finanzbildung und mehr fördern soll. Dafür gibt es verschiedene Veranstaltungen über Themen wie das Geld- und Bankenwesen, Umverteilung oder gemeinwohlfördernde Finanzpraktiken.

Der zweite Kernbereich sind die **Demokratiedienstleistungen der Politik für Gemeinwohl**. Im Mittelpunkt steht dabei die aktive Beteiligung am politischen Diskurs, damit gesetzlichen Rahmenbedingungen für die Ausrichtung der Geld- und Finanzwirtschaft am Gemeinwohl geschaffen werden können. Dadurch soll die öffentliche Debatte angeregt werden.

Den dritten Kernbereich bilden die **Finanzdienstleistungen der Geldwirtschaft für Gemeinwohl**. Hier stehen Vermittlung und Betrieb alternativer, ethischer Finanzdienstleistungen im Fokus, um Gelder aus der Finanzwirtschaft in gemeinwohlorientierte Projekte der Realwirtschaft umzuleiten. Dafür wurde eine Crowdfunding-Plattform gegründet (mehr dazu in Abschnitt 9). Außerdem wurde eine Konto-Kooperation mit dem Umweltcenter der Raiffeisenbank Gunkirchen eingegangen. Beim Umweltcenter werden die Anlagegelder der Bankkunden ausschließlich in sozial und ökologische sinnvolle Projekte investiert. Das Umweltcenter sucht dafür entsprechende Projekte in der Region und versieht diese mit einem Siegel, der sogenannten Umweltgarantie. Die Wirtschaftlichkeit der finanzierten Projekte und ob sie den Kriterien der Umweltgarantie entsprechen, lässt das Umweltcenter durch unabhängige Experten prüfen (Umweltcenter Raiffeisenbank Gunkirchen n. d.). Mitglieder der GfG können im Rahmen dessen ein Gemeinwohlkonto eröffnen (Genossenschaft für Gemeinwohl eG n. d. d.). Das Gemeinwohlkonto und das Umweltcenter wurden vom Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie mit dem österreichischen Umweltzeichen für nachhaltige Spar- und Giroprodukte im Finanzbereich ausgezeichnet.

net. Die Zertifizierung ist für ethisch orientierte Projekte und Unternehmen, die Gewinne durch nachhaltiges Investieren erzielen (Genossenschaft für Gemeinwohl eG n. d. d).

Um Mitglied in der GfG zu werden, müssen zwei Geschäftsanteile zu je 25 € erworben werden. Zusätzlich fällt eine Einschreibgebühr in Höhe von 20 € an und der Genossenschaftsbeitrag, der regulär bei 60 € pro Jahr liegt. Im Falle einer Insolvenz oder Liquidation haften die Genossenschaftler für Verbindlichkeiten in Höhe ihrer Geschäftsanteile und einem weiteren Betrag in derselben Höhe. Mitglieder können die Angebote und Dienstleistungen der GfG vergünstigt oder exklusiv in Anspruch nehmen (Genossenschaft für Gemeinwohl eG n. d. b).

8.2 Organisation und Entscheidungsmethoden

Die Organisation als Genossenschaft soll es allen Bürgern ermöglichen, sich aktiv am Wandel des Geld- und Finanzsystems zu einer gemeinwohlorientierteren Organisation der Geldwirtschaft zu beteiligen. Jedes Mitglied hat eine Stimme und gemeinschaftliche Entscheidungsprozesse sind fester Bestandteil der GfG. Zudem möchte sie höchstmögliche Transparenz leben (Genossenschaft für Gemeinwohl eG n. d. e). Um dies zu gewährleisten werden alle relevanten Dokumente, Informationen und Entscheidungen auf einer Kollaborationsplattform für alle aktiven Mitgliedern jederzeit veröffentlicht. Auch nach außen soll Transparenz gelebt werden, indem Jahresabschlüsse, Revisions- und Transparenzberichte veröffentlicht werden.

Die Organisationsform der GfG orientiert sich an den Basisprinzipien der Soziokratie (Soziokratie Zentrum Österreich n. d.). Demnach wird in kleinen Besprechungsrounds nicht auf das Prinzip der Mehrheitsentscheidung gesetzt, sondern auf das soziokratische Moderationssetting (Konsent), nach dem eine Entscheidung dann getroffen ist, wenn niemand einen schwerwiegenden Einwand gegen den Lösungsvorschlag hat. Dadurch wird bei der Entscheidungsfindung die Gleichwertigkeit aller Gruppenteilnehmer garantiert und Beschlüsse werden im Einverständnis gefasst. In größeren Gruppen, wo Entscheidungen im Konsent nicht stattfinden können, wird mittels systemischem Konsensieren entschieden, einem weiteren Verfahren der Soziokratie. Es zieht sich durch die gesamte GfG (Pomper Interview 2020, S. 112). Dabei wird von mehreren Lösungsvorschlägen derjenige ermittelt, der innerhalb der Gruppe die geringste Ablehnung erfährt. So entscheidet nicht die Zahl der Befürworter, sondern die Qualität der Vorschläge. Daraus ergeben sich einige Vorteile, bspw. entsteht eine erweiterte Sicht auf Lösungsalternativen, Schwachstellen der Organisation können aufgezeigt werden, das Verfahren dient als Stimmungsbarometer und es verbessert Motivation, Kreativität und kann Aufwendungen für Fremdkontrolle überflüssig machen (Glunz 2019; Visotschnig 2019)

Das zweite Basisprinzip der Soziokratie ist die Kreisorganisation. Dabei werden alle Mitglieder der Organisation in miteinander verbundene, sogenannte semi-autonome Kreise, d.h. Teams eingebunden, in denen das Konsentprinzip herrscht. Abbildung 5 stellt die Kreisorganisation der GfG graphisch dar.

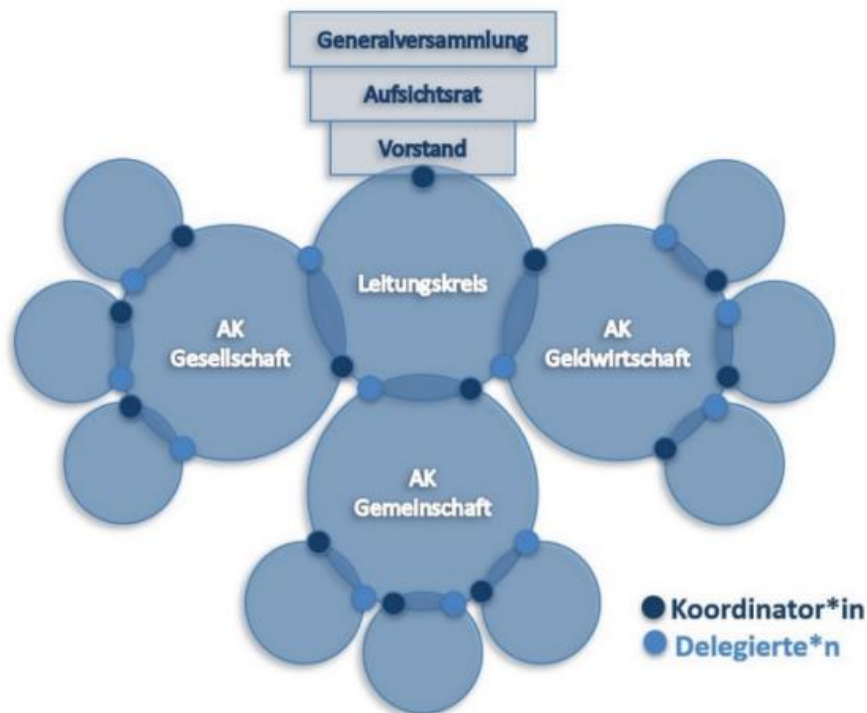


Abbildung 5: Die Kreisorganisation der „Genossenschaft für Gemeinwohl“ (Pomper 2019).

Das dritte Basisprinzip der Soziokratie ist die doppelte Verknüpfung, durch die die Kreise miteinander verbunden sind. An der Verbindung nehmen immer mindestens zwei Mitglieder aus einem Kreis, an der Beschlussfassung im anknüpfenden Kreis, teil. Das vierte Basisprinzip der Soziokratie ist die Offene Wahl. Demnach erfolgt bei der Besetzung der Genossenschaftsrollen ein offener Austausch von Argumenten nach dem Konsentprinzip in jeweils dem Gremium, das die Aufgabe zur Besetzung hat. Es wird offen gewählt, d.h. es wird kein Kandidat im Voraus benannt, sondern jeder Anwesende benennt eine Person für die zu besetzende Rolle und begründet seine Wahl (Pomper 2019, S. 139).

Durch die soziokratische Organisationsform kann sich jeder mitteilen und einbringen. Sie stellt ein Rahmenwerk zur Verfügung, welches die Potenzialentfaltung der Organisation und ihrer Individuen fördern soll und Sicherheit und Freiheit garantieren soll. Durch klar definierte Aufgaben- und Verantwortungsbereiche können Mitarbeiter selbstständiger entscheiden, Entscheidungen werden näher an der Ausführung getroffen, die Transparenz wird erhöht und

damit einhergehend das Verständnis und die Mitverantwortung aller Mitglieder (Schallhart 2017, S. 221 - 223). Ein Nachteil der Soziokratie gegenüber der klassischen hierarchischen Organisations- und Kommunikationsform ist möglicherweise ein Verlust an Effizienz, da langwierige Diskussionen entstehen können und die Macht der Mitarbeiter in leitenden Positionen eingeschränkt wird (Schallhart 2017, S. 222).

Zur Erfüllung der Aufgaben sind in der GfG verschiedene Gremien etabliert. Abbildung 5 verbildlicht deren Organisation. Die höchste Entscheidungsinstanz ist die Generalversammlung, gefolgt vom Aufsichtsrat und dem Vorstand. Der Leitungskreis sichert die Kommunikation zwischen den Arbeitskreisen und den Arbeitsteams, zu Vorstand, Aufsichtsrat und Generalversammlung. Schließlich gibt es die Arbeitskreise und die Arbeitsteams (die kleinen Kreise in Abbildung 5). Diese sind organisatorische Einheiten, die an der Erfüllung der Teilziele der GfG arbeiten und Ausführungsentscheidungen treffen.

9 Crowdfunding für Gemeinwohl

9.1 Die Plattform

Dieser Abschnitt thematisiert die Plattform „Crowdfunding für Gemeinwohl“. Im weiteren Verlauf folgt die Darstellung des Projektauswahlverfahrens und eine kritische Beurteilung dazu. „Crowdfunding für Gemeinwohl“ bietet Vereinen, Non-Profit-Organisationen, kleinen und mittleren Unternehmen die Möglichkeit zur Projektfinanzierung. Dabei sollen ausschließlich Projekte unterstützt werden, die einen Beitrag zum Gemeinwohl leisten. Nachdem in der Anfangszeit der Plattform auch spendenbasiertes Crowdfunding angeboten wurde, werden mittlerweile nur noch gegenleistungs- und darlehensbasierte Kampagnen durchgeführt (Blum Interview 2020, S. 124). Bisher wurde über die Plattform insgesamt 951.390 € an Kapital vermittelt (Genossenschaft für Gemeinwohl eG n. d. b).

Die Einnahmen durch die Plattform werden über Provisionen generiert, die die Kapitalnehmer zahlen. Sie setzen sich aus Abwicklungsgebühren bei Erfolg der Kampagne und den Kosten für die Gemeinwohl-Prüfung zusammen. Die Abwicklungsgebühren betragen bei gegenleistungs-basierten Projekten 5 % der Fundingsumme und bei darlehensbasierten Projekten 1,5 % der Fundingsumme pro Jahr Darlehenslaufzeit. Die Kosten für die Gemeinwohl-Prüfung betragen 500 € plus 20 % Mehrwertsteuer. Diese sind auch dann zu tragen, wenn die Prüfung nicht positiv absolviert wird (Genossenschaft für Gemeinwohl eG n. d. b). Der Plattformvergleich in Tabelle 1 zeigt, dass die Plattform „Es Geht“ für Kapitalnehmer bei gegenleistungs-basierten Kampagnen günstiger ist. „Respekt.net“ ist für Kapitalnehmer für Projekte mit Finanzierungssummen von unter 10.000 € und von 15.000 bis 50.000 billiger. Gegenüber der Plattform „CONDA“ ist der Preisvorteil abhängig von beanspruchten Zusatzleistungen, der Finanzierungshöhe und der Darlehenslaufzeit. Bspw. ist eine Finanzierung bei darlehensbasierten Projekten mit einer Laufzeit von 5 Jahren und einer Finanzierungssumme unter 25.000 € über „CONDA“ eher günstiger, darüber aber nicht mehr. Insgesamt hat „Crowdfunding für Gemeinwohl“ bei niedrigeren Finanzierungssummen einen Preisnachteil gegenüber anderen Plattformen, da dabei die 500 € der Gemeinwohl-Prüfung stark ins Gewicht fallen.

9.2 Die Gemeinwohl-Prüfung

Die sogenannte Gemeinwohl-Prüfung ist der Screening-Prozess der Plattform. Die GfG möchte damit bewerten, ob ein Projekt am Gemeinwohl ausgerichtet ist. Dadurch unterscheidet sich die Plattform von anderen österreichischen Anbietern. Eine positiv absolvierte Gemeinwohl-Prüfung wird mit dem sogenannten Gemeinwohlsiegel bestätigt. Da das Gemein-

wohl eine latente Größe ist, die niemand allein bestimmen kann, möchte die GfG als Raum dienen, in dem gemeinsam bestimmt werden soll, ob ein individuelles Projekt gemeinwohlförderlich ist. Abbildung 6 zeigt die drei Schritte der Gemeinwohl-Prüfung.

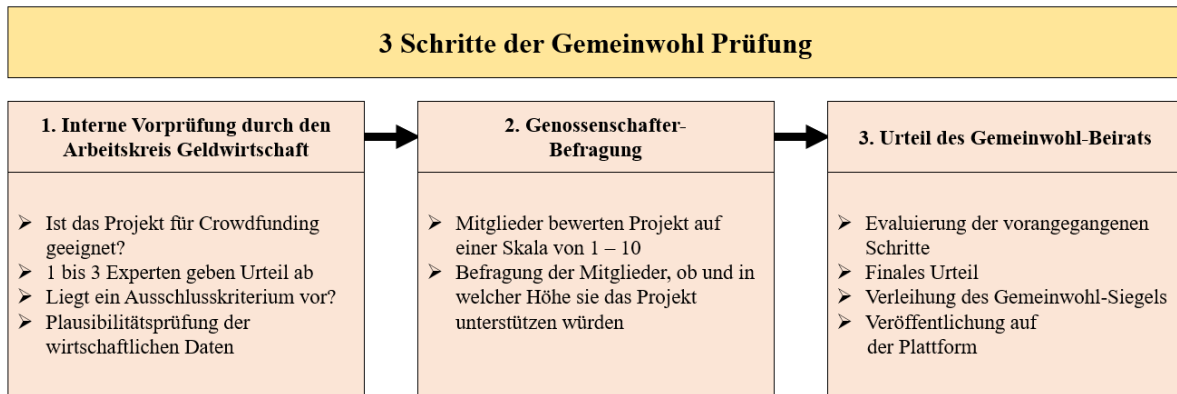


Abbildung 6: Drei Schritte der Gemeinwohl-Prüfung (eigene Darstellung in Anlehnung an Genossenschaft für Gemeinwohl eG n. d. a).

Schritt 1 der Gemeinwohl-Prüfung

Der erste Schritt der Gemeinwohl-Prüfung ist die interne Vorprüfung durch den Arbeitskreis Geldwirtschaft. Er hat ca. sechs bis sieben Mitglieder und beschäftigt sich mit finanziellen Themen innerhalb der GfG. Zuerst bringen die Kapitalnehmer eine Kurzvorstellung ihres Projektes ein, mitsamt Antwortvorschlägen auf die Fragen nach Ausschlusskriterien und der Eignung für Crowdfunding. Dann prüft der Arbeitskreis Geldwirtschaft die Unterlagen und untersucht, ob ein Ausschlusskriterium vorliegt und ob das Projekt für Crowdfunding geeignet ist. Bei Projekten mit einer Fundingschwelle von unter 10.000 € erfolgt die Beurteilung intern (Blum Interview 2020, S. 119). Bei derartigen Projekten müssen Kapitalnehmer keinen detaillierteren Finanzplan erstellen, es reicht eine kurze Darstellung der Budgetplanung.

Bei Projekten deren Fundingschwelle mehr als 10.000 € beträgt, werden externe Experten in die Entscheidung miteingebunden. Dafür steht eine Liste von knapp 60 Experten in verschiedenen Bereichen, wie bspw. in Sozialfragen oder in ökologischer Landwirtschaft, zur Verfügung. Ein bis drei Experten werden entsprechend ihrer Expertise ausgewählt und beurteilen ehrenamtlich das Projekt. Es wird nach finanzieller Machbarkeit, Gemeinwohlorientierung, Plausibilität insgesamt überprüft und danach bewertet, ob die Kapitalnehmer ihre Pläne durchdacht haben. Die Experten schreiben eine Beurteilung zum Projekt, welche in die Gemeinwohl-Prüfung miteinfließt. Dann entscheiden die Mitglieder des Arbeitskreises durch

systemisches Konsensieren über das Ergebnis der Vorprüfung und geben eine Empfehlung über die Gemeinwohlorientierung ab.

Der Arbeitskreis Geldwirtschaft richtet sich bei der Vorprüfung nach gewissen Kriterien. Die GfG nennt dafür Bewertungsfaktoren. Projekte sollten demnach mit ihren Produkten eine positive gesellschaftliche Wirkung erzielen, ökologisch nachhaltig sein oder die gesellschaftliche Transparenz und die Mitbestimmung der Arbeitnehmer stärken (Genossenschaft für Gemeinwohl eG n. d. a).

Grundsätzlich werden Projekte aus verschiedenen Finanzierungsbereichen unterstützt, wie bspw. „Ernährung und ökologische Land- und Forstwirtschaft“, „Bildung und Kultur“ oder „Wohnprojekte und nachhaltiges Bauen“. Tabelle 2 listet diese Bereiche in der ersten Spalte auf. Außerdem gibt es Projektbereich-übergreifende Ausschlussgründe, wie z.B. wenn im Rahmen eines Projektes Menschen- oder Arbeitsrechte verletzt werden, Mitarbeiter ausgebeutet werden oder wenn Projekte lediglich Einzelpersonen begünstigen (Genossenschaft für Gemeinwohl eG n. d. a).

Neben den Projektbereich-übergreifenden Ausschlussgründen gibt es für verschiedene Finanzierungsbereiche weitere, spezifische Ausschlusskriterien. Diese werden in Tabelle 2 gelistet. Im Bereich „Ernährung und ökologische Land- und Forstwirtschaft“ werden bspw. nicht-nachhaltige Projekte, bei denen Gentechnik, genverändertes Saatgut und Pflanzen zur Anwendung kommen, ausgeschlossen. Weiter gilt der Einsatz von Agrar-Chemikalien wie Pestiziden, Herbiziden, Fungiziden, oder problematischen Bioziden, sowie alle Formen von Tierversuchen sowie industrieller, nicht artengerechter Tierhaltung samt Verstößen gegen das Tierschutzgesetz als Ausschlusskriterium. Außerdem werden Projekte aus bestimmten Branchen, wie bspw. der Sexindustrie, der Rüstung, dem Glücksspiel, der Embryonenforschung grundsätzlich abgelehnt. Gibt ein Ausschlusskriterium Interpretations- und Auslegungsspielraum her, so wird in Anbetracht des Gesamteindrucks entschieden. „Die Mitglieder des Arbeitskreis Geldwirtschaft wenden ihre persönlichen Begriffsverständnisse in Abwägung zum Gesamteindruck des Projekts an“ (Genossenschaft für Gemeinwohl eG n. d. a). Die nachfolgende Tabelle 2 stellt für die weiteren Finanzierungsbereiche beispielhaft unterstützenswerte Projekte und die entsprechenden spezifischen Ausschlusskriterien dar.

	Unterstützenswerte Projekte	Ausschlusskriterien
Ernährung und ökologische Land- und Forstwirtschaft	➤ Produktion, Verarbeitung, Handel ökologischer Lebensmittel gemäß den Kriterien des ökologischen Landbaus ➤ Kooperationen zwischen landwirtschaftlichen Betrieben und Konsumenten ➤ Nachhaltige Waldwirtschaft nach Forest Stewardship Council ➤ Innovative ökologische Landnutzungsprojekte	➤ Nicht-nachhaltige Land- und Forstwirtschaft: Einsatz von Gentechnik, genverändertem Saatgut und Pflanzen, Agrar-Chemikalien (z.B. Pestiziden) ➤ Industrielle, nicht artgerechte Tierhaltung, Tierversuche
Erneuerbare Energien, Ressourceneffizienz und Mobilität	➤ Projektierung, Produktion und Betrieb erneuerbarer, dezentraler Energieversorgungsanlagen ➤ Erhöhung der Energie- und Ressourceneffizienz, Verringerung des Verbrauchs ➤ Innovative Energiedienstleistungen, Mobilitätsprojekte, Ressourceneffektivität ➤ Nachhaltiges Produktdesign	➤ Förderung fossiler oder nuklearer Energiegewinnung ➤ Nicht nachhaltige Transport- bzw. Mobilitätsprojekte
Gesundheitsprojekte und soziales Engagement	➤ Förderung sozialer Anliegen und zivilgesellschaftlicher Projekte ➤ Projekte für Personen mit Behinderung, Senioren und sozial Benachteiligten ➤ Projekte sozialer Innovation	➤ Projekte die gegen Projektbereich-übergreifende Ausschlusskriterien verstoßen (z.B. Verstoß gegen Menschen- oder Arbeitsrechte)
Bildungs- und Kulturprojekte	➤ Förderung von Bildungs- und Kulturvielfalt, Innovatives Lernen ➤ Schulen und Kinderbetreuungseinrichtungen in freier Trägerschaft ➤ Künstlerische Vorhaben und Kulturprojekte	➤ Projekte die gegen Projektbereich-übergreifende Ausschlusskriterien verstoßen (z.B. Verstoß gegen Menschen- oder Arbeitsrechte)
Wohnprojekte und Nachhaltiges Bauen	➤ Neubau, Sanierung, Nutzung von Wohnräumen für innovative soziale und gemeinschaftliche Wohnprojekte ➤ Energieeffiziente Projekte mit geringem Primärenergiebedarf und baubiologisch gesunden Baustoffen ➤ Gesundes, leistbares, gemeinschaftliches Wohnen, nachhaltiges Bauen	➤ Wohn- und Bauprojekte mit dem Ziel individueller Bereicherung einzelner Personen ohne Mehrwert für das Gemeinwohl. ➤ Spekulative Geschäfte, zur Vorteils-erzielung über die Entwicklung von Immobilienmarkt preisen oder anderen Finanzmärkten
Sozial und ökologisch ausgerichtete Unternehmen	➤ Sozial und ökologisch nachhaltiges Wirtschaften, z.B. regionale Unternehmen mit innovativer Mitarbeiter- oder Sozialpolitik, ökologischer Orientierung, Entwicklungszusammenarbeit	➤ Bezug zu chlororganischen Massenprodukten ➤ Bezug zu Pornografie, Rüstung, Glücksspiel, Embryonenforschung

Tabelle 2: Beispiele für unterstützungswerte Projekte und Ausschlusskriterien in den jeweiligen Finanzierungsbereichen (eigene Darstellung in Anlehnung an Genossenschaft für Gemeinwohl eG n. d. a).

Schritt 2 der Gemeinwohl-Prüfung

Der zweite Schritt der Gemeinwohl-Prüfung ist die Befragung der Genossenschaftler. Fällt die Vorprüfung positiv aus, werden die Projektbeschreibungen, Businesspläne und sonstige Informationen für Mitglieder der GfG veröffentlicht. Diese werden dann per Informations-

schreiben eingeladen, die Unterlagen anzusehen, zu diskutieren, neue Aspekte einzubringen und Fragen zu stellen. Sie können die Projekte anschließend auf einer Skala von 1 bis 10 bezüglich ihrer Gemeinwohlorientierung bewerten. Zusätzlich werden die Genossenschaftler gefragt, ob und in welcher Höhe sie das Projekt unterstützen würden. Die Teilnehmeranzahl bei der Bewertung schwankt stark. Bei einigen Projekten wurden die Ergebnisse veröffentlicht, hier nahmen jeweils zwischen 64 und 312 Genossenschaftler teil. Laut Pomper nehmen normalerweise um die 100 Personen teil, während es laut Blum eher um die 30 sind (Pomper Interview 2020, S. 112; Blum Interview 2020, S. 121).

Durch die Befragung der Genossenschaftler profitieren die Kapitalnehmer von Feedback und Kritik und können sehen, wie das Projekt „außerhalb ihrer eigenen Bubble ankommt“ (Blum Interview 2020, S. 120). So können Verbesserungspotentiale aufgedeckt werden. Außerdem können sie erste Unterstützer für ihr Projekt gewinnen. Für Unternehmen kann es hier vorteilhaft sein, eine Gemeinwohl-Bilanz zu erstellen, da sich diese wohl positiv auf die Bewertung durch die Genossenschaftler auswirkt (Genossenschaft für Gemeinwohl eG n. d. a; Pomper Interview 2020, S. 115).

Schritt 3 der Gemeinwohl-Prüfung

Beim dritten Schritt fällt der Gemeinwohl-Beirat ein finales Urteil. Er besteht aus sechs Genossenschaftsmitgliedern, tagt alle sechs bis acht Wochen und evaluiert die bis dahin durch Experten und Genossenschaftler erlangten Erkenntnisse. Fällt das Urteil positiv aus, wird das Projekt mit dem Gemeinwohlsiegel verliehen, auf der Plattform veröffentlicht und die Crowdfunding-Kampagne startet (Genossenschaft für Gemeinwohl eG n. d. a; Genossenschaft für Gemeinwohl eG n. d. c).

9.3 Beurteilung der Gemeinwohl-Prüfung

In diesem Abschnitt folgt eine kritische Auseinandersetzung mit der Gemeinwohl-Prüfung. Die Hauptkritikpunkte sind ein Mangel an Transparenz, die willkürliche Bewertung durch die Genossenschaftler, die Schwierigkeit der Definition des Gemeinwohls, die Konkretisierung des Gemeinwohlverständnisses und der Zielkonflikt der Plattformbetreiber.

9.3.1 Fehlende Transparenz

Transparenz und Klarheit sind im Crowdfunding von zentraler Bedeutung für den langfristigen Erfolg der Finanzierungsmethode (Beck 2014, S. 122). Entscheidend ist die Nachvollziehbarkeit einzelner Prozessschritte. Dazu gehört die Projektauswahl (Sixt 2014, S. 207).

Bei der Gemeinwohl-Prüfung trifft der Arbeitskreis Geldwirtschaft eine Voreinschätzung und der Gemeinwohl-Beirat die finale Entscheidung. Der Arbeitskreis Geldwirtschaft beschäftigt sich mit finanziellen Themen innerhalb der Genossenschaft, während sich der Gemeinwohlbeirat nur mit der Projektauswahl befasst. Zum Gemeinwohl-Beirat gehören Mitglieder, die wirtschaftliche Expertise besitzen oder im Gemeinwohlbereich tätig sind (Blum Interview 2020, S. 119). Beide Gruppen haben Blum zufolge eine „überwiegend andere Zusammensetzung an Personen“ (Blum Interview 2020, S. 119). Es ist allerdings unklar, wer diese Personen sind und inwiefern die Gruppenmitglieder tatsächlich wechseln. Zwar werden die sechs Mitglieder des Gemeinwohl-Beirates auf der Homepage der GfG kurz vorgestellt, aber es haben nur zwei von ihnen einen Lebenslauf veröffentlicht. Es ist nicht ersichtlich, inwiefern sie sich durch berufliche oder sonstige Erfahrungen dazu eignen, Projekte bspw. hinsichtlich der wirtschaftlichen Machbarkeit oder der Gemeinwohlorientierung zu bewerten.

Die Ergebnisse der Gemeinwohl-Prüfung werden in einem Bericht festgehalten. Diese Beurteilung ist lediglich bei acht von 24 Projekten veröffentlicht worden (siehe Anhang 1). In den anderen Fällen können potenzielle Kapitalgeber nicht nachvollziehen, was die für eine Beurteilung ausschlaggebenden Faktoren waren, welche Experten das Projekt beurteilt haben, wie das Projekt von Genossenschaftlern bewertet wurde oder wie die Gemeinwohlorientierung bewertet wurde. Bspw. wurde ein Kinderbuch finanziert, welches Kindern in pädagogisch wertvoller Weise Themen wie Umweltbewusstsein und Selbstliebe näher bringen soll (Resch 2020). Da bei der Projektvorstellung keinerlei berufliche Qualifikationen der Verfasser genannt werden, es ein Projekt mit geringer Finanzierungsschwelle war und somit intern, ohne Hilfe von Experten bewertet wurde, stellt sich die Frage, wer aus dem Arbeitskreis Geldwirt-

schaft in der Lage gewesen ist, zu beurteilen, wann ein Kinderbuch als pädagogisch wertvoll gilt und wann nicht. Gerade im Hinblick auf die Plattformkriterien, die einen Interpretationsspielraum besitzen, wie etwa „Innovatives Lernen“, wäre die Veröffentlichung des Ergebnisses der Gemeinwohl-Prüfung zur Nachvollziehbarkeit von Vorteil gewesen.

Wie bereits beschrieben, werden bei größeren Projekten zusätzlich externe Experten miteinbezogen. Trotz eines größeren Netzwerkes gibt es aufgrund der hohen Diversität der Projekte nicht für jedes Gebiet einen Spezialisten (Pomper Interview 2020, S. 114). Zudem wird hier an keiner Stelle kommuniziert, wer diese Experten sind oder was sie als Experten für Crowdfunding oder das Thema Gemeinwohl qualifiziert. Auch bei den Projekten, bei denen die Ergebnisse der Gemeinwohl-Prüfung veröffentlicht wurden, bestehen Unklarheiten, z.B. werden die Namen der Experten zwar genannt, nicht aber ihre Spezialisierungen (Genossenschaft für Gemeinwohl eG 2017).

Obwohl Transparenz einer der grundlegenden Werte der GfG sei, ist sie bezüglich der Projektauswahl verbesserungswürdig. Beck (2014, S. 125) schlägt Verhaltenspflichten vor, die den Plattformbetreibern auferlegt werden könnten. Denkbar wäre demzufolge etwa, dass sie die Verantwortung für transparente und vollständige Informationen gegenüber den Kapitalgebern tragen. Plattformen könnten die Seriosität und Plausibilität der Projekte verpflichtend überprüfen müssen und den Kapitalgebern etwaige Implausibilitäten verpflichtend kommunizieren müssen. Diese Forderungen könnten durch die Schaffung von mehr Transparenz und Klarheit in der Projektauswahl begünstigt werden, indem etwa systematisch die Beurteilungen der Experten über die Projekte und die Ergebnisse der Gemeinwohl-Prüfung veröffentlicht werden.

9.3.2 Willkürliche Bewertung durch die Genossenschaftler

Durch die Gemeinwohl-Prüfung sollen nur Projekte ausgewählt werden, die am Gemeinwohl ausgerichtet sind. Dabei stellt sich die Frage, wie das Gemeinwohl ausgelegt wird und welche Kriterien relevant sind. Zentral sind hier vor allem die Plattformkriterien (vgl. Tabelle 2). Darüber hinaus besteht nach Pomper für die Definition des Gemeinwohls innerhalb der GfG ein gewisses Grundverständnis. Dieses entspreche den Definitionen und Visionen der GWÖ und damit den Werten der Gemeinwohl-Bilanz (vgl. Abschnitt 7.3). Dadurch soll ein Rahmen vorgegeben sein, in dem sich die Entscheidungen bei der Bewertung der Projekte durch den Arbeitskreis Geldwirtschaft, den Gemeinwohl-Beirat und die Genossenschaftler bewegen (Pomper Interview 2020, S. 116; Blum Interview 2020, S. 125). Deswegen ist für die Ge-

meinwohl-Prüfung auch diese Auslegung des Gemeinwohls relevant. Trotz dessen können die Genossenschaftler eine Bewertung frei nach ihrem persönlichen Empfinden abgeben. Einem Kriterienkatalog müssen sie nicht nachgehen (Blum Interview 2020, S. 120).

Dabei ist es zweifelhaft, ob jeder der Teilnehmer beurteilen kann, ob ein Projekt am Gemeinwohl orientiert ist, bzw. am Gemeinwohl wie es die GWÖ definiert. Wahrscheinlicher ist, dass sich nicht jeder im Detail mit der Theorie der GWÖ auseinander gesetzt hat, sondern dass in vielen Bereichen Unklarheit über die relevanten Kriterien besteht. Zudem ist anzunehmen, dass nicht jeder Genossenschaftler sachlich und gerecht beurteilen kann, ob ein Projekt die Plattformkriterien erfüllt und etwa soziales und ökologisch nachhaltiges Wirtschaften, innovatives Lernen oder innovative Mitarbeiterpolitik fördert. Die Bewertungen durch die Genossenschaftler werden oft aus einem „Bauchgefühl“ (Blum Interview 2020, S. 120) heraus vorgenommen. Während einige möglicherweise aus einer laienhaften Wahrnehmung heraus entscheiden, sind andere unter Umständen Experten auf dem betreffenden Gebiet. Die Stimme eines Experten zählt jedenfalls genau so viel wie die eines Laiens. Letzten Endes ist die Bewertung über die Gemeinwohlorientierung der Projekte eine demokratische Entscheidung unter den Mitgliedern. Die GfG setzt hier auf die Weisheit der Masse (Pomper Interview 2020, S. 116). Dabei besteht aber das Risiko, dass die Weisheit der Genossenschaftler nicht zu qualifizierten Bewertungsergebnissen führt. Da sie sich an keine Kriterien halten müssen, ist es wahrscheinlicher, dass die Bewertungen einer gewissen Willkür unterliegen.

