

**Crowdfunding von sozialen Projekten –
Eine empirische Analyse und Schlussfolgerungen für
soziale Organisationen**

Bachelorarbeit
Zur Erlangung des Grades
Bachelor of Science
im Studiengang
Informationsmanagement

vorgelegt von
Kristina Schuster
207110604

Erstgutachter: JProf. Dr. Thomas Kilian
Zweitgutachterin: Eva Hammes

Leiwen, im Dezember 2012

Kristina Schuster
Matthiasstr. 2
54340 Leiwen
0175 9327270
kschuster@uni-koblenz.de

Kurzfassung

Diese Arbeit untersucht die neue Finanzierungsform Crowdfunding. In den letzten Jahren entwickelten sich immer mehr Crowdfunding Plattformen im Internet. Zentrale Frage ist, ob Crowdfunding in absehbarer Zeit eine alternative Finanzierungsmöglichkeit für soziale Organisationen darstellt.

In dieser Arbeit wird die Entstehung und Entwicklung von Crowdfunding aufgeführt und die unterschiedlichen Formen des Crowfundings erläutert. Es wird ein Überblick über deutsche Crowdfunding Plattformen gegeben und Erfolgsfaktoren von Crowdfundingprojekten werden aufgezeigt.

In einem Fallbeispiel wird aus den vorher gewonnenen Ergebnissen ein Konzept für die Finanzierung eines sozialen Projekts auf einer Crowdfunding Plattform erstellt.

Abstract

This study investigates crowdfunding, a new form of financing projects. In the past years more and more crowdfunding platforms emerged. The main question is if crowdfunding is able to compete with the traditional types of financing social projects.

The history and development of crowdfunding is presented in this paper. The different crowdfunding models are explained. An overview of German crowd funding platforms is presented. Based on successful social crowdfunding projects a list of key success factors is listed and described.

In a case study a concept for financing a social project through crowdfunding is developed upon the previous studies.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	I
Abbildungsverzeichnis	II
Tabellenverzeichnis.....	III
1. Einleitung.....	4
1.1 Problemstellung.....	4
1.2 Vorgehen	5
2. Crowdfunding Grundlagen	6
2.1 Entstehung und Entwicklung	6
2.2 Der Crowdfunding Prozess	8
2.3 Crowdfunding Modelle	10
2.4 Literaturanalyse zum Thema Crowdfunding.....	12
3. Untersuchung von Crowdfunding in Deutschland.....	14
3.1 Überblick deutschsprachiger Crowdfunding Plattformen.....	14
3.1.1 Startnext.....	14
3.1.2 mySherpas	16
3.1.3 betterplace	18
3.1.4 respekt.net	20
3.1.5 Pling.....	22
3.1.6 inkubato.....	23
3.1.7 VisionBakery.....	25
3.2 Erfolgsfaktoren finanzierter, sozialer Projekte.....	27
3.3 Analyse nicht finanzierter, sozialer Projekte.....	31
4. Konzeptentwicklung	33
4.1 Projektvorstellung „QualiDrive“	33
4.2 Vorgehen	34
4.3 Projektvermarktung.....	37
4.4 Machbarkeit.....	38
5. Schlussfolgerung.....	39
5.1 Implikationen für die Praxis	39
5.2 Implikationen für die Forschung.....	40
Literaturverzeichnis.....	XLI

Abbildungsverzeichnis

1	Besucherentwicklung der Crowdfunding Plattform Startnext (Startnext 2012g).....	7
2	Formular „Neues Projekt anlegen“ der Plattform Startnext (Startnext 2012h)	8
3	Prämien eines Projekts auf der Plattform Startnext (Startnext 2012i)	9
4	Eintrag in einem Projektblog auf der Plattform Startnext (Startnext 2012h) ..	9
5	Die verschiedenen Investitionsmodelle des Stromberg Films (myspass 2012)	11
6	Die Crowdfunding Plattform Startnext (Startnext 2012k)	14
7	Die Crowdfunding Plattform MySherpas (MySherpas 2012d)	16
8	Die Crowdfunding Plattform betterplace.org (betterplace 2012f)	18
9	Anlagen eines Bedarfs auf betterplace.org (betterplace 2012g).....	19
10	Die Crowdfunding Plattform respekt.net (respekt.net 2012f.....)	20
11	Die Crowdfunding Plattform pling (pling 2012d)	22
12	Startseite der Crowdfunding Plattform inkubato (inkubato 2012b).....	23
13	Beispiel für limitierte Anzahl an Prämien	24
14	Startseite der Crowdfunding Plattform VisionBakery (visionbakery 2012d)	25
15	derzeit eingestellte Projekte auf respekt.net sortiert nach Ländern (Stand: 11.12.2012) – (respekt.net 2012g).....	35
16	erfolgreich finanzierte soziale Projekte auf visionbakery.com (visionbakery 2012e)	36

Tabellenverzeichnis

1	Merkmale erfolgreich finanzierter sozialer Projekte.....	27
2	Merkmale gescheiterter sozialer Projekte	31
3	Überblick über Crowdfunding Plattformen für soziale Projekte.....	34

1. Einleitung

1.1 Problemstellung

Für die Organisatoren von Projekten stellt sich zwangsläufig die Frage der Finanzierung. Förderungen und Spenden spielen dabei, insbesondere bei Projekten im sozialen Bereich, eine große Rolle. Jedoch sind die Fördermittel, vor allem die der europäischen Union, an viele Kriterien gebunden, was die Förderung einiger Projekte erschwert. Daher gewinnen alternative Finanzierungsmöglichkeiten immer mehr an Bedeutung (vgl. Lerche et al 2004, S. 89). Fundraising¹ ist eine dieser Alternativen.

Bei konventionellen Finanzierungsmöglichkeiten sind meist wenige Privatleute involviert die einen großen Betrag spenden. Beim Fundraising hingegen handelt es sich um eine Finanzierung durch eine Vielzahl an Privatpersonen die einen kleinen Betrag spenden (vgl. Belleflamme et al 2011, S.2). Bei dieser Art der Finanzierung stellt sich aber die Frage, wie ein Kontakt zwischen den Geldgebern und Projektinitiatoren zu Stande kommen kann. Crowdfunding setzt genau an dieser Stelle an.

Die Crowdfunding Plattformen im Internet dienen als Schnittstellen zwischen den Projektorganisations und den potentiellen Spendern. Dadurch dass Crowdfunding im Internet stattfindet ist die geographische Verteilung der Geldgeber wesentlich verstreuter als z.B. beim Fundraising (vgl. Agrawal et al., S. 1). So können erheblich mehr potentielle Spender auf das Projekt aufmerksam gemacht werden als beim traditionellen Fundraising.

Die meisten Projekte die auf den Plattformen eingestellt werden, stammen aus dem kreativen Bereich, aber auch Projekte aus anderen Bereichen suchen auf diesen Plattformen nach Unterstützung. Immer mehr soziale Organisationen versuchen mit Hilfe von Crowdfunding besonders ausgefallene Projekte zu finanzieren.

In dieser Arbeit soll ein Überblick über Crowdfunding im deutschsprachigen Raum erstellt werden. Diese Arbeit will dabei vor allem betrachten, in wie fern sich Crowdfunding für die Finanzierung von sozialen Projekten eignet, worauf man bei der Erstellung eines Crowdfunding Projekts achten muss und ob Crowdfunding eine ernstzunehmende alternative Finanzierungsmöglichkeit darstellt.

¹ Fundraising: Zusammensetzung aus den englischen Wörtern „fund“ (Geld, Kapital) und „to raise“ (etwas aufbringen). Beschaffung von Kapital ohne Gegenleistung (vgl. Haibach, S. 21; Urselmann, S.13)

1.2 Vorgehen

Im ersten Schritt dieser Arbeit werden die Grundlagen des Crowdfundings erläutert. Dabei wird zunächst die Entstehung von Crowdfunding beschrieben. Daraufhin wird der Crowdfunding Prozess erläutert und die unterschiedlichen Crowdfunding Modelle vorgestellt. Im letzten Teil dieses Kapitels wird eine Literaturrecherche zum Thema Crowdfunding durchgeführt.

Im dritten Kapitel wird eine Untersuchung der deutschen Crowdfunding Plattformen durchgeführt. Zunächst werden die verschiedenen Plattformen und ihre unterschiedlichen Modelle vorgestellt. Anschließend werden die erfolgreich finanzierten sowie die nicht finanzierten Projekte auf ihre besonderen Charakteristika hin untersucht. Es wird eine Übersicht über gemeinsame Erfolgsfaktoren erstellt.

Basierend auf den daraus resultierenden Erkenntnissen wird im vierten Kapitel ein Konzept für die Finanzierung des Projekts QualiDrive des MYKnetzes erstellt. Dabei wird das Projekt erst einmal vorgestellt. Danach wird ein Konzept für eine Finanzierung des Projekts auf einer der Crowdfunding Plattformen erläutert.

Abschließend wird die Machbarkeit der Finanzierung des Projekts QualiDrive durch Crowdfunding analysiert und Schlussfolgerungen für die Praxis sowie die Forschung erstellt.

