

Förderprogramm Crowdfunding-Kampagne
Finanzierung

Sitzungsvorlage Nr. 14-20 / V 16012

Beschluss des Ausschusses für Arbeit und Wirtschaft am 15.10.2019 (SB)

Öffentliche Sitzung

Kurzübersicht

zur beiliegenden Beschlussvorlage

Anlass	Am Wirtschafts- und Gründerstandort München soll mit Crowdfunding ein innovatives Finanzierungs- und Marketinginstrument gefördert werden, das für Gründerinnen und Gründer eine immer bedeutendere Rolle einnimmt. Mit der Förderung soll die Finanzierung der Frühphase einer Gründung unterstützt und zugleich die Qualität des Crowdfunding-Projekts erhöht werden. Über Crowdfunding kann eine Finanzierungslücke geschlossen werden, da Banken, Kreditinstitute oder Investoren in der Frühphase einer Gründung oftmals gar nicht bzw. nur sehr schwer zu überzeugen sind, insbesondere wenn es sich um innovative Produkte handelt, für die es wenig bis keine Erfahrungswerte am Markt gibt.
Inhalt	In der Vorlage wird der Sachstand zum Crowdfunding-Förderprogramm Pilotphase 2018/2019 sowie die geplante Fortführung 2020 - 2024 dargestellt.
Gesamtkosten/ Gesamterlöse	Die Gesamtkosten der Maßnahme betragen 80.000 Euro pro Jahr für den Zeitraum 2020 - 2024. Es besteht damit insgesamt ein Finanzierungsbedarf von 400.000 Euro.
Entscheidungsvorschlag	Die Ausführungen zum Sachstand des Pilotprojekts „Förderprogramm Crowdfunding-Kampagne“ werden zur Kenntnis genommen. Das Referat für Arbeit und Wirtschaft wird beauftragt, das Projekt „Förderprogramm Crowdfunding-Kampagne“ im dargestellten zeitlichen Rahmen weiter umzusetzen und zu evaluieren. Dafür werden dem Referat für Arbeit und Wirtschaft die dargelegten zentralen Mittel genehmigt.
Gesucht werden kann im RIS auch nach	Crowdfunding, Gründungsförderung, finanzielle Unterstützung für Gründerinnen und Gründer
Ortsangabe	(-/-).

Förderprogramm Crowdfunding-Kampagne
Finanzierung

Sitzungsvorlage Nr. 14-20 / V 16012

**Vorblatt zur Beschlussvorlage des Ausschusses für Arbeit und Wirtschaft am
15.10.2019 (SB)**
Öffentliche Sitzung

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Vortrag des Referenten	1
1. Einführung: Crowdfunding – Funktionsweise und Mehrwert	2
1.1 Geld für Gegenleistung - Reward-based Crowdfunding	2
1.2 Geld für Beteiligung - Equity-based Crowdfunding	3
1.3 Geld für Zinsen - Lending-based Crowdfunding	3
1.4 Geld für eine gute Tat - Donation-based Crowdfunding	3
1.5 Vor- und Nachteile von Crowdfunding	4
2. Warum ist eine städtische Förderung sinnvoll?	4
3. Welche Ziele werden verfolgt?	5
4. Was und wie wird gefördert?	6
5. Pilotphase: Erfahrungswerte und Evaluation	7
6. Darstellung der Kosten und Finanzierung	9
II. Antrag des Referenten	10
III. Beschluss	11

Förderprogramm Crowdfunding-Kampagne
Finanzierung

Sitzungsvorlage Nr. 14-20 / V 16012

1 Anlage

Beschluss des Ausschusses für Arbeit und Wirtschaft am 15.10.2019 (SB)

Öffentliche Sitzung

I. Vortrag des Referenten

Die Unterstützung von Gründerinnen und Gründern aller Branchen ist ein wichtiges Aufgabenfeld kommunaler Wirtschafts- und Beschäftigungspolitik, denn das Gründungsgeschehen spielt für die wirtschaftliche Entwicklung eines Standortes eine große Rolle. Neugründungen bringen Innovationen hervor, schaffen Arbeitsplätze, fördern Wettbewerb und Strukturwandel und tragen zur Innovationstätigkeit am Standort bei. Sie sind damit ein starker Impulsgeber und entscheidend für die Erneuerungsfähigkeit der Wirtschaft.

