



ideen
camp

Crowdfunding Guide

Wichtige Erfolgsfaktoren und Tipps für ein erfolgreiches
Crowdfunding-Projekt auf Startnext

Vaduz, den 11. April 2017 (Version 1.0)

Erstellt von:

ideenkanal Stiftung, Liechtenstein

In Zusammenarbeit mit:

Startnext Lab, Berlin

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	1
Warum ein Crowdfunding Guide?	2
Was ist Crowdfunding?	2
Was bringt Crowdfunding?	2
Was braucht es für eine erfolgreiche Crowdfunding-Kampagne?	2
Was muss ich beim Video beachten?	3
Was muss ich bei der Auswahl der Bilder beachten?	3
Was für Dankeschöns kann ich anbieten?	3
Wie kalkuliere ich ein Budget und lege ein Fundingziel fest?	3
Was muss ich bei der Kommunikation beachten?	3
Wo erhalte ich weitere Informationen?	4
Crowdfunding Do`s	4
Unterstütze selbst ein Projekt	4
Bereite dich vor	4
Zeig wer hinter dem Projekt steht	4
Schaffe einen Mehrwert	4
Ermögliche einen Blick hinter die Kulissen	5
Spiel mit offenen Karten	5
Alle Wege führen auf deine Projektseite	5
Lass dein Projekt Kreise ziehen	5
Sprich mit Unternehmen und Stiftungen	5
Crowdfunding Don`ts	6
Sei kein Fachidiot	6
Wähle kein unrealistisches Fundingziel	6
Zieh die Kampagne nicht unnötig in die Länge	6
Hoffe nicht auf einen Selbstläufer	7
Geh nicht Betteln	7
Mach es nicht zu kompliziert	7
Ignorier kein Feedback	7
Missbrauche nicht das Vertrauen deiner Unterstützer	7
Hab keine Angst zu Scheitern	7

Warum ein Crowdfunding Guide?

Aufbauend auf den bestehenden Startnext-Profilen der Bewertungsphase konzipieren die zehn geförderten Ideengeber während dem Ideencamp (18. - 21. Mai 2017) gemeinsam mit den Mentoren tragfähige Crowdfunding-Kampagnen. Diese starten am 19. Juni und dauern insgesamt 45 Tage.

Da eine erfolgreiche Crowdfunding aber alles andere als ein Selbstläufer ist und den Finalisten einiges an Zeit und Einsatz abverlangen wird, haben wir hier schon mal die wichtigsten Infos rund um das Thema Crowdfunding zusammengefasst. Wir empfehlen allen Ideengebern sich bereits vor dem Ideencamp ein Bild davon zu machen, was da alles auf sie zukommen wird.

Dieser Guide gilt natürlich auch für Ideengeber, die sich nicht für das Ideencamp qualifizieren konnten, aber dennoch eine Crowdfunding-Kampagne starten wollen.

Was ist Crowdfunding?

Die Idee hinter Crowdfunding ist einfach: Viele Menschen finanzieren gemeinsam eine Idee. Dafür beschreibst du deine Idee in einem Video, mit Bildern sowie Texten und legst ein Funding-Ziel, eine Laufzeit für die Kampagne und entsprechende Gegenleistungen für deine Unterstützer fest. Jeder, der möchte, dass deine Idee Wirklichkeit wird, kann dein Projekt unterstützen. Die Unterstützer können sich als Gegenleistung "Dankeschöns" wie beispielsweise das fertige Produkt auswählen oder die Idee mit einem freien Betrag unterstützen. Wenn dein Projekt die angefragte Finanzierungssumme erreicht oder überschreitet, bekommst du das Geld ausgezahlt und kannst dein Projekt realisieren – wenn nicht, geht das Geld an die Unterstützer zurück.

Was bringt Crowdfunding?

Crowdfunding ist weitaus mehr als eine neue Finanzierungsform. Durch die Einbindung der "Crowd" werden Projekte auf ihre regionale Nachfrage und Attraktivität getestet (Market Proof), bekannt gemacht (Marketing) und die Nutzer aktiv in die Finanzierung miteinbezogen (Community). Dies führt zu einer starken Identifikation aller Beteiligten mit den jeweiligen Projekten und steigert deren Qualität insgesamt.

Was braucht es für eine erfolgreiche Crowdfunding-Kampagne?

