

Crowdfunding in Höhe von über 50 Mio. €

Das Unternehmens-Crowdinvesting machte im Jahr 2018 mit 80 Mio. € nur ein Drittel des gesamten Crowdinvesting Marktes aus (die 2019-er Zahlen liegen noch nicht vor) und an der Dominanz des Immobilien-Crowdfundings hat sich nichts geändert. Da lässt die Nachricht aufhorchen, dass das Start Up Sono Motors aus München für die Weiterentwicklung ihres Solarautos über 50 Mio. € eingesammelt hat. Wobei eingesammelt nicht ganz richtig ist, denn die Geldgeber haben erst einmal einen Zahlungslink erhalten und müssen noch die Liquidität liefern – damit sind die 50Mio. € eher ein Zahlungsverprechen. Das Modell von Sono Motors heißt Sion und soll Solarzellen auf dem Dach und an der Seite haben und damit bis zu 35 km in der Stadt fahren können ([hierzu das Youtube-Video](#)).

75 Prozent der so eingeworbenen Mittel stammen von Kunden, die das Auto reserviert haben und wohl noch einige Zeit warten müssen, 19 Prozent kamen von Investoren und 6 Prozent über Darlehen und Spenden, teilt das Unternehmen mit. Es handelt sich insofern nicht um ein klassisches Crowdinvesting und dennoch, die Zahlen lassen einen nicht unbeeindruckt zurück. Ein Teil der Summe wurde über eine Plattform eingesammelt, ansonsten hat das Unternehmen die eigenen Social-Media-Kanäle für das Funding genutzt.

Eigentlich finanzieren sich junge Tech-Unternehmen über Venture-Capital-Fonds, aber nach Auskunft der Gründer funktionierte das nicht in diesem Fall. Die Investoren wollten in erster Linie das schnelle Wachstum und den Profit in den Vordergrund rücken, was nicht im Sinne der Gründer war. Deshalb startete das Unternehmen Anfang Dezember eine Crowdfunding-Kampagne.

Diese Kampagne hat das Unternehmen im Januar 2020 erfolgreich abgeschlossen und insgesamt 53 Millionen Euro eingesammelt. Allerdings benötigt das Unternehmen noch viel mehr Geld, um die Produktion aufzunehmen (200 Mio. €).

Jetzt zum Punkt: es ist zum einen die größte Kampagne in Europa gewesen und diese Kampagne hatte einen erstaunlichen Erfolg. Dies führt mich zu einem der bedeutendsten Ökonomen unserer Zeit: Robert J. Shiller. Shiller weiß um die Bedeutung von Narrativen in unserer modernen Ökonomie – die Menschen mögen Geschichten, die ihnen einen Anker geben. Shiller schreibt in dem Vorwort zu seinem jüngst erschienenen Buch „Narrative Economics“: „Wenn sich in der Öffentlichkeit populäre Geschichten verbreiten, können Ideen Märkte bewegen ...sie entscheiden, wie und wo investiert werden soll, wie viel ausgegeben und gespart werden soll und vieles mehr“. Da wären wir wieder bei Sono Motors. Geschichten, die heute mit Nachhaltigkeit und Klimaschutz zu tun haben, sind extrem populär und öffnen die Geldbörsen vieler Anleger. Dies ist eindeutig eine gute Nachricht, weil das Crowdinvesting insgesamt von dieser Einsicht profitieren kann. Die narrative Ökonomie soll allerdings nicht so verstanden werden, dass Stories nur der Stories wegen diesen Effekt haben, sondern sie müssen die Menschen in ihrem Wertumfeld überzeugen. Diese Geschichten sind Anker in einer immer komplexer werdenden Welt.

Wir sind auf dem Weg in die nachhaltige Internetökonomie schon ein ganzes Stück weitergekommen: der Ansatz der überzeugenden Geschichten wird das Investitionsverhalten, nicht nur der großen Spieler wie Blackrock, immer stärker prägen (siehe hierzu die neueste Geschichte von Blackrock: [„Blackrock will mehr auf Nachhaltigkeit drängen.“](#)).

