Lucerne University of
Applied Sciences and Arts

HOCHSCHULE
LUZERN

Wirtschaft

Crowdfunding, eine alternative Form der Finanzierung mit Potenzial?

Grenchen, 3. November 2016

Simon Amrein
Senior Wissenschaftlicher Mitarbeiter
Hochschule Luzern - Wirtschaft

FH Zentralschweiz

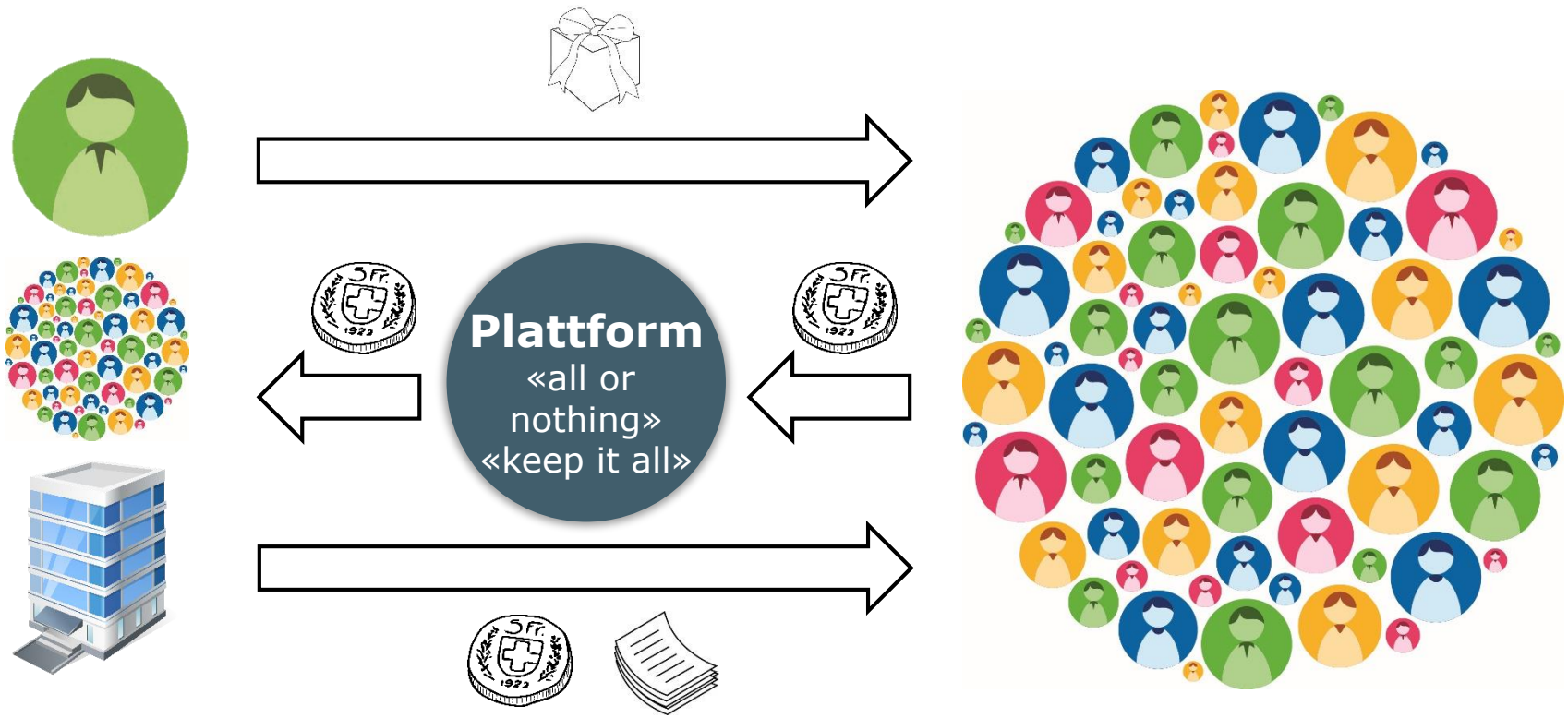
Crowdfunding als heterogenes Phänomen – es gibt sehr viele Formen

Schwarmfinanzierung bedingt nicht immer eine «Masse»

Das Potential von Crowdfunding ist enorm – die Frage ist eher, wo es als erstes eine «relevante» Finanzierungsalternative wird

Die Bank muss nicht immer der Intermediär sein

Crowdfunding – Funktionsweise



Warum Crowdfunding?

