

---

# **Europäisches Forschungsfeld Angewandte Mittelstandsforschung**

---

Univ.-Professor Dr. Dr. habil. Wolfgang Becker  
Otto-Friedrich-Universität Bamberg

---

## **Crowdlending 2.0**



## Impressum

*Wissenschaftlicher Direktor* Univ.-Professor Dr. Dr. Wolfgang Becker  
Otto-Friedrich-Universität Bamberg  
Europäisches Forschungsfeld für  
Angewandte Mittelstandsforschung (EFAM)

*Wissenschaftlicher Projektleiter* Professor Dr. habil. Patrick Ulrich

*Wissenschaftliche Mitarbeiter* Felix Schuhknecht, M.Sc.  
Meike Stradtman, M.Sc.

*Anschrift* Otto-Friedrich-Universität Bamberg  
D-96052 Bamberg

*Telefon* +49.(0)951.863.2507

*E-Mail* [ufc\(at\)uni-bamberg\(dot\)de](mailto:ufc(at)uni-bamberg(dot)de)  
*Internet* [www.professorwbecker.de](http://www.professorwbecker.de)

*Copyright* © by Univ.-Professor Dr. Dr. Wolfgang Becker  
Respect Creativity!

*Druck* Bamberg 2018

## Projektbeschreibung

Die **Finanzierung** von Unternehmen ist unternehmensgrößenübergreifend als überlebenswichtiger Faktor einzustufen, der die langfristige Liquiditätslage und somit auch die nachhaltige **Existenzsicherung** am Markt gewährleistet. In diesem Zusammenhang wird vor allem die Finanzierung mittelständischer Unternehmen als **problembehaftet** angesehen, da ihnen oftmals ein erschwerter Zugang zum Kapitalmarkt attestiert wird.

Neben der **traditionellen Kreditversorgung** durch (**Haus-)Banken**, bieten sich jedoch angesichts der Entwicklungen der „New Economy“ und neuartig aufkommender **Plattformmodelle neue Finanzierungsmöglichkeiten** für Unternehmen jedweder Größenordnung. Eine zu diesem Thema im **Jahr 2015** vom EFAM **durchgeführte Studie** hat bereits belegen können, dass die **Finanzierung** in mittelständischen Unternehmen grundsätzlich ein **anhaltend relevantes Thema** repräsentiert. Wenngleich die befragten Unternehmen die Finanzierung über Hausbanken bevorzugen, so zeigen sie ebenfalls ein ausgeprägtes **Bewusstsein** für das **Aufkommen neuer Finanzierungsformen**, wie etwa Crowdfunding, -lending und -financing. Mittelständler schätzen diese Plattformdienste aufgrund der ihr nachgesagten **niedrigen regulatorischen Hürden**, zeigten sich jedoch zum damaligen Zeitpunkt in ihrer Nutzung verhalten, zumal ihnen **Anbieter** dieser Plattformen weitestgehend nicht bekannt waren.

Vor dem Hintergrund der heutigen **Entwicklungen** ist jedoch zu vermuten, dass die **Relevanz** dieser alternativer Finanzierungsformen durch die **Präsenz** exponentiell auftretender **online-basierter Finanzdienstleistungsplattformen** sowohl für mittelständische als auch für große Unternehmen steigt und sich angesichts dessen zu einer **ernst zu nehmenden Alternative** gegenüber traditionellen Bankkrediten entwickeln kann.

Bisher ist jedoch teils noch immer unklar, inwieweit diese zunehmend zu beobachtenden **Entwicklungen** die **Nutzung** alternativer Finanzierungsplattformen im **Vergleich** zum **Jahre 2015** tatsächlich beeinflusst haben und welche **Bedeutung** vor allem dem Crowdlending gegenüber tradierten Bankfinanzierungsmöglichkeiten at-

testiert wird. Es fehlen **Best Practices**, **Benchmarks** und insbesondere **wissenschaftlich gesicherte Zahlen**.

Das vorliegende Projekt des EFAM setzt mit einer vergleichenden Studie an dieser Forschungslücke an und untersucht u.a. die folgenden **Schwerpunkte**:

- Rahmenbedingungen;
- Aktuelle und zukünftige Finanzierung;
- Bankbeziehungen;
- Neue Finanzierungsinstrumente;
- Banken vs. Crowdfunding.

Zu diesem Zweck wird eine **Vergleichsstudie** der online-Befragung aus dem **Jahre 2015** durchgeführt, wonach sich anhand der Kontrastierungen der Ergebnisse wesentliche Unterschiede hinsichtlich der **Nutzung** und **Bedeutung alternativer Finanzierungsformen** im **Zeitvergleich** hervorheben lassen. Darüber hinaus werden die vormals abgeleiteten wesentlichen Handlungsempfehlungen und Best Practices einer **zeitgemäßen Revision** unterzogen, um wesentliche **Implikationen** für die gegenwärtige Praxis abzuleiten.

## Detailinformationen zur Stichprobe (244 ausgewertete Unternehmen)

Insgesamt wurden 60.000 Unternehmen angeschrieben; zur Teilnahme erklärten sich **244 Unternehmen** (Stand: 08.05.2018) bereit, so dass die Erfolgsquote 0,41 Prozent beträgt.

