



# Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

---

## Akquisos Nr. 2/2014

### Im Fokus: Crowdfunding – ein Instrument für die politische Bildung?

#### Editorial

Liebe Leserinnen und Leser,

Crowd...was?! Falls Sie noch nichts oder erst wenig davon gehört haben, wundern Sie sich nicht. Es handelt sich bei Crowdfunding um eine noch sehr junge Disziplin, die wir Ihnen in der heutigen Akquisos-Ausgabe vorstellen möchten.

Sie erfahren, was dahinter steckt, wie und ob Sie es für sich nutzen können und was Sie bei der Umsetzung beachten sollten. Außerdem stellen wir Ihnen Projekte aus dem Bereich der politischen Bildung vor, die dieses Instrument bereits erfolgreich eingesetzt haben. Zum Beispiel „Stör/Element“, ein Youtube-Kanal, der sich die politische Bildung junger Menschen zur Aufgabe gemacht hat. Im Interview berichtet uns einer der Köpfe hinter dem Projekt, wie sie die Startfinanzierung mittels Crowdfunding sicherten.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß bei der Lektüre und einen erfolgreichen Sommer für Ihre Projekte und Initiativen!

Mit freundlichen Grüßen

Daniel Kraft

Leiter Stabsstelle Kommunikation

[fundraising@bpb.de](mailto:fundraising@bpb.de)

#### Inhaltsverzeichnis

<b>1. Aktuelles: Nachrichten und Termine .....</b>	<b>2</b>
<b>Im Fokus: Crowdfunding – ein Instrument für die politische Bildung? .....</b>	<b>4</b>
<b>2. Crowdfunding – Eine Einführung .....</b>	<b>4</b>
<b>3. Crowdfunding in der Praxis – Interview mit Axel Kersten von Stör/Element .....</b>	<b>5</b>
<b>4. Beispiele erfolgreicher Crowdfunding-Kampagnen im Bereich politische Bildung und zivilgesellschaftliches Engagement .....</b>	<b>8</b>
<b>5. Links und Literatur .....</b>	<b>9</b>



# Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

---

## 1. Aktuelles: Nachrichten und Termine

### Fundraising-Klassiker von Prof. Urselmann in 6. Auflage erschienen

Das Fundraising Standardwerk „Fundraising: Professionelle Mittelbeschaffung für steuerbegünstigte Organisationen“ von Prof. Michael Urselmann ist soeben in der 6. Auflage erschienen. Diese aktualisierte und deutlich erweiterte Auflage bezieht neben den Privatspendern nun auch Unternehmen, Stiftungen und öffentliche Geldgeber in die Fundraisingpraxis mit ein. Das Buch ist so aufbereitet, dass es für Einsteiger und Fortgeschrittene gleichermaßen geeignet ist.

### openTransfer CAMP in Hamburg

Die Initiative openTransfer fördert den Austausch und die Entwicklung von Wissenstransfersystemen zur Verbreitung sozialer Innovationen. Ihr Anliegen ist es, bürgerschaftliches Engagement bekannter zu machen und ehrenamtliche Projekte beim Wachstum zu unterstützen. Neben ihrer Website, die als Austausch und Plattform für Wissenstransfer und Vernetzung dient, bieten an wechselnden Orten stattfindende openTransfer CAMPs den Raum und die Möglichkeit für persönliche Begegnung und Austausch.

Das nächste openTransfer CAMP findet am 14. Juni in Hamburg statt.

Weitere Informationen: [www.opentransfer.de/#events](http://www.opentransfer.de/#events), [www.buergermut.de](http://www.buergermut.de)

### Fortbildung: Easy-Fundraising Wochenendkurs

Die Arbeitsstelle Strategisches Fundraising des Landeskirchenamts der Evangelisch-Lutherischen Nordkirche bietet einen Wochenend-Kompaktkurs zum 1 x 1 des Fundraisings an. Die Teilnehmer/-innen erlernen Grundlagen, Spender- und Spendenverhalten, Fundraising und Öffentlichkeitsarbeit, Marketing, Management und Strategieentwicklung. Die Kursgröße ist begrenzt.