Rückmeldung zum Produkt/DL

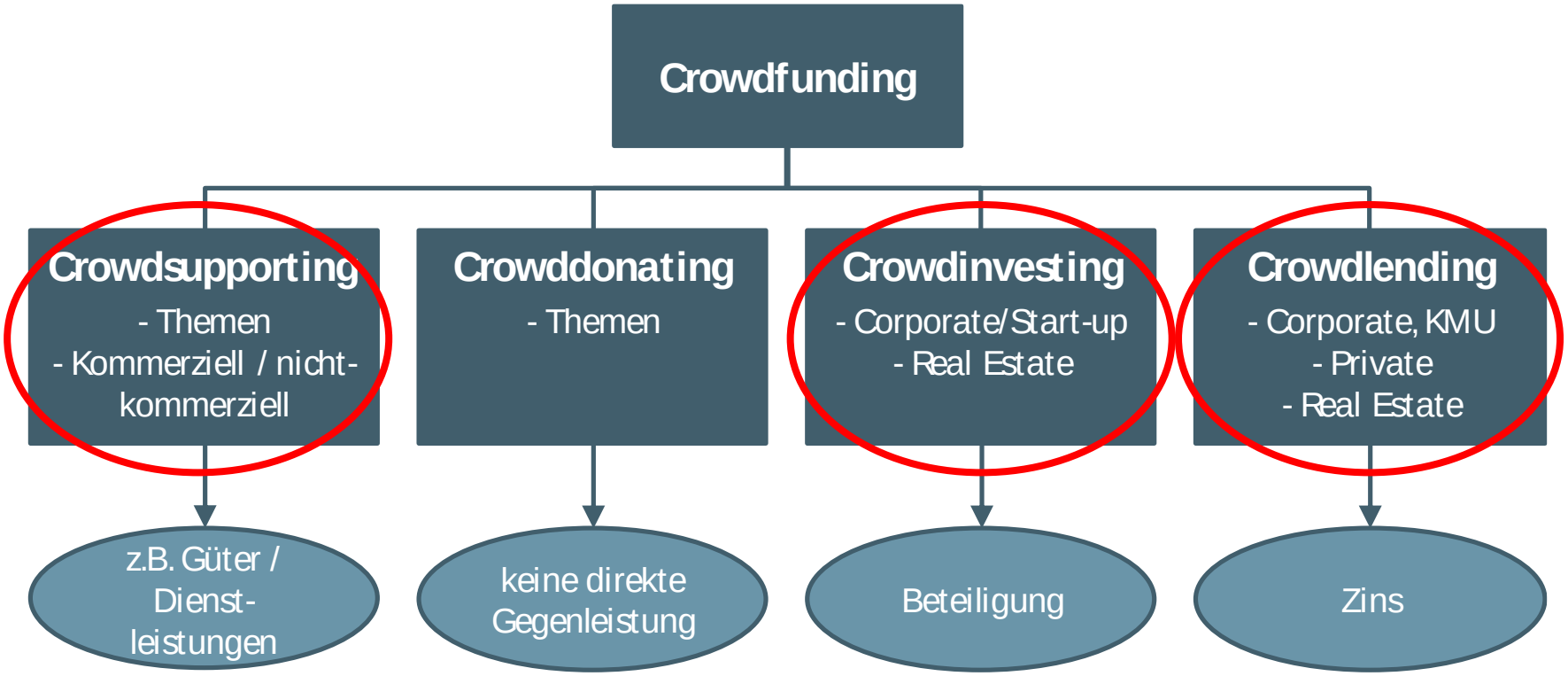
Aufmerksamkeit

Finanzierung

Überspringen von Distributionskanälen & Vermarktungsagenten

Vorverkaufskanal

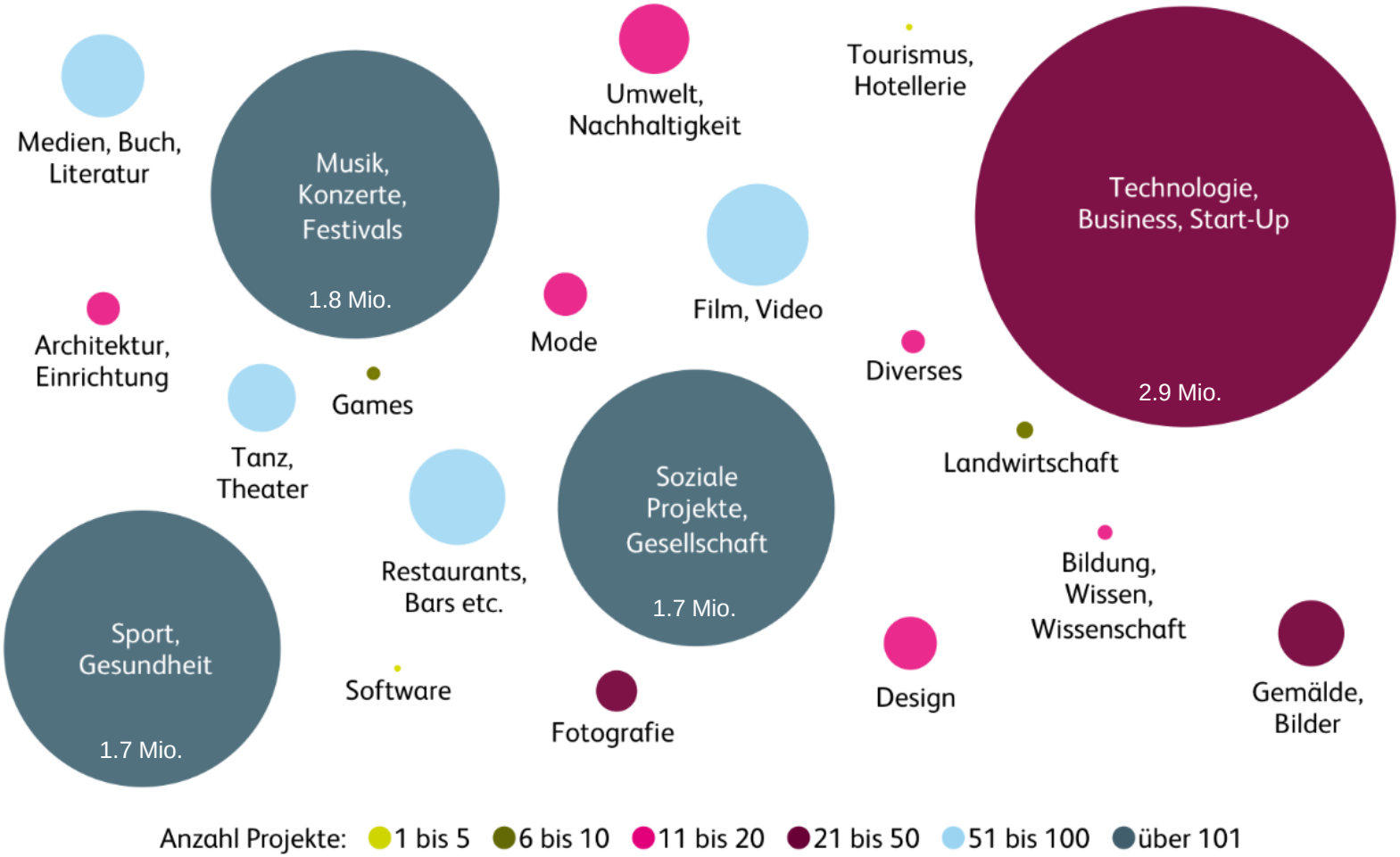
