

WHITEPAPER CROWDFUNDING



INHALTSVERZEICHNIS

1. Executive Summary	3
2. Einleitung	4
2.1. Die Geschichte des Crowdfundings	5
2.2. Arten von Crowdfunding	5
3. Crowdfunding Plattformen	6
3.1. Unterschiede und Gemeinsamkeiten der Plattformen	7
3.2. Die perfekte Plattform	7
3.3. Erfolgreiche und empfehlenswerte Plattformen	10
4. Projektarten, die bevorzugt unterstützt werden	11
5. Erfolgreiche und beliebte Genres	12
6. Crowdfunding ist Marketing	13
7. 17 Gründe für gescheiterte Crowdfunding-Projekte	14
8. 15 Gründe, Ihr Projekt zu unterstützen	15
9. Fazit	16
Annex: Quellen	17



1. EXECUTIVE SUMMARY

CROWDFUNDING: IHR PROJEKT – IN IHREN HÄNDEN

Crowdfunding ist in Deutschland angekommen und wir sind überzeugt: es wird in den nächsten Jahren maßgeblich die Medien-, Kultur- und Finanzbranche prägen.

Das Finanzierungsvolumen ist von 2012 auf 2013 um 160% gestiegen. Auf deutschen Plattformen wurden 2013 über 5 Mio. € eingesammelt. Tendenz steigend. Inzwischen werden etwa 50% der vorgestellten Projekte erfolgreich realisiert und die erstrebten Fundingsummen erreicht.

Doch auf dem Weg zum Ziel gibt es einige Hürden zu meistern und viele wichtige Entscheidungen zu treffen. Mit unseren Erfahrungen in Sachen Crowdfunding und Fundraising könnten wir Ihnen mit Rat und Tat zur Seite stehen. Egal, ob Ihr Projekt noch eine grobe Idee in ihrem Kopf ist oder Sie bereits in der heißen Phase der Finanzierung stecken – wir helfen Ihnen gerne mit einer individuellen Beratung. Das hilft Ihnen, schneller und effizienter an Ihr Ziel zu kommen.

Es gibt definitiv Gründe, warum eine Hälfte der Projekte scheitert: Crowdfunding will geplant und von vielen Perspektiven aus betrachtet werden und klingt einfacher als es ist.

Dabei bietet Crowdfunding sehr viel Potenzial: Die sogenannte „Schwarmfinanzierung“ zeichnet sich vor allem durch ihre Unabhängigkeit aus. Sie alleine können entscheiden, wie Sie ihr Projekt vorstellen, wie Sie Werbung betreiben möchten, was für Geschenke angeboten und wie die Fans mit Informationen versorgt werden sollen. Es liegt also alles in Ihren Händen und es ist Ihr Projekt, das Sie gemeinsam mit der Community umsetzen.

Dieses Paper lüftet den Vorhang und gibt einige Einblicke ins Crowdfunding: Hier finden Sie Marketing- und Praxistipps für das Gelingen eines Projektes und die ganze Geschichte, von den ersten Erfolgen bis hin zu den verschiedenen Crowdfunding-Plattformen. Sie sehen, welche Sparten besonders beliebt sind, welche Plattformen sich für welche Ideen eignen und warum einige Projekte scheitern. So erhalten Sie Anregungen für die Entscheidung zum Crowdfunding und Ratschläge für die gelungene Umsetzung.

Möchten Sie mehr wissen?

Fragen Sie uns nach einer individuellen Betreuung Ihres Projektes!



2. EINLEITUNG

CROWDFUNDING – WAS IST DAS EIGENTLICH GENAU?

Crowdfunding, oder auch „Schwarmfinanzierung“ genannt, ist eine relativ neue Form der Finanzierung (funding) durch eine Menge (crowd) von Internetnutzern. Generell wird unterschieden, ob es sich um eine Spende oder eine essentielle Unterstützung handelt. Denn bei einer Spende handelt es sich streng genommen um Fundraising und es gibt keine Gegenleistung, bei einer Crowdfunding-Unterstützung hingegen ist eine Gegenleistung vorgesehen. Die Crowd ist darüber hinaus meistens eine „Gruppe nichtprofessioneller Individuen“.¹ Sprich, jeder kann sich bei einer Plattform anmelden und Projekte unterstützen oder selbst eigene Projekte online vorstellen.

Gespendet wird auf persönlichen Homepages, offiziellen Websites oder eben diversen Crowdfunding-Plattformen, die in diesem Paper noch weiter vorgestellt werden. Die Spender erhalten als Dank für ihre Finanzierung eine kreative Gegenleistung, die oftmals etwas mit dem Projekt zu tun hat, oder sogar das Endprodukt selbst ist. Diese Gegenleistungen sind meist sehr beliebt und oftmals nicht unbedeutend bei der Entscheidung für eine Unterstützung. Das vorgestellte Projekt hat in den meisten Fällen kommerzielle Zwecke, es gibt aber auch Ausnahmen.

Crowdfunding ist inzwischen weit mehr als ein kleiner Trend. Es beginnt sich durchzusetzen und zu etablieren in den Köpfen von Investoren, Unternehmern und Kreativen. Die Wurzeln liegen in den USA zu Anfang der 2000-er Jahre und es hat sich fortan etabliert und weiterentwickelt. In den USA ist das Fördervolumen bisher am höchsten. Weltweit gibt es inzwischen etwa 50 Crowdfunding-Plattformen, die unterschiedlich bekannt und erfolgreich sind. Auch die Summe der Spenden variiert stark. Im Durchschnitt werden 67€ gespendet, jede Plattform ist anders, hat einen speziellen Fokus und nicht jedes Projekt eignet sich für jede Plattform. Weltweit wurden 2013 5,1 Milliarden US-Dollar via Crowdfunding auf den verschiedenen Plattformen gesammelt.²

Der große Vorteil beim Crowdfunding ist, dass die Initiatoren unabhängig von Banken oder Unternehmen sind. Die Fans werden zu Geldgebern und Förderern und werden außerdem innerhalb des Prozesses viel stärker an das Produkt gebunden. All die Entscheidungen zum Projekt, zum Produkt und zur Vorgehensweise müssen von Ihnen, dem Initiator, getroffen werden.