9.3.3 Schwierigkeit der Definition des Gemeinwohls

Ein grundsätzliches Problem ist zudem, dass es fraglich ist, ob das Gemeinwohl überhaupt definiert und gemessen werden kann. In der politischen Philosophie wird es als „das allgemeine Wohl, das Gesamtinteresse, die allgemeinen Ziele und Werte politischen Gemeinwesens“ bezeichnet (Mastronardi 2007, S. 294). Das Gegenteil davon ist das Wohl einzelner Gruppen oder Personen. Es ist bestritten, inwiefern das Gemeinwohl in einer Gesellschaft realisiert werden kann. Steigenberger ist der Auffassung, dass die Formulierung und Festlegung von Gemeinwohl in der GWÖ eine „Schwierigkeit bzw. Unmöglichkeit“ ist (2013, S. 11). Menschen haben unterschiedliche Charaktere, Bedürfnisse, Lebensentwürfe und Vorstellungen davon, was Gemeinwohl bedeutet. Aufgrund der Komplexität des Wirtschafts- und Gesellschaftslebens sei niemand im Stande, das Gemeinwohl für die Gesamtheit sämtlicher Gesellschaftsmitglieder zu definieren. Auch Hayek (2004, S. 53) ist der Ansicht, dass der Be-

griff des Gemeinwohls viel zu allgemein gehalten ist, um einen wirtschaftspolitischen Kurs zu bestimmen und eine Definition könne nicht nach einer einzigen Werteskala erfolgen.

Demzufolge können die Plattformbetreiber von „Crowdfunding für Gemeinwohl“ nicht für sich beanspruchen, eine allgemein gültige Definition des Gemeinwohls gefunden zu haben. Dafür fehlt eine Legitimationsgrundlage der Kriterien für die Prüfung. Die auf der Plattform zugelassenen Projekte können ebenfalls nicht objektiv und allgemein gültig als gemeinwohlorientiert gelten. Sie orientieren sich vor allem an den Forderungen der GWÖ.

9.3.4 Konkretisierung des Gemeinwohlverständnisses

Wie bereits beschrieben, sehen Meynhardt und Fröhlich (2017) einen Kritikpunkt in der GWÖ bei der Konkretisierung des Gemeinwohlverständnisses im Rahmen der Gemeinwohl-Bilanz (vgl. Abschnitt 7.4.4). Sie beziehen sich auf die Wertauswahl der Gemeinwohl-Bilanz, die durch die Gemeinwohl-Themen weiter ausgeführt wird. Dabei läsen „sich viele Bewertungskriterien wie eine Ansammlung bestimmter politischer Forderungen“ (Meynhardt & Fröhlich 2017, S. 171). Bspw. sei es fraglich, wieso Kriterien wie die Selbstbestimmung der Wochenarbeitszeit oder die fleischlose Ernährung gemeinwohlförderlich sein sollten (Gemeinwohl-Ökonomie 2017, S. 57, 62). Viele Beschreibungen erwecken weniger den Eindruck, dass sie einen unmittelbaren Beitrag zum Gemeinwohl evaluieren. Stattdessen überprüfen sie eher die Umsetzung bestimmter Forderungen und damit lediglich eine Auswahl von Maßnahmen, welche potenziell gemeinwohlfördernd sein könnten.

Angesichts dieser Konkretisierungen ist denkbar, dass sich die Genossenschaftler bei der Gemeinwohl-Prüfung an derartigen Forderungen orientieren. Bezüglich der Plattformkriterien (vgl. Tabelle 2) ist es ebenfalls fraglich, ob bspw. künstlerische Vorhaben und Kulturprojekte grundsätzlich förderlich für das Gemeinwohl sind, oder ob stattdessen noch weitere Konkretisierungen erfolgen sollten, da sonst unklar bleibt, welche weiteren Kriterien relevant sind. Die Legitimierung der Gemeinwohlförderlichkeit dieser Auswahl an Maßnahmen und auch die der Plattformkriterien ist fraglich und sollte nicht einfach unterstellt werden. Dementsprechend kann auch bezüglich der Gemeinwohl-Prüfung kritisiert werden, dass Partikularinteressen mit dem Gemeinwohl verknüpft werden (Meynhardt & Fröhlich 2017, S. 172).

Die Plattformbetreiber möchten sich im Rahmen dessen auch auf Zertifizierungen stützen. Bspw. können GOTS-Zertifizierungen im Textilbereich zeigen, dass soziale und ökologische

Standards in der Verarbeitung und der gesamten Produktionskette eingehalten werden (Ecocert n. d.). Außerdem kann der Nutri Score, der die Nährwertqualität von Lebensmitteln kennzeichnet, als Orientierung dienen und auch Unternehmen, die Bio-Produkte herstellen, seien für die Plattform geeignet (Pomper Interview 2020, S. 115; Blum Interview 2020, S. 122). Einige der Projekte haben solche Zertifizierungen zwar, der Großteil jedoch nicht. Diese Zertifizierungen können als Orientierung dienen und als Indikator, dass gewisse Standards in bestimmten Bereichen eingehalten werden. Allerdings bedeuten einzelne Zertifizierungen nicht, dass das Projekt auf allen Ebenen positive gesellschaftliche Wirkungen erzielt. Bei der Bewertung durch den Nutri-Score werden bspw. keine Nachhaltigkeitskriterien beachtet (Verbraucherzentrale Hamburg 2020).

Darüber hinaus kann die bereits in Abschnitt 7.4.4 thematisierte ideologische Enge des Gemeinwohlverständnisses der Gemeinwohl-Bilanz die Projektauswahl beeinflussen. Durch die Auswahl der Grundwerte der Gemeinwohl-Bilanz wird der Bereich begrenzt, an dem gemeinwohlförderndes Handeln gemessen werden kann (Meynhardt & Fröhlich 2017, S. 169). Projekte aus anderen Bereichen könnten von einer Finanzierung über die Plattform ausgeschlossen werden, wenn sie nicht in das beschriebene Gemeinwohlverständnis passen. Vernachlässigte Bereiche, die gemeinwohlfördernd sein können, sind z.B. die Wohlstandssicherung durch Innovationen oder Beiträge zum Beschäftigungsniveau und zur Versorgungssicherheit (Meynhardt & Fröhlich 2017, S. 171). In der Gemeinwohl-Prüfung würden diese Aspekte für sich allein unter Umständen kein Argument für eine Gemeinwohlorientierung sein. Dies unterstreicht zusätzlich die Willkür in der Projektauswahl.

Insgesamt basiert die Gemeinwohl-Prüfung neben den Plattformkriterien vor allem auf dem Gemeinwohlverständnis der GWÖ und der Gemeinwohl-Bilanz (Pomper Interview 2020, S. 115). Solange es keine wissenschaftlich gefasste Auswahl von Kriterien und Werten gibt, fehlt der Gemeinwohl-Prüfung damit eine theoretische Basis. Infolgedessen bleibt fraglich, ob die Plattform ausschließlich gemeinwohlförderliche Projekte unterstützt. Aufgrund der fehlenden Legitimationsgrundlage der Auslegung des Gemeinwohlbegriffes der GWÖ, raten Meynhardt und Fröhlich (2017, S. 174) dazu, mit der Begrifflichkeit des „Gemeinwohls“ behutsamer umzugehen. Im Hinblick auf das Projektauswahlverfahren erscheint dies für „Crowdfunding für Gemeinwohl“ ebenfalls sinnvoll.

9.3.5 Zielkonflikt der Plattformbetreiber

Die Betreiber der Plattformen haben verschiedene Auswahlverfahren, Kriterien und grundsätzlich die freie Wahl darüber, welche Projekte sie zur Finanzierung freigeben. Die Plattformbetreiber von „Crowdfunding für Gemeinwohl“ sind mit einem Interessenskonflikt konfrontiert: Auf der einen Seite wollen sie die Finanzierung möglichst vieler Projekte ermöglichen, um an der Provision erfolgreicher Kampagnen zu verdienen. Auf der anderen Seite sollten sie möglichst erfolgsversprechende Projekte auswählen, die nach dem eigenen Verständnis die Gemeinwohl-Kriterien erfüllen.

Misserfolge unter den Projekten wirken sich negativ auf das Image der Projekte auf der Plattform und der Plattform selbst aus. Dies könnte zur Folge haben, dass die Investitionsbereitschaft der Kapitalgeber auf lange Sicht abnimmt (Angerer et al. 2017, S. 11). Allerdings besteht das Risiko, dass sich die Plattformbetreiber von der Aussicht auf kurzfristige Verdienste leiten lassen und Projekte mit geringeren Erfolgsaussichten weniger kritisch durchleuchten und positiver bewerten (Beck 2014).

Aufgrund der potenziellen Willkür in der Bewertung der Projekte besteht ein ähnliches Risiko bezüglich der Gemeinwohlorientierung: Der Arbeitskreis Geldwirtschaft und der Gemeinwohl-Beirat könnten dazu neigen, Projekte tendenziell eher positiv und unkritisch zu bewerten, selbst wenn einzelne Aspekte der Projekte nicht dem Gemeinwohlverständnis entsprechen. Kapitalnehmer könnten auch unter Umständen unethisches Handeln verschleiern. Dann würden Projekte finanziert werden, bei denen nicht das Gemeinwohl im Vordergrund steht. Diese können neben dem Geld von der Nutzung des Gemeinwohlsiegels als Marketinginstrument profitieren. Unternehmer, die eine Gemeinwohl-Bilanz erstellt haben, geben bspw. an, diese bewusst als Instrument der Öffentlichkeitsarbeit und zur Neukundengewinnung zu nutzen (Meynhardt & Fröhlich 2017, S. 166). In ähnlicher Weise kann mit dem Gemeinwohlsiegel Vertrauenswürdigkeit suggeriert werden, um sich bspw. ein Image ökologischer Verantwortung zu schaffen, ohne die entsprechenden Maßnahmen im Rahmen ihrer Wertschöpfungskette tatsächlich zu implementieren. Wenn die Vergabe des Gemeinwohlsiegels also willkürlich erfolgt, kann der eigentliche Zweck der Plattform, gemeinwohlorientierte Projekte zu unterstützen, verfehlt werden.

Durch die Befragung der Genossenschaftler kann dieses Risiko reduziert werden, wenn Undeutlichkeiten zur Sprache kommen, die sich auf die Bewertung auswirken können. Grundsätzlich gehören funktionierende Kommunikationskanäle zwischen den potenziellen Kapital-

gebern und -nehmern zu den wesentlichen Erfolgsfaktoren von Crowdfunding-Plattformen (Sixt 2014, S. 67). Die Befragung der Genossenschaftler kann diesbezüglich Unsicherheiten reduzieren, daher ist es wichtig, dass Mitglieder zur Schwarmintelligenz beitragen.

Insgesamt sollte eine positiv absolvierte Gemeinwohl-Prüfung höchstens als Indikator dafür angesehen werden, dass ein Projekt die selektive Wertauswahl der GWÖ erfüllt und bestimmten Forderungen nachkommt. Letzten Endes sollten Kapitalgeber jedes Projekt individuell betrachten und sich nicht auf das nach außen getragene Bild und den Namen der Plattform verlassen. Viel mehr können sie sich an Qualitätsindikatoren orientieren, wie bspw. bestimmten Zertifizierungen.

10 Projekte auf „Crowdfunding für Gemeinwohl“

In diesem Abschnitt werden die einzelnen Projekte auf „Crowdfunding für Gemeinwohl“ kurz vorgestellt. Die Darstellung geht aus den jeweiligen Projektseiten hervor (Genossenschaft für Gemeinwohl eG n. d. f.). Es werden erwähnenswerte und relevante Aspekte der Projekte beschrieben, die Analyse der Gesamtheit der Projekte erfolgt aber in Abschnitt 12. Die Plattform bietet gegenleistungs- und darlehensbasiertes Crowdfunding an. In der Vergangenheit waren auch spendenbasierte Kampagnen möglich, mittlerweile aber nicht mehr (Blum Interview 2020, S. 124). Insgesamt gibt es 32 Projekte. Davon wurde 26 erfolgreich finanziert. Folgende Übersicht stellt die Höhe der Finanzierungsbeträge graphisch dar:

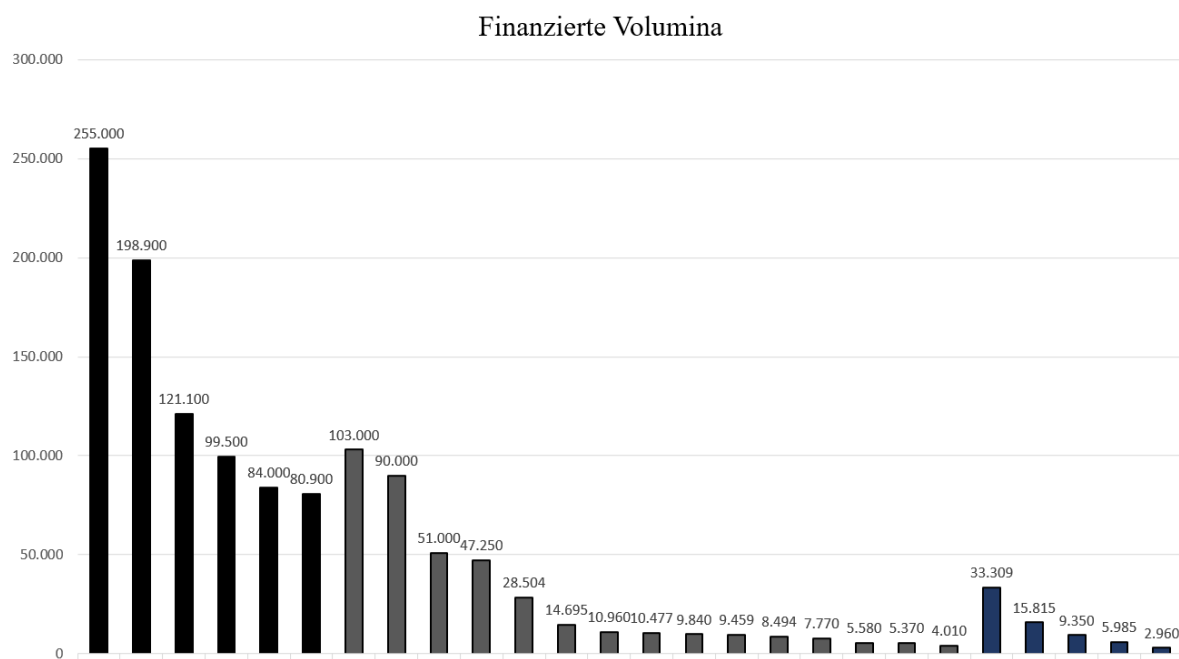


Abbildung 7: Höhe der Beträge, mit denen Projekte finanziert wurden (Eigene Darstellung in Anlehnung an Genossenschaft für Gemeinwohl eG n. d. f.).

Die ersten sechs Balken in Schwarz stellen die darlehensbasierten Kampagnen dar, die Grauen Balken in der Mitte die gegenleistungsbasierten Kampagnen und die letzten fünf Balken in Blau die spendenbasierten Kampagnen. Die darlehensbasierten Kampagnen wurden mit Summen zwischen 80.900 € und 255.000 € finanziert. Gegenleistungsbasierte Projekte wurden mit Beträgen in Höhe von 4.010 € bis zu 103.000 € finanziert und spendenbasierte Projekte zwischen mehr als 2.960 € bis zu 33.000 €. Damit machen die sechs darlehensbasierten Projekte 64 % (839.400 €) des über die Plattform finanzierten Volumens aus.

10.1 Spendenbasierte Projekte

Durch spendenbasiertes Crowdfunding wurden Projekte aus dem Sozial- und Bildungsbereich unterstützt. Diese Art von Crowdfunding wird mittlerweile, mit Ausnahme der „Corona Soforthilfe für Mitglieder“, nicht mehr durchgeführt. Für die Spenden gab meist keine Gegenleistung, in einigen Fällen lediglich kleine Geschenke, wie Bücher oder Kleidung (Genossenschaft für Gemeinwohl eG n. d. b).

Corona Soforthilfe für Mitglieder

Die „Corona Soforthilfe für Mitglieder“ ist ein Projekt von der GfG selbst. Sie bietet durch die gespendeten Gelder den Mitgliedern der GfG Hilfe, die von der Corona Krise finanziell betroffen sind und keine staatliche Hilfe erhalten. Die GfG verzichtet auf die übliche Plattformgebühr, damit die Hilfen in Gänze ankommen und die Gemeinwohl-Prüfung wurde zur schnelleren Abwicklung gekürzt, indem nicht alle Genossenschaftler befragt werden. Es erfolgt keine Überprüfung bezüglich des beantragten Bedarfs. Die Hilfesuchenden beschreiben ihre individuellen Situationen in kurzen Stichpunkten, wie z.B.: „Alleinerziehende vierfache Mutter kann Schulden für Autoreparatur nicht aufbringen“. Es können bis zu 1.000 € beantragt werden (Genossenschaft für Gemeinwohl eG 2020a).

Schiebetunnel für SOLAWI Ackerschön

Bei diesem Projekt wurden zwei Tunnel als geschützte Anbaufläche für Wintergemüse und die Saatgutvermehrung errichtet. Dadurch sollen ca. 50 Haushalte in der Region mit Gemüse versorgt werden und die regionale Vernetzung zur Stärkung einer kleinstrukturierten Landwirtschaftskultur gefördert werden. Das Projekt wurde von 161 Genossenschaftlern mit durchschnittlich 8 von 10 Punkten bewertet, nachdem es in der internen Vorprüfung ebenfalls mit 8 von 10 Punkten durch einen Experten bewertet wurde. Nach dessen Einschätzung sei das Projekt wirtschaftlich machbar und gemeinwohlorientiert, da Bio-Nahrungsmittel produziert werden und aufgrund von positiven regionalwirtschaftlichen Effekten (Laßnig 2017).

SchloR: Solidarisch wirtschaften, selbstverwaltet und kollektiv zusammenleben

Die SchloR GmbH ist ein Zusammenschluss von Aktivisten und hat eine Turnhalle mit anliegenden Gebäuden in Wien erworben. Diese wurden als Kulturprojekt unter anderem zu öf-

fentlich zugänglichen Werkstätten, einem Proberaum und einem Atelier umgebaut. Zudem wurden Wohnmöglichkeiten für 15 Personen geschaffen, die in die Projekte involviert sind. Das Ziel ist es, in Wien abgesicherte und leistbare Räume für selbstverwaltetes und gemeinschaftliches Arbeiten und Wohnen zu schaffen. Notwendige Kompetenzen seien vom Team in Eigenregie und zum Teil durch berufliche Erfahrungen erworben worden. Zusätzlich gibt es Zusammenarbeiten mit einer Architektin, externen Aktivisten und einer Organisation im Kulturbereich. 83 Genossenschaftler gaben dem Projekt 6,5 von 10 Punkte. Da vergleichbare Projekte existieren, hat der Arbeitskreis Geldwirtschaft das Projekt als finanziell machbar eingestuft. Aus den eingereichten Unterlagen gehen jedoch keine Informationen über Eigenmittel und Erträge hervor und nicht alle Angaben konnten überprüft werden. Positiv hervorgehoben wurde der Innovationscharakter, die gesellschaftliche Wirkung und die Zusammenarbeit mit anderen Initiativen. Zum Zeitpunkt, als der Abschlussbericht eingereicht wurde, war das Gesamtkonzept der Projektes erstellt und bei der Baupolizei eingereicht (SchloR-Team 2017).

DoReMi

DoReMi ist ein soziales Musikinstitut und bietet als Integrationsprojekt geflüchteten und sozial benachteiligten Menschen günstigen Musikunterricht an. Das Projekt wurde vom Verein Open Piano for Refugees eingereicht, der frei zugängliche Klaviere im öffentlichen Raum platziert, Konzerte veranstaltet und Spenden für Musikprojekte sammelt. Durch diese werden Leihinstrumente für Schüler und Raummiete bezahlt. 64 Genossenschaftler gaben dem Projekt im Schnitt 8,8 von 10 Punkten. Kritisiert wurde die unzureichend detaillierte Budgetaufschlüsselung, aufgrund der festgelegten Finanzierungsschwelle und existierenden Vorgängerprojekten sei die Durchführung aber erfolgsversprechend. Zudem habe das Team Erfahrung, die Projekte haben eine interessierte Community und die Risiken seien durchdacht. Das Projekt sei wirtschaftlich machbar, habe eine positive gesellschaftliche Wirkung und fördere die Gleichstellung und Inklusion benachteiligter Menschen (Open Piano for Refugees 2017).

LivingSENSE

Durch das Wohnprojekt LivingSENSE sollten 50 leistbare, umweltfreundliche und energieautarke Wohneinheiten geschaffen werden. Außerdem sollte generationenübergreifende wechselseitige Fürsorge stattfinden. Ziel war es, zu zeigen, dass es möglich ist, aus den umweltschädlichen Aspekten des modernen Lebens auszusteigen und dennoch ein zeitgemäßes, se-

mi-urbanes Leben zu führen. Mit dem gesammelten Kapital sollten zwei Feste finanziert werden, die der Öffentlichkeitsarbeit dienen sollten (Parlow 2019).

Vorlesen bei 24-Stunden-Betreuung und WeWoMo WerkstattWohnmobil (gescheitert)

Bei zwei spendenbasierte Kampagnen ist die Finanzierung gescheitert. Eins davon ist das Projekt Vorlesen bei 24-Stunden-Betreuung. Dabei wollten drei ehrenamtlich arbeitenden Personen einen Verein gründen, der einen Vorleseservice für Personen anbietet, die 24-Stunden Betreuung benötigen. Das gesammelte Kapital sollte für Anfahrt, für Bücher und die Erstellung von Flyern verwendet werden (Gruber & Gruber 2018). Das andere gescheiterte Projekt ist das WeWoMo Werkstatt-Wohnmobil. Mit diesem fahren junge, ausgrenzungsgefährdete Menschen mit Unterstützung von Sozialpädagogen zu landwirtschaftlichen Betrieben, um handwerkliche Arbeiten durchzuführen. Das Angebot richtet sich bspw. an Jugendliche aus Krisenunterkünften oder Flüchtlingsheimen, die sozialpädagogische Hilfe benötigen und einen positiven Zugang zum Berufsleben erfahren sollen. Die Finanzierung wäre in den Umbau des Wohnmobils zu einer energieautarken, fahrbaren Werkstatt samt integrierter Wohnmöglichkeit geflossen (Natur Tier Mensch Akademie 2018).

10.2 Gegenleistungsbasierte Projekte

Die Mehrheit der Kampagnen auf „Crowdfunding für Gemeinwohl“ sind gegenleistungsbasiert. Die Unterstützer erhalten bei diesem Modell eine Gegenleistung in Form von Produkten, Dienstleistungen oder Gutscheinen (Genossenschaft für Gemeinwohl eG n. d. b). Eine Ausnahme sind die Projekte für Bürgerstromanlagen. Hier erhalten die Kapitalgeber einen Sonnenenertrag, die Gegenleistung ist also finanziell.

Projekte für Bürgerstromanlagen

Über die Plattform wurden mit vier gegenleistungsbasierten Kampagnen Bürgerstromanlagen mit Beträgen von 47.250 € bis 103.000 € finanziert. Die Kapitalnehmer errichten und betreiben Photovoltaikanlagen zur Bereitstellung von erneuerbarer Energie. Diese wurden in den jeweiligen Orten als Bürgerbeteiligungsmodelle installiert. Bürger können Solarmodule der Anlagen im Wert von mindestens 1.000 € kaufen und die Anlagenbetreiber mieten sie zurück. Kapitalgeber profitieren von einem Sonnenenertrag und erhalten eine jährliche Vergütung in

Höhe von 2,5 % der investierten Summe. Am Ende der Laufzeit erhalten sie den vollen Kaufpreis zurück. Dies ist ab dem sechsten Jahr kostenlos möglich. Die Anlagenbetreiber kümmern sich um Realisierung, Betrieb, Wartungsarbeiten und Behördenwege. Der Solarstrom wird entweder vor Ort verbraucht oder im Rahmen eines geförderten Einspeisetarifes weiterverkauft. Dies fördert die Energiewende und schafft regionale Arbeitsplätze. Für die vier Projekte wurde die Gemeinwohl-Prüfung nur einmal durchgeführt. In der Vorprüfung wurde ein Experte miteinbezogen, der Energie- und Umweltberater ist und ein Kollege, wobei es über den Kollegen keine einzige Information gibt. Aufgrund zahlreicher vergleichbarer Projekte sei die Machbarkeit gesichert. 312 Genossenschaftler haben das Projekt mit durchschnittlich 7,6 von 10 Punkten bewertet, 43 % gaben an, dass sie es unterstützen würden und ein Drittel von ihnen würde auf Zinsen verzichten. Die angegebene Investitionsbereitschaft belief sich auf 220.000 €. Laut Gemeinwohlbeirat unterstützen die Projekte die Erfüllung klimapolitischer Ziele. Abschlussberichten zufolge wurden sie alle erfolgreich durchgeführt und die energetischen Zwecke zu einem großen Teil erfüllt (Steiner 2017a, 2017b, 2017c, 2018).

Greek Diary und 3400 Semmeln

Mit den Kampagnen Greek Diary und 3400 Semmeln wurden zwei Dokumentationsfilme finanziert. Es soll im Gegensatz zur Boulevard-Berichterstattung, ein differenziertes Bild zum Thema Flucht und Schutz geschaffen werden. Im Fokus stehen zwei Flüchtlingslager und die Begleitung der Helfer und der Schutzsuchenden. Betroffene erzählen von Fluchtgründen, vom Warten auf Bescheide und der Hoffnung auf Integration. Ziel ist es, ein positives gesellschaftliches Bewusstsein zu schaffen und aufzuklären. Das Filmteam besteht aus zehn Personen, sie werden zwar namentlich genannt, Informationen zu beruflichen Erfahrungen oder Expertisen gibt es aber nicht. Innerhalb von vier Jahren wurden über 400 Stunden Filmmaterial gesammelt. Die Beiträge der Crowd dienen bei beiden Projekten der Nachproduktion und für Honorare (Trenczak 2018, Trenczak 2020).

Paradiesgartl und Klimawandel im Paradiesgartl

Beim Projekt „Paradiesgartl“ wurde ein multifunktionales Gebäude zur Bewirtschaftung von 400 Obstbäumen gebaut. Es dient als Arbeitsplatz und zur Lagerung von Arbeitsmaterialien. Die Bewirtschaftung erfolgt ressourcenschonend und ohne naturschädliche Düngemittel. Die Projektinitiatoren nehmen weder Steuergelder noch sonstige Fördermittel in Anspruch. Das

Projekt wurde von einem Familienbetrieb durchgeführt. Weitere Informationen gibt es dazu nicht. Laut Gemeinwohlbeirat fördere das Projekt die regionale Landwirtschaft und Produktion und schone die Umwelt. Positiv sei zudem die gemeinschaftliche Beteiligung aller Familienmitglieder, die detaillierte Planung, die genaue Kostenaufstellung. Außerdem wurde die transparente Preisgestaltung hervorgehoben, wobei auf der Projektseite nicht erläutert wird, wie genau der Preis entsteht. 73 Genossenschaftler gaben dem Projekt im Schnitt 7,6 von 10 Punkten. Die Finanzierung wurde als realistisch eingeschätzt, da die Projekteinreicher bereits auf einer anderen Plattform erfolgreich waren. Ein Jahr später wurde das Folgeprojekt „Klimawandel im Paradiesgartl“ eingereicht. Es diente der Finanzierung einer Regenwasserzisterne, um die jüngeren Obstbäume zu bewässern. Dies sei aufgrund der klimawandelbedingten, trockenen Jahre, nötig (Szyhska 2017, Szyhska 2019).

Best of the Rest

In Österreich werden jährlich 168.000 Tonnen an essbaren Lebensmitteln weggeworfen. Der Verein „Best of the Rest“ hat zum Ziel, einen Teil davon kreativ in Produkte zu verarbeiten, bevor sie auf der Mülldeponie landen. Als nachhaltiger Anbieter von Buffets mit qualitativem und kulinarischem Anspruch, kocht er regelmäßig für und mit Schulen, Unternehmen und anderen Institutionen. Es soll ein Bewusstsein für einen bedachten und ressourcenschonenden Umgang mit Lebensmitteln geschaffen werden, zusätzlich werde Integration gefördert. Dafür wurde ein Raum für Kochworkshops in Klagenfurt eröffnet. Die Produkte erhalten zahlreiche positive Resonanzen. Verkaufserlöse gehen an Gemeinschaftsgärten, die den Prinzipien der Permakultur folgen, oder in die Entwicklung anderer Bereiche des Vereins. Die Gelder der Crowd sollen in Investitionen weiterer Geräte und Werbematerialien fließen. So sollen die Produkte österreichweit auch für Privatpersonen zugänglich gemacht werden. Neben der Gründerin des Projektes wird nur eine weitere in das Projekt involvierte Person inklusive ihres Aufgabenbereiches genannt. „Best of the Rest“ hat mehrere Preise gewonnen, unter anderem den 1. Platz bei einer Preisverleihung für verantwortungsbewussten Umgang mit Lebensmitteln vom Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft. In der Projektdarstellung fällt auf, dass sich Texte wiederholen (Schlechter-Oberhauser 2017).

FreuRaum

Laut der Bewegung FreuRaum sei die abnehmende innerstädtischen Nahversorgung sowie die geringe Anzahl an Gastronomiebetrieben, die regionale, erschwingliche Speisen biologischer oder naturnaher Qualität und vegetarische oder vegane Alternativen anbieten, problematisch. Zudem leben Menschen zunehmend in insolierten sozialen Gruppen, was den Austausch erschwert. Dem möchte FreuRaum entgegenwirken. Daher sollen Läden und Räume für Veranstaltungen, Austausch, Genuss, Kunst, Kultur, Teilhabe und neue Denkungsarten geschaffen werden. Die Bewegung schafft zusätzliche Angebote regionaler und veganer Bioprodukte durch den Verkauf im Laden. Bauern und Handwerker können ihre Produkte präsentieren, damit der Kontakt zwischen Produzenten und Kunden belebt wird. Außerdem sollen Speisen per Lastenfahrrad in näherer Umgebung zugestellt werden. Neben den Läden werden im Restaurant bzw. Café frische Mahlzeiten angeboten und es finden gemeinschaftliche Aktivitäten, wie bspw. Kochworkshops oder Seminare statt. Gefördert werden sollen hochwertige Produkte durch ein attraktives Nahversorgungskonzept und das Bewusstsein für regionale Lebensmittel, Gesundheit und Sozialleben. Es soll Angebote für alle Generationen (bspw. Demenz-Cafés für ältere Menschen) und für Menschen verschiedener kultureller Hintergründe geben. Im Vordergrund stehen Transparenz, Regionalität, Ressourcenschonung, die Freude am verantwortungsvollen Genießen und die Vereinigung von Tradition, Bekanntem und Neuem. Das Projektteam besteht aus fünf Menschen mit langjähriger Expertise und Erfahrung, auf die jedoch nicht konkret eingegangen wird. FreuRaum ist als Genossenschaft organisiert. Jedes Mitglied muss Geschäftsanteile im Wert von 250 € erwerben. Außerdem wurden Fördermittel von öffentlichen Stellen beantragt. Das Projekt soll sich nach maximal drei Jahren selbst finanzieren können. Die Einreichenden haben Projektrisiken benannt, allerdings bleibt unklar, wie wahrscheinlich deren Eintritt ist (Haider-Wallner 2018).

Fairapps.net

Die Fairkom Gesellschaft hat eine Plattform für Applikationen zur Kommunikation entwickelt: Fairapps bietet Alternativen zu den gängigen Onlinediensten großer IT-Konzerne an, wie Google oder Microsoft. Die Anwendungen sind datensicher, werbefrei und machen unabhängig. Es sollen Aktivitäten zur verstärkten Nutzung und Bereitstellung von Onlinediensten für eine faire Nutzung von Ressourcen vorangetrieben werden. Ein Slogan von Fairkom ist: „Wie Bio – nur für's Internet“. Zum Zeitpunkt der Kampagne stand ein Portfolio an Messenger- und Videokonferenzprogrammen, Cloud-Services, Projektmanagementtools und mehr

zur Verfügung. Privatpersonen, Initiativen und Organisationen können dadurch ihr eigenes App-Portfolio für die Zusammenarbeit erstellen. Einige Dienste sind kostenlos, für andere gibt es kostenpflichtige Service-Pakete. Durch Crowdfunding sollte die Server Infrastruktur ausgebaut werden und weitere Apps in das Portfolio aufgenommen werden, wie bspw. eine anonymisierte und werbefreie Suchmaschine. Etwaige Überschüsse werden in soziale, nachhaltige Projekte und Eigenentwicklungen investiert. Die genutzten Server sind energieeffizient und CO₂-neutral und die Büroräume produzieren mehr Solarstrom als sie verbrauchen. Von der Plattform Treeday hat Fairkom 94 von 100 Punkten für den ökologischen Fußabdruck erhalten. Der Treeday Index bewertet das gesamte ökologische und soziale Engagement eines Unternehmens nach wissenschaftlich fundierten Kriterien, die zusammen mit der Universität für Bodenkultur in Wien erarbeitet wurden. Die Fairkom Gesellschaft ist ein Partnerschaftsnetzwerk selbstständiger IT-Berater (Fairkom Gesellschaft 2019).

Montessorihaus und Erwachsenenbildung

Mit der Kampagne „Montessorihaus und Erwachsenenbildung“ soll ein Lernort für Kinder und Erwachsene entstehen. Dafür sollte ein ehemaliger Stall umgebaut werden und zu einem Ort werden, in dem Kinder durch neue Lernwege und bewusster Umweltgestaltung ihr Potential entfalten und einen positiven Beitrag zur Gesellschaft leisten können. Dafür stehen Natur, Tierpflege und praktische Übungen des täglichen Lebens im Fokus und es werden Naturerlebnisprogramme angeboten. Für Erwachsene wird ein Raum für Anregungen, Wissen, Vernetzung und einen naturverbundenen, zukunftsfähigen Lebensstil geschaffen. Zudem werden Workshops, Kurse und Vernetzungstreffen zu Themen wie bspw. Montessoripädagogik, Wildkräutern oder Permakultur angeboten. Die Region profitiert von einem alternativen Bildungsangebot und verschiedenen Aktivitäten der Einrichtung, wie bspw. der Erhaltung von Streuobstwiesen. Hinter dem Projekt steht der Verein „Leben und Lernen am Hof“, der für Potentialentfaltung, Natur- und Weltverbundenheit steht. Mithilfe von Crowdfunding sollte die Ausbauphase des Hofes abgeschlossen werden. Das Zielbudget wurde im Laufe der Kampagne erhöht, da die Kosten unterschätzt wurden. Die Risiken des Projektes werden zwar benannt, wie hoch sie tatsächlich sind wird aber nicht erklärt. Sollte nur ein Teil des benötigten Budgets durch Crowdfunding gesammelt werden können, so müsse der Rest über private Darlehen oder Bankkredite beschaffen werden. Zusätzlich könne es sein, dass die Arbeitszeiten unterschätzt werden und das Defizit mit Eigenmitteln gedeckt werden müsste oder dass Komplikationen bei den baulichen Maßnahmen auftreten (Leben und Lernen am Hof 2020).