Crowdfunding-Arten



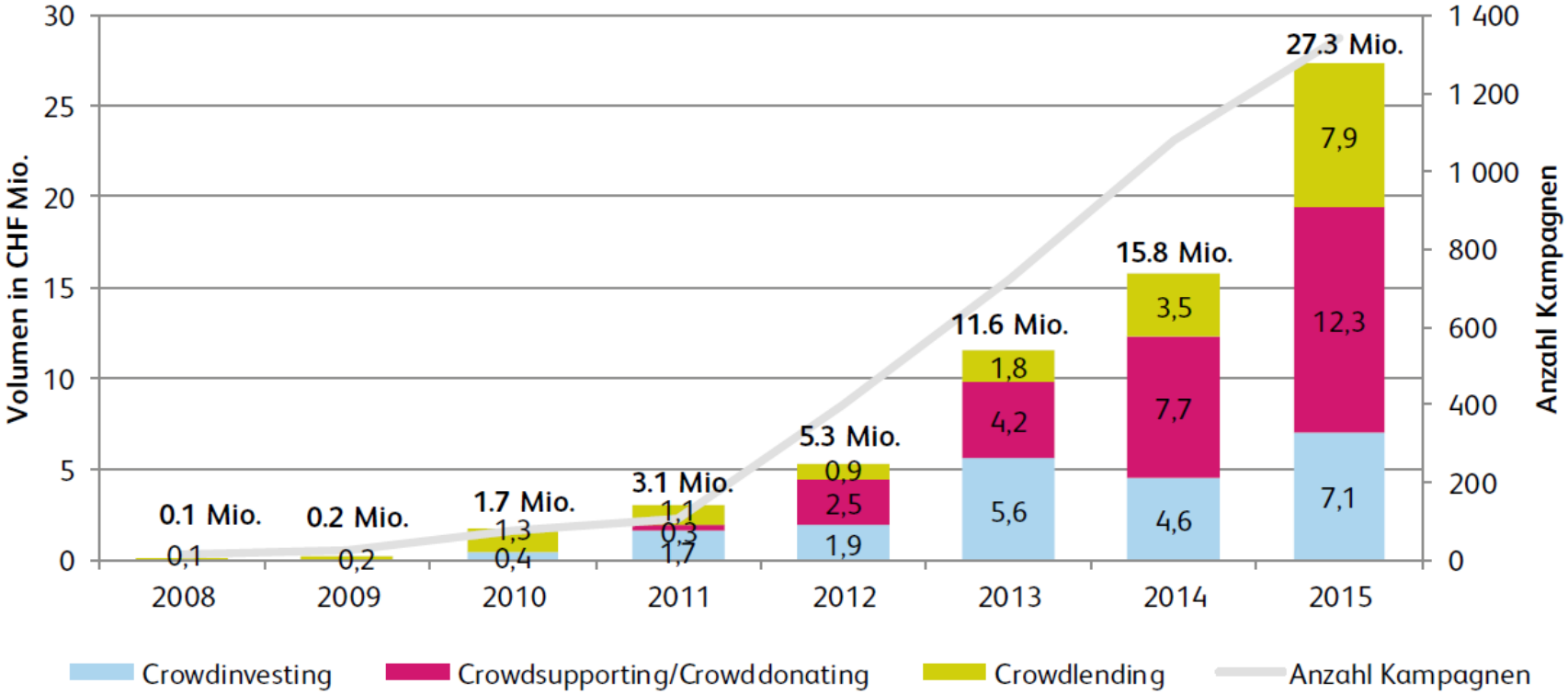
Crowdfunding - Charakteristiken

	Ø Kampagnensumme	Ø Beitrag Backer
Crowdsupporting / Crowddonating	12’000 CHF	140 CHF
Crowdinvesting Real Estate	1.5 - 3.5 Mio. CHF	50’000 - 60’000 CHF
Crowdinvesting Corporate / Start-Ups	0.5 Mio. CHF	17’000 CHF
Crowdlending Private	15’000 - 20’000	2’000 CHF
Crowdlending KMU	50’000 - 300’000 CHF	n.a.