Crowdinvesting oder Crowd Equity wird oft fälschlicherweise synonym zum Crowdfunding verwendet, unterscheidet sich aber essentiell. Denn bei ersterem geht es um Finanzierungshilfen für Start-Ups. Crowdinvesting hat sich besonders im letzten Jahr in Deutschland etabliert und macht derzeit eine rasante Entwicklung.

Wir wollen Ihnen in diesem Paper einen kleinen Überblick über die bekanntesten und wichtigsten Crowdfunding-Plattformen geben und herausstellen, welche Plattform für welche Art von Projekten die sinnvollste ist. Zudem gibt es noch Zahlen, Daten, Fakten, einen kurzen Geschichts-Exkurs und einige nützliche Tipps für potentielle Initiatoren, Gründer und Spender.

¹ Hemer, Schneider, Dornbusch, Frey & Dütschke, 2011, S. 11

² <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/258199/umfrage/weltweit-durch-crowdfunding-ingesammeltes-kapital>



2.1. DIE GESCHICHTE DES CROWDFUNDINGS

Schon immer haben Menschen Geld gesammelt, um Projekte zu unterstützen, die ihnen wichtig sind. Insbesondere mit Spenden für humanitäre Projekte. Aber auch öffentliche Projekte wurden schon vor langer Zeit kollektiv gefördert. Der Sockel der Freiheitsstatue in New York wurde beispielsweise 1885 auf diese Art finanziert. Als Gegenleistung wurden alle Geldgeber namentlich in der Zeitung „World“ veröffentlicht. 120.000 Menschen beteiligten sich an dieser Aktion.³ Ein voller Erfolg.

Crowdfunding ist eine Abwandlung des Neologismus Crowdsourcing, einem Wortspiel aus „Crowd“ und „Outsourcing“. Hierbei ist das Ziel, dass viele Freiwillige als Quelle dienen, um Ideen, Feedback und Lösungen zu einer Wertschöpfung zu erlangen. Beim Crowdfunding geht es um die finanzielle Unterstützung⁴ zur Verwirklichung einer Idee. Seit 2006 ist offiziell von Crowdfunding die Rede, als die Musik-Plattform sellaband online ging. Sie war die erste ihrer Art in Europa.⁵ In den USA gilt kickstarter als erste Plattform in diesem Bereich, tatsächlich war jedoch ArtistShare die erste Plattform in den USA.⁶

Es ist festzustellen: Spenden wurden schon immer gesammelt. So neu ist das Prinzip des Crowdfunding also gar nicht, nur die Art ist dank heutiger Möglichkeiten komplett neu.

2.2. ARTEN VON CROWDFUNDING

ex ante-Crowdfunding: ein Projekt, das noch in der Planung ist, wird vorfinanziert.

ex post-Crowdfunding: Hier wird ein bereits beendetes Projekt nachträglich unterstützt.⁷

Teilweise werden die Begriffe Crowdfunding und Crowdinvesting fälschlicherweise synonym verwendet, denn es handelt es sich hier um zwei verschiedene Modelle.

Crowdinvesting (oder auch Crowd Equity genannt): Investoren finanzieren hierbei die Gründung von Startup-Unternehmen.

Als Gegenleistung bekommen sie Unternehmensanteile und Beteiligungen am späteren Unternehmensgewinn oder Stimmrecht.⁸

³ Leimeister, 2012, S. 389

⁴ Wenzlaff, Gumpelmaier & Eisfeld-Reschke, 2012

⁵ <http://www.startnext.de/Blog/Blog-Detailseite/b/Die-Geschichte-des-Crowdfundings-98>

⁶ <http://netzwertig.com/2012/06/14/phaenomen-kickstarter-die-grenzen-des-crowdfunding-hypes/>

⁷ Kappel, 2011, S. 375

⁸ Garbs, 2011, S. 36, vgl. auch Infokasten auf Seite 4



3. CROWDFUNDING PLATTFORMEN

Im Folgenden stellen wir Ihnen kurz die wichtigsten deutschen und internationalen Plattformen mit ihrem jeweiligen Fokus vor. Weitere Informationen finden Sie auf den angegebenen Websites.

DEUTSCHE CROWDFUNDING PLATTFORMEN

Plattform	Gründung	Fokus	Website
<i>startnext</i>	2010	<i>Kreative und innovative Projekte. Größte Crowdfunding-Plattform in Deutschland, breites Angebot</i>	<i>http://www.startnext.de/</i>
<i>betterplace</i>	2007	<i>Fundraising für soziale Projekte. Deutschlands größte Spendenplattform</i>	<i>http://www.betterplace.org/de</i>
<i>helpedia</i>	2008	<i>Fundraising für soziale Projekte</i>	<i>http://www.helpedia.de/</i>
<i>VisionBakery</i>	2011	<i>Besonders kreative Projekte. Platz 2 der Crowdfunding-Plattformen in Deutschland</i>	<i>http://www.visionbakery.com/</i>
<i>pling</i>	2010	<i>Projekte aus dem digitalen Bereich sollen gefördert werden, Plattform etabliert sich gerade</i>	<i>http://www.pling.it/</i>
<i>friendfund</i>	2010	<i>„Sammele Geld mit Freunden“ bspw. für den nächsten Urlaub mit Freunden. Dafür wird dann ein „Pool“ gegründet</i>	<i>http://www.friendfund.com/</i>
<i>Sellaband</i>	2006	<i>Etablierte Plattform für Musiker und Musikprojekte. Es können bspw. Alben von Künstlern finanziert werden. Erste Crowdfunding-Plattform in Deutschland</i>	<i>https://www.sellaband.com/de</i>