2. Crowdfunding Grundlagen

2.1 Entstehung und Entwicklung

Crowdfunding basiert auf Crowdsourcing, ein von Jeff Howe geprägter Begriff (vgl. Howe 2008, S.6) der sich damit auf die Theorie der „wisdom of the crowds“ (deutsch: Weisheit der Masse) bezieht. Diese Theorie besagt, dass die große Masse an Menschen Probleme besser lösen kann und meist schlauer ist als ein Einzelner (vgl. Surowecki 2004, S.17). Eine große Masse an Menschen findet sich im Internet, dort ist das Crowdsourcing angesiedelt. Beim Crowdsourcing bewältigen freiwillige Nutzer Teilaufgaben eines größeren Problems. Ein bekanntes Beispiel für den Einsatz von Crowdsourcing ist die Internetplattform Wikipedia (vgl. Taylor 2010). Die einzelnen Artikel der Enzyklopädie werden von vielen freiwilligen Nutzern eingestellt, bearbeitet und korrigiert.

Auch Crowdfunding setzt auf die Masse, die „crowd“. Jedoch wird dabei nicht das Wissen der Masse eingesetzt sondern es handelt sich um eine Art der Finanzierung, das „funding“. Finanziert werden meistens Projekte, dabei sind der Kreativität keine Grenzen gesetzt. Neben Projekten versuchen auch Start-ups und soziale Organisationen durch Crowdfunding an Kapital zu gelangen.

Die Idee hinter Crowdfunding ist, dass viele Menschen einen kleinen Betrag spenden. Dabei handelt es sich nicht um ein neues Phänomen. So beschreibt Hemer in seinem Buch „Crowdfunding und andere Formen informeller Mikrofinanzierung in der Projekt- und Innovationsfinanzierung“ dass schon die Freiheitsstatue von kleinen Spenden der französischen und amerikanischen Bevölkerung finanziert wurde (vgl. Hemer 2011, S.7). Man greift also auf alt bekanntes aus dem Bereich des Fundraising zurück und verknüpft es mit neuen, dem Internet. Auf diese Weise ist man nicht geographisch an eine Region gebunden und kann dadurch eine erheblich größere Masse ansprechen als mit Fundraising.

Ende der 90er Jahre entwickelte sich Crowdfunding im Internet. Organisationen und Privatpersonen nutzten das neue Medium um Projekte zu finanzieren. So rief zum Beispiel die Band Marillion 1997 ihre Fans im Internet zur Spende auf um so ihre US-Tour zu finanzieren (vgl. Hemer 2010, S.7).

Erst ein paar Jahre später wurden Crowdfunding Plattformen populär. Die Plattformen bieten besonders kleinen Projekten die Möglichkeit Unterstützung zu bekommen. Die

erfolgreichste Crowdfunding Plattform, Kickstarter, stammt auch aus den USA. Seit dem Start der Plattform wurden auf ihr 30000 Projekte realisiert und rund 350 Millionen USD gespendet². 2010 wurden in Deutschland die ersten Crowdfunding Plattformen gegründet. Wie bei dem amerikanischen Vorbild richteten sich die ersten Plattformen ausschließlich an die kreative Branche. Die größte deutsche Crowdfunding Plattform ist Startnext. Seit dem Start im Oktober 2010 wurden auf der Plattform 1,7 Millionen Euro gespendet. Nach und nach wurden immer mehr deutsche Crowdfunding Plattformen ins Leben gerufen. Dabei entstanden verschiedene Crowdfunding Modelle, die in Kapitel 2.3 näher beschrieben werden.

Die Entwicklung der Besucherzahlen von Startnext in Abbildung 1 zeigt, dass seit Ende 2010 das Interesse an Crowdfunding in Deutschland stetig wächst. Von Ende 2011 bis Mitte 2012 verdoppelten sich die Besucherzahlen der Plattform. Vor allem Crowdfunding Projekte wie die Finanzierung des Stromberg Films³ richteten viel Aufmerksamkeit auf die neue Finanzierungsmethode. So wurde erstmals in Massenmedien über das Phänomen Crowdfunding berichtet.

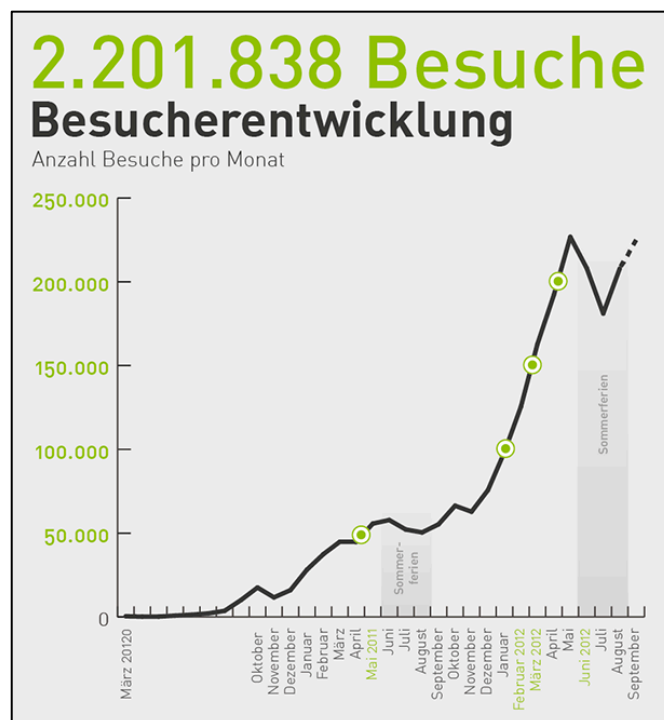


Abbildung 1: Besucherentwicklung der Crowdfunding Plattform Startnext⁴ (Startnext, 2012g)

² <http://www.kickstarter.com/help/stats>

³ <http://www.myspass.de/myspass/specials/stromberg-kinofilm/fragen-und-antworten/faq/#investment>

2.2 Der Crowdfunding Prozess

Organisationen oder Einzelpersonen können ihre Projekte auf den Crowdfunding Plattformen im Internet einstellen um so potentielle Spender auf ihr Projekt aufmerksam zu machen (vgl. Belleflamme et al 2011, S.5).

Der Crowdfunding Prozess besteht prinzipiell aus drei Phasen. In der ersten Phase wird die Projektidee in der Projektbeschreibung zusammengefasst und auf einer der Crowdfunding Plattformen veröffentlicht. Der Ablauf dieser Phase ist von Plattform zu Plattform unterschiedlich, manche Angaben sind jedoch auf allen Plattformen obligatorisch.

The image shows a web form titled "Neues Projekt anlegen". It contains several input fields and a list of categories. The categories are: Film / Video, Musik, Fotografie, Mode, Literatur, Hörspiel/Hörbuch, Journalismus, Comic, Design, Event, Theater, Performance, Bildende Kunst, Bildhauerei, Games, Erfindung, Jugendkultur, Ausstellung, Kulturelle Bildung, Informationsangebot, and Software. The form also includes fields for "Titel des Projekts (max. 75 Zeichen)", "Projekt Kurzname (max. 30 Zeichen)", "Ort / Adresse", "Deadline (TT.MM.JJJJ)", and "Fundingziel". A "Projekt erstellen" button is located at the bottom left of the form area.

Abbildung 2: Formular „Neues Projekt anlegen“ der Plattform Startnext (Startnext 2012h)

Neben der Projektbeschreibung wird die Eingabe eines Projektnamens, des benötigten Geldbetrages, sowie eines Zieldatums auf allen Crowdfunding Plattformen verlangt (vgl. Abbildung 2).

Zudem ist es bei Crowdfunding üblich dass die Unterstützer des Projekts von den Projektorganisatoren ein Dankeschön erhalten (vgl. Belleflamme et al 2011, S.6). Die Angabe der Prämien folgt meist in einem zweiten Schritt. Diese Prämien müssen nicht

zwingend von materieller Form sein. Wie in Abbildung 3 zu sehen ist sind diese Prämien gestaffelt und richten sich jeweils nach dem gespendeten Betrag.



Abbildung 3: Prämien eines Projekts auf der Plattform Startnext

Mit dem Einstellen des Projektes auf einer Plattform beginnt die zweite Phase, die Finanzierungsphase. In dieser Phase wird das Geld gesammelt. Es ist die kritischste Phase des Crowdfundings. Da nur wenige Spender in Eigeninitiative auf den Plattformen nach Projekten suchen um diese zu unterstützen ist die Vermarktung der Projekte von großer Bedeutung. Neben dem motivieren des privaten Umfelds ist auch das animieren der Internetgemeinde ein wichtiger Punkt. Dabei werden vor allem soziale Netzwerke wie z.B. Facebook oder Twitter eingesetzt (vgl. Hemer 2011, S. 1). Die meisten deutschen Crowdfunding Plattformen bieten in der Detailansicht der einzelnen Projekte Buttons, mit denen man das Projekt auf den verschiedenen sozialen Netzwerken teilen kann. Zudem bieten die Plattformen die Möglichkeit auf einen Projekteigenen Blog über den Fortschritt des Projekts zu berichten um so die Unterstützer auf dem neuesten Stand zu halten.



Abbildung 4: Eintrag in einem Projektblog auf der Plattform Startnext (Startnext 2012j)

Nach Ablauf des Zeitlimits beginnt die dritte Phase, jetzt entscheidet sich ob das Projekt finanziert wird. Diese Entscheidung wird auf allen Crowdfunding Plattformen anhand des Alles-oder-Nichts Prinzips gefällt. Wurde bis zum angegebenen Datum die gewünschte Geldsumme erreicht wird das Projekt finanziert. Wurde die Summe hingegen nicht erreicht, wird das Projekt nicht finanziert. Wird das Projekt überfinanziert, erhält der Projektinitiator nicht nur das vorher angegebene Projektbudget, sondern er erhält das gesamte Geld.