Crowdsupporting & Crowddonating: Volumen & Anzahl Kampagnen nach Kategorien



Volumen-Entwicklung in der Schweiz



- Aktuell etwa 40 Plattformen in der Schweiz
- Prognose Volumen 2016: ca. CHF 65 Mio.

Crowdfunding mit Potenzial

Crowdinvesting:
7.1 Mio. CHF

Venture Capital:
670 Mio. CHF
Hypotheken Ende 2016: ca. CHF 1 Billion (est.) ausstehend

Crowdlending:
7,9 Mio. CHF

Konsumkreditmarkt: 3.5 Mrd. CHF abgeschlossen

KMU Kredite: 290 Mrd. CHF ausstehend

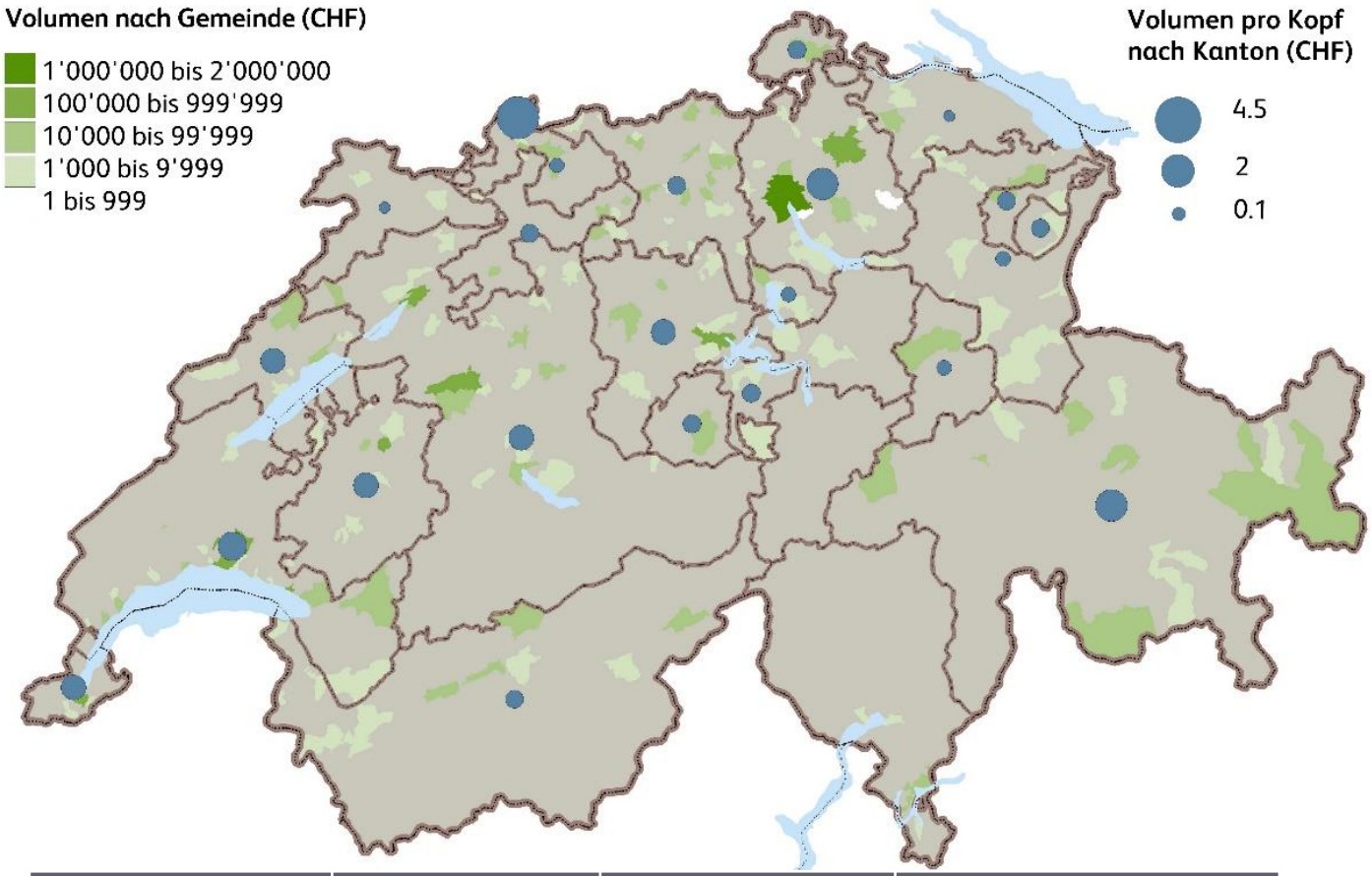
Crowdsupporting/ Crowddonating:
12,3 Mio. CHF

