

Berlin, den 01. September 2014

Stellungnahme des Deutschen Franchise-Verbandes e.V. (DFV)

zum Entwurf der Bundesregierung eines Kleinanlegerschutzgesetzes

I. Einführung

Im Rahmen der Gesetzesinitiative für ein Kleinanlegerschutzgesetz hat die Bundesregierung einen Referentenentwurf vorgelegt.

In Zuge dessen hat die Bundesregierung am 28. Juli 2014 den ersten Entwurf zur Verbesserung des Schutzes von Kleinanlegern zur Konsultation gestellt und einer Stellungnahme zugänglich gemacht.

Der DFV möchte die Gelegenheit zur Stellungnahme zum Referentenentwurf gerne wahrnehmen, um weitere Anregungen für die Überarbeitung des Gesetzes zu geben und auf deutliche Schwachstellen hinzuweisen.

Der Deutsche Franchise-Verband e.V. vertritt die Interessen der deutschen Franchisewirtschaft im nationalen und internationalen wirtschaftspolitischen Umfeld. 2013 erwirtschafteten rund 1.000 Franchisegeber, gemeinsam mit mehr als 76.500 Franchisenehmern und um die 525.300 Mitarbeiter etwa 62,8 Milliarden Euro Umsatz. Crowdfundingfinanzierung hat bisher in der deutschen Franchisewirtschaft kaum Beachtung gefunden. Es gibt aber starke Anzeichen dafür, dass sich in Zukunft die Finanzierung über Wagniskapital als attraktive Alternative zur klassischen Form der Unternehmensfinanzierung herausstellen wird.

In Zusammenarbeit mit TCI Rechtsanwälte München und SCHLARMANNvonGEYSO

RA Ruth Dünisch
Martiusstr. 5D - 80802 München
Tel. +49 - (0)89 - 3 83 67 88-0
Fax +49 - (0)89 - 3 83 67 88-99
E-Mail: rduenisch@tcilaw.de

RA Günter Erdmann
Bergstraße 28 - 20095 Hamburg
Tel.: + 49 40 697989-691
Fax: + 49 40 697989-521
E-Mail: erdmann@schlarmannvongeyso.de

II. Zentralen Standpunkte des DFV

Die Bedeutung der deutschen Franchisewirtschaft ist in den vergangenen Jahren kontinuierlich gestiegen. Dies wird besonders beim Blick auf die Zahlen der Franchisenehmer und der Beschäftigten sichtbar. Gab es 2003 noch 43.000 Franchisenehmer und 390.000 Mitarbeiter in diesem Wirtschaftszweig, so ist 2013 mit rund 76.600 Franchisenehmern und circa 525.000 Beschäftigten ein deutlicher Anstieg zu verzeichnen. Franchisesysteme wachsen hierbei größtenteils mit Unternehmensgründern. Probleme der Unterkapitalisierung und – trotz Vorliegen einer erprobten und erfolgreichen Geschäftsidee – bei der Finanzierung werden oft als wachstumshemmend eingestuft, so dass Expansionsziele auf Grund der benannten Punkte nicht erreicht werden können.

Trotz vieler Stärken deutscher Modelle der Unternehmensfinanzierung steht gerade jungen Unternehmen und Unternehmensgründern zu wenig Kapital zur Verfügung. Dieser Mangel an Kapital bremst den Wirtschaftsstandort in seiner Innovationskraft und schwächt die Gründerkultur in Deutschland. Daher hat die Bundesregierung zu Recht festgestellt, dass die Unternehmensfinanzierung über Wagniskapital eine effiziente Alternative darstellen kann. Crowdfunding als Teil davon leistet hierfür einen wichtigen Beitrag.

Die Attraktivität von Crowdfunding liegt gerade im schnellen und unbürokratischen Beteiligungsprozess. Der zu finanzierende Unternehmer wird dabei früh gefordert, indem er durch seine betriebsstrategische Ausrichtung und durch gezielte Kommunikation versucht, sich von anderen Wettbewerbern abzugrenzen, um Anleger, welche reales Geld investieren, von seinem Geschäftsmodell fortlaufend zu überzeugen. Diese Dynamik des deutschen Crowdfunding-Marktes muss erhalten bleiben, da es gerade auch für die Franchisewirtschaft eine attraktive Alternative zu klassischen Finanzierungsmodellmöglichkeiten bietet.

Der Entwurf zur Verbesserung des Schutzes von Kleinanlegern betrifft gerade Klein- und Mittelständische Unternehmen (KMU) sowie Existenzgründer. Die deutsche Franchisewirtschaft hat im Wesentlichen diese Unternehmenstypen im Fokus, und zwar sowohl auf Seiten des Franchisegebers als auch der des Franchisenehmers.