2.3 Crowdfunding Modelle

Mit der weiteren Verbreitung von Crowdfunding haben sich verschiedene Crowdfunding Formen entwickelt. Die verschiedenen Ausprägungen des Crowfundings werden jeweils anderen Ansprüchen gerecht. Im Folgenden werden die vier gängigsten Crowdfunding Ausprägungen vorgestellt:

- **Crowdsupporting**

Crowdsupporting ist die Urform des Crowfundings und auch die am meisten verbreitete Form. Wird im Allgemeinen von Crowdfunding gesprochen wird meistens Crowdsupporting gemeint. Crowdsupporting wird vor allem von Projektinitiatoren aus dem kreativen Bereich genutzt. Beim Crowdsupporting ist es üblich dass die Unterstützer von den Projektinitiatoren ein nicht monetäres Dankeschön erhalten. In dieser Arbeit wird vor allem diese Form des Crowfundings näher untersucht.

- **Crowdinvesting**

Wie der Name schon sagt handelt es sich beim Crowdinvesting um Investitionen. Diese Form ist vor allem für Start-ups und Unternehmen interessant. Als Gegenleistung erhalten die Unterstützer meist Anteile an den Unternehmen. Das wohl bekannteste deutsche Beispiel für diese Form des Crowfundings ist der Film Stromberg. Als Investor hatte man die Wahl zwischen fünf verschiedenen Investitionsmodellen (vgl. Abbildung 5). Die Finanzierungssumme von 1.000.000€ wurde nach nur einer Woche erreicht (vgl. Lückerrath 2011). Der Film befindet sich momentan in der Produktion, er soll

2013 in die Kinos kommen. Die Investoren werden dann an den Erlösen des Films beteiligt.

BASIS ab 50 € Investitionssumme ✓ Investorenurkunde ✓ Zugang zur Investors-Lounge	
BRONZE ab 100 € Investitionssumme ✓ Investorenurkunde ✓ Zugang zur Investors-Lounge ✓ Namentliche Nennung im Abspann des Kinofilms, untere Position	SILBER ab 250 € Investitionssumme ✓ Investorenurkunde ✓ Zugang zur Investors-Lounge ✓ Namentliche Nennung im Abspann des Kinofilms, mittlere Position
GOLD ab 500 € Investitionssumme ✓ Investorenurkunde ✓ Zugang zur Investors-Lounge ✓ Namentliche Nennung im Abspann des Kinofilms, obere Position	PLATINUM 1000 € Investitionssumme ✓ Investorenurkunde ✓ Zugang zur Investors-Lounge ✓ Namentliche Nennung im Abspann des Kinofilms, Top-Position ✓ 2 Premieren-Tickets

Abbildung 5: Die verschiedenen Investitionsmodelle des Stromberg Films (myspass 2012)

- **Crowddonating**

Donating ist das englische Wort für Spenden und darum geht es beim Crowddonating auch. Spenden sammeln über das Internet, das ermöglicht Crowddonating. Durch Crowddonating werden vor allem soziale Projekte mit einem definierten Zweck und Ende unterstützt (Hemer 2011, S. 51). Die Unterstützer erhalten im Gegensatz zum Crowdsupporting keine Gegenleistung. Diese Form des Crowdfundings wird vor allem von gemeinnützigen Organisationen genutzt, da die Plattformen den Spendern das Ausstellen von Spendenquittungen anbietet. Ein aktuelles Beispiel für Crowddonating bietet der Formel 1 Fahrer Kamui Kobayashi. Auf seiner Internetseite⁵ sammelte er Spenden von seinen Fans um weiterhin in der Formel 1 aktiv sein zu können.

⁵ <http://www.kamui-support.com/>

Auch diese Form des Crowdfundings wird in dieser Arbeit untersucht.

- **Crowdlending**

Beim Crowdlending, auch bekannt als „Peer-to-peer lending“⁶, handelt es sich um Kredite die von Privatperson an Privatperson ohne Einbindung einer Finanzinstitution gewährt werden (vgl. Everett 2010, S.1). Der Kredit setzt sich aus der Summe der Beträge von verschiedenen Kreditgebern zusammen. Es ist aber auch möglich dass nur ein Kreditgeber einer Privatperson den Kredit gewährt. Kreditgeber können ihr Kapital auch auf verschiedene Empfänger verteilen um so das Risiko zu vermindern (vgl. Hemer 2011, S. 54). Die bekannteste deutsche Crowdlending Plattform ist die im März 2007 gegründete Plattform auxmoney⁷.

2.4 Literaturanalyse zum Thema Crowdfunding

Zum Thema Crowdfunding gibt es momentan kaum seriöse Literatur. Vor allem an wissenschaftlichen Arbeiten zu diesem Thema mangelt es. Dies liegt vor allem daran, dass es sich bei Crowdfunding um ein sehr junges Thema handelt. Besonders in Deutschland ist die neue Art der Finanzierung noch nicht sehr weit verbreitet. In den USA hingegen ist Crowdfunding schon weit verbreitet. Deshalb findet man zu dem Thema wesentlich mehr englischsprachige Literatur als deutschsprachige.

Im Internet und besonderes der Blogsphäre hingegen ist Crowdfunding ein sehr oft aufgegriffenes Thema. Dies ist darauf zurückzuführen dass es sich bei dem Thema um ein Internetphänomen handelt und somit vor allem Internetnutzer interessiert.

Zu Crowdsourcing hingegen findet man reichlich Literatur. Angefangen bei Surowieckis „the wisdom of the crowds“ (2004) hin zu Howes „Crowdsourcing“ (2008). Da Crowdfunding und Crowdsourcing viele gemeinsame Charakteristika aufweisen, sind auch diese Werke für das Thema relevant.

Joachim Hemer bietet in seinem Werk „Crowdfunding und andere Formen informeller Mikrofinanzierung in der Projekt- und Innovationsfinanzierung“ einen Überblick über das Thema Crowdfunding. Er betrachtet in seinem Werk nicht ausschließlich die

⁶ peer: englisch für Gleichgesinnter, lending: Kredit

⁷ <https://www.auxmoney.com/start/welcome.php?>

amerikanischen Crowdfunding Plattformen sondern untersucht auch deutsche Plattformen. Neben dem Erläutern der Grundlagen des Crowfundings analysiert er in seiner Arbeit die verschiedenen Ausprägungen des Crowfundings.

Lambert und Schwienmacher führten die erste empirische Untersuchung von Crowdfunding Projekten durch. Sie untersuchten dabei 88 Crowdfunding Projekte. Von diesen 88 Projekten wurden 20% auf einer Crowdfunding Plattform eingereicht. Sie kamen zu dem Ergebnis, dass die meisten der Projekte nicht ausschließlich durch Crowdfunding finanziert wurden sondern dass es meist nur ein Teil der Finanzierung ist. Außerdem stellten sie fest dass Non Profit Organisationen in der Finanzierung durch Crowdfunding eher erfolgreich sind.

Agrawal et al untersuchen den geographischen Aspekt beim Crowdfunding und kommen zu dem Ergebnis, dass die geographische Verteilung der Unterstützer beim Crowdfunding höher ist als beim traditionellen Fundraising. Dennoch stammt eine Vielzahl an Unterstützern aus der näheren Umgebung. Dies zeigt, dass die Unterstützung durch Familie und Freunde eine wichtige Rolle spielt.

In dem Werk „Models of Charity Donations and Project Funding in Social Networks“ untersucht Adam Wojciechowski das Crowdfunding von sozialen Projekten. Besonderes Augenmerk legt er bei der Untersuchung auf Wohltätigkeitsorganisationen. Neben der Analyse der Beweggründe der Spender listet er die verschiedenen Möglichkeiten auf, mit denen soziale Organisationen im Internet Hilfe erhalten können. Basierend auf den Vorherigen Untersuchungen erstellt Wojciechowski ein Modell einer Internetplattform auf der Nichtregierungsorganisationen Geld für soziale Projekte sammeln können.

3. Untersuchung von Crowdfunding in Deutschland

3.1 Überblick deutschsprachiger Crowdfunding Plattformen

Nach den ersten Erfolgen amerikanischer Crowdfunding Plattformen wurden auch im deutschsprachigen Raum Crowdfunding Plattformen gegründet. Wie auch bei den amerikanischen Vorbildern werden auf den großen, bekannten Plattformen wie Pling oder Startnext hauptsächlich Projekte aus dem kreativen Bereich eingestellt und unterstützt. Die allgemeinen Plattformen die sich nicht auf einen bestimmten Bereich beschränken, unterteilen die eingereichten Projekte in Kategorien. Manche dieser Plattformen bieten eine Kategorie für soziale Projekte an, sodass auch diese auf den Plattformen unterstützt werden können. Einige Plattformen beschränken sich auf Projekte aus bestimmten Bereichen. So gibt es Plattformen auf denen ausschließlich soziale Projekte eingestellt werden dürfen. Im Folgenden werden allgemeine Crowdsupporting sowie speziell für soziale Projekte ausgelegte Crowddonating Plattformen vorgestellt.