Termin und Ort: 20.-22.06., Hamburg

Weitere Informationen: [www.nordkirche.de/veranstaltungen/bildung/termine.html](http://www.nordkirche.de/veranstaltungen/bildung/termine.html)

### 6. Fundraisingtag Baden-Württemberg

Zum bereits sechsten Mal findet in Baden-Württemberg ein regionaler Fundraisingtag für Einsteiger/-innen und Profis, Fundraiser/-innen, Vorstände oder Geschäftsführer/-innen einer Stiftung oder gemeinnützigen Organisation statt. Unter dem Motto „Geben und Nehmen“ werden vielfältige Seminare, Ganztagsworkshops und Vorträge geboten. Schwerpunkt in diesem Jahr: Kommunikation mit dem Spender.

Der Fundraisingtag findet am 23. Juni in Stuttgart statt.

Weitere Informationen: [www.fundraisingtag-bw.de](http://www.fundraisingtag-bw.de)



# Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

---

## **„Fundraising“ – Praxisworkshop zum Politikmanagement**

Im Workshop der Konrad-Adenauer-Stiftung werden Methoden und Instrumente des Fundraisings für Parteien und gemeinnützige Organisationen vorgestellt. Es geht darum, wie man defizitäre Organisationen mit Methoden des Fundraisings saniert und zu neuer Finanzkraft führen kann, wie man Fundraising-Veranstaltungen organisiert und wen man wie um Spenden bittet. Es werden Fallbeispiele diskutiert und im Praxisteil eine eigene Fundraisingkampagne entwickelt.

Der Workshop richtet sich vor allem an Amts-, Mandats- und Funktionsträger und ihre Mitarbeiter, Vertreter der Kultur, der kommunalen Ebene, von Bürgerinitiativen und NGOs.

Termin und Ort: 03.-04.07. auf Schloss Eichholz in Wesseling bei Bonn

Weitere Informationen und Anmeldung: [www.kas.de/bundesstadt-bonn/de/events/59314/](http://www.kas.de/bundesstadt-bonn/de/events/59314/)

## **Projektanträge für Einsteiger/-innen**

Der Verein Niedersächsischer Bildungsinitiativen e.V. bietet im Rahmen der Reihe „Mit Fundraising und Mittelakquise neue Wege gehen“ ein Zusatzmodul zum Thema Projektanträge an. Konkret geht es um die Rahmenbedingungen guter Anträge, um die nötige Form und den Stil sowie die Frage, was Geldgeber/-innen wissen wollen. Außerdem wird darauf hingewiesen, wie Formfehler vermieden werden können.

Termin und Ort: 31.07., Hannover

Weitere Information: [www.vnb.de](http://www.vnb.de)

## **Wettbewerb: Startsocial – Hilfe für Helfer**

Der bundesweite Wettbewerb zur Förderung des ehrenamtlichen sozialen Engagements steht unter der Schirmherrschaft von Bundeskanzlerin Angela Merkel. Unter dem Motto „Hilfe für Helfer“ unterstützt startsocial regelmäßig 100 soziale Initiativen durch dreimonatige Beratungsstipendien. Im Vordergrund steht der Wissenstransfer zwischen Wirtschaft und engagierten sozialen Initiativen. Die überzeugendsten 25 Projekte werden prämiert und sieben herausragende Initiativen erhalten zudem Geldpreise von insgesamt 35.000 EUR.

Bewerbungsfrist: 04.07.

Weitere Informationen und Bewerbung: <https://www.startsocial.de/wettbewerb>



# Akquisos

Fundraising für politische Bildung

Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

---

## Im Fokus: Crowdfunding – ein Instrument für die politische Bildung?

### 2. Crowdfunding – Eine Einführung

Die Liste von möglichen Fundraisinginstrumenten wird länger und länger. In den letzten Jahren hat sich Crowdfunding dazugesellt. Immer häufiger taucht der Begriff auf, wenn es um neue Wege der Mittelakquise geht. In den USA wird Crowdfunding seit 2003 durchgeführt. In Deutschland starteten die ersten beiden Online-Plattformen im Herbst 2010.