Kinderbuch: Vivi - Eine zauberhafte Biene

Ein weiteres Projekt ist das Kinderbuch „Vivi - Eine zauberhafte Biene“. Es thematisiert Umweltbewusstsein, Nachhaltigkeit, respektvolles Denken, Achtsamkeit und Selbstliebe. Das Buch besteht aus drei Bänden, die von einem Partnerunternehmen umweltfreundlich und nachhaltig produziert werden. Ein Teil der Erlöse geht an den gemeinnützigen Verein Bienenlieb (dazu mehr im nächsten Abschnitt). Die Projekteinreichenden sind die Kinderbuch-Autorin und eine Illustratorin. Durch Crowdfunding sollte der Druck der Erstauflage des ersten Bandes realisiert werden. Bei Übersteigen der Finanzierungsschwelle sei ein Kindergarten- und Schulprojekt geplant gewesen, bei dem die Inhalte des Kinderbuches spielerisch hätten vermittelt werden sollen. Die Finanzierungsschwelle wurde fast um das Dreifache übertroffen, dennoch wurden die Gelder laut Abschlussbericht lediglich für einen Teil des Druckes verwendet. Eine Erklärung dafür wurde nicht gegeben (Resch 2020).

Grundeinkommen Kunstkalender 2021

Die Kampagne zur Finanzierung des „Grundeinkommen Kunstkalenders 2021“ wurde zur Unterstützung für eine EU-weite Bürgerinitiative für ein Bedingungsloses Grundeinkommen eingeleitet. Die Initiative wurde von der Nichtregierungsorganisation „Unconditional Basic Income Europe (UBIE)“ ins Leben gerufen. Bis Mitte 2021 sollten EU-weit mindestens 1 Millionen Unterschriften gesammelt werden, um die Europäische Kommission aufzufordern, den Mitgliedsstaaten die Einführung des Bedingungslosen Grundeinkommens zu empfehlen und sie dabei zu unterstützen. Die Crowdfunding-Kampagne wurde von der unabhängigen Arbeitsgruppe „Das Grundeinkommen, AG OÖ“ eingereicht. Ihr Ziel ist es, durch die Veröffentlichung des Kalenders die genannte Initiative in Öffentlichkeitsarbeit und Sponsoring zu unterstützen und alle Aspekte rund um das Thema Bedingungsloses Grundeinkommen bekannter zu machen. Dafür erscheint der Kalender zum Start der Bürger-Initiative, wird im Vorfeld zusammen mit ihr beworben und der erzielte Reinerlös durch den Kalender kommt komplett der Bürger-Initiative zugute. Zwei Mitglieder der Arbeitsgruppe werden kurz vorgestellt, indem ihre beruflichen Erfahrungen und Motivationen dargelegt werden. Ungewöhnlich ist, dass im Rahmen der Projektvorstellung auf der Projektseite eine Stellenausschreibung mit eingefügt wurde. Es sollte „die wichtigste Person“ noch gefunden werden, die „die Vorbereitung und Umsetzung dieses Projektes übernehmen“ sollte (Rüthemann 2019). Zudem sollte bei Erfolg der Kampagne für die Umsetzung noch eine eigene Rechtspersönlichkeit gegründet werden. Als Risiko des Projektes wurde angegeben, dass für dessen Umsetzung ca. sechs

Monate nach dem Start der Kampagne mindestens 4.000 Kalender-Vorbestellungen hätten erreicht werden müssen. Sei das nicht der Fall, müsse Sponsoringpotential erneut evaluiert werden und das Projekt schlimmstenfalls storniert werden. Dieser Fall ist schließlich eingetreten. Die Kampagne wurde erfolgreich finanziert, aber es wurden nicht genügend Kalender verkauft. Deswegen konnte das Projekt nicht umgesetzt werden. Laut Abschlussbericht wurden die Projektmittel stattdessen mit Zustimmung der Unterstützer für das österreichische Volksbegehren über das Bedingungslose Grundeinkommen eingesetzt. Damit entspräche der Einsatz des Geldes durchaus dem Grundanliegen des Crowdfunding-Projektes. Eine Konkretisierung der Verwendung der Mittel wird nicht dargelegt (Rüthemann 2019).

Onlineshop für die Deins & Meins Regionalläden

Das letzte erfolgreich finanzierte gegenleistungsbasierte Projekt ist der Onlineshop für die Deins und Meins Regionalläden. Dort wird eine breite Palette an Produkten angeboten, von Kulinarik über Kunsthandwerk bis hin zu Alltagsprodukten. Die Artikel sind biologisch, regional, vegan, aus recycelten Materialien und natürlichen Rohstoffen. Die Basis des Geschäftsbetriebes ist Ökostrom, Müll- sowie Verpackungsvermeidung, CO2 Reduktion, der sparsame Umgang mit Ressourcen, die Unterstützung von ökologischen und sozialen Projekten sowie Klima- und Umweltschutz (Ein Teil der Einnahmen werden bspw. in Klimaschutzprojekte investiert). Das Unternehmen orientiert sich an den Kriterien und Werten der GWÖ, angewendet auf verschiedenen Ebenen der Gemeinwohlmatrix. Im Rahmen der Projektvorstellung wird hier auf einzelne Aspekte eingegangen. Z.B. soll die Menschenwürde im Rahmen der Kundenbeziehungen gefördert werden, indem älteren Menschen mit wenig Mobilität Leihtabletts zur einfachen Bestellung zur Verfügung gestellt werden. Dabei soll die Zustellung der Produkte klimaneutral verlaufen. Lieferanten sollen dazu angehalten werden, innerhalb eines bestimmten Zeitraumes, sich selbst zu gemeinwohlorientierten Betrieben zu entwickeln. Die Umsetzung dieser Idee wird jedoch nicht weiter konkretisiert. Zusätzlich wurde ein Gemeinwohlkonto im Umweltcenter Gunkirchen beantragt. Das Team bzw. die beiden Geschäftsführer stellen sich kurz vor, indem sie ihre Tätigkeiten und Motivationen darlegen. Das benötigte Budget wird grob dargestellt und teilt sich auf in Personal- sowie Marketingkosten, den Kauf eines E-Rollers zur Auslieferung, der Erstellung der Online-Plattform und Kosten für Unvorhersehbares (Deins & Meins GmbH 2019).

Landladls Volksmedizingarten (gescheitert)

Neben den erfolgreich finanzierten gegenleistungsbasierten Kampagnen gab es auch vier, die gescheitert sind. Eine davon ist „Landladls Volksmedizingarten“. Angedacht war der Anbau eines Heilkräuter-Schaugartens in einer strukturschwachen Region. Er solle zum Anbau von Kräutern, vertiefender Wissensvermittlung in Kräuterkunde, Bewusstseinsbildung für die Kärntener Volksmedizin und der Gesundheitsförderung dienen, durch Anleitungen zur Produktion von Salben, Tees. Einzigartig wäre der Anbau einer Vielzahl von Teepflanzen gewesen. Die Projektinitiatorin stellt sich kurz vor, sie hat eine Ausbildung im Bereich Pflanzenheilkunde gemacht. Sie hat einen landwirtschaftlichen Betrieb und drei Mitarbeiter, wobei es dazu keine weiteren Details gibt. Sie zählt verschiedene Ziele auf, wie die Durchführung von Schulungen, die Produktion verschiedener Güter und die Eröffnung eines Teehauses. Als Risiko wird lediglich eine Verschiebung des Projektes im Falle schlechter Witterungen benannt. Die Finanzierungsgelder wären für Investitionen in einen gebrauchten Traktor und verschiedene Geräte nötig gewesen (Pepper 2018).

Schuhe wie Barfuß (gescheitert)

Durch eine weitere Kampagne wollte ein blinder Schuhverkäufer sein drittes Schuhgeschäft finanzieren. Er vertreibt online und im Laden Barfußschuhe. Diese werden von Experten entwickelt und aus lokalen Materialien umweltschonend hergestellt. Die Schuhe haben besondere gesundheitliche Effekte. Zur Zielgruppe gehören vor allem sehbehinderte Personen, deren Bedürfnisse durch die Expertise des Projektinitiators und verschiedenen Kooperationen erfüllt werden. Der Projektinitiator stellt sich vor und legt seine beruflichen Erfahrungen dar. Das Projekt fördere das Gemeinwohl, da die Beschäftigung beeinträchtigter Personen eine wichtige Integrationsmaßnahme sei, weil sehbehinderte Menschen Schwierigkeiten hätten, Arbeit zu finden. Zudem bekenne sich der Hauptlieferant zu ethischen Grundsätzen und Nachhaltigkeit. Projektrisiken werden nicht angegeben. Ein angehängter Businessplan gibt Informationen zu Produkt, Markt, Marketingaktivitäten und dem Unternehmen, es ist aber nicht angegeben, wann er erstellt wurde. Es gibt keinen ausführlichen Finanzplan, lediglich einige betriebswirtschaftliche Kennzahlen werden dargelegt. Bspw. werden die erforderlichen Investitionen, die Planung laufender Kosten und erwarteten Absatzzahlen genannt, teilweise aber ohne weitere Erklärung. Grundsätzlich erscheint der Businessplan nicht besonders professionell. Der Abschnitt zu den Stärken und Herausforderungen besteht z.B. nur aus einer Liste von Stichpunkten, ohne Quellen oder Erklärungen (Kühne 2018).

KugeMeNE - Bildungszentrum für den ländlichen Raum (gescheitert)

Das Projekt „KugeMeNE“ setzt sich für nachhaltige Bildung auf dem Land ein, als Ausgleich zum Zentralismus der städtischen Bildung. Es sollte ein breit gefächertes Bildungsangebot geschaffen werden, unter anderem in Form von Vorträgen, Kunst- und Handwerksworkshops und Seminaren zu Themen wie Gesundheit oder Entwicklung. Die Angebote sollten an verschiedene Zielgruppen gerichtet sein, von Kulturschaffenden oder Handwerkern, bis hin zu Menschen mit psychischen Erkrankungen. Um das zu erreichen werden verschiedene Ziele genannt. Kurzfristig sollten Kontakte, Netzwerke und Kooperationen mit den lokalen Gemeinden, Hochschulen und Forschungsinstituten hergestellt werden. Nach und nach sollten die Bildungsangebote und die Bildungsinfrastruktur erweitert werden, finanzielle Sicherheit erlangt werden und die Bekanntheit überregional gesteigert werden. So sollten Arbeitsplätze, wirtschaftliche Unabhängigkeit, Entwicklungskonzepte und ein Beitrag zur Lösung lokaler Probleme im ländlichen Raum in der Steiermark geschaffen werden (KugeMeNE 2018). Einnahmen sollten die Bildungsangebote erbringen, es gibt aber keine Zukunftsprognose bezüglich deren Höhe und auch Pläne zur Erweiterung werden nicht konkretisiert.

Gemeinwohl-Unternehmensportal (gescheitert)

Das letzte gegenleistungsbasierte Projekt, bei dem die Finanzierung gescheitert ist, ist das „Gemeinwohl-Unternehmensportal“. Es ist ein Kooperationsprojekt der GWÖ und zwei deutschen Unternehmen. Dabei wurde ein Konzept für ein Portal erarbeitet, welches die über 400 Gemeinwohl-Unternehmen auffindbar machen soll und ihnen Aufmerksamkeit, Reichweite und Umsatz verschafft. Es sollte eine Informations- und Präsentationsplattform werden. Sie sollte andere Unternehmen inspirieren und zeigen, dass Erfolg auf diesem Wege möglich ist und als kooperatives Marketinginstrument sowie als Marktplatz für ethisches Wirtschaften dienen. Unternehmen hätten je nach gewähltem Tarif eine mehr oder minder umfangreiche Präsentation von sich zur Verfügung gestellt, was sich auf Reichweite und Aufmerksamkeit ausgewirkt hätte (Gemeinwohl-Ökonomie 2019).

10.3 Darlehensbasierte Projekte

Schließlich bietet „Crowdfunding für Gemeinwohl“ darlehensbasiertes Crowdfunding an. Der Kapitalgeber erhält als Gegenleistung für das Nachrangdarlehen in der Regel Zinsen. Vereinzelt hat er auch die Möglichkeit, einen Gemeinwohlbeitrag zu leisten. Dabei werden die Zin-

sen an die GfG ausgezahlt, die die Mittel für gemeinwohlorientierte Projekte verwendet (Genossenschaft für Gemeinwohl eG n. d. b; Genossenschaft für Gemeinwohl eG n. d. g).

Auf der Plattform wurden bisher sechs darlehensbasierte Kampagnen erfolgreich finanziert. Die Kapitalgeber können teilweise ab 100 € und bis zu 5.000 € investieren, bei einigen Projekten sind nach einer Überprüfung der Liquidität des Kapitalgebers auch höhere Beträge möglich. Da diese Projekte größer sind als die meisten spenden- und gegenleistungsbasierten Kampagnen, wurden auch mehr Informationen veröffentlicht. Bspw. haben alle Kapitalnehmer Jahresabschlüsse, inklusive Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung über mindestens 2 Jahre hochgeladen. Die Kapitalgeber haben alle ein Informationsblatt für Anleger erstellt, teilweise auch freiwillig gemäß den Informationspflichten des Alternativfinanzierungsgesetz. Bei keinem der Projekte ist das Ergebnis der Gemeinwohl-Prüfung veröffentlicht.

Grüne Wirtschaft für die Wirtschaftskammerwahl 2020

Das größte darlehensbasierte Projekt wurde von der Grünen Wirtschaft eingereicht (255.00 € Finanzierungsvolumen). Der gemeinnützige Verein steht für ethische und ökologische Wirtschaft, er vertritt die Interessen von grünen Selbstständigen sowie Unternehmern in Österreich und ist seit 2005 als Grüne Fraktion in der Wirtschaftskammer aktiv. Die Grüne Wirtschaft wollte bei den Wirtschaftskammerwahlen 2020 zweitstärkste Kraft werden. Sie finanziert sich über Wählergruppenförderung der Wirtschaftskammer und Mitgliederbeiträge, für die Wahlkampfkommunikation waren jedoch weitere Gelder nötig. Diese sollte durch Crowdfunding beschaffen werden. Das Budget sollte hauptsächlich in eine Social Media Kampagne fließen. Im Falle einer weiten Überschreitung der Finanzierungsschwelle wäre vermehrt in Networking investiert worden. Die Grüne Wirtschaft begründet die Gemeinwohlorientierung damit, dass sie sich für ein gerechteres Steuersystem, die soziale Absicherung für selbstständige Unternehmer und Geschlechtergerechtigkeit einsetzen. Dies sind auch die thematischen Schwerpunkte im Wahlkampf.

Die Verzinsung für die Darlehensgeber sollte die Höhe des prozentualen Stimmenzuwachses im Vergleich zur vorangegangenen Wahl sein, mindestens aber 2 % pro Jahr. Gemäß Darlehensvertrag ging die Laufzeit vom 30.09.2020 bis zum 31.12.2020, dann sollten die Kapitalgeber den gesamten Darlehensbetrag plus Zinsen zurückbekommen. Die Grüne Wirtschaft erhielt in der vorherigen Wahl 9,1 % der Stimmen und bei der Wahl 2020 schließlich 9,5 % der Stimmen (APA-OTS 2020). Somit betrug die Verzinsung 2 %.

Seit den Wirtschaftskammerwahlen 2002 sind die Stimmen- und Mandatsanteile der Grünen Wirtschaft stetig gewachsen. Je größer diese Anteile, desto höher ist die Wählergruppenförderung. Daraus sollen die Darlehen zurückgezahlt werden. Hier bestand das Risiko, dass die Wählerstimmen zurückgehen und infolgedessen die Wählergruppenförderung. Die Grüne Wirtschaft wäre gezwungen gewesen, Kosten so weit zu reduzieren, dass die Darlehen hätten getilgt werden können. Im schlimmsten Fall hätte der Verein in Konkurs schlittern können, was einen Zahlungsausfall zur Folge hätte haben können. Die Projektinitiatoren stuften dieses Risiko aber als gering ein. Im Informationsdokument zum Wahlkampfbudget 2020 wird eine grobe Aufschlüsselung über die Einnahmen, eine detaillierte Mittelverwendung für den Wahlkampf und der Verteilung des Budgets auf die Bundesländer dargelegt. Außerdem werden Cashflow und die Budgetverwendung für 2019 und 2020 der Grünen Wirtschaft insgesamt aufgezeigt. Zu den Zahlen gibt es aber keine Erklärungen (Grüne Wirtschaft 2019).

Bienenhof Salzburg

Ein weiteres darlehensbasiertes Projekt ist „Bienenhof Salzburg“. Aus einer Bio-Imkerei namens Bienenlieb soll ein Erlebnis- und Ausbildungsbetrieb in Salzburg rund um das Thema Biene geschaffen werden, mit nachhaltiger Produktion von Bienenprodukten. Die Grundsätze des Projektes sind ökologisches Denken, regionales Wirtschaften und bienengemäß arbeiten. Der Bienenhof wird auf einem Gelände, auf dem ein sanierbedürftiges Lagerhaus steht, errichtet. Zur Finanzierung des Betriebes sollten eigene Bienenprodukte hergestellt und verkauft sowie Imkerbedarf gehandelt werden. Außerdem sollte ein Café und ein Wochenmarkt betrieben werden und Führungen, Kurs- und Beratungsangebote zur Imkerausbildung oder für Schulen und Firmen rund um das Thema Bienen angeboten werden.

Das Projekt wurde vom gemeinnützigen Verein Bienenlieb und der Webagentur Mehrdafone GmbH eingereicht. Die beiden Organisationen unterstützen sich gegenseitig, wobei Bienenlieb als Impuls- und Auftraggeber der GmbH fungiert und die Hälfte des Umsatzes der GmbH erwirtschaftet. Die Mehrdafone GmbH ist Darlehensnehmer des Projektes. Sie kooperiert mit der Stadt Salzburg und einigen lokalen Unternehmen. Außerdem sponsert die Porr AG das Projekt mit über 400.000 €.

Für die Errichtung des Bienenhofs wurden bereits vor der Kampagne durch Eigenfinanzierung, Förderungen und das Sponsoring der Porr AG zwei Drittel des benötigten Budgets gesammelt. Der Rest sollte unter anderem durch Crowdfunding beschaffen werden. Neben Kos-

tenpunkten und Jahresabschlüssen der Mehrdafone GmbH wurde ein detaillierter Dreijahresplan für den Geschäftsbereich Bienenlieb erstellt. Dieser stellt die geplanten Umsatzerlöse, den Material- und Personalaufwand sowie sonstige betriebliche Aufwendungen auf und rechnet sie schließlich zum geplanten Betriebserfolg zusammen. Es gibt fünf verschiedene Darlehensmodelle. Die Kapitalgeber erhalten je nach Modell zwischen 3,33 % und 7,14 % jährliche Zinsen in Form von Warengutscheinen oder in Geldbeträgen ausgezahlt. Die Laufzeiten gehen von mindestens 3 bis zu höchstens 7 Jahren (Bienenlieb 2019).

Druckwerkstatt der grafischen Künste

Bei diesem Projekt sollte das Firmengebäude einer Buchbinderei umgebaut werden und eine Druckwerkstatt für alte revitalisierte Druckhandwerksgegenstände entstehen. Zusätzlich sollen Kurse zu Drucktechniken, Fotografie und mehr angeboten werden und ein kreatives, regionales Kommunikationszentrum für Vernissagen und Vorträge entstehen. Das Projekt richtet sich an jegliche Interessenten, insbesondere an Menschen aus den Bereichen Handwerk und Kunst, die innovative Methoden erlernen möchten oder Räume für Ausstellungen und Aktionen suchen. Ziel ist es, Arbeitsplätze zu kreieren und eine Druck-Lehrwerkstatt zu schaffen, in der sich Interessenten begegnen. Damit wird zum Erhalt des Buchdrucks beigetragen. Das Unternehmen hat eine Gemeinwohl-Bilanz erstellt und setzt auf hohe ökologische Standards. So wurde in Kooperation mit Energieberatern des Umweltservice Salzburg ein Energieeffizienzkonzept für den Umbau des Betriebsgebäudes entwickelt. Eine Photovoltaikanlage deckt bspw. 80 % des eigenen Strombedarfs. Außerdem gibt es eine Klima- und Strategiepartnerschaft mit dem Land Salzburg.

Es gibt zwei Darlehensmodelle. Die Kapitalgeber erhalten entweder 5 % Zinsen pro Jahr in Form von Gutscheinen für das Kursangebot oder Produkten aus der Werkstatt oder 2,5 % jährliche Zinsen. Die Laufzeiten betragen 7 bzw. 5 Jahre und der Darlehensbetrag wird entweder jährlich zu gleichen Anteilen getilgt oder inklusive Zinsen und Zinseszins am Ende der Laufzeit ausgezahlt.

Die gesamten Projektkosten belaufen sich auf 1,1 Millionen €. Davon waren vor der Kampagne bereits 80 % über Förderstellen für energieeffiziente Baumaßnahmen, Eigenkapitalrücklagen und die Hausbank vorfinanziert. Der Rest wurde mittels Crowdfunding gesammelt. Dabei bleibt jedoch unklar, inwieweit der Umbau hätte realisiert werden können, falls nur die Finanzierungsschwelle in Höhe von 50.000 € erreicht worden wäre bzw. wohin das Geld dann

investiert worden wäre. In einem Liquiditätsplan werden Cash-Flow inklusive Einnahmenplanung über sieben Jahre hinweg dargestellt, es wird aber nicht erklärt, auf welchen Berechnungen die Zahlen basieren (Fuchs 2018).

Whisperwool

Mit der neu entwickelten Technologie „Whisperwool“ kann industriell nicht nutzbare Schafwolle zu Schafwoll-Akustikplatten für Wand- und Deckenverkleidungen weiterverarbeitet werden. Diese sind akustisch wirksam, luftreinigend, recyclebar, nachhaltig, sie regulieren die Raumfeuchtigkeit und absorbieren Schadstoffe zu großen Teilen. Im Rahmen der Projektvorstellung wird auf den Markt, Stärken und Wettbewerbsvorteile eingegangen. Insbesondere die Nachfrage nach wohngesunden und umweltschonenden Baustoffen steige und es gäbe in einem ähnlichen Preissegment keine vergleichbaren Produkte.

Die Technologie fördere das Gemeinwohl, da durch Recycling der Schafwolle Müll vermieden wird, außerdem wird das Tierwohl beachtet, weil nur Wolle von Schafen aus Freilandhaltung verwendet wird. Die Produkte enthalten keine gesundheitsgefährdende Stoffe und die Wollwaschung wird von einem GOTS-zertifizierten Betrieb durchgeführt. „Whisperwool“ hat mehrere Preise aus der Bau- und Architekturbranche gewonnen. Insgesamt agiere das Unternehmen ökologisch, sozial gerecht und wirtschaftlich sinnvoll.

Hinter dem Projekt steht die Tante Lotte GmbH. Sie hat bereits positive Resonanz aus der Baubranche erhalten und namhafte Projekte abgewickelt. Zur weiteren Expansion des Produktes waren finanzielle Mittel für Marketing und Vertriebsmaßnahmen nötig. Insbesondere die Präsenz auf Fachmessen und in Architekturmagazinen sollte gesteigert werden. Des Weiteren wurde Geld für die Verkürzung von Lieferzeiten benötigt und zur Erhöhung der Produktionssicherheit bei Großaufträgen. Dafür sollte Crowdfunding helfen.

Es gibt vier Darlehensmodelle. Beim ersten erhält der Kapitalgeber 25 % einmalige Darlehenszinsen in Form von Warengutscheinen bei einer Laufzeit von 5 Jahren. Die Zinsen werden einmalig zu Beginn der Laufzeit ausgezahlt, der gesamte Darlehensbetrag am Ende der Laufzeit. Zwei weitere Modelle haben 4 % jährlich ausgezahlte Zinsen pro Jahr, bei denen der Darlehensbetrag endfällig nach 5 bzw. 10 Jahren getilgt wird. Bei der letzten Variante werden für 5 Jahre 3 % Zinsen pro Jahr als Gemeinwohlbeitrag an die GfG ausgezahlt.

Die Projektinitiatoren haben einen Erfolgs- und Liquiditätsplan für die zwei Jahre nach Kampagnenstart erstellt. Beigefügt sind Planungen der Bilanz, der Cash-Flows, der Kapitalrentabilität, eine Rating Diagnose des Unternehmens für die folgenden Jahre, Bonitätsindikatoren, und weitere geplante betriebswirtschaftliche Kennzahlen. Es entsteht so zwar ein Gesamteindruck der Unternehmensplanung, allerdings gibt es keine Erklärungen oder Angaben, auf welcher Grundlage die Daten basieren. Im Abschlussbericht wird erläutert, in welche Maßnahmen das gesammelte Kapital investiert wurde (Manzl 2018).

Haus der Menschenrechte

Durch diese Kampagne sollte ein Teil der Bauarbeiten für die Entstehung eines Wohnheimes für 70 geflüchtete Menschen und Asylbewerber bezahlt werden. Insbesondere minderjährige Asylbewerber werden durch ein multiprofessionelles Team intensiv betreut und erhalten bspw. Hilfe im Asylverfahren. Zudem wird freiwilliges Engagement im Flüchtlingsbereich unterstützt und es finden Schulungen zu Themen wie Menschenrechte oder Demokratie statt. Das Wohnheim wird vom gemeinnützigen Verein SOS-Menschenrechte geführt, der Projekte rund um das Thema Flüchtlinge durchführt. Der Verein hat etwa 30 Mitarbeiter, viele freiwillige Helfer, rund 1.500 Mitglieder und Unterstützer.

SOS-Menschenrechte muss für das Gebäude keine Mietkosten zahlen, da der Verein Baurechtsnehmer auf 40 Jahre ist. Bei erfolgreicher Finanzierung sei das Vorhaben der Sanierung somit abgesichert. Im Rahmen einer groben Kosteneinschätzung werden die Sanierungsarbeiten auf 1,8 Millionen € betitelt. Bei dem Projekt konnten sich Kapitalgeber für Darlehenslaufzeiten von 5 bis zu 20 Jahren entscheiden und bezüglich der Verzinsung konnte zwischen 0 bis 3 % jährlichen Zinsen gewählt werden. Die Darlehen werden aus den laufenden Einnahmen zurückgezahlt. Diese setzten sich aus Mitgliedsbeiträgen zusammen und Tagsätzen durch die Grundversorgung der Asylbewerber, in denen eine Abgeltung für Mietkosten enthalten ist.

Sollten die laufenden Einnahmen nicht für die Rückzahlung der Darlehen reichen, so soll auf Spendengelder zurückgegriffen werden. Die Erfüllung der Informationspflichten nach § 4 Abs. 1 des Alternativfinanzierungsgesetzes wurde durch einen Rechtsanwalt bestätigt. Dieser hat die Unterlagen auf Kohärenz, Vollständigkeit und Verständlichkeit überprüft. Demzufolge ermöglichen die Informationen eine fundierte Anlegerentscheidung (Kotopoulos 2018).

Game Changer

Das letzte darlehensbasierte Projekt ist „Game Changer“. Das Unternehmen Bodengraf hat neue Verarbeitungsverfahren entwickelt, die die Qualität von Lebensmitteln verbessern, indem sie den Gehalt von Zucker und künstlichen Süßstoffen reduzieren können. Diese werden durch natürliche Zutaten ersetzt. Sogar Produkte ohne Kalorien und Kohlenhydrate lassen sich herstellen. Unter einer eigenen Bio-Marke werden Getränke von Partnerunternehmen vertrieben. Daneben werden durch das Verfahrens auch Zutaten für andere Bio-Lebensmittelhersteller produziert. Dies sei im Sinne des Kooperationsgedankens der GWÖ. Da die konventionelle, industrielle Landwirtschaft für einen Rückgang der Artenvielfalt verantwortlich sei, möchte Bodengraf dazu beitragen, dass die Bio-Landwirtschaft und ihre Produkte marktfähig bleiben. Die Produkte haben beim Nutri-Score die beste Einstufung erhalten.

In die Entwicklung des Verfahrens flossen über 7 Millionen €, weshalb anfangs hohe Verluste gemacht wurden. Es gab keinerlei Förderungen oder Finanzierungen durch Banken, die Verluste wurden vollständig mit Eigenkapital der Gesellschafter finanziert. In Zukunft sollen Partnerschaften mit langjährig etablierten und erfolgreichen Bio-Marken angestrebt werden und internationale Märkte erschlossen werden. Das gesammelte Kapital sollte in die Weiterentwicklung des Unternehmens und der Verfahrens-Technologien fließen, eine genauere Budgetaufschlüsselung liegt jedoch nicht vor. Es gibt drei Darlehensmodelle mit einer Laufzeit von 5 Jahren und endfälliger Tilgung. Die Zinsen sind in Höhe von 4 bis 6 % jährlich in finanzieller Form oder als Warengutscheine oder als Spende an die GfG (Bodengraf 2019).

11 Informationsasymmetrien im Crowdfunding

Dass es Crowdfunding für Start-ups gibt, liegt an einem Grundproblem: Der Frage der Finanzierung. Obwohl Kapital in den Märkten vorhanden ist, findet es nur schwerlich den Weg zu Start-ups. Eine Hauptursache dafür sind Informationsasymmetrien in der Beziehung zwischen Kapitalgebern und Kapitalnehmern und der hohe Aufwand, diese Asymmetrien abzubauen (Schramm & Carstens 2014, S. 16). Der Sachverhalt wird folgend mittels der Prinzipal-Agenten-Theorie erläutert.

Die Prinzipal-Agenten-Theorie entstammt der Neuen Institutionsökonomik. Dabei steht die Beziehung zwischen dem Auftraggeber (Prinzipal) und dem Auftragnehmer (Agent) im Vordergrund. In der Finanzwirtschaft bzw. beim Crowdfunding entspricht das der Beziehung zwischen Kapitalgeber und Kapitalnehmer. Ausgangspunkt ist das Modell des Homo oeconomicus. Dementsprechend zeichnet sich das Verhalten und die Entscheidungen der Beteiligten durch die eigene Nutzenmaximierung aus. Darüber hinaus wird ihnen opportunistisches Handeln zugesprochen, d.h. sie nehmen sogar die Schädigung Anderer in Kauf, um ihre eigenen Interessen durchzusetzen. Außerdem handeln die Beteiligten in dem Modell nur begrenzt rational, was sich darin begründet, dass sie nicht immer alle relevanten Informationen zur Verfügung haben (Picot, Dietl, Franck, Fiedler & Royer 2015, S. 41; Perridon, Steiner & Rathgeber 2017, S. 622; Heyd & Beyer 2011, S. 19).

Die Prinzipal-Agenten-Theorie analysiert die Beziehung der Beteiligten und setzt sich mit Delegations- und Anreizproblemen zwischen den Vertragsparteien, Interessenskonflikten und einseitiger Nutzenmaximierung auseinander. Die Probleme der Beziehung zwischen den Parteien ergeben sich aus verschiedenen Typen von Informationsasymmetrien (Heyd & Beyer 2011, S. 17, 25). Diese werden im Folgenden erklärt.

11.1 Ausprägungen von Informationsasymmetrien im zeitlichen Verlauf

Der zeitliche Verlauf spielt bei Informationsasymmetrien eine erhebliche Rolle. Unterschiedliche Ausprägungen der Konflikte können vor, nach und während Vertragsabschluss eintreten (Heyd & Beyer 2011, S. 21). In Abbildung 8 wird oberhalb der Zeitachse t der Verlauf der Beziehung zwischen den Parteien und unterhalb der Zeitachse die verschiedenen Ausprägungen der Informationsasymmetrien dargestellt. Am Anfang der Zeitachse t starten die Verhandlungen zwischen dem Kapitalgeber (Prinzipal) und dem Kapitalnehmer (Agenten).

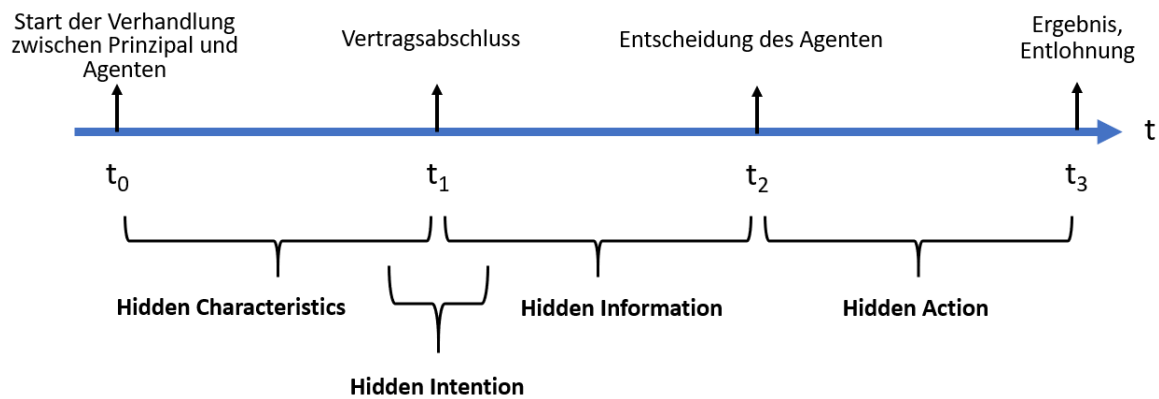


Abbildung 8: Zeitliche Darstellung der Ausprägungen von Informationsasymmetrien (angelehnt an Heyd & Beyer 2011, S. 38).