Der wichtigste Tipp vorab: Schau dir erfolgreiche Kampagnen an und unterstütze selbst ein Projekt. Das ist der beste Weg, um Inspiration für das eigene Projekt zu bekommen und um Crowdfunding aus Sicht eines Unterstützers kennenzulernen. Folgend eine Auswahl an erfolgreichen Crowdfunding-Kampagnen:

- [Einhorn](#) - Ein faires und nachhaltiges Kondom.
- [Kiron University](#) - Online-Kurse für Geflüchtete.
- [Karma Classics](#) - Fair und nachhaltig produzierte Karma Chakhs.

Detaillierte Informationen zu den einzelnen Teilbereichen einer erfolversprechenden Projektseite findest Du [HIER](#).

Video-Tutorials zur Vorbereitung und Umsetzung einer Crowdfunding-Kampagne findest du [HIER](#).

Was muss ich beim Video beachten?

Das Video ist das wichtigste Element einer Crowdfunding-Kampagne. Während dem Ideencamp helfen wir dir dabei, ein Video zu erstellen. Falls du jetzt schon wissen willst, worauf es dabei ankommt, dann [KLICKE HIER](#).

Was muss ich bei der Auswahl der Bilder beachten?

Die Bilder oder Fotos auf deiner Projektseite sollten deine Idee widerspiegeln, ansprechend aussehen und die Aufmerksamkeit der Crowd auf sich ziehen. Beim Ideencamp sind Fotografen vor Ort, die dir gerne weiterhelfen. [HIER](#) schon mal die wichtigsten Do's und Don'ts.

Was für Dankeschöns kann ich anbieten?

Die Unterstützer deines Projekts können sich Dankeschöns als Gegenleistung auswählen, die du vorher festlegst. Tipps und Ideen, was das alles sein kann, findest Du [HIER](#).

Wie kalkuliere ich ein Budget und lege ein Fundingziel fest?

Wieviel Geld brauchst du, um das Projekt umzusetzen und wie viel kannst du realistisch einsammeln? Diese und weitere Fragen werden [HIER](#) behandelt.

Was muss ich bei der Kommunikation beachten?

Damit dein Projekt erfolgreich finanziert wird, ist es wichtig, Unterstützer für deine Idee zu begeistern und deine Community aufzubauen. Wie du das machst, erfährst du [HIER](#).

Wo erhalte ich weitere Informationen?

Wenn Du jetzt schon mehr Infos benötigst, bietet unser Partner Startnext verschiedene Dienstleistungen an, welche du natürlich gerne in Anspruch nehmen kannst.

- [Sprechstunden, Webinare und Events](#): Startnext bietet regelmässig Crowdfunding Events zu verschiedenen Themen an.
- [Individuelles Feedback](#): Dein Startnext Projektbetreuer gibt dir wertvolles Feedback zu deiner Projektseite und Kampagne.
- [Startnext Professionals](#): Crowdfunding-Experten und erfahrene Starter geben ihre Erfahrung und ihr Wissen an neue Starter weiter.

Crowdfunding Do`s

Folgend haben wir die wichtigsten Erfolgsfaktoren und Tipps für eine erfolgreiche Crowdfunding-Kampagne zusammengefasst:

Unterstütze selbst ein Projekt

Bevor du selbst mit einem Projekt an den Start gehst, mach den Perspektivwechsel: Indem du dir andere, ähnliche Projekte aus der Sicht eines Unterstützers anschaust, kannst du viel für dein eigenes Projekt lernen. Wenn du selbst ein Projekt unterstützt, kennst du den Prozess und kannst später Fragen dazu besser beantworten.

Bereite dich vor

Bevor du mit deinem Projekt an die Öffentlichkeit gehst, gibt es zahlreiche Möglichkeiten sich vorzubereiten. Wenn deine Kampagne erst einmal in der Finanzierungsphase ist, wirst du vor allem mit der Kommunikation beschäftigt sein. Umso wichtiger, dass du diese gründlich vorbereitet und in einem ausführlichen Kommunikationsplan gebündelt hast.

Zeig wer hinter dem Projekt steht

Potentielle Unterstützer geben ihr Geld nicht einfach einem Projekt – sondern immer den Menschen, die dahinter stehen. Damit sie dir vertrauen ist es wichtig, dass du dich und dein Team persönlich und authentisch vorstellst. Neben gut gepflegten Profilen mit sympathischen Fotos kommt es hier besonders auf das Pitch-Video an. Darin hast du die Chance, deine Unterstützer direkt anzusprechen, dein Projekt vorzustellen, zur Unterstützung aufzurufen und jeden mit deiner Motivation anzustecken.

