



*„Begeisterung für
Kreativität, Innovation
und Veränderung
weitergeben.“*

DR. REINHARD WILLFORT

Dr. Reinhard Willfort spricht im exklusiven Interview mit Speakers Academy® über das moderne Finanzierungsmodell Crowdfunding, den Stellenwert von Ideenmanagement in Unternehmen und über die Begeisterung für Innovationen.

FOTOS: CLEMENS FABRY

Herr Dr. Willfort, dem Finanzierungsmodell Crowdfunding scheint eine immer größere Bedeutung zuzukommen. Woran machen Sie diesen Trend fest?

Dieser Trend ist Resultat einer derzeit einzigartigen Konstellation: Viele Menschen wollen selbstbestimmt arbeiten und ihre Ideen verwirklichen, es fehlt ihnen aber vielfach das Geld zur Umsetzung. Banken können dazu keinen Beitrag mehr liefern da Kreditvergaben 100% „werthaltige Besicherung“ erfordern. Anmerkung: Personen die diese Besicherung aufbringen könnten, brauchen aber meist gar keinen Kredit, daher „sitzen“ Banken im Moment auf ihrem Geld.

Auf vielen Privatkonten liegt daher jede Menge Geld, das jeden Tag real an Wert verliert da das kurzfristige Zinsniveau unter der Inflationsrate liegt. Daher sind viele Menschen auf der Suche nach interessanteren Geldanlagemöglichkeiten.

Über neue Medien und dynamische Netzwerke verschiebt sich nun die Macht vom Anbieter zum Nachfrager und kreative Menschen sind in der Lage neue Lösungen wie Crowdfunding relativ einfach selbst aufzubauen. Damit entstand der Trend, dass Geldsuchende mit privaten Geldgebern über digitale Plattformen direkt verbunden werden. Nicht eine Person investiert viel Geld, sondern viele bringen wenig Geld zur Umsetzung großer Ideen ein.



Könnten auch Unternehmen dieses Prinzip für sich nutzen?

Crowdfunding konzentriert sich aktuell noch auf die Startup-Szene, ist aber am Weg zu einer bedeutsamen Form der Unternehmensfinanzierung für den Mittelstand zu werden. In diesem Fall definiert sich die „Crowd“ durch Kunden, Lieferanten oder auch Mitarbeiter. Für Crowdfunder sind Unternehmen mit längerem Bestand risikoärmer und damit interessante Investitionsoptionen. In vielen Fällen kommt noch die regionale Emotion dazu, wenn z.B. Arbeitsplätze in einer Region erhalten oder neu geschaffen werden, wo ich selbst Teil des Schauplatzes bin.

Gibt es Branchen oder Projekte, die sich besonders gut für Crowdfunding eignen?

In der Praxis zeigt sich, dass es zwei relevante Projekttypen im Crowdfunding gibt, die nahezu unabhängig von einer Branche sind: Crowdfunding Projekte mit regionalem, persönlich-sozialem Bezug und Projekte die überproportional wachsen können und damit die Rendite eine wichtige Perspektive bietet. Bei den Branchen zeigt sich, dass es einen positiven Zusammenhang zwischen Crowdfundern und Investments in Nachhaltigkeits- und Ökologie-Projekte gibt. Crowdfunding wird z.B. sehr oft zur Finanzierung von Alternativenergieprojekten eingesetzt.

Welchen Stellenwert hat Ihrer Meinung nach Ideenmanagement innerhalb einer Firma?