DEUTSCHE CROWDINVESTING PLATTFORMEN

Plattform	Gründung	Fokus	Website
<i>Seedmatch</i>	2011	<i>Erste Crowdinvesting-Plattform für Startups. Führt Investoren und Unternehmer zusammen. Bekannteste Plattform dieser Art in Deutschland</i>	<i>https://www.seedmatch.de/</i>
<i>Companisto</i>	2011	<i>Crowdinvesting für Start-Ups, auch mit 5€ möglich. Bereits 25 erfolgreiche Start-ups</i>	<i>https://www.companisto.de/</i>
<i>Innovestment</i>	2011	<i>Stille Beteiligungen an Start-ups werden hier versteigert. Führungskräfte und Multiplikatoren sollen gewonnen werden</i>	<i>http://www.innovestment.de/</i>
<i>Bergfürst</i>	2011	<i>Unternehmensbeteiligungen in Form von Aktien ab einer Beteiligung von 250€</i>	<i>https://de.bergfuerst.com/</i>



Plattform	Gründung	Fokus	Website
MashUp Finance	2011	Die Gründer bieten nur den Projekten ein Funding über ihre Plattform an, an denen sie sich selbst beteiligen wollen. Ausschließliche Basis: Geschäftsmodelle, also keine kreativen Ideen.	http://mashup-finance.de/
Gründerplus	2012	Crowdinvesting-Plattform. Stille Beteiligungen ab 50€ Mindestinvestment. Fokus auf Start-Ups im E-Commerce.	http://crowdinvestment.de/gruenderplus

INTERNATIONALE CROWFUNDING PLATTFORMEN

Plattform	Gründung	Fokus	Website
Seedmatch	2011	Erste Crowdinvesting-Plattform für Startups. Führt Investoren und Unternehmer zusammen. Bekannteste Plattform dieser Art in Deutschland	https://www.seedmatch.de/
Companisto	2011	Crowdinvesting für Start-Ups, auch mit 5€ möglich. Bereits 25 erfolgreiche Start-ups	https://www.companisto.de/

Die Plattformen haben alle einen speziellen Fokus und somit auch eine spezielle Zielgruppe. Der Markt ist immer noch sehr überschaubar und so ist es auch für die einzelnen Anbieter ein Leichtes, sich zu diversifizieren. Potentielle Crowdfunder haben beste Möglichkeiten, sich eine geeignete Plattform zu suchen.

3.1. UNTERSCHIEDE UND GEMEINSAMKEITEN DER PLATTFORMEN

Die Initiatoren müssen ihre Projekte/Ideen mithilfe von Texten, Bildern und Videos vorstellen und Finanzierungshöhe sowie –zeitraum, bis zu dem das Budgetziel erreicht werden muss, definieren. Danach gibt es einen öffentlichen Aufruf im Web, um auf das Projekt aufmerksam zu machen und Fans zu gewinnen. Bei Startnext beispielsweise muss ein Projekt zunächst eine gewisse Fanzahl vorweisen, bevor es für die Finanzierung freigeschaltet wird. Die Finanzierung kann nur stattfinden, wenn es eine kollektive Crowd gibt, die für dasselbe Projekt Geld spendet.

Die Plattformen haben zudem gemeinsam, dass es eine festgelegte Mindestkapitalgrenze gibt, die jedoch von Projekt zu Projekt und von Plattform zu Plattform variiert. Nur wenn diese erreicht wird, bekommt der Projektinitiator das Geld auch ausgeschüttet. Wird diese Mindestkapitalgrenze nicht erreicht, bekommen die Geldgeber ihre gesamte gespendete Summe zurück.⁹ Das ist für alle Beteiligten fair und mindert die Risiken für Spender und Initiatoren.

3.2. DIE PERFEKTE PLATTFORM

Auch wenn es auf den ersten Blick gleich eine geeignete Plattform für Ihr Projekt geben mag, müssen noch einige andere Aspekte bei der Wahl der Plattform bedacht werden. Diese sind enorm wichtig für Ihre Planung und die Projektumsetzung.

⁹ Bartelt, 2011, S. 20



3.2.1 PROVISION

Die gängigen Plattformen erheben, abhängig von der Höhe des Investments bzw. deren erzielter Summe, eine Art Vermittlungsprovision. Diese liegt meistens zwischen 3 – 10 % zzgl. eventuell anfallender Kosten. Zum Beispiel, wenn die Begleitung eines Start-Ups durch einen professionellen Mitarbeiter gewünscht ist. Startnext nimmt keine Provision, während Kickstarter eine relativ hohe Vermittlungsgebühr veranschlagt. Bei VisionBakery gibt es einen Provisionsatz, der individuell berechnet wird: Hier werden 11,9 % auf den Ertrag addiert für Dienstleistung und Transaktionskosten. Wenn ein Projekt allerdings nicht erfolgreich ist, gibt es auch keine Provisionszahlung. Die auf Musik fokussierte Crowdfunding-Plattform Sellaband erhebt eine Provision in Höhe von 10 % des gesammelten Betrages. Diese Beträge sollten initial im Finanzierungsplan Ihres Projektes berücksichtigt sein.