#### Worum geht es beim Crowdfunding?

Die traditionelle Übersetzung von Crowdfunding lautet „Schwarmfinanzierung“. Anstatt für ein einzelnes Projekt wenige Menschen zu suchen, die viel Geld geben, wird eine große Masse (=crowd) gewonnen, die das Projekt mit vielen kleineren Beträgen (=funds) unterstützt. Die Investitionshürde des Einzelnen sinkt, die Anzahl der benötigten Unterstützer/-innen steigt.

Damit ist das Konzept des Crowfundings, das ursprünglich für Profit-Projekte entwickelt wurde, eng an das traditionelle Spendensammeln angelehnt. Schnell adaptierten es gemeinnützige Organisationen für ihre Projekte. Crowdfunding ist weder eine Ergänzung noch eine Alternative zu Fundraising. Es ist vielmehr ein Teilbereich, da es nur eine Möglichkeit der Finanzierung neben den anderen darstellt.

#### Spezifika des Crowfundings

Crowdfunding gehört zum Online-Fundraising, die Unterstützer/-innen werden über Online-Plattformen gewonnen. Es ist jedoch von „klassischen“ Online-Spendenkampagnen, wie sie bspw. auf Plattformen wie betterplace.de zu finden sind, durch drei spezifische Merkmale abzugrenzen. Diese Merkmale finden sich zwar zum Teil auch in Spendenkampagnen wieder, sie werden dort aber nicht so konsequent gehandhabt wie beim Crowdfunding.

##### 1. Kurzer Kampagnenzeitraum

Crowdfunding-Aktionen laufen in der Regel zwischen 30 und 90 Tagen. Danach wird abgerechnet. Aufgrund dieses knappen Zeitfensters wird Crowdfunding grundsätzlich online durchgeführt. Über Social Media oder andere Online-Kanäle lässt sich die Idee am besten in kurzer Zeit an viele Menschen verbreiten. Voraussetzung für ein erfolgreiches Crowdfunding ist daher eine gute Social Media Basis. Wer Crowdfunding betreiben möchte, sollte bereits entsprechende Strukturen aufgebaut und erste Erfahrungen gesammelt haben. Ohne eine Zielgruppe, die Lust auf Online-Kommunikation und -Teilhabe hat, kann Crowdfunding nicht funktionieren.

##### 2. Alles-oder-Nichts-Prinzip

Ist der Kampagnenzeitraum abgelaufen und das Finanzierungsziel ist nicht erreicht, erhalten die Unterstützer ihr Geld zurück! Dies ist bei klassischen Spendenkampagnen nicht möglich – eine Spende ist unwiderruflich. Wird ein Spendenziel nicht erreicht, kann der Zeitraum verlängert oder das Projekt um den fehlenden Geldbetrag verkleinert werden, um die eingegangenen Spenden zu nutzen. Crowdfunder/-innen starten ihr Projekt dagegen nicht mehr. Rund 50% der Crowdfunding-Aktionen scheitern, da der Mindestbetrag nicht zusammen kommt. In der Vorbereitung ist es daher besonders wichtig, dem benötigten Geldbetrag den realistisch erreichbaren Geldbetrag gegenüberzustellen. Die Ziele dürfen hier nicht überambitioniert sein.