Die Verhandlungen vor Vertragsabschluss sind für den Kapitalgeber mit Unsicherheiten verbunden, da er die Eigenschaften und Qualitäten des Kapitalnehmers nicht in vollem Umfang kennt und überprüfen kann. Der Kapitalnehmer kann in seiner Eigendarstellung negative Eigenschaften verschleiern und positive hervorheben (**Hidden Characteristics**). Deswegen kann sein Leistungsvermögen nur schwer eingeschätzt werden (Heyd & Beyer 2011, S. 25; Mathissen 2009, S. 27). Im Rahmen von darlehensbasiertem Crowdfunding könnte der Kapitalgeber aufgrund des Wissensvorsprungs des Kapitalnehmers z.B. einen zu geringen Zinssatz erhalten, der das eingegangene Risiko des Investments nicht widerspiegelt. Da die Geschäfte und die Projektauswahl beim Crowdfunding über Internetplattformen stattfinden, wird der Informationsfluss gehindert, wodurch das Risiko noch verstärkt wird (Li 2017, S. 277).

Ein weiteres Risiko wird Hold up genannt: Dabei verbirgt der Kapitalnehmer in der Phase des Vertragsabschlusses seine wahren Absichten (**Hidden Intention**). Er könnte z.B. bei unvollständigen Verträgen entstehende Lücken oder Spielräume nicht offenlegen und zu seinem Vorteil ausnutzen. Dadurch können Abhängigkeitsverhältnisse des Kapitalgebers vom Kapitalnehmer entstehen (Heyd & Beyer 2011, S. 26, 31; Mathissen 2009, S. 30).

Weitere Interessenskonflikte können nach Vertragsabschluss entstehen, wenn der Kapitalnehmer Informationen erlangt, die der Kapitalgeber nicht besitzt (**Hidden Information**). Dem Kapitalgeber ist es unter Umständen nicht möglich, bestimmte Handlungen des Kapitalnehmers nachzuvollziehen. Letzterer kann aufgrund seiner Insiderstellung und dem Informationsvorteil Potentiale besser abschätzen und z.B. von einer negativen Entwicklung auf dem Markt wissen, diese aber vor den Kapitalgebern verbergen, um höhere finanzielle Zuwendungen zu erhalten (Heyd & Beyer 2011, S. 27; Perridon et al. 2017, S. 622).

Die letzte Ausprägung asymmetrischer Informationsverteilung zeigen sich in bestimmten Handlungen des Kapitalnehmers nach Vertragsabschluss (**Hidden Action**), die der Kapitalgeber nicht kostenlos beobachten kann. Die Leistungen, die der Kapitalnehmer erbringt, werden durch seine eigenen Handlungen und gleichzeitig durch externe Risiken beeinflusst. Inwiefern letztere auf die Zielerreichung eingewirkt haben, ist nicht immer eindeutig und schwer messbar. Dadurch bekommt der Kapitalnehmer einen Handlungsspielraum, bei dem er seinen eigenen Nutzen maximieren wird, was aber nicht zwangsläufig zur Nutzenmaximierung des Kapitalgebers führt. Im Rahmen dessen könnte der Kapitalnehmer gegenüber dem Kapitalgeber eine unmoralische Haltung einnehmen. Diese Gefahr nennt sich Moral Hazard (Perridon et al. 2017, S. 628; Heyd & Beyer 2011, S. 32; Mathissen 2009, S. 31).

11.2 Risiken durch Adverse Selektion

Neben den bereits genannten Risiken des Moral Hazards und des Hold ups, geht durch den unterschiedlichen Informationsstand eine Gefahr durch Adverse Selektion aus. Die Marktteilnehmer wissen, dass es Projekte mit unterschiedlich hoher Qualität gibt. In der Prinzipal-Agenten-Theorie möchten Kapitalnehmer ihren eigenen Nutzen maximieren. Daher werden sie Qualitätsdefizite nicht offen kommunizieren, da ihnen sonst niemand Kapital geben würde. „Jede Negativdarstellung von Zukunftsaussichten ist in der Finanzwelt eine sich selbst erfüllende Prophezeiung“ (Spremann 2002, S. 718). Die Kapitalgeber können die Qualität der einzelnen Projekte nicht adäquat einschätzen und gehen deswegen zunächst von einer Durchschnittsqualität aus. Da sie wissen, dass es Projekte von unterschiedlich hoher Qualität gibt, aber nicht in der Lage sind, diese zu erkennen, sind sie nur noch begrenzt bereit zu investieren. Bspw. könnte ein Kapitalnehmer die Investition in ein darlehensbasiertes Crowdfunding-Projekt mit hohen Zinszahlungen gegenüber einem mit minimal niedrigeren Zinszahlungen vorziehen, obwohl das Ausfallrisiko des ersten Projektes vielfach höher ist. Daraus ergeben sich negative Folgen für Investitionsobjekte mit höherer Qualität. Die Kapitalnehmer bieten diese zu höheren Preisen oder augenscheinlich schlechteren Konditionen an, die Investitionsbereitschaft der Kapitalgeber sinkt dafür jedoch, da sie aufgrund der Informationsasymmetrien die höhere Qualität oder die Erfolgsaussichten nicht adäquat einschätzen können. Es entsteht die Gefahr, dass Investitionsobjekte höherer Qualität aus dem Markt ausscheiden und die Unsicherheit zu einem Rückgang der Kapitalvergabe führt (Perridon et al. 2017, S. 624).

11.3 Lösungsansätze zum Abbau von Informationsasymmetrien

Es gibt verschiedene Lösungsansätze für die Konflikte, die aus Informationsasymmetrien entstehen. Beim Screening evaluiert bspw. ein unabhängiger Dritter oder der Kapitalgeber selbst die Qualität eines Investitionsobjektes. Die Kosten der Überprüfung trägt in der Regel der Kapitalgeber. Eine weitere Maßnahme ist Self Selection. Dabei bietet der Kapitalgeber verschiedene Vertragsausgestaltungen bzw. Finanzierungsalternativen an. Der Kapitalnehmer wählt daraus eine aus. Durch die Auswahl einer Alternative klassifiziert sich der Kapitalnehmer selbst, d.h. die getroffene Entscheidung ermöglicht Rückschlüsse auf seine Qualität (Perridon et al. 2017, S. 626). Zudem bietet Monitoring einen Lösungsansatz, bei dem durch die Einführung von Kontrollsystemen das Verhalten des Kapitalnehmers überwacht wird. Auch Anreiz- oder Belohnungssysteme können sinnvoll sein (Heyd & Beyer 2011, S. 34).

Ein weiteres Instrument ist Signalling. Es beschreibt alle Aktivitäten des Kapitalnehmers, Eigenschaften und Qualitäten seiner Projekte aktiv zu kommunizieren. Dadurch soll es Kapitalgebern möglich sein, Projekte von hoher Qualität von Projekten minderwertiger Qualität trennen zu können. Das Konzept baut darauf auf, dass es für Kapitalnehmer von hoher Qualität mit weniger Kosten verbunden ist, Qualität zu signalisieren, als für Kapitalnehmer mit weniger Qualität. Deswegen lohnt es sich für letztere nicht, hohe Kosten für irreführende Signale aufzuwenden (Backes-Gellner & Werner 2007, S. 187; Perridon et al. 2017, S. 627). Signalling reduziert darüber hinaus die Gefahr von Betrug und Missbrauch. Z.B. können Plattformbetreiber bei der Projektauswahl Zertifikate für Patente oder detaillierte Kreditinformationen der Kapitalnehmer einfordern. Für jemanden, der betrügen möchte, um Finanzierungen zu erhalten, ist es schwieriger, die benötigten Dokumente zu erlangen (Li 2017, S. 281).

In der Finanzwirtschaft ist asymmetrische Informationsverteilung die Ursache, dass die Prüfung der Kreditwürdigkeit erforderlich ist. Kapitalnehmer sind besser und eher als Kapitalgeber über Umstände informiert, die für die zukünftige Zahlungsfähigkeit relevant sein können (Spremann 2002, S. 717). Besonders Start-ups haben aufgrund ihrer kurzen Historie meist noch keine Geschäftsreputation oder verlässliche Geschäftszahlen aus der Vergangenheit vorzuweisen. Oft fehlen eindeutige Indikatoren, die Qualität und Leistung belegen (Backes-Gellner & Werner 2007, S. 187). Für Banken entstehen bspw. Risiken bei der Auswahl junger Unternehmen für die Kreditvergabe. Sie müssen sich an alternativen Indikatoren orientieren, die Qualität bzw. die Wahrscheinlichkeit zukünftigen Erfolges signalisieren. Solche Qualitätsindikatoren können bspw. Patente sein oder herausstechende pädagogische Werdegänge der Gründer. Wer derartige Qualitäten kommuniziert, bekommt eher einen Kredit.

12 Signalling im Crowdfunding

Eine der Hauptaufgaben von Crowdfunding-Plattformen ist es, Transparenz zu schaffen, wie in Abschnitt 4.3 beschrieben. Transparenz ist gegeben, wenn Kapitalgeber alle für sie relevanten Informationen über ein Projekt erhalten. Dadurch werden Informationsasymmetrien abgebaut, Unsicherheiten reduziert, Projekte können besser verglichen werden und Kapitalgeber erhalten eine Basis für ihre Investitionsentscheidungen. Das Projektauswahlverfahren gilt als Qualitätsfaktor und kann Transparenz gewährleisten (Sixt 2014, S. 131, 207). Je nach Crowdfunding-Modell haben die Kapitalgeber unterschiedliche Motivationen, Projekte zu unterstützen. Deswegen unterscheiden sich teilweise die Signale bzw. Informationen, die relevant sind. Demzufolge sind bspw. bei gegenleistungsbasierten Projekten eher Signale relevant, die darauf schließen lassen, dass der Kapitalnehmer in der Lage ist, Produkte herstellen zu können (Ahlers, Cumming, Günther & Schweizer 2015, S. 957). Bei darlehensbasierten Projekten ist Wirtschaftlichkeit entscheidend, daher sind Informationen bezüglich der finanziellen Situation wichtig. Dieser Abschnitt gibt zunächst einen Einblick in die Projektdarstellungen anderer Crowdfunding-Plattformen. Danach werden auf Basis der Literatur Signale bestimmt, die zur Reduktion von Informationsasymmetrien dienen. Dabei wird jeweils evaluiert, ob die Kapitalnehmer auf „Crowdfunding für Gemeinwohl“ diese Signale aussenden. Am Ende werden die Ergebnisse zusammengefasst.

12.1 Signalling auf alternativen Crowdfunding-Plattformen

Wie beschrieben unterscheiden sich die für die Projektdarstellung relevanten Signale der Kapitalnehmer zum Teil. Dies zeigt sich beim Blick auf die verschiedenen österreichischen Plattformen. Wie in Abschnitt 6 vorgestellt, eignen sich die Plattformen „Respekt.net“ (spendenbasiert), „Es Geht“ (gegenleistungsbasiert) und „CONDA“ (darlehens- und eigenkapitalbasiert) zur Finanzierung von Start-up-Projekten.

Es zeigt sich, dass der Informationsgehalt nicht nur zwischen den Plattformen, sondern zum Teil auch zwischen den Projekten auf den einzelnen Plattformen, schwankt. Auf „Respekt.net“ sind die Projektdarstellungen demzufolge verschieden umfangreich. Bei den meisten Projekten stehen detaillierte Informationen, Bilder und Videos zur Verfügung (Respekt.net 2018c, 2018d, 2019c). Bei anderen dagegen nur kürzere Texte (Respekt.net 2019b, 2019d). Zu den Projektteams gibt es oft keinerlei Informationen, teilweise wird nur auf die Organisation dahinter eingegangen (Respekt.net 2018b, 2018c, 2021b). In manchen Fällen werden die Teammitglieder jedoch namentlich genannt oder kurz vorgestellt (Respekt.net 2020c, 2021c).

Der Finanzierungsbedarf wird teilweise angegeben, allerdings ist die Einteilung in verschiedene Kostenpunkte oft nur sehr grob (Respekt.net 2021d, 2020d, 2019c). In vielen Fällen gibt es auch keine Angaben diesbezüglich (Respekt.net 2018d, 2018e, 2019a). Auch bei Projektrisiken ergibt sich kein einheitliches Bild. Teilweise werden keine Risiken angegeben (Respekt.net 2014, 2020e, 2021a), oft jedoch schon (Respekt.net 2020a, 2020d, 2021d). Hervorzuheben ist, dass Kapitalnehmer während der Kampagnen, mit ein paar Ausnahmen (Respekt.net 2018e, 2019c, 2020b), meistens Neuigkeiten kommunizieren (Respekt.net 2018b, 2018c, 2018d). Zudem reichen sie stets einen Abschlussbericht ein (Respekt.net 2018a, 2018b, 2020b). Informationen über die finanzielle Lage, Finanzprognosen oder Businesspläne gibt es nicht (Respekt.net 2018b, 2018d, 2019c, 2020b).

Grundsätzlich weniger umfangreich sind die Projektdarstellungen auf der Plattform „Es Geht“. Oft beschränken sie sich auf mehr oder weniger umfangreiche Texte und einige Bilder (Es Geht 2020b, 2020c, 2021a). Videos zur Projektvorstellung, weiterführende Links zu den sozialen Netzwerken oder Informationen zu Projektrisiken gibt es nur vereinzelt. Informationen zu den Projektteams sind ebenfalls nur zum Teil vorhanden (Es Geht 2020a, 2020d, 2020e). Trotz eines eigenen Bereiches dafür, veröffentlichen Kapitalnehmer üblicherweise keine Projektupdates oder Abschlussberichte und zur genauen Verwendung der finanziellen Mittel gibt es in der Regel keine genauen Angaben. Wie bei „Respekt.net“ gibt es bei „Es Geht“ keine Informationen zur finanziellen Lage, Finanzprognosen oder Businesspläne.

Die Darstellung der Projekte auf „CONDA“ ist bedeutend detaillierter. Da die Projekte und finanzierten Volumina oft größer sind und die Kapitalgeber eine finanzielle Gegenleistung erwarten, die mit unternehmerischen Risiken verbunden ist, sind mehr Informationen nötig. Demzufolge gibt es bei allen Kampagnen lange Projektbeschreibungen, Bilder und Videos. Die Teammitglieder der Projekte werden in vielen Fällen inklusive der Aufgabenbereiche einzeln vorgestellt (CONDA 2020a, 2020b, 2020c). Auf der Projektseite sind meist weiterführende Links zu Unternehmensprofilen auf mehreren Plattformen in den sozialen Netzwerken hinterlegt. Zur Budgetplanung gibt es bei einigen Projekten keine Informationen (CONDA 2020d), bei anderen werden ungenaue Angaben ohne konkrete Zahlen gemacht (CONDA 2020f) und mal werden detaillierte Kostenaufschlüsselungen veröffentlicht (CONDA 2020h, CONDA 2021e). Die Projektrisiken und Schwächen werden bei den meisten Projekten im Rahmen von SWOT-Analysen aufgezeigt (CONDA 2021c, 2021d, 2020e). Außerdem kommunizieren die Kapitalnehmer in den meisten Fällen im Laufe der Kampagne, indem sie Projektupdates herausgeben und eine Funktion auf der Projektseite nutzen, auf der sie Fragen

von Interessenten beantworten (CONDA 2020b, 2020e, 2021d). Es gibt allerdings auch Projekte, bei denen während der Kampagne nicht kommuniziert wurde (CONDA 2020f). Abschlussberichte werden meist nicht veröffentlicht. Aufgrund der finanziellen Interessen und Risiken der Kapitalgeber veröffentlichen die Unternehmen Jahresabschlüsse und Finanzkennzahlen (CONDA 2020a, 2020c, 2020h, 2021d, 2021e) sowie Finanzprognosen für die Zukunft (CONDA 2020a, 2020h, 2021b, 2021c, 2021e). In manchen Fällen wird die aktuelle finanzielle Situation lediglich grob umrissen (CONDA 2021c). Zudem veröffentlichen die Kapitalgeber Businesspläne (CONDA 2020c, 2021b, 2021c). „CONDA“ bietet darüber hinaus einen Investitionsleitfaden mit sechs Beurteilungskriterien an. Daran können sich Kapitalgeber bei ihrer Investitionsentscheidung orientieren. Die Kriterien sind das „Alleinstellungsmerkmal“ des Produktes oder der Dienstleistung, „Marketing- und Vertriebsziele“, das „Management“, das „Geschäftsmodell“, die „Marktsituation“ sowie die „Finanzierung und Planzahlen“ (CONDA 2021a). Bei allen Projekten gibt es dazu Informationen.

Insgesamt verdeutlicht der Vergleich der Plattformen, dass es vor allem einen Unterschied im Umfang der Projektdarstellung gibt. Anders als auf „Respekt.net“ und „Es Geht“ erhalten Kapitalgeber auf „CONDA“ deutlich mehr Informationen zur Finanzierung, zu Planzahlen, zu den Projektteams und Aspekten wie der Marktsituation, dem Alleinstellungsmerkmal und Marketingzielen zur Verfügung. Außerdem veröffentlichen Kapitalnehmer Businesspläne.

12.2 Signalling auf „Crowdfunding für Gemeinwohl“

Die Projekte auf „Crowdfunding für Gemeinwohl“ werden nicht alle von Start-up Gründern eingebracht, sondern bspw. auch von gemeinnützigen Organisationen. Zudem stehen zwei, bzw. ursprünglich drei verschiedene Crowdfunding-Modelle zur Verfügung. Daher unterscheiden sich die Projektdarstellungen auf der Plattform ebenfalls voneinander. Dennoch gibt es Signale, die bei sämtlichen Projektarten als Indikatoren für Qualität aufgefasst werden können. In den nachfolgenden Kapiteln wird auf Grundlage der Signalling-Theorie evaluiert, welche Signale die Kapitalnehmer zur Reduktion von Informationsasymmetrien kommunizieren. Dazu werden auf Grundlage der Literatur jeweils relevante Signale bestimmt. Dann wird überprüft, ob die betreffenden Informationen auf der Plattform kommuniziert werden.

12.2.1 Bilder, Videos und Verlinkung der Homepage

Grundsätzlich spielt das Produkt oder Vorhaben der Kapitalnehmer eine wesentliche Rolle bei den individuellen Investitionsentscheidungen der Kapitalgeber (Brem & Wassong 2014). Zudem ist die Qualität der Darstellung entscheidend. Gerade bei kleineren Kampagnen zeigt sich, dass die Qualität der Projektbeschreibung zu den wichtigsten Erfolgsfaktoren zählt (Sokolova & Perez 2018, S. 178). Längere und detailliertere Projektbeschreibungen werden mit höherer Qualität und Glaubwürdigkeit in Verbindung gebracht (Bi, Liu & Usman 2017, S. 16 - 17). Wichtig ist auch eine korrekte Schreibweise und eine strukturierte Darstellung der Informationen (Schramm & Carstens 2014, S. 96; Mollick 2014, S. 8). Die Projekttexte auf „Crowdfunding für Gemeinwohl“ werden hier im Einzelnen nicht analysiert. Erwähnenswert ist jedoch, dass an einigen Stellen nicht der Eindruck entsteht, dass sich viel Mühe bei den Beschreibungen gegeben wurde. Beim Projekt „Best of the Rest“ wiederholen sich Textpassagen bspw. mehrmals.

Neben dem Projekttext gilt passendes Bild- und Videomaterial als Indikator für Qualität. Vor Allem Videos gehören zu den wichtigsten Erfolgsfaktoren. Bei Bildern zeigt sich, dass die Anzahl tendenziell einen positiven Effekt auf die Wahrscheinlichkeit des Finanzierungserfolges hat (Mollick 2014, S. 8; Kunz, Bretschneider, Erler & Leimeister 2016, S. 449). Darüber hinaus gelten auch weiterführende Links zur Homepage der Kapitalnehmer als Vertrauenssignal, welches die Wahrscheinlichkeit eines Finanzierungserfolges erhöht (Kunz et al. 2016, S. 449). So können sich Interessenten schnell auf den jeweiligen Webseiten weiter informieren.

Abbildung 9 gibt einen Überblick über die Anzahl der Kapitalnehmer, die Bilder, Videos und einen weiterführenden Link zu ihrer Homepage veröffentlicht haben. Bei den Bildern und Videos ist weder die Anzahl noch die Qualität entscheidend, sondern nur, ob welche vorhanden sind. Von 32 Projekten wurde lediglich bei einem kein Bild mit angefügt und nur bei vier Projekten kein Vorstellungsvideo erstellt. Eine Homepage wurde bei 22 Kampagnen verlinkt.

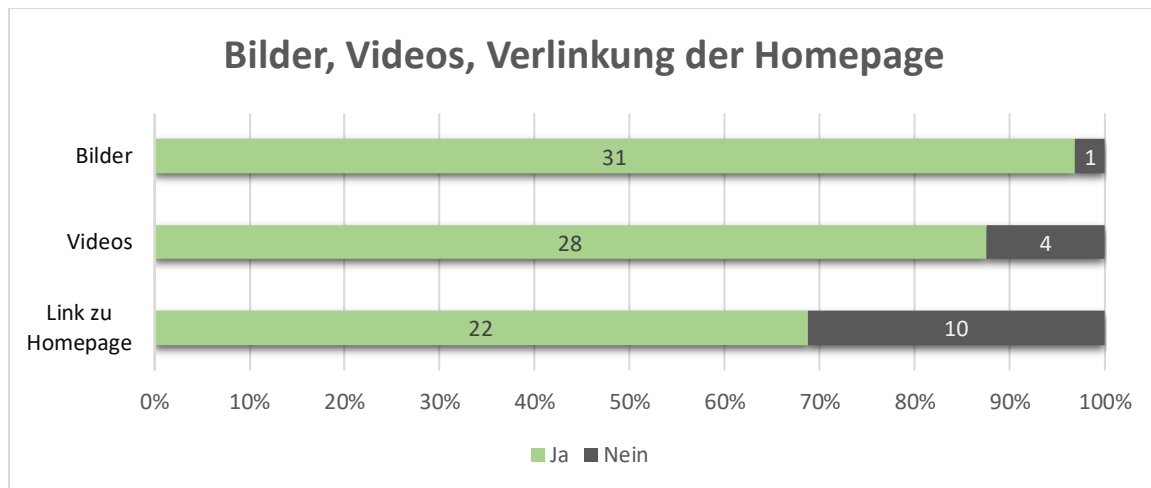


Abbildung 9: Projektdarstellung mit Bildern, Videos und Verlinkung der Homepage (eigene Darstellung, siehe Anhang 1).

12.2.2 Projektteam

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor beim Crowdfunding ist das Team hinter dem Projekt. Wichtig ist der vermittelte Gesamteindruck des Teams, um wahrgenommene Informationsasymmetrien zu verringern. Dabei wirken sich empfundene Offenheit, Sympathie und Vertrauenswürdigkeit positiv aus (Moritz, Block & Lutz 2015, S. 330 - 332). Zudem sind auch Fähigkeiten und Kenntnisse wichtig, die Einzelpersonen durch Bildung, Arbeit oder sonstige Erfahrungen erwerben. Hier wird auch von Humankapital gesprochen. Dementsprechend gelten Erfahrungen, Management-Skills und Bildungsabschlüsse als wichtige Signale, um Qualität und unternehmerischen Erfolg zu kommunizieren (Unger, Rauch, Frese & Rosenbusch 2011, S. 342). Dies zeigt sich bei eigenkapitalbasiertem Crowdfunding. Humankapital, gemessen an den vorhandenen Hochschulabschlüssen unter den Mitgliedern eines Projektteams, wirkt sich positiv auf den Zulauf an Investoren, die Höhe des Finanzierungsvolumens und dem Kampagnenerfolg aus (Ahlers et al. 2015, S. 972; Levie & Gimmon 2008, S. 237). Auf „Crowdfunding für Gemeinwohl“ variiert die Darstellung der Projektteams:

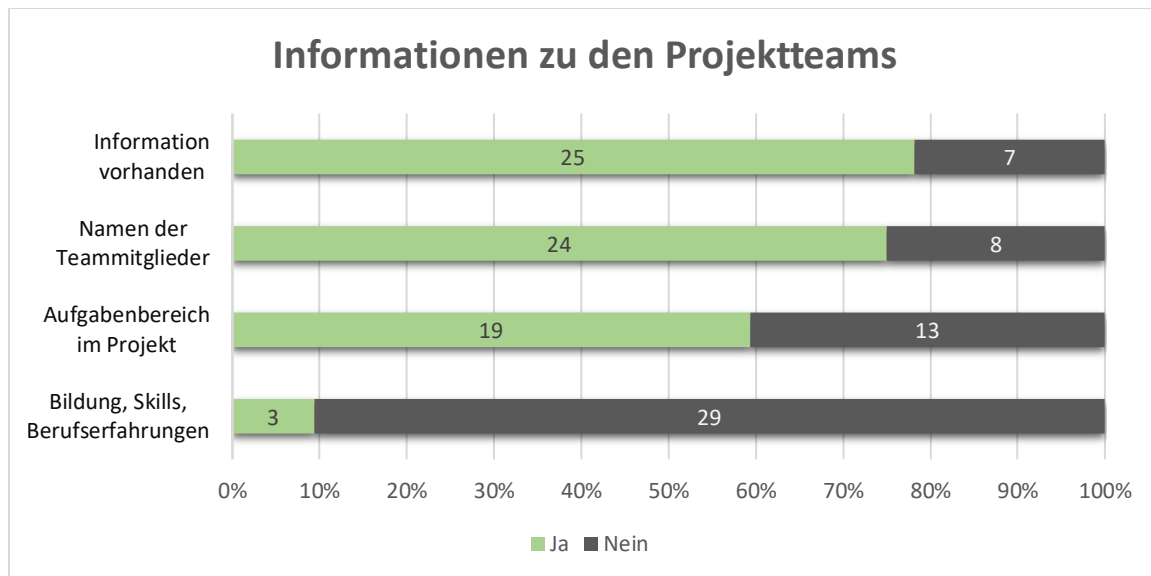


Abbildung 10: Angaben zu den Projektteams (eigene Darstellung, siehe Anhang 1).

Die erste Reihe in Abbildung 10 zeigt, dass bei sieben von 32 Projekten keinerlei Informationen zum Team oder einzelnen Teammitgliedern, die die Projekte abwickeln, auf der Projektseite veröffentlicht wurden. Die Projektteams werden hier mit keinem Wort erwähnt. Bei allen anderen Projekten gibt es zwar Informationen zu den Teams, oft bleibt der Informationsgehalt jedoch gering. Wie in Reihe 2 zu sehen ist, werden bei 24 Projekten die Namen einer oder mehrerer Personen hinter dem Projekt angegeben. Bei acht passiert dies nicht. Reihe 3 zeigt, dass bei 19 Projekten die Aufgaben- bzw. Tätigkeitsbereiche von einem oder mehreren Teammitgliedern thematisiert werden und bei 13 Projekten nicht. Die Kapitalgeber erfahren bei Letzteren nicht, woran Mitglieder im Team arbeiten. Schließlich werden bei lediglich drei Projekten konkrete Informationen zum Bildungsweg oder zu nützlichen Fertigkeiten und Berufserfahrungen der Teammitglieder kommuniziert. Bei 29 Projekten gibt es dazu keine Informationen. Darüber hinaus werden vereinzelt bei Projekten die Softskills oder Motivationen der Teammitglieder oder Projektinitiatoren erwähnt. Bei 12 der Projekte zeigen sich die Projektinitiatoren außerdem selbst weder mit einem Bild noch in den Projektvideos.

Insgesamt sind die Darstellungen der Projektteams oft sehr vage. Beim Projekt „FreuRaum“ werden z.B. ausschließlich die Namen der Teammitglieder genannt (Haider-Wallner 2018). Bei den Bürgerstromanlagen, dem „Gemeinwohl-Unternehmensportal“, „Best of the Rest“, „Greek Diary“ und „3400 Semmeln“ werden lediglich Aufgabenbereiche und teilweise Namen genannt (Steiner 2017a, 2017b, 2017c, 2018; Gemeinwohl-Ökonomie 2019; Schleder-Oberhauser 2017; Trenczak 2018, 2020). Bei dem Projekt vom SchloR-Team wird angegeben, die notwendigen Kompetenzen über die Jahre hinweg in Eigenregie erworben zu haben

(SchloR-Team 2017). Es ist fraglich, ob diese Information ohne weitere Konkretisierung als Qualitätsmerkmal gewertet wird. Ein weiteres Beispiel ist die Kampagne „Kinderbuch: Vivi“. Hier stellt sich die Frage, was die beiden Projektinitiatorinnen befähigt, ein pädagogisch wertvolles Kinderbuch zu schreiben. Diesbezügliche berufliche Qualifikationen oder Erfahrungen werden nicht erwähnt, weswegen es fraglich ist, ob die Kampagne den angegebenen Zweck erfüllen kann (Resch 2020). Ungewöhnlich ist zudem, dass bei der Kampagne „Grundeinkommen Kunstkalender 2021“ die Person, die die Vorbereitung und Umsetzung des Projektes übernehmen sollte, noch per Suchanfrage über die Projektseite gesucht wurde (Rüthemann 2019). Bei der „Druckwerkstatt der grafischen Künste“ wird angegeben, dass die Kurse von zwei Kursleiterinnen mit unterschiedlichen künstlerischen und pädagogischen Vorbildungen abgehalten werden. Auf deren Erfahrungen wird jedoch nur sehr vage eingegangen. Ungewöhnlich erscheint zudem, dass sie laut Abschlussbericht erst noch in verschiedenen Bereichen von Künstlern ausgebildet werden müssen. Über sonstige Mitglieder des Projektteams gibt es keine Angaben (Fuchs 2018). Es bleibt damit an vielen Stellen fraglich, ob sich Kapitalgeber bei derartigen Informationslücken ein Bild über das Team machen können. Einen ausreichenden Eindruck über die Menschen zu bekommen, denen die Kapitalgeber ihr Geld anvertrauen, ist oftmals nicht möglich.

12.2.3 Sozialkapital

Als Sozialkapital eines Individuums werden üblicherweise die tatsächlichen und potenziellen Ressourcen bezeichnet, die ihm durch das Netzwerk seiner Beziehungen zur Verfügung stehen oder darin integriert sind (Nahapiet & Ghoshal 1998, S. 243). Netzwerkverbindungen schaffen Zugang zu Wissen, Geld und Unterstützern. Im Kontext von Crowdfunding wird Sozialkapital in vielen Studien über die Verbindungen der Kapitalnehmer in den sozialen Netzwerken abgebildet.

Es zeigt sich, dass das vermittelte Sozialkapital bei darlehens- und gegenleistungsbasierten Kampagnen, bewertet anhand der Anzahl der Kontakte und Likes in den sozialen Netzwerken Facebook und der chinesischen Plattform Weibo, positiv mit dem Finanzierungserfolg zusammen hängt (Zheng, Li, Wu & Xu 2014, S. 493; Giudici, Guerini & Rossi-Lamastra 2013, S. 11; Greiner & Wang 2010, S. 126). Auch die Anzahl der Anhänger auf dem Mikrobloggingdienst Twitter sowie eine Verlinkung zum Profil auf der Projektseite wirken sich positiv aus (Tran, Dontham, Chung & Lee 2016, S. 26; Greenberg, Pardo, Hariharan & Gerber 2013, S. 1817). Dementsprechend wird zur Kommunikation und Generierung von Reichweite emp-

fohlen, eine Fanpage in sozialen Netzwerken zu erstellen (Jin, Ding, Duan & Cheng 2020, S. 1209). Im Rahmen dessen wird auch von „electronic word of mouth“ gesprochen. Es hat, gemessen an der Popularität in den Sozialen Medien (Anzahl der Facebook Likes) und der Anzahl an online Rezensionen, einen positiven Einfluss auf Kapitalgeber und wird somit als Indikator für Qualität aufgefasst (Bi et al. 2017, S. 16). Gleichzeitig hat sich gezeigt, dass Kapitalnehmer anstatt eines Facebook-Profiles mit wenigen Kontakten ihren Account besser gar nicht auf der Projektseite verlinken sollten (Mollick 2014, S. 8).

Ein größeres Netzwerk erhöht das durch die Kapitalgeber wahrgenommene Vertrauen und verringert Informationsasymmetrien. Es stellt ein Qualitätssignal dar, welches zu niedrigen Kosten kommuniziert werden kann (Zheng et al. 2014, S. 490; Giudici et al. 2013, S. 17; Kunz et al. 2016, S. 447). Deswegen gibt die nachfolgende Tabelle eine Übersicht über die Kapitalnehmer auf „Crowdfunding für Gemeinwohl“ und die Anzahl ihrer Facebook-Abonnenten. Zudem wird angegeben, ob die Profile auf der Projektseite verlinkt wurden.

	Projekt	Crowdfunding-Modell	Social-Media-Profil verlinkt	Facebook-Abonnements
1	DoReMi - Das soziale Musikinstitut	Spende	Ja	11.195
2	Grüne Wirtschaft	Darlehen	Nein	8.313
3	Best of the Rest	Gegenleistung	Nein	4.361
4	Bienenhof Salzburg	Darlehen	Nein	3.403
5	FreuRaum	Gegenleistung	Nein	3.178
6	SchloR	Spende	Nein	2.108
7	Onlineshop Deins & Meins	Gegenleistung	Nein	2.050
8	Whisperwool	Darlehen	Ja	1.488
9	Landladls Volksmedizingarten (Finanzierung gescheitert)	Gegenleistung	Nein	1.435
10	WeWoMo WerkstattWohnmobil (Finanzierung gescheitert)	Spende	Ja	1.008
11	3400 Semmeln	Gegenleistung	Ja	902
12	Montessorihaus u. Erwachsenenb.	Gegenleistung	Nein	442
13	Schuhe wie Barfuß (Finanzierung gescheitert)	Gegenleistung	Nein	249
14	Fairapps	Gegenleistung	Nein	245
15	Paradiesgartl	Gegenleistung	Nein	235
16	Klimawandel im Paradiesgartl	Gegenleistung	Nein	235
17	Druckwerkstatt d. grafischen Künste	Darlehen	Nein	159
18	Game Changer	Darlehen	Nein	85
19	Greek Diary - Ein Dokumentarfilm	Gegenleistung	Nein	82

Tabelle 3: Übersicht der Kapitalnehmer mit Facebook-Profil und Anzahl der Facebook-Abonnenten (eigene Darstellung, siehe Anhang 1).

