



# Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

---

## Ergänzung zu Akquisos Nr. 2/2014

### Praxistipps für Crowdfunding-Projekte im Bereich politische Bildung

#### **Geeignete Projekte oder Produkte**

Ein Projekt, das man über Crowdfunding finanzieren möchte, muss für eine online-affine (und meist relativ junge) Zielgruppe attraktiv sein. Im Bildungsbereich könnte dies eine Publikation sein oder ein spannendes Projekt aus dem sozialen, kreativen oder kulturellen Bereich – laufende Personal- oder Verwaltungskosten wird man mit Crowdfunding nicht unbedingt finanziert bekommen. Von Anfang an muss man mitdenken, wie man das Projekt interessant an die Zielgruppe „verkaufen“ kann.

#### **Finanzierungsziel setzen**

Es kann sinnvoll sein, sich zunächst mit einer niedrigen Summe zu begnügen, um die Wahrscheinlichkeit zu erhöhen, dass das Ziel auch erreicht wird. Sollte das Finanzierungsziel übertroffen werden, kann man weitere Ziele angeben und den Unterstützern Ergänzungen in Aussicht stellen. Man sollte also das Projekt auch unter dem Gesichtspunkt der Kosten auswählen. Man muss allerdings auch nicht das gesamte Projekt per Crowdfunding finanzieren, sondern kann Teilaspekte auswählen (etwa den Druck von Plakaten und Flyern, die Veranstaltungstechnik o.ä.).

#### **Gegenleistung / Dankeschön**

Üblicherweise funktioniert die Finanzierung auf den Portalen so, dass die Unterstützer eine Summe geben und dafür etwas in Aussicht gestellt bekommen. Gestaffelt nach der Höhe des Unterstützungsbeitrags werden die Gegenleistungen auch attraktiver bzw. wertvoller. Bei produktorientierten Projekten erhalten die Unterstützer meist ein Exemplar des Endprodukts, oft etwa zum Gegenwert der Unterstützungssumme.

Bei Projekten der politischen Bildung stehen die Dankeschöns möglicherweise nicht so sehr im Fokus, doch es lohnt sich, sich hier etwas Schönes auszudenken. Wenn es nicht darum geht, ein Produkt (Buch, CD) zu finanzieren, gibt es vielleicht eine Veranstaltung, zu der man einladen kann, die Namensnennung in Mitteln der Öffentlichkeitsarbeit o.ä.. Hier sollte man versuchen einzuschätzen (am besten durch Befragung gestützt), wovon sich die Menschen der potenziellen Zielgruppe angesprochen fühlen.

#### **Netzwerk**

Crowdfunding ist Beziehungs- und Kommunikationsarbeit, wie alle anderen Fundraising-Mittel auch. Das eigene Netzwerk spielt eine entscheidende Rolle. Je mehr persönliche, direkte und passende Kontakte man sich aufgebaut hat, desto besser. Crowdfunding-Plattformen sind oftmals selbst kleinere soziale Netzwerke, wichtig sind aber natürlich die Großen wie Facebook, Twitter und Google+. Auch thematisch passende Foren sind eine gute Anlaufstelle. Und sehr hilfreich ist natürlich Berichterstattung in diversen Medien – von Blogs bis hin zu großen Nachrichtenwebsites.



# Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

---

## **Crowdfunding-Verlauf – Dranbleiben!**

Typischerweise gibt es im Verlauf einer Crowdfunding-Kampagne einen ersten Schub am Anfang, dann eine eher ruhige Phase und am Ende einen Schlussspurt. In Ausnahmefällen ist ein Projekt schon früh so erfolgreich, dass das Finanzierungsziel schnell erreicht wird. Davon sollte man allerdings nicht ausgehen.

Man muss auf jeden Fall von der ersten bis zur letzten Minute aktiv sein. Eigentlich muss man schon vor dem Projektstart unter den direkten eigenen Kontakten die Werbetrommel rühren. Hier kann man auch bereits wertvolles Feedback einsammeln, bevor es losgeht. Ist das Projekt gestartet, geht es in die nächste Phase und man versucht die Kontakte der Kontakte und wichtige Meinungsführer im entsprechenden Bereich anzusprechen. Die sollte man vorher bereits recherchiert haben. Während der Projektlaufzeit muss man dranbleiben und immer wieder die Kontakte erinnern, Neuigkeiten posten etc., jedoch ein vernünftiges Maß einhalten, um nicht zu aufdringlich zu wirken.