Das Münchner Gründer-Ökosystem mit seiner dynamischen und innovativen Gründungskultur bietet Start-ups beste Voraussetzungen. Ein Grund hierfür ist der richtige Mix aus förderlichen Rahmenbedingungen, zu denen neben Münchens exzellenten Universitäten und Hochschulen mit ihren Entrepreneurship-Zentren ebenso Erfolgsfaktoren wie international erfolgreich agierende Unternehmen, Kapital, Infrastruktur und Vernetzung sowie das kommunale Engagement zählen. Das Referat für Arbeit und Wirtschaft engagiert sich in vielen Bereichen, die für ein aktivierendes Gründungsumfeld relevant sind. Hierzu zählen die Beratung im Münchner Existenzgründung-Büro (MEB), eine etablierte Münchner Erstanlaufstelle, die jährlich über 1.000 Beratungsgespräche führt, und eine Vielzahl von Aktivitäten, die die dynamische und innovative Gründungskultur fördern, vernetzen und sichtbar machen, wie die Veranstaltungsreihe „StartUp München“ oder das Onlineportal „Munich Startup“, das über die regionale Gründerszene berichtet und seit über fünf Jahren vom Referat unterstützt wird.

Als große Herausforderung für die meisten Start-ups gilt die Finanzierung des Gründungsvorhabens. Neben den klassischen Finanzierungsmodellen wie Krediten, Fördermitteln und Venture Capital/Angel-Investments ist die Schwarmfinanzierung (Crowdfunding) eine neue, aber noch nicht ausreichend bekannte und verbreitete Finanzierungsform. Mit dieser Finanzierungsart steht Gründerinnen und Gründern jedoch eine attraktive weitere Möglichkeit zur Verfügung, Kapital für ihr Unternehmen einzusammeln.

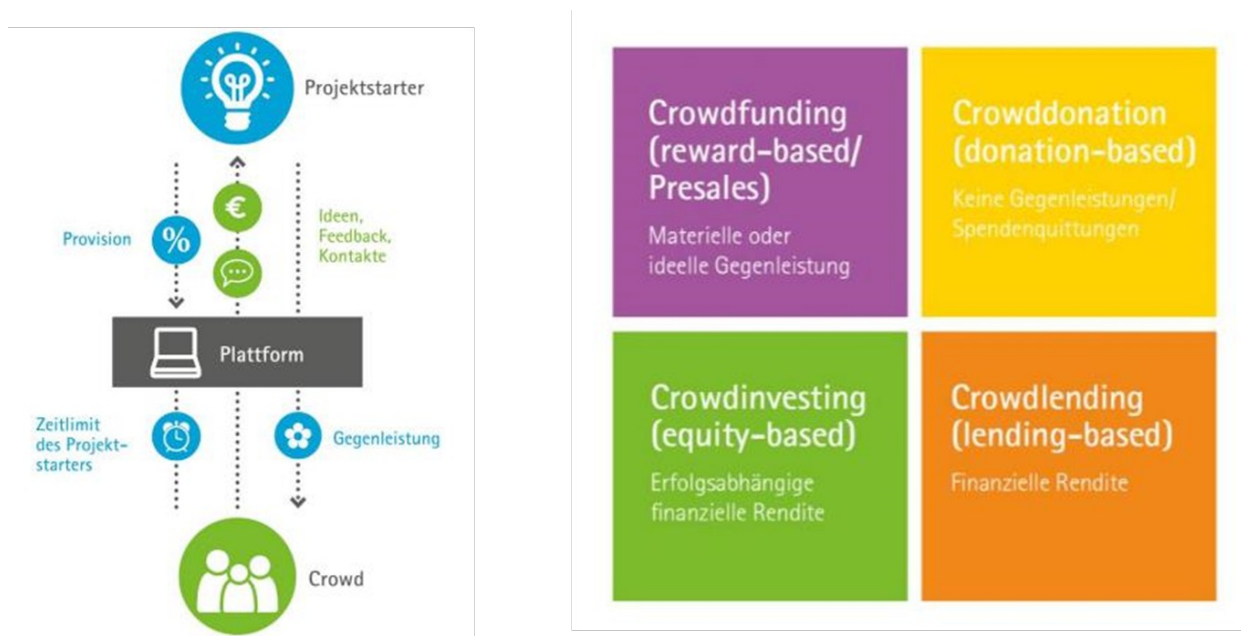
Crowdfunding wird als eine Form der Finanzierung (“funding”) durch eine Menge (“crowd”) von Internetnutzern definiert.¹ Zur Beteiligung der Crowd wird in der Regel über spezielle Crowdfunding-Plattformen aufgerufen.

