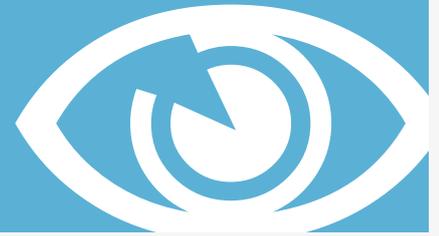


# IM BLICKPUNKT: Social Finance



**Ohne Bank  
Crowdlending – Kredite geben  
Crowdinvesting – Start-ups finanzieren  
Gutes tun mit Social Finance**





Crowdlending: Kredite geben

## Social Finance

Als die Bank „Lehman Brothers“ im Jahr 2008 pleite ging, breitete sich die Finanzkrise weltweit aus: Weitere Banken und auch Länder wie Irland, Griechenland und Portugal standen vor dem finanziellen Ruin. Durch den Zusammenbruch der globalisierten Finanzwelt mussten viele Bankkunden um ihr angelegtes oder gespartes Geld fürchten – und das hat das Vertrauen der Menschen in ein zuverlässiges und sicheres Finanzsystem dauerhaft zerstört.

Zugleich entwickelten sich im Internet neue Finanzierungs- und Geldmodelle, die mit den Banken und ihren Leistungen konkurrieren. Diese Alternativen werden mit „Social Finance“ zusammengefasst und finden in Deutschland immer mehr Nutzer. Einerseits, weil die Banken das Vertrauen der Kunden noch nicht wiedergewonnen haben und andererseits, weil es an Anreizen fehlt, das eigene Geld in die klassische Finanzwelt zu geben. Denn es sind kaum Gewinne möglich, nachdem die Europäische Zentralbank den Leitzins im November 2013 auf 0,25 Prozent senkte – den niedrigsten Wert aller Zeiten.

## Ohne Bank

Social Finance umfasst typische Bankgeschäfte wie Kreditvergabe oder Investition in Unternehmen, die nicht einfach in die Online-Welt übertragen, sondern im Internet neu organisiert werden. Die Finanzgeschäfte werden ohne Banken abgewickelt und beruhen auf privatwirtschaftlichen Online-Plattformen und einem „Peer to Peer“-Ansatz, der ein dezentrales Netzwerk mit gleichgestellten Knotenpunkten oder Teilnehmern bezeichnet. So wird Geld nach eigenen, individuellen Kriterien zwischen den Nutzern direkt transferiert – auf eine Bank und ihre Leistungen oder Produkte wird verzichtet. Damit fließen Gewinne auch direkt an die Menschen, die ihr Geld zur Verfügung stellen, statt dass sich Banken einen Anteil und Verwaltungsgebühren erhalten.

Dazu kommt, dass Social Finance für alle Nutzer auch neue Chancen entfaltet und nicht zuletzt die Partizipa-

tion und Transparenz innerhalb der Finanzwelt stärkt. Spezielle Social Finance-Angebote fördern auch wohl-tätige, soziale und ökologische Aspekte.

Typische Beispiele für Social Finance sind Crowdlending und Crowdinvesting, die sich vom etablierten Crowdfunding in einigen Punkten unterscheiden. Grundsätzlich werden im Crowdfunding vorher definierte Vorhaben durch die „Crowd“ – einen Schwarm von Menschen – finanziert. Das bedeutet, dass viele Menschen, die sich nicht kennen, eine größere Gesamtsumme für einen bestimmten Zweck zusammen-tragen. Eine Gegenleistung versprechen sich die Nutzer von Crowdfunding in der Regel nicht. Crowdlending und Crowdinvesting hingegen sind Finanzierungsmodelle, die einer Geldanlage entsprechen und somit einen Gewinn einbringen sollen.

Für Social Finance finden Geldgeber und Geldsucher auf Plattformen im Internet zusammen, die abseits vom herkömmlichen Bankensystem agieren und als Mittler auftreten. Für diesen Service nehmen die Anbieter auch Gebühren, die jedoch meist geringer und nachvollziehbarer als bei Banken sind.