Die befragten Unternehmen weisen in Bezug auf die Größe und Jahresumsatz einen Median von **65 Mitarbeitern** auf. Die einzelnen Größenkategorien lauten wie folgt 12 Unternehmen <30 Mitarbeiter; 164 Unternehmen zwischen 30 und 300 Mitarbeiter sowie 23 Unternehmen zwischen 300 und 3.000 Mitarbeiter. Der Umsatz weist einen Median von **10 Mio. Euro** auf. 75 Unternehmen haben einen Umsatz von unter 6 Mio. €; 92 Unternehmen zwischen 6 Mio. € und 60 Mio. €; 22 Unternehmen zwischen 60 Mio. € und 600 Mio. €; 11 Unternehmen über 600 Mio.

47 Prozent der Probanden sind Mitglied des Aufsichtsrats/Beiratssonstige Geschäftsführer oder Vorstände, 33 Prozent, kaufmännische Leiter oder CFOs. CEOs bzw. geschäftsführender Gesellschafter sind zu 20 Prozent vertreten.

Hinsichtlich der **Altersstruktur** kann kontrastiert werden, dass 36 Prozent zwischen 51 und 60 Jahren sind. Das Alter von 29 Prozent der befragten Probanden beträgt 41-50 Jahre. Ein kleiner Teil (16 Prozent) ordnet sich zwischen 31 und 40 Jahren ein. 14 Prozent der Probanden hat bereits das 60zigste Lebensjahr überschritten. Die kleinste Gruppe bilden die 20 bis 30 Jährigen (3 Prozent).

Jeweils 30 Prozent der befragten Probanden identifizieren den nächsten **Generationenwechsel** innerhalb der nächsten 5 Jahre bzw. zwischen 6 und 10 Jahren. 16 Prozent der Unternehmen werden mit diesem in 15 bis 20 Jahren konfrontiert. 14 Prozent in den nächsten 11 bis 15 Jahren. Bei 9 Prozent der Befragten wird der Generationenwechsel voraussichtlich erst in über 20 Jahren erfolgen.

## Rahmenbedingungen

### Allgemeine Zufriedenheitsaspekte im Unternehmen

- Die Unternehmen der vorliegenden Studie sind mit der aktuellen **Gesamtentwicklung** sehr zufrieden (28 Prozent) bzw. zufrieden (60 Prozent). Ferner werden der **Produkterfolg** (24 Prozent „sehr zufrieden“, 61 Prozent „zufrieden“) und der **Grad der Kundenloyalität** (37 Prozent „sehr zufrieden“, 42 Prozent „zufrieden“) als äußerst positiv empfunden. Die **Anzahl der akq. Neukunden** nimmt unter den befragten Zufriedenheitsaspekten den letzten Platz ein (14 Prozent „sehr zufrieden“, 41 Prozent „zufrieden“).

**Vergleich zum Erhebungszeitpunkt 2015:** Im Gegensatz zu diesem Erhebungszeitpunkt nimmt nicht der Marktanteil den letzten Platz ein, sondern die Anzahl der akq. Neukunden wird als am meisten problematisch angesehen.

- Knapp zwei Drittel der Unternehmen beurteilen die **Finanzierung** als ein **aktuelles Thema** (26 Prozent „stimme voll zu“, 27 Prozent „stimme zu“). Ein gutes Drittel der Unternehmen prüft vermehrt neue Finanzierungsmöglichkeiten (12 Prozent „stimme voll zu“, 19 Prozent „stimme zu“). Für nur 20 Prozent aller befragten Unternehmen ist die Finanzierung problematisch (9 Prozent „stimme voll zu“, 11 Prozent „stimme zu“).

**Vergleich zum Erhebungszeitpunkt 2015:** Hierbei konnten keine erwähnenswerten Unterschiede festgestellt werden.

**Fazit:** Die vorliegenden Ergebnisse zeigen, dass die Unternehmen bereit sind, **Investitionen in ihre Geschäftstätigkeit** auch weiterhin vorzunehmen. Der Grund hierfür liegt in der positiven Gesamtsituation, in der sich die Unternehmen, analog zum Erhebungszeitpunkt 2015, zurzeit befinden.

### Aktuelle Finanzierung und zukünftige Finanzierung

- Knapp ein Drittel (30 Prozent) aller befragten Unternehmen weist eine **Eigenkapitalquote** von über 50 Prozent auf. 21 Prozent liegen zwischen 21 und 30 Prozent. Eine Eigenkapitalquote von 31-40 Prozent weist die drittgrößte Gruppe mit 17 Prozent auf.

**Vergleich zum Erhebungszeitpunkt 2015:** Hierbei konnten keine erwähnenswerten Unterschiede festgestellt werden.

- Bezogen auf die Frage, ob die Unternehmen **aktuell zusätzliche Finanzmittel benötigen**, ergibt sich kein eindeutiges Bild. 40 Prozent aller Befragten stimmen dieser Frage zu und 56 Prozent verneinen sie.
- Die drei **Hauptgründe** die gegen die Notwendigkeit zusätzlicher Finanzmittel sprechen, sind zunächst die gute Liquiditätslage (61 Prozent), die es den Unternehmen ermöglicht, Investitionen aus eigenen Mitteln zu tätigen. Als zweiter Aspekt wird angegeben, dass ausreichend Finanzierung vorhanden sei (22 Prozent). Ein weiterer Punkt ist die Konzernzugehörigkeit (8 Prozent), durch die sich einige Unternehmen finanzieren.