1 Vgl.: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/crowdfunding-53556>

1. Einführung: Crowdfunding – Funktionsweise und Mehrwert

Crowdfunding kombiniert Finanzierung, Kundenbindung, Marketing und Markttest in einem und birgt damit für Gründerinnen und Gründer, aber auch für bestehende Unternehmen viel Potenzial. Beim Crowdfunding finanzieren viele Personen – die Crowd – mit kleineren Geldbeträgen gemeinsam ein Projekt oder Vorhaben über das Internet. Für ihre Unterstützung erhalten die Geldgeber eine Gegenleistung vom Projektstarter, die ideeller, materieller, aber auch finanzieller Art sein kann. Abhängig davon, welche Gegenleistung die Crowd erhält, unterscheidet man die vier Crowdfunding-Modelle:

Crowdfunding - Prozess und Arten².



1.1 Geld für Gegenleistung - Reward-based Crowdfunding

Beim reward-based Crowdfunding erhalten Geldgeber eine Gegenleistung, jedoch kein Geld vom Projektumsetzer. Dies kann bei einer Produktentwicklung z.B. die frühe Nutzungsmöglichkeit des Ergebnisses sein. Diese Form der Vorfinanzierung kann besonders für Unternehmen interessant sein, die ein neuartiges Produkt für Endverbraucher am Markt testen möchten. Da nur Produkte durch die Crowd finanziert werden, die auch tatsächlich bei der Zielgruppe auf Interesse und Zahlungsbereitschaft stoßen, funktioniert die Kampagne als realer Markttest. Darüber hinaus kann eine gute Crowdfunding-Kampagne durch ihre Reichweite ein großes Unterstützernetzwerk und wertvolle Multiplikatoren erschließen. Damit vereint eine reward-based Crowdfunding-Kampagne also Finanzierung, Marketing und Machbarkeitsnachweis. Das Transaktionsvolumen im Segment Crowdfunding wird 2019 in Deutschland etwa 36,7 Mio. Euro betragen bei einer An-

2 Quelle: Crowdfunding-Canvas der IHK München und Oberbayern

zahl von ca. 4.900 Kampagnen.³ Zum Vergleich in China wird 2019 ein Gesamttransaktionsvolumen von 4,9 Mrd. Euro erwartet – der weltweit höchste Wert.⁴

Das Crowdfunding-Förderprogramm der Landeshauptstadt München unterstützt ausschließlich Kampagnen im Bereich des reward-based-Crowdfundings.

Wie die Grafik aus Seite 2 zeigt, gibt es drei weitere Arten von Crowdfunding, die der Vollständigkeit halber nachfolgend ebenfalls kurz erläutert werden.

1.2 Geld für Beteiligung - Equity-based Crowdfunding

Diese Form wird auch als Crowdinvesting bezeichnet. Hierbei geht es nicht um das Finanzieren einzelner Projekte oder die Vorfinanzierung von Produkten, sondern um Mikro-Investitionen vieler Einzelpersonen in meist junge Unternehmen (Start-ups). Für Start-ups ist Crowdinvesting vor allem in einer frühen Finanzierungsphase interessant, wenn das Unternehmen Kapital benötigt, um den Markt zu erschließen. Die Geldgeber werden im Rahmen des Crowdinvesting am Erfolg des Unternehmens beteiligt. Im Jahr 2018 lag das Volumen erfolgreich platzierter deutscher Crowdinvestments bei 297 Millionen Euro. Damit ist der Markt gegenüber 2017 um 50 Prozent gewachsen, allerdings vor allem getrieben durch Immobilienfinanzierungen.⁵

1.3 Geld für Zinsen - Lending-based Crowdfunding

Bei dieser Art des Crowdfunding, auch Crowdlending genannt, agiert die Crowd als Darlehensgeber. Die Darlehensvergabe erfolgt über eine Crowdlending-Plattform als Vermittlerin. Die Einstufung in Risikoklassen übernimmt die Plattform, entsprechend gestaltet sich der zu zahlende Zins. Der Unterschied zu Bankdarlehen sind die geringeren Ansprüche an vorhandene Sicherheiten, da das Risiko eines Zahlungsausfalls die Crowd zu tragen hat. Wird die benötigte Darlehenssumme komplett durch die Crowd gedeckt, vergibt in der Regel eine zwischengeschaltete Bank das Darlehen an den Darlehensnehmer und verkauft die Teilforderungen an die Crowd. Das Transaktionsvolumen im Segment Crowdlending (Business) wird 2019 laut einer Statista-Analyse weltweit etwa 160 Mrd. Euro betragen bei über 37.000 Krediten.⁶

1.4 Geld für eine gute Tat - Donation-based Crowdfunding

Dabei geht es um das Sammeln von Spenden. Meistens handelt es sich bei den so finanzierten Vorhaben um Projekte mit gemeinnützigem Charakter. Im Gegensatz zum reward-based Crowdfunding sind Gegenleistungen für die Geldgeber nicht üblich. Ist der Projektstarter dazu berechtigt, können Spendenquittungen ausgestellt werden.