# Akquisos

Fundraising für politische Bildung

Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

---

### 3. Gegenleistung

Eine Spende ist grundsätzlich freiwillig. Spender/-innen wählen die Höhe selbst und erhalten keine Gegenleistung. Beim Crowdfunding ist die Gegenleistung jedoch entscheidend. Jede/r Unterstützer/-in bekommt eine gemäß der Unterstützungssumme vorab fest definierte Anerkennung. Dies hat verschiedene Auswirkungen: 1. Die Gegenleistung muss mitgedacht werden, das heißt es gilt ein dezidiertes Anreizsystem zu entwickeln. Das ist für viele gemeinnützige Organisationen, die bisher ausschließlich mit freiwilligen Spenden arbeiteten, ein grundsätzlich neues Denken. 2. Durch das Konstrukt „Geld gegen Leistung“ entfällt die Steuervergünstigung – sowohl für die Organisation, die die Einnahmen versteuert muss als auch für die Unterstützer/-innen (keine steuerliche Abzugsfähigkeit).

#### **Crowdfunding – Ja oder Nein?**

Trotz dieser strikten Kriterien bietet Crowdfunding gegenüber klassischen Online-Kampagnen klare Vorteile. „Man kann ganz neue Zielgruppen für sich gewinnen. Nämlich genau die, die mit rein altruistischen Argumenten nicht erreichbar sind“, weiß Jörg Eisfeld-Reschke, Leiter der Fachgruppe Digitales Fundraising des Deutschen Fundraising Verbands und Spezialist für Crowdfunding-Projekte im gemeinnützigen Sektor. „Zudem ist die durchschnittliche Unterstützungssumme pro Kopf beim Crowdfunding deutlich höher als bei reinen Spendenkampagnen.“

Ein weiterer Pluspunkt ist die Möglichkeit zur Partizipation, was es für die politische Bildung interessant macht. Partizipation beschränkt sich nicht auf den finanziellen Aspekt. Die Unterstützer/-innen können, sollen und wollen in der Regel am Projekt teilhaben. Dies ist dank der Gegenleistungen in besonderer Weise möglich: Soll für ein politisch bildendes Buchprojekt Crowdfunding betrieben werden, sind beispielsweise Gegenleistungen wie die Mitbestimmung bei der Auswahl eines Kapitels, Feedbackmöglichkeit zu ersten Entwürfen oder Diskussion mit dem Autor in einem eigenen Plenum denkbar.

Aber Vorsicht: Bereits bei klassischen Online-Kampagnen wird der Aufwand in der Regel deutlich unterschätzt und der daran gemessene Erfolg überschätzt. Bei einer Crowdfunding-Aktion sind Vorbereitung, Aufwand, Kosten und Risiko des Scheiterns nochmals größer. Neulinge des Online-Fundraisings sollten von den aussichtsreichen Methoden des Crowfundings und dessen erfolgreichen Projekten lernen. Mit diesem Wissen können sie die erste eigene Online-Spendenkampagne starten.

### 3. Crowdfunding in der Praxis – Interview mit Axel Kersten von Stör/Element

Stör/Element ist ein neuer YouTube-Channel, der politische Bildung für junge Menschen unabhängig von klassischen Medien anbietet. Das Publikum beziehungsweise die „Community“ entscheidet demokratisch über Themen, die sie interessieren und Stör/Element produziert dann dazu Beiträge. Diese können bei YouTube kommentiert und diskutiert werden. Der erste Film zum europäisch-amerikanischen Freihandelsabkommen TTIP ging im März 2014 online.



# Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

---

Vor der Produktion der ersten Folge führte Stör/Element von Dezember 2013 bis Februar 2014 eine erfolgreiche Crowdfunding-Kampagne auf der Crowdfunding-Plattform Startnext durch. Das Funding-Ziel von 2.500 Euro wurde erreicht – 65 „supporter“ unterstützten das Projekt mit insgesamt 2.774 Euro.

Akquisos sprach mit Axel Kersten, einem der drei Gründer von Stör/Element. Seine Rolle im Team ist die des Producers & Channel Managers. Er ist Kaufmann für audiovisuelle Medien und Medienwissenschaftler (B.A.).