**Vergleich zum Erhebungszeitpunkt 2015:** Hierbei konnten keine erwähnenswerten Unterschiede festgestellt werden.

- Im Rahmen der Frage nach dem **Zweck und der Häufigkeit der Nutzung finanzieller Mittel** nimmt die Wachstumsfinanzierung den häufigsten Grund ein (17 Prozent „kontinuierlich hohe Summen“, 29 Prozent „einmalig hohe Summe“). Auf Platz zwei folgt das laufende Geschäft mit 9 Prozent „kontinuierlich hohe Summen“ und 25 Prozent „einmalig hohe Summe“. Für eine Refinanzierung verwenden 5 Prozent der befragten Unternehmen „kontinuierlich hohe Summen“ und 11 Prozent eine „einmalig hohe Summe“. Kleininvestitionen (1 Prozent „einmalig hohe Summe“) und Nachfolgefiananzierung (14 Prozent „kontinuierlich hohe Summen“, 1 Prozent „einmalig hohe Summe“) nehmen die letzten Plätze ein.

**Vergleich zum Erhebungszeitpunkt 2015:** Zum Erhebungszeitpunkt 2018 nimmt das „Laufende Geschäft“ hinsichtlich des Zwecks und der Häufigkeit der Nutzung finanzieller Mittel eine etwas höhere Rolle ein.

- Bezogen auf die Frage nach den verwendeten **Finanzierungsinstrumenten** ist die Innenfinanzierung (72 Prozent „häufig“) das am meisten verwendete Instrument. Die Fremdfinanzierung über Banken nimmt den zweiten Platz ein (50 Prozent „häufig“). Eine kurzfristige Fremdfinanzierung liegt mit 23 Prozent „häufig“ auf dem dritten Rang. Am seltensten wird die Alternative des Crowdfunding, -lending, -financing verwendet (89 Prozent „wird nicht verwendet“).

**Vergleich zum Erhebungszeitpunkt 2015:** Hierbei konnten keine erwähnenswerten Unterschiede festgestellt werden.

- Die befragten Unternehmen stimmen bei der **These** „Wir sind mit unserer Finanzierung vollumfänglich zufrieden“ überwiegend zu (33 Prozent „stimme voll zu“, 43 Prozent „stimme zu“). Die These „Die Kosten der Finanzierung (z.B. Abschlussprovision, Marge) sind zu hoch“ wird von 10 Prozent mit „stimme voll zu“ und von 18 Prozent mit „stimme zu“ bewertet. Am dritthäufigsten (5 Prozent „stimme voll zu“, 16 Prozent „stimme zu“) wird die These „Negative Entwicklung des Kontakts zu Finanzierungsgebern“ bestätigt.

**Vergleich zum Erhebungszeitpunkt 2015:** Anders als im Jahr 2015 wird die These „Negative Entwicklung des Kontakts zu Finanzierungsgebern“ deutlich häufiger bestätigt.

**Fazit:** Wie bereits zum Erhebungszeitpunkt 2015 festgestellt wurde, zeigt sich auch heute das **Bild einer hohen Investitionsbereitschaft der untersuchten Unternehmen**. Die meisten Unternehmen streben vorrangig Investitionen an, die für das **Wachstum** dienlich sind. In diesem Zusammenhang wird stets ein hohes **Sicherheits- und Unabhängigkeitsbedürfnis** deutlich.

## **Bankbeziehungen**

- 48 Prozent der befragten Unternehmen geben an, dass der **Anteil der Bankmittel am jährlichen Gesamtfinanzierungsvolumen** bei unter 20 Prozent liegt. Die zweitgrößte Gruppe (19 Prozent) beansprucht jährlich zwischen 20 und 40 Prozent ihres Gesamtfinanzierungsvolumens. 13 Prozent aller befragten Unternehmen geben an, 61 bis 80 Prozent, weitere 11 Prozent über 80 Prozent sowie 10 Prozent zwischen 41 und 60 Prozent in Anspruch zu nehmen.

**Vergleich zum Erhebungszeitpunkt 2015:** Hierbei konnten keine erwähnenswerten Unterschiede festgestellt werden.

- Bezüglich der Frage nach der **Anzahl der Bankbeziehungen** geben 42 Prozent der Probanden an, zu zwei Banken eine Beziehung zu pflegen. Jeweils 23 Prozent pflegen Bankbeziehungen zu einer oder drei Banken. 7 Prozent geben an,



Beziehungen zu fünf oder mehr Banken zu pflegen, während 5 Prozent der Probanden angibt, vier Hausbankbeziehungen zu pflegen.