3.1.1 Startnext

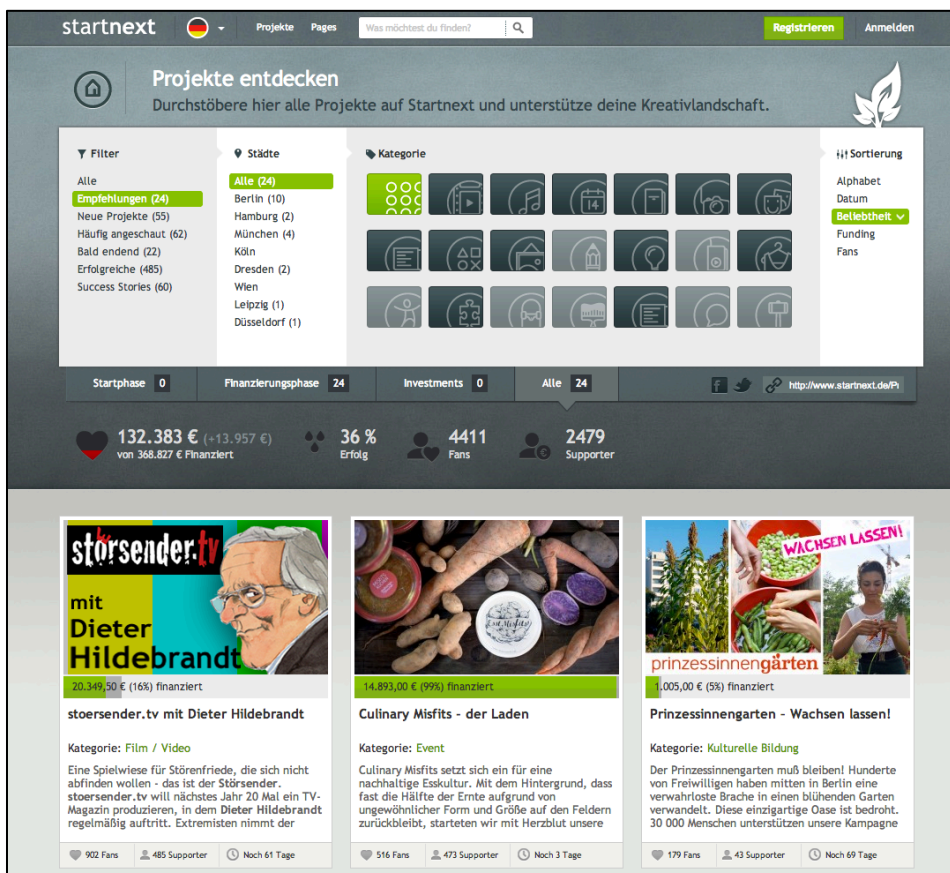


Abbildung 6: Die Crowdfunding Plattform Startnext (Startnext 2012k)

Startnext ist die erste Crowdfunding (bzw. Crowdsupporting) Plattform in Deutschland. Gegründet wurde sie im August 2010 (vgl. Startnext 2012a). Zudem ist es die größte deutsche Crowdfunding Plattform. Sie richtet sich jedoch nur an Projekte aus dem kreativen Bereich (vgl. Startnext 2012b).

Für das Erstellen eines Projekts auf Startnext sind einige Richtlinien zu beachten. Zum einen muss das Projekt aus dem kreativen Bereich stammen und in eine der von Startnext vorgegebenen Kategorien passen. Für die Regelung des Finanziellen Teils muss jeder Projektstarter ein FidorPay-Konto anlegen. Außerdem darf ein Projekt nur auf einer Crowdfunding Plattform veröffentlicht werden um Verwirrungen zu vermeiden. (vgl. Startnext 2012c). Das Einstellen eines Projekts ist kostenlos (Startnext, 2012d). Auf der Plattform muss jedes Projekt ein Video zur Verfügung stellen in dem die Projektinitiatoren vorgestellt werden und die Idee des Projekts vermittelt wird. Nur dann kann das Projekt eingereicht werden.

Nachdem man ein Projekt angelegt hat kommt es in die so genannte „Startphase“. In dieser Phase müssen sich ausreichend „Fans“ finden um in die nächste Phase, die Finanzierungsphase, zu gelangen. Die Anzahl der benötigten Fans hängt dabei von der vorher festgelegten Finanzierungssumme ab. Auch hier wird das „Alles-oder-Nichts“-Prinzip angewendet (vgl. Startnext 2012e).

Hat man die ausreichende Anzahl Fans erreicht, geht das Projekt in die Finanzierungsphase, das eigentliche Crowdfunding, über. Diese Phase darf maximal 90 Tage andauern (vgl. Startnext 2012f). Die Projektstarter haben während dieser Phase die Möglichkeit die Unterstützer mit Blogbeiträgen über den aktuellen Fortschritt des Projekts auf dem Laufenden zu halten.

Die Unterstützer, von Startnext „Supporter“ genannt, können während dieser Phase das Projekt finanziell unterstützen. Es wird den Unterstützern selbst überlassen, ob sie anonym spenden wollen oder ihr Name auf der Projektseite erscheint.

Den Unterstützern stehen vier Bezahlmethoden zur Verfügung:

- Fidorpay
- Sofortüberweisung
- Vorkasse
- Paypal

Die anfallenden Gebühren bei der Nutzung der Payment-Dienste⁸ muss der Projektinhaber selbst tragen. Ansonsten fallen keine Gebühren an.

Am Ende der Finanzierungsphase entscheidet sich nach dem „Alles-oder-Nichts“-Prinzip ob das Projekt finanziert wird oder nicht. Bei einer Finanzierung, auch bei einer Überfinanzierung, erhält der Projektstarter das gesamte Geld. Wird das Projekt nicht finanziert, erhalten die Unterstützer ihr Geld zurück.

3.1.2 mySherpas

The screenshot shows the mySherpas website interface. At the top, there is a navigation bar with the mySherpas logo, a 'LogIn | Registrieren' link, and social media icons for Facebook, Twitter, and YouTube. Below this is a secondary navigation bar with categories: 'Expeditionen' (Slöber in den Projekten), 'Basislager' (Mach dich schlau), 'Gipfelbuch' (Besuch unseren Blog), 'Bergwacht' (Lies alles über mySherpas), and 'Suche' (Projekte durchsuchen). The main heading is 'Projektübersicht' with the subtext 'Suche dir das Projekt aus, das du gerne unterstützen möchtest – werde Sherpal'. Below the heading are several filter categories: 'Kein Filter' (Endet diese Woche, Endet diesen Monat, Beendete Projekte), 'Alle Länder' (Deutschland, Österreich, Schweiz, China, Mexiko, Sri Lanka, USA), 'Alle Kategorien' (Design, Film & Fotografie, Kunst, Schriftsteller, Start-Up & Business, Umwelt), 'Bildung' (Edelweiss Projekte, Gesellschaft, Mode, Soziale Projekte, Technologie & Erfindung, Veranstaltungen), and 'Comics' (Essen & Trinken, Journalismus, Musik, Tanz & Theater, Sonstige Projekte). A 'weniger' button is located at the bottom right of the filter section. Below the filters are two project cards. The first card is for 'Human Rights Festival 2011' (ARGE Jugend gegen Gewalt und Rassismus), showing a photo of a large crowd and stating '106 % erreicht' and '3.170 € gesponsert' with the status 'Erfolgreich'. The second card is for 'Uns fehlt ein letztes Dach über dem Kopf!' (Dry Lands Project e.V.), showing a photo of children and stating '42 % erreicht' and '2.170 € gesponsert' with the status 'Beendet'.

Abbildung 7: Die Crowdfunding Plattform MySherpas (MySherpas 2012d)

Die 2010 gegründete Plattform unterstützt nach eigener Angabe „Privatpersonen und Unternehmen mit interessanten und außergewöhnlichen Projekten oder Ideen, aber auch Organisationen, die einen wohltätigen Zweck folgen“ (mysherpas 2012a). MySherpas

⁸ Payment-Dienste: Online Bezahlssysteme wie Paypal, FidorPay oder Sofortüberweisung.

differenziert sich von anderen Crowdfunding Plattformen indem sie in der Beschreibung speziell wohltätige Projekte einbeziehen. Um dies nochmals hervorzuheben unterscheidet die Plattform zwischen Crowdfunding und Crowdsponsoring. Crowdsponsoring fällt unter das im Kapitel 2.3 erläuterte Crowddonating.

Projektinhaber werden auf dieser Plattform „Gipfelstürmer“ genannt, die Unterstützer „Sherpas“ (vgl. mysherpas 2012b). Bevor ein Projekt auf der Seite freigegeben wird, muss man durch den my-Sherpas Check-In Prozess. Dabei werden die Kontaktdaten des Projektinitiators überprüft. Man wird aufgefordert eine Kopie des Personalausweises und einen Adressnachweis wie z.B. eine Stromrechnung einzureichen.

Anders als bei Startnext gibt es hier keine Startphase sondern das Projekt befindet sich nach dem Überprüfen sofort in der Finanzierungsphase. Diese Phase kann zwischen zehn und 90 Tagen dauern. Die Zielsumme muss zwischen 500€ und 10000€ liegen, sollte man einen höheren Geldbetrag anstreben ist eine Genehmigung durch mySherpas notwendig.

Als „Sherpas“ ist es möglich Projekte anonym zu unterstützen und nicht auf der Projektseite als „Sherpas“ aufgeführt zu werden. Es stehen zwei Bezahlungsmöglichkeiten zur Verfügung: PayPal und Überweisung.

