

CROWDFUNDING

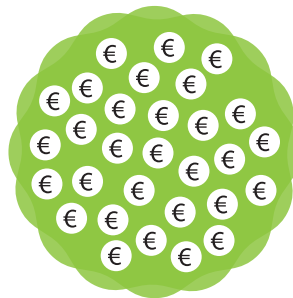
Eine kreative Idee ist da, auf die die Welt gewartet hat,
doch es fehlen 10.000 Euro, um sie umzusetzen?
Warum nicht gleich die Welt selbst um Hilfe bitten!

Unter dem Begriff „Crowdfunding“ hat sich in den letzten Jahren eine neue Form der Finanzierung für Kreative und Startups durchgesetzt, die einen interessanten Weg für die Realisierung von kreativen Projektideen insbesondere im Musikbereich zeichnen kann: die Finanzierung durch den Schwarm, die Fans und das Publikum selbst. Fundraising - aber demokratisch!

Das Prinzip ist einfach erklärt: Viele geben Geld für die Umsetzung einer gute Idee, sie identifizieren sich als Teil des Ganzen (vom Konsumenten zum „Prosumenten“) und erhalten dafür eine Gegenleistung ein Dankeschön.

UND SO GEHT'S

- 1 Der Projektstarter bewirbt seine Idee - ob ein Konzert, eine CD-Aufnahme, ein Festival, ein Film oder ein Wettbewerb - multimedial mit Video, Bild und Text auf einer Crowdfunding-Plattform wie *Startnext* oder *Nordstarter*.
Ein **Fundraisingziel** (wieviel brauche ich?) und eine **Deadline** (bis wann? Maximal 3 Monate!) werden festgelegt ebenso wie verschiedene „Dankeschöns“, die der Unterstützer für seine Unterstützung erhält (vom Konzertticket über ein signiertes Album oder ein Künstlergespräch bis zur Kneipentour sind hier der Kreativität keine Grenzen gesetzt. Es wird empfohlen, vor allem Dankeschöns im Wert zwischen 10 und 100 Euro zu wählen).
- 2 Zunächst begibt sich das Projekt dann in die **Startphase**, in der eine Anzahl von Fans zusammenkommen muss.
In dieser Phase kann **Feedback** eingesammelt und die Darstellung noch optimiert werden.
- 3 Mit dem Beginn der eigentlichen Kampagne heißt es dann, die Mundpropaganda in Gang zu setzen und das Projekt innerhalb von drei Monaten so bekannt wie möglich zu machen: Über diese Dauer wird das Geld auf einem Treuhandkonto geparkt, denn es gilt das „Alles-oder-Nichts“-Prinzip. Ist das Projekt erfolgreich und die genannte Summe wird erreicht, bekommt der Projektgeber das komplette Geld ausgezahlt (sogar eine Überfinanzierung ist möglich!). Wenn das Projekt jedoch floppt, erhalten alle Unterstützer ihr Geld zurück.



"Crowdfunding ist für mich die demokratischste Form der Kapitalbeschaffung und ich glaube fest daran, dass die Crowd das Kapital der Zukunft ist."
(Van Bo Le-Mentzel, Projektstarter)

WANN LOHNT ES SICH, ÜBER CROWDFUNDING NACHZUDENKEN ?

Crowdfunding hat sich insbesondere für innovative Projektideen als erfolgreiches Finanzierungstool erwiesen, weil diese Projekte sich von anderen abheben und so über den Bekanntenkreis hinaus ein Interesse der Gemeinschaft wecken können. Die Projekte können gemeinnützige und altruistische Zwecke erfüllen, aber auch kommerzielle Vorhaben können umgesetzt werden. Ein Best Practice Beispiel aus der Musiklandschaft: Die Junge Deutsche Philharmonie konnte kürzlich die Idee eines „Composer Slams“ über die Plattform *Startnext* mit 25.000 Euro komplett finanzieren.