**Vergleich zum Erhebungszeitpunkt 2015:** Hierbei konnten keine erwähnenswerten Unterschiede festgestellt werden.

- Bezogen auf die **Bank** und **Art der Geschäftsbeziehung** geben 32 Prozent an, dass sie ihr Kreditgeschäft über Förderinstitute abwickeln. 28 Prozent vollziehen dies über deutsche Großbanken. In Bezug auf die konservative Kapitalanlage wie Spar- und Tagesgeldkonten stellen die lokalen Banken mit 72 Prozent die bevorzugte Bankart dar. Deutsche Großbanken liegen mit 13 Prozent auf dem zweiten Platz und Spitzeninstitute von Genossenschaftsbanken sowie auch deutsche Töchter ausländischer Banken teilen sich mit jeweils 5 Prozent den dritten Platz. Wird die Frage nach risikobehafteten Kapitalanlagen wie Aktien/Fonds betrachtet, werden diese am häufigsten mit 48 Prozent über lokale Banken abgewickelt. 14 Prozent nutzen hierfür deutsche Großbanken und 12 Prozent Spitzeninstitute der Genossenschaftsbanken. Der allgemeine Zahlungsverkehr wird mit 54 Prozent am häufigsten über deutsche Großbanken vollzogen. 14 Prozent nutzen hierfür lokale Banken und 12 Prozent Spitzeninstitute von Genossenschaftsbanken. Vorsorgeprodukte werden zu 50 Prozent über lokale Banken, zu 22 Prozent über deutsche Großbanken und zu 11 Prozent über Spitzeninstitute von Genossenschaftsbanken abgeschlossen.

**Vergleich zum Erhebungszeitpunkt 2015:** Hinsichtlich des Kreditgeschäftes kann kontrastiert werden, dass im Erhebungszeitpunkt 2018 deutlich mehr Probanden das Kreditgeschäft über Förderinstitute abgewickelt haben.

- Die **Qualität** der **Hausbankbeziehung** beurteilen 47 Prozent aller Probanden mit „sehr gut“ und 35 Prozent mit „gut“. 13 Prozent der Probanden halten sich neutral, während lediglich 5 Prozent diese als „schlecht“ und 1 Prozent als „sehr schlecht“ beurteilen.

**Vergleich zum Erhebungszeitpunkt 2015:** Hierbei konnten keine erwähnenswerten Unterschiede festgestellt werden.

- Hinsichtlich der **Thesenbeurteilung** zur **Bankverbindung** für die **nächsten 24 Monate** stimmen 78 Prozent der Probanden der These zu, dass die Hausbank

der wichtigste Finanzpartner ist und bleibt (42 Prozent „stimmen voll“ und 36 Prozent „stimmen zu“). Lediglich 4 Prozent stimmen dieser These nicht und 6 Prozent gar nicht zu. Bezogen auf die These „In Zukunft wollen wir unsere Bankabhängigkeit erhöhen“ stimmen 29 Prozent zu und weitere 20 Prozent „stimmen voll“ zu. 16 Prozent „stimmen nicht zu“ und lediglich 7 Prozent „stimmen gar nicht zu“.

**Vergleich zum Erhebungszeitpunkt 2015:** Hierbei konnten keine erwähnenswerten Unterschiede festgestellt werden.

- Bezogen auf die Frage, welche **Finanzakteure neben Banken** eine **Rolle** für die befragten Unternehmen spielen, nimmt die öffentliche Hand/Förderinstitute mit einer 50 prozentigen Resonanz heute eine führende Rolle ein. 20 Prozent erachten sonstige Institutionen, weitere 17 Prozent führen vermögende Privatpersonen, 9 Prozent Private Equity Fonds und 4 Prozent Privatpersonen über Crowdfunding, -financing und -lending als in der heutigen Zeit relevante Finanzakteure an. 96 Prozent geben an, dass Crowdfunding, -financing und -lending für sie heute keine Rolle spielen. Weitere irrelevante Finanzakteure in der heutigen Zeit repräsentieren Private Equity Fonds (91 Prozent), strategische Investoren und Finanzinvestoren aus dem privatwirtschaftlichen Bereich (jeweils 93 Prozent) sowie Venture Capital (98 Prozent) und Business Angels (100 Prozent). Wird die Zukunftsperspektive betrachtet, so zeigt sich, dass die öffentliche Hand/Förderinstitute mit 53 Prozent, Privatpersonen über Crowdfunding, -financing und -lending mit 31 Prozent und strategische Investoren (38 Prozent) sowie Finanzinvestoren (29 Prozent) aus dem privatwirtschaftlichen Bereich zukünftig eine Rolle spielen werden. Zukünftig weniger relevant sind sonstige Finanzakteure (96 Prozent), Business Angels (92 Prozent), das Venture Capital und Private Equity Fonds (jeweils 90 Prozent).

**Vergleich zum Erhebungszeitpunkt 2015:** Im Gegensatz zum Erhebungszeitraum 2015 wird die Zukunftsperspektive der sonstigen Finanzakteure, des Venture Capitals und der Private Equity als weniger positiv eingeschätzt.

- 31 Prozent der Probanden gaben an, „sehr wenig“ auf **IT-basierte Geräte** wie Laptop, Tablet oder Smartphones im Rahmen der **Finanzbeschaffung** zurück-

zugreifen. Jeweils 21 Prozent bewerten den Nutzungsgrad mit „viel“ oder „wenig“. Weitere 18 Prozent nutzen „sehr viel“ IT-basierte Geräte für die Finanzierung. 8 Prozent halten sich diesbezüglich neutral.