### *Akquisos: Wie entstand die Idee zu Stör/Element?*

Axel Kersten: Die Idee hatten meine Kollegen Frederik Nelting, Arne Fleckenstein und ich schon vor eineinhalb Jahren. Wir fanden, dass auf YouTube noch ein Format für politische Bildung fehlte, das Themen kritisch hinterfragt und kontrovers verschiedene Standpunkte dazu darstellt. Wir dachten, dass das – wenn es gut gemacht ist, inhaltlich und visuell – bei einer jungen Zielgruppe auch gut ankommen könnte. Da sehen wir eine Nische, Leute anzusprechen, die durch das klassische lineare Fernsehen nicht erreicht werden.

### *Akquisos: Warum haben Sie eine Crowdfunding-Kampagne gestartet?*

A.K.: Wir haben Crowdfunding nicht so sehr als Mittel gesehen, um an große Einnahmen zu kommen, sondern eher als eine Art Marketing-Tool. Uns ging es vor allem um Aufmerksamkeit. Für uns war Crowdfunding ein Test, um den Marktwert unserer Idee abzuschätzen. Und die Resonanz war wirklich super.

### *Akquisos: Wissen Sie, wer Ihre Unterstützerinnen und Unterstützer beim Crowdfunding sind?*

A.K.: Ich schätze, dass wir etwa die Hälfte unserer Unterstützer persönlich kennen. Ein weiteres Viertel sind Leute, die uns über jemand anders kennen, also Bekannte von Bekannten. Es sind aber auch einige Leute, also etwa das verbleibende Viertel, die uns vorher nicht kannten. Sie sind über die Startnext-Plattform oder Facebook auf uns aufmerksam geworden, fanden die Idee gut und haben auch etwas gegeben. Wir konnten unser bestehendes Netzwerk durch die Kampagne erweitern. Das war schon ein Erfolg, denn ohne prominente Fürsprecher oder bekannte Gallionsfiguren ist es nicht so leicht, schnell große Aufmerksamkeit zu erhalten.

### *Akquisos: Wie sind Sie konkret vorgegangen, als Sie die Kampagne gestartet haben?*

A.K.: Wir haben zunächst unsere eigenen Bekannten und Freunde auf Facebook informiert und gebeten, unsere Kampagne zu verbreiten und die Sache bekannt zu machen. Und das immer wieder. Man kommt dann allerdings relativ schnell an den Punkt, dass die Leute sagen: „Hey, ich weiß es jetzt, ich finde es gut, aber jetzt nervt nicht weiter!“ Da muss man vorsichtig sein. Wir haben auch versucht, an Blogger und Prominente heranzutreten und diese von unserem Projekt zu begeistern. Aber da läuft es auch eher so, dass die auf dich aufmerksam werden müssen.

### *Akquisos: Wie haben Sie Ihr Funding-Ziel festgelegt und wofür setzen Sie das Geld ein?*

A.K.: Wir haben die Summe unseres Funding-Ziels bewusst niedrig gehalten, um zu sehen, ob wir es schaffen, Leute dafür zu begeistern. Und das hat geklappt. Die Produktionskosten für die Videos liegen eigentlich viel höher – die können wir mit den Mitteln aus dem Crowdfunding nicht komplett



# Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

---

finanzieren. Die Crowdfunding-Beiträge werden eher für Extra-Kosten eingesetzt. Wir setzen bisher vor allem unsere eigene Arbeitskraft und unser eigenes technisches Equipment ein. Wenn man dauerhaft professionell arbeiten will, muss man das Team aber auch bezahlen. Es ging hier vor allem um eine Anschub-Finanzierung.

*Akquisos: Was wäre denn passiert, wenn Sie das Crowdfunding-Ziel nicht erreicht hätten – es gilt ja das „Alles oder nichts-Prinzip“?*

A.K.: Es kommt darauf an, wieviel noch gefehlt hätte – wenn es nur noch ein kleiner Betrag gewesen wäre, hätten wir selbst noch etwas draufgelegt. Wenn nur ein kleiner Teil zusammengekommen wäre, hätten wir uns gesagt: „Okay, wir haben es nicht geschafft“ und nach anderen Wegen der Finanzierung gesucht. Das Projekt hätten wir trotzdem weiterverfolgt. Es wäre aber ein klassischer Fehlstart gewesen.

