

„Beim Crowdfunding ist der Erfolg vom Buzz abhängig“

Fragen an Werner Posch



Die klassischen Finanzierungswege werden für kleine Unternehmen immer schwieriger, meint August Posch. Die Schwarmfinanzierung biete da eine gute Alternative – immer abhängig jedoch von dem, was finanziert werden soll. Der Bereich erneuerbarer Energien erscheint Posch hierzu ideal, da das Thema generell auf steigendes Interesse stößt. Das Crowdfunding hat aber auch Nachteile: Der Erfolg hängt nämlich nicht nur vom Projekt selbst ab, sondern von dem „Buzz“, also dem Austausch darüber, der sich im Netz generieren lässt. Und das setzt hohen Kommunikationsaufwand voraus. Red.

bm Wie beurteilen Sie derzeit die Bedingungen in Deutschland, wenn es um Wagniskapital geht?

Als Hersteller einer All-In-One-Energielösung für Haushalte, mit dem Ziel, die Energiewende für Familien schon jetzt möglich zu machen, setzen wir stark auf die Community, um unser Produkt bekannt zu machen. Es war daher für uns naheliegend, unserer Community auch die Möglichkeit zu geben, in das Unternehmen zu investieren. Crowdfunding gibt uns also die Möglichkeit, als kleines Unternehmen an Wagniskapital zu kommen.

bm Wie oft und in welchem Umfang haben Sie bereits Crowdfunding genutzt, um Investitionsvorhaben zu finanzieren?

Das war unser erstes Investitionsvorhaben mittels Crowdfunding. Wir finanzieren mit unserer Kampagne die Einführung einer B2C-Energielösung für Privathaushalte. Dieses Thema stößt aufgrund der konstant steigenden Energiepreise auf großes Interesse und die Zielgruppe ist relativ Internet- und Web-2.0-affin. Das Investitionsvorhaben war daher aus unserer Sicht gut für eine Crowdfunding-Kampagne geeignet.



Werner Posch, Vorstand, neovoltaic AG, Hartberg

bm Welche Erfahrungen haben Sie dabei gemacht?

Der intensive Austausch mit potenziellen Kunden war für uns sehr hilfreich. Wir konnten so bereits im Vorhinein wichtige Themen erkennen und unsere Kommunikation entsprechend schärfen. Die eine oder andere Frage hat uns auch auf neue Ideen für die Zukunft von Neovoltaic gebracht.

bm Welche anderen Finanzierungsformen nutzen Sie parallel, und welchen Anteil hat Crowdfunding an Ihrem gesamten Finanzierungsmix?

Fremdfinanzierung durch unsere Hausbank und Eigenkapitalfinanzierung durch unsere Aktionärsstruktur. Dabei macht die Fremdfinanzierung durch unsere Hausbank drei Prozent aus, der Anteil der Eigenkapitalfinanzierung durch unsere Aktionärsstruktur beträgt 41 Prozent, das Crowdfunding 56 Prozent.

bm Was sind für Sie die Haupthürden bei der Finanzierung über eine Bank oder Sparkasse?

Die klassischen Finanzierungswege für kleine und mittlere Unternehmen werden immer schwieriger. Aufgrund der Energiekrisen und der laufenden zumindest kommunizierten Wirtschaftskrise

ist es schwieriger, zu Geld zu kommen. Gerade Banken haben Schwierigkeiten, den zusätzlichen langfristigen Nutzen nachhaltiger Energielösungen zu sehen.

Gleichzeitig entwickelt sich aber dank der neuen Medien eine Community Gleichgesinnter, die sich für diese Vision einsetzen und bereit sind, gute Entwicklungen auch zu finanzieren.

bm Aus welchen Gründen haben Sie sich für die Nutzung

einer Crowdfunding-Plattform entschieden?

Für uns war die Umsetzung unserer Vision essenziell – eine Produktfamilie zu schaffen, die unseren Kunden schon heute ermöglicht, zu 100 Prozent autark von großen Energiekonzernen zu sein. Da müssen wir natürlich die Zielgruppe überzeugen, dass die Vision einer dezentralen klimaneutralen Energieversorgung machbar und komfortabel ist. Es war daher naheliegend, gleich in der Finanzierung an die Community heranzutreten. Schließlich

gab es schon viele Ideen, die sich in heiße Luft aufgelöst haben. Durch den engen Kontakt mit der Community stellen wir aber von Anfang an sicher, dass wir auf festem Grund stehen und haben so bereits eine Art „Proof of Market“ erreicht. Wie bereits erwähnt hielten wir die Einführung unserer B2C-Produktfamilie für ideal, um unsere Kunden aufzufordern, uns im Vorhinein ihr Vertrauen zu schenken.

bm Welche Anforderungen haben Sie an eine solche Plattform? Nach welchen Kriterien haben Sie ausgewählt?

Wir haben uns Conda im Vorhinein angeschaut und gesehen, dass bereits Projekte in ähnlichen Dimensionen erfolgreich gefundet wurden. Für uns war letztlich auch entscheidend, dass die Plattform transparent und verständlich war, nicht nur für das Unternehmen selbst, sondern auch für unsere Zielgruppe.

bm Wo sehen Sie mögliche Nachteile des Crowdfundings?

Beim Crowdfunding ist der Erfolg vom Buzz abhängig, den man erzeugen kann. Ohne gleichzeitige intensive und andauernde Kommunikation bleibt selbst das beste Produkt weit unter den Fundingzielen. Das bedeutet für ein kleines Unternehmen natürlich auch einen massiven Aufwand und eine Fokussierung auf Kommunikation, die wir so vorher nicht gehabt haben.

bm Würden Sie bei erneutem Finanzierungsbedarf wieder die Form der Schwarmfinanzierung nutzen? Wovon würden Sie diese Entscheidung abhängig machen?

Die Entscheidung hängt vor allem von dem zu Finanzierenden ab. Davon ist abhängig, ob sich Crowdfunding mehr oder weniger eignet. ■■■