**Vergleich zum Erhebungszeitpunkt 2015:** Im Zeitverlauf gesehen greifen die Probanden weniger häufig auf IT-basierten Geräten im Rahmen der Finanzbeschaffung wie Laptop, Tablet oder Smartphones zurück (2015 waren dies noch 18 Prozent). Gleichwohl wird der Nutzungsgrad, um 3 Prozent, etwas höher bewertet.

- Einen **persönlichen Ansprechpartner** im Rahmen der Finanzierung erachten 57 Prozent der Probanden als „sehr wichtig“. Weitere 34 Prozent erachten den persönlichen Ansprechpartner als „wichtig“. 4 Prozent halten sich neutral („weder noch“) oder erachten ihn als „unwichtig“. Lediglich 1 Prozent erachtet den persönlichen Ansprechpartner als „sehr unwichtig“.

**Vergleich zum Erhebungszeitpunkt 2015:** Hierbei konnten keine erwähnenswerten Unterschiede festgestellt werden.

- **In Zukunft** möchten 35 Prozent die Finanzierung „lieber persönlich“ abwickeln. 34 Prozent würden die Finanzierung „sowohl persönlich als auch online“ abwickeln, wohingegen 27 Prozent ihre Finanzierung „ausschließlich persönlich“ abwickeln möchten. 3 Prozent wollen diese „lieber online“ und 2 Prozent „ausschließlich online“ abwickeln. Insofern wird der persönliche Ansprechpartner auch in zukünftigen Finanzierungsangelegenheiten tendenziell bevorzugt konsultiert.

**Vergleich zum Erhebungszeitpunkt 2015:** Hierbei konnten keine erwähnenswerten Unterschiede festgestellt werden.

- 25 Prozent geben an, dass der **persönliche Berater** ab einer **Finanzierungssumme** von 100.000 Euro wichtig ist. 19 Prozent hingegen geben an, dass die persönliche Beratung unabhängig von der Finanzierungssumme grundsätzlich immer wichtig sei. 13 Prozent erachten die persönliche Beratung ab einer Finanzierungssumme ab 50.000 Euro als unerlässlich. 11 Prozent schätzt den persönlichen Berater ab einer Summe von 1.000.000 Euro als wichtig ein, während 5

Prozent persönliche Beratungen bei Finanzierungssummen ab 10.000 Euro als wichtig erachten.

**Fazit:** Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass analog zur Erhebung im Jahr 2015 der **Sicherheits- und Unabhängigkeitsgedanke** im Rahmen der Beziehungen zu Banken eine **entscheidende Rolle** für die befragten Probanden spielt.

### Neue Finanzierungsinstrumente

- Hinsichtlich des **Bekanntheitsgrades neuer Finanzierungsinstrumente**, kennen 82 Prozent der Unternehmen Crowdfunding und jeweils 50 Prozent der Unternehmen Crowdlending und Crowdfinancing.

**Vergleich zum Erhebungszeitpunkt 2015:** War 2015 das Crowdfunding zu 48 Prozent bekannt konnte im Jahr 2018 eine deutliche Steigerung auf 82 Prozent identifiziert werden. Eine ähnliche Veränderung im Zeitverlauf kann für das Crowdlending (23 Prozent zum Erhebungszeitpunkt 2015) und das Crowdfinancing (30 Prozent zum Erhebungszeitpunkt 2015) beobachtet werden.

- Hinsichtlich der grundsätzlichen **Inanspruchnahme** und dem dahinterliegenden **Grund**, geben 79 Prozent an, Crowdlending bisher nicht in Anspruch genommen zu haben. Falls Crowdlending von den Probanden eingesetzt wurde, wurde es lediglich für die Herstellung und Entwicklung neuer Produkte genutzt (1 Prozent).

**Vergleich zum Erhebungszeitpunkt 2015:** Hinsichtlich der Inanspruchnahme des Crowdlendings kann kontrastiert werden, dass diese Finanzierungsform häufiger in Anspruch genommen wurde. Zum Erhebungszeitpunkt 2015 nahmen 88 Prozent der Befragten diese nicht in Anspruch.

- Hinsichtlich der **Zufriedenheit** mit Crowdlending, tätigten 99 Prozent keine Angabe, während 1 Prozent eine neutrale Wertung abgibt („weder noch“).
- Bezugnehmend auf den **Bekanntheitsgrad** verschiedener Crowdlending/-funding Plattformen, sind 34 Prozent mit der Plattform „Auxmoney“ bekannt, gefolgt von 27 Prozent, denen die Plattform „Kick Starter“ und 24 Prozent, denen die Plattform „Smava“ bekannt ist. Weitestgehend unbekannt sind „Giromatch“ (98 Pro-

zent), „Finnest“ und „Lending Club“ zu jeweils 95 Prozent sowie „Kapilendo“ mit 94 Prozent.

**Vergleich zum Erhebungszeitpunkt 2015:** Es kann festgehalten werden, dass die Plattformen „Auxmoney“ und „Kick Starter“ deutlich bekannter geworden sind (diese beiden Plattformen waren im Erhebungszeitraum 2015 lediglich für 14 Prozent ein zuordenbarer Begriff). Eine ähnliche Verbesserung des Bekanntheitsgrades kann der Plattform „Smava“ attestiert werden. Diese war im Erhebungszeitpunkt lediglich 7 Prozent der Probanden bekannt.