Tabelle 3 zeigt, dass bei vier Projekten ein Link auf der Projektseite zu einem Facebook Profil hinterlegt wurde. Durch Recherche konnte jedoch von insgesamt 19 der Kapitalnehmer ein Projekt-, Organisations- oder Unternehmensprofil allein auf Facebook gefunden werden. Einige dieser Profile haben zudem eine Reichweite von mehreren tausend Abonnenten. Dennoch haben sie davon abgesehen, durch die Verlinkung ihrer Profile ein Vertrauenssignal an die Kapitalgeber zu senden. Das gescheiterte Projekt „Landladls Volksmedizingarten“ hätte z.B. durch Verlinkung des Profils die Chance auf den Finanzierungserfolg erhöhen können.

12.2.4 Projektrisiken und Budgetplanung

Wahrgenommene Unsicherheiten beeinflussen Investitionsentscheidungen bei eigenkapitalbasiertem Crowdfunding maßgeblich. Kapitalgeber gehen Risiken grundsätzlich lieber ein, wenn sie die potenziellen Konsequenzen und deren Eintrittswahrscheinlichkeiten kennen, anstatt lediglich unklaren Ausgängen gegenüberzustehen. Die Kommunikation potenzieller Risiken erleichtert es, die Qualität verschiedener Projekte zu vergleichen und reduziert Unsicherheiten sowie Informationsasymmetrien. Zusätzlich können Kapitalgeber ihre Erwartungen an das jeweilige Projekt anpassen. Detailliertere Informationen über Projektrisiken wirken sich deshalb positiv auf die Chance eines Finanzierungserfolges aus (Ahlers et al. 2015, S. 960, 963, 976).

Bei eigenkapital- und darlehensbasiertem Crowdfunding möchten Kapitalgeber finanziell profitieren, daher steht bei den Projektrisiken vor allem die finanzielle Entwicklung des jeweiligen Unternehmens, bzw. die Rentabilität des Investments der Kapitalgeber, im Vordergrund. Bei spenden- und darlehensbasiertem Crowdfunding hat ein Kapitalgeber keine finanziellen Risiken, die Unsicherheit besteht eher darin, dass der vorgesehene Zweck des Vorhabens, zu dem er mit seiner Unterstützung beitragen möchte, nicht erfüllt wird.

Auf „Crowdfunding für Gemeinwohl“ sind bei zehn von 32 Projekte Risiken angegeben. Davon sind einige der Beschreibungen sehr allgemein gehalten und werfen die Frage auf, ob sie die tatsächlichen Risiken adäquat wiedergeben: Beim einem Projekt wird bspw. eine wetterbedingte Verschiebung des Projektes als einziges Risiko genannt (Pepper 2018). Das Team von „KugeMeNE“ nennt als Risiko, dass kein Mietvertrag für die benötigten Lokalitäten abgeschlossen werden könnte, allerdings nicht wovon dies abhängt oder was die Konsequenz davon wäre (KugeMeNE 2018). Bei „Bienenhof Salzburg“ wird erwähnt, dass der zukünftige unternehmerische Erfolg nicht garantiert werden kann, ohne zu konkretisieren, woran dieser scheitern könnte (Bienenlieb 2019). Auch beim Projekt „Game Changer“ wird mit nur einem Satz angemerkt, dass sich die Etablierung am Markt verzögern könnte (Bodengraf 2019). Hier hätte bspw. im Rahmen einer SWOT-Analyse konkreter auf die Marktsituation eingegangen werden können. 22 Kapitalnehmer machen keinerlei Angaben zu möglichen Risiken. Abbildung 11 verdeutlicht dies grafisch:

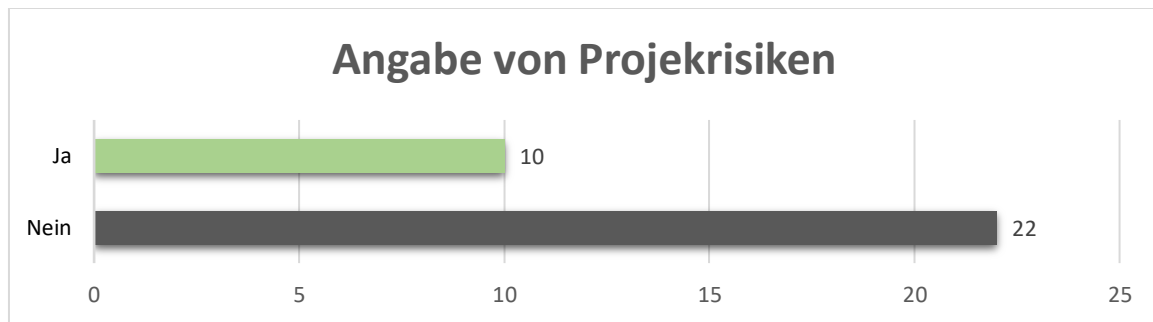


Abbildung 11: Angabe von Projektrisiken (eigene Darstellung, siehe Anhang 1).

Um für Klarheit bezüglich des Finanzierungsbedarfs zu sorgen, können Kapitalnehmer eine detaillierte Budgetplanung erstellen. Dadurch sehen Kapitalgeber, wie ihr eingebrachtes Kapital verwendet wird und ob es effizient eingesetzt wird. Abbildung 12 zeigt, dass es bei 26 Projekten Informationen zum Finanzierungsbedarf gibt und bei sechs Projekten nicht.

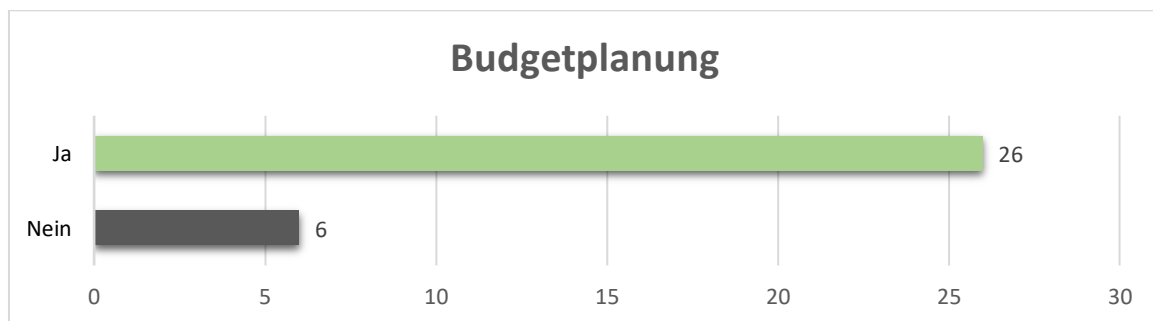


Abbildung 12: Existenz eines Budgetplans (eigene Darstellung, siehe Anhang 1).

In Abbildung 12 werden bei „Ja“ alle Projekte mitgezählt, die bei der Konkretisierung der Kostenpunkte Zahlen mitaufgeführt haben. Die Informationsqualität zwischen den Projekten unterscheidet sich dabei stark. Unter den 26 Projekten mit Budgetplan gibt es bei einigen einen detaillierten Budgetplan mit mehreren Dokumenten. Bei anderen werden lediglich sehr kurze Angaben, nur vereinzelte Kostenpunkte und vage Informationen, ohne nennenswerten Mehrwert, angegeben. In vielen Fällen ist es trotz Beschreibung schwierig nachzuvollziehen, woraus genau bestimmte Kostenpunkte resultieren. Für das Projekt Fairapps werden beispielhaft Kostenpunkte wie "fairtransfer Storage policy, Landing page, Berechtigungssystem" (Fairkom Gesellschaft 2019) genannt und mit 6.000 € betitelt. Es wird nicht konkretisiert, wie dieser Preis zustande kommt und es ist fraglich, ob sich eine durchschnittliche Person ohne Kenntnisse auf dem entsprechenden Gebiet darunter etwas vorstellen kann. Auch beim Projekt „Kinderbuch: Vivi“ sind die Angaben vage, obwohl Beträge genannt werden. Z.B. seien für Markenmeldung und Marketingmaßnahmen 3.500 € nötig, es wird aber nicht dargelegt, welche Aktivitäten dafür vorgesehen waren (Resch 2020). Bei den Budgetplanungen der vier

Bürgerstromanlagen Projekte wurden zum Teil bestimmte Projektkennzahlen angegeben, wie bspw. den kumulierten Cash-Flow nach 20 Jahren oder die Miete für 13 Jahre kapitalisiert im Jahr Null. Die Entstehung der Kennzahlen wird jedoch nicht erläutert und es wird offen gelassen, wieso die Miete des Projektes in Hitzendorf 0 € beträgt oder wieso der Cash-Flow des Projektes Passail II knapp 3.000 € beträgt, bei den anderen beiden Projekten aber über 21.000 € bzw. 30.000 € (Steiner 2017a, 2017b, 2017c, 2018).

12.2.5 Kommunikation während und nach der Kampagne

Kapitalnehmer haben die Möglichkeit, Updates ihrer Projekte während der Kampagne zu veröffentlichen. Bestimmte Arten von Updates können einen positiven Einfluss auf die Crowd haben und stehen in Zusammenhang mit dem Projekterfolg. Dazu gehören Informationen bezüglich neuer Förderungen, Kooperationsprojekte, Geschäfts- oder Kampagnenentwicklungen. Durch Updates zeigen Kapitalnehmer, dass sie Informationsasymmetrien und Unsicherheiten aktiv abbauen möchten (Block, Hornuf & Moritz 2018, S. 17; Lagazio & Querci 2018 S. 323; Mollick 2014, S. 8). Außerdem deutet sich ein positiver Effekt an, wenn Kapitalnehmer Fragen im dafür vorgesehenen Bereich auf den Projektseiten beantworten (Kunz et al. 2016, S. 449). Auf „Crowdfunding für Gemeinwohl“ zeigt sich, dass von allen 32 Kampagnen bei sieben Projekten Updates während der Kampagne veröffentlicht wurden und bei 25 nicht.

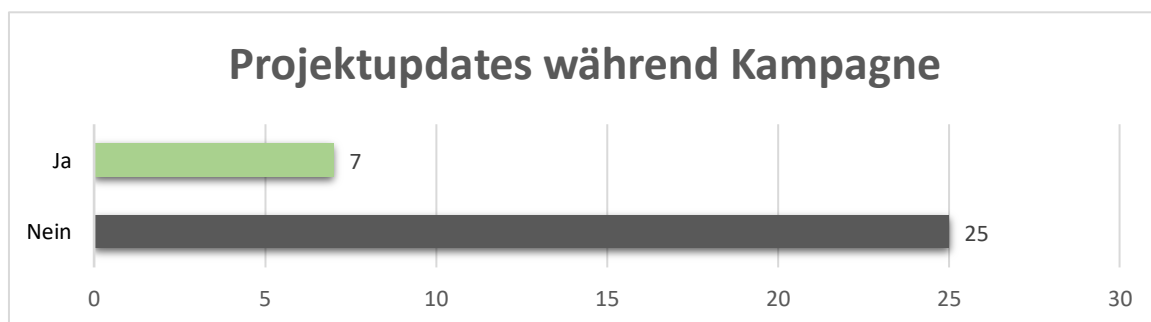


Abbildung 13: Angabe von Projektupdates während der Kampagne (eigene Darstellung, siehe Anhang 1).

Der Inhalt Updates wird im Detail nicht analysiert. Es ist aber anzuzweifeln, ob einige der Updates den Unterstützern einen Mehrwert bieten oder von ihnen positiv aufgenommen werden. Unseriös wirkt z.B. das einzige Update von „KugeMeNE“, in dem sich die Projektinitiatoren für die fehlende Kommunikation zur Crowd entschuldigen. Diese sei aufgrund eines bereits im Vorfeld geplanten Urlaubes, der zum Start der Kampagne stattfand, nicht möglich

gewesen. Das Versprechen auf weitere Updates wurde ebenfalls nicht eingehalten. Die Finanzierung ist schließlich gescheitert (KugeMeNE 2018).

Da Plattformbetreiber durch die Provisionen verdienen, liegt der Fokus beim Crowdfunding bei aktuell laufenden Kampagnen. Sie bekommen Unterstützung, wie bspw. durch Beratungen oder Marketingaktivitäten. Nach Gleasure und Feller (2016, S. 111) sollten die Plattformbetreiber und Kapitalnehmer den Austausch der Beteiligten auch nach Kampagnenende stärker unterstützen. Je nach Projekt unterstützen Kapitalgeber aus verschiedenen Gründen. Unter Umständen möchten sie Teil einer Gemeinschaft von Gleichgesinnten werden, in der Entwicklung des eigenen Portfolios dazu lernen oder ein soziales Anliegen verfolgen. Sie sind nicht ausschließlich als finanzielle Unterstützer zu sehen, sondern können bspw. auch Markenbotschafter werden. Daher haben sie ein Interesse, über Projektfortschritte nach der Finanzierung zu erfahren. Um das zu gewährleisten, können Kapitalnehmer Abschluss- oder Fehlerberichte einbringen. Außerdem kann sich das Fehlen von Abschlussberichten negativ auf die Transparenz und Akzeptanz der Plattform auswirken (Sixt 2014, S. 206).

Insgesamt wurde bei 21 der 25 erfolgreichen Kampagnen ein Abschlussbericht veröffentlicht, wie Abbildung 14 zeigt. Der Inhalt der Abschlussberichte wird nicht im Detail analysiert, allerdings kann wie schon bei den Updates der Mehrwert einiger Abschlussberichte infrage gestellt werden. Bspw. wurde von den 21 erfolgreichen Kampagnen lediglich bei 9 eine Kostenzusammenstellung veröffentlicht. So wird etwa beim Projekt „Game Changer“ lediglich angegeben, dass die erhaltenen Gelder in die Umsetzung der Verfahren geflossen sind, ohne weitere Konkretisierung (Bodengraf 2019).

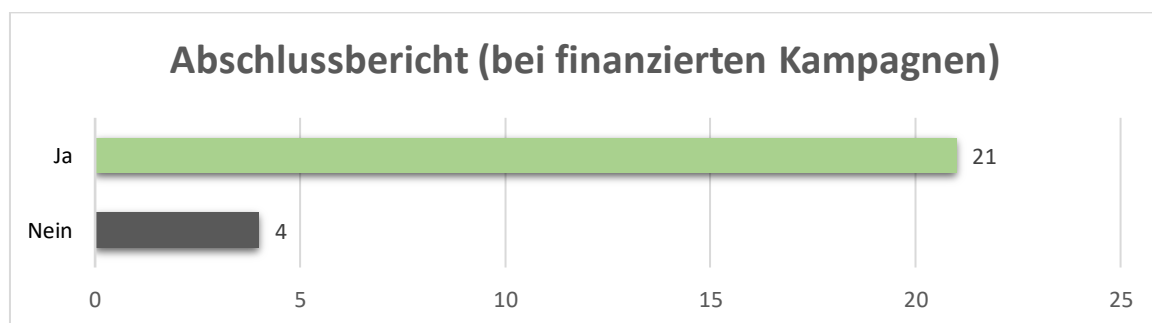


Abbildung 14: Existenz von Abschlussberichten bei erfolgreich finanzierten Projekten (eigene Darstellung, siehe Anhang 1).

12.2.6 Businessplan (darlehensbasierte Projekte)

Es gibt weitere Signale, die Informationsasymmetrien reduzieren, die aber bei spenden- und gegenleistungsbasierten Kampagnen für Kapitalgeber nicht von besonderer Relevanz sind. Sie können zwar auch bei diesen Modellen Qualität signalisieren und sind auch vereinzelt vorhanden, insgesamt sind sie dort jedoch nicht üblich. Dies zeigt sich auch auf den Plattformen „Respekt.net“ und „Es Geht“ (vgl. Abschnitt 12.1). Bei den Signalen handelt es sich bspw. um finanzielle Aspekte. In den nachfolgenden Abschnitten werden Qualitätsindikatoren für darlehens- und eigenkapitalbasierte Projekte thematisiert.

Grundsätzlich besteht in der Literatur kein Konsens über die Prognosefähigkeit von Businessplänen für unternehmerischen Erfolg. Wegen ihrer begrenzten Aussagefähigkeit spielen sie für professionelle Investoren bei Start-ups eine untergeordnete Rolle. Dennoch konnte ein positiver Zusammenhang zwischen der Existenz bzw. dem Detaillierungsgrad von Businessplänen und der Überlebensfähigkeit von Unternehmen festgestellt werden (Simón-Moya & Revuelto-Taboada 2016, S. 1352; Lussier & Halabi 2010, S. 368). Beim Crowdfunding können sie als Informationsquelle einen tieferen Einblick in die Geschäftsidee geben als ein Pitch-Video. Zudem zeigen sie, dass sich die Kapitalnehmer intensiv mit der Idee, ihrem Vorhaben und dem Marktumfeld auseinandergesetzt haben (Schramm & Carstens 2014, S. 120). So gelten bspw. bei eigenkapitalbasiertem Crowdfunding Businesspläne als verlässliche Signale, die Qualität suggerieren (Li 2017, S. 282). Wie Abbildung 15 zeigt, wird bei einer der sechs darlehensbasierten Kampagnen ein Businessplan veröffentlicht. Erwähnenswert ist zudem, dass auch beim Projekt „Schuhe wie Barfuß“ (gegenleistungsbasiert) ein Businessplan veröffentlicht wurde (Kühne 2018).

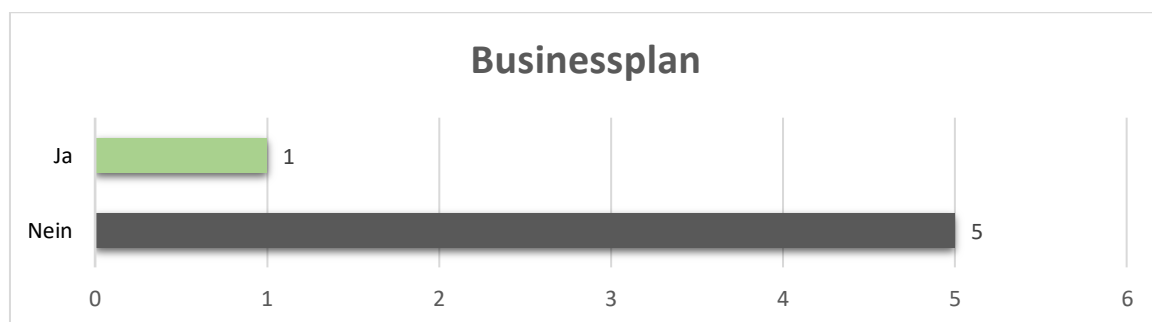


Abbildung 15: Existenz eines Businessplans (eigene Darstellung, siehe Anhang 1).

12.2.7 Finanzielle Lage (darlehensbasierte Projekte)

Die Offenlegung des finanziellen Zustandes kann Entscheidungen von Kapitalgebern beeinflussen. Bei der Vergabe von Mikrokrediten zwischen Privatpersonen wirken demzufolge Informationen zur Kreditwürdigkeit einem unkontrollierten Herdenverhalten der Kapitalgeber entgegen. Die Offenlegung finanzieller Kennzahlen erleichtert es, zuverlässige Kapitalnehmer von unzuverlässigen zu unterscheiden und sie hat zur Folge, dass Kapitalgeber eher dazu tendieren, Entscheidungen auf Basis ihrer eigenen Überlegungen zu treffen, anstatt anderen zu folgen. Stehen dagegen weniger Informationen diesbezüglich zur Verfügung, folgen Kapitalgeber eher dem Verhalten anderer Kapitalgeber (Yum, Lee & Chae 2012, S. 481).

Des Weiteren zeigen Untersuchungen zur Finanzierung sozialer Projekte über darlehensbasiertes Crowdfunding, dass Kapitalgeber soziale Absichten mit finanziellen Zielen verbinden möchten. Finanzkennzahlen gelten dabei als Indikator für Qualität und gehören zu den Treibern der Investitionsentscheidung. Wenn Kapitalgeber von einem Investment finanziell profitieren, können sie wiederholt weitere soziale Projekte unterstützen. Dies fördert ihr Anliegen und Ziel, mit Investitionen soziale Verantwortung zu übernehmen (Berns, Figueroa-Armijos, Veiga & Dunne 2017, S. 181). Auch bei eigenkapitalbasiertem Crowdfunding entscheidet die finanzielle Lage bei der Projektauswahl der Plattform und über den Finanzierungserfolg (Angerer et al. 2017, S. 12). Dabei können Unternehmer Qualität signalisieren, indem sie zeigen, dass sie in das eigene Projekt investiert sind und Eigenkapital halten. Sie werden einen erheblichen Anteil nur dann behalten, wenn sie zukünftige Cashflows erwarten. Dies signalisiert Kapitalgebern, dass ihre Interessen und die der Unternehmer besser aufeinander abgestimmt sind (Ahlers et al. 2015, S. 968). Dementsprechend kann eine Veröffentlichung des Jahresabschlusses zur Offenlegung des finanziellen Zustandes als beobachtbares Signal aktiv von Kapitalnehmern eingesetzt werden.

Mit Ausnahme der vier Bürgerstromanlagen Projekte haben die Kapitalnehmer der spenden- und gegenleistungsbasierten Kampagnen auf „Crowdfunding für Gemeinwohl“ keine Jahresabschlüsse oder sonstige Finanzdaten veröffentlicht. Bei den darlehensbasierten Kampagnen haben im Gegensatz dazu alle sechs Kapitalnehmer Bilanzen der vorangegangenen beiden Jahre veröffentlicht und fünf von sechs eine Gewinn- und Verlustrechnung:

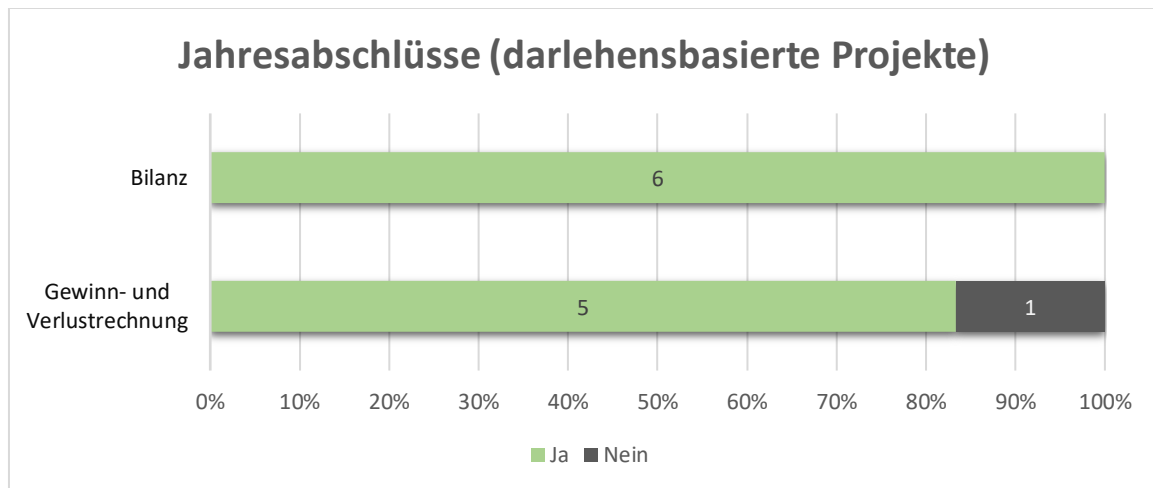


Abbildung 16: Veröffentlichung von Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnungen unter den darlehensbasierten Projekten (eigene Darstellung, siehe Anhang 1).

12.2.8 Finanzierung von Dritten (darlehensbasierte Projekte)

Wie das in Abschnitt 5.3 beschriebene Herdenverhalten zeigt, lassen sich Kapitalgeber von den Investitionsentscheidungen anderer Kapitalgeber beeinflussen. Dies ergeben Studien zu eigenkapitalbasiertem Crowdfunding für Start-ups. Kapitalnehmer können sich diese Gegebenheit zu Nutze machen, indem sie ihr eigenes Netzwerk dazu animieren, frühzeitig während der Kampagne in das Projekt zu investieren, um neue Kapitalgeber zu beeinflussen (Angerer et al. 2017, S. 22). Außerdem können Start-ups davon profitieren, wenn sie in der Vergangenheit bereits Finanzierungen von Business Angels, Risikokapitalgebern, vorheriges Crowdfunding oder sonstige Förderungen erhalten haben. Für Unternehmen mit niedriger Qualität ist es schwierig, eine solche Förderung zu signalisieren, da sie von Kapitalgebern in der Regel von vornherein nicht unterstützt werden. Deswegen signalisieren Finanzierungen durch Dritte eine hohe Unternehmensqualität (Kleinert, Volkmann & Grünhagen 2018, S. 359). Abbildung 17 zeigt, dass auf „Crowdfunding für Gemeinwohl“ die Hälfte der sechs darlehensbasierten Projekte im Vorfeld der Crowdfunding Kampagne von Dritten finanziert wurde.

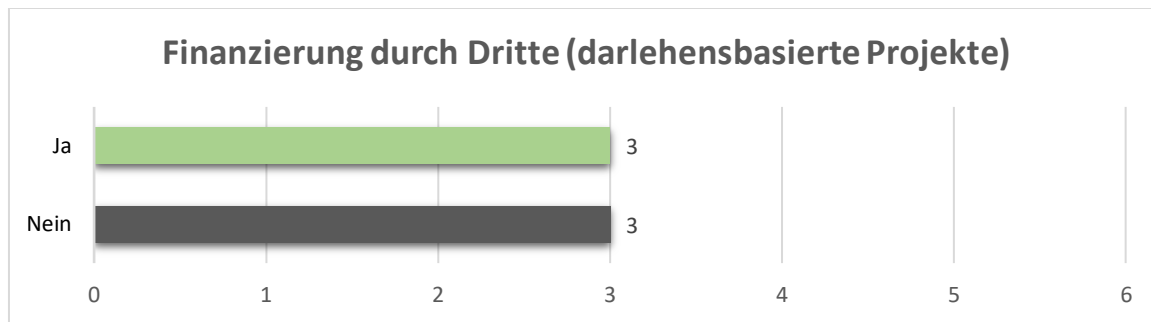


Abbildung 17: Anzahl der darlehensbasierten Projekte, die Finanzierungen von Dritten erhalten haben (eigene Darstellung, siehe Anhang 1).

Das Projekt „Haus der Menschenrechte“ wurde durch eine Spendenaktion (900.000 €) und einen Bankkredit (600.000 €) finanziert (Kotopulos 2018). Die „Druckwerkstatt der grafischen Künste“ wurde ebenfalls durch einen Bankkredit (500.000 €) mitfinanziert und auch „Bienenhof Salzburg“ erhielt ein Sponsoring der PORR AG (400.000 €) und Förderungen weiterer Firmen (200.000 €) (Fuchs 2018; Bienenlieb 2019). Die anderen darlehensbasierten Projekte haben um den Zeitraum der Crowdfunding Kampagne keine Finanzierungen durch Dritte erhalten. Abgesehen von den darlehensbasierten Projekten hat auch das Projekt „Montessorihaus und Erwachsenenbildung“ eine Zusage über 80.000 € von LEADER, einem Förderprogramm der Europäischen Union, erhalten (Leben und Lernen am Hof 2020). Wie beschrieben wird es in Abbildung 17 aber nicht miteinbezogen.

12.2.9 Finanzprognosen (darlehensbasierte Projekte)

Es wurde bereits dargelegt, dass die Nennung von Projektrisiken Unsicherheiten reduziert. Neben Projektrisiken werden auch oft Finanzprognosen veröffentlicht, insbesondere bei darlehens- und eigenkapitalbasierten Projekten. Dies zeigt sich auf „CONDA“. Obwohl von den Kapitalnehmern veröffentlichte Finanzprognosen normalerweise optimistisch ausfallen und zukünftige Entwicklungen überschätzt werden können, verschaffen sie Kapitalgebern ein besseres Bild. Diese können demnach Projekte mit Finanzprognosen besser vergleichen und bleiben mit weniger Unsicherheiten zurück (Ahlers et al. 2015, S. 963). Abbildung 18 zeigt, dass fünf von sechs darlehensbasierten Projekten Finanzprognosen veröffentlicht haben.

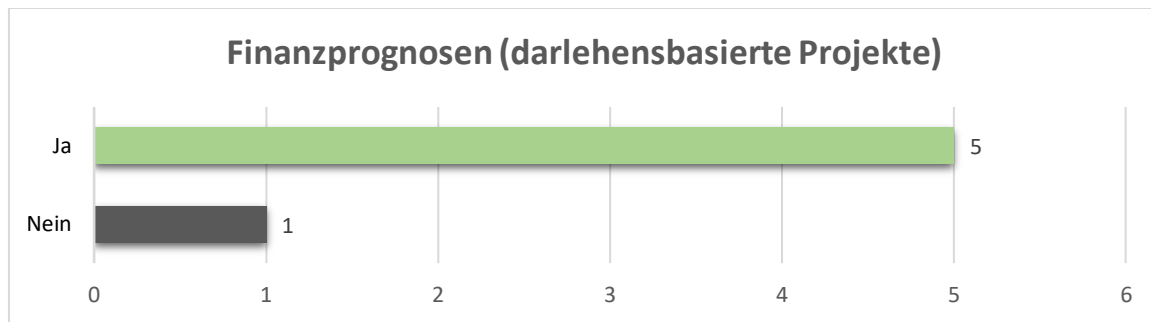


Abbildung 18: Angabe von Finanzprognosen (eigene Darstellung, siehe Anhang 1).

Bei fünf darlehensbasierten Kampagnen haben Kapitalgeber die geplanten Cash-Flows, inklusive Erträgen und Aufwendungen, über mindestens 2 Jahre erstellt. In der Regel gibt es jedoch keine weiterführenden Erklärungen dazu. Bei der „Druckwerkstatt der grafischen Künste“ wurde z.B. ein Plan über sieben Jahre erstellt. Auf welcher Grundlage die Zahlen berechnet wurden, wird nicht angegeben (Fuchs 2018). Das Team von „Whisperwool“ hat verschiedene finanzielle Kennzahlen und Bonitätsindikatoren angegeben, aber ebenfalls ohne weitere Erklärungen. Für den durchschnittlichen Crowdinvestoren sind diese Daten unter Umständen schwer zu deuten (Manzl 2018). Ähnlich ist es beim Projekt „Game Changer“. Hier wurde ein Dreijahresplan erstellt, in dem geplante Verkaufserlöse, Aufwände, Finanzergebnisse und mehr, dargestellt werden. An der Stelle gibt es dafür eine kurze Erklärung. Aufgrund der kostspieligen Maßnahmen zur Etablierung auf dem nationalen Markt sei es in den ersten Jahren nicht möglich gewesen, kostendeckend zu arbeiten. Dies sei durch flächendeckende Distribution der Produkte und Steigerung der Verkaufszahlen jedoch bald möglich. Es wird betont, dass die Einschätzungen der Stückzahlen niedrig seien, auf welchen Berechnungen die Zahlen des Dreijahresplans basieren, wird auch hier nicht erläutert (Bodengraf 2019).

12.3 Zusammenfassung der Ergebnisse

In den vorangegangenen Abschnitten wurden auf Grundlage der Signalling-Theorie Signale bestimmt, durch die Kapitalnehmer Informationsasymmetrien reduzieren und Unsicherheiten auf Seite der Kapitalgeber abbauen können. Die nachfolgende Abbildung 19 stellt den ersten Teil der Ergebnisse übersichtlich dar. Die Abbildung listet die Signale auf, die bei allen Kampagnen von Relevanz sind.

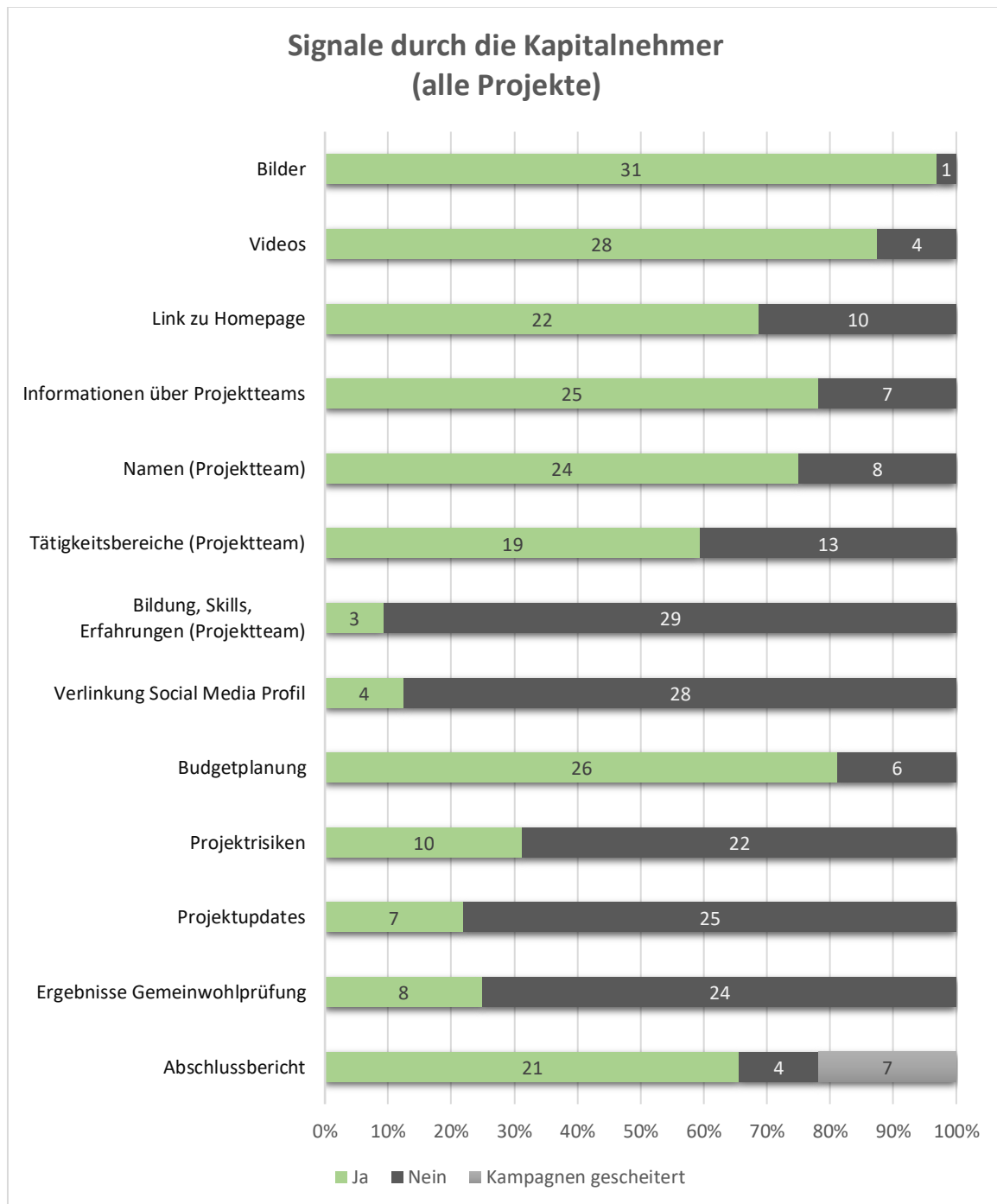


Abbildung 19: Übersicht der Signale durch die Kapitalnehmer, die Informationsasymmetrien abbauen (eigene Darstellung, siehe Anhang 1).