*Akquisos: Zum Crowdfunding gehören ja die Dankeschöns, die die Unterstützer als Gegenleistung für ihren Beitrag erhalten. Was gab es bei Ihnen als „Dankeschön“ und welche Rolle spielen diese aus Ihrer Sicht?*

A.K.: Bei uns gab es Nennungen im Abspann, Postkarten, Buttons und bedruckte T-Shirts. Unterstützer mit besonders hohen Beträgen wären als Assistant Producer oder Co-Produzent in einer Folge im Abspann genannt worden. Mit den Dankeschöns bzw. „Goodies“ ist es bei einem Online-Videoformat nicht so einfach.

Bei Leuten, die etwas produzieren wie etwa ein Buch und das via Crowdfunding finanzieren, ist das etwas anderes – da erhalten die Unterstützer am Ende ein Produkt. Sie bekommen wirklich etwas in die Hand, oft auch mit dem Gegenwert ihrer Unterstützungssumme. Bei uns als Online-Bildungsformat geht es ja eher darum, dass die Leute etwas fördern, was sie gut und wichtig finden. Viele unserer Unterstützer wollten auch die Goodies gar nicht haben, das war ihnen nicht wichtig. Die fanden einfach die Idee gut und wollen das sehen. Ich würde die Rolle der Goodies in unserem Fall nicht überbewerten. Aber die Unterstützer werden durch das Crowdfunding direkt Teil der Community und werden stärker gebunden – und das ist für beide Seiten ein Plus.

*Akquisos: Wie geht es jetzt bei Ihnen weiter?*

A.K.: Aktuell produzieren wir die zweite Stör/Element-Folge mit dem Titel „Lobbyismus – eine Gefahr für die Demokratie?“. Sie wird etwa Mitte Juni 2014 online gehen. Und zwischen den Folgen produzieren wir Kurzbeiträge zur Europawahl. Die werden nicht mit so hohem Aufwand produziert, kommen aber auch gut an. Wir bewerben uns bei verschiedenen Förderprogrammen und Stiftungen und hoffen, unser Projekt langfristig sichern zu können.

*Akquisos: Viel Erfolg dabei und Danke für das Gespräch!*

Weitere Informationen: [www.stoerelement.de/](http://www.stoerelement.de/)

Youtube-Channel von Stör/Element: [www.youtube.com/user/stoerelement](http://www.youtube.com/user/stoerelement)



# Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

---

## 4. Beispiele erfolgreicher Crowdfunding-Kampagnen im Bereich politische Bildung und zivilgesellschaftliches Engagement

Via Crowdfunding werden bisher vor allem Projekte im Kultur-, Kunst- oder Designbereich finanziert. Doch inzwischen haben auch viele politisch und gesellschaftlich engagierte Personen und Gruppen Crowdfunding als Finanzierungsmöglichkeit für sich entdeckt. Für Deutschland findet man die meisten politisch-gesellschaftlichen Bildungsprojekte auf der Plattform [www.startnext.de](http://www.startnext.de).

Im Herbst 2014 wird die nachhaltige Crowdfunding-Plattform „Eco Crowd“ der Deutschen Umweltstiftung in Betrieb genommen ([www.ecocrowd.info](http://www.ecocrowd.info)). Sie will nachhaltige Projekte und Geschäftsideen zur Realisierung verhelfen. Gefördert wird die Plattform vom BMUB und dem Umweltbundesamt. Nach dem Motto „Zusammen mehr erreichen“ kann dort die ganze Community zur Finanzierung beitragen, Netzwerke bilden und Ideen teilen. Natürlich gibt es auch bei Eco Crowd ein Dankeschön für jeden Unterstützer, sofern die Finanzierung erfolgreich ist.