- Als **Grund** für die **Nutzung** einer dieser **Plattformen**, geben 13 Prozent der Nutzer von „Smava“, 3 Prozent der Nutzer von „Kick Starter“ und jeweils 1 Prozent der Nutzer von „Auxmoney“, „Lending Club“, „Funding Circle“ und „Indiegogo“ an, diese Plattform für die Herstellung und Entwicklung neuer Produkte genutzt zu haben. Jeweils 1 Prozent der Unternehmen hat „Giromatch“, „Indiegogo“ und „Kick Starter“ für die Unternehmensgründung beansprucht. Weitere 1 Prozent haben „Lending Club“, „Kick Starter“ oder „Kapilendo“ für die Übernahme eines Unternehmens in Anspruch genommen. Für die Investition in neue Anlagegüter haben 2 Prozent „Funding Circle“ und jeweils 1 Prozent „Smava“, „Kick Starter“, „Auxmoney“, „Lendico“, „Finnest“ und „Kapilendo“ genutzt. Die deutliche Mehrheit der befragten Unternehmen hat bisher keine der Plattformen in Anspruch genommen (zwischen 94 und 99 Prozent).
- Jeweils 1 Prozent der Probanden gibt zu Protokoll, **„zufrieden“** mit der **Nutzung** von „Kick Starter“, „Indiegogo“, „Lending Club“, „Funding Circle“, „Auxmoney“, „Lendico“, „Kapilendo“ und „Smava“ gewesen zu sein. Gleichwohl sind 1 Prozent „unzufrieden“ mit der Nutzung von „Kick Starter“, „Smava“ und „Kapilendo“. Weitere 1 Prozent nehmen eine neutrale Haltung („weder noch“) hinsichtlich der Nutzung von „Indiegogo“, „Lending Club“, „Funding Circle“, „Finnest“ und „Giromatch“ ein, während zwischen 98 und 99 Prozent der Probanden explizit angeben, die jeweiligen Plattformen bisher nicht in Anspruch genommen zu haben.
- Als **Grund** für die **Unzufriedenheit** mit einer/mehrerer Plattformen nennen die Unternehmen vornehmlich die mangelnde Transparenz.

- Bei **Nutzung** der **Plattformen** beziffern jeweils 25 Prozent der befragten Unternehmen das **Finanzierungsvolumen** auf 1.000 Euro, 50.000 Euro, 550.000 Euro und 1.000.000 Euro.
- Für 7 Prozent der Probanden war die **Kreditlehnung** bei einer **Bank** der **Grund** für die Nutzung einer Crowdlending-Plattform. Für 93 Prozent der Unternehmen war dies hingegen kein ausschlaggebender Grund.
- 57 Prozent der Probanden hatten **mehrere Angebote** für eine **konkrete Finanzierung** zur Auswahl, was auf 43 Prozent der Probanden nicht zutrifft.

**Vergleich zum Erhebungszeitpunkt 2015:** Es scheint, dass das Angebot an konkreteren Finanzierungsalternativen im Zeitverlauf deutlich gestiegen ist. 2015 verfügten nur 12 Prozent der befragten über mehrere Angebote.

**Fazit:** Obwohl die Probanden über eine deutliche Anzahl an Finanzierungsmöglichkeiten verfügen, wird deutlich, dass die **Finanzierung über Crowdfunding, -financing und -lending** noch immer **keine ernsthafte Bedeutung** hat. Dies könnte vor allem in der offenkundig **fehlenden Transparenz dieser Erscheinungsformen der Finanzierung** begründet liegen.

### **Banken vs. Crowdfunding**

- Wichtige **Kriterien** im Rahmen der **Finanzbeschaffung** bilden vor allem die Kosten der Finanzierung (65 Prozent „sehr wichtig“, 28 Prozent „wichtig“), die Verfügbarkeit des Kapitals (46 Prozent „sehr wichtig“, 37 Prozent „wichtig“) und die Auswirkung auf die Liquidität (55 Prozent „sehr wichtig“, 39 Prozent „wichtig“). Ähnliche Bedeutsamkeit kommt der Dauer der Kapitalüberlassung zu (38 Prozent „sehr wichtig“, 53 Prozent „wichtig“). Die Risikobereitschaft der Kapitalgeber (18 Prozent „sehr wichtig“, 31 Prozent „wichtig“) nimmt dabei die geringste Bedeutung ein.

**Vergleich zum Erhebungszeitpunkt 2015:** Hier rücken die Kosten der Finanzierung leicht in den Vordergrund, 2015 wurde noch die Verfügbarkeit des Kapitals als wichtigsten Kriterium genannt.

- 88 Prozent der Unternehmen geben an, **regelmäßig** ihre **Finanzierung** zu **überprüfen**. 12 Prozent der Probanden hingegen verzichten auf regelmäßige Finanzierungsüberprüfungen.

**Vergleich zum Erhebungszeitpunkt 2015:** Zum Erhebungszeitpunkt 2015 haben deutlich weniger (zu diesem Zeitpunkt bejahten 54 Prozent aller befragten Unternehmen) eine regelmäßige Überprüfung ihrer Finanzierung durchgeführt.

- Hinsichtlich der **Instrumente** zur **Finanzierungsüberprüfung** greifen 35 Prozent der Probanden vornehmlich auf das Controlling, die Buchhaltung bzw. das Treasury zurück. 33 Prozent setzen hierfür die Liquiditätsplanung ein, während 25 Prozent Benchmarks durchführen. 8 Prozent konsultieren externe Berater bzw. Steuerberater.