Die internationalen Plattformen haben unterschiedliche Regelungen zu diesem Thema. Kickstarter nimmt, wie bereits erwähnt, eine Vermittlungsprovision. Sie beträgt hier 5 % der erreichten Summe. Gerade bei großen Projekten kommen hier noch einmal stolze Summen zusammen.

3.2.2 LAUFZEIT

Hierbei gibt es große Unterschiede – vor allem zwischen Crowdfunding und Crowdinvesting.

Bei den größten Plattformen Startnext und Kickstarter beträgt die Laufzeit maximal 90 Tage. Bei längeren Zeiträumen könnten die Besucher auf die Idee kommen, dass das Projekt keine Dringlichkeit aufweist und daher auch keine dringenden Spenden benötigt.

Die Plattform seedmatch hat einen Zeitraum von 60 Tagen angesetzt. Es kann aber gegebenenfalls eine Verlängerung von 60 Tagen ermöglicht werden.¹⁰

Pling und friendfund engen diesen Zeitraum noch einmal deutlich ein: Hier beträgt die Laufzeit nur 30 Tage.¹¹

Bei Crowdinvesting muss die Laufzeit unter zwei Gesichtspunkten betrachtet werden. Zum einen gibt es die „normale“ Laufzeit, um das Projekt zu finanzieren. Zum anderen sind bei erfolgreicher Finanzierung die Investoren für eine längere „Laufzeit“ in das Start-Up eingebunden. Diese beträgt zwischen vier und sechs Jahren.¹² Daher sollte eine Beteiligung gut durchdacht sein.

Im Crowdinvesting-Marktführer seedmatch wird ein Projekt für 60 Tage auf der Plattform vorgestellt. Diese Frist kann einmalig um weitere 60 Tage verlängert werden, wenn zu erwarten ist, dass das Projekt dann erfolgreich abgeschlossen wird. Ähnlich Companisto: hier wird auf einen Zeitraum von 2 Monaten, dem ggf. nochmals 2 Monate hinzugefügt werden können. Innovestment wiederum regelt dies etwas anders: Den Zeitraum für die Fundingschwelle (die Zeit, in der das geforderte Budget gesammelt werden muss) legt hier das Unternehmen fest. Mit 4-6 Wochen ist dies ein relativ kurzer Zeitraum.¹³ Ist das Funding erfolgreich, sind die Investoren natürlich in das Start-up eingebunden und können so leicht nicht wieder kündigen. Innovestment hat die kürzeste Kündigungsfrist mit 3 Jahren, bei seedmatch variiert diese zwischen 4-7 Jahren. Bergfürst ist die einzige Plattform, die anbietet, die Anteile jederzeit wieder über die Plattform zu verkaufen.¹⁴

¹⁰ <https://www.seedmatch.de/faq>

¹¹ <http://www.pling.de/faq?category=5>

¹² <http://www.handelsblatt.com/finanzen/boerse-maerkte/anlagestrategie/crowdfunding-crowdinvesting-ist-nichts-fuer-schnelle-rendite/6499656-2.html>

¹³ <http://www.unternehmensberatung-doberstein.de/uploads/Crowdinvestingtabelle.pdf>

¹⁴ <http://www.unternehmensberatung-doberstein.de/uploads/Crowdinvestingtabelle.pdf>



3.2.3 FÖRDERVOLUMEN

Auch hier gibt es deutliche Unterschiede zwischen Crowdfunding und Crowdinvesting. Beim Crowdinvesting sind das Fördervolumen und der Bedarf naturgemäß höher. Zu bedenken gilt, dass die gesetzliche Grenze bei 100.000 € durch das Verkaufsprospektgesetz liegt. „Dieses schreibt zum Schutz der Anleger vor, dass ein Emittent einen Prospekt erstellen muss, wenn er öffentlich Beteiligungen anbietet.“¹⁵ So ein Prospekt kann gern mal hundert Seiten umfassen. Aber auch hierfür gibt es Lösungen: Der Gründer von Bergfürst hat bei der Finanzaufsichtsbehörde Bafin eine Lizenz beantragt. Seedmatch bleibt dagegen einfach unter der Grenze von 100.000 €, ab der dieses Verkaufsprospektgesetz gültig wird.

Beim Crowdfunding gibt es solche strikten gesetzlichen Vorgaben nicht, die Fördersummen sind hier in der Regel aber auch deutlich geringer.

3.2.4 MINIMALES UND MAXIMALES FUNDINGZIEL

Auch das Fundingziel variiert je nach Plattform. Bei startnext gibt es zwar ein minimales (100 €), aber kein maximales Fundingziel. Einzige Auflage: Das Fundingziel sollte realistisch und transparent sein.¹⁶ Auf sellaband, der Crowdfunding-Plattform für Musiker, liegt das minimale Fundingziel bei 3.000 €. ¹⁷

Bei VisionBakery und pling gibt es ebenfalls keine Grenze für den Finanzierungsbedarf. Zu hohe und unrealistische Fundingziele machen potentielle Unterstützer aber stutzig. Daher sollte das Fundingziel gut überlegt sein.

3.2.5 FUNDINGS

Bei den Crowdinvesting-Plattformen sind die Grenzen für Spenden natürlich höher angesetzt als bei kreativen Projekten auf Crowdfunding-Plattformen.

Gründerplus setzt eine Mindestspende von 50 € voraus, seedmatch hingegen 250 €. Innovestment hat die höchste Mindestbeteiligung mit 1.000 €.

Auf der Crowdinvesting-Plattform companisto kann man sich bereits mit 5 € am Projekt beteiligen.