## Crowdlending

### Kredite geben

Geld zu verleihen und Zinsen zu nehmen, ist eine klassische Leistung der Banken. Denn Alternativen, die seriös und bezahlbar sind, hat es kaum gegeben – bis 2007 erste Crowdlending-Plattformen entstanden, damit sich Menschen untereinander Geld leihen können. Wie beim Bankkredit wird die Summe in Raten und mit Zinsen an die privaten Geldgeber zurückgezahlt.

Beim Crowdlending veröffentlichen Menschen ihren Kreditwunsch auf einer entsprechenden Plattform und erklären, wofür sie das Geld verwenden möchten. Die Crowdlending-Plattform prüft die Identität der Kreditnehmer, welche gegenüber den Geldgebern anonym bleiben. Denn andere Nutzer können ihr Geld investieren, um einen entsprechenden Kredit zu gewähren. Dabei muss nicht die volle Summe gegeben werden, sondern die Kredite setzen sich aus kleineren Geld-

betragen von mehreren Menschen zusammen. Diese werden später vom Kreditnehmer zu den vereinbarten Konditionen zurückgezahlt. Laufzeit und Zinssatz können zum Beispiel bei der Crowdlending-Plattform „auxmoney“ selbst festgelegt werden.

Die Motive für Crowdlending sind vielfältig: Privatpersonen möchten sich kein Geld von Freunden, Bekannten oder Banken leihen oder benötigen nur kleine Summen, für die ein Bankkredit zu aufwendig ist. Auch möchten die Kreditnehmer bessere und individuellere Konditionen als bei einer Bank erhalten. Und natürlich gibt es Menschen, die aus verschiedenen Gründen keinen Kredit (mehr) bei einer Bank erhalten.

Zunehmend wird Crowdlending auch von Start-ups und Unternehmen genutzt, um den Markteintritt oder eine Expansion zu finanzieren. Denn im geschäftlichen Bereich vergeben Banken vor allem Kredite über höhere Summen. Wenn ein Unternehmen nur wenige tausend Euro leihen möchte, ist ein Kredit für Banken oft nicht attraktiv und mit zuviel Aufwand für die Prüfung der Kreditwürdigkeit verbunden.

Mittels Crowdlending können sich Start-ups und Unternehmen eine moderate und passende Geldsumme leihen. Dazu kommt, dass Banken nach standardisierten Verfahren prüfen, um Kredite zu gewähren. Beim Crowdlending sind es viele Menschen, die verschiedene Kriterien ansetzen und individuelle Entscheidungen treffen, um das eigene Geld zu verleihen. Zudem kommen Gründer recht schnell zu einem Kredit, denn die Gesuche laufen über ein bis zwei Monate, danach ist das Geld – im Erfolgsfall – auch verfügbar.

Nach Recherchen von Professor Ralf Beck vom Fachbereich Wirtschaft an der FH Dortmund wird aktuell etwa ein Drittel der Kredite auf Crowdlending-Plattformen von Gründern beantragt. Insgesamt wurden bis Ende 2013 ungefähr 45 Millionen Euro per Crowdlending in Deutschland finanziert. Mit „finmar“ startet bald eine Crowdlending-Plattform, die sich auf geschäftliche Kredite bis 25.000 Euro spezialisiert.

Das Risiko, dass ein Kredit nicht zurückgezahlt werden kann, das sonst eine Bank übernimmt, wird beim

Crowdlending von den Kreditgebern getragen, aber es verteilt sich durch die Teilsummen auf mehrere Menschen, die im Erfolgsfall auch Zinsen erhalten. Auch Kreditnehmer sollten die Angebote von Crowdlending-Plattformen und Banken vergleichen, um tatsächlich die besten Konditionen und eine auf den eigenen Bedarf zugeschnittene Finanzierung zu finden.

#### ■ Crowdlending-Plattformen

auxmoney. Dokulink: [www.grimme-institut.de/d/994346](http://www.grimme-institut.de/d/994346)  
smava. Dokulink: [www.grimme-institut.de/d/390339](http://www.grimme-institut.de/d/390339)  
finmar. Dokulink: [www.grimme-institut.de/d/992155](http://www.grimme-institut.de/d/992155)

#### ■ Liste der Crowdinvesting-Plattformen (Stand Mai 2012).

Dokulink: [www.grimme-institut.de/d/781487](http://www.grimme-institut.de/d/781487)

## Crowdinvesting

### Start-ups finanzieren

Mit der Absicht, einen Gewinn zu erzielen, wird auch beim Crowdinvesting Geld gegeben. Es wird nicht verliehen, sondern angelegt – hauptsächlich in Start-ups und gelegentlich in Unternehmen, die schon am Markt sind. Crowdinvesting funktioniert nach dem gleichen Prinzip wie Crowdlending: Auf einer Online-Plattform präsentieren sich Start-ups mit ihrer Geschäftsidee und dem benötigten Kapital, um Investoren zu finden – genauer Mikroinvestoren. Denn die Gesamtsumme finanzieren wiederum mehrere Menschen, die kleine Geldbeträge geben. Dafür erhalten die Mikroinvestoren eine stille Beteiligung am Unternehmen und profitieren anteilig von Gewinnausschüttungen sowie vom Wachstum.

Beim Crowdinvesting werden höhere Summen als beim Crowdlending zusammengetragen – meist zwischen 50.000 und 250.000 Euro. Üblich sind eine Finanzierungsschwelle zur Mindesthöhe und ein Finanzierungslimit, um die Beteiligung am Unternehmen zu begrenzen. Wichtig ist, dass für Crowdinvesting das Alles-oder-Nichts-Prinzip gilt: Entweder wird die Finanzierungsschwelle erreicht oder alle Mikroinvestoren erhalten ihr Geld zurück und das Unternehmen ist an der Finanzierung per Crowdinvesting gescheitert.

Das Finanzierungsmodell startete 2011 in Deutschland und die ersten Plattformen waren „seedmatch“



Crowdfunding: Start-Ups finanzieren



sowie „Innvestment“. Aktuell gibt es weitere Anbieter mit unterschiedlichen Konzepten, über die etwa 15 Millionen Euro bis Ende 2013 investiert wurden.

Die besten Chancen auf Erfolg haben Start-ups, die innovative Produkte oder Dienstleistungen anbieten. Der neue Ansatz muss einfach zu erfassen sein und sich direkt an Endkunden richten, also dem „Business to Consumer“-Prinzip entsprechen. Denn die Mikroinvestoren sind oft Privatpersonen, die von der Geschäftsidee eines Start-Ups überzeugt sein müssen, um Geld zu investieren.

### **Mikroinvestoren und Start-ups**

Für die Beteiligten bietet Crowdfunding sehr vielfältige Chancen, welche sich bei einer Finanzierung auf herkömmliche Weise – durch Banken, Fördermittel oder Venture Capital – nicht ergeben. Es existieren einige Risiken, die teilweise auch bei Investitionen über eine Bank bestehen – und die es abzuwägen gilt.

Für (Mikro-)Investoren ist es durch Crowdfunding möglich, abseits von Banken und Börsen das eigene Geld zu investieren und sich an Unternehmen zu beteiligen. Auch entfallen hohe Gebühren für die Abwicklung und Depots, welche bei Banken üblich sind und den Gewinn der Kunden reduzieren.

Zudem können Mikroinvestoren einzelnen Start-ups zum Erfolg verhelfen, welche an der klassischen Bankenwelt gescheitert wären. Denn Banken führen standardisierte Risikoanalysen durch, während Start-ups beim Crowdfunding von vielen Menschen bewertet werden. Damit fördert das Finanzierungsmodell auch Partizipation, weil die Mikroinvestoren mitbestimmen, welche Unternehmen beziehungsweise welche neuen Produkte und Dienstleistungen ein Startkapital erhalten und auf den Markt kommen. Diese Entscheidung basiert bei den Geldgebern auf individuellen Kriterien, die sich wahrscheinlich sehr von den Risikoanalysen der Banken unterscheiden. Und es ist recht einfach, zum Mikroinvestor zu werden, weil die Start-ups im Internet begutachtet werden können – auch weltweit.

Ein wichtiger Aspekt von Crowdfunding ist sicherlich, dass eine Investition mit wenig Geld möglich ist und

ein Start-Up nicht vollständig durch einen Geldgeber finanziert werden muss. Obwohl die Mikroinvestoren eine Beteiligung am Unternehmen erhalten, entsteht keine weitere Haftung, das heißt die Geldgeber sind nicht verpflichtet, Geld nachzuschießen, falls das Unternehmen in finanzielle Schwierigkeiten gerät.

Natürlich besteht – wie in der klassischen Bankenwelt – ein Risiko für Investitionen. Im schlechtesten Fall kommt es auch beim Crowdfunding zum Totalverlust, wenn die Geschäftsidee scheitert oder das Unternehmen insolvent ist. Anhand dieses Szenarios sollten private Mikroinvestoren entscheiden, welche Summe sie einem Start-up zur Verfügung stellen. Ist das ausgewählte Unternehmen erfolgreich, ist zu beachten, dass für Social Finance auch die Gesetze für Finanzgeschäfte gelten und Gewinne zum Beispiel entsprechend versteuert werden müssen.

Für Start-ups ist Crowdfunding ein Weg, um das nötige Startkapital zu generieren. Dieses Finanzierungsmodell verursacht nur geringere Kosten für die entsprechende Kampagne auf einer der Online-Plattformen. Obwohl umfangreiche Anträge und Formulare für Bankkredite oder Fördermittel entfallen, muss es einen Businessplan geben, aus dem sich die Mikroinvestoren über die geplanten Produkte oder Dienstleistungen sowie das Geschäftsmodell informieren können.

Ein Vorteil ist, dass das Startkapital durch Crowdfunding sehr schnell zur Verfügung stehen kann. Eine Kampagne läuft meist über zwei Monate, und falls die Finanzierungsschwelle erreicht wurde, kann das Geld sofort verwendet werden. So benötigte ein Start-up für Online-Versicherungen nur knapp 90 Minuten, um 100.000 Euro bei „seedmatch“ zu sammeln.

Mit einer Crowdfunding-Kampagne erhält ein Start-up nicht nur Geld, sondern Unterstützer, die sehr wertvoll sind. Bei den Mikroinvestoren handelt es sich auch um Multiplikatoren und zukünftige Kunden. Denn Menschen investieren hauptsächlich in ein Start-up, wenn sie von dem Produkt oder der Dienstleistung überzeugt sind und diese kaufen oder nutzen möchten. Mikroinvestoren machen zudem auf das ausgewählte

## Crowdinvesting-Plattformen

In Deutschland existieren neben „seedmatch“ und „Inovestment“ inzwischen zahlreiche Crowdinvesting-Plattformen: Mikroinvestoren können sich schon ab fünf Euro beteiligen – zum Beispiel bei „companisto“ –, und üblich sind Mindestbeträge bis 1.000 Euro. Bei einigen Plattformen werden die Anteile an den Unternehmen auch versteigert oder können nach einer erfolgreichen Crowdinvesting-Kampagne gehandelt werden. Zusätzlich zum Crowdinvesting für Start-ups gibt es spezialisierte Plattformen wie „GreenVesting“ (mehr hierzu im Abschnitt „Gutes tun mit Social Finance“) oder „Musicstarter“, die demnächst Musiker und Bands durch Mikroinvestoren unterstützen lassen möchte. Hier erhalten die Geldgeber zur Gewinnbeteiligung auch einen sofortigen Gegenwert, nämlich die produzierten Musikstücke.

Unternehmen aufmerksam, immerhin ist der eigene Gewinn an den wirtschaftlichen Erfolg gekoppelt. So übernehmen die Geldgeber einen Teil des Marketings, indem sie mit Freunden und Kollegen sowie in sozialen Netzwerken über die Start-ups sprechen.

Somit erschließen sich Start-ups beim Crowdinvesting auch die eigene Zielgruppe und bauen ein wertvolles Netzwerk auf, denn die Mikroinvestoren können in die Entwicklung miteinbezogen werden, indem die Gründer aktiv um Feedback bitten und Wünsche sowie Kritik der Geldgeber berücksichtigen.

Aber Start-ups müssen bedenken, dass Crowdinvesting nicht von allein funktioniert und Zeit erfordert: Der Businessplan sollte zu einer guten Kampagne gemacht werden, um das Finanzierungsziel zu erreichen. Dafür müssen die Gründer zunächst Aufmerksamkeit und dann Vertrauen erzeugen, um schließlich Geld zu erhalten. Wichtig ist offene Kommunikation: Die Gründer sollten persönlich in einem sogenannten Pitch-Video auftreten und ihre Geschäftsidee erklären. Das bedeutet, dass Start-ups beim Crowdinvesting ihre Produkte oder Dienstleistungen öffentlich machen, ehe das Startkapital vorhanden ist. Wird die Finanzierungsschwelle nicht erreicht, findet auch das Scheitern in aller (Internet-)Öffentlichkeit statt.

## Gutes tun mit Social Finance

Social Finance umfasst auch den Aspekt, dass nicht immer ein finanzieller Gewinn im Mittelpunkt steht. Nach dem Prinzip des Crowdlending und des Crowdinvesting funktionieren auch Plattformen, die wohltätige und gemeinnützige Zwecke unterstützen. Ziel ist es, eine „gute Sache“ gemeinsam und nachhaltig zu finanzieren und das Geld nicht einfach zu spenden.

So wird Crowdlending von der US-Organisation Kiva genutzt, um niedrige Geschäftskredite für Menschen in ärmeren Ländern zu finanzieren. Die Geldgeber verzichten auf Zinsen, erhalten aber – im Erfolgsfall – die geliehene Summe in Raten zurück. Schon ab 25 Dollar kann Kleinunternehmen in der ganzen Welt geholfen

werden, die sich bei Kiva präsentieren und um einen Kredit bitten. Mit dem Geld können sich Menschen in ärmeren Ländern eine wirtschaftliche Existenz schaffen und an einem funktionierenden Wirtschaftssystem mitwirken, statt auf Spenden angewiesen zu sein. Mit den Krediten soll ein individueller und nachhaltiger Weg aus der Armut ermöglicht werden, der für die Geldgeber und Kreditnehmer kostenneutral ist. Zudem setzt Kiva mit Crowdlending darauf, dass das zurückgezahlte Geld wieder verliehen wird, um immer mehr Kleinunternehmen zu finanzieren.

Die deutsche Firma GreenVesting setzt Crowdinvesting für den Klimaschutz ein: Man kann in Projekte zu regenerativen Energien aus Sonne, Wasser und Wind investieren, um eine Rendite zu erzielen. Derzeit sind es vor allem Photovoltaik-Anlagen, an denen Investoren einen Anteil erhalten können, wenn sie selbst über keine geeignete Fläche für Solarmodule verfügen oder sich eine eigene Photovoltaik-Anlage nicht leisten können. Damit werden ein Gewinn für die Mikroinvestoren und der Ausbau regenerativer Energien verknüpft. Mit dem investierten Geld übernimmt GreenVesting einerseits den Bau und andererseits die Pflege der Photovoltaik-Anlagen, welche abhängig von der erzeugten Energie über fünf oder zehn Jahre eine Rendite einbringen sollen.

Ein freiwilliges Konzept bietet die Pledge Bank, die von einem Team der gemeinnützigen Organisation „mySociety“ aus Großbritannien gegründet wurde. Die Bank kann genutzt werden, um Gruppen von Menschen zu einem Versprechen zu bewegen: Auf der Website der Pledge Bank kann jeder Nutzer ein Versprechen abgeben, das er umsetzt, wenn eine zuvor festgelegte Zahl von Menschen dasselbe Versprechen „unterschreibt“. Obwohl auch ideelle Dinge versprochen werden können, geht es oft um konkrete Geldspenden oder die Finanzierung von Gegenständen für gute Zwecke. Auf der deutschsprachigen Website stehen aktuell rund 90 erfolgreiche Versprechen mehr als 200 gescheiterten Versprechen gegenüber (Stand: November 2013). Ob die abgegebenen Versprechen eingelöst werden, überprüft die Pledge Bank nicht – dennoch halten etwa 75 Prozent der Menschen, die „unterschrieben“ haben, ihr Versprechen.

Mehr Transparenz in der klassischen Bankenwelt will das Open Bank Project schaffen: Die Initiative hat das Ziel, Geldströme öffentlich und überprüfbar zu

## Social Media als Kredit-Indikator

Social Media kann sich auf die Kreditwürdigkeit der Nutzer auswirken: Im Juni 2012 kündigte die SCHUFA an, auch Daten aus sozialen Netzwerken wie Facebook und Twitter zu nutzen, um die Kreditwürdigkeit zu bewerten. Vor allem die Kontakte der Nutzer und ihre Adressen sollten ausgewertet werden, sofern diese Daten öffentlich einsehbar sind. Diese Nutzung von sozialen Netzwerken wurde von Daten- und Verbraucherschützern heftig kritisiert und auch die Nutzer wehrten sich gegen eine Beurteilung aufgrund ihrer Social Media-Profile, so dass die SCHUFA nach wenigen Tagen die Pläne stoppte.

## Weitere Links

- Das co.funding Handbuch. Ausgabe vom Mai 2012.  
**Dokulink: [www.grimme-institut.de/d/824746](http://www.grimme-institut.de/d/824746)**
- Peer-to-Peer-Kredite: Chancen und Risiken. Text von Kathrin Schmidt in t3n (26. September 2012).  
**Dokulink: [www.grimme-institut.de/d/677597](http://www.grimme-institut.de/d/677597)**
- Wir sind Bank. Text von Tobias Moorstedt im fluter (16. Dezember 2011).  
**Dokulink: [www.grimme-institut.de/d/995656](http://www.grimme-institut.de/d/995656)**
- Blog „Social Banking 2.0“ von Lothar Lochmaier.  
**Dokulink: [www.grimme-institut.de/d/725591](http://www.grimme-institut.de/d/725591)**
- Blog „Finance 2.0“ von Boris Janek.  
**Dokulink: [www.grimme-institut.de/d/336414](http://www.grimme-institut.de/d/336414)**
- „Social“ Media Banking. Text von Lothar Lochmaier bei Heise (12. August 2012).  
**Dokulink: [www.grimme-institut.de/d/647457](http://www.grimme-institut.de/d/647457)**
- Web-Forschungsprojekt mit dem Hasso-Plattner-Institut beendet. Pressemitteilung der SCHUFA.  
**Dokulink: [www.grimme-institut.de/d/838691](http://www.grimme-institut.de/d/838691)**

machen. Mittels dem Open Bank-Protokoll und einer Programmierschnittstelle (API) wird eine technische Infrastruktur für Banken-Apps geschaffen, die von freien Entwicklern genutzt werden kann. Bereits entstanden sind Apps, die sehbehinderten Menschen die Transaktionen auf dem eigenen Konto vorlesen, die ein Konto für mehrere Menschen einsehbar machen und die Geldströme zwischen Konten visualisieren. Denn ein Anliegen des Open Bank Project ist, Konten und Transaktionen von öffentlichen und gemeinnützigen Institutionen transparenter zu machen, so dass nachvollziehbar wird, welche Spenden eingehen und wie das Geld ausgegeben wird oder an wen öffentliche Fördergelder gezahlt werden. Damit können die Transaktionen von den Menschen kontrolliert werden, die das Geld gegeben oder erwirtschaftet haben.

Zudem sollen die Geldströme auch kommentierbar sein, so dass Nutzer eigene Vorschläge einbringen oder auf günstigere Angebote hinweisen können. Um solche Apps zu ermöglichen, können Banken das Open Bank-Protokoll unterstützen – ob tatsächlich ein Zugriff auf die Transaktionen stattfindet, entscheiden die Kontoinhaber und bestimmen auch, wer Zugriff hat und in welchem Umfang die Geldströme öffentlich sein sollen. Zum Beispiel könnten Geber von Fördermitteln und Spenden darauf bestehen, nur auf Konten mit aktiviertem Protokoll einzuzahlen.

- Kiva Deutschland.  
**Dokulink: [www.grimme-institut.de/d/398519](http://www.grimme-institut.de/d/398519)**
- GreenVesting.  
**Dokulink: [www.grimme-institut.de/d/969513](http://www.grimme-institut.de/d/969513)**
- Pledge Bank (deutsch).  
**Dokulink: [www.grimme-institut.de/d/521667](http://www.grimme-institut.de/d/521667)**
- Open Bank Project (englisch).  
**Dokulink: [www.grimme-institut.de/d/568404](http://www.grimme-institut.de/d/568404)**

## Fazit

Die Konkurrenz für Banken nimmt durch Social Finance im Internet zu: Es entstehen Finanzmodelle und Apps, die einerseits auf „Peer to Peer“-Netzwerke sowie die Crowd setzen und andererseits unabhängig von der Bankenwelt agieren. Mit Crowdlending und

Crowdinvesting sind Alternativen entstanden, die das Kerngeschäft von Banken angreifen und Nutzern neue Möglichkeiten eröffnen. Zusätzlich haben sich aus diesen Finanzierungsmodellen eigene Projekte für einen guten Zweck entwickelt.

Weitere Beispiele für Social Finance sind die Fidor Bank, die ihren Zins für Guthaben und Dispo-Kredite mittels Facebook-Likes mitbestimmen lässt; Apps, die es ermöglichen, über Facebook mit wenigen Klicks Aktien zu kaufen oder Geld an Freunde aus sozialen Netzwerken zu senden, und die digitale Währung Bitcoin, die sich parallel zur Bankenkrise im Internet verbreitete und keiner Kontrolle durch Banken unterliegt.

Diese Entwicklungen deuten ein Finanzsystem an, das unabhängig von Institutionen und Staaten ist und das global durch die Nutzer gestaltet wird, so dass sich auch neue Mechanismen für Sicherheit und Vertrauen entwickeln können. Immerhin konnte das herkömmliche Bankensystem trotz strenger Regeln in eine noch nicht beendete Finanzkrise geraten.

## Impressum

Die Erstellung dieser Broschüre wurde von der Ministerin für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes Nordrhein-Westfalen gefördert. Sie kann kostenlos unter [www.grimme-institut.de/imblickpunkt](http://www.grimme-institut.de/imblickpunkt) heruntergeladen werden.

Grimme-Institut  
Gesellschaft für Medien, Bildung und Kultur mbH  
Eduard-Weitsch-Weg 25 • D-45768 Marl  
Tel: +49 (0) 2365 9189-0 • Fax: +49 (0) 2365 9189-89  
E-Mail: [info@grimme-institut.de](mailto:info@grimme-institut.de)  
Internet: [www.grimme-institut.de](http://www.grimme-institut.de)

Text: Christina Quast  
Redaktion: Annette Schneider  
Gestaltung und Layout: Georg Jorczyk  
Bildquellen: suze (S. 1), elisabeth grebe fotografie (S. 1 u. 2), Madworks (S. 1 u. 3), alle photocase.de; Dmitry / fotolia.de (S. 1 u. 4).

Redaktionsschluss: November 2013



ClimatePartner  
klimaneutral  
Druck | ID: 10956-1311-1005