Auch hier entscheidet das Alles-oder-nichts-Prinzip ob das Projekt finanziert wird oder nicht. Mysherpas berechnet allen erfolgreich finanzierten Projekten eine Gebühr von 10% (vgl. mysherpas 2012b).

MySherpas ist besonders gut für Projekte von sozialen Organisationen geeignet. Im November 2012 wurde die Plattform aus privaten Gründen geschlossen (vgl. mysherpas 2012c). Nähere Informationen zu den Gründen des Rückzugs aus der Crowdfunding-Branche sind nicht bekannt. Es ist die erste große deutsche Crowdfunding Plattform die eingestellt wurde.

3.1.3. betterplace

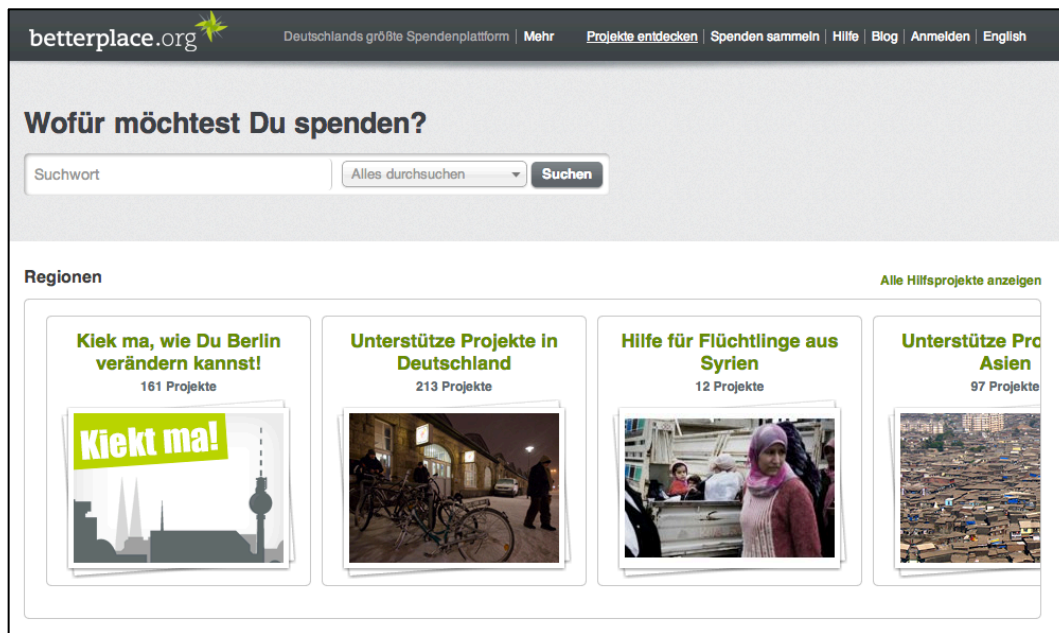


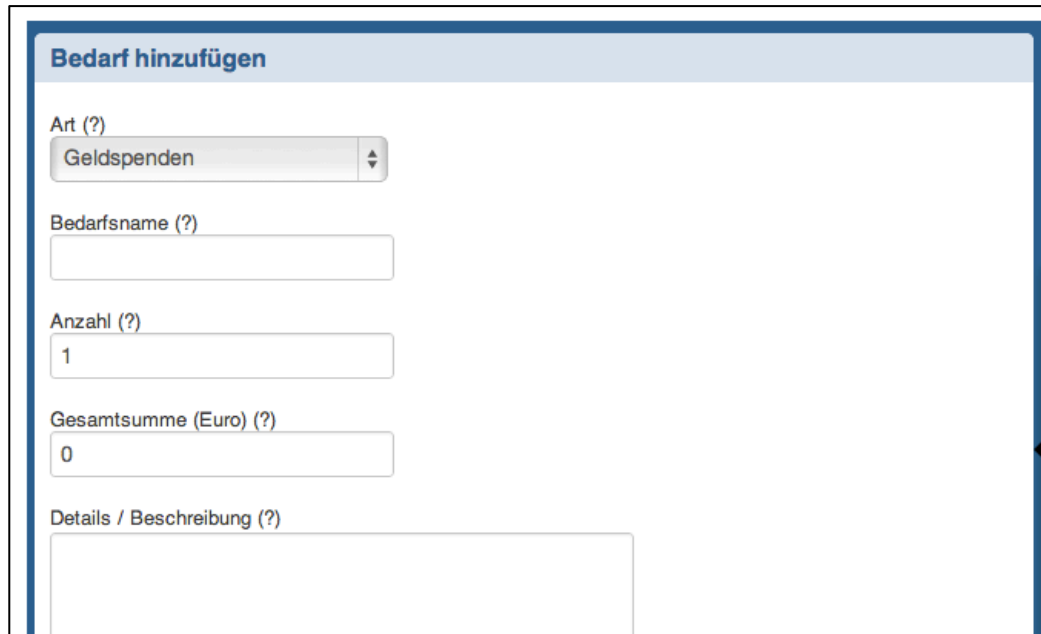
Abbildung 8: Die Crowdfunding Plattform betterplace.org (betterplace 2012f)

Betterplace nennt sich selber „Deutschlands größte Spendenplattform“. Es dürfen nur Projekte eingestellt werden, die einen sozialen Zweck verfolgen (vgl. betterplace 2012a). Diese Plattform fällt unter das Crowddonating, denn Spender auf betterplace erhalten keine Prämien von den Spendensammlern. Lediglich eine Spendenquittung kann ausgestellt werden, sofern es sich bei den Spendensammlern um eine gemeinnützige Organisation handelt.

Betterplace betont dass vor allem die Verbreitung des Projekts wichtig ist. So solle man sein ganzes Umfeld auf das Projekt aufmerksam machen um Spenden für das Projekt zu erhalten (vgl. betterplace 2012a).

Als gemeinnützige Organisation unterliegt die Spendensumme keinem Limit, andere Organisationen dürfen die Spendensumme von 2500€ nicht überschreiten (vgl. betterplace 2012b).

Hat man das Projekt auf betterplace eingestellt besteht die Möglichkeit verschiedene Bedarfe anzulegen. Unterstützer haben dann die Möglichkeit das Projekt generell oder aber für diesen speziellen Bedarf spenden.



The image shows a web form titled "Bedarf hinzufügen" (Add requirement) on the betterplace.org platform. The form is contained within a blue-bordered box. It consists of several input fields:

- Art (?)**: A dropdown menu with "Geldspenden" (Cash donation) selected.
- Bedarfsname (?)**: An empty text input field.
- Anzahl (?)**: A text input field containing the number "1".
- Gesamtsumme (Euro) (?)**: A text input field containing the number "0".
- Details / Beschreibung (?)**: A larger, empty text area for providing more information.

Abbildung 9: Anlegen eines Bedarfs auf betterplace.org (betterplace 2012g)

Um einen Bedarf hinzuzufügen, müssen einige Angaben gemacht werden. Zuerst muss man die Art des Bedarfs festlegen, man hat die Wahl zwischen Geld- oder Sachspenden (vgl. betterplace 2012d). Einen Namen, eine Anzahl und die Gesamtsumme sind erforderlich um einen Bedarf zu erstellen. Es besteht die Möglichkeit in einem Textfeld den Bedarf genauer zu beschreiben. Hat man den Bedarf erstellt, erscheint dieser auf der Projektseite.

Die Unterstützer können zwischen drei verschiedenen Bezahlungsmöglichkeiten wählen: Bankeinzug, Kreditkarte oder PayPal. Bei jeder Spende hat der Unterstützer die Möglichkeit zwischen monatlicher und einmaliger Spende zu wählen (vgl. betterplace 2012d). Eine anonyme Spende ist auch möglich. Zudem kann der Spender auswählen, ob der gespendete Betrag angezeigt werden soll.

Zudem sind die Projekte auf betterplace nicht zeitlich begrenzt. Man kann sich als Spendensammler den gesammelten Betrag jeder Zeit auszahlen lassen (vgl. betterplace 2012c). Voraussetzung dafür ist, dass die Plattform nicht nach dem sonst überall verwendeten „Alles-oder-Nichts“ Prinzips agiert. Somit geht jeder gespendete Cent direkt an den Projektinhaber.