Schaffe einen Mehrwert

Frage dich aus der Sicht eines Aussenstehenden: Wo liegt für mich der Anreiz, dieses Projekt zu unterstützen? In erster Linie geben hier attraktive Dankeschöns den Ausschlag. Diese sollten preislich realistisch angesetzt und in der Form noch nicht anderswo erhältlich

sein – sonst lohnt es sich für Unterstützer nicht, erst die Umsetzung deines Projekts abzuwarten. Auch das Gefühl, mit Unterstützung deines Projekts ein gesellschaftliches Problem anzugehen oder gemeinsam die Welt zu einem besseren Ort zu machen, kann motivierend sein.

Ermögliche einen Blick hinter die Kulissen

Wenn dein Projekt erst einmal umgesetzt ist, erhalten deine Unterstützer ihre Dankeschöns. Mindestens genauso spannend ist für sie aber, was hinter den Kulissen auf dem Weg zur Umsetzung des Projekts passiert. Oft kommen die Projekte aus Bereichen, in die die meisten von ihnen keine Einblicke erlangen – diese Einblicke zu ermöglichen, kann daher einen grossen weiteren Anreiz zur Unterstützung schaffen.

Spiel mit offenen Karten

Transparenz ist beim Crowdfunding das A und O – immerhin steht und fällt der Erfolg deiner Kampagne damit, dass Unterstützer dir ihr Vertrauen entgegenbringen. Wenn du dir mit einigen Punkten selbst noch nicht sicher bist oder es bei der Umsetzung zu Verzögerungen kommt, kommunizier das offen – vielleicht hat sogar die Crowd die Lösung bereit. Auch mit Kritik solltest du offen umgehen. Wer kritische Kommentare auf der Pinnwand löscht statt darauf einzugehen, verspielt schnell das Vertrauen seiner Unterstützer.

Alle Wege führen auf deine Projektseite

Bei der Kommunikation ist dein Ziel, so viele Besucher wie möglich auf deine Projektseite zu bringen. Denk daran, wann immer du in sozialen Netzwerken postest, mit Journalisten sprichst, Mails schreibst oder mit Bekannten redest. Die wichtigste Information ist: Wo können sie dein Projekt unterstützen? Liefer daher immer den Link zu deiner Projektseite mit. Auch in deinem Video solltest du ihn einbetten, falls das Video auf anderen Kanälen geteilt wird.

Lass dein Projekt Kreise ziehen

Die Unterstützung eines Crowdfunding-Projekts beginnt immer im eigenen Netzwerk – bei deinen Freunden, der Familie, Fans, deinem Publikum, deinem Team und ihren Netzwerken. Wenn du ihre Unterstützung hast, ist es leichter, auch weitere Kreise anzusprechen. Dafür ist es essentiell vorher zu überlegen, wer deine Zielgruppen sind und wo du sie ansprechen kannst. Deine bereits gesammelten Fans kannst du bequem über deinen Blog auf deinem Startnext-Profil informieren.

Sprich mit Unternehmen und Stiftungen

Unternehmen und Stiftungen sind oftmals dazu bereit sich in grösserem Umfang an Crowdfunding-Kampagnen zu beteiligen. Dies aber nur, wenn du sie persönlich ansprichst. Da deren Verantwortlichen oftmals Rücksprache halten müssen, ist es wichtig diese

frühzeitig anzusprechen und dir bereits jetzt zu überlegen, wo du Kontakte aufbauen kannst. Eine interessante Strategie kann auch sein, dass du eine Organisation findest, die dir, für den Fall, dass Du das Finanzierungsziel nicht erreichst, dir den fehlenden Betrag zusichert und kurz vor Ende deiner Crowdfunding-Kampagne überweist. Natürlich sind diese Kontakte auch später wichtig, da du wohl kaum deinen gesamten Kapitalbedarf mittels der Crowd finanzieren können wirst.

Hege und pflege deine Crowd

Wenn dein Projekt erfolgreich war, ist es nicht damit getan, Danke zu sagen und die Gegenleistungen zu verschicken. Wenn du deine Crowd längerfristig an dich bindest, indem du regelmässig neue Blog-Beiträge schreibst und sie über deine Arbeit auf dem Laufenden hältst, schaffst du dir ein solides Netzwerk – auf das du vielleicht sogar bei Nachfolgeprojekte erneut bauen kannst.

Crowdfunding Don`ts

Bei Crowdfunding kannst Du aber auch vieles falsch machen. Hier die grössten Fehlerquellen von nicht erfolgreichen Kampagnen:

Sei kein Fachidiot

Wahrscheinlich steckst du sehr tief in deiner Materie – und das ist auch gut so! Damit du dich aber auch an Interessierte wenden kannst, die sich nicht in der gleichen Tiefe mit dem Thema beschäftigen, tritt einen Schritt zurück und präsentiere dein Projekt in einer Form, die für jeden verständlich ist. Das gleiche gilt, wenn du dich an eine eingeschworene Gemeinde richtest, der du meinst nichts mehr erklären zu müssen. Du hast die Möglichkeit weitere Kreise zu erschliessen, wenn du dich nicht nur an „Insider“ wendest.