Spenden:
1.8 Mrd. CHF

Volumen 2015 - International

Länder	Volumen (in CHF Mio.)	Volumen pro Einwohner (in CHF)
USA	36'174,6	112,5
Grossbritanien	4'721,8	71,6
Japan	360,7	1,1
Australien	348,9	1,1
Frankreich	346,9	5,2
Deutschland	270,8	3,3
Kanada	179,2	0,6
Niederlande	120,7	7,1
Finnland	69,6	12,7
Spanien	54,4	1,2
Belgien	40,2	3,5
Estland	34,8	26,1
Italien	34,8	0,6
Schweiz	27,3	3,3
Dänemark	26,1	4,7
Schweden	14,1	1,5

Crowdfunding als urbanes & lokales Phänomen
(Crowdsupporting & Crowddonating, ausbezahlte Volumen, Zahlen von wemakeit)



	Erfolgsquote	Mediandistanz	Anzahl Kampagnen
Urban	76%	12 km	1'113
Ländlich	66%	39 km	394

Fazit

1) Die Arten von Crowdfunding sind grundverschieden – es entstehen immer neue Formen

2) Die durchschnittlichen Volumen zeigen, was bereits möglich ist

3) Der Markt steht ganz am Anfang – das Potential ist riesig

4) Real Estate Crowdfunding ist der Haupttreiber des Marktwachstums von Crowdfunding 2016

5) Crowdlending wird künftig der grösste Crowdfunding-Markt werden – wenn regulatorische Hürden fallen

6) Etablierte Institutionen, Firmen und Genossenschaften mit hoher Kreditwürdigkeit eignen sich besonders für Crowdlending

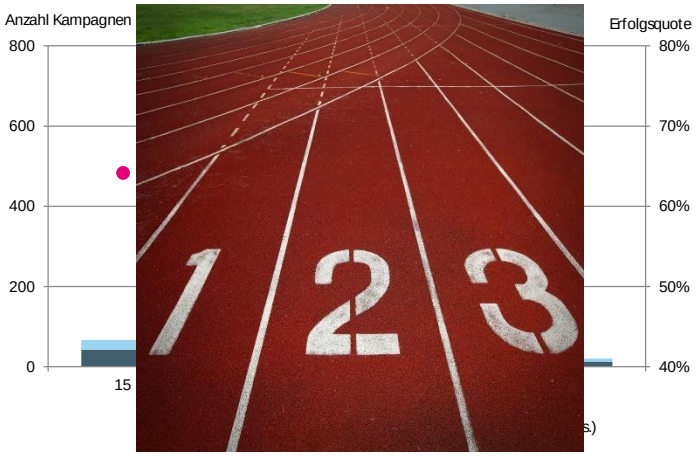
Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

www.hslu.ch/crowdfunding

Charakteristiken von Kampagnen
(Crowdsupporting & Crowddonating)

The Valley of Death

30-45 Tage Kampagnen am erfolgsversprechendsten



Ganz oder gar nicht

Launch hard or go home