3.1.4. respekt.net

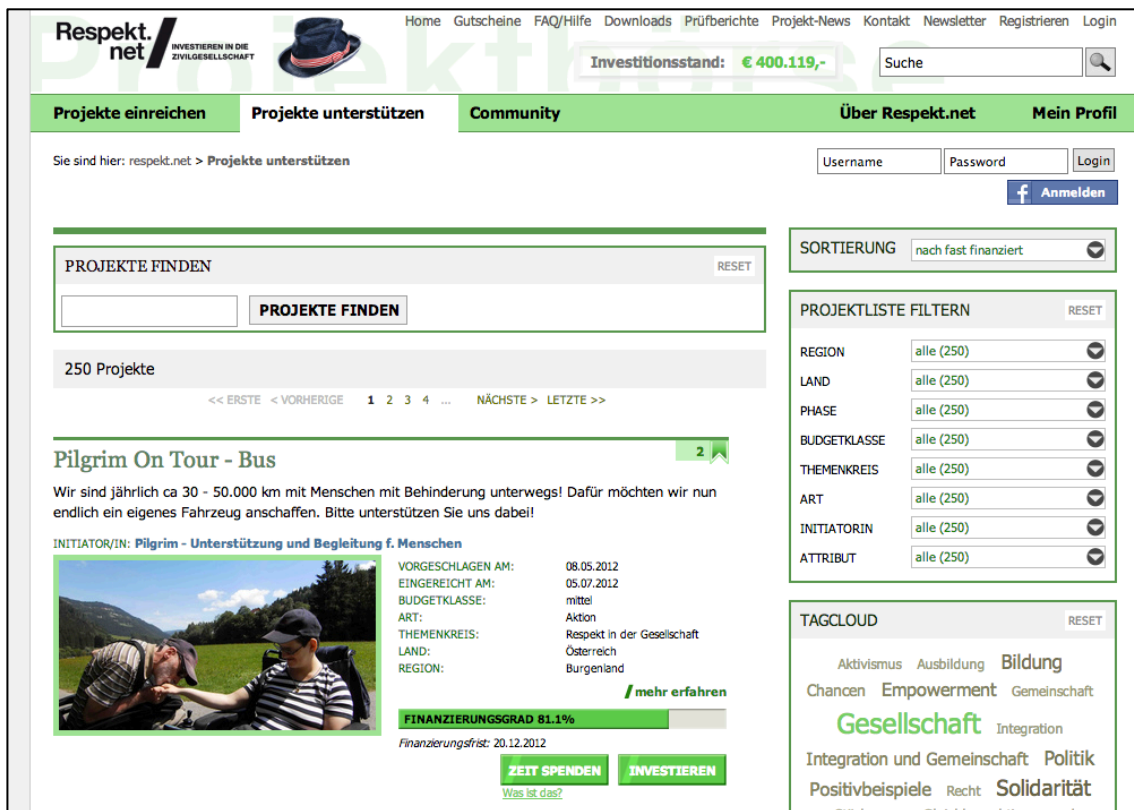


Abbildung 10: Die Crowdfunding Plattform respekt.net (respekt.net 2012f)

Respekt.net ist eine Plattform aus Österreich die sich auf soziale Projekte spezialisiert hat. Seit der Gründung der Plattform wurden über 400.000€ auf der Plattform gespendet (Stand: 12.12.12). Beim Einreichen eines Projekts auf der Plattform hat man die Wahl zwischen folgenden drei Modellen:

1. Projekte mit Zielbudget und Zieldatum
2. Projekte mit Dankeschöngeschenk, Zielbudget und Zieldatum
3. Dauerprojekte

Beim zweiten Modell sind Prämien obligatorisch. Es handelt sich somit im engeren Sinne um Crowdsupporting. Da beim ersten Modell keine Prämien vorgesehen sind fällt dieses Modell unter das Crowddonating.

Bei erfolgreicher Finanzierung fallen bei den drei Modellen unterschiedliche Gebühren an. Beim Crowddonating Modell betragen die Gebühren 9,84% der finanzierten Summe, beim Crowdsupporting 12% und bei den Dauerprojekten fallen Gebühren in Höhe von 14,4% an (vgl. respekt.net 2012a).

Bei einem Zielbudget unter 3000€ kann die Finanzierungsphase bis zu vier Monaten betragen. Bei einem Zielbudget über 3000€ kann die Finanzierungslaufzeit bis zu sechs Monate betragen (vgl. [respekt.net 2012b](#)). In Ausnahmefällen erlaubt [respekt.net](#) eine Verlängerung der Finanzierungsphase. Bei diesen beiden Modellen wird das „Alles-oder-nichts-Prinzip“ angewendet.

Dauerprojekte haben kein Zieldatum, jedoch ein fiktives Zielbudget. In dem sogenannten Projekt-Endspurt werden die meistfinanzierten Projekte besonders intensiv von der Plattform selbst beworben. Damit Dauerprojekte nie in den „Endspurt“ gelangen, wird das Zielbudget angepasst sobald 40% des Budgets finanziert wurden (vgl. [respekt.net 2012c](#)).

Neben dem Geld spenden gibt es auf der Plattform auch die Möglichkeit Zeit oder Wissen in Projekte zu investieren. Bei dem Investieren von Wissen handelt es sich um Crowdsourcing. Solche Unterstützer nehmen auf der Plattform die Rolle der Projektexterten an (vgl. [respekt.net 2012d](#)). Unterstützer die Zeit spenden, nennen sich Projektakteure. Bei einer Zeitspende kann man sich aktiv an einer Aufgabe des Projekts beteiligen und so zum Erfolg des Projekts beitragen.

3.1.5 Pling



Abbildung 11: Die Crowdfunding Plattform pling (pling 2012d)

Die November 2010 gegründete Plattform Pling richtet sich speziell an kreative Projekte. Sie bietet keine Förderung für Wohltätigkeitszwecke oder soziale Projekte (vgl. Pling 2012a).

Die Anmeldung auf der Plattform ist kostenlos. Bevor man das Projekt auf der Plattform einstellen kann, muss man Pling über das Projekt berichten. Dies kann über das auf der Seite angebotene Formular oder per E-Mail geschehen. Dabei wird neben der Projektbeschreibung auch die Angabe des angestrebten Zielbudgets verlangt. Ein Budgetlimit existiert auf dieser Plattform nicht. Hat man Pling von seinem Projekt berichtet, prüft die Plattform das Projekt. Akzeptiert Pling das Projekt, erhält man von den Mitarbeitern eine Beschreibung für das weitere Vorgehen. Dann wird das Projekt zur Finanzierung freigegeben. Diese Phase kann bis zu 80 Tagen betragen. Eine Bezahlung ist für die Unterstützer nur über ein Paypal Konto möglich. Hier wird dem Projektinhaber bei jeder Transaktion 0,35€ sowie 1,9% berechnet (vgl. paypal 2012).

Paypal bietet den Unterstützern die Möglichkeit der Zahlung per Lastschrift, Kreditkarte oder Giropay.

Wie die anderen klassischen Crowdfunding Plattformen wendet Pling bei der Entscheidung einer Finanzierung das „Alles-oder-Nichts“ Prinzip an. Bei erfolgreicher Finanzierung fällt eine Gebühr von 7% an. Eine Besonderheit der Plattform ist, dass Unterstützer jederzeit ihre Spende zurückzuziehen können (vgl. pling 2012c).

3.1.6. inkubato

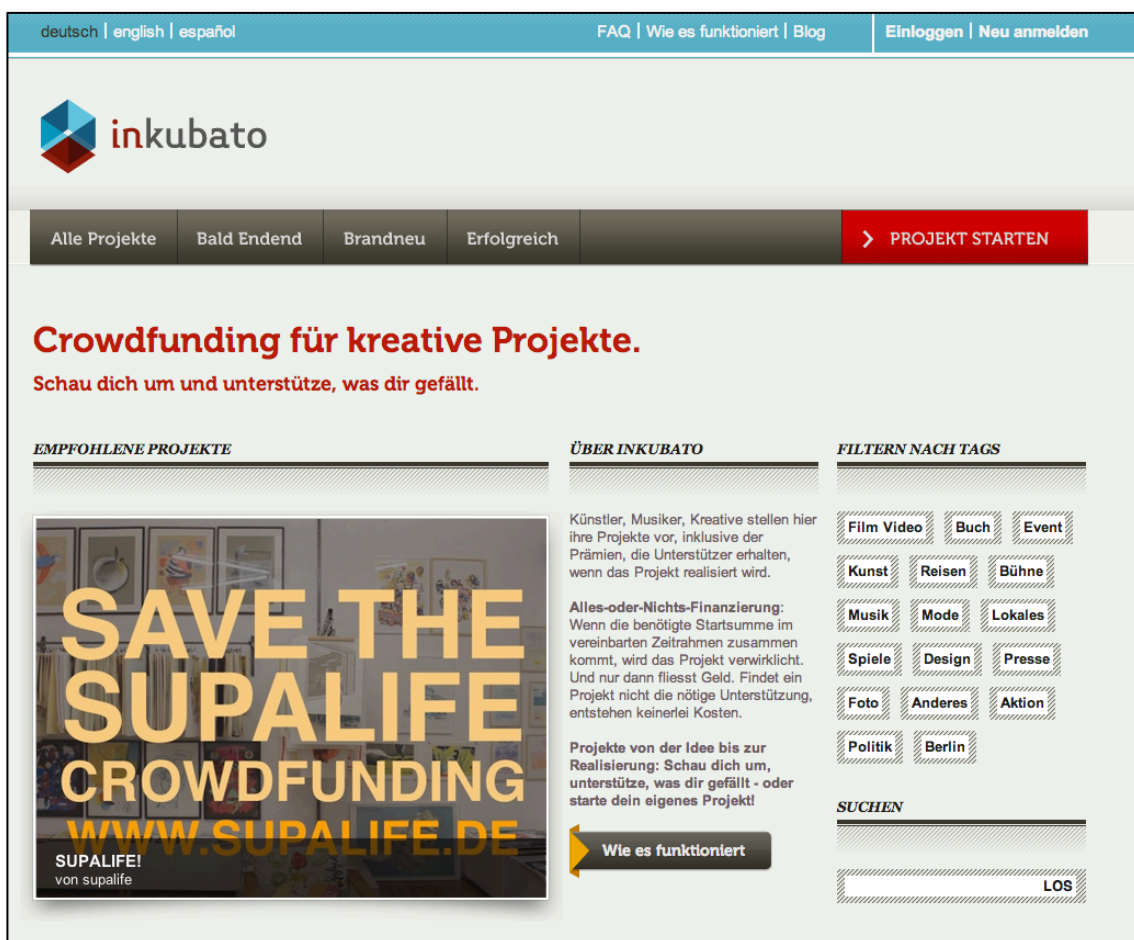


Abbildung 12: Startseite der Crowdfunding Plattform inkubato (inkubato 2012b)

Kreative sowie soziale Projekte können auf der 2012 gegründeten Plattform Inkubato eingestellt werden. Die Plattform ist neben Deutsch auch auf Englisch und Spanisch verfügbar. Sofern die Projektbeschreibung auch in den anderen Sprachen angelegt wurde, wird diese automatisch in der ausgewählten Sprache angezeigt. Sollte man die Projektbeschreibung nur in Deutsch angelegt haben, wird bei einer Umstellung der Sprache weiterhin die deutsche Projektbeschreibung angezeigt.

