

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Vorwort	5
Kapitel 1 Der Wandel des Finanzierungsmarktes	
1.1 Bankenfinanzierungen	13
1.2 Alternative Finanzierungen	16
Kapitel 2 Finanzierung in Unternehmen	
2.1 Grundaufgabe Finanzierung	19
2.2 Herkunft der Mittel	19
2.3 Gegenleistung an die Geldgeber	20
2.4 Finanzierung und Unternehmensphase	20
Kapitel 3 Alternative Finanzierungen im Überblick	
3.1 Einzelne Formen alternativer Finanzierungen	22
3.2 Auswahlkriterien	23
Kapitel 4 Die 3 F: Family, Friends an Fools	26
Kapitel 5 Business Angels	
5.1 Erfahrung und Kapital	28
5.2 Charakteristika eines Business Angels	28
5.3 Welche Unternehmen sind geeignet	29
5.4 Rückzug des Business Angels	30
5.5 Business Angels: Nicht leicht zu finden!	31
5.6 Ansprache von Business Angels	32
5.7 Zusammenarbeit mit einem Business Angel	33
5.8 Plattformen	34
Kapitel 6 Venture Capital	
6.1 Grundlagen	35
6.2 Wie suchen Venture Capital-Fonds ihre Zielunternehmen aus?	36

	Seite
6.3 Welche Fragen sollte sich das Zielunternehmen vorab stellen?	37
6.4 Ablauf einer Venture Capital-Finanzierung	38
Kapitel 7 Private Equity	
7.1 Grundlagen	41
7.2 Wie suchen Private Equity-Fonds ihre Zielunternehmen aus?	43
7.3 Welche Fragen sollte sich das Zielunternehmen vorab stellen?	43
7.4 Ablauf einer Private Equity-Finanzierung	44
Kapitel 8 Beteiligungen	
8.1 Beteiligung in einer GmbH	46
8.2 Beteiligung in einer KG	47
8.3 Beteiligung über eine stille Gesellschaft	48
8.4 Beteiligung mittels partiarisches Darlehen	49
8.5 Beteiligung über Genussrechte	49
Kapitel 9 Crowdfunding	
9.1 Die Anfänge	50
9.1.1 Ursprünge	50
9.1.2 Die ersten Plattformen	51
9.1.3 Österreichische Plattformen	52
9.2 Einige Zahlen	52
9.2.1 Europa	53
9.2.2 Deutschsprachiger Raum	53
9.3 Vorteile und Nachteile des Crowdfunding	54
9.3.1 Vorteile von Crowdfunding	54
9.3.1.1 Marketingwerkzeug	54
9.3.1.2 Vertriebstool	54
9.3.1.3 Kontrolle über ein Projekt	55
9.3.1.4 Die Vorteile auf einen Blick	55
9.3.2 Nachteile von Crowdfunding	55
9.3.2.1 Nachteile auf einen Blick	56
9.4 Für welche Projekte kommt Crowdfunding in Frage?	57
9.4.1 Anforderungen an ein erfolgreiches Crowdfunding-Projekt	58

	Seite
9.4.2 Plattform – ja oder nein?	58
9.4.2.1 Crowdfunding Plattformen	58
9.4.2.2 Eigene Website	58
9.5 Die Crowdfunding Modelle	59
9.5.1 Donation based Crowdfunding	60
9.5.1.1 Projekte und Initiativen, die sich für Donation based Crowdfunding eignen	60
9.5.1.2 Gegenleistung für die Unterstützer	61
9.5.1.3 Bedürfnisse der Unterstützer	61
9.5.1.4 Vorteile für Projektwerber	62
9.5.1.5 Risiken für Projektwerber	62
9.5.1.6 Risiken für Unterstützer	62
9.5.1.7 Einige Plattformen für Donation based Crowdfunding	62
9.5.1.8 Beispiele für Projekte	62
9.5.2 Reward based Crowdfunding	63
9.5.2.1 Projekte und Initiativen, die sich für Reward based Crowdfunding eignen	63
9.5.2.2 Gegenleistung für die Unterstützer	64
9.5.2.3 Bedürfnisse der Unterstützer	64
9.5.2.4 Vorteile für Projektwerber	64
9.5.2.5 Risiken für Projektwerber	64
9.5.2.6 Risiken für Unterstützer	65
9.5.2.7 Einige Plattformen für Reward based Crowdfunding	65
9.5.2.8 Beispiele für Projekte	65
9.5.3 Equity based Crowdfunding	66
9.5.3.1 Projekte und Initiativen, die sich für Equity based Crowdfunding eignen	66
9.5.3.2 Gegenleistung für die Unterstützer	67
9.5.3.3 Bedürfnisse der Unterstützer	67
9.5.3.4 Vorteile für Projektwerber	67
9.5.3.5 Risiken für Projektwerber	68
9.5.3.6 Risiken für Unterstützer	68
9.5.3.7 Einige Plattformen für Equity based Crowdfunding	68
9.5.3.8 Beispiele für Projekte	68
9.5.4 Lending based Crowdfunding	69
9.5.4.1 Projekte und Initiativen, die sich für Lending based Crowdfunding eignen	69
9.5.4.2 Gegenleistung für die Unterstützer	69
9.5.4.3 Bedürfnisse der Unterstützer	70