Wähle kein unrealistisches Fundingziel

Besonders hohe Zielsummen können auf den ersten Blick abschreckend wirken – vor allem wenn zu Beginn erst ein kleiner Teil davon erreicht ist. Wenn du eine hohe Zielsumme hast, ist es hilfreich, schon vor dem tatsächlichen Start erste Zusagen einzuholen, um gleich am ersten Tag einen guten Schritt nach vorne zu gehen. Wichtig ist in jedem Fall, die geplante Verwendung der Gelder transparent zu erklären. Wenn es sich bei deinem Crowdfunding um eine Teilfinanzierung handelt, ist es sinnvoll, auf das Gesamtbudget einzugehen, damit potentielle Unterstützer sich ein besseres Bild von der geplanten Umsetzung machen können.

Zieh die Kampagne nicht unnötig in die Länge

Wenn eine Kampagne zu lang läuft, ist es nahezu unmöglich eine Dynamik aufzubauen. Die meiste Aufmerksamkeit erhältst du ohnehin zu Beginn und dann wieder im Endspurt – es ist

also nicht in deinem Interesse die schwierige Zeit dazwischen auszudehnen. Erfahrungsgemäss ist eine Laufzeit von 30 bis 45 Tagen ideal.

Hoffe nicht auf einen Selbstläufer

Manche Projektstarter machen den Fehler zu denken, die meiste Arbeit liege im Anlegen der Projektseite – und sobald die Finanzierungsphase gestartet ist, können sie in den Urlaub fliegen. Tatsächlich ist die Finanzierungsphase die intensivste Zeit, sieh daher zu, dass du die Kapazitäten hast, diese Zeit voll auszunutzen und deine Kampagne zum Fliegen zu bringen!

Geh nicht betteln

Crowdfunding findet auf Augenhöhe statt. Es funktioniert nur, wenn andere an deine Idee glauben und sie gemeinsam mit dir verwirklicht sehen wollen. Das Ganze hat also nichts mit Betteln zu tun, du willst nicht dass die Crowd dir einen Gefallen tut, sondern dass sie selbst Gefallen an deiner Idee findet.

Mach es nicht zu kompliziert

Die Aufmerksamkeitsspanne der Menschen ist gering. Mit diesem Wissen im Hinterkopf solltest du dein Video und die Texte kurz und knapp halten und auch die Dankeschöns nicht überfrachten – du willst ja, dass die Besucher deiner Seite sich zurechtfinden. Wenn sie sich erst durch ellenlange Texte und Filme wühlen müssen, um zu erfahren, worum es bei deinem Projekt geht und dann noch durch unzählige Dankeschöns klicken müssen, läufst du Gefahr sie zu verlieren.

Ignorier kein Feedback

Crowdfunding bietet dir die Chance, dein Vorhaben deinem Zielpublikum in einem frühen Stadium vorzustellen – je nachdem wie das Feedback aussieht, kannst du noch an wichtigen Stellschrauben drehen, um das Ergebnis zu optimieren. Lass diese Chance auf keinen Fall ungenutzt und hör auf das Feedback, das deine Crowd dir gibt. Nutze auch die Möglichkeit, in der Startphase Feedback zu deiner Präsentation von deinem Startnext Projektbetreuer und deinem engeren Netzwerk einzuholen.

Missbrauche nicht das Vertrauen deiner Unterstützer

Du darfst nie vergessen, dass deine Unterstützer dir einen enormen Vertrauensvorschuss schenken. Sie geben dir ihr Geld in dem Glauben daran, dass du es so einsetzt, wie du es auf deiner Projektseite beschrieben hast. Um dieses Vertrauen nicht zu enttäuschen, halte deine Unterstützer regelmässig über den Projektblog auf dem Laufenden und zeig ihnen, dass die Umsetzung des Projekts in vollem Gange ist.

Hab keine Angst zu Scheitern

Beim Crowdfunding hast du keinerlei Risiko – solltest du dein Fundingziel nicht erreichen, geht das Geld an deine Unterstützer zurück. Auch wenn es natürlich schade ist, wenn es einmal nicht klappt, so kannst du mit jedem Versuch trotzdem einiges lernen! Vielleicht musst du an der Idee noch feilen, erst einmal kleiner ansetzen oder dein Netzwerk noch ausbauen, bevor du einen neuen Anlauf startest.