Bevor das Projekt auf der Plattform veröffentlicht wird, überprüft Inkubato ob das Projekt sich an die vorgeschriebenen Regeln hält und ob eine reelle Chance einer Finanzierung besteht. Sollte dies der Fall sein, wird das Projekt auf der Plattform zur Finanzierung freigegeben.

Die Finanzierungsphase beträgt zwischen 14 und 90 Tage. Die Mindestsumme für das Zielbudget liegt bei 300€, 50000€ sind die Obergrenze (vgl. inkubato 2012a). Prämien für Unterstützer sind obligatorisch. Es ist möglich die Anzahl einer bestimmten Prämie zu limitieren. Abbildung 12 zeigt eine solche limitierte Prämie.



Abbildung 13: Beispiel für limitierte Anzahl an Prämien (vgl. Inkubato 2012c)

Bei einer erfolgreichen Finanzierung fallen Kosten in Höhe von 10% des erreichten Budgets an. Den Unterstützern stehen zwei Bezahlungsmöglichkeiten zur Verfügung. Zum einen der Service PayPal der wiederum verschiedene Bezahlungsmöglichkeiten bietet oder eine Bezahlung mittels „Sofortüberweisung“. Bei dem Service „Sofortüberweisung“ wird eine Überweisung durch das Online Bankings der Hausbank getätigt. Hier wird das Konto des Unterstützers sofort belastet. Sollte das Projekt nicht finanziert werden, wird das Geld auf das Konto des Unterstützers zurückgezahlt (vgl. inkubato 2012a).

3.1.7 VisionBakery



Abbildung 14: Startseite der Crowdfunding Plattform VisionBakery (VisionBakery 2012d)

VisionBakery wurde 20120 gegründet und ist eine klassische Crowdfunding, bzw. Crowdsupporting, Plattform. Sie ist auf Deutsch sowie auf Englisch verfügbar. Bevor ein Projekt auf der Plattform zur Finanzierung freigegeben wird prüft VisionBakery das eingereichte Projekt. Zudem wird geprüft ob es sich bei dem Projektinitiator wirklich um eine reale Person handelt (vgl. VisionBakery 2012a). Dazu wird eine Kopie des Personalausweises benötigt. Für die Prüfung des Bankkontos wird zusätzlich ein geschwätzter Kontoauszug verlangt. Nach der Prüfung durch VisionBakery erscheint das Projekt auf der Plattform.

Das Projekt muss zunächst einer Kategorie zugewiesen werden. Dazu stehen 20 verschiedene Kategorien zur Auswahl. Das Zielbudget und die Dauer der Finanzierungsphase werden im nächsten Schritt abgefragt. Eine Obergrenze für das Zielbudget gibt es nicht. Die Finanzierungsphase kann auf dieser Plattform bis zu 55 Tagen betragen. Neben der Projektbeschreibung sollte auch ein Foto oder ein Video

hinzugefügt werden. In einem weiteren Schritt müssen die Gegenleistungen benannt werden.

Die Bezahlung kann auf VisionBakery ausschließlich über Paypal erfolgen. Die Unterstützer können selbst entscheiden ob ihre Spende öffentlich gemacht werden darf oder ob sie anonym spenden wollen. Die Projekte auf der Plattform unterliegen dem „Alles-oder-Nichts“ Prinzip.

Die Kosten betragen 0,35€ je Transaktion. Wird ein Projekt erfolgreich finanziert kommen zudem eine Gebühr von 10% sowie 1,9% für die Paypal Transaktionskosten hinzu. VisionBakery addiert diese Gebühren automatisch auf das angegebene Zielbudget und zieht diese bei erfolgreicher Finanzierung wieder ab.

3.2 Erfolgsfaktoren finanziertes, sozialer Projekte

Im ersten Schritt wurden erfolgreich finanzierte soziale Projekte auf den Crowdsupporting Plattformen Inkubato, MySherpas und VisionBakery untersucht. Auf VisionBakery wurden in der Rubrik „soziale Projekte“ bisher 22 Projekte eingestellt, 12 davon wurden erfolgreich finanziert. Das entspricht einer Erfolgsquote von ca. 54,5%. Eine aussagekräftige Untersuchung der erfolgreichen sozialen Projekte auf der Plattform Inkubato war nicht möglich. Eine eigene Kategorie für soziale Projekte sucht man vergebens. In den verschiedenen Kategorien wird man auf der Suche nach sozialen Projekten nicht fündig. Laut eigener Beschreibung sind soziale Projekte auf der Plattform willkommen, jedoch wird diese Plattform von den sozialen Organisationen nicht genutzt. Auf der Plattform MySherpas wurden genau zwei soziale Projekte eingestellt. Eins der beiden Projekte wurde finanziert, das andere scheiterte. Somit ist auch diese Untersuchung nicht aussagekräftig, dennoch wird sie in Tabelle 1 aufgeführt.

	VisionBakery	MySherpas
Video	8/12	1/1
Projektbeschreibung unter 3000 Zeichen	11/12	0/1
Durchschnittlich niedrigste Prämie	3,85€	10€
Durchschnittlich höchste genutzte Prämie	302,7€	750€ ⁹
Projektblog	7/12	1/1

Tabelle 1: Merkmale erfolgreich finanziertes sozialer Projekte

Betrachtet man die Ergebnisse der Untersuchung in Tabelle 1, kann man feststellen dass ein Großteil der erfolgreich finanzierten Projekte ein Video zur Projektpräsentation genutzt hat. Zudem waren über 90% der Projektbeschreibungen unter 3000 Zeichen lang.

⁹ Es ist nicht einsehbar ob eine Prämie genutzt wurde, dies ist die höchste verfügbare Prämie bei diesem Projekt.

Viele der Plattformen bieten auf ihrer Internetseite Tipps für eine erfolgreiche Crowdfunding Kampagnen an. Vergleicht man diese Tipps mit den Ergebnissen der Untersuchung, kristallisieren sich bestimmte Merkmale erfolgreicher Projekte raus. Diese Erfolgsfaktoren sind allgemeingültig und gelten sowohl für soziale als auch für kreative Projekte.

Im Folgenden werden die wichtigsten Erfolgsfaktoren erläutert:

- **Projektbeschreibung:**

Laut einer Interviewstudie des Fraunhofer Instituts spielt die Identifikation mit dem Thema für die Unterstützer eine sehr große Rolle (vgl. Hemer 2011, S. 44). Um sich mit dem Thema identifizieren zu können ist eine entsprechende Projektbeschreibung notwendig. Wichtig ist hierbei, das Projekt und die Idee dahinter möglichst interessant zu erläutern um eine große Anzahl von Personen zu begeistern. Die Projektbeschreibung sollte möglichst kurz gehalten werden um interessierte Personen nicht im Vorhinein abzuschrecken. Wie in Tabelle 1 zu erkennen ist, lag die Zeichenanzahl der Projektbeschreibung bei 90% der erfolgreichen sozialen Projekte unter 3000. Zudem ist eine äußerliche erkennbare Struktur von Vorteil.

- **Video:**

Pitch-Videos werden in der Crowdfunding Gemeinde die kurzen Videos genannt, die viele Projektinitiatoren nutzen um ihre Projektidee zu erläutern. Projekte die in einem kurzen Video das Projekt und die Idee dahinter vorstellen werden eher unterstützt als Projekte ohne Video. Bei Kickstarter beträgt die Erfolgsquote bei Projekten ohne Video 39%, bei den Projekten mit Video 54% (vgl. Strickler 2009). Bei den erfolgreichen sozialen Projekten der Plattform VisionBakery hatten 66% ein Video zur Projektvorstellung genutzt (siehe Tabelle 1, S.26). Aus diesem Grund ist auf einigen Plattformen wie z.B. Startnext das Einbinden eines Videos Voraussetzung um zur Finanzierungsphase freigegeben zu werden. Wird in einem Video nicht nur die Idee des Projekts sondern auch die Projektinitiatoren vorgestellt entsteht eher eine emotionale Bindung und Vertrauen (vgl. Hemer 2011, S. 71).