Die zentralen Forderungen und kritischen Hinweise des DFV zum Referentenentwurf lauten wie folgt:

1. Die Verpflichtung bereits ab einer „250 Euro Investition“ vom Crowdinvestor zu unterzeichnende Vermögensanlagen-Informationsblatt postalisch zurück zu senden, wird die Bereitschaft des Investors, auf Grund des hohen Aufwandes sich zu beteiligen, sinken lassen.
2. Die Pflicht zur Erstellung eines Verkaufsprospekts pro Crowdfunding bereits ab einer 1 Million Euro verursacht unverhältnismäßig hohe Kosten und ist kontraproduktiv. Zudem sollte eine Grenze einheitlich für den europäischen Markt festgelegt werden.
3. Die in einer Gesamtbetrachtung harten Regelungen des Gesetzentwurfes drohen den Crowdfunding-Markt zum Erliegen zu bringen. Gerade die Flexibilität und der geringe Verwaltungsaufwand von Crowdfunding machen die Attraktivität für den Wagniskapitalgeber aus.

III. Stellungnahme zu den einzelnen Regelungen

1. Medienbruch

Ein Vermögensanlagen-Informationsblatt soll zukünftig das zentrale Informationsmedium für den Anleger eines Crowdfunding sein. Mit Hilfe dieses Produktinformationsblattes kann die Aufklärung eines möglichen Anlegers sichergestellt werden.

Doch Vorschriften, wie ein solches Informationsblatt auszusehen und wie der Umgang damit zu erfolgen hat, könnten hohe Folgekosten mit sich bringen. Nach dem vorliegenden Entwurf soll das Vermögensanlagen-Informationsblatt für alle Anlagebeträge über 250 Euro ausgedruckt, unterschrieben und zwingend per Post an den Anbieter übersandt werden. Ein derartiger Medienbruch ist für die Anleger mit hohem Aufwand sowie für den zu finanzierenden Unternehmer bis zum Zugang mit Rechtsunsicherheit verbunden und würde die Investitionsbereitschaft bei Anlegern mindern. Dadurch würde der Markt möglicher Wagniskapitalgeber unnötig

beschnitten werden. Gleichzeitig steht diese Vorgabe auch im Widerspruch zu der von der Bundesregierung angekündigten Mittelstandsoffensive, welche gerade auch im digitalen Bereich bürokratische Formschranken abbauen möchte. Die technische Umsetzung einer digitalen Lesebestätigung, die auch eine gewisse Zeit auf dem Bildschirm erscheint, wäre hier ohne weiteres umsetzbar und würde den Investitionsprozess deutlich vereinfachen und somit die Attraktivität von Crowdfunding erhöhen.

Zusammengefasst: Nutzerfreundlichkeit des Produkt-Informationsblattes durch Verzicht auf den Medienbruch.

2. Verkaufsprospekt

Die Grenze von 1 Millionen Euro als Höchstsumme bei Ausnahmeregelungen ist nicht nachvollziehbar. Der deutsche Crowdfundingmarkt ist einer der größten der Welt und befindet sich bereits jetzt in einem starken Wettbewerb. Die Hauptwettbewerber für die deutschen Crowdfunding-Plattformen kommen aus Großbritannien. Dort ist eigens zur Ermöglichung von Crowdfundings eine Ausnahme von der Prospektspflicht für Finanzierungsrunden von bis zu fünf Millionen Pfund geschaffen worden. Aus Anlegerschutzgesichtspunkten ist es vollkommen kontraproduktiv, wenn etwa ein Unternehmen, das eigentlich eine Wachstumsfinanzierung von mehr als einer Million Euro benötigt, nur eine Million Euro einsammelt und damit unterkapitalisiert ist, nur um die Erstellung eines sehr kostspieligen Verkaufsprospekts zu vermeiden.

Die Höchstgrenze pro Crowdfunding sollte daher heraufgesetzt werden und sollte sich hierbei an internationalen Standards orientieren. Eine entsprechende Erhöhung der Höchstgrenze ist auch aus dem weiteren Grund geboten, dass das Durchführen von Crowdfundings ansonsten für die Crowdfunding-Plattformen wirtschaftlich nicht mehr darstellbar ist. Crowdfundings sind sehr aufwändig. Dabei übernehmen Crowdfunding-Plattformen gleich mehrere gesamtwirtschaftlich sinnvolle Aufgaben. Sie prüfen, unterstützen und beraten den Projektbewerber. Dieses Vorgehen kommt wiederum dem Kapitalnehmer zugute, da er hier Rückmeldung bezüglich seiner Wettbewerbsfähigkeit und seiner Marktchancen erhält. Gleichzeitig profitiert auch der Kleinanleger in seiner Einschätzung darüber, ob seine Investition nachhaltig ist oder

nicht. Gerade Crowdfunding-Plattformen leisten dabei einen gewichtigen volkswirtschaftlichen Beitrag, welcher das mögliche Risiko des Scheiterns von jungen Unternehmen und Geschäftsideen erkennt und dabei unternehmerische Initiative in die richtige Richtung lenkt. Damit Crowdfunding-Plattformen diese gesellschaftlich sehr wertvollen Funktionen erfüllen und gleichzeitig komplexen und kostenträchtigen regulatorischen Anforderungen genügen können, müssen sie auskömmlich wirtschaften können. Die damit verbundenen höheren Kosten könnten nur über die Quantität von Crowdfundings ausgeglichen werden. Die Qualität in der Vorauswahl lukrativer Investitionsmöglichkeiten würde darunter leiden.