Der Grüne Teil des Balkens gibt an, bei wie vielen von den 32 Projekten bezüglich des jeweiligen Signals eine Information vorhanden ist. Der Dunkelgraue Teil des Balkens gibt an, bei wie vielen Projekten dies nicht der Fall ist. Die ersten beiden Reihen in Abbildung 19 zeigen, dass fast alle Kapitalgeber Bilder (97 %) und Videos (88 %) verwenden. Bei 69 % der Kampagnen ist zudem eine Homepage verlinkt. Die Personen hinter den Projekten werden in 78 % zumindest in irgendeiner Weise erwähnt, wohingegen es bei den restlichen 22 % der Kam-

pagnen keinerlei Informationen dazu gibt. 75 % der Kapitalnehmer haben mindestens die Namen einzelner Teammitglieder genannt, geben 59 % konkrete Tätigkeitsbereiche an und lediglich 9 % haben Informationen zur Bildung, den Fähigkeiten oder Berufserfahrungen einzelner Mitglieder der Projektteams angegeben. Zudem verpassen es einige Kapitalnehmer, Sozialkapital durch die Verlinkung ihrer Social-Media-Profile zu kommunizieren. Lediglich bei 4 (13 %) Projekten sind etwa Facebook Profile verlinkt, obwohl noch weitere Kapitalgeber dadurch Vertrauen hätten herstellen können. Zum Finanzierungsbedarf haben 81 % der Kapitalnehmer Angaben gemacht, bei einigen sind die Informationen aber ungenau und ungeteilt. Dasselbe gilt bei 31 % der Projekte, unter denen Risiken angegeben werden. Auch die Möglichkeit, während der Kampagne mit den Kapitalgebern zu kommunizieren, wird nur von 7 (22 %) Kapitalnehmern genutzt. Einen Abschlussbericht haben 84 % der 25 erfolgreich finanzierten Kampagnen eingereicht. Darüber hinaus gibt es weitere Signale, die insbesondere bei darlehensbasiertem Crowdfunding als Indikatoren für Qualität gelten.

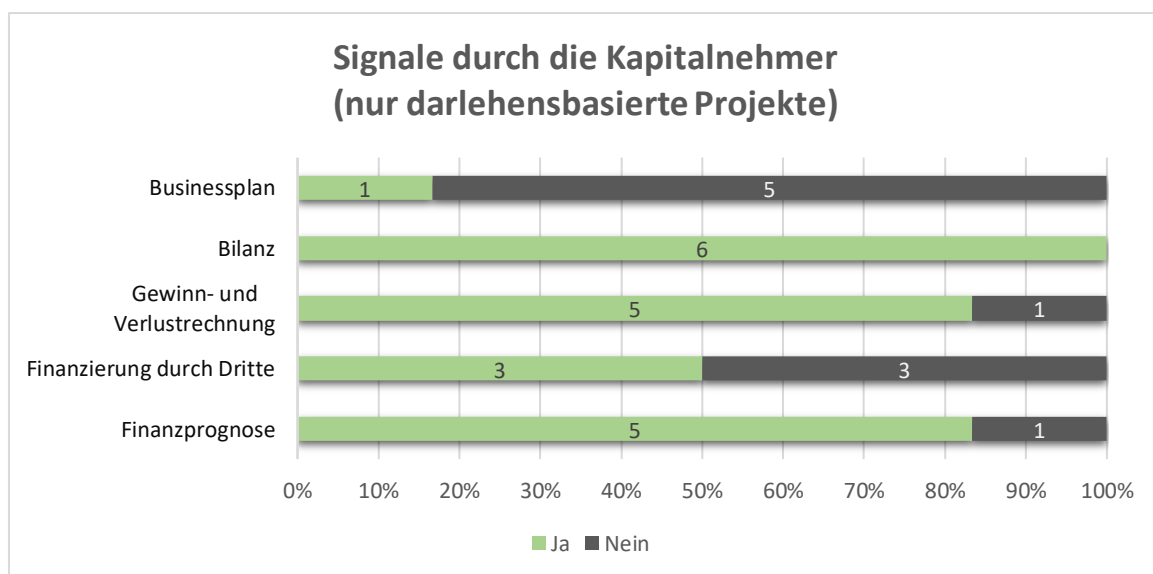


Abbildung 20: Übersicht der Signale durch die Kapitalnehmer, die Informationsasymmetrien bei darlehensbasierten Kampagnen abbauen (eigene Darstellung, siehe Anhang 1).

Abbildung 20 listet Qualitätssignale auf, die gerade bei darlehensbasierte Projekte von Relevanz sind. Unter den sechs darlehensbasierten Projekten wurde nur bei einem ein Businessplan veröffentlicht. Im Gegensatz dazu haben alle Kapitalnehmer ihre Bilanzen veröffentlicht. Gewinn- und Verlustrechnungen und Finanzprognosen haben jeweils fünf von sechs offengelegt und drei von ihnen geben an, bereits von Dritten finanziert worden zu sein.

Die dunkelgrauen Abschnitte der Balken in Abbildung 19 und 20 verdeutlichen, dass Informationsasymmetrien an vielen Stellen klar bestehen bleiben, da es zu den vorhandenen As-

pekten keine Informationen gibt. Es zeigt sich aber auch, dass bezüglich der aufgelisteten Aspekte oftmals Texte, Erklärungen und Dateien vorhanden sind, es in den Informationen aber zum Teil an Qualität, Details und Konkretisierungen fehlt. An den betreffenden Stellen werden dadurch nicht zwingend Unsicherheiten für die Kapitalgeber abgebaut. Bspw. werden Budgetplanungen nur sehr oberflächlich beschrieben, Finanzprognosen bleiben ohne Erklärungen und die Angaben zu potenziellen Risiken sind zum Teil sehr ungenau, sodass es zweifelhaft erscheint, ob sie das tatsächliche Risiko widerspiegeln.

13 Schlussbeurteilung und Ausblick

Der letzte Abschnitt dieser Arbeit nimmt eine Schlussbeurteilung vor und gibt einen Ausblick. Seitdem die erste Crowdfunding-Plattform 2010 in Österreich gegründet wurde, wächst der Markt stetig. Obwohl ein Großteil des finanzierten Gesamtmarktvolumens von Immobilienprojekten generiert wird, bietet Crowdfunding für verschiedenste Arten von Projekten, darunter Start-ups, eine alternative Methode der Finanzierung. Die 2017 entstandene Plattform „Crowdfunding für Gemeinwohl“ ermöglicht gegenleistungs- und darlehensbasiertes Crowdfunding. Sie wurde von der GfG im Rahmen ihrer Neuausrichtung gegründet, nachdem das Verfahren zur Gründung einer ethischen Bank gescheitert war.

Die GfG möchte über „Crowdfunding für Gemeinwohl“ gemeinwohlorientierte Projekte finanzieren. Um diese zu selektieren, wurde die Gemeinwohl-Prüfung etabliert (vgl. Abschnitt 9.2). In dieser Arbeit wird eine Bewertung des Verfahrens vorgenommen. Dem Verfahren mangelt es an Transparenz, insbesondere bezüglich der Zusammensetzung und der Expertise innerhalb der organisatorischen Einheiten, die die Projekte bewerten. Bei den Plattformkriterien gibt es zudem Interpretationsspielräume. Es ist zum Teil unklar, welche Faktoren für eine Bewertung ausschlaggebend sind. Die Ergebnisse der Gemeinwohlprüfung würden die Transparenz erhöhen, sie wurden aber nur bei einem Teil der Projekte veröffentlicht. Ein weiterer Kritikpunkt ist, dass die Bewertungen durch die Genossenschaftler zu willkürlichen Ergebnissen führen. Die Gemeinwohl-Prüfung basiert auf den Plattformkriterien (vgl. Tabelle 2) bzw. auf dem Gemeinwohlverständnis innerhalb der GfG, welches aus der Gemeinwohldefinition der GWÖ und der Gemeinwohl-Bilanz resultiert (vgl. Abschnitt 7). Dadurch haben die Genossenschaftler für die Beurteilung eine Orientierungshilfe, es ist aber anzuzweifeln, dass jeder von ihnen in der Lage ist, die Projekte sachlich und gemäß den entsprechenden Kriterien gerecht zu beurteilen (vgl. Abschnitt 9.3.2). Außerdem ist es bestritten, ob das Gemeinwohl überhaupt allgemein gültig für die Gesamtheit aller Gesellschaftsmitglieder definiert werden kann. Der Gemeinwohldefinition der GWÖ und den Konkretisierungen in der Gemeinwohl-Bilanz fehlt eine wissenschaftliche Grundlage. Die Projekte orientieren sich vor allem an der selektiven Wertauswahl der GWÖ (vgl. Abschnitt 9.3.3 und 9.3.4).

Es entsteht ein Zielkonflikt der Plattformbetreiber (vgl. Abschnitt 9.3.5). Auf der einen Seite möchten sie möglichst viele Projekte finanzieren, um hohe Provisionen zu kassieren. Auf der anderen Seite wollen sie ausschließlich gemeinwohlorientierte Projekte fördern. Es besteht das Risiko, dass die in der Gemeinwohl-Prüfung involvierten Arbeitskreise eingereichte Projekte tendenziell weniger kritisch bewerten. Eine positive Bewertung durch die externen Ex-

perten könnte in diesem Zusammenhang auch die Bewertungen durch die Genossenschaftler beeinflussen. So könnten auch Projekte zur Finanzierung zugelassen werden, die nicht dem Gemeinwohlverständnis entsprechen.

Auf Crowdfunding-Plattformen bestehen üblicherweise Informationsasymmetrien zwischen den Beteiligten, die Risiken für die Kapitalgeber und einen Rückgang der Investitionsbereitschaft zur Folge haben können (vgl. Abschnitt 11). Signalling beschreibt die aktive Kommunikation des Kapitalnehmers seiner Eigenschaften und Qualitäten. Es reduziert Informationsasymmetrien. In dieser Arbeit werden auf Grundlage der Literatur Signale bestimmt, die Informationsasymmetrien reduzieren und es wird evaluiert, ob die Kapitalnehmer auf „Crowdfunding für Gemeinwohl“ diese Signale an die Kapitalgeber kommunizieren. Insgesamt bestehen auf der Plattform an vielen Stellen erhebliche Informationsasymmetrien (vgl. Abschnitt 12). Bezüglich verschiedener Aspekte gibt es häufig keinerlei Informationen. Zusätzlich sind an vielen Stellen zwar Informationen vorhanden, es fehlt jedoch an Konkretisierungen, Details und Qualität, sodass der Mehrwert der Informationen für potenzielle Kapitalgeber begrenzt ist. Dies kann aus einem Mangel an Qualität resultieren.

Es entsteht ein weiterer Zielkonflikt für die Plattformbetreiber. Demnach wollen sie zunächst viele Projekte zur Finanzierung freigeben (vgl. Abschnitt 4.3). Gleichzeitig sollten sie erfolgsversprechende Projekte selektieren. Sie sind für deren Qualität mitverantwortlich und Misserfolge können zu einem Vertrauensverlust in die Plattform und zu einem Rückgang der Investitionsbereitschaft führen. Dennoch besteht das Risiko, dass sie sich von der Aussicht auf kurzfristige Verdienste durch die Provisionen finanzierter Kampagnen leiten lassen und Projekte mit geringeren Erfolgsaussichten, die bspw. Mängel in den Finanzierungsstrukturen aufweisen, zur Finanzierung freigeben.

Die Schlussbeurteilung der Plattform „Crowdfunding für Gemeinwohl“ fällt damit zwiespältig aus. Für Kapitalgeber, die sich mit dem Menschen- und Gesellschaftsbild der GWÖ und deren Definition des Gemeinwohls identifizieren können, bietet die Plattform eine Möglichkeit, Projekte zu unterstützen, die ihren Vorstellungen, Werten und Bedürfnissen entsprechen. Aufgrund der Unsicherheiten in der Gemeinwohl-Prüfung sollten sich potenzielle Unterstützer, die ihr Geld in ethische Projekte investieren möchten, jedoch nicht uneingeschränkt davon leiten lassen, dass die Plattform den Begriff „Gemeinwohl“ im Namen trägt. Sie sollten nicht einfach grundsätzlich davon ausgehen, dass alle Projekte allgemein gültig als gemeinwohlorientiert gelten.

Wegen der Informationsasymmetrien besteht ein hohes Risiko, dass Kapitalgeber Projekte von höherer Qualität nicht von Projekten minderwertiger Qualität trennen können und ihr Kapital an Projekte vergeben, die ihre Ziele nicht erreichen. Dann würde der mit der Investition verbundene Zweck, wie etwa ein gemeinwohlorientiertes Vorhaben zu unterstützen oder eine finanzielle Rendite zu erzielen, nicht erfüllt werden. Gerade bei darlehensbasierten Projekten, die häufig mit unternehmerischem Erfolg verbunden sind, kann das investierte Kapital komplett verloren gehen. Zwar können einzelne Projekte ihre Qualitäten als Investitionsobjekte beweisen. Wenn ein erfolgsversprechender Gesamteindruck entsteht und genügend Sicherheiten kommuniziert werden, kann eine Investition auch auf „Crowdfunding für Gemeinwohl“ gewinnbringend sein. Allerdings sollten erfolgreiche Projekte nicht in der Minderheit sein, da im Crowdfunding ohnehin viele risikoreiche Vorhaben finanziert werden und Verluste ausgeglichen werden müssen (vgl. Abschnitt 5.3).

Für Kapitalnehmer, die die Plattformkriterien erfüllen und in das Menschen- und Gesellschaftsbild der GWÖ passen, bietet die Plattform eine alternative Finanzierungsquelle. Gerade für Start-ups, die Finanzierungslücken schließen möchten, können sich dadurch neue Chancen eröffnen. Im Vergleich zu anderen österreichischen Plattformen fallen zwar bei kleineren Finanzierungsvolumina die Kosten der Gemeinwohl-Prüfung stärker ins Gewicht und diese müssen auch dann gezahlt werden, wenn die Gemeinwohl-Prüfung negativ ausfällt oder die Finanzierung scheitert. Wenn die Kampagnen jedoch Erfolg haben, profitieren Kapitalnehmer von der durch die Plattform generierten Reichweite, vom Austausch mit den Genossenschaftlern und potenziellen Marketingeffekten durch das Gemeinwohlsiegel (vgl. Abschnitt 6).

Die Plattformbetreiber haben das Risiko, dass sich Misserfolge unter den Projekten negativ auf das Image der Plattform und die wahrgenommene Qualität der Projekte auswirken können. Dies hätte negative Auswirkungen auf die Investitionsbereitschaft der Kapitalgeber und die Plattformeinnahmen. Außerdem würde die GfG das Vorhaben eines zentralen Kernbereiches nicht erfüllen, nämlich die Umleitung von Geldern aus der Finanzwirtschaft in gemeinwohlorientierte Projekte der Realwirtschaft durchzuführen (vgl. Abschnitt 8.1).

Die Schaffung von Transparenz und Vertrauen ist ein Erfolgsfaktor für die Plattformen und das Verfahren der Projektauswahl kann Qualität garantieren (vgl. Abschnitt 4.3). Durch eine sachkundige Überprüfung der Bewerber und deren Unterlagen sollten die Plattformbetreiber sicherstellen, dass die Projektdarstellungen kohärent, verständlich und vor allem vollständig sind. Demnach könnten strengere Informationspflichten etabliert werden. Die Veröffentlichung von Informationen bezüglich der Projektteams, den Projektrisiken, von Finanzprogn-

sen inklusive Erklärungen, könnten verpflichtend nötig sein. Bei unternehmerischen Projekten könnten zudem Businesspläne vorgeschrieben werden. Außerdem könnten die Ergebnisse der Gemeinwohl-Prüfung bei allen Projekten offengelegt werden, damit Kapitalgeber erfahren, wie Bewertungen zustande gekommen sind und damit etwaige Implausibilitäten kommuniziert werden können (vgl. Abschnitt 9.3.1). Schließlich könnten die Abschlussberichte klarer benennen, inwiefern welche Ziele erreicht wurden. Davon würde die Vergleichbarkeit der Projekte profitieren und Kapitalgebern wird eine bessere Basis geschaffen, um fundierte Investitionsentscheidungen zu treffen.

Die Gemeinwohlfrage ist grundsätzlich und insbesondere im Management von steigender Relevanz (Meynhardt & Fröhlich 2017, S. 174). Zudem gewinnt ethische Verantwortung als Treiber für Investitionen zunehmend an Bedeutung in den Finanzmärkten (Deimante & Daiva 2021, S. 219). Ob das Geschäftsmodell der Plattform funktioniert, wird davon abhängen, ob die Plattformbetreiber die dargestellten Zielkonflikte lösen. Sie müssen weitere Projekte selektieren und dabei das Risiko für Kapitalgeber und die Anzahl an Misserfolgen minimieren. Die sechs darlehensbasierten Projekte wurden von 2018 bis 2020 finanziert und die meisten Ertragsmodelle haben jeweils Darlehenslaufzeiten von mindestens 5 Jahren (mit Ausnahme des Projektes „Grüne Wirtschaft“ und bei einem Modell von „Bienenhof Salzburg“) (Genossenschaft für Gemeinwohl eG n. d. f). Dann können entstandene Renditen mit den Verlusten gescheiterter Projekte verglichen werden und es zeigt sich, ob die Projekte Qualität als Investitionsobjekte besitzen. Vorerst bleibt offen, ob sich die Plattform neben einer Finanzierungsalternative für Kapitalnehmer, auch zu einer Anlagealternative für Kapitalgeber entwickelt.

Die Plattform muss als eigener Geschäftsbereich der GfG weitaus mehr Projekte finanzieren, um einen bedeutenden Beitrag zum Gelingen des Neustarts zu leisten. Bisher hat die GfG in Hinblick auf die Wirtschaftlichkeit nachhaltig negative Ergebnisse zu verzeichnen (Staribacher, 2020). Im ersten Halbjahr 2020 wurden von insgesamt 188.210 €, die die GfG eingenommen hat, lediglich 5,7 % (10.660 €) durch die Plattform eingenommen. Dem standen im selben Zeitraum 293.900 € an Ausgaben gegenüber (Genossenschaft für Gemeinwohl eG 2020b). Damit die Plattform als Einnahmequelle wirtschaftlich ins Gewicht fällt, muss die Anzahl der finanzierten Projekte somit um ein Vielfaches erhöht werden. Wie eingangs erwähnt wurde, hat die GfG von den 4 Millionen € an gesammelten Eigenkapital 3 Millionen € verbraucht. Das Ziel der Genossenschaft muss es deswegen sein, in naher Zukunft mehr nachhaltige Gewinne zu verzeichnen. Es erscheint unwahrscheinlich, dass dies in naher Zukunft passieren wird.

Literaturverzeichnis

Ahlers, G. K. C., Cumming, D., Günther, C. & Schweizer, D. (2015). Signaling in Equity Crowdfunding. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(4), 955–980.

Angerer, M., Brem, A., Kraus, S. & Peter, A. (2017). Start-up Funding via Equity Crowdfunding in Germany - A Qualitative Analysis of Success Factors. *The Journal of Entrepreneurial Finance*, 19(1), 1-34.

Backes-Gellner, U. & Werner, A. (2007). Entrepreneurial signaling via education. *Small Business Economics*, 29(1), 173–190.

Beck, R. (2014). *Crowdinvesting. Die Investition der Vielen*. (3. Aufl.). Kulmbach: Börsenbuch Verlag.

Berns, J. P., Figueroa-Armijos, M., da Motta Veiga, S. P. & Dunne, T. C. (2018). Dynamics of Lending-Based Prosocial Crowdfunding: Using a Social Responsibility Lens. *Journal of Business Ethics*, 161(1), 169–185.

Bi, S., Liu, Z., & Usman, K. (2017). The influence of online information on investing decisions of reward-based crowdfunding. *Journal of Business Research*, 71, 10–18.

Block, J., Hornuf, L. & Moritz, A. (2018). Which updates during an equity crowdfunding campaign increase crowd participation? *Small Business Economics*, 50(1), 3–27.

Brem, A., & Wassong, N. (2014). Wer investiert warum? Eine Analyse von Investmententscheidungen bei Crowdfunding-Projekten. *Zeitschrift für KMU und Entrepreneurship*, 62(1), 31–55.

Davies, W. E. & Giovannetti, E. (2018). Signalling experience & reciprocity to temper asymmetric information in crowdfunding evidence from 10,000 projects. *Technological Forecasting & Social Change*, 133, 118–131.

Deimante T. & Daiva B. (2021). Business ethics and ethical investing: from historical, ethical approach to real investments. *Technium Social Sciences Journal*, 17(1). 212-221.

Dewald, U. & Rother, J. (2019). Wirtschaft fördern und fordern: Die Gemeinwohl-Ökonomie als Impuls für nachhaltige Wirtschaftsförderung. In Stember, J., Vogelgesang, M., Pongratz,

P. & Fink, A. (Hrsg.), *Handbuch Innovative Wirtschaftsförderung* (S. 347–367). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.

Eilenberger, G. & Haghani, S. (2008). Unternehmensfinanzierung zwischen Strategie und Rendite (1. Aufl.). Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag.

Gerber, E. M., & Hui, J. (2013). Crowdfunding. Motivations and Deterrents for Participation. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*, 20(6), 1–32.

Giudici, G., Guerini, M., & Rossi-Lamastra, C. (2013). *Why Crowdfunding Projects Can Succeed: The Role of Proponents' Individual and Territorial Social Capital*. Mailand: Politecnico di Milano, Department of Management Engineering.

Gleasure, R., & Feller, J. (2016). Emerging technologies and the democratisation of financial services: A metatriangulation of crowdfunding research. *Information and Organization*, 26(4), 101–115.

Glunz, R. (2019). Systemisches Konsensieren. Entscheidungsfindung in Gruppen und Vorbeugung von Konflikten. *Zeitschrift Für Konflikt-Management*, 22(1), 13–16.

Greenberg, M., Pardo, B., Hariharan, K. & Gerber, E. (2013). Crowdfunding support tools. CHI '13 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems, 2013, 1815–1820.

Greiner, M. E. & Wang, H. (2010) Building Consumer-to-Consumer Trust in E-Finance Marketplaces: An Empirical Analysis, *International Journal of Electronic Commerce*, 15(2), 105–136.

Grimm, D. (2002). Gemeinwohl in der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts. In Grimm, D., Münkler, H. & Fischer, K. (Hrsg.), *Gemeinwohl und Gemeinsinn im Recht* (S. 125 - 140). Berlin: Akademie Verlag.

Günther, E. & Riethmüller, T. (2020): *Einführung in das Crowdfunding*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.

Hahn, C. (2018). *Finanzierung von Start-up-Unternehmen: Praxisbuch für erfolgreiche Gründer: Finanzierung, Besteuerung, Investor Relations* (2. Aufl.). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.

Hayek, F. A. (2004). *Der Weg zur Knechtschaft* (4. Aufl.). Tübingen: Mohr Siebeck.

Heyd, R. & Beyer, M. (2011). Die Prinzipal-Agenten-Theorie: Eine Einführung mit Anknüpfungspunkten an die finanzwirtschaftliche Praxis. In Heyd, R. & Beyer, M. (Hrsg.), *Die Prinzipal-Agenten-Theorie in der Finanzwirtschaft. Analysen und Anwendungsmöglichkeiten in der Praxis* (S. 15-41). Ulm, Zürich: Erich Schmidt Verlag.

Inci, Y. (2016). *Crowdinvesting. Eine alternative Finanzierungsform für Start-ups in Deutschland*. Hamburg: Diplomica Verlag GmbH.

Jin, Y., Ding, C., Duan, Y., & Cheng, H. K. (2020). Click to success? The temporal effects of facebook likes on crowdfunding. *Journal of the Association for Information Systems*, 21(5), 1191–1213.

Kleinert, S., Volkmann, C. & Grünhagen, M. (2020). Third-party signals in equity crowdfunding: the role of prior financing. *Small Business Economics*, 54(1), 341–365.

Kollmann, T. (2016): *E-Entrepreneurship. Grundlagen der Unternehmensgründung in der Digitalen Wirtschaft*. (6. überarbeitete Aufl.). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Kraus, S., Richter, C., Brem, A., Cheng, C.-F. & Chang, M.-L. (2016). Strategies for reward-based crowdfunding campaigns. *Journal of Innovation & Knowledge*, 1, 13–23.

Kunz, M. M., Bretschneider, U., Erler, M. & Leimeister, J. M. (2017). An empirical investigation of signaling in reward-based crowdfunding. *Electronic Commerce Research*, 17(3), 425–461.

Lagazio, C. & Querci, F. (2018). Exploring the multi-sided nature of crowdfunding campaign success. *Journal of Business Research*, 90, 318–324.

Levie, J. & Gimmon, E. (2008). Mixed signals: why investors may misjudge first time high technology venture founders. *Venture Capital (London)*, 10(3), 233–256.

Li, M. (2017). A Signaling Game Analysis of Project Investment on Equity Crowdfunding Platform. *Open Journal of Social Sciences*, 5, 276-283.

Lindmayer, P. K. M. & Dietz, H.-U. (2017). *Geldanlage und Steuer 2018*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.

Lussier, R. N., & Halabi, C. E. (2010). A three-country comparison of the business success versus failure prediction model. *Journal of Small Business Management*, 48(3), 360–377.

- Mastronardi, P. (2007). *Verfassungslehre. Allgemeines Staatsrecht als Lehre vom guten und gerechten Staat* (1. Aufl.). Stuttgart: UTB GmbH, Bern: Haupt.
- Mathissen, M. (2009). *Die Principal-Agent-Theorie: positive und normative Aspekte für die Praxis* (1. Aufl.). Hamburg: Igel Verlag.
- Meschkowski, A. & Wilhelmi, F. (2013). Investorenschutz im Crowdfunding. *Betriebsberater*, 24, 1411-1417.
- Meynhardt, T. & Fröhlich, A. (2017). Die Gemeinwohl-Bilanz – Wichtige Anstöße, aber im Legitimationsdefizit. *Zeitschrift für öffentliche und gemeinwirtschaftliche Unternehmen*, 40 (2/3), 152–176.
- Mollick, E. (2014). The dynamics of crowdfunding. An exploratory study. *Journal of Business Venturing* 29 (1), S. 1–16.
- Moritz, A., Block, J. & Lutz, E. (2015). Investor communication in equity-based crowdfunding: a qualitative-empirical study. *Qualitative Research in Financial Markets*, 7(3), 309–342.
- Moysidou, K. & Hausberg, J. P. (2020). In crowdfunding we trust: A trust-building model in lending crowdfunding. *Journal of Small Business Management*, 58(3), 511–543.
- Nahapiet, J. & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. *The Academy of Management Review*, 23(2), 242–266.
- Ordanini, A., Miceli, L., Pizzetti, M. & Parasuraman, A. (2011). Crowd-funding: transforming customers into investors through innovative service platforms. *Journal of Service Management*, 22(4), 443–470.
- Perridon, L., Steiner, M., & Rathgeber, A. W. (2017). *Finanzwirtschaft der Unternehmung* (17. Aufl.). München: Verlag Franz Vahlen.
- Peters, H.-R. (2002). *Wirtschaftssystemtheorie und Allgemeine Ordnungspolitik* (4. überarbeitete und erweiterte Aufl.). München, Wien: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH.
- Picot, A., Dietl, H., Franck, E., Fiedler, M., & Royer, S. (2015). *Organisation: Theorie und Praxis aus ökonomischer Sicht* (7. aktualisierte Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag.

Pöltner, P., Horak, D. & Michels, R. (2019). *Crowdfunding und Crowdfundinginvesting. Neue Wege der Unternehmensfinanzierung für Start-ups sowie Klein- und Mittelunternehmen* (1. Auflage). Wien: Linde Verlag.

Pomper, C. (2019). Genossenschaft 2.0 am Beispiel der Genossenschaft für Gemeinwohl. *Zeitschrift Für Das Gesamte Genossenschaftswesen*, 69(2), 133–147.

Pott, O. & Pott, A. (2012). *Entrepreneurship. Unternehmensgründung, unternehmerisches Handeln und rechtliche Aspekte*. Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag Berlin Heidelberg.

Schallhart, A. (2017). Soziokratie und der Paradigmenwechsel in der Internen Kommunikation. In Wagner, R., Roschker, N. & Moutchnik, A. (Hrsg.), *CSR und Interne Kommunikation* (S. 213–224). Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag.

Schramm, D. M., & Carstens, J. (2014). *Startup-Crowdfunding und Crowdfundinginvesting: Ein Guide für Gründer. Mit Kapital aus der Crowd junge Unternehmen online finanzieren* (1. Aufl.). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.

Signori, A. & Vismara, S. (2016). *Returns on investments in equity crowd-funding*. Bergamo: University of Bergamo, Department of Economics and Technology Management.

Simón-Moya, V. & Revuelto-Taboada, L. (2016). Revising the predictive capability of business plan quality for new firm survival using qualitative comparative analysis. *Journal of Business Research*, 69(4), 1351–1356.

Sixt, E. (2014). *Schwarmökonomie und Crowdfunding. Webbasierte Finanzierungssysteme im Rahmen realwirtschaftlicher Bedingungen*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.

Sokolova, K. & Perez, C. (2018). The digital ingredients of donation-based crowdfunding. A data-driven study of Leetchi projects and social campaigns. *Journal of Decision Systems*, 27(3), 146–186.

Spremann, K. (2002). *Wirtschaft, Investition und Finanzierung* (5. Aufl.). München: Oldenbourg.

Springer Fachmedien Wiesbaden (2014). *280 Keywords Unternehmensfinanzierung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.

Steigenberger, K. (2013). *Gemeinwohlökonomie am Prüfstand – Eine umfassende und kritische Analyse*. Wien: Wirtschaftskammer Österreich.

Tran, T., Dontham, M. R., Chung, J. & Lee, K. (2016). *How to Succeed in Crowdfunding: a Long-Term Study in Kickstarter*. ACM Transactions on Intelligent Systems and Technology.

Unger, J. M., Rauch, A., Frese, M., & Rosenbusch, N. (2011). Human capital and entrepreneurial success: A meta-analytical review. *Journal of Business Venturing*, 26(3), 341–358.

Visotschnig, E. (2019). Das SK-Prinzip für partizipative Gruppenentscheidungen in Organisationen. *Konfliktdynamik*, 8(3), 214–222.

Yum, H., Lee, B., & Chae, M. (2012). From the wisdom of crowds to my own judgment in microfinance through online peer-to-peer lending platforms. *Electronic Commerce Research and Applications*, 11(5), 469–483.

Zheng, H., Li, D., Wu, J. & Xu, Y. (2014). The role of multidimensional social capital in crowdfunding: A comparative study in China and US. *Information & Management*, 51(4), 488–496.

Interviews

Pomper, Christian (2020): Interview am 07.10.2020; siehe Anhang 2.

Blum, Elisabeth (2020). Interview am 27.10.2020; siehe Anhang 3.

