

Workshop Regionalpartner am 13. September 2019

Planung von Crowdfunding-Projekten

RegioCrowd 2019-2020

**Verstetigung der Ergebnisse des
„Modellprojekts zur Entwicklung innovativer Ansätze
für die Neuausrichtung ehrenamtlichen und
bürgerschaftlichen Engagements für Naturschutz und
Heimatentwicklung im Freistaat Sachsen am Beispiel
des Naturparks Dübener Heide“**

Praktische Projektarbeit im regionalen Kompetenzzentrum – der Weg zu einer Projektidee

Eigene Bedarfe eruieren

Stetiger Austausch mit eigenen Netzwerkpartnern und den Netzwerkpartnern des NUS

Regelmäßige Treffen mit anderen Akteuren zum Austausch von Ideen und bündeln von Kompetenzen bei der Umsetzung

Eruieren von überregionalen Vereinigungen/Initiativen, die sich der Umweltbildung, dem Naturschutz/ Umweltschutz widmen
(z.B. EuroNatur - Stiftung Europäisches Naturerbe) und sich gegenseitig informieren (z.B. Newsletter)

Praktische Projektarbeit im regionalen Kompetenzzentrum - wie und wo findet man Projektideen

Beschränkt Euch bei der Suche nach Ideen nicht auf Euren Verein und Vorhaben, die hundertprozentig Eurer Satzung entsprechen.

Beschränkt Euch nicht allein auf Naturschutz und Umweltbildung, sondern macht den Blick weit für Eure Region und ihre Entwicklung.

„Scannt“ beständig Euer Netzwerk und sucht nach sinnvollen Synergien und Inspirationen.

Werdet vom Einzelkämpfer selbst zum Netzwerker. Sammelt um Euch einen Pool von know-how-Trägern, mit denen Ihr stetig Informationen austauscht und zusammenarbeitet.

Sucht nicht nur nach den ganz großen Projekten, tastet Euch mit überschaubaren Aktionen vor und sammelt Erfahrungen in der Organisation und darüber, was Eure Teilnehmer antreibt und wie sie denken.

Auch privatwirtschaftliche Initiativen, die dem Gemeinwohl dienen werden nicht ausgeschlossen.

Basic:

Was ist Crowdfunding im Sinne von RegioCrowd?

Crowdfunding ist das Einwerben finanzieller Mittel zur Projektrealisierung

- a) durch Spenden-Aufrufe
- b) durch gegenleistungsbasiertes CF

Warum sollte man nach A unbedingt B sagen?

Spender treten i.d.R. nach ihrer Kleinspende aus dem Prozess/Projekt heraus, für sie ist die Aktion damit abgeschlossen.

Wer für seine finanzielle Beteiligung eine Gegenleistung erhält, wird damit an das Projekt, die Organisation und das Thema gebunden. (ähnlich Kundenbindung von Unternehmen)
D.h. gegenleistungsbasiertes CF öffnet dem „Gebenden“, der auch zum „Nehmenden“ wird, den Eintritt in den Themenbereich Umweltbildung und Naturschutz und begründet damit eine neue Form der Umweltbildung!

Praktische Projektarbeit im regionalen Kompetenzzentrum - Beispiele für Crowdfunding

Alte Obstsorten in der östl. Oberlausitz erhalten: 3.000 Euro für das Pflanzen und Veredeln der Bäume
(gegenleistungsbasiertes CF – von Bürgerengagement „Annes Kampf“ durchgeführt von Ines Trieb)

Brunnen für den essbaren Palmengarten in Leipzig: 1.257 Euro für die Bewässerung von 70 verschiedenen Wildblumen, Kräuter, Gemüse sowie Sträucher in Mischkultur. Damit wird die Arten-Viefalt unterstützt.
(Spenden-CF von Gemeinsam Grün e.V. – publiziert über Michael Berninger)

Ein Bienenturm für Torgau: 2.365 Euro für den Bau einer französischen Bienenbeute an einer Schmetterlingswiese am Rad- und Wanderweg. Die Schau-Beute ist ein für jedermann frei zugängliches Umweltbildungsangebot
(gegenleistungsbasiertes CF – von LPV Torgau-Oschatz e.V. – durchgeführt von Nicole Sieck)

Verlegung und Erneuerung des Eiszeit-Lehrpfades in Neschwitz: 4.480,00 Euro für die Verlegung und Beschriftung/Ausschilderung von 30 Findlingssteinen als Umweltbildungsangebot in der Oberlausitz
(gegenleistungsbasiertes CF – Kooperation Naturschutzstation Neschwitz e.V. , AG Geologie Oberlausitz und Verein Kultur- und Heimatfreunde Neschwitz)

Bildungsprojekt Pflanzenvielfalt erzgebirgischer Bergwiesen: 2.650,00 Euro für die Herstellung von Bild-Pflanzentafeln (Arbeitszeit und Material)
(gegenleistungsbasiertes CF – von Natura Miriquidica“ e.V. durchgeführt von Kay Meister)

Wie geht man beim Crowdfunding vor

1. Projekt identifizieren und beschreiben (Ausgangssituation, wer, was, warum, mit welchem Nutzen)
2. Gegenleistungen „brainstormen“, im Detail definieren und finanziell bewerten
3. Finanzbedarf für die Realisierung des Projektes an sich ermitteln (Material -> Angebote einholen, Arbeitszeit, Versand, Kommunikationskosten etc.)
4. Geeignete Crowdfunding-Bank oder -Plattform finden und Projektskizze zusenden, dann beraten lassen
5. Bank-seitige Kosten des Crowdfunding ermitteln
6. Gesamtkalkulation durchführen
7. Ablaufplan festlegen mit Verantwortlichkeit und Terminen
8. Eigenes Netzwerk vom Projekt und dessen Start informieren
9. Geschichten zum Projekt erzählen, die andere Menschen „abholen“
10. Ständiges „Pflegen der Kunden“ während der Laufzeit **UND DANACH**

Am Anfang steht - Canvas

CROWDFUNDING CANVAS

Projekttitel: XXX

Starter: YYY

PROJEKT	Idee & Motivation Wie bist du auf die Idee gekommen? Warum ist es dir wichtig, dieses Projekt zu realisieren?	Alleinstellungsmerkmal Was ist das Alleinstellungsmerkmal deiner Idee? Welches Problem willst du lösen?	Video Wie ist der Aufbau (Inhalt, Personen, Ort)? Was benötigst du für die Umsetzung?	Bilder Welche Bildeprache transportiert deine Idee am Besten? Welche Ressourcen brauchst du für die Umsetzung?	Dankeschöns Was kannst du deinen Unterstützern anbieten? Wie sind die Preise gestaffelt?
		Zielgruppe Wen möchtest du erreichen & überzeugen? Wo viele Menschen kannst du in deinem Netzwerk aktivieren?		Finanzen Wieviel Geld benötigst du zur Umsetzung der Idee? Einnahmepot. – Projektkosten (Dankeschöns etc.) = Erlösbeitrag	
KOMMUNIKATION	Kanäle Über welche Kanäle erreichst du deine Zielgruppe (Social Media, Mail, Webseite...)? Wie erreichst du Journalisten und andere wichtige Multiplikatoren?		Inhalte Über welche Themen kommunizierst du während der Kampagne? Welche Medien und Tools nutzt du dafür?		

Es folgen weiter:

- Die Plattform-Wahl
- Die Definition und Kalkulation der Gegengaben
- Die betriebswirtschaftliche Gesamtplanung