

PROJEKTTITEL:
NAME:
DATUM:

<p>1. VISION UND MOTIVATION</p> <p>Was hat dich zu diesem Projekt bewegt und was treibt dich an? Welches Problem wird gelöst und welchen Mehrwert bietet das Projekt den Unterstützern? Steht die Finanzierung, das Marketing oder der Markttest bei deiner Kampagne im Vordergrund?</p>	<p>2. PROJEKTZIEL UND UMSETZUNG</p> <p>Welches Ziel verfolgt das Projekt? Wie erfolgt die Umsetzung nach erfolgreicher Finanzierung? Für was wird das Geld verwendet? Lässt sich das Projekt in Zwischenschritten aufteilen und wenn ja, wie sehen diese aus?</p>	<p>3. COMMUNITY</p> <p>Wer sind die Nutzer deines Produkts, deiner Dienstleistung? Wer hat das größte Interesse, das Projekt zu unterstützen? Welche potenziellen Kooperationspartner lassen sich in die Kampagne einbinden? Welche Stiftungen und Sponsoren könnten sich am Crowdfunding beteiligen? Wer sind geeignete Multiplikatoren und Meinungsführer? Welche bestehenden Netzwerke können genutzt werden, um Reichweite aufzubauen?</p>	<p>4. STORYTELLING</p> <p>Wie lautet die Kernbotschaft der Kampagne? Was soll bei der Zielgruppe in Erinnerung bleiben? Welche Geschichte erzählst du? Was sind die magischen Fakten? Welche User Stories hauchen deinem Projekt Leben ein? Welche Internen Stories zeigen, dass du es ernst meinst?</p>
<p>5. RESSOURCEN</p> <p>Welche zeitlichen und personellen Ressourcen stehen für die Kampagne zur Verfügung? Wie ist die Aufgabenverteilung während der Kampagne? Wo liegen die eigenen Kompetenzen und wo ist externe Unterstützung nötig?</p>	<p>6. KALKULATIONEN UND FUNDINGZIEL</p> <p>Wie viel kostet die Umsetzung des Projekts? Welche Kosten entstehen durch das Crowdfunding vor, nach und während der Kampagne?</p>	<p>7. GEGENLEISTUNGEN FÜR UNTERSTÜTZER</p> <p>Welche Gegenleistungen erhalten die Unterstützer? Welche Gegenleistungen passen zum Projekt und zur Zielgruppe der Kampagne?</p> <p>Das fertige Produkt: DVD, Buch, CD, Designprodukt, Spiel, Möbel Individuelle Erlebnisse: Einladung zur Premiere, Gespräche mit den Machern, Besuch im Studio Beteiligung der Unterstützer: Nennung im Abspann, Komparsenrolle Limitierte Produkte: Sonderedition, Autogramm Sponsoring für Unternehmen: Platzierung eines Logos, Nennung als Sponsor</p>	<p>8. KOMMUNIKATION</p> <p>Über welche Kommunikationskanäle erreichst du deine Zielgruppe? Welche Kommunikationsmittel setzt du wie ein?</p> <p>Startnext: Blog, Pinnwand, Nachrichtensystem, Updates Soziale Medien: Facebook, Instagram, Twitter, etc. Presse: Zeitungen, Radio, Magazine, etc. Veranstaltungen: Netzwerktreffen, Konferenzen, etc. Persönlich: Info-Abend, Telefon, E-Mail, Mittagessen, etc.</p>

ZEITPLAN VORBEREITUNG
ZEITPLAN UMSETZUNG UND NACHBEARBEITUNG

4 WOCHEN	3 WOCHEN	2 WOCHEN	1 WOCHEN	3 TAGE	1 TAG	START	HALBZEIT	LETZTER TAG	FOLGEND