3 Vgl.: <https://de.statista.com/outlook/335/137/crowdfunding/deutschland#market-revenue>

4 Vgl.: <https://de.statista.com/outlook/335/137/crowdfunding/deutschland#market-revenue>

5 Vgl.: [crowdfunding.de](https://www.crowdfunding.de), Crowdinvest Marktreport 2018 Deutschland, S.3

6 Vgl.: <https://de.statista.com/outlook/334/100/crowdlending--business-/weltweit>

Crowdfunding als alternative Finanzierungsform gewinnt stetig an Bedeutung. Vor allem bei der Gründung von Start-ups wird immer häufiger davon Gebrauch gemacht, um von den Auswahlkriterien der Banken bzw. VC-Kapitalgebern unabhängig zu sein. Denn mit Crowdfunding wird ein gemeinsames Projekt durch viele Personen mittels kleinerer Beiträge finanziert.

Reward-based Crowdfunding bietet sich insbesondere für Start-ups an, die ein neues Produkt am Markt testen möchten, denn diese Art der Crowdfunding-Kampagne vereint Finanzierung, Marketing und Machbarkeitsnachweis (Proof of Concept).

1.5 Vor- und Nachteile von Crowdfunding

Wie jede Finanzierungsform hat Crowdfunding Vor- und Nachteile⁷, die wie nachfolgend skizziert werden können:

Vorteile

- Start-up-freundliche Finanzierungsform
- für alle Rechtsformen geeignet – auch für die mit schlechteren Kreditaussichten
- positiver Marketing-Effekt
- Entstehen einer engen Bindung zwischen Crowd und Unternehmen
- flexibel und individualisierbar
- Kleinst-Investitionen möglich
- hohe Attraktivität für private Investoren (wegen kleiner Investitionskosten und hohen Renditechancen bzw. Gegenleistungen)
- Transparenz
- direktes Feedback der Crowd, ob das Projekt ankommt oder nicht

Nachteile

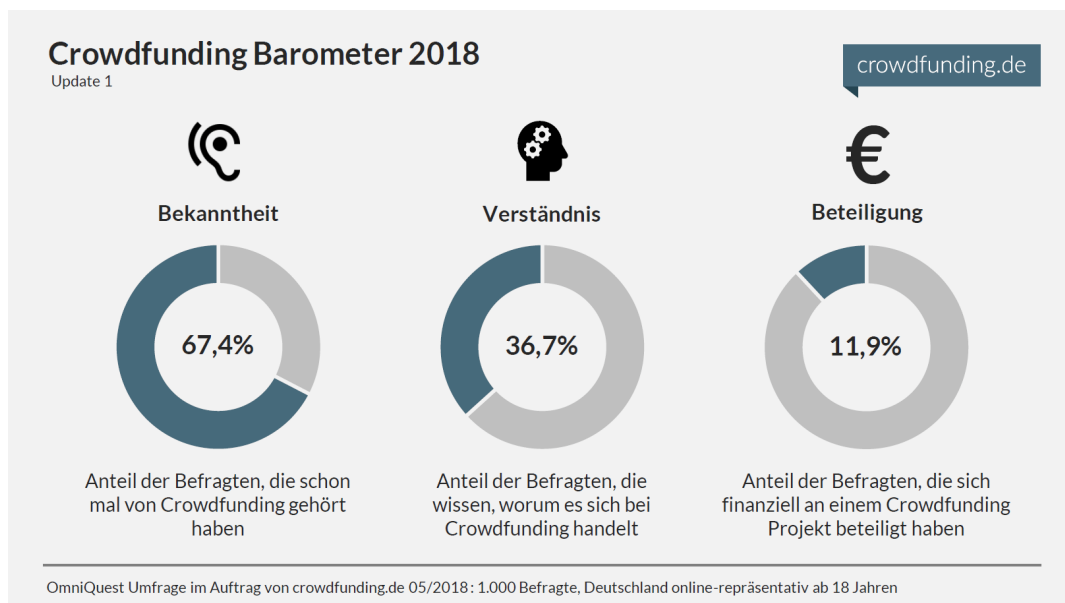
- Alles-oder-nichts-Prinzip - Das Geld der Crowd erhält man nur, wenn das zuvor festgelegte Fundingziel erreicht wurde.
- Gutes Marketing für die Kampagne kostet Geld.
- hoher administrativer und zeitlicher Aufwand
- nicht wenige Kampagnen scheitern
- extrem große Auswahl an Projekten für Investoren
- Abhängigkeit von Plattformen