Inhaltsverzeichnis

	Seite
9.5.4.4 Vorteile für Projektwerber	70
9.5.4.5 Risiken für Projektwerber	70
9.5.4.6 Risiken für Unterstützer	70
9.5.4.7 Einige Plattformen für Lending based Crowdfunding	71
9.5.4.8 Beispiele für erfolgreiche Projekte	71
9.5.5 Welches Modell passt zu welchem Projekt?	71
9.6 Rechtliche Aspekte des Crowdfundings	72
9.6.1 Rechtliche Grundlagen	72
9.6.1.1 Die rechtliche Entwicklung von 2012 bis 2015	73
9.6.2 Das Alternativfinanzierungsgesetz 2015	76
9.6.2.1 Geltungsbereich und Begrifflichkeiten	76
9.6.2.2 Umfang der erlaubten Investitionen durch Anleger	78
9.6.2.3 Informationspflichten	80
9.6.2.4 Sonderregelungen für Plattformen	82
9.6.2.5 Strafen bei Verstößen	83
9.6.3 Praxisfragen der Umsetzung des AltFG	83
9.6.3.1 Auswirkung auf laufende Projekte	83
9.6.3.2 Neue, plattformunabhängige Projekte	84
9.6.3.3 Neue, plattformbasierte Projekte	85
9.6.3.4 Immobilienprojekte	85
9.6.3.5 Exkurs in steuerliche Fragen	85
9.7 Die Kampagne	86
9.7.1 Ein tragfähiges Geschäftsmodell	87
9.7.1.1 Fragen, die ein Businessplan beantworten sollte	87
9.7.2 Eine Vision	88
9.7.2.1 Welche Vision steht hinter einem Projekt	88
9.7.3 Recherche	88
9.7.3.1 Idee	89
9.7.3.2 Präsentation	89
9.7.3.3 Belohnungen/Renditen	89
9.7.3.4 Das Fundingziel	89
9.7.3.5 Marketing und PR	90
9.7.4 Belohnungen, Prämien, Renditen	90
9.7.4.1 Begehrlichkeiten	91
9.7.4.2 Welche Prämien	91
9.7.5 Initiatoren	91
9.7.6 Zeitplan	92

	Seite
9.7.7 Der Kommunikationsplan	92
9.7.7.1 Inhalt einer Erfolgsgeschichte	93
9.7.7.2 Vorbereitung	93
9.7.7.3 Inhalte vorbereiten	94
9.7.7.4 Kommunikationskanäle festlegen	94
9.7.7.5 Maßnahmen planen	95
9.7.7.6 Zeitplan/Drehbuch	95
9.7.8 Umsetzung (Fundingphase)	96
9.7.9 Nachbetreuung	96
9.7.10 Erfolgsfaktoren	97
9.8 Ausblick	97

Kapitel 10 Projektabwicklung

10.1 Finanzierungsprozess	99
10.2 Umsetzung im Überblick	99
10.3 Vorbereitung	100
10.3.1 Finanzplanung	100
10.3.2 Beendigung im Blickfeld halten	101
10.3.3 Gegenleistung an Kapitalgeber	102
10.3.4 Keine Alternative	103
10.4 Angebot	103
10.4.1 Potenzielle Kapitalgeber	104
10.4.2 Kontaktaufnahme	104
10.5 Verhandlung	105
10.5.1 Ermittlung des Unternehmenswertes	106
10.6 Abschluss	107
10.7 Kommunikation	107
10.8 Ratschläge	108

Anhang

Glossar	109
Quellenverzeichnis	113
Stichwortverzeichnis	114