Bei der Crowdfunding-Plattform Startnext kann man sich bereits mit einer Spende von 1 € an dem gewünschten Projekt beteiligen. Visionbakery lässt es potenziellen Spendern offen, wie hoch ihr Betrag sein sollte. Hier gibt es keine Mindestgrenze für eine Spende. Trotzdem sollen potentielle Unterstützer auch immer die Gegenleistungen im Kopf behalten und nicht weniger spenden, als die Gegenleistung wert ist. Bei sellaband werden üblicherweise 10 € gespendet.

betterplace und helpedia sind soziale, spendenbasierte Plattformen. Für eine Spende gibt es keine Gegenleistung. Dennoch können Privatpersonen bei betterplace auch nur Projekte mit einem Fördervolumen bis zu 2.500 € online stellen. Eine weitere Besonderheit ist, dass man hier auch Zeit spenden kann, um sich zu engagieren und dem Projekt zu helfen.

Zu beachten ist außerdem, dass Crowdfunding-Spenden meistens nicht steuerlich abgesetzt werden können.

¹⁵ <http://www.faz.net/aktuell/finanzen/fonds-mehr/crowdfunding-die-internetfinanzierer-schwaermen-aus-11812554-p3.html>

¹⁶ http://faq.startnext.de/Projekt_starten/id/Gibt+es+ein+minimales+oder+maximales+Fundingziel+-+152/modul/Projekt+starten/aid/135

¹⁷ <http://support.sellaband.com/entries/185073-believer-faq-deutsche-version>



3.3. ERFOLGREICHE UND EMPFEHLENSWERTE PLATTFORMEN

- ~ Die drei größten deutschen Plattformen für kreative Projekte sind startnext, kickstarter und VisionBakery. Bei der internationalen Plattform kickstarter sind mittlerweile über eine Million Menschen registriert.¹⁸
- ~ Kreative Projekte sollten auf startnext, kickstarter oder VisionBakery vorgestellt werden. Events dagegen sollten auf der neuen Plattform partyfux vorgestellt werden.
- ~ Bei sozialen und karitativen Projekten sollte darüber nachgedacht werden, betterplace oder helpedia zu nutzen. Hier gibt es zudem keinen Gegenwert – es sind klassische Spenden, die hier eingehen.
- ~ Digitale Projekte sollten auf pling vorgestellt werden, musikalische auf sellaband.
- ~ Für Unternehmer, die ihr Start-up finanzieren möchten, eignen sich vor allem seedmatch, bergfürst, Innovestment, inkubato oder Companisto. Dies sind die größten und bekanntesten Plattformen im Bereich Crowdfunding.
- ~ Startnext ist in Deutschland Marktführer mit über 90% des vermittelten Kapitals und einem Marktanteil von 86%. Das Finanzierungsvolumen beträgt mittlerweile 5 Mio. €. Startnext ist auch die bekannteste Plattform in Deutschland.
- ~ 2012 gab es in Deutschland 664 erfolgreich finanzierte Projekte durch Crowdfunding.¹⁹ Startnext liegt in Deutschland deutlich vor VisionBakery, Pling und Inkubato.
- ~ „Laut "Crowdfunding-Monitor" stieg die Anzahl der erfolgreichen Projekte in Deutschland zwischen 2011 und 2012 um 190 Prozent. Bei Startnext haben seit der Gründung 2010 knapp 70.000 Finanziers Unterstützergelder von insgesamt vier Millionen Euro gezahlt – allein drei Millionen Euro im vergangenen Jahr (2013). Die Erfolgsquote liegt bei 51 Prozent.“²⁰
- ~ Die Erfolgsquote bei Crowdfunding insgesamt liegt bei 40%.
- ~ Durchschnittlich konnten erfolgreich finanzierte Projekte 83 Unterstützer für sich gewinnen (2013).²¹

¹⁸ <http://www.faz.net/aktuell/finanzen/fonds-mehr/crowdfunding-die-internetfinanzierer-schwaermen-aus-11812554-p3.html>

¹⁹ (Crowdfunding-Monitor 2012)

²⁰ <http://www.spiegel.de/karriere/berufsleben/crowdfunding-die-chefs-das-sind-wir-alle-a-899870.html>

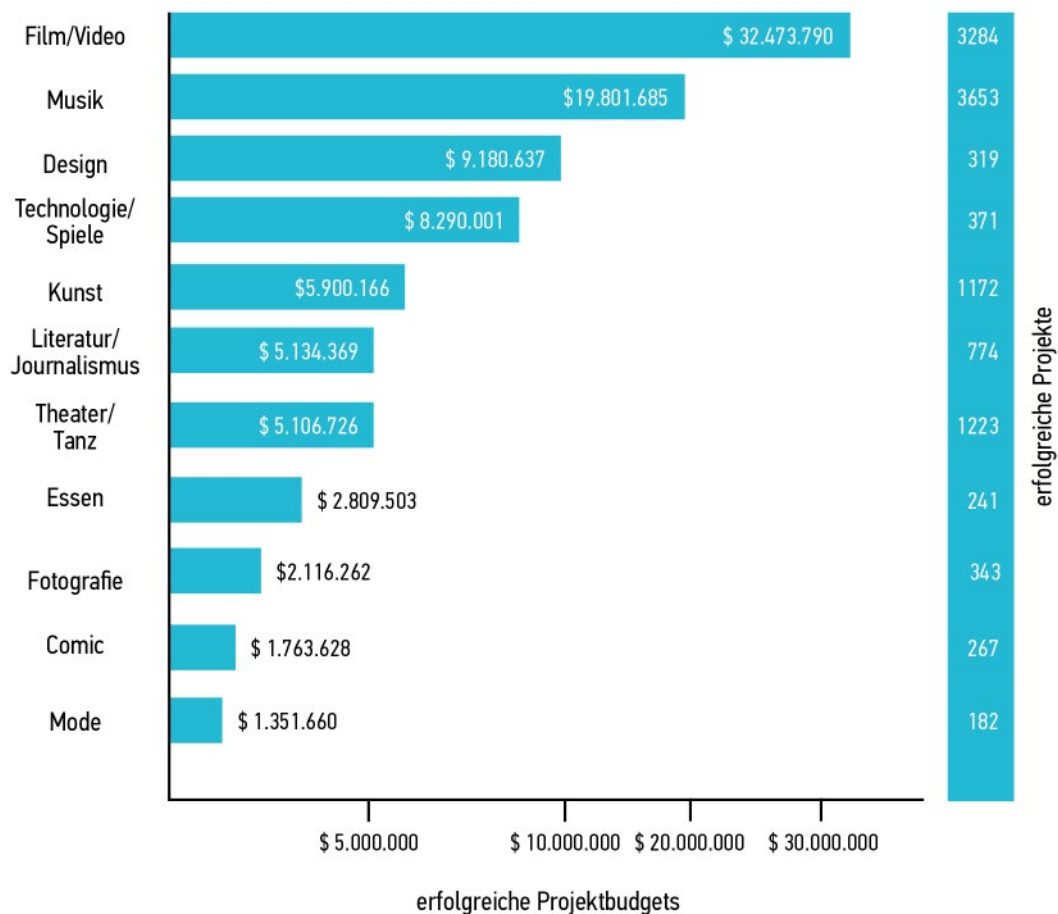
²¹ <http://www.fuer-gruender.de/blog/2013/10/crowd-funding-monitor-q3-2013/>