Internetquellen

APA-OTS (2020). WKO-Wahl: Grüne Wirtschaft freut sich bundesweit über ein gutes Ergebnis. Zugriff am 9.6.2021 unter

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20200306_OT50224/wko-wahl-gruene-wirtschaft-freut-sich-bundesweit-ueber-ein-gutes-ergebnis

Attac (n. d.). Was ist Attac. Zugriff am 11.2.2021 unter <https://www.attac.at/ueber-attac/was-ist-attac>

Bodengraf (2019). Game Changer-Technologien für neue Bio-Produkte. Zugriff am 16.5.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/projekte-unterstuetzen/details/projekt/116/>

Bienenlieb (2019). Bienenhof Salzburg. Zugriff am 20.5.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/projekte-unterstuetzen/details/projekt/112/>

CONDA (2020a). CUTZ. Zugriff am 17.5.2021 unter <https://www.conda.at/startup/cutz/>

CONDA (2020b). eFriends. Zugriff am 17.5.2021 unter <https://www.conda.at/startup/efriends/>

CONDA (2020c). High Tech bei AYA Aesthetics. Zugriff am 18.5.2021 unter <https://www.conda.at/startup/aya-aesthetics/>

CONDA (2020d). hrConnectum. Zugriff am 18.5.2021 unter <https://www.conda.at/startup/hrconnectum/>

CONDA (2020e). Mundoplant. Zugriff am 18.5.2021 unter <https://www.conda.at/startup/mundoplant/>

CONDA (2020f). Starbike. Zugriff am 18.5.2021 unter <https://www.conda.at/startup/starbike/>

CONDA (2020g). Velobis. Zugriff am 18.5.2021 unter <https://www.conda.at/startup/velobis/>

CONDA (2020h). Vollpension Generationencafe. Zugriff am 11.5.2021 unter <https://www.conda.at/startup/vollpension-generationencafe/>

CONDA (2021a). Der Leitfaden für Deine Investition. Zugriff am 19.4.2021 unter <https://www.conda.at/leitfaden-investition/>

CONDA (2021b). FEDDZ – die individuelle E-Mobilität mit E-Bikes und E-Moped. Zugriff am 18.5.2021 unter <https://www.conda.at/startup/feddz/>

CONDA (2021c). M.A.N.D.U. Zugriff am 18.4.2021 unter <https://www.conda.at/startup/m-a-n-d-u/>

CONDA (2021d). NOX Cycles. Zugriff am 18.5.2021 unter <https://www.conda.at/startup/nox-cycles/>

CONDA (2021e). Wonderful Drinks / Pona - Mit Qualität wachsen. Zugriff am 21.5.2021 unter <https://www.conda.at/startup/wonderfuldrinks/>

CONDA (n. d.). FAQs. Zugriff am 24.12.2020 unter https://support.conda.at/?_ga=2.62918828.2054626507.1591749177-827326143.1590468105

Crowdcircus (n. d.). Österreichische Plattformen. Zugriff am 26.11.2020 unter <https://crowdcircus.com/plattformen?type=donation,reward>

Crowdcircus (2018). *Die Top 25 Crowdfunding-Projekte 2018*. Zugriff am 26.11.2020 unter https://crowdcircus.com/insights/die-top-25-crowdfunding-projekte-2018-tVxMA4ZpPE?utm_source=crowdcircus&utm_medium=embed&utm_campaign=tVxMA4ZpPE

Crowdcircus (2019). *Österreichischer Crowdfunding-Markt verzeichnete 2018 Rekordvolumen*. Zugriff am 26.10.2020 unter <https://crowdcircus.com/news/oesterreichischer-crowdfunding-markt-verzeichnete-2018-rekordvolumen>

Crowdcircus (2020). CONDA. Zugriff am 17.12.2020 unter <https://crowdcircus.com/plattformen/conda>

Crowdcircus (2021). Respekt.net. Zugriff am 31.5.2021 unter <https://crowdcircus.com/plattformen/respekt>

Dapp, T. F. & Laskawi, C. (2014). Crowdfunding. Trübt die Euphorie der Crowd das Risikobewusstsein? - Deutsche Bank Research. Zugriff am 16.12.2020 unter https://www.dbresearch.de/PROD/RPS_DE-PROD/PROD0000000000444448/Crowdfunding%3A_Trübt_die_Euphorie_der_Crowd_das_Ris.pdf

Deins & Meins GmbH (2019). Onlineshop für die Deins & Meins Regionalläden. Zugriff am 18.5.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/projekte-unterstuetzen/details/projekt/114/>

Es Geht (2020a). BIENENOASEN: WIR PFLANZEN RÜCKZUGSORTE FÜR BIENEN. Zugriff am 22.5.2021 unter <https://www.crowdfunding.at/project/bienenoasen-wir-pflanzen-rückzugsorte-für-bienen#news>

Es Geht (2020b). CARITAS BILDUNGSFONDS. Zugriff am 22.5.2021 unter <https://www.crowdfunding.at/project/caritas-bildungsfonds-1#news>

Es Geht (2020c). MAKE-A-WISH: KINDERGLÜCK IN CORONA-ZEITEN. Zugriff am 21.5.2021 unter <https://www.crowdfunding.at/project/make-a-wish-kinderglück-in-corona-zeiten#news>

Es Geht (2020d). SAG NEIN ZU SKLAVEREI. Zugriff am 20.5.2021 unter <https://www.crowdfunding.at/project/sag-nein-zu-sklaverei#news>

Es Geht (2020e). SCHWERSTKRANKE KINDER ZUHAUSE VERSORGEN. Zugriff am 20.5.2021 unter <https://www.crowdfunding.at/project/schwerstkranken-kinder-zuhause-versorgen#news>

Es Geht (2021a). EIN FUNKEN WÄRME. Zugriff am 22.5.2021 unter <https://www.crowdfunding.at/project/ein-funken-wärme-1#news>

Es Geht (2021b). Über Es Geht. Zugriff am 24.2.2021 unter <https://www.crowdfunding.at/page/ueber-es-geht>

Fairkom Gesellschaft (2019). Fairapps - Plattform für Online Kommunikation & Zusammenarbeit. Zugriff am 17.5.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/projekte-unterstuetzen/details/projekt/128/>

Felber, C. (2009) Eine Bank des Vertrauens: Geld als öffentliches Gut. Der Standard. Zugriff am 16.2.2021 unter <https://www.derstandard.at/story/1234508016889/christian-felber-eine-bank-des-vertrauens-geld-als-oeffentliches-gut>

Fuchs, C. (2018). Druckwerkstatt der grafischen Künste. Zugriff am 11.5.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/projekte-unterstuetzen/details/projekt/84/>

GEA (n. d.). Eine bewegte Geschichte. Zugriff am 11.11.2020 unter <https://gea-waldviertler.de/unternehmen/geschichte/>

Gemeinwohl-Ökonomie (2017). Bilanz. Zugriff am 26.10.2020 unter https://www.ecogood.org/media/filer_public/73/da/73dab961-6125-4f69-bf7a-3c8613a90739/gwoe_arbeitsbuch_5_0_vollbilanz.pdf , S. 57, 62

Gemeinwohl-Ökonomie (2019). Gemeinwohl-Unternehmensportal. Zugriff am 12.5.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/de/projekte-unterstuetzen/details/projekt/102/>

Gemeinwohl-Ökonomie (n. d.). Theoretische Basis. Zugriff am 11.12.2020 unter <https://web.ecogood.org/de/idee-vision/theoretische-basis/>

Genossenschaft für Gemeinwohl eG (2017). Paradiesgartl. Zugriff am 25.6.2021 unter https://www.gemeinwohlprojekte.at/uploads/tx_alprojectfunding/GFG_GWP_Bewertungsergebnis_Paradiesgartl_fa14.pdf

Genossenschaft für Gemeinwohl eG (2020a). Corona Soforthilfe für Mitglieder. Zugriff am 16.5.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/projekte-unterstuetzen/details/projekt/149/>

Genossenschaft für Gemeinwohl eG (2020b). Transparenzbericht Juni 2020. Zugriff am 22.1.2021 unter https://www.gemeinwohl.coop/sites/www/files/downloads/gfg_transparenzbericht_juni_2020.pdf

Genossenschaft für Gemeinwohl eG (n. d. a). Die Gemeinwohl-Prüfung. Zugriff am 1.8.2021 unter https://www.gemeinwohlprojekte.at/fileadmin/user_upload/PDFs_gemeinwohlprojekte.at/Gemeinwohlpruefung_-_Ausschlusskriterien.pdf und <https://www.gemeinwohlprojekte.at/gemeinwohlpruefen/>

Genossenschaft für Gemeinwohl eG (n. d. b). FAQs und Hilfe: Allgemeines. Zugriff am 12.11.2020 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/aktiv-werden/haeufig-gestellte-fragen-hilfe/allgemeines/#c2748>

Genossenschaft für Gemeinwohl eG (n. d. c). Gemeinwohl-Beirat. Zugriff am 12.11.2020 unter <https://www.gemeinwohl.coop/menschen/gemeinwohl-beirat>

Genossenschaft für Gemeinwohl eG (n. d. d). Gemeinwohlkonto. Zugriff am 15.12.2020 unter <https://www.gemeinwohlkonto.at/>

Genossenschaft für Gemeinwohl eG (n. d. e). Häufig gestellte Fragen (FAQ). Zugriff am 15.11.2020 unter <https://www.gemeinwohl.coop/kontakt-faq/faq>

Genossenschaft für Gemeinwohl eG (n. d. f). Hier kannst du Projekte unterstützen. Zugriff am 17.4.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/projekte-unterstuetzen/>

Genossenschaft für Gemeinwohl eG (n. d. g). Risikohinweise Nachrangdarlehen. Zugriff am 17.4.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/rechtliches/vertraege/risikohinweisenachrangdarlehen/>

Gruber, I., Gruber R. (2018). Vorlesen bei 24-Stunden-Betreuung. Zugriff am 15.4.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/projekte-unterstuetzen/details/projekt/71/>

Grüne Wirtschaft (2019). Grüne Wirtschaft für die Wirtschaftskammerwahl 2020. Zugriff am 16.5.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/projekte-unterstuetzen/details/projekt/109/>

Haider-Wallner, A. (2018). FreuRaum. Zugriff am 22.5.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/projekte-unterstuetzen/details/projekt/89/>

Hochreiter, Gregor (2019). Das teure Scheitern der Bank für Gemeinwohl. Zugriff am 2.4.2021 unter <https://www.addendum.org/news/bank-fuer-gemeinwohl/>

I believe in you (n. d.). Zugriff am 25.10.2020 unter <https://www.ibelieveinyou.at/ibiy-at/src/#!/>

Kotopulos, S. (2018). Haus der Menschenrechte - Eine Investition in die Zukunft. Zugriff am 17.5.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/projekte-unterstuetzen/details/projekt/76/>

KugeMeNE (2018). KugeMeNE-Bildungszentrum für den ländlichen Raum. Zugriff am 12.5.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/de/projekte-unterstuetzen/details/projekt/82/>

Kühne, B. (2018). Schuhe wie Barfuß. Zugriff am 27.5.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/de/projekte-unterstuetzen/details/projekt/64/>

Laßnig, P. (2017). (Schiebe-)Tunnel für SOLAWI Ackerschön in Hasendorf. Zugriff am 4.5.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/projekte-unterstuetzen/details/projekt/43/>

Leben und Lernen am Hof (2020). Montessorihaus und Erwachsenenbildung. Zugriff am 5.5.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/projekte-unterstuetzen/details/projekt/153/>

Manzl, M. (2018). Whisperwool - Ökoinnovation für gesunde Büro- und Wohnräume. Zugriff am 12.5.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/projekte-unterstuetzen/details/projekt/81/>

Natur Tier Mensch Akademie (2018). WeWoMo WerkstattWohnmobil. Zugriff am 17.5.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/projekte-unterstuetzen/details/projekt/78/>

NÖ.Regional (n. d.). Zugriff am 25.10.2020 unter <https://www.noeregional.at/>

Open Piano for Refugees (2017). DoReMi - Das soziale Musikinstitut. Zugriff am 14.5.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/projekte-unterstuetzen/details/projekt/59/>

Parlow, G. (2019). Mit LivingSENSE neues Wohnen feiern. Zugriff am 16.5.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/projekte-unterstuetzen/details/projekt/72/>

Pepper, S. (2018). Landladls Volksmedizingarten. Zugriff am 22.5.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/de/projekte-unterstuetzen/details/projekt/70/>

Raiffeisenlandesbank Vorarlberg (n. d.). Mit.Einander für Vorarlberg. Zugriff am 25.10.2020 unter <https://mit.einander.at/page.cfm?vpath=index>

Resch, S. (2020). Kinderbuch: Vivi - Eine zauberhafte Biene. Zugriff am 17.5.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/projekte-unterstuetzen/details/projekt/144/>

Respekt.net (n. d.) Fragen und Antworten. Zugriff am 24.12.2020 unter <https://www.respekt.net/de/faqhilfe>

Respekt.net (2014). Meine Abgeordneten. Zugriff am 14.5.2021 unter <https://www.respekt.net/de/projekte-unterstuetzen/details/projekt/713/>

Respekt.net (2018a). Deutsch schenken! Freie Lernnachmittage für Frauen aus allen Ländern. Zugriff am 18.5.2021 unter <https://www.respekt.net/de/projekte-unterstuetzen/details/projekt/1582/>

Respekt.net (2018b). FREUD spenden. Zugriff am 14.5.2021 unter <https://www.respekt.net/de/projekte-unterstuetzen/details/projekt/1602/>

Respekt.net (2018c). Gemeinsam unschlagbar. Zugriff am 14.5.2021 unter <https://www.respekt.net/de/projekte-unterstuetzen/details/projekt/1769/>

Respekt.net (2018d). Internationale Klasse - Flüchtlingspädagogik mit Vorbildcharakter. Zugriff am 18.5.2021 unter <https://www.respekt.net/de/projekte-unterstuetzen/details/projekt/1772/>

Respekt.net (2018e). Umbaufinanzierung SUB Graz. Zugriff am 18.5.2021 unter <https://www.respekt.net/de/projekte-unterstuetzen/details/projekt/1620/>

Respekt.net (2019a). Degrowth Vienna 2020 - Strategies for Social-Ecological Transformation. Zugriff am 18.5.2021 unter <https://www.respekt.net/de/projekte-unterstuetzen/details/projekt/1934/>

Respekt.net (2019b). Galeriecafé werd:art ist filmreif. Zugriff am 18.5.2021 unter <https://www.respekt.net/de/projekte-unterstuetzen/details/projekt/1839/>

Respekt.net (2019c). ICH BIN OK - Ein Buch über das andere Tanzen. Zugriff am 18.5.2021 unter <https://www.respekt.net/de/projekte-unterstuetzen/details/projekt/1844/>

Respekt.net (2019d) Wahl zum Europäischen Parlament 2019 für alle - wahl.europa.or.at. Zugriff am 8.5.2021 <https://www.respekt.net/de/projekte-unterstuetzen/details/projekt/1852/>

Respekt.net (2020a). ARG – Gleichberechtigung für Atheist(inn)en. Zugriff am 20.5.2021 unter <https://www.respekt.net/de/projekte-unterstuetzen/details/projekt/2123/>

Respekt.net (2020b). Ätz gomr [steil]. Zugriff am 20.5.2021 unter <https://www.respekt.net/de/projekte-unterstuetzen/details/projekt/2100/>

Respekt.net (2020c). COURAGE – Ausbau der Kampagne, Erhöhen des öffentlichen Drucks. Zugriff am 18.5.2021 unter <https://www.respekt.net/de/projekte-unterstuetzen/details/projekt/2184/>

Respekt.net (2020d). Jetzt ein Zuhause schenken. Zugriff am 18.5.2021 unter <https://www.respekt.net/de/projekte-unterstuetzen/details/projekt/2175/>

Respekt.net (2020e). Zukunftsrat Demokratie. Zugriff am 18.5.2021 unter <https://www.respekt.net/de/projekte-unterstuetzen/details/projekt/2098/>

Respekt.net (2021a). Das vergessene Erdbeben. Zugriff am 19.5.2021 unter <https://www.respekt.net/de/projekte-unterstuetzen/details/projekt/2241/>

Respekt.net (2021b). Mamas Werkstatt. Zugriff am 28.5.2021 unter <https://www.respekt.net/de/projekte-unterstuetzen/details/projekt/2261/>

Respekt.net (2021c). Zahnärztliche Unterstützung für Kinder in Tansania. Zugriff am 18.5.2021 unter <https://www.respekt.net/de/projekte-unterstuetzen/details/projekt/2221/>

Respekt.net (2021d). Zur Wahl 2021: Klimaneutralität in Oberösterreichs Gemeinden. Zugriff am 18.5.2021 unter <https://www.respekt.net/de/projekte-unterstuetzen/details/projekt/2230/>

Rüthemann, G. (2019). Grundeinkommen Kunstkalender 2021. Zugriff am 18.5.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/projekte-unterstuetzen/details/projekt/117/>

Schlederer-Oberhauser, E. (2017). Best of the Rest. Zugriff am 21.5.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/projekte-unterstuetzen/details/projekt/58/>

SchloR-Team (2017). SchloR: Solidarisch wirtschaften, selbstverwaltet und kollektiv zusammenleben. Zugriff am 17.5.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/projekte-unterstuetzen/details/projekt/50/>

Soziokratie Zentrum Österreich (n. d.). 4 Basisprinzipien. Zugriff am 26.12.2020 unter <https://soziokratiezentrum.org/ueber-soziokratie/grundlagen-basis-prinzipien/>

Staribacher, A. (2020). Revisionsbericht der Wirtschaftsjahre 2018 / 2019. Zugriff am 11.7.2021 unter https://www.gemeinwohl.coop/sites/www/files/downloads/gfg_revisionsbericht_2018_und_2019.pdf

Steiner, H. (2017a). Bürgerstromanlagen Weiz und Gutenberg. Zugriff am 19.5.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/de/projekte-unterstuetzen/details/projekt/55/>

Steiner, H. (2017b). Bürgerstromanlage für Passail. Zugriff am 17.5.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/de/projekte-unterstuetzen/details/projekt/42/>

Steiner, H. (2017c). Bürgerstromanlage für Passail II. Zugriff am 22.5.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/de/projekte-unterstuetzen/details/projekt/49/>

Steiner, H. (2018). Bürgerstromanlage Hitzendorf. Zugriff am 19.5.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/projekte-unterstuetzen/details/projekt/73/>

Szyhska, H. (2017). Paradiesgartl. Zugriff am 17.5.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/projekte-unterstuetzen/details/projekt/52/>

Szyhska, H. (2019). Klimawandel im Paradiesgartl. Zugriff am 17.5.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/projekte-unterstuetzen/details/projekt/103/>

Trenczak, H. (2018). Greek Diary - Ein Dokumentarfilm. Zugriff am 21.5.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/de/projekte-unterstuetzen/details/projekt/47/>

Trenczak, H. (2020). 3400 Semmeln - Flüchtlinge. Helfer. Menschen. Zugriff am 17.5.2021 unter <https://www.gemeinwohlprojekte.at/projekte-unterstuetzen/details/projekt/151/>

Umweltcenter Raiffeisenbank Gunskirchen eGen (n. d.). Die Umweltgarantie. Zugriff am 18.1.2021 unter <https://www.umweltcenter.at/umweltgarantie/>

Verbraucherzentrale Hamburg (2020). Der Nutri-Score ist endlich da. Zugriff am 9.5.2021 unter <https://www.vzhh.de/themen/lebensmittel-ernaehrung/der-nutri-score-ist-endlich-da>

Anhang

Anhang 1: Übersicht der Signale in den Projektdarstellungen

Diese Tabelle gibt einen Überblick über Informationen, Signale und den Projektstatus der einzelnen Kampagnen auf Crowdfunding für Gemeinwohl (Genossenschaft für Gemeinwohl eG n. d. f.).

Projektname	Crowdfunding-Modell	Projektstatus				Projektteams				Anzahl Facebook Fans	Verlinkung Social Media	Projektkritiken	Budgetplanung	Businessplan	Kostenzusammenstellung im Abschlussbericht	Updates	Jahresabschluss	Finanzprognose	Ergebnis Gemeinwohlförderung
		Finanzierung gescheitert	Umsetzung gescheitert	In Umsetzung	Abgeschlossen	Link zu Homepage	Bildung, Skills, Berufserfahrung	Tätigkeitsbereiche	Namensnennung								Bilanz (Jahr)	Finanzierung durch Dritte	
Corona Soforthilfe für Mitglieder SOLAWI Ackerschön	Spende	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
SchloR		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
DoReMi - Soziales Musikinstitut		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
LivingSENSE		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Vorlesen bei 24-Std.-Betreuung		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
WeWoMo WerkstattWohnmobil		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bürgerstromanlage Passail	Gegenleistung	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2016	2016	-
Bürgerstromanlage Passail II		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2016	2016	-
Bürgerstroma. Weiz, Gutenb.		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2016	2016	-
Bürgerstromanlage Hitzendorf		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2016	2016	-
Greek Diary		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3400 Semmeln		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Paradiesgartl		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Klimawandel im Paradiesgartl		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Best of the Rest		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
FreuRaum		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fairapps		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Montessorihaus		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kinderbuch: Vivi		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Grundeinkom. Kunstkalender		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Onlineshop Deins & Meins		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Landladls Volksmedizingarten		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Schuhe wie Barfuß		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
KugeMeNE-Bildungszentrum		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
GW-Unternehmensportal		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Grüne Wirtschaft	Nachrangdarlehen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2016 - 2019	2016 - 2019	-
Bienenhof Salzburg		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2016 - 2019	2016 - 2019	-
Druckwerkstatt grafische Künste		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2016 - 2017	2016 - 2017	-
Whisperwool		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2016 - 2017	-	-
Haus der Menschenrechte		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2016 - 2019	2016 - 2019	-
Game Changer		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2017 - 2018	2017 - 2018	-

Anhang 2: Pomper, C. (2020). Interview 07.10.2020

Christian Pomper: Ehemaliges Mitglied des Aufsichtsrats der Genossenschaft für Gemeinwohl.

C. Pomper: In der Genossenschaft für Gemeinwohl bin ich im Aufsichtsrat. Mein Mandat läuft im November aus. Ich habe aber eine zweite Plattform für Genossenschaften entwickelt. Die heißt Crowdcopfundung.at. Die hat sich auf die Rechtsform der Genossenschaft selbst spezialisiert. Sie bietet Mitgliederwerbung zum Betreiben für Genossenschaften. Wir haben damals das Crowdfunding um das Element der Coop erweitert und haben das auf „Crowdcopfundung“ getauft. Der Fokus liegt auf der Abbildung oder der Digitalisierung der Geschäftsanteile von Genossenschaften. Man kann aber genauso andere alternative Finanzinstrumente abbilden, wenn man möchte. Wir haben 10 Projekte und das sind alles Genossenschaften. Die nutzen das aber auch gleichzeitig, aus Sicht des Genossenschaftsgesetzes zur Führung ihres Mitgliederregisters. Das ist quasi ein Doppel-Goodie.

A. Gross: Was ist Ihre Rolle in der GfG?

C. Pomper: Ich bin Mitglied im Aufsichtsrat, seit 3 Jahren und übe dort die klassische Funktion aus, die jeder Aufsichtsrat normalerweise inne hat. Ich übe also eine Kontrollfunktion aus, ganz klassisch nach dem Genossenschaftsgesetz. Ich selbst bin zusätzlich im Finanzen Prüfungsausschuss. Alles was mit Zahlen zu tun hat bei der GfG, geht über meinen Tisch. Dann überprüfen und kontrollieren wir einzelne Punkte des Jahresabschlusses, oder schauen uns die Planungsrechnung an. Also ganz klassische Kontrollfunktion. Aber zusätzlich ist mein Background das Genossenschaftswesen. Wenn man den Namen der GfG aufteilt, dann stehe ich eher für Genossenschaft, also für genossenschaftliche Belange. Das ist mein Schwerpunkt. Dementsprechend versuche ich für alle genossenschaftlichen Fragen ein Sparringpartner zu sein, für die Vorstandskollegen in der GfG.

A. Gross: Zur Gemeinwohlprüfung, bzw. der internen Vorprüfung, die vom Arbeitskreis Geldwirtschaft durchgeführt wird: Wie läuft das Konsensverfahren der Vorprüfung ab? Entscheidet dort die Absolute Mehrheit? Wie viele Leute nehmen an so einer Entscheidung teil? Können Sie das skizzieren?

C. Pomper: Grundsätzlich hat die Gemeinwohlprüfung, die für ein Projekt durchgeführt wird, zwei Schritte: Der erste ist der über diesen Arbeitskreis, den Gemeinwohlbeirat. Ich glaube der hat um die 6 oder 7 Mitglieder, die vorweg quasi eine Gemeinwohlprüfung durchführen und eine Empfehlung abgeben. Und der zweite Schritt ist dann die „Wisdom of the Crowd“,

bei dem allen Mitgliedern der GfG das Projekt vorgestellt wird und jedes Mitglied wird eingeladen, seine Gemeinwohlmeinung abzugeben. Das letzte Verfahren ist auch eine „Wisdom of the Crowd.“

A. Gross: Wie viele Genossenschaftler nehmen an der Gemeinwohlprüfung teil?

C. Pomper: Wir haben 5.000 Mitglieder. Sie werden das kennen, mit der aktiven Teilnahme. Das ist wie in der Schweiz, wenn die über etwas abstimmen: Wenn 10% mitmachen, dann wäre es schon sehr viel. Es sind um die 100 die dann ungefähr mitmachen. Zum 1. Schritt wollte ich noch etwas sagen, wie der Gemeinwohl-Beirat Entscheidungen trifft: Grundsätzlich, durch die ganze GfG zieht sich das Prinzip des systemischen Konsensierens, also im Konsent entscheiden. Da geht es darum, dass man Widerstände misst: Da gibt es dann einen schweren, oder leichten Widerstand. Und wenn jemand einen schweren Widerstand hat, dann muss er diesen begründen. Sobald bei dem systemischen Konsensieren alle überzeugt sind, hat man einen Konsent geschaffen. Das ist auch für mich sehr neu gewesen.

A. Gross: Ist die Entscheidungsfindung nicht schwierig? Wenn nur einer gegen etwas ist?

C. Pomper: Es ist länger. Es sind viel mehr Diskussionen. Ich habe das sehr stark miterlebt in der Generalversammlung. Da wird auch systemisch konsentiert. Dort kann das zu sehr langen Diskussionen führen. Man hat dann ein Backup eingeführt, indem man eine Negativfeststellung trifft. Das ist einfach eine Mehrheitsentscheidung. In der Generalversammlung kann man nicht ewig debattieren. Der Vorsitzende muss irgendwann mit der Debatte Schluss machen. Dann stellt er das nochmal zum Konsent und es zählt die Mehrheit an Mehrheitsentscheidungen. Dieses systemische Konsensieren funktioniert, aus meiner Erfahrung, sehr gut in kleinen Gruppen. Bei bis zu 10 Teilnehmern findet man recht rasch eine Entscheidung. Das ist in dem Artikel beschrieben. Das ist die Besonderheit der GfG, als Genossenschaft 2.0, ist die Form der Entscheidungsfindung, die sie abhebt von anderen Genossenschaften. Auch im Gemeinwohl Beirat, also in dem Arbeitskreis, wird systemisch konsentiert.

A. Gross: Bei der Gemeinwohlprüfung wird nach der Gemeinwohlorientierung entschieden. Gibt es noch andere konkrete Indikatoren, die darüber entscheiden, ob ein Antrag abgelehnt oder angenommen wird, abgesehen von der Gemeinwohlorientierung?

C. Pomper: Ja. Natürlich muss das Projekt plausibel sein und wirtschaftlich funktionieren. Das schaut sich der Crowdfunding Experte an. Es geht nicht nur um „Gemeinwohl, Ja oder Nein“. Es geht auch darum, ob das ganze Projekt ökonomisch funktionieren kann.

A. Gross: Ist das dann eine komplette Wirtschaftlichkeitsanalyse oder eher nur eine oberflächliche Plausibilitätsprüfung

C. Pomper: Das ist nur eine Plausibilitätsprüfung. Wir sind keine Wirtschaftsprüfer, die dort auf Mark und Nieren prüfen. Es geht eher darum, dass man sich die Wirtschaftspläne, die auf der Plattform hochgeladen sind, auf Plausibilität anschaut. Wenn dort irrwitzige Umsatzerwartungen oder irgendwas wäre, würde man das sehr kritisch würdigen.

A. Gross: Gibt es konkrete Indikatoren? Müssen irgendwelche Kennzahlen bestimmte Werte haben?

C. Pomper: Das weiß ich ehrlicherweise nicht so in der Tiefe. Aber ich gebe ihnen da Kontaktdaten vom Zuständigen für die Plattform. Was ich mir als Aufsichtsratsmitglied anschau, ist ob generell die Businessline funktioniert.

A. Gross: Was meinen Sie mit Businessline?

C. Pomper: Innerhalb der GfG, ist die Crowdfunding-Plattform auch ein Business-Center, genauso wie das Gemeinwohlkonto. Das sind Profitcenter. Für mich ist wichtig, ob sich das überhaupt trägt.

A. Gross: Würden sie sagen, dass die Plattform für Start-ups eine gute Anlaufstelle ist?

C. Pomper: Absolut! Sie bedient ein gewisses Klientel, denen dieser Gemeinwohl-Aspekt wichtig ist. Für jemanden der einen auf Private-Equity machen möchte, ist CONDA oder eine andere Plattform passender. Das ist so wie eine Genossenschaft, die muss sich auch einen Revisionsverband ihres Vertrauens suchen. Da passt der eine besser und der andere nicht so gut.

A. Gross: Bei Start-ups oder Unternehmen in frühen Phasen ist es extrem schwierig, vorherzusehen wie sie sich entwickeln. Es gibt aber Indikatoren, mit denen man sowas besser abschätzen kann, wie z.B. das Alleinstellungsmerkmal von Innovationen. Werden solche Indikatoren überprüft?

C. Pomper: Nein, einen Innovationskoeffizient oder so irgendwas wird beim Projekt nicht überprüft. Da sind wir wieder beim Fokus: Es zählt nicht der Bereich, sondern die Gemeinwohlorientierung steht mehr im Fokus. Also nicht so stark der Innovationscharakter, sondern eher der Gemeinwohlfokus ist wichtiger. Da gibt es sicher keine eigenen Kennzahlen oder Benchmarks, die man für die Innovationskraft etabliert hat. So etwas gibt es da nicht.

A. Gross: Es gibt ein ausfinanziertes Start-up-Projekt auf der Plattform, die Bodengraf GmbH. Sie stellt Energy Drinks her. Die Energy Drinks werden mit einer speziellen Technologie hergestellt, sie sind ziemlich gesund und ohne Industriezucker. Gibt es dann da Experten, die sich näher mit den verschiedenen Themen auskennen?

C. Pomper: Das geht gar nicht, weil die Projekte so unterschiedlich sind. Was sie verbindet, ist die Gemeinwohlorientierung, aber sie sind total divers, de facto.

A. Gross: Müssen eigentlich alle Unternehmen eine Gemeinwohl-Bilanz erstellen?

C. Pomper: Es ist keine Verpflichtung. Die Gemeinwohl-Bilanz selbst zu erstellen, liegt im Ermessen des jeweiligen Unternehmens. Aber de facto ist es so in der Realität, dass ausschließlich Projekte zu uns kommen, die eine Gemeinwohl-Bilanz schon vorher erstellt haben.

A. Gross: Die Gemeinwohl-Bilanzen der auf der Plattform veröffentlichten Projekte wurden aber nicht für potenzielle Investoren auf der Plattform veröffentlicht, oder?

C. Pomper: Nein. Also unsere eigene Gemeinwohl-Bilanz ist schon transparent dargestellt. Aber die Firmen selber müssen die auf Ihrer eigenen Homepage hochladen, wäre zumindest empfehlenswert.

A. Gross: Okay, aber für potenzielle Investoren war es keine Überlegung, die Gemeinwohl-Bilanz auf der Plattform direkt bereitzustellen?

C. Pomper: Nein, eigentlich nicht, weil das auf der jeweiligen Homepage ist. Außerdem ist man von seinem eigenen Gemeinwohl-Label überzeugt, welches man vergibt. Die Gemeinwohlprüfung, die man selbst durchführt. Aber ich kann das als Anregung auf jeden Fall mitnehmen. Warum nicht, das ist ja nur eine zusätzliche Datei, die man hochlädt. Der Fokus, also die ganzen Dokumente auf der Plattform, sind eher geprägt von den rechtlichen Anforderungen, die man als Crowdfunding-Plattform erfüllen muss, also quasi die Anforderungen des Alternativfinanzierungsgesetzes. Darauf liegt der Fokus der Plattform selbst. Und der Jahresabschluss, solche Zahlen sind dann auch hochgeladen. Aber ich nehme es als Anregung mit, dass die Gemeinwohl-Bilanz auch gleich drauf ist. Eine Anforderung ist es nicht, aus unserer Sicht, dass man es hier hochlädt. Wie gesagt, der Fokus ist eher bei dem Einhalten der rechtlichen Rahmenbedingungen.

A. Gross: Gibt es irgendwelche Mechanismen, mit denen sichergestellt wird, dass Unternehmen nicht gewisse Informationen vorenthalten? Werden z.B. Lieferketten überprüft? Oder ist das alles zu aufwendig?

C. Pomper: Naja, das ist schon im Rahmen von der 1. Schiene. Der Gemeinwohl-Beirat schaut sich das Projekt auch an. Und die gehen da auf jeden Fall schon tiefer, weil die eine Empfehlung abgeben. Das sind so Siegel teilweise, dass die Lieferketten eingehalten werden. Und GOTS-Zertifizierungen im Textil Bereich wären das dann zum Beispiel.

A. Gross: Sind diese Zertifizierungen auch auf der Plattform angegeben?

C. Pomper: Nein, das ist wieder auf der Homepage. Das obliegt dem Unternehmen selbst. Die Plattform ist dazu da, dass ein potenzieller Investor darauf aufmerksam wird. Und grundsätzlich, also von der Grundidee her, sollte er sich selber mit dem Unternehmen beschäftigen und dementsprechend auf die Website klicken. Genau dort wäre dann die tiefe Information des Unternehmens selbst, mit seinen ganzen Zertifizierungen. Weil wenn es Zertifizierungen hat, wird es die präsentieren auf der Webseite. Genauso wie die Gemeinwohl-Bilanz.

A. Gross: Das heißt, wenn ein Unternehmen eine Gemeinwohl-Bilanz erstellt, dann wird vom Beirat jeder Aspekt auch untersucht?

C. Pomper: Ja, wenn da z.B. keine Gemeinwohl-Bilanz wäre, dann würde das ein niedriges Rating bedeuten, für die Empfehlung an die Mitglieder. Das würde dort aufschlagen, das würde dann eher einen negativen Punkt geben, wenn ein Unternehmen keine Gemeinwohl-Bilanz hat. Aber wie gesagt, in der Praxis ist es eher umgekehrt, dass Unternehmen die schon lange Gemeinwohl-Bilanzen machen, Projekte umsetzen. Das ist eher die Regel.

A. Gross: D.h. es sind Unternehmen, die von der Idee der GWÖ überzeugt sind?

C. Pomper: Ja, genau. Das ist die Zielgruppe. Private Equity oder technisch innovative Firmen, gehen auf eine andere Plattform. Da ist CONDA oder Kickstarter oder anderes gefragt. Aber alle die Bio-Produkte kaufen und Unternehmen betreiben, für die ist tendenziell die Gemeinwohlprojekt-Plattform die erste Anlaufstation.

A. Gross: Es gibt beim Gemeinwohl die Kritik, dass es eine latente Größe ist, dass niemand entscheiden kann, was Gemeinwohl ist und dass es für alle Menschen etwas anderes ist. Wie würden sie auf einen Kritiker antworten, der sagt, dass es gar nicht wirklich möglich ist, so eine Gemeinwohl Bewertung durchzuführen? Selbst wenn es mehrere Schritte gibt und es viele Genossenschaftler bewerten, ist es trotzdem so, dass diejenigen, die in der Genossenschaft sind, eine bestimmte Art von Menschen sind, die die Gemeinwohl-Theorie der GWÖ unterstützen.

