

Tipps für ein erfolgreiches Crowdfunding

1. Das passende Crowdfunding-Modell und die richtige Plattform finden

- Es wird zwischen vier verschiedenen Crowdfunding Ausrichtungen unterschieden:
- Klassisches Crowdfunding,
- Crowdfunding,
- SpendenCrowdfunding
- Crowdlending (Kredit zu festem Zinssatz)

Für jeden Projektstarter gilt es das passende Crowdfunding Modell für das eigene Projekt zu wählen.

Die eigene Motivation (wie z.B. selbstloser Entwicklungshelfer, leidenschaftlicher Musiker, innovativer Entwickler oder exit-orientierter Start-Up Unternehmer), sollte sich unbedingt im Crowdfunding-Modell und damit in den Gegenleistungen für die Crowd wiederfinden, die ideeller, materieller und finanzieller Natur sein können. Auch Mischmodelle sind möglich.

2. Die richtige Zielsumme: Realistisch, Kostendeckend und Projektbezogen!

Bei den meisten Crowdfunding Plattformen gilt das „alles-oder-nichts-Prinzip“. Das bedeutet, dass die Aktion nicht stattfindet und die Crowd Ihr Geld zurückbekommt, wenn die vorher festgelegte Zielsumme nicht erreicht wird. Von daher macht es Sinn eine möglichst realistische Summe zu wählen, um die Erfolgchancen zu erhöhen. Die Summe sollte aber ausreichend hoch kalkuliert sein, um das was Du der Crowd versprichst auch realisieren zu können. Um Transparenz und damit Vertrauen zu schaffen, ist es üblich, in groben Kostenblöcken offenzulegen, wofür das Geld benötigt wird.

Wichtig: Vergesst nicht die die Kosten für die Rewards (siehe auch Tipp Nr. 3) und weitere Gebühren, die für die Plattform und Zahlungsdienstleister anfallen können, einzukalkulieren!

3. Attraktive Rewards (Gegenleistungen/Gegengaben)

Die Auswahl der passenden Rewards ist ein wichtiges Erfolgskriterium für klassische Crowdfunding Projekte. Bei vielen Projekten ist das Crowdfunding eine Art Vorverkauf, bei der der Crowd das Projektergebnis (z.B. Film DVD) als Gegenleistung für die Unterstützung versprochen wird. Bei Projekten ohne „handfestes“ Ergebnis, das sich als Reward anbieten lässt, heißt es kreativ zu werden. Es empfiehlt sich Gegenleistungen anzubieten, die in engem Zusammenhang mit dem Projekt und der dazugehörigen Story stehen.

Um der Crowd eine breitere Auswahl zu bieten, macht es Sinn verschiedene Rewards auf unterschiedlichen Preisniveaus anzubieten. Zu breit und vor allem zu beliebig sollte die Reward-Palette aber auch nicht werden!

Viele Crowdfunding-Projekte haben erfolgreich ausgefallene Spezial-Rewards angeboten, wie z.B. eine besondere gemeinsame Aktion mit den Projektinitiatoren. Der Vorteil ist, dass die Summen für diese Spezial-Rewards meist höher sind und sie sich oftmals auch für eine pressetaugliche Story eignen können.

Die Kosten für alle Rewards sollten unbedingt vor dem Funding gründlich durchgerechnet werden, um den richtigen Preis festzulegen. Was kostet die Produktion und was kostet der Versand? Was ist mit der Mehrwertsteuer? Die Lieferzeiten möglicher Zulieferer sollten auch vorab gecheckt werden, um gegenüber der Crowd die versprochenen Termine einhalten zu können.

4. Eure Story: Einzigartig und Packend

Hinter jeder Idee stehen Menschen. Die will die Crowd kennenlernen.

Wer seid Ihr? Was macht Ihr? Wie seid Ihr auf die Idee gekommen? Was treibt Euch an? Warum ist es so wichtig, dass genau Euer Projekt realisiert wird? Was verleiht Euch die Kompetenz für dieses Projekt?

Vermittelt das der Crowd! Und zwar authentisch auf Eure Art. Jede Story ist einzigartig, wichtig ist dass sie in sich stimmig ist.

„Die Abenteuer geschichten zuerst, bitte. Erklärungen brauchen immer so schrecklich lange“

Zitat von Lewis Carroll, „Alice im Wunderland“

5. Lernen von anderen Crowdfunding Projekten

Schaut Euch unbedingt abgeschlossene Crowdfunding-Projekte an (erfolgreiche und nicht erfolgreiche). Wie ist das Video gemacht? Welcher Zielbetrag wurde gewählt? Welche Rewards sind gut gelaufen? Gab es Feedback von der Crowd? Über die Suchfunktion auf den Plattformen könnt Ihr gezielt nach Projekten aus Eurem Themenbereich suchen. Auf manchen Plattformen werden die gescheiterten Projekte allerdings nur angezeigt, wenn man sich einloggt.

Wenn Euch ein Projekt besonders gut gefällt oder relativ nah an Eurem Thema ist, kontaktiert die Projektinitiatoren und fragt nach Erfahrungen und Tipps. Die meisten werden sicherlich gerne helfen.

Um ein Gefühl für die Dynamik eines Crowfundings zu bekommen, hilft es einfach ein paar aktuell laufende Projekte über den Fundingzeitraum zu beobachten.

6. Das richtige Mindset

Crowdfunding ist kein Selbstläufer. Zum Crowdfunding gehört – wenn es gut läuft – eine Crowd, mit der ein direkter Dialog dazugehört (siehe auch Punkt 9). Ein Crowdfunding kann scheitern. Beim Crowdfunding stellt man sich und seine Idee der Öffentlichkeit.