Zusammengefasst: Prospektspflicht erst ab 5 Millionen Euro Investitionsvolumen.

3. Überregulierung

Die Europäische Kommission veröffentlichte eine Mitteilung zur „Freisetzung des Potenzials von Crowdfunding in der Europäischen Union“. Darin warnte sie ausdrücklich davor, dass eine harte Regulierung das Potenzial von Crowdfunding im Keim ersticken und die vielversprechende junge Crowdfunding-Branche in ihrer Existenz bedrohen könnte. Außerdem verwies die Europäische Kommission in der Mitteilung auf die Gefahr, dass nationale Regulierungsmaßnahmen der verschiedenen Mitgliedstaaten das potenzielle Wachstum von Crowdfunding in Europa behindern werden.

a. Werbung

Diese Überregulierung spiegelt sich beispielsweise in der Beschränkung von Werbung wider. Danach soll Werbung für Vermögensanlagen grundsätzlich auf Medien beschränkt werden, die einen Schwerpunkt auf der Berichterstattung über wirtschaftliche Sachverhalte haben. Dies geht jedoch an der zentralen Bedeutung digitaler Kommunikationswege und sozialer Medien für Gründungsprozesse vorbei. Es geht hier gerade nicht um Unternehmen, die mit großem Budget planmäßig über wenige, klar definierte Massenmedien werben. Junge Unternehmen sind regelmäßig darauf

angewiesen, Bekanntheit zu gewinnen, in dem sie und ihre Meldungen, z.B. in sozialen Netzwerken, von interessierten Nutzern weiter empfohlen werden. Wenn die neuen Medien hierbei zukünftig als Kommunikator während einer Crowdfunding-Kampagne wegfallen, weil diese Netzwerke nicht primär für den Austausch über wirtschaftliche Fragen ausgelegt sind, bedeutet dies eine massive Einschränkung der Möglichkeiten für innovative Gründer in Deutschland. Als weiterhin positiven Gesichtspunkt sei zu sagen, dass solche Medien den Anbieter in dem Sinne fordern, da er sich den Fragen der Nutzer direkt stellen muss und damit automatisch für Transparenz sorgt.

Zusammengefasst: Werbung muss dem digitalen Zeitalter Rechnung tragen und auch in den neuen Sozialen Medien möglich sein.

b. Bereichsausnahme für Crowdfunding gilt nur bis 10.000 Euro

Weiterhin sieht der Gesetzentwurf vor, dass die Bereichsausnahme für Crowdfunding nur in Anspruch genommen werden darf, wenn der Anlagebetrag pro Anleger auf 10.000 Euro beschränkt wird. Dabei differenziert der Entwurf aber nicht zwischen den verschiedenen Typen von Anlegern, für die der maximale Verlust von 10.000 Euro eine unterschiedlich gravierende Belastung darstellen würde. Der Heterogenität des Crowdfunding-Marktes wird dabei nicht Rechnung getragen. Die Einzelbeiträge setzen sich hierbei oft aus wenigen großen und einer Vielzahl von kleinen Investitionen zusammen. Gerade die wenigen großen Kapitalgeber sind aber notwendig, um das benötigte Kapital vollständig einzuwerben. Die Differenzierung sollte allenfalls bei einer natürlichen Person bei dem dieser zur Verfügung stehenden Kapital vorgenommen werden. Gleichzeitig sollten juristische Personen grundsätzlich mehr als diesen Betrag investieren können, da es sich in diesem Fall nicht um Verbraucher handelt. Der Schutz von Kleinanlegern ist bei solch einer Gruppe nicht erforderlich.

Zusammengefasst: Differenzierung bei den Anlegergruppen – keine Pauschalbeschränkung ab einer Investition von 10.000 Euro.

Die Innovationskraft des deutschen Mittelstandes ist seit jeher führend. Mit Crowdfunding hat sich eine neue Generation von Gründern und Anlegern gefunden, die unter Einsatz der neuen Technologien und Kommunikationsmittel neue Wege geht, um Unternehmertum möglich zu machen. Auch im Crowdfundingbereich ist Deutschland zur Zeit führend. Man sollte diesen positiven und innovativen Impulsen, die aus der Gesellschaft und einem bestimmten Bedürfnis heraus entstanden sind, genügend Freiraum belassen, um ihr Potenzial weiter entwickeln zu können. Bei einem zu engen Korsett vor dem Hintergrund des Verbraucherschutzes besteht die Gefahr, dass die bisherigen Errungenschaften mit Crowdfunding zunichte gemacht werden, bevor diese Finanzierungsform überhaupt ihr volles Potenzial entfalten konnte.

Da es sich beim Crowdfunding nicht lediglich um ein nationales Phänomen handelt, wäre eine Vereinheitlichung des Anlegerschutzes im europäischen Kontext wünschenswert.

Im ebenfalls noch „jungen“ Franchisebereich hat die EU-Kommission seinerzeit den nationalen Verbänden im Zuge der Deregulierung die Aufgabe der Selbstregulierung übertragen, die dieser Verantwortung insbesondere durch einen Ethikkodex und umfassende Aufklärungsarbeit nachkommen.