Der Stellenwert ist in den letzten Jahren enorm angestiegen und steigt weiter. „Schuld“ daran ist der Trend zu sozialen Medien und unsere dadurch entstandene Netzwerk-Kommunikationskultur: Wir sind es heute gewohnt an jedem Ort und zu jeder Zeit etwas beitragen zu können oder einen „gefällt mir“ Button zu drücken. Mit jungen Generationen ist dieser Trend längst am Arbeitsplatz angekommen und es nützt nichts, soziale Netzwerke im Intranet zu sperren, wenn neben dem Firmen-PC das private Smartphone liegt. Ein modernes Ideenmanagement setzt geschlossene soziale Netzwerke Inhouse ein, um alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in die aktive Gestaltung der Unternehmenszukunft einzubeziehen. Und das funktioniert nicht nur im Unternehmen, sondern wir sind schon am Weg zu „Open Innovation“ wo Kunden und Fans die besten Ideen einbringen oder sogar an deren Umsetzung mit Freude mitwirken.

Sie beraten zahlreiche Top-Unternehmen im Bereich Innovations- und Wissensmanagement. Wo setzen Sie mit Ihrer Beratung bei den Unternehmen an?

Zu Beginn ist es besonders wichtig herauszufinden wieviel Veränderungsbereitschaft im Unternehmen vorhanden ist und wer an Innovationen wirklich interessiert ist. Als nächstes geht es wie so oft um Ressourcen und um das Commitment des Top-Managements. Wenn diese Hürden genommen sind, arbeiten wir mit einem kleinen Kreis an Innovationsbegeisterten an Visionen, Strategien und Innovationszielen, um diese später breiter auszurollen. Das alles funktioniert perfekt über informelle Netzwerke. Wir müssen uns nur gemeinsam darauf einschwingen, dass es einen wünschenswerten Zielzustand gibt, der es Wert ist den aktuell nicht mehr ganz attraktiven aber sicheren Boden zu verlassen. Und dabei kann eine externe Begleitung sehr hilfreich sein, vor allem um nicht zwischendurch die Dynamik zu verlieren.

Welche Trends sehen Sie aktuell im Bereich Crowdsourcing?

Crowdsourcing hat mit der Sammlung von Ideen über Communities im Internet begonnen und bekommt nun eine neue Dynamik. Die Ressource Wissen wird ergänzt um die Ressource Kapital oder um die Ressource Arbeitsleistung. Dadurch sind wir bereits im Crowdfunding gelandet und finanzieren Projekte über den Schwarm. Wir verstärken aber auch den Trend zur „Shared Economy“. Ein großer Trend ist auch das firmeninterne Crowdsourcing, wo sich die Crowd z.B. über 6.400 Mitarbeitern verteilt auf 45 Standorten definiert, wie z.B. bei der Firma AVL List.

Welche Ziele verfolgen Sie mit Ihrem European Crowdfunding Network?

Crowdfunding wird derzeit in Europa vorwiegend national rechtlich geregelt. Mit Equity based Crowdfunding (Crowdinvesting) oder Crowdlending ist es damit nahezu unmöglich international aktiv zu werden. Wir versuchen daher mit dem ECN eine Europäische Dimension des Themas aufzubereiten und nationenübergreifendes Lobbying für eine aufstrebende Branche zu betreiben. Das gelingt uns bisher sehr gut – es haben sich bereits mehr als 25 Crowdfunding Plattformen angeschlossen - und wir kooperieren auch sehr eng mit wesentlichen Entscheidungsträgern in Brüssel.

Was möchten Sie mit Ihren Vorträgen vermitteln?

Meine Mission ist es die Begeisterung für Kreativität, Innovation und Veränderung an interessierte Menschen weiterzugeben. Es ist oft schmerzhaft bestehendes aufzugeben aber es gibt kaum etwas Stärkeres als eine Idee die man mit eigener Kraft umgesetzt hat! Es zahlt sich also aus das Risiko der Veränderung einzugehen und es macht mir großen Spaß meinen Zuhörern dazu etwas Antriebsenergie in Form von Ideen, Beispielen und Visionen mit auf den Weg zu geben.

© Speakers Academy®
T +49 (0) 30 700 159 665
E info@speakersacademy.de



„...Crowdfunding ist auf dem Weg eine bedeutsame Form der Unternehmensfinanzierung zu werden.“