(<http://www.startnext.de/composer-slam>)

(bitte wenden)



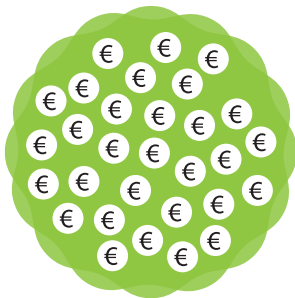
ERFOLGSFAKTOREN

A. Gut entwickelte Projektidee

Bevor mit der Einstellung der Kampagne auf einer der Plattformen gestartet wird, sollte die Projektidee fertig entwickelt, auf ihre Bedeutung für Fans und Publikum geprüft und ihre Alleinstellungsmerkmale herausgearbeitet werden.

Warum ist meine Idee so einzigartig und unterstützenswert?

Ob die Zielgruppe dann eine breite Masse oder eine Nische ist, für diese Idee Gold wert ist - beide Wege können zum Ziel führen, solange die Perspektive der Nutzer stets mitgedacht wird.



*Das Pitch-Video

Das Pitch-Video dient dazu, das Projekt persönlich, überzeugend und authentisch in ein paar Minuten zu erzählen. Auf *Startnext* ist dieses sogar Pflicht - und auch die Erfahrung zeigt, dass Projektvorstellungen mit Videos wesentlich erfolgreicher sind. Weitere Informationen zum Thema Pitch-Video gibt es auf youtube unter dem Titel: #wmhh 09/13 // Erfolgreiche Pitchvideos

Hinweis: Bei knappem Budget für die Erstellung des Videos, bei Hochschulen für Film nachfragen, ob es interessierte Studenten gibt, in Hamburg, z. B. bei der HAW (Hochschule für angewandte Wissenschaften).

B. Kommunikation!

Ein besonderer Vorteil der Schwarmfinanzierung ist, dass durch die nötige breite Kommunikation zugleich in erheblichem Maße in die Bekanntmachung des Projektes investiert wird. Gute Ideen werden viral wie von alleine weitergetragen, und auch die Presse interessiert sich vermehrt für das Thema. Im Umkehrschluss heißt dies aber auch, dass das Projekt in möglichst vielen Kommunikationskanälen, vom Newsletter über Facebook, Pressemeldungen und Online-Foren oder Aktionen beworben werden muss, damit es erfolgreich umgesetzt werden kann! Eine Kampagne muss gestartet werden. Das A und O dafür: gute Texte und ein emotionales, überzeugendes „Pitch-Video“.

Und auch in der Sammelphase, wenn alle Kanäle bespielt sind, ist kein Zurücklegen angesagt: Nun heißt es, die Fans aktiv in das Projekt zu integrieren und immer wieder auf den aktuellen Stand zu bringen.

WELCHE PLATTFORMEN GIBT ES ?

www.startnext.com

Startnext ist die größte Crowdfunding-Community für kreative Projekte im deutschsprachigen Raum.

www.nordstarter.org

Nordstarter ist von der Hamburger Kreativgesellschaft betriebene Crowdfunding-Plattform für Künstler, Kreative und Erfinder in Hamburg.

www.kickstarter.com

Kickstarter ist die weltweit größte Crowdfunding-Plattform und eignet sich besonders für internationale Projekte. Ein Sitz in den USA, Kanada, UK oder Neuseeland ist derzeit aber noch Bedingung.

POTENZIAL

Das Potenzial von Crowdfunding liegt also neben einer demokratischen Projektfinanzierung vor allem auch im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit, des Marketings und der Kontakte, die sich durch die virale Verbreitung der Idee ergeben. Der Aufwand ist zwar nicht zu unterschätzen - ein Crowdfunding-Projekt läuft nicht von alleine. Läuft es aber, zahlt es in hohem Maße und weit über das Finanzielle hinaus auf den Gesamterfolg der Projektidee ein: Sie ist gebettet in eine Community von Fans und Multiplikatoren - und das ist wohl der erfolgversprechendste Wegbereiter jeder kreativen Idee.

SUPPORT

Die Kreativgesellschaft lädt im Rahmen von *nordstarter* zu Workshops, einem Crowdfunding Club und Vorträgen rund um das Thema Crowdfunding ein. Alle Termine, Ansprechpartner und weiteres auf: nordstarter.de und kreativgesellschaft.org.

YOUTUBE-TIPP

Die Musikerin Amanda Palmer (The Dresden Dolls) im TED-Talk über das Thema Crowdfunding. ("Amanda Palmer: the art of asking")