**Vergleich zum Erhebungszeitpunkt 2015:** Wurde 2015 noch hauptsächlich ein Vergleich zu den konkurrierenden Anbietern durchgeführt, greifen die Probanden 2018 vornehmlich auf das Controlling, die Buchhaltung bzw. das Treasury zurück.

- Im **Vergleich** zu **Banken**, wird **Crowdlending** in Bezug auf die Transparenz des Genehmigungsverfahrens (10 Prozent „sehr viel besser“, 31 Prozent „besser“) sowie den persönlichen Kontakt (9 Prozent „sehr viel besser“, 33 Prozent „besser“) am positivsten bewertet, gefolgt von den regulatorischen Hürden (9 Prozent „sehr viel besser“, 24 Prozent „besser“) und Marketingmöglichkeiten (4 Prozent sehr viel besser, 24 Prozent besser). Im Vergleich zu Banken wird Crowdlending insbesondere in Bezug auf die Dauer des Genehmigungsverfahrens (40 Prozent „sehr viel schlechter“, 36 Prozent „schlechter“), die Flexibilität der Vertragsgestaltung (16 Prozent „sehr viel schlechter“, 44 Prozent „schlechter“) und die Erreichbarkeit (17 Prozent „sehr viel schlechter“, 45 Prozent „schlechter“) negativ bewertet.

**Vergleich zum Erhebungszeitpunkt 2015:** Im Gegensatz zu der Erhebung 2015 wird die Dauer des Genehmigungsverfahrens von den Probanden als entscheidenden Vorteil identifiziert.

- 39 Prozent der befragten Unternehmen erachten die im Rahmen von Crowdlending entstehende **Transparenz** als „**problematisch**“ und 11 Prozent als „sehr

problematisch“. Demgegenüber sehen 20 Prozent die Transparenz als „unproblematisch“ und 2 Prozent als „sehr unproblematisch“ an.

**Vergleich zum Erhebungszeitpunkt 2015:** Erachteten 2015 noch 27 Prozent der Befragten die mangelnde Transparenz also problematisch oder sehr problematisch ist diese Einschätzung im Zeitverlauf auf 50 Prozent gestiegen.

- **Vor diesem Hintergrund** erachten 35 Prozent der befragten Unternehmen **Crowdlending Plattformen** als „uninteressant“, 22 Prozent halten sich neutral und weitere 18 erachten Crowdlending Plattformen als „interessant“ sowie 2 Prozent „als sehr interessant“.

**Vergleich zum Erhebungszeitpunkt 2015:** Hierbei konnten keine erwähnenswerten Unterschiede festgestellt werden.

**Fazit:** Zusammenfassend kann attestiert werden, dass der Großteil der befragten Unternehmen eine **regelmäßige Überprüfung ihrer Finanzierung** vornimmt. Dies spiegelt die hohe Bedeutung, welche dieser Funktion zugeordnet wird wieder. Es konnte zudem festgestellt werden, dass das **Controlling** stärker in die diesbezüglichen Entscheidungsprozesse einbezogen wird. Die Entscheidung für klassische Finanzierungsformen ist vorrangig in der höheren Transparenz des Genehmigungsverfahrens begründet.

## Thesenüberprüfung und Kontraste

**Kernthese:** Die an Crowdlending interessierten Unternehmen suchen eine **flexible, schnelle und einfache Finanzierungsalternative**. Die Hausbank bleibt weiterhin erster Ansprechpartner — aber die Bedeutung von Crowdlending steigt.

Diese **Kernthese wird bestätigt:** Insgesamt gesehen sind die Unternehmen mit ihrer Finanzierung zufrieden. Auf die Studie 2018 bezogen gelten die gleichen Aussagen wie 2015: Crowdlending wird in den Bereichen Dauer des Genehmigungsverfahrens, Marketingmöglichkeiten und niedrigere regulatorische Hürden besser bewertet als die Bankfinanzierung. Die Bank bleibt aber der erste Ansprechpartner. Was im Vergleich zu 2015 auffällt, ist, dass heute 14 Prozent (damals 3 Prozent) Interesse an der Finanzierung über Crowdlending-Plattformen haben. Die höchste Relevanz ha-



ben „Auxmoney“, „Kick Starter“ und „Smava“, deren Bekanntheit signifikant seit 2015 gestiegen ist.

### **Grundthesen der Studie 2018:**

1. Die Finanzierungsform **Crowdlending** wird zunehmend als Alternative zum **Kredit von der Hausbank** wahrgenommen.

**These 1 wird verworfen:** Es lässt sich zwar ein höheres Interesse an Crowdlending zeigen, dies jedoch eher komplementär (z.B. zur Finanzierung einzelner Produkte über „Smava“) und nichts als Alternative/Substitut.

2. **Verlässlichkeit und Vertrauen** wurden als wichtigstes Entscheidungskriterium genannt, **Schnelligkeit und Flexibilität** spielen ebenfalls eine Rolle. Die entscheidende Rolle bei der Finanzierungsentscheidung scheint jedoch die **persönliche Beziehung** zu spielen.