## **Das Video**

Fast jedes Crowdfunding-Projekt stellt sich auf einer Plattform mit einem Video (sogenanntes „Pitch-Video“) vor, in dem kurz und knapp erklärt wird, worum es geht. Die Videos transportieren Informationen und vermitteln etwas über die Macher und ihre Persönlichkeit. Sie können sehr aufwändig gestaltet, aber auch schlicht sein – sollten aber auf jeden Fall zum Projekt und den Machern passen („authentisch“ sein).

## **Öffentlichkeitsarbeit**

Man muss in den Kurztexten zum Projekt sofort verstehen, worum es geht. Ziel und Endergebnis müssen in Sekunden klar sein. Zusätzlich ist es ein Plus, wenn man eine persönliche oder interessante Geschichte dazu erzählen kann. Fotos auf der Projektseite sollten einen lebendigen Einblick in das Projekt und den aktuellen Stand geben.

Für die weitere Öffentlichkeitsarbeit ist es sinnvoll bereitzustellen, was Blogger und Journalisten brauchen, um über das Projekt zu berichten, und dabei stets das neue, innovative und interessante herauszustellen. Dazu gehören Bildmaterial und Basisinfos auf einen Blick.

## **Glaubwürdigkeit und Transparenz**

Beim Crowdfunding ist es wichtig, offen und ehrlich zu sein, denn Glaubwürdigkeit ist ein ganz wichtiger Aspekt. In der Regel kennen die Unterstützer die Macher hinter einem Crowdfunding-Projekt nicht und geben ihnen einen Vertrauensvorschuss. Daher ist der Aspekt der Transparenz sehr wichtig. Mit Problemen oder Planänderungen sollte man offen umgehen und seine Unterstützer auf dem Laufenden halten. Zur Transparenz gehört auch, genau ersichtlich zu machen, wie der Gesamtbetrag zusammengekommen ist und was mit dem Geld der Unterstützer geschieht.

## **Persönliche Note**

Das Besondere beim Crowdfunding ist, dass hier viel auf menschlich-persönlicher Ebene passiert. Ein Projekt wird nicht nur danach beurteilt, wie gut man es findet, sondern auch, wie sympathisch einem die dahinterstehenden Personen und ihre Geschichte sind. Man sollte deutlich machen können, was die Personen antreibt, wie es zu der Idee kam und warum es so wichtig ist, das Projekt zu unterstützen.



# Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

---

## Weitere Tipps können Sie hier finden:

**Interview zu Crowdfunding für gemeinnützige Organisationen mit Jörg Eisfeld-Reschke:**

[www.ikosom.de/2013/10/03/interview-zu-crowdfunding-fur-gemeinnutzige-organisationen/](http://www.ikosom.de/2013/10/03/interview-zu-crowdfunding-fur-gemeinnutzige-organisationen/)

**Crowdfunding-Experten-Tipps auf [www.crowdfunding.de](http://www.crowdfunding.de)**

[www.crowdfunding.de/experten-tipps](http://www.crowdfunding.de/experten-tipps)

**Jan Tißler: Erfolgsfaktoren für Crowdfunding-Projekte**

<http://upload-magazin.de/blog/6497-erfolgsfaktoren-fur-crowdfunding-projekte/>

**Gründer-Garage: Erklärung und Tipps zum Crowdfunding (Video, Englisch)**

[www.youtube.com/watch?v=XocrzLcjRdA](http://www.youtube.com/watch?v=XocrzLcjRdA)

**Leitfaden Projektbelegung der Spendenplattform Betterplace**

[www.betterplace-lab.org/werkzeuge/betterplace-optimal-nutzen/projektbelegung/](http://www.betterplace-lab.org/werkzeuge/betterplace-optimal-nutzen/projektbelegung/)