2. Warum ist eine städtische Förderung sinnvoll?

Gründerinnen und Gründern am Standort München soll der Zugang zum innovativen Finanzierungs- und Marketinginstrument Crowdfunding ermöglicht und erleichtert werden. Noch ist das Instrument der schwarmbasierten Finanzierung nicht in allen Bereichen der Gründerlandschaft eingeführt bzw. sind die Vorteile in der Zielgruppe noch nicht ausrei-

⁷ Vgl.: <https://www.junge-gruender.de/crowdfunding/>

chend bekannt. So haben laut Crowdfunding-Barometer 2018 zwar 67,4% der Befragten bereits diffus von Crowdfunding gehört, aber lediglich 36,7% wussten konkret, worum es sich bei Crowdfunding handelt, und nur 11,9% haben sich schon einmal finanziell bei einem Crowdfunding-Projekt engagiert.



Auch wenn der Bekanntheitsgrad langsam steigt, sind die Vorteile und unternehmerischen Möglichkeiten von Crowdfunding auch in der Gründerszene oft noch erstaunlich unbekannt bzw. werden noch nicht richtig wahrgenommen. Oftmals wird Crowdfunding auch weniger als unternehmerisches Instrument zur Finanzierung, sondern lediglich als Möglichkeit der Sammlung von Spenden gesehen.

Die Förderung der Gründerszene und der Kreativwirtschaft ist zudem mit positiven ökonomischen Folgeeffekten für die Landeshauptstadt München verbunden. Die freiwillige finanzielle Unterstützung, die die Landeshauptstadt München gewährt, fließt in Form von Umsätzen, Löhnen und Gehältern bzw. der dadurch ausgelösten fiskalischen Effekte wieder in den Stadthaushalt zurück. Dazu sind nicht konkret bezifferbare nicht-monetäre Effekte wie Imagegewinne hinzuzurechnen, wenn München bundesweit und international als innovativer Gründungsstandort wahrgenommen wird, der das Zukunftsthema „Crowdfunding“ strukturübergreifend mitdenkt und treibt. München ist bislang die erste Stadt bzw. Kommune in Deutschland, die dieses Förderinstrument anbietet.

3. Welche Ziele werden verfolgt?

Mit dem Förderprogramm soll die Finanzierung der Frühphase einer Gründung unterstützt und zugleich die Qualität des Crowdfunding-Projekts erhöht werden. Zudem soll das Programm zu einer besseren Vernetzung zwischen der lokalen Gründungs- und Kreativszene

beitragen, indem Projektstarter einen Anreiz erhalten, lokale Anbieter der Kultur- und Kreativwirtschaft zu beauftragen.

Informationen zu Crowdfunding und zum Umgang mit diesem Finanzierungsinstrument sollen über ergänzende Programme angeboten werden. Hierzu zählen kostenlose Qualifizierungsangebote für Gründerinnen und Gründer sowie Akteure aus der Kultur- und Kreativwirtschaft, wie Beratungen, Workshops, Info- und Netzwerkveranstaltungen. Hierfür arbeiten das Münchner Existenzgründungs-Büro (MEB), das Kompetenzteam Kultur- und Kreativwirtschaft und weitere relevante Akteure wie z.B. die Industrie- und Handelskammer und die Handwerkskammer für München und Oberbayern zusammen. Die für das Förderprogramm obligatorische Teilnahme an einer einstündigen kostenlosen Crowdfunding Beratung, angeboten vom MEB bzw. Kompetenzteam Kultur- und Kreativwirtschaft, bereitet die Projektstarter bestmöglich auf die Kampagnenplanung und -durchführung vor. Crowdfunding bietet gerade bei innovativen Neugründungen die Möglichkeit, eine Finanzierungslücke in einem Segment zu schließen, das für Banken und Investoren zunächst wenig attraktiv ist. Crowdfunding trägt damit auch zu einer Demokratisierung des Gründungsprozesses bei – nicht mehr einzelne Investoren oder Bankberater entscheiden, ob eine Geschäftsidee erfolgversprechend ist, sondern die Crowd, also die Zielgruppe und somit die zukünftigen Kunden.

In der Folgefinanzierung kann Crowdfunding die Eigenkapitalquote erhöhen, als Erfolgsnachweis dienen und somit die Konditionen wie auch die Verhandlungsposition bei Darlehensgebern bzw. Investoren erheblich verbessern.

Die Sichtbarkeit Münchens im innovativen Bereich Crowdfunding soll durch geeignete Maßnahmen (PR, Marketing, Events) optimiert werden.