4. PROJEKTARTEN, DIE BEVORZUGT UNTERSTÜTZT WERDEN

- ~ Technische Gadgets sind beliebt und werden gern unterstützt: OUYA bspw. sammelte für eine Android-Spielekonsole anstatt der geforderten 950.000 Dollar ganze 8,5 Millionen Dollar.
- ~ Auch Projekte im Bereich Games werden gern supported. Das Computer-Spiel „Star Citizen“ brachte beispielsweise 18 Millionen Dollar in die Kassen der Entwickler.
- ~ In Deutschland war das größte Crowdfunding-Projekt der Film zur Serie „Stromberg“ im Jahr 2011. In nur einer Woche wurde eine Million Euro erreicht. Eine unglaubliche Summe, die eigentlich erst nach drei Monaten erreicht werden sollte.

Abbildung 21: Anzahl und Gesamtbudget erfolgreicher Projekte nach Kategorien im Jahr 2011 auf Kickstarter



Quelle: eigene Darstellung nach Kickstarter (2012)



5. ERFOLGREICHE UND BELIEBTE GENRES

Wir haben im Folgenden einige besonders erfolgreiche und beliebte Bereiche zusammengestellt, um Ihnen eine Einschätzung über den Erfolg Ihres Vorhabens zu erleichtern:

- ~ 90% der Produktionen stammen aus dem Kulturbereich.*
- ~ Ca. 1/3 aller Crowdfunding Projekte stammen aus der Kategorie Film.*
- ~ Die meisten erfolgreichen Projekte sind auf kickstarter zu finden.*
- ~ Auf Kickstarter ist das Genre „Gaming“ am erfolgreichsten. Es sicherte sich mit 62 Millionen Euro den größten Spendenanteil. ²² Das hängt auch damit zusammen, dass die Produktion mit deutlich mehr Kosten verbunden ist als bei Büchern oder Filmen. Darüber hinaus sind hier die Sparten Kunst und Kultur besonders beliebt.*
- ~ Auf Startnext sind die Kategorien Musik und Film am beliebtesten. Die Plattform lebt von kreativen Projekten. ²³*
- ~ Es gibt per se keinen Bereich, der besonders erfolgreich oder erfolglos ist.*

²² <http://www.tagesspiegel.de/medien/digitale-welt/crowdfunding-der-richtige-kick/7785628.html>

²³ <http://www.startnext.de/Blog/Blog-Detailseite/b/Musiker-und-Bands-nutzen-Crowdfunding-als-beliebte-476>



6. CROWDFUNDING IST MARKETING

Crowdfunding kann nur erfolgreich sein, wenn viele davon wissen. Crowdfunding ist „Netzwerken“. Anders als bei normalen Produkterscheinungen passiert das Marketing dabei im Vorfeld. In der Startphase ist ziemlich schnell festzustellen, ob es überhaupt einen Bedarf gibt. Wenn dieser erst einmal geweckt ist, ist später auch die Produktbindung viel intensiver. Die Supporter bekunden von Anfang an Interesse und wollen das Produkt in die Tat umgesetzt sehen. Dementsprechend ist Crowdfunding fast schon als eine Art Marktforschung zu verstehen. Bei klassischen Veröffentlichungen ist der echte Bedarf im Vorfeld nicht so einfach festzustellen. Crowdfunding ermöglicht hier eine enorme Risikominimierung.

ZUNÄCHST GEHT ES DARUM, FANS ZU GEWINNEN UND DAS PROJEKT PUBLIK ZU MACHEN:

