

+ Kapitalanlage + Versicherung + Investment + Finanzierung + Betrieb +

VERTRIEBSERFOLG 2018

**Zukunftsweisende Perspektiven und Strategien
für Vermittler und Berater!**

**Innovative, ausgezeichnete Produkte
und Dienstleistungen**

Tippgeber für Crowdfunding - Stornofrei in die Zukunft

Beitrag von **Jürgen Braatz**,
Inhaber,
Fondswissen Beratung



Neue Märkte bieten neue Chancen. Versicherungsvermittler können von Crowdfunding profitieren. Mit wenig Aufwand, ohne Haftung und vor allem stornofrei.

Crowdfunding und Vermittler – wie passt das zusammen? Hat Crowdfunding doch den Ruf, ganz ohne Vermittler und Berater auszukommen. Alles soll online gehen, ohne Besuche, Telefonate, Briefe. Das stimmt, aber die Crowdfunding-Anbieter haben gemerkt, dass es gar nicht so einfach ist, bzw. vor allem nicht billig, Kunden über das Internet zu erreichen.

Denn woher soll der Kunde von den Angeboten auf einer Plattform erfahren? Google-Werbung war und ist dafür eine gute Möglichkeit. Doch wer als Vermittler schon einmal Leads für LV oder PKV einkauft hat, weiß wie teuer das ist. Facebook-Marketing ist ebenfalls eine gute Lösung, preiswerter und besser zu steuern, aber auch Facebook hat die Preise erhöht, bzw. die gestiegene Nachfrage hat zu höheren Preisen geführt.

Crowdfunding-Anbieter auf Partnersuche

Einige Crowdfunding-Anbieter haben daraus gelernt und suchen den Kontakt zu Finanzberatern die Geschlossene Fonds, AIF, Direktinvestments etc. vermitteln bzw. früher vermittelt haben. Der Marktführer für Crowdfunding in Deutschland, die Exporo AG aus Hamburg, ließ im Jahr 2017 keine Veranstaltung aus, um für sich und ihr Partnermodell zu werben. Bei verschiedenen Gelegenheiten konnte der Autor erleben, wie groß

die Probleme (noch) sind, den Anlageberatern die Kooperation schmackhaft zu machen. Anlageberater vergleichen die überschaubaren Provisionen mit den 10 Prozent und mehr der goldenen Jahre der Fondsbranche und tun anscheinend lieber gar nichts, als sich bzw. ihren Kundenstamm für den neuen Markt zu öffnen. Groß scheinen auch die Ängste zu sein, die Kontrolle über die Kunden bzw. den ganzen Kundenstamm zu verlieren. Den Crowdfunding-Anbietern andererseits fehlt es an Verständnis für die Vertriebler, sie erreichen mit ihrer Ansprache weder Kopf noch Bauch.

Die Crowdfunding Branche wächst und wird weiter wachsen

Dabei zeigen die Zahlen das Potential der Branche: Sie wächst rasant und sie wird weiter wachsen. Hat sie im Jahr 2016 etwas über 60 Millionen Euro in kleinen Stücken einsammeln können, waren es in den ersten neun Monaten des Jahres 2017 schon über 125 Millionen. Die Exporo AG meldete im Herbst 2017 stolz, seit der Gründung kumuliert die 100-Millionen-Euro-Marke überschritten zu haben. Der Trend wird sich auch in diesem Jahr weiter fortsetzen, denn gerade hat Exporo sich zu einem Anbieter von Angeboten mit größerem Volumen gemausert. Nehmen wir einmal an, dass im laufenden Jahr 200 Millionen Euro platziert werden und nehmen wir weiter an, dass Vermittlungspartner rund 2 % Provision erhalten können, dann wären 4 Millionen Euro Provisionen zu verteilen, für wenig Aufwand, wie die Crowdfunding-Anbieter betonen.