Hierfür ist mit dem Crowdfunding-Portal unter www.crowdfunding-in-muenchen.de bereits ein erster Schritt getan. Auf dem Portal werden Angebote und Veranstaltungen zum Thema Crowdfunding in München gebündelt, um diese für Interessierte leichter auffindbar zu machen. Denn einerseits wächst das Angebot an Beratung, Workshops, Events und Fördermöglichkeiten in der Münchener Crowdfundingsszene, aber andererseits sind diese Angebote auf den Webseiten und Plattformen der verschiedenen Institutionen und Initiativen verteilt, was eine gewisse Übersicht erschwert. Um zielgerichtete Vernetzungen in der Szene zu etablieren, sind jedoch weitere Maßnahmen notwendig.

4. Was und wie wird gefördert?

Gefördert werden Kreativdienstleistungen, die im direkten Zusammenhang mit der Umsetzung der Crowdfunding-Kampagne auf einer geeigneten Plattform stehen (z.B. Videos, Grafiken, Logos, Fotos, Texte, Social Media/PR etc.). Konkret wird eine Förderung mit zweifacher Wirkung umgesetzt:

1. Gewerbliche und freiberufliche Gründerinnen und Gründer aller Branchen mit Unternehmenssitz in der Landeshauptstadt München erhalten einen Zuschuss für den Erwerb

kreativer Dienstleistungen, die für die Umsetzung der Kampagne nötig sind. Die Förderung erfolgt in Form einer Anteilsfinanzierung von 50 Prozent, jedoch begrenzt auf maximal 3.000 Euro.

2. Die Förderung ist entsprechend der Förderrichtlinie gekoppelt an die Inanspruchnahme von Dienstleistungen von Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft mit Sitz in der Landeshauptstadt München.

Projektstarter sollen durch die Förderung einen Anreiz erhalten, lokale Anbieter der Kultur- und Kreativwirtschaft zu beauftragen und – bedingt durch das relativ hohe Münchner Preisniveau – auf das Ausweichen auf preisgünstige Anbieter im Internet (weltweite Plattformen) zu verzichten. Das Kompetenzteam Kultur- und Kreativwirtschaft, mit dem das Programm gemeinsam entwickelt wurde, hat mit seiner Expertise die Kultur- und Kreativszene betreffend u.a. diesen wichtigen Aspekt eingebracht. Durch die Nähe von Auftraggeber und Dienstleister werden nicht nur die Netzwerke zwischen Gründungs- und Kreativszene verstärkt, die in dieser Kombination nachweislich zur Innovationskraft einer Stadt beitragen, sondern gleichzeitig wird auch die Qualität der Gründungen erhöht: In einem zunehmend aufmerksamkeitsbasierten Marktumfeld sind die Gründerinnen und Gründer im Vorteil, die es verstehen, Produkt und Marke sowie Marketing, PR und Storytelling (Erzählen einer Geschichte rund um ein Produkt) optimal aufeinander abzustimmen, attraktiv zu gestalten und für die Zielgruppe sichtbar zu positionieren. Die Kenntnis lokaler Marktgegebenheiten, aktueller Trends sowie vielfältige Erfahrungswerte mit internationalen Kunden sind große Wettbewerbsvorteile der Münchner Kreativwirtschaft, auf die die Gründerszene nicht verzichten sollte.

Angeführt sei in diesem Zusammenhang auch, dass die Stadtparkasse München den Erfolg einer Crowdfunding-Kampagne (in Ergänzung zum Businessplan) als Qualitätsnachweis bewertet, was für Gründerinnen und Gründer eine deutlich verbesserte Verhandlungsposition hinsichtlich der Gründungsfiananzierung bedeutet. Unter der Bezeichnung MunichCrowd⁸ wird seit Ende 2018 die Kombination von Crowdfunding und klassischer Gründungsfinanzierung bei der Stadtparkasse München angeboten.

5. Pilotphase: Erfahrungswerte und Evaluation

Das Förderprogramm Crowdfunding-Kampagne wurde als Kooperationsprojekt der Gründungsförderung und des Kompetenzteams Kultur- und Kreativwirtschaft gemeinsam mit der Zielgruppe entwickelt und im März 2018 als Pilotprojekt gestartet. Das Feedback aus der Zielgruppe (Gründer, Projektstarter, Crowdfunding-Berater etc.) floss in die Gestaltung des Programms mit ein. Der Bedarf an einem Crowdfunding-Förderinstrument wurde bestätigt und begrüßt. Auch die Höhe der Unterstützung wurde als relevant und für die Startphase einer Gründung als sehr hilfreich erachtet. Weitere wichtige Punkte aus

8 Vgl.: www.sskm.de/munichcrowd

Gründersicht: Ein schlanker und schneller Antragsprozess, direkte und unkomplizierte Kommunikationswege zwischen Antragsteller und Verwaltung sowie die Vernetzung mit anderen Gründern und Kreativen.