Über all diese Punkte sollte man sich bewusst sein, wenn man ein Crowdfunding startet.

Die Ziele, die man mit dem Crowdfunding, neben dem finanziellen Aspekt erreichen will, sollten klar definiert sein. Dies kann z.B. Aufmerksamkeit für das Thema, ein Markttest, ein Vorverkauf für ein Produkt oder der Aufbau einer Community sein.

7. Der finale Check: Ready for Take-Off

Video:

Habt Ihr ein packendes und aussagekräftiges Video? Bei kleineren bis mittleren Projekten reicht ein gutes selbstgemachtes Video. Bei größeren Projekten sollte man sich professionellen Support dazu holen.

Social Media:

Habt Ihr einen Plan wie Ihr Eure Social Media Kommunikation umsetzt? Findet sich auf all Euren Kanälen (Homepage, Facebook, E-Mail Signatur) ein Hinweis auf das eigene Crowdfunding mit Link zur Projektseite?

Pre-Test:

Habt Ihr mit Leuten über Euer Projekt und das Crowdfunding gesprochen und Feedback eingeholt? Sprecht auch mit Leuten außerhalb des eigenen Freundes- und Bekanntenkreis, um einen möglichst realistischen Blick von außen zu bekommen.

Zeitpunkt:

Ist der Zeitpunkt gut gewählt, passt es von der Saison her (Bsp. Wollmützen im Sommer)? Gibt es ein großes Event, das von der Kampagne ablenkt oder vielleicht etwas an das man thematisch anknüpfen kann?

Pressepaket:

Habt Ihr ein schönes Presse-Paket mit Bildern und Texten vorbereitet und eine entsprechende Verteilerliste parat?

Ressourcen:

Habt Ihr über die Fundinglaufzeit ausreichend Kapazitäten für die Betreuung der Kampagne eingeplant?

Netzwerk:

Habt Ihr geklärt, wie Ihr Euer eigenes Netzwerk aktivieren und einbinden könnt, um die bestmögliche Unterstützung für Eure Kampagne zu bekommen?

8. Starker Auftakt zum Kampagnenstart

Wichtig ist ein starker Auftakt Eures Fundings. Es symbolisiert potentiellen Unterstützern, dass das Angebot interessant sein muss, da sich ja schon viele andere Leute beteiligt haben. Die Statistik bei Kickstarter besagt, dass 79 % der Projekte, die mehr als 20 % ihres Finanzierungsziels erreicht haben, anschließend auch erfolgreich finanziert wurden

Um ein guten Start zu gewährleisten, sollte man das eigene Netzwerk aktivieren und bitten gleich zu Anfang zu unterstützen.

Viele Projekte haben auch eine limitierte Anzahl an besonderen Rewards oder preislich günstigere „Early-Bird Rabatte“, um die Crowd dazu bewegen sich möglichst früh zu beteiligen.

Mehr Infos zum „Herding Effect“

„Als Herdenverhalten bezeichnet man ein Finanzmarkt-Phänomen. Es bezeichnet die Beobachtung, dass Anleger sich in ihren Entscheidungen gleich einer Herde folgen und somit mehrheitlich in ein Anlageobjekt investieren bzw. desinvestieren.“
(Wikipedia).

Wir sehen den „Herding Effect“ als zweischneidiges Schwert. Wenn man ein gutes Produkt hat, sollte man sich dieses Phänomen nutzen, um ein Momentum für die eigene Kampagne zu schaffen.

9. Die Crowd: Bindet sie ein und lasst sie am Projekt teilhaben!

Das wichtigste beim Crowdfunding ist die Crowd. Neben dem finanziellen Aspekt, kann die Crowd weitere wertvolle Unterstützung leisten: Rückmeldung und Weitertragen der Idee, sowie kontinuierliches Feedback.

Aber die Crowd hat natürlich hat auch berechnigte Ansprüche und kann während und nach dem Funding unbequeme Fragen stellen. Ein direkter und offener Dialog mit den Unterstützern gehört beim Crowdfunding dazu. Auf Rückfragen und Kommentare sollte unbedingt eingegangen werden.

Bindet die Crowd ein und lasst sie am Projekt teilhaben!

Die entscheidende Frage für alle Projektstarter lautet: „Wo finde ich meine Unterstützer, wo finde ich meine Crowd?“. Projekte mit bestehender Fanbase bzw. Kundenstamm, haben es natürlich vom Start an etwas leichter Unterstützer für ihr Crowdfunding zu gewinnen.

Grundsätzlich lautet der Tipp „Findet Eure Interessengruppe“! Beantwortet Euch die Frage, für wen das Projekt wirklich interessant ist. Versucht an diese Zielgruppe ranzukommen. Über welche Medien, Magazine, Blogs und Events kann man diese Zielgruppe erreichen? Diese Fragen solltet Ihr Euch vor dem Fundingstart überlegen!

10. Der wichtigste Tipp: Do it your Way!

Es gibt viele gute Ratschläge, Experten und Meinungen zu Crowdfunding. Die solltet Ihr Euch alle anhören und beherzigen. Das wichtigste ist aber, dass Ihr Euren eigenen Crowdfunding Weg geht. Es gibt kein Crowdfunding-Patentrezept und keine 100%ige Erfolgsgarantie.

Es hängt viel von Eurer Idee, Eurem Einsatz und Eurem Einfallsreichtum ab. Das Konzept Crowdfunding selbst ist noch nicht zu Ende gedacht. Crowdfunding entwickelt sich immer weiter. Tragt mit Eurem Projekt zur Crowdfunding Weiterentwicklung bei!

Wir wünschen Euch viel Erfolg mit Eurem Projekt!