C. Pomper: Naja, dementsprechend ist der Begriff des Gemeinwohls innerhalb der Genossenschaft definiert, es besteht ein gewisses Grundverständnis, auf der einen Seite. Die Gemeinwohlprüfung ist, nach diesen Ersteinschätzungen vom Gemeinwohl-Beirat, eine demokratische Entscheidung unter den Mitgliedern. Das ist die „Wisdom of the Crowd“. Ich habe gesagt, ich stehe eher für den Teil der Genossenschaft. Wenn sie mich generell über den Begriff Gemeinwohl fragen, dann ist meine private Meinung: Wenn ich mir den Firmennamen „Genossenschaft für Gemeinwohl“ anschau, ist das für mich doppelt gemoppelt. Die Genossenschaft selbst hat grundsätzlich einen Förderauftrag für ihre Mitglieder, den Mutual Benefit. Dieser Idee der Gemeinwohl Definition bin ich viel näher. Mir gefällt ein alter Begriff viel besser: Dass man für die gemeinsame Wohlfahrt sorgt. Ich bin vom Begriffsverständnis eher historisch eingestellt, unterstützt durch meine Interpretation der Genossenschaftsidee. Der Gemeinwohl Begriff ist eher ein moderner Begriff, der seine Definition sucht. Aber wir haben ihn innerhalb der Genossenschaft für unser Verständnis entwickelt und nach dem Verständnis wird das abgewickelt. Man kann das Gemeinwohl gern wissenschaftlich definieren, aber innerhalb der eigenen Begriffsdefinition fühlt man sich wohl und hat einen Raum, in dem man agieren kann.

A. Gross: Das heißt, sie haben den Begriff für sich festgelegt, und danach handelt die Genossenschaft?

C. Pomper: Ja, das ist der Rahmen, der den Definitionen der Gemeinwohl-Ökonomie entspricht. Der andere Aufsichtsratskollege, Christian Felber, ist Begründer vom Verein „Gemeinwohl Ökonomie“. Er steht eher für das Gemeinwohl in der GfG, also für das andere „G“. Das ist natürlich ein gemeinsames Begriffsverständnis, das man da entwickelt hat. Die Definitionen findet man auf unserer Homepage und auf der GWÖ-Homepage. Es ist der Rahmen, den wir uns selber gegeben haben, uns und unseren Mitgliedern. In dem Rahmen kann man Entscheidungen treffen.

A. Gross: Es gibt die Plattform Crowdcircus.com und da gibt es ein Transparenzsiegel, das verliehen wird. Kennen sie das? Die haben auch ihrer Plattform das Transparenzsiegel verliehen.

C. Pomper: Sagt mir nichts, aber die GfG hat für sich auch Transparenzkriterien, wie offene Kommunikation mit den Mitgliedern. Da findet man die Richtlinien auf der Homepage. Crowdcircus sagt mir nichts. Aber Transparenz ist ein wichtiges Thema, auch für uns als Genossenschaft. Wir haben da auch eigene Richtlinien. Da habe ich schon die Kollegen einbremsen müssen. Z.B., bestimmte Berichte, die eigentlich innerhalb des Betriebsgeheimnisses

liegen - und Datenschutz ist auch immer so ein Thema - das sollte man nicht auf die Homepage geben. Da reicht auch die Kurzfassung, z.B. vom Revisionsbericht.

A. Gross: Da Transparenz auch bei ihrer Definition des Gemeinwohls ein wichtiges Thema ist: Ist irgendwo einsehbar, wie die Einnahmen der Crowdfunding-Plattform, oder auch der Genossenschaft generell, verwendet werden?

C. Pomper: Das ist im Jahresabschluss drin und es gibt einen Lagebericht vom Vorstand, den alle Mitglieder bekommen. Ansonsten zur Einnahmenverwendung: Ganz ehrlich, die GfG hat ursprünglich 4 Millionen € Eigenkapital gesammelt und davon sind 3 Millionen weg, verbraucht, durch Konzessionsverfahren, et cetera. Ursprünglich sollte das eine Bank werden. Dann haben wir das reorganisiert. Die Genossenschaft muss eher schauen, dass sie eine schwarze Null schreibt. Jetzt gehen die Einnahmen vor allem fürs Personal und Sachaufwendungen drauf, die größten Kostenpositionen. Dementsprechend muss die Genossenschaft schauen, dass sie wirtschaftlich funktioniert und weiter auf diesem Break-Even Pfad bleibt. Generell, wenn die Genossenschaft den Break Even erreicht, was wir hoffen und erwarten und nachhaltig Gewinne schreiben würde, dann gibt es eine eigene Satzungsbestimmung. Grundsätzlich sind Ausschüttungen ausgeschlossen, auf Basis der Satzung. Zusätzlich besteht im Rahmen der Ergebnisverwendung für die Generalversammlung die Möglichkeit, dass man ein eigenes Sondervermögen, einen eigenen Fond dotiert, der dem Gemeinwohl gewidmet ist. Dieser Fond würde dann für Gemeinwohl-Projekte oder Gemeinwohl-Initiativen zur Verfügung stehen. Er hat einen eigenen Rücklagencharakter, er ist als Sondervermögen gedacht. Aber in die Verlegenheit ist die Genossenschaft noch nicht gekommen, solche Ergebnisverwendungsbeschlüsse zu machen, weil sie eher schauen muss, dass sie wirtschaftlich nachhaltig funktioniert und die Verlustvorträge zuerst aufbraucht, die sie angesammelt hat.

A. Gross: Ist man da auf dem Weg der Besserung?

C. Pomper: Es ist auf jeden Fall ein Pfad eingeschlagen und ich gehe davon aus, dass das funktionieren wird. Es gibt eine positive Fortführungsprognose.

A. Gross: Wie werden die Einnahmen der Crowdfunding-Plattform verwendet, bzw. die Provisionen, die mit den Kampagnen eingenommen werden?

C. Pomper: Die Plattform ist Teil der Genossenschaft und das fließt dann in die Einnahmen rein. Gott sei Dank, erwirtschaften wir Einnahmen. Aber es sind noch zu wenig, um die Ausgaben abdecken zu können.

A. Gross: Es hätte ja sein können, dass alles, was mit der Plattform eingenommen wird, dann auch wieder in die Plattform gesteckt wird.

C. Pomper: Dafür muss das ganze Vehikel zuerst nachhaltig funktionieren. Wenn man dann eigene Center hat, quasi wie die Plattform, oder eigene Sparten, wenn man so möchte und man dort wirklich nachhaltig positive Deckungsbeiträge erwirtschaftet, dann ist klar, dass das sofort in eine Weiterentwicklung der Plattform investiert werden würde. Aber zuerst müssen die Beiträge für die gesamte Genossenschaft herangezogen werden.

A. Gross: Gibt es ein Ziel, bis wann man auf eigenen Beinen stehen möchte?

C. Pomper: Nächstes Jahr, spätestens 2021 muss der Break Even nachhaltig erreicht werden. Also heuer schon, erster Step, und nächstes Jahr muss dann die schwarze Null stehen.

A. Gross: Und Sie sind zuversichtlich?

C. Pomper: Ja. Man hat immer nur zwei Möglichkeiten: Mehr Erträge erwirtschaften oder Kosten reduzieren.

A. Gross: Nach Kampagnenschluss ist die Plattform raus, oder? Es wird nicht geschaut, was die Unternehmen danach machen, oder?

C. Pomper: Nein, dann hat das Unternehmen hoffentlich erfolgreich Eigenkapital eingenommen und benutzt das für die Projekte, die sie in dem Plan vorgesehen haben. Die Unternehmen selbst haben dann aus dem Alternativfinanzierungsgesetz diese jährliche Informationspflicht. Jeder Kapitalgeber, jeder Anleger muss informiert werden. Das muss das Unternehmen selbst aus dem Alternativfinanzierungsgesetz auf ihre Homepage stellen. Jährlich den Jahresabschluss, upgedatetes Informationsblatt nach dem Alternativfinanzierungsgesetz. Die bleiben hoffentlich mit ihren Anlegern in Kontakt. Die Kontaktdaten sind ein wertvolles Gut. Man muss gesetzlich kommunizieren, aber kann auch so über Neuigkeiten informieren. Da könnten potenzielle Neukunden dabei sein.

A. Gross: Könnte es sein, dass hinsichtlich des Gemeinwohls, das Ganze theoretisch als Marketinginstrument genommen wird? Wie beim Greenwashing.

C. Pomper: Das soll kein Greenwashing sein. Ich glaube das sind ganz gute Kriterien, die das Gemeinwohl umreißen. Die Plattform selber vergibt auch ein Gemeinwohl-Siegel. Das soll Sinn und Zweck sein. Das ist wie eine Rating-Agentur, aber für Gemeinwohl Projekte. Das soll auch ein gewisses Vertrauen beinhalten. Es kann jeder mal ins Klo greifen, aber grund-

sätzlich vergibt die Plattform ein Gemeinwohl-Siegel, das sagt „Gemeinwohl-geprüft“, „Gemeinwohl-Siegel“, „bestätigt“.

Anhang 3: Blum, E. (2020). Interview 27.10.2020

Elisabeth Blum: Mitgliederservice im Team Crowdfunding in der Genossenschaft für Gemeinwohl

A. Gross: Ist der Gemeinwohl-Beirat dasselbe wie der Arbeitskreis Geldwirtschaft?

E. Blum: Nein, der Arbeitskreis Geldwirtschaft beschäftigt sich mit verschiedenen Themen. Also Themen mit Geld in der Genossenschaft. Da ist z.B. das Gemeinwohlkonto mit dabei. Der Gemeinwohl-Beirat hat eine überwiegend andere Zusammensetzung an Personen. Die sind wirklich nur dazu da, um das eingereichte Crowdfunding-Projekt nochmal zu durchleuchten als letzten Schritt, bevor es in die Finanzierung geht. Und dann letztendlich freigegeben wird, oder nicht.

A. Gross: Das ist dann bei der internen Vorprüfung?

E. Blum: Ganz genau, so ist es.

A. Gross: Wer ist da Mitglied? Sind das irgendwelche Experten in verschiedenen Bereichen?

E. Blum: Genau. Es ist z.B. Fritz Fessler, unser Geschäftsführer. Dann mein bis vor Kurzem noch Kollege, Patrik Zaunfuchs. Das mache jetzt ich. Dann gibt es Leute, die sich wirtschaftlich sehr gut auskennen, oder im Gemeinwohlbereich tätig sind. Die haben wir hauptsächlich kennen gelernt, weil wir die Gemeinwohllakademie haben und da haben wir sehr viele Vortragende. Und zwei, drei von denen haben wir rausgefischt, für den Gemeinwohl-Beirat.

A. Gross: Okay, also eine Gruppe von 6 bis 7 Leuten?

E. Blum: Das kommt wahrscheinlich hin, ja.

A. Gross: Sind es immer die gleichen?

E. Blum: Das sind immer die gleichen, bzw. es ist eigentlich wie bei einem Vorstand, es wird natürlich abgewechselt, wenn die Personen das möchten. Man ist nicht auf Lebenszeit verpflichtet. Aber grundsätzlich ist es ein stabiles Team. Es wechselt nicht nach Projekt.

A. Gross: Die Kriterien, nach denen Sie in der Vorprüfung entscheiden, sind die in dem Dokument „Die Gemeinwohl-Prüfung“ angegeben? (Genossenschaft für Gemeinwohl eG n. d. a) Danach wird entschieden, oder?

E. Blum: Ja, es kommt drauf an zu welchem Stadium. Grundsätzlich ist der Ablauf so: Jemand reicht sein Projekt ein. Meistens über E-Mail oder die Plattform. Dann schauen wir intern an, ob das zu uns passt. Dann machen wir, je nach Höhe des Zielbudgets, intern die erste Vorentscheidung, oder wir geben es an Experten. Wir haben eine ganze Liste mit Leuten, die sich freiwillig gemeldet haben. Die z.B. Experten in Sozialfragen sind oder in ökologischer Landwirtschaft oder irgendwas. Das können wir natürlich nicht persönlich abdecken, weil ich habe den Background nicht z.B. Wenn das Zielbudget mehr als 10.000 € ist wissen wir, dass wir diese Experten hinzuziehen. Die schreiben dann ihre Beurteilung, die mit in die Gemeinwohlprüfung fließt. Wenn es aber ein kleineres Projekt ist, z.B. das Kinderbuch, das wir vor kurzem finanziert lassen haben - Ich glaube da war die Fundingsumme irgendwas mit 7.000 € – Dann machen wir es intern. Das trauen wir uns zu. Wenn entweder wir intern oder die Expertengruppe sagt, dass es passt, dann geht es in die Gemeinwohlprüfung. Das ist dann der Teil, in dem die Genossenschaftsmitglieder das Projekt begutachten können und Fragen stellen können. Und letztendlich beurteilen sollen, wie hoch sie die Gemeinwohlorientierung einschätzen und mit welchem Unterstützungsbetrag sie bereit wären, sich zu engagieren. Das finde ich super bei unserer Plattform, weil die Einreichenden sehr gutes Feedback Gespür bekommen, wie das außerhalb ihrer eigenen Bubble ankommt. Die Mitglieder der Genossenschaft sind da zum Teil sehr kritisch und bringen neue Aspekte ein, kommunizieren direkt mit den Einreichenden und stellen Fragen.

A. Gross: Bei dem ersten Schritt der Prüfung sind Experten, die ein Urteil abgeben und danach die Genossenschaftler. Gibt es bestimmte Gemeinwohlkriterien, die miteinbezogen werden? Oder entscheiden die nach Gefühl, nach Gesamteindruck oder z.B. nach den Kriterien der Gemeinwohl-Bilanz?

E. Blum: Es ist grundsätzlich so: Das Projekt wird auf der Website angelegt. Es gibt eine Kurzbeschreibung und eine längere Beschreibung. Bei kleineren Projekten, also bei den Gegenleistungsprojekten muss kein Finanzplan dabei sein. Da ist nur eine kurze Aufzählung, wie die Budgetierung ablaufen wird. Es gibt, wenn das Projekt abgeschlossen ist, einen Nachbericht dazu. Aber das Projekt wird grundsätzlich angelegt und anhand von dieser Beschreibung bekommen die Genossenschaftsmitglieder, die Interesse haben an der Gemeinwohlprüfung teilzunehmen, schon einen Eindruck worum es geht und was die Summe ist. Und ob es für sie

stimmig ist, ob es seriös ist, ob es gemeinwohlorientiert ist, ob es sich finanziell, aus ihrer möglicherweise laienhaften Wahrnehmung, ausgehen könnte. Oder vielleicht sind die Leute schon Experten in dem Bereich, weil sie dort arbeiten. Und dann stellen sie Fragen. Aber es ist nicht so, dass sie da einem bestimmten Kriterienkatalog folgen müssen. Es ist eher so ein Bauchgefühl. Wir wollen das Interesse abklopfen und schauen, dass wir ein möglichst breites Spektrum bekommen an Eindrücken. Es ist natürlich freiwillig. Es ist nicht so, dass 4.500 Mitglieder teilnehmen müssen.

A. Gross: Herr Pomper meinte, dass in der Regel um die 100 Genossenschaftler teilnehmen?

E. Blum: 100 ist finde ich jetzt eine sehr hohe Zahl, ehrlich gesagt. Aber ich müsste nachfragen. Ich hätte gesagt vielleicht um die 30, eher als 100. Aber bitte darauf nicht festnageln.

A. Gross: Nochmal zu diesen Experten: Da beziehen sie dann auch manchmal Externe mit rein? Ist das beim ersten Schritt der Gemeinwohlprüfung, oder bei der internen Vorprüfung?

E. Blum: Der erste Schritt ist die interne Vorprüfung. Wir erhalten den Antrag für das Projekt. Dann schauen wir - Ich formuliere jetzt etwas ganz Übertriebenes: Jemand möchte sein Atomkraftwerk im Garten finanzieren lassen. Dann denken wir uns: „Das passt nicht so wirklich in unser Schema von Gemeinwohlorientierung.“ Aber wenn das irgendwie stimmig ist, dann - je nach Zielsumme - Würde ich mit, in dem Fall mit dem Geschäftsführer der GfG, kurz überlegen: Deckt es sich mit unseren Vorgaben oder nicht? Wenn es ein kleines Projekt ist. Wenn es ein größeres Projekt ist, z.B. ein Nachrangdarlehen, wo es 200.000 Finanzierungssumme gibt, dann ziehen wir Experten hinzu. Neben der Projektbeschreibung auf der Website braucht es einen Finanzplan et cetera. Die schauen sich das ganz genau an: Stimmt es inhaltlich? Ist das budgetmäßig logisch aufgeschlüsselt? Macht das Sinn? Ist das nachhaltig? Geht sich das finanziell aus? Gibt es offene Fragen? Sie geben dann ihr Expertenurteil ab und das fließt mit in die sogenannte Gemeinwohlprüfung, die nachher von den Genossenschaftsmitgliedern nochmal angeschaut und beurteilt wird.

A. Gross: Wird dann auch eine Art Innovationkoeffizient bspw. ausgewertet? Oder wird auf die Erfahrung vom Team geschaut? Z.B.: Die Bodengraf GmbH hat ein Projekt, das finanziert wurde. Sie macht Energy-Drinks und verzichtet auf Industriezucker. Gibt es jemanden der das Projekt hinsichtlich der Technologie auswerten kann?

E. Blum: Ja, in dem Fall würden wir dann die Experten hinzuziehen. Ich kenne die Bodengraf GmbH natürlich. Aber wie das damals genau abgelaufen ist, das weiß ich ehrlich gesagt nicht, das war vor meiner Zeit. Aber grundsätzlich ist es so: Wenn wir einen Chemiker brauchen,

weil wir das intern nicht abdecken können, dann holen wir die Experten dazu. Innovation ist definitiv ein Faktor für uns, aber noch wichtiger ist für uns, ob es gemeinwohlorientiert ist und ob es überhaupt Sinn macht dort zu investieren, weil die Zahlen, der Finanzplan stimmt. Wenn wir das Gefühl haben, dass es z.B. ein wunderschönes schulisches, philosophisches Konstrukt ist, dass sich finanziell aber nie ausgeht, dann wird es abgelehnt.

A. Gross: Da wird dann wahrscheinlich viel auf Zertifizierungen geschaut, oder?

E. Blum: Ist definitiv ein Bonus. Aber wenn es ein Start-up ist, das erst in der Entwicklungsphase ist, dann ist es kein Muss. Aber wenn die sagen, dass sie das Umweltsiegel oder irgendwas haben, dann hat das natürlich mehr Gewicht, als irgendjemand der ganz neu in der Szene ist.

A. Gross: Sie haben gerade gesagt, dass Sie das finanzielle auch anschauen. Gibt es grundsätzliche Indikatoren bei der Gemeinwohlprüfung, die nicht auf die Gemeinwohlorientierung bezogen sind? Z.B. wirtschaftliche Kennzahlen? Oder irgendwelche Indikatoren, die die Zukunftsfähigkeit evaluieren?

E. Blum: Absolut! Wir haben z.B. ein Projekt im Prozess: Es geht um Solarsysteme, die aufgebaut werden oder schon aufgebaut sind. Man kann diese Solarzellen kaufen. Sie stehen irgendwo auf einer Wiese und man kann den erzeugten Strom für den Eigenbedarf nutzen oder weiterverkaufen. Bei der Gemeinwohlprüfung, wo Genossenschaftsmitglieder diskutieren und auch die Experten, die hinzugezogen wurden, war wirtschaftliche Machbarkeit definitiv ein Thema. Diese Solarzellen kosten einen bestimmten Preis und das wird dann irgendwie vorge-rechnet über die Rentabilität. Ich persönlich bin nicht die Expertin was Solarstrom oder die Finanzierung betrifft. Aber die beiden Kollegen, die sich das angeschaut haben, die sind da sehr wohl spezialisiert und haben das wirklich auf jeden Cent berechnet und geschaut, wie das im Vergleich zu anderen Stromanbietern ist und so weiter und so fort. Die sind hart ins Gericht gegangen. Die Einreicher haben alles erklären müssen und Rechnungen und Kalkulationen offenlegen müssen.

A. Gross: Das ist dann eher eine Plausibilitätsprüfung aber keine ganze Wirtschaftlichkeitsanalyse, oder? Denn bei Start-ups ist es ziemlich schwer, vorherzusagen wie die Technologie am Markt ankommt, wie sich das Team verhält und die Kennzahlen richtig zu deuten. Das ist fast unmöglich.

E. Blum: Ja, natürlich kann niemand in die Glaskugel schauen. Grad mit 2020 und Corona ist es nochmal schwieriger. Aber es geht weniger darum zu sagen „Was ist in 5 oder 10 Jahren?“

Sondern es gilt zu überprüfen, ob sich die Einreicher das wirklich gut durchgerechnet haben, ob dieses System zukunftsfähig ist, bis zu einem gewissen Grad. Oder ob irgendjemand, der – auf gut deutsch gesagt - keine Ahnung vom Markt hat, einfach etwas hinbauen möchte, weil er die Idee mag und aber in sein eigenes Verderben reinfährt. Er hat auch Investitionen und wir wollen, dass unsere Unterstützer das Gefühl haben, dass sie in guten Händen aufgehoben sind und es nicht nur eine Verschwendung an Ressourcen und Zeit ist.

A. Gross: Zwischen Start-ups und Investoren gibt es häufig Informationsasymmetrien. Start-ups wollen manchmal nicht alles offenlegen, z.B. wenn es schlecht läuft, um keine Investoren zu verschrecken. Gibt es Maßnahmen, um dem entgegenzuwirken?

E. Blum: Naja, bevor es in die Finanzierungsphase geht, müssen oder sollen die Projekteinreicher alles offenlegen. Uns geht es sehr um Seriosität und nicht darum irgendwas zu verschleiern. Das bringt der Genossenschaft einen schlechten Ruf, das bringt den Investoren einen schlechten Ruf, das ist schlecht für die Allgemeinheit, also für das Gemeinwohl. Das ist im Sinne von Niemandem. Deswegen ist auch der Auswahlprozess im Vorfeld so streng, im Gegensatz zu den meisten anderen Crowdfunding-Plattformen, glaube ich. Dass das abgeklopft wird und im Vorfeld ausgeschlossen wird, dass da Dinge beschönigt werden, die dann nicht aufgehen. Während der Finanzierungsphase gibt es auch immer wieder die Möglichkeit, dass die Investoren und Investorinnen in Kontakt treten mit den Projekteinreichern. Als letztes muss man vielleicht noch dazu sagen, dass wir grundsätzlich zwei Modelle haben: Das eine ist das Gegenleistungsmodell und das andere das Nachrangdarlehen. Beim Gegenleistungsmodell ist das eher so angedacht, dass die Investoren einen bestimmten Betrag geben, da kommen dann z.B. ein paar 1000 € zusammen, und dann bekommen sie dafür ein kleines Dankeschön, einen Reward, der ungefähr im Wert von dem Betrag sein soll. Aber es geht im Grunde genommen darum, dass die Projekteinreicher eine Startsumme haben, mit der sie arbeiten können. Mit der sie dann den Bauernhof oder irgendwas finanzieren können. Damit sie ein Startkapital haben. Und bei den Nachrangdarlehen geht es im Endeffekt um Verzinsung. Aber es ist auch ganz klar, dass wenn das Projekt nicht funktioniert – deswegen heißt es auch Nachrangdarlehen – dann liegt das Risiko schon bei den Unterstützern. Und das wird auch ganz klar kommuniziert. Es ist etwas Längerfristiges. Das Gegenleistungsprojekt ist dann meistens in ein paar Wochen abgehandelt, oder in ein paar Monaten, wenn es lang ist. Aber Nachrangdarlehen gehen zum Teil über drei Jahre, fünf Jahre, zehn Jahre, wenn es sein muss. Das heißt, dass das Risiko bei den Unterstützern ist. Wichtig ist, dass sie es verstehen. Aber da haben wir 1000-mal geschrieben „Auf eigene Gefahr“. Es ist auch immer die Fragen wie-

viel man investiert. Wenn ich 20 € für irgendwelche „Körndl“ auf dem Bio-Bauernhof investiere, dann ist das eine andere Geschichte, wenn der Bauernhof in 5 Jahren pleitegeht, als wenn ich 10.000 € in ein tolles Nachrangdarlehen-Projekt investiere und es schief geht. Das muss man sich gut überlegen.

A. Gross: Auf der Plattform gibt es die Projektart „Marktplatz“. Ist die Neu?

E. Blum: Nein, im Gegenteil. Das ist ein Programmier-Relikt aus alten Zeiten, das wir nicht mehr verwenden. Sie haben auch vielleicht den Button entdeckt mit „Spenden“. Das machen wir auch schon lange nichtmehr. Jetzt grade mit der Corona-Soforthilfe, das ist ein reines Spendenprojekt, aber eigentlich machen wir es nicht mehr. Wir haben nur noch Nachrangdarlehen und Gegenleistungsprojekte. Es ist nämlich so, dass wir die Plattform über Respekt.net erworben haben. Die haben sie quasi konzipiert und wir haben sie dann gekauft und dann haben wir unsere Sachen abgeändert. Aber manchmal findet man so ein paar Programmier-Relikte, die übersehen wurden, oder zu kostspielig waren, um rausgenommen zu werden.

A. Gross: Werden denn viele Projekte abgelehnt?

E. Blum: Die meisten gehen durch. Aber es gibt auch Projekte, die abgelehnt werden, die bei irgendeinem Schritt rausfallen. Ich glaube die meisten fallen gleich zu Beginn raus. Wir sind auf Österreich konzentriert und wir finanzieren keine Hängebrücke in Guatemala. Es ist wegen der Übersichtlichkeit und der Überprüfbarkeit besser. Ich kann jederzeit zu dem Biobauernhof gehen und schauen, ob der wirklich den Stall gebaut hat oder nicht. Aber irgendwas in China oder wo auch immer, das ist schwierig.

A. Gross: Das wären dann wahrscheinlich Beispiele für Projekte, die zwar durch den ersten Teil der Prüfung gekommen sind, aber dann bei den Genossenschaftlern nicht mehr so gut angekommen sind?

E. Blum: Genau. Grundsätzlich ist es so, dass wir Projekte, die außerhalb von Österreich sind, im Vorfeld ablehnen. Das ist ein Knock-out Kriterium. Was anderes ist es z.B. bei den Genossenschaftlern, die müssen auch eine Bewertung abgeben. Da gibt es einen Schieberegler, ich glaube zwischen 1 und 10. Das ist Teil der Prüfung. Sie können Fragen stellen und kommunizieren mit den Projekteinreichern. Wir halten sie aber auch dazu an, dass sie angeben mit welchem Betrag sie unterstützen würden und wie hoch sie die Gemeinwohlorientiertheit einschätzen. 10 ist das beste, 1 ist das schlechteste und ich glaube es muss dann einen Durchschnittswert von – da müsste ich nochmal nachschauen – 6 oder 7 oder sowas haben. Das ist auch ein Schritt, bei dem ein Projekt rausfallen kann. Wir haben z.B. ein Projekt in den Start-

löchern. Da geht es um Kunst im öffentlichen Raum. Kinder, Jugendliche, oder Junggebliebene, die mit Spraydosen eine Figur besprayen dürfen. Da war z.B. immer wieder das Thema: Was ist das für eine Chemie in diesen Spraydosen? Sind das giftige Lacke oder nicht? Das war ein paar Mal die Frage, die aufgetaucht ist. Ob das passt. Es konnte von den Projekteinreichern entschärft werden. Wenn sich die Leute aber darauf aufgegabelt hätten und gesagt hätten „Nein aber wir wollen nicht, dass da etwas Giftiges oder möglicherweise Giftiges in die Luft entweicht oder Kinder damit in die Berührung kommen“, dann hätte es vielleicht sein können, dass das bei diesem Punkt kippt und nicht durch die Gemeinwohlprüfung geht.

A. Gross: Im Finanzierungsbereich „Ernährung und ökologische Land- und Forstwirtschaft“ steht etwas von den „Kriterien des ökologischen Landbaus“. Ist das etwas Offizielles?

E. Blum: Ich bin mir nicht sicher. Wir haben zu diesen ganzen Kategorien Dos and Don'ts. Also wo wir es unterstützen und wo wir es nicht unterstützen.

A. Gross: Das sind auf dem Dokument „Die Gemeinwohl-Prüfung“ dann die Kriterien, nach denen sich orientiert wird, oder (Genossenschaft für Gemeinwohl eG n. d. a)?

E. Blum: Genau!

A. Gross: Oder fließt da sonst noch irgendetwas anderes mit rein?

E. Blum: Nein, das ist im Prinzip das, was abgedeckt sein muss, also wenn wir es intern machen, ohne Experten. Die Experten haben im Grunde genommen auch diese Kriterien, aber machen es natürlich noch viel genauer.

A. Gross: Die Unternehmen müssen auch keine Gemeinwohl-Bilanz erstellen?

E. Blum: Eine Gemeinwohl-Bilanz im Sinne von der GWÖ? Die haben eine Matrix, die ist sehr genau, penibel und umfangreich. Es ist natürlich inhaltlich deckungsgleich, aber in dem Ausmaß machen wir es nicht, nein. Die Gemeinwohl-Bilanz ist über mehrere Seiten hinweg und da sitzt man schon einige Stunden dran.

A. Gross: Aber viele Projekteinreicher haben eine erstellt, oder?

E. Blum: Ja, wenn sie eine erstellt haben, dann ist das ein Plus und wird gerne herangezogen. Es ist auch sehr kostspielig, diese Gemeinwohlbilanzierung. Das kann einige tausend Euro kosten, glaube ich. Es ist keine Voraussetzung.

A. Gross: Die Projektinitiatoren tragen Kosten für die Zahlungsabwicklung. Wissen Sie wie hoch die sind?

E. Blum: Also grundsätzlich ist es nicht nur die Zahlungsabwicklung. Sie zahlen für die Gemeinwohlprüfung an sich, wenn die durchgegangen ist. Das sind glaube ich 600 €.

A. Gross: Ich dachte sie zahlen einen prozentualen Anteil von der Fundingsumme, die sie erreichen?

E. Blum: Das kommt auch noch dazu, genau. Es sind diese 500 € plus Mehrwertsteuer, das ist in Summe 600 €. Für die Prüfung zahlen sie auch. Als Gegenleistung bekommen sie auch das Siegel, das sie dann für ihre eigenen Marketinggeschichten verwenden können.

A. Gross: Aber ist es Pflicht, das Siegel zu erwerben, wenn man über die Plattform finanziert werden will?

E. Blum: Ich muss das Siegel nicht verwenden, wenn ich das nicht möchte. Aber ich muss auf jeden Fall die Gemeinwohl-Prüfung bestehen, sonst kann ich das Projekt nicht bei uns finanzieren. Und für diesen ganzen Aufwand - mit Prüfung, Beirat, Plattform und der Bereitstellung der technische Infrastruktur. Das geht über mehrere Wochen zum Teil, dafür verlangen wir diese 500 € plus Mehrwertsteuer. Im Gegenzug bekommen die Einreicher das Feedback der Genossenschaftler und Experten und das Siegel, damit sie ihr Projekt vermarkten können.

Anhang 4: Abstract Deutsch

Die „Genossenschaft für Gemeinwohl“ hat im Jahr 2017 die Crowdfunding-Plattform „Crowdfunding für Gemeinwohl“ gegründet. Die Entstehung der Plattform ist das Resultat einer Neuausrichtung, nachdem das Projekt zur Gründung einer ethischen Bank in einem langen Verfahren gescheitert war und von über 4 Millionen Euro an gesammelten Genossenschaftskapital nur noch ein Viertel übrig war. Die Plattform soll als eigenständiger Geschäftsbereich funktionieren und der Genossenschaft zu wirtschaftlich nachhaltigen Ergebnissen verhelfen. Als Alleinstellungsmerkmal sollen lediglich gemeinwohlorientierte Projekte finanziert werden. Dafür wurde ein Projektauswahlverfahren etabliert, bei dem die Genossenschaftler die Crowdfunding-Projekte mitbewerten. Diese Arbeit nimmt einerseits eine Beurteilung des Projektauswahlverfahrens vor. Es zeigt sich, dass dem Verfahren ein Mangel an Transparenz anhaftet, dass es zu willkürlichen Bewertungen der Projekte führt und dass den Kriterien des Verfahrens eine wissenschaftliche Basis fehlt, weswegen die Projekte nicht allgemein gültig als gemeinwohlorientiert gelten können. Zum anderen wird mittels der Signalling-Theorie evaluiert, ob es den Kapitalgebern ermöglicht wird, fundierte Investitionsentscheidungen zu treffen. Dafür werden auf Grundlage der Literatur Signale bestimmt, die Informationsasymmetrien zwischen Kapitalgebern und Kapitalnehmern reduzieren und dabei helfen, Qualität zu erkennen. Insgesamt bestehen auf der Plattform an vielen Stellen erhebliche Informationsasymmetrien. Häufig gibt es keinerlei Informationen oder es sind zwar Informationen vorhanden, es fehlt aber an Konkretisierungen. Daraus ergeben sich Risiken für Kapitalgeber. Es entsteht ein Zielkonflikt für die Plattformbetreiber: Da sie an erfolgreich finanzierten Projekten verdienen, wollen sie viele Projekte finanzieren. Gleichzeitig sind sie für die Qualität der Projekte und die Schaffung von Transparenz mitverantwortlich. Misserfolge unter den Projekten können zu einem Rückgang der Investitionsbereitschaft führen. Damit die Plattform als Geschäftsbereich für die GfG wirtschaftlich ins Gewicht fällt, muss die Anzahl der finanzierten Projekte jedoch erhöht werden. Die Zukunftsprognose der Plattform ist insgesamt unsicher.

Anhang 5: Abstract English

In 2017, the cooperative “Genossenschaft für Gemeinwohl” founded the platform “Crowdfunding für Gemeinwohl”. The platform is intended to function as an independent business unit and help the cooperative to achieve economically sustainable results. As a unique selling point, only projects aimed at the common good should be financed. For this purpose, a project selection process was established in which the cooperative members also rate the crowdfunding projects. On the one hand, this work assesses the project selection process. It turns out that the procedure has a lack of transparency, that it leads to arbitrary evaluations of the projects and that the criteria of the procedure lack a scientific basis, which is why the projects cannot generally be regarded as being objectively oriented towards the common good. On the other hand, the signaling theory is used to evaluate whether it is possible for investors to make well-founded investment decisions. For this purpose, signals that reduce information asymmetries and help to identify quality are determined based on the literature. Overall, there are considerable information asymmetries in many cases. Often there is no information at all, or information is available, but there is a lack of concrete details. This gives rise to risks for investors. A conflict of objectives arises for the platform operators: Since they earn money from successfully financed projects, they want to finance many projects. At the same time, they are jointly responsible for the quality of the projects and the creation of transparency. Failures among the projects can lead to a decline in willingness to invest. However, for the platform as a business area to be economically significant for the cooperative, the number of financed projects must be increased. The future prospect of the platform is uncertain.