**These 2 wird bestätigt:** 91 Prozent der Unternehmen sprechen einem persönlichen Ansprechpartner eine hohe oder sehr hohe Bedeutung bei.

3. **Nutzer alternativer Zahlungsmittel und/oder technikaffine/Technologiebasierte Unternehmen** ziehen eher Crowdlending in Betracht.

**These 3 wird bestätigt:** Technikaffinität und Interesse an Crowdlending korrelieren auf dem 99%-Signifikanzniveau positiv miteinander ( $r^2=0,281$ ;  $p=0,002$ ).

4. Der berufliche Hintergrund und/oder das Alter der Teilnehmer lässt darauf schließen, dass Crowdlending primär bei (z.B. IT-affinen bzw. jungen) Umfrageteilnehmern als Alternative in Frage kommt.

**These 4 wird verworfen:** Weder das Alter der Befragten noch das Alter des Unternehmens haben einen statistischen Einfluss auf die Affinität zu Crowdlending.

5. **Informationsquelle in Finanzfragen** sind zunehmend Quellen im Internet, nicht mehr ausschließlich der persönliche Ansprechpartner der Bank.

**These 5 wird verworfen:** 86 Prozent der Unternehmen möchten nach wie vor einen persönlichen Ansprechpartner, mit dem sie sich austauschen können.

6. Viele KMUs haben Bedenken mit der **Offenlegung der finanziellen Situation** bzw. von Betriebsgeheimnissen bei der Beantragung von Crowdlending Services.

**These 6 wird bestätigt:** Allerdings besteht hier eine eher schwache Bestätigung. 50 Prozent sehen ein Problem, 28 Prozent sind indifferent, 22 Prozent haben damit kein Problem. Insofern hat sich die Zahl der Unternehmen, die ein Problem mit der Offenlegung haben, seit 2015 deutlich reduziert. Hier waren es noch 43 Prozent, die ein Problem sahen, und 47 Prozent indifferente Unternehmen.

7. **Kreditvergabe über Plattformen** wird wahrgenommen als a) einfacher, b) schneller & unbürokratischer, c) transparenter und d) anonymer.

**These 7 wird bestätigt:** Sämtliche Eigenschaftsmerkmale können aus statistischer Perspektive unterstützt werden.

8. Unternehmen mit niedriger Eigenkapitalquote sind eher affin zum Crowdlending.

**These 8 wird bestätigt:** Die Korrelation ist auf dem 95%-Signifikanzniveau statistisch signifikant ( $r^2=0,203$ ;  $p=0,023$ ).

### Vergleiche zur Studie 2015:

9. Die allgemeine **Bekanntheit von Crowdlending-Plattformen** ist gestiegen, die Studienergebnisse zeigen aber auch, dass der Großteil der KMUs noch immer ihre Hausbank als vorrangigen Kreditgeber bevorzugt

**These 9 wird bestätigt:** Dies gilt insbesondere für die Plattformen „Auxmoney“, „Kick Starter“ und „Smava“, die deutlich bekannter geworden sind.

- 9a. Verglichen mit 2015 haben x% mehr der Befragten Unternehmen angegeben, Crowdlending als Finanzierungsalternative in Betracht zu ziehen.

2015 fanden 5% der Befragten Crowdlending interessant; 2018 sind es 20%. Das **Interesse** ist somit durchaus deutlich, nämlich **um 15 Prozentpunkte gestiegen**.

- 9b. Verglichen mit 2015 haben immerhin x-Befragte Crowdlending genutzt (Hinweis: in 2015 gab es niemanden, der es genutzt hat).

Genutzt wurde bis auf Einzelfälle, in denen „Kick Starter“ oder „Funding Circle“ genutzt wurden, prinzipiell ausschließlich „**Smava**“. Diese Plattform wurde von immerhin 22 Unternehmen zur Finanzierung von Projekten oder Produkten genutzt.

10. Verglichen mit 2015 hat ist die **Beziehung der befragten KMUs zur Hausbank** a) unverändert b) gestiegen c) gesunken.

**These 10:** Die **Qualität der Hausbankbeziehung** ist **gleichgeblieben**. 2015 fanden 50 Prozent der Unternehmen diese gut, 39 Prozent sehr gut. 2018 sind 35 Prozent zufrieden und 47 Prozent sehr zufrieden. Insofern ist die Gesamtzahl der positiv eingestellten Unternehmen von 89 auf 82 Prozent gesunken, dafür sind es mehr Unternehmen, die „sehr gut“ geantwortet haben.

11. Ebenso wie im Jahre 2015, stellen **Online-Vermittlungsplattformen für die Kreditvermittlung an KMUs keine Alternative zu Banken** dar.

**These 11 wird bestätigt:** Crowdlending ist eher als eine Ergänzung für die Finanzierung einzelner Produkte (z.B. über „Smava“). Crowdlending tritt jedoch nicht als Substitut für die Hausbank auf.

**Fazit:** Insgesamt zeigt sich deutlich, dass **Crowdlending** im aktuellen Marktumfeld, das noch immer durch niedrige Kreditzinssätze gekennzeichnet ist, aber auch aufgrund der hohen Eigenkapitalquoten, durch die sich viele KMUs auszeichnen, (noch) **keine ernsthafte Alternative zum klassischen Bankdarlehen** darstellt.