Lädt man das Video zusätzlich auf einer der gängigen Videoplattformen hoch ist das Verbreiten des Videos auf sozialen Netzwerken leichter. Bei den Videos

kommt es nicht auf ein technisch perfektes Video zu erstellen, wichtig ist dass es persönlich ist und die Betrachter zum Unterstützen anregt. Das Video sollte laut Startnext (Startnext, 2012f) folgendermaßen gegliedert sein:

- Vorstellung der Person
- Vorstellung des Projekts
- Aktueller Stand des Projekts
- Kosten, Budget
- Zum Unterstützen animieren

- **Prämien:**

Sofern die Crowdfunding Plattform Prämien erlaubt, sind diese besonders ausschlaggebend für den Erfolg der Projekte. Kreative, persönliche und einzigartige Prämien können Interessenten zum Unterstützen motivieren. Meist handelt es sich bei den Gegenleistungen um Dinge, die nicht käuflich zu erwerben sind. Denkbar sind zum Beispiel persönliche Nachrichten von den Projektinitiatoren oder eine Einladung zu einer Veranstaltung. Die Prämie die der Unterstützer erhält, hängt von der Höhe des gespendeten Betrags fest. Wichtig ist, die Staffelung der Prämien gut zu überdenken, denn der empfundene Wert der Prämie sollte in etwa in der Höhe des gespendeten Betrags liegen (vgl. Büttner 2011)

Eine Limitierung der Prämien ist sinnvoll wenn es sich um besondere Gegenleistungen mit einem hohen Wert handelt. Durch diese Limitierung kann es sein, dass bei manchen Interessenten die Hemmschwelle sinkt und sie so bereit sind einen höheren Betrag zu spenden (vgl. Büttner 2011). In der Untersuchung der Plattform VisionBakery betrug die kleinste durchschnittliche Prämie 3,85€ (siehe Tabelle 1, S.26). Da auf den Plattformen vor allem kleinere Beträge gespendet werden, ist eine Prämie ab ca. 5€ zu empfehlen. Laut Kickstarter (vgl. Taylor 2010) werden 35% der Projekte ohne Prämie unter 20\$ finanziert, bei Projekten mit einer Prämie unter 20\$ liegt die Quote bei 54%. Auch hohe Prämien sind sinnvoll. Die durchschnittlich höchste genutzte Prämie bei den erfolgreich finanzierten sozialen Projekten auf VisionBakery beträgt 302,70€. Die Stufen der Prämien sollten für jedes Projekt individuell gewählt werden.

- **Transparenz:**

Es ist von großer Bedeutung dass die Unterstützer wissen wofür das Geld genau eingesetzt wird. Sofern es möglich ist, sollte man vorab erläutern was die Ausgaben des Projekts sind. Während der Finanzierungsphase ist es empfehlenswert die Unterstützer in dem Projekteigenen Blogs über den Verlauf und mögliche Änderungen im Projektablauf zu informieren. Bei erfolgreicher Finanzierung sollten die Projektinitiatoren weiterhin die Unterstützer über den Projektverlauf informieren.

- **Vermarktung:**

Wichtig für den Erfolg des Crowdfunding Projekts ist, dass das Projekt verbreitet wird. Die sozialen Netzwerke bieten dazu eine hervorragende Plattform. Es ist wichtig dass man selbst als Projektinitiator in den sozialen Netzwerken präsent und vor allem auch aktiv ist. So können neue Unterstützer gewonnen werden und bereits vorhandene Unterstützer auf dem Laufenden bleiben.

Eine große Rolle bei der Vermarktung spielen aber auch Schlüsselpersonen, so genannte Multiplikatoren, wie z.B. Blogger die über das Projekt schreiben oder berühmte Persönlichkeiten die das Projekt unterstützen (vgl. Hemer 2011). Diese Schlüsselpersonen helfen dabei Vertrauen aufzubauen sodass mehr Interessenten motiviert werden das Projekt zu unterstützen.

Nicht zu verachten ist auch die Unterstützung durch das persönliche Umfeld der Projektinitiatoren. Freunde und Familie sollten ausgiebig über das Projekt informiert werden, sodass auch sie das Projekt unterstützen und anderen Personen von dem Projekt erzählen können.

3.3 Analyse nicht finanziertes, sozialer Projekte

	VisionBakery	MySherpas
Video	5/10	1/1
Projektbeschreibung unter 3000 Zeichen	7/10	0/1
Durchschnittlich niedrigste Prämie	9,30€	10€
Durchschnittlich höchste genutzte Prämie	71,43€	500€ ¹⁰
Projektblog	1/10	1/1

Tabelle 2: Merkmale gescheiterter soziale Projekte

In der Untersuchung der gescheiterten Projekte auf der Plattform MySherpas ist auffällig, dass viele trotz Video, kurzer Beschreibung und angemessenen Prämien nicht finanziert wurden. Dies erklärt sich jedoch mit Blick auf den letzten Punkt in der Tabelle 2. Nur in einem Fall wurde der Projekteigene Blog genutzt um aktuelle Informationen zu dem Projekt zu liefern. Dies zeigt wie wichtig die Kommunikation während der Finanzierungsphase ist.

Grundsätzlich scheiterten die meisten sozialen Projekte weil sie mehrere Punkte aus Kapitel 3.2 nicht ausreichend beachtet haben. Auffällig ist, dass die meisten sozialen Projekte eine gute Vorbereitung aufweisen. So sind die Projektbeschreibungen, Videos und Prämien meist gut durchdacht und angemessen. Doch in der Finanzierungsphase scheitern diese Projekte trotzdem. Dies ist darauf zurückzuführen dass die Projektinitiatoren nach Einstellen der Projekte keine Eigeninitiative ergriffen haben sondern lediglich auf die Finanzierung gewartet haben. Das Einstellen eines Projekts auf einer Crowdfunding Plattform ist nicht ausreichend um eine Finanzierung zu erhalten. Die Vermarktung des Projekts ist einer der wichtigsten Aspekte beim

¹⁰ Es ist nicht einsehbar ob eine Prämie genutzt wurde, dies ist die höchste verfügbare Prämie bei diesem Projekt.

Crowdfunding. Die Projektinitiatoren müssen während der Finanzierungsphase in Eigenregie Leute für das Projekt begeistern um eine Finanzierung zu ermöglichen.

Einige wenige Projekte sind gescheitert obwohl sich an alle Punkte aus Kapitel 3.2 gehalten wurde. Die Beschreibung ist passend und es wurde auch regelmäßig über den Fortschritt des Projekts berichtet. Dass solche Projekte scheitern liegt an der Projektidee selbst. Bei sozialen Projekten ist es sehr wichtig, dass die Unterstützer das Gefühl haben sich an etwas wichtigem zu beteiligen (vgl. Wojciechowski, 2009). Kann ein potentieller Unterstützer sich nicht mit dem Projekt identifizieren wird er das Projekt auch nicht finanziell unterstützen oder gar weiter verbreiten.

4. Konzeptentwicklung

4.1 Projektvorstellung „QualiDrive“

QualiDrive ist ein Projekt des Job Centers Mayen-Koblenz. Die Aufgabe des Jobcenters ist es „Arbeitssuchende im Sinne von SGBII finanziell abzusichern und gleichzeitig wieder ins Erwerbsleben einzugliedern“ (vgl. Jobcenter MYK 2012). Um eine dauerhafte Integration in den Arbeitsmarkt und die Gesellschaft zu gewährleisten ist ein „übergreifendes und institutionell eng verzahntes soziales Netzwerk“ nötig (vgl. MYKNetz 2012). Deshalb entstand 2006 das Projekt MYKNetz, dessen Aufgabe vor allem die Vernetzung mit Institutionen und sozialen Systemen aus dem Landkreis Mayen-Koblenz ist. Das MYKNetz konzentriert sich bei der Integration in den Arbeitsmarkt vor allem auf Jugendliche und junge Erwachsene.

In diesem Zusammenhang hat das MYKNetz das Projekt QualiDrive ins Leben gerufen. Bei diesem Projekt handelt es sich um einen Wettbewerb. Junge Menschen mit SGBII Bezug die vom Jobcenter Mayen-Koblenz betreut werden bilden dabei ein Team. Das andere Team besteht aus französischen Jugendlichen die von der „Mission Lokale“ betreut werden. Die beiden Teams bekommen die gleichen Aufgaben gestellt, sie müssen ein Fahrzeug aufbauen und am Ende in einem Rennen gegeneinander antreten. Dabei gewinnt nicht das Team mit dem schnellsten Fahrzeug, sondern das Team das die gestellten Aufgaben insgesamt am besten absolviert hat.

Für das Projekt konnte man Partner aus der Automobilbranche gewinnen, sodass eine professionelle Betreuung unter realen Bedingungen gegeben ist. Die jungen Erwachsenen können in diesem Projekt einmalige Erfahrungen sammeln, die bei der Integration in den Arbeitsmarkt von Vorteil sein können. Neben den fachlichen Kompetenzen werden bei diesem Projekt vor allem auch die soziale Kompetenzen gefördert. Die Teilnehmer lernen in einem Team zu arbeiten und gemeinsam auf ein vorgegebenes Ziel hinzuarbeiten.

4.2 Vorgehen

Crowdfunding erfordert eine gewisse Vorbereitung. Zunächst gilt es eine passende Crowdfunding Plattform auszuwählen, denn die Plattformen weisen durchaus gewisse Unterschiede auf. Vor allem bei den Anforderungen an die Projekte unterscheiden sich die Plattformen. Da es sich bei QualiDrive um ein soziales Projekt handelt, kann man nur die Plattformen in Betracht ziehen, die solche Projekte zulassen. Auf folgenden Plattformen sind soziale Projekte zulