

## Kurzfilme sind besser als Prospekte

Eine Ausweitung der Prospektspflicht für Kapitalanlagen in Immobilien ist nicht zielführend, meint Marc Laubenheimer, Geschäftsführer der Crowdfunding-Plattform von Engel & Völkers Capital. Das passe nicht mehr zu digitalen Geschäftsmodellen wie dem Crowdfunding.

**Z**u wenig Informationen, zu wenig Transparenz lautet vielfach der Vorwurf an die Crowdfunding-Plattformen. Einer aktuellen Studie zufolge klären die Vermögensanlageninformationsblätter (VIB) oft nicht ausreichend auf.

Nun sind „mehr Information“ und „mehr Transparenz“ natürlich immer gut. Doch zum einen untersucht die Studie leider einen veralteten Zeitraum – nämlich von vor der letzten Gesetzesänderung, durch die die Anforderungen an VIB gestiegen sind. Vor allem aber wird der wichtigste Punkt nicht thematisiert: Wenn wir innovative digitale Finanzanlagen fördern möchten, benötigen wir auch innovative Regulierungsmodelle.



Marc Laubenheimer. Quelle: EVC Crowdinvest GmbH

Allerdings fällt den meisten Kritikern nichts Besseres ein, als nach einer Ausweitung der Prospektspflicht zu rufen. Doch hat die Prospektspflicht bei geschlossenen Fonds dazu geführt, dass nur gute Angebote auf den Markt kommen? Ich meine: nein. Vielmehr diene sie von Anfang an in erster Linie der Entlastung der Anbieter, während die meisten Anleger die Prospekte aufgrund ihrer Komplexität und des Umfangs nicht verstanden oder gar nicht erst gelesen haben. Zahlreiche Gerichtsverfahren belegen dies deutlich. Sinnvoll ist Regulierung nur dann, wenn sie ihrem eigentlichen Zweck dient, nämlich dem Schutz der Anleger. Regulierungsmodalitäten aus dem analogen Zeitalter passen einfach nicht mehr zu digitalen

Geschäftsmodellen wie dem Crowdfunding. Für mich heißt das: Wir müssen schleunigst digitalkonforme Regulierungsansätze entwickeln, die zum heutigen Informationsverhalten der Anleger passen. Dabei denke ich vor allem an multimediale Aufklärung. Eine erste Idee wäre, Anbieter zu verpflichten, zu jedem ihrer Angebote einen kurzen Film zu produzieren, in dem nach definierten Anforderungen die wichtigsten Themen und Risiken verständlich erklärt werden.

Wir können nicht digitale Geschäftsmodelle vorantreiben, um diese dann zu regulieren wie Sparkassenprodukte aus dem vorherigen Jahrhundert. Kein Anleger, der online investiert, gerade weil es schnell und mit wenigen Klicks möglich ist, will einen 100-seitigen Prospekt lesen. Ein lösungsorientierter Dialog mit neuen Denkansätzen zwischen dem Gesetzgeber, der Aufsicht, Verbrauchervertretern und den Anbietern wäre wünschenswert. Aus meiner Sicht wird aktuell aber leider von vielen Beteiligten noch weitgehend in überholten Strukturen gedacht.