- ~ Erstellen Sie einen Blog oder eine Homepage für Ihr Produkt oder Ihr Projekt. Und das rechtzeitig und nicht erst bei Projektbeginn.
- ~ Arbeiten Sie visuell.
- ~ Gestalten Sie Ihre Seite auf der Plattform ansprechend, ebenso Ihre Homepage oder Ihren Blog.
- ~ Drehen Sie ein sympathisches und professionelles Pitch-Video.
- ~ Setzen Sie klare Botschaften.
- ~ Zeigen Sie Ihr Gesicht – somit sind Sie authentisch und greifbarer. Crowdfunding hat viel mit Sympathie zu tun.
- ~ Seien Sie auf den bekannten Social-Media-Kanälen aktiv und bespielen Sie diese regelmäßig mit Infos und interessanten Inhalten.
- ~ Erstellen Sie eine Facebook-Fanpage.
- ~ Täglich online zu sein ist in dieser Phase unumgänglich.
- ~ Reagieren Sie auf jedes Feedback im Netz, kommunizieren Sie mit Ihren Supportern.
- ~ Auch die Presse darf nicht fehlen. Betreiben Sie Öffentlichkeitsarbeit.
- ~ Je nach Produkt muss natürlich entschieden werden, welche Kanäle noch in Frage kommen. Lassen Sie sich hier gegebenenfalls beraten.
- ~ Crowdfunding hat den Vorteil, dass Ihre Idee relativ schnell bekannt werden kann. Daher muss von Anfang an professionell gearbeitet werden.
- ~ Zeigen Sie Emotionen.
- ~ Halten Sie den Spannungsbogen aufrecht – Crowdfunding bedeutet auch Entertainment.
- ~ Ein bisschen Expertenwissen schadet nicht: Der Dienstag ist laut Startnext mit durchschnittlich 117.341 € Unterstützungssumme der erfolgreichste Crowdfunding-Tag auf dieser Plattform.



7. 17 GRÜNDE FÜR GESCHEITERTE CROWDFUNDING-PROJEKTE

1. *Falsche und uninteressante "Dankeschöns" (oftmals schauen die Spender gezielt nach den Dankeschöns).*
2. *Schlechte Abstufung der Fundingsumme.*
3. *Zu wenig Zeit seitens der Initiatoren eingeplant.*
4. *Nachlässigkeit.*
5. *Fehlende Ressourcen.*
6. *Kampagne wird nicht gut genug vorbereitet.*
7. *Fehlendes Wissen über die Zielgruppe.*
8. *Die Idee lässt sich nicht gut kommunizieren.*
9. *Die Idee ist nicht verständlich.*
10. *Die Idee ist nicht neu.*
11. *Fehlende Kritikfähigkeit.*
12. *Support der Plattformen wird überschätzt.*
13. *Fehlende Social-Media-Arbeit.*
14. *Fehlendes Wissen über Social-Media.*
15. *Zielsumme zu hoch angesetzt.*
16. *Fehlende Transparenz und Informationen.*
17. *Keine Authentizität, beispielsweise durch „outsourcen“ des Projektes an Unbeteiligte.*



8. 15 GRÜNDE, IHR PROJEKT ZU UNTERSTÜTZEN

INTERESSENTEN HABEN VERSCHIEDENE MOTIVATIONEN, GELD FÜR IHR PROJEKT EINZUSETZEN:

1. *Vertrauen in den Initiator (meistens wird aus dessen Umfeld gefördert).*
2. *Persönlicher Bezug zum Projekt oder zum Initiator.*
3. *Individueller Nutzen (Mehrwert durch Gegenwert, z.B. tolles Geschenk).*
4. *Wirtschaftlicher Wert.*
5. *Gefühl der Verbundenheit.*
6. *Impulse aus dem Umfeld.*
7. *Kontakt mit Crowdfunding durch den Beruf.*
8. *Eigener Imageaufbau durch Spende.*
9. *Wunsch nach Unterhaltung.*
10. *Sicherheit, dass das Geld tatsächlich in das Projekt finanziert wurde.*
11. *Netzwerken, Kontakte zu interessanten Menschen aufbauen.*
12. *Projekte mitgestalten zu können.*
13. *Der Wunsch, etwas Gutes zu tun.*
14. *Entdeckerfreude.*
15. *Einfluss auf die Kultur.*



9. FAZIT

Crowdfunding ist eine Herausforderung. Insbesondere für den Initiator. Doch die Zahlen zeigen: Dieses Modell hat eindeutig Zukunftspotenzial und wird in den kommenden Jahren immer bedeutender. Seit Ende 2010 wurden insgesamt 1.350 Projekte erfolgreich durch Crowdfunding finanziert. Die Tendenz ist steigend und die Medien berichten immer häufiger über erfolgreich finanzierte Projekte und best-practice-Beispiele.

Auch auf gesellschaftlicher Ebene verändert Crowdfunding die Kulturlandschaft. Jedem Initiator wird zumindest die Chance gegeben, seine Idee einer ihm unbekanntem, aber interessierten Crowd vorzustellen – weit über seinen üblichen Bekanntenkreis hinaus. Crowdfunding- und Investing-Plattformen sprießen seit 2010 förmlich aus dem Boden. Spender bekommen die Möglichkeit, einen Teil der Kulturszene mitzuprägen.

Crowdfunding hat zudem noch einige weitere, intelligente Vorteile: Durch Feedback im Social Web hat der Initiator seine eigene, kleine und schnelle Marktforschung. So kann es auch sofort Anpassungen am Produkt geben. Ein großer Vorteil ist auch die enge Produktbindung, die es in dieser Ausprägung bei kommerziellen Veröffentlichungen nicht gibt. Das „Wir-Gefühl“ hat eine enorme Kraft. Eine ganze Community entsteht rund um das Projekt und fiebert dem Launch entgegen. Bestenfalls wird durch Shares, Likes, Comments und Mund-zu-Mund-Propaganda Werbung für das Produkt gemacht. In diesem Sinne eine deutliche Win-Win-Situation. Eine kluge Planung ist das A und O und Grundvoraussetzung für erfolgreiche Crowdfunding-Projekte.

Ihnen schwirren noch Fragen im Kopf herum? Sie möchten gerne mehr wissen? Sie trauen sich nicht zu, Ihr Projekt alleine zu stemmen? Oder können es kaum abwarten, mit der Planung zu beginnen? Dann sind Sie bei uns richtig! Kontaktieren Sie uns. Wir finden zeitnah einen Termin für eine individuelle und intensive Beratung. Wir freuen uns auf Sie und Ihr Projekt!