Der Investitionsprozess bei Crowdfunding-Plattformen ist einfach und das ist auch die wichtigste Basis für den Erfolg. Ein Interessent kann sich in wenigen Minuten bei dem Anbieter registrieren. Er muss nur die Kontodaten seiner Bankverbindung, die Daten seines Personalausweises oder Reisepasses zur Hand haben, alles andere wie Geburtsdatum und Adresse hat er ja in der Regel im Kopf. Dann kann er pro Projekt bis maximal 10.000 Euro anlegen, wenn er versichert, den zehnfachen Betrag, nämlich 100.000 Euro liquide zu haben. Die meisten Anleger dürften Beträge anlegen, die niedriger sind als das Zweifache ihres monatlichen Nettoeinkommens. Verschiedene Anbieter berichten von durchschnittlichen (!) Beteiligungsbeträgen in der Größenordnung von 3.000 bis 4.000 Euro, kein Kleinkram also.

Rechtlich gesehen bieten die Crowdfunding-Anbieter meistens Nachrangdarlehen an, und die Anlageklasse Immobilienprojekte führt mit weitem Abstand vor allen anderen. Die Plattform bzw. die Geschäftsführung hat selbst eine Vertriebsgenehmigung nach § 34f der Gewerbeordnung und ist verpflichtet, die Plausibilität der vorgestellten Projekte zu prüfen. In der Tat tut sie das meistens sogar in höherem Maße bzw. intensiver als nach außen kommuniziert wird. Bei einem Kongress des Welther-Verlages im Oktober des letzten Jahres beispielsweise berichtete der CEO von Zinsland sehr detailliert über seine Zusammenarbeit mit Bauträgern. So gehören zum Pflichtprogramm auch Vor-Ort-Besuche und Gespräche mit den Immobilienmaklern, die schon in der Bauphase Wohnungen verkaufen sollen.

Crowdfunding ist Vermittlung ohne Beratung, Tippgeber haften gar nicht

Beratung der Investoren gehört nicht zum Geschäftsmodell einer Crowdfunding-Plattform und somit entfallen auch alle mit der Anlageberatung verbundenen Pflichten. Der Kunde entscheidet selbst, welches Projekt er finanzieren will bzw. ob eine Investition in Crowdfunding für ihn überhaupt geeignet ist. Auf der Plattform findet er neben den Marketingaussagen, Fotos bzw. Skizzen (nur) ein gesetzlich geregeltes Informationsblatt und eine Vorstellung des Projekts, die viele Frei-

heiten hat gegenüber dem starren Korsett, das die BaFin den Prospekten für AIF und Vermögensanlagen anlegt. Natürlich dürfen die obligatorischen Hinweise auf das Totalverlustrisiko nicht fehlen und die besseren Anbieter klären auch über einige andere Risiken auf.

Crowdfunding-Anbieter werben Partner aus der Finanzbranche mit dem aus der Versicherungsbranche bekannten Tippgeber-Modell. Der Partner berät nicht, vermittelt nicht, sondern er empfiehlt die Plattform selbst. Technisch geht das auf verschiedenen Wegen, am elegantesten über E-Mails, die einen Link enthalten, der nur dem Tippgeber zur Verfügung gestellt wird. Der Tippgeber schickt nun seinen Kunden eine E-Mail mit diesem Link und empfiehlt diesem, sich dort zu



Quelle: © pixfly - Fotolia.com

registrieren und selbst zu prüfen, ob er dort investieren wolle. Wenn der Kunde diesem Vorschlag folgt, dann „weiß“ die Datenbank, von welchem Tippgeber der Kunde angeregt wurde. In der Folgezeit erhält der Tippgeber für unterschiedlich lange Zeiträume Provisionen in der Größenordnung von 2 Prozent und zwar meistens nicht nur für die erste Investition sondern auch für alle folgenden. Was für Berater aus der Szene der Geschlossenen Fonds mickrige 2 Prozent sind, sind für Versicherungsvermittler durchaus attraktive 20 Promille für eine reine Geschäftsanbahnung die ihn wenig Aufwand kostet. Wenn er einen gut gepflegten Bestand von Kunden hat, die er gezielt anspricht, sind monatliche Einkommen von 500 Euro und mehr drin. Für eine E-Mail, ein vorbereitendes allgemeines Informationsgespräch und gelegentliche Erinnerungsmails oder –telefonate ist das leicht verdientes Geld. Und das Beste dabei: Alles ohne Vermögensschadhaftpflichtversicherung, ohne Beratungsgespräch und –dokumentation, ohne Haftungsrisiko und stornofrei. ■