Die Erfahrungswerte aus der Pilotphase sind deutlich positiv:

Bisher (März 2018 bis August 2019) wurden insgesamt 31 Projekte mit einem Gesamtumfang von 75.000 € gefördert, wodurch ein Gesamtvolumen von 190.000 € an Kreativleistungen im Stadtgebiet München ausgelöst und umgesetzt wurde. Damit hat jeder geförderte Euro im Durchschnitt darüber hinaus 1,50 € an zusätzlichen Umsätzen für die lokale Kultur- und Kreativwirtschaft gehebelt. Von den 31 Projekten waren bislang 13 erfolgreich, 10 konnten das Fundingziel nicht erreichen und 8 sind bislang noch nicht gestartet.

Die Kampagnen, die das Fundingziel nicht erreichen, werden im Verständnis der Fördermittelgeberin nicht als gescheitert begriffen, denn die Gründerinnen und Gründer profitieren von unmittelbaren unternehmerischen Erfahrungswerten, dem wertvollen Feedback der Crowd sowie von Lerneffekten für eine zukünftig verbesserte Ausrichtung des Angebots. Die Erfahrung der betreuenden Beraterinnen und Berater zeigt, dass viele Projektstarter einen neuen Anlauf mit einem verbesserten Angebot unternehmen. Einige verwerfen aber aufgrund des nicht erfolgreichen Markttests die Weiterverfolgung des ursprünglich geplanten Angebots, da sie erkennen konnten, dass es keinen oder einen zu kleinen Markt und damit keine wirtschaftliche Tragfähigkeit gibt.

Insofern ist Crowdfunding ein komprimierter Testlauf nicht nur für das Produkt, sondern auch für jede Gründerin und jeden Gründer selbst. Die Verdichtung aller relevanten Gründungsthemen in einer relativ kurzen Kampagne erfordert eine sehr gute und professionelle Vorbereitung sowie unternehmerische Qualitäten. Die Kampagnenstarter müssen mit hoher Effizienz auftretenden Herausforderungen begegnen und können dadurch prüfen, ob ihnen die Rolle des Unternehmers tatsächlich auch liegt. Neben dem Markttest des Produkts ist Crowdfunding also auch ein „Stresstest“ für die Gründerperson bzw. das Gründerteam.

Die Auswertung zeigt weiter, dass die Projekte sehr vielfältig sind. Schwerpunkte lassen sich im Bereich Food/Gastronomie/Ernährung (8 Projekte), bei Technologieprojekten (7 Projekte) und im Kreativbereich (5 Projekte) ausmachen. Auch gewerbliche Sozialunternehmen sind bislang mit zwei Projekten vertreten.

Die erste Evaluierung zur Gleichstellung zeigt ferner, dass Gründerinnen und Gründer gleichermaßen an der Förderung teilhaben. Von den 31 Ausreichungen gingen bislang 17 an Frauen und 14 an Männer. Der Anteil der Gründerinnen beträgt damit aktuell 55%. Der durchschnittliche Förderbetrag liegt bei beiden Geschlechtern bei 2.400 €.

Das Volumen der beauftragten Kreativleistungen weicht ebenfalls nicht erheblich voneinander ab, so beträgt es bei den Gründerinnen im Durchschnitt 5.900 € und bei den Männern 6.200 €.

Mit dem monatlich stattfindenden „Crowdfunding-Frühstück“, initiiert durch Kolleginnen

und Kollegen der IHK für München und Oberbayern und des Referats für Arbeit und Wirtschaft sowie des Kompetenzteams Kultur – und Kreativwirtschaft, hat sich seit Mai 2017 ein wichtiger Treffpunkt für die Gründer- und Crowdfunding-Gemeinschaft in München entwickelt – die Gruppe zählt mittlerweile 790 Mitglieder. Dazu kommen in unregelmäßigen Abständen größere Netzwerk-Veranstaltungen (Crowdfunding-Night etc.), die in Kooperation des Referats für Arbeit und Wirtschaft, den lokalen Kammern IHK und HWK sowie der Stadtparkasse München organisiert werden.

Zudem wurde bereits das BR-Fernsehen auf das Förderprogramm aufmerksam und hat einen Beitrag im Wirtschaftsmagazin „MehrWert“ hierzu veröffentlicht.

Die bereits beschriebene neu entwickelte Portalseite www.crowdfunding-in-muenchen.de bildet in gebündelter Form alle Crowdfunding-Angebote in München ab und hilft, das Förderprogramm bekannter zu machen. Weitere Marketing-Maßnahmen beinhalteten Flyer, Plakate sowie Netzwerkveranstaltungen.