Wir stellen hier einige erfolgreiche Crowdfunding-Projekte vor:

### **brabbl – Online-Mitbestimmungs- und Diskussionswerkzeug**

brabbl ist ein Online-Werkzeug, das Mitbestimmung in der Gesellschaft, in Unternehmen sowie im Privaten einfach umsetzbar machen soll. brabbl will geordnete Diskussionen und faire Abstimmungen ermöglichen und so die Grundlage für fundierte Entscheidungen bieten. Die Argumente werden dabei nicht chronologisch aufgelistet, sondern können von den Nutzerinnen und Nutzern bewertet und somit nach Relevanz und Qualität geordnet werden. Auch die Erstellung von Umfragen und Meinungsbarometern soll mit brabbl ermöglicht werden.

Vom 27. Februar bis 08. Mai 2014 lief die Crowdfunding-Kampagne von brabbl auf [startnext.de](http://startnext.de). Dabei kamen 56.400 Euro zusammen (die Fundingschwelle lag bei 40.000 Euro, das Fundingziel bei 100.000 Euro). Die Investitionen konnten in 50-Euro-Schritten getätigt werden, wobei 50 Euro je einem Genossenschaftsanteil entsprechen. Somit werden die Crowdfunder automatisch Genossenschaftsmitglieder.

[www.startnext.de/brabbl](http://www.startnext.de/brabbl)

### **Annja Hofft: Theaterprojekt „Draußen“ zum Thema Flüchtlinge**

Die freie Künstlergruppe „Annja Hofft“ startete im November 2013 eine Crowdfunding-Kampagne, um ihre Performance „Draußen“ verwirklichen zu können. Thema der Performance war der asylpolitische Alltag in Deutschland und das Wissen der Menschen darüber. Fragestellungen wie: „Was wissen wir über die deutsche Flüchtlingspolitik? Was wissen wir über den Alltag eines Asylbewerbers in unserer Stadt? Wie gehen wir, wie geht Deutschland mit Flüchtlingen um?“ standen im Fokus.

Im Zeitraum 20. November 2013 bis 10. Januar 2014 kamen 2.840 Euro zusammen (Funding-Ziel: 2.500 Euro) und das Stück konnte im Ballhaus Ost in Berlin realisiert werden. Das Geld wurde benötigt für die Miete eines Proberaumes, die Kostüme, Öffentlichkeitsarbeit und die Technik. Es





# Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

---

gab drei ausverkaufte Vorstellungen im März 2014. Als Dankeschön konnten die Unterstützer/-innen gestaffelt nach Geldsumme aus verschiedenen Produkten wählen: Etwa eine persönliche Dankespostkarte, ein signiertes Plakat, Probenfotos, Freikarten, Nennung im Programmheft oder eine DVD der Vorstellung.

[www.startnext.de/annja-hofft-draussen](http://www.startnext.de/annja-hofft-draussen)

## World Food Day Oktober 2013 Aktionstag in München

Eine kleine Gruppe engagierter Bürger/-innen organisierte am 12. Oktober 2013 in München den Aktionstag „World Food Day – March against Monsanto“ als Teil des internationalen World Food Day. Ziel der Veranstaltung war die Aufklärung über internationale Verflechtungen der Saatgut- und Nahrungsmittelindustrie, Ökolandwirtschaft, Gentechnik, Wasserprivatisierung und Nahrungsmittelspekulation. Der Aktionstag war eine Mischung aus Protest, Information und Musik mit Vorträgen, Livebands, Informationsständen und Kunst.

Eine Crowdfunding-Kampagne auf Startnext.de finanzierte mit 1.306 Euro (Fundingziel 1.300 Euro) Werbemittel wie Flyer und Plakate, außerdem die Bühnentechnik. Als Dankeschön für Unterstützungen ab 30 Euro gab es ein bedrucktes T-Shirt.