HERAUSGEBER:

gobasil GmbH ~ Strategisches Kommunikationsdesign

Hammer Steindamm 62 ~ 20535 Hamburg

T: 040. 244 240 830

moin@gobasil.com

http://gobasil.com

ZUM HERAUSGEBER:

Die gobasil GmbH ist eine Full-Service-Agentur für Strategisches Kommunikationsdesign. 2013 führte Eva Jung, eine der beiden Geschäftsführer, ein erfolgreiches Crowdfunding-Projekt durch: Ihr Buch „Alltagstourist – An ungewöhnlichen Orten dem tieferen Sinn auf der Spur“ brach alle Rekorde im Genre „Literatur“ bei Startnext. Zudem berät die gobasil GmbH viele Kunden aus dem sozialen und charitativen Sektor in Sachen Markenentwicklung und Kommunikation.

Durch diese praktischen Erfahrungen, die Erfolge unserer Projekte und das langjährige Know-How einer Kommunikationsagentur im Profit- und Nonprofit-Bereich sind wir kompetente und interessierte Ansprechpartner zum Thema Crowdfunding und Kampagnen-Entwicklung.

ANSPRECHPARTNER

Florian Theuerkauff

Hammer Steindamm 62

20535 Hamburg

T: 040.244 240 851

ft@gobasil.com



ANNEX: QUELLEN

- Bartelt, 2011: Crowdfunding als Finanzierungshilfe für start-ups. S. 20
- VentureCapital Magazin 10/2011, S. 36 „Die Masse macht’s! Crowdfunding als Finanzierungsalternative“, Holger Garbs
<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/258199/umfrage/weltweit-durch-crowdfunding-ingesammeltes-kapital/>
http://faq.startnext.de/Projekt_starten/id/Gibt+es+ein+minimales+oder+maximales+Fundingziel+152/modul/Projekt+starten/aid/135
http://praxistipps.chip.de/die-erfolgreichsten-crowdfunding-projekte-aller-zeiten_11969
<http://support.sellaband.com/entries/185073-believer-faq-deutsche-version>
<http://t3n.de/news/deutschsprachige-crowdfunding-plattformen-blick-318076/>
<http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/crowdfunding.html>
<http://www.crowdfunding-berater.de/crowdfunding/was-kostet-crowdfunding/>
<http://www.crowdfunding.de/plattformen/>
<http://www.db-thueringen.de/servlets/DerivateServlet/Derivate-26007/ilm1-2012100176.pdf>
<http://www.deutsche-startups.de/2013/01/10/crowdfunding-vergleich/>
<http://www.faz.net/aktuell/finanzen/fonds-mehr/crowdfunding-die-internetfinanzierer-schwaermen-aus-11812554-p3.html>
<http://www.fuer-gruender.de/blog/2013/10/crow-funding-monitor-q3-2013/>
<http://www.fuer-gruender.de/kapital/eigenkapital/crowd-funding/>
<http://www.glamour.de/features/karriere/karriere-starten-mit-crowdfunding-wie-sie-ein-traumprojekt-finanzieren>
<http://www.gruenderszene.de/finanzen/crowdfunding-anbieter>
<http://www.handelsblatt.com/finanzen/boerse-maerkte/anlagestrategie/crowdfunding-crowdfunding-ist-nichts-fuerschnelle-rendite/6499656-2.html>
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/Crowdfunding-Plattformen-sammeln-weltweit-Milliarden-ein-1837936.html>
<http://www.kultur2punkt0.de/2012/warum-crowdfundingprojekte-scheitern-cfas--2241>
<http://www.meinstartup.com/partyfux-de-sponsoring-leicht-gemacht/3216/>
<http://netzwertig.com/2012/06/14/phaenomen-kickstarter-die-grenzen-des-crowdfunding-hypes/>
<http://www.pling.de/faq?category=5>
<http://www.spiegel.de/karriere/berufsleben/crowdfunding-die-chefs-das-sind-wir-alle-a-899870.html>
<http://www.startnext.de/Blog/Blog-Detailseite/b/Die-Geschichte-des-Crowfundings-98>
<http://www.startnext.de/Blog/Blog-Detailseite/b/Infografik-15-Jahre-Crowdfunding-in-Deutschland-377>
<http://www.startnext.de/Blog/Blog-Detailseite/b/Musiker-und-Bands-nutzen-Crowdfunding-als-beliebte-476>
<http://www.tagesspiegel.de/medien/digitale-welt/crowdfunding-der-richtige-kick/7785628.html>
<http://www.unternehmensberatung-doberstein.de/uploads/Crowdfundingtabelle.pdf>
<http://www.wiwo.de/erfolg/gruender/schwarmfinanzierung-besonders-erfolgreiche-crowdfunding-projekte/5983884.html>
<https://www.seedmatch.de/faq>
- Kappel, T. 2011: Ex ante crowdfunding and the recording industry S. 375
- Leimeister, J. M. (2012): Crowdsourcing: Crowdfunding, Crowdfunding, Crowdfunding. In: Zeitschrift für Controlling und Management (ZFCM), Ausgabe/Nummer: 56, Erscheinungsjahr: 2012. Seiten: 388-392 Wenzlaff, Gumpelmaier & Eisfeld-Reschke, 2012: Crowdfunding Report 2012

gobasil Hannover

Postkamp 12
30159 Hannover
0511. 92 07 86 0

gobasil Hamburg

Hammer Steindamm 62
20535 Hamburg
040. 244 240 830

gobasil GmbH

Amtsgericht Hannover
HRB 203861

Geschäftsführer

Eva Jung
Nico Mühlau