Aufgrund der erfolgreichen Pilotphase soll das Projekt fortgeführt werden. Die Laufzeit für das „Förderprogramm Crowdfunding-Kampagne“ soll zunächst 5 Jahre ab 2020 betragen mit der Perspektive einer möglichen Verlängerung bei Vorliegen entsprechenden Folgebedarfs und positiver Ergebnisse.

6. Darstellung der Kosten und der Finanzierung

Es handelt sich um eine freiwillige und zeitlich begrenzte Aufgabe.

Für die Pilotphase (03/2018 – 09/2019) konnten einmalig Restmittel aus dem Haushalt des Referats für Arbeit und Wirtschaft bereitgestellt werden. Diese Restmittel werden 2019 vollständig aufgebraucht.

Das Pilotprojekt zeigt, dass ein weiterer Bedarf vorhanden ist.

Planungen für einen Zeitraum von 5 Jahren (2020 - 2024):

80.000 € p.a. zur Finanzierung von:

- ca. 30 Projekten bei einer durchschnittlichen Förderung von 2.400 €
- max. 10.000 € Ausgaben für Veranstaltungen, PR und Marketing für das Programm

Zahlungswirksame Kosten im Bereich der laufenden Verwaltungstätigkeit beim Produkt 44571100 Wirtschaftsförderung (verschiedene Sachkonten)

	dauerhaft	einmalig	befristet
Summe zahlungswirksame Kosten			400.000 € im Zeitraum 2020 - 2024
davon:			
Personalauszahlungen (Zeile 9)*			
Auszahlungen für Sach- und Dienstleistungen (Zeile 11) – für Veranstaltungen, PR und Marke-			10.000 € p.a. 2020 - 2024

	dauerhaft	einmalig	befristet
ting			
Transferauszahlungen (Zeile 12) – Förderungen von Projekten			70.000 € p.a. 2020 - 2024
Sonstige Auszahlungen aus lfd. Verwaltungstätigkeit (Zeile 13)			
Zinsen und sonstige Finanzauszahlungen (Zeile 14)			
Nachrichtlich Vollzeitäquivalente			

Die Finanzierung kann weder durch Einsparungen noch aus dem eigenen Referatsbudget erfolgen.

Die geplante Ausweitung entspricht den Festlegungen für das Referat für Arbeit und Wirtschaft im Eckdatenbeschluss für den Haushalt 2020; siehe Nr. 8 der Liste der geplanten Beschlüsse für das Referat für Arbeit und Wirtschaft.

Die Beschlussvorlage ist mit der Stadtkämmerei abgestimmt.

Anhörungsrechte eines Bezirksausschusses sind nicht gegeben.

Der Korreferent des Referates für Arbeit und Wirtschaft, Herr Stadtrat Richard Quaas, und der Verwaltungsbeirat für Wirtschaftsförderung, Herr Stadtrat Mario Schmidbauer, haben jeweils einen Abdruck der Sitzungsvorlage erhalten.

II. Antrag des Referenten

1. Die Ausführungen zum Sachstand des Pilotprojekts „Förderprogramm Crowdfunding-Kampagne“ werden zur Kenntnis genommen.
2. Das Referat für Arbeit und Wirtschaft wird beauftragt, das Projekt „Förderprogramm Crowdfunding-Kampagne“ mit den dargelegten Aktivitäten und Maßnahmen durchzuführen.
3. Das Referat für Arbeit und Wirtschaft wird beauftragt, die befristet von 2020 bis 2024 erforderlichen Haushaltsmittel von insgesamt 400.000 € bzw. 80.000 € p.a. bei den jeweiligen Haushaltsplanaufstellungsverfahren 2020 - 2024 für das Produkt 44571100 aus zentralen Mitteln anzumelden.
4. Dieser Beschluss unterliegt nicht der Beschlussvollzugskontrolle.

III. Beschluss

nach Antrag.

Der Stadtrat der Landeshauptstadt München

Der/Die Vorsitzende

Der Referent

Ober-/Bürgermeister/-in
ea. Stadtrat/-rätin

Clemens Baumgärtner
Berufsm. Stadtrat

**IV. Abdruck von I. mit III.
über die Stadtratsprotokolle**

an das Direktorium - Dokumentationsstelle
an das Revisionsamt
an die Stadtkämmerei HA II/31
an die Staetkämmerei HA II/12
z. K.

V. Wv. RAW-FB2-SG4

1. Die Übereinstimmung vorstehenden Abdrucks mit der beglaubigten Zweitschrift wird bestätigt.
2. An das RAW-GL 2
3. An das RAW-Kompetenzteam Kultur- und Kreativwirtschaft
z. K.

Am.....