[www.startnext.de/worldfoodday](http://www.startnext.de/worldfoodday)

## 5. Links und Literatur

### Links

#### Crowdfunding-Plattformen

[www.startnext.de](http://www.startnext.de)

[www.pling.de](http://www.pling.de)

[www.visionbakery.com](http://www.visionbakery.com)

[www.krautreporter.de](http://www.krautreporter.de) (Crowdfunding-Plattform für Journalismus)

[www.dresden-durchstarter.de](http://www.dresden-durchstarter.de) (Crowdfunding-Plattform für Projekte aus und für Dresden, weitere regionale Plattformen finden Sie hier: [www.crowdfunding.de/plattformen](http://www.crowdfunding.de/plattformen))

[www.respekt.net](http://www.respekt.net) (österreichische Crowdfunding-Plattform für zivilgesellschaftliche Projekte)

[www.100fans.de](http://www.100fans.de) (Crowdfunding für Bücher)

[www.kickstarter.com](http://www.kickstarter.com) (internationale Plattform für kreative Projekte)

[www.indiegogo.com](http://www.indiegogo.com) (internationale Plattform für kulturelle und kreative Projekte und kleine Unternehmen)



# Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

---

Ab Herbst 2014: Eco Crowd (nachhaltige Projekte) [www.ecocrowd.info](http://www.ecocrowd.info)

## **Crowdfunding Informationsportal:**

[www.crowdfunding.de](http://www.crowdfunding.de)

## **Fachgruppe Digitales Fundraising des Deutschen Fundraising Verbandes:**

[www.fundraisingverband.de/verband/arbeitsgruppen/fg-digitales-fundraising/aufgaben-und-projekte.html](http://www.fundraisingverband.de/verband/arbeitsgruppen/fg-digitales-fundraising/aufgaben-und-projekte.html)

## **Literatur**

Ralf Beck (2014, 2. Aufl.): **Crowdinvesting – Die Investition der Vielen.**

**Das co:funding-Handbuch. Crowdfunding, Crowdinvesting und Cofunding** (kostenpflichtiger Download): [www.cofunding.de/Site-Service-Top/cofunding-handbuch.html](http://www.cofunding.de/Site-Service-Top/cofunding-handbuch.html)

**Crowdfunding – Gemeinsam arbeiten, gemeinsam finanziert** (2014). In: Stiftung Bürgermut (Hrsg.): Gutes einfach verbreiten. Handbuch für erfolgreichen Projekttransfer. S. 224-227.

Abrufbar unter: [www.opentransfer.de/#224](http://www.opentransfer.de/#224)

Eisfeld-Reschke, Jörg (2014): **Fünf Tipps zum Crowdfunding.** In: Stiftung Bürgermut (Hrsg.): Gutes einfach verbreiten. Handbuch für erfolgreichen Projekttransfer. S. 228-229.

Abrufbar unter: [www.opentransfer.de/#228](http://www.opentransfer.de/#228)

Wolfgang Gumpelmaier (2013): **CROWDFUNDING. Eine echte Alternative zu öffentlicher und privater Finanzierung.** In: Stiftung & Sponsoring, Ausgabe 4, S. 14-15.

<http://de.scribd.com/doc/160779181/Crowdfunding-Eine-echte-Alternative-zu-offentlicher-und-privater-Finanzierung>

Andrea Harzer (2013): Erfolgsfaktoren im Crowdfunding, Ilmenau.

## **Praxistipps Crowdfunding zusammengestellt von der Akquisos-Redaktion.**

[Praxistipps Crowdfunding](#)



# Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

---

Impressum

**Herausgeber:**

Bundeszentrale für politische Bildung/bpb

**Redaktion:**

Danielle Böhle (GOLDWIND, Kommunikationsberatung für gemeinnützige Organisationen, Köln)

Josephine Evens (bpb)

Daniel Kraft (bpb, verantwortlich)

Katharina Reinhold (freiberufliche Redakteurin, Köln)

**E-Mails an die Redaktion:** [fundraising@bpb.de](mailto:fundraising@bpb.de)

Akquisos online bestellen oder abbestellen unter:

[www.bpb.de/newsletter/akquisos](http://www.bpb.de/newsletter/akquisos)

Folgen Sie Akquisos bei Facebook:

[www.facebook.com/akquisos](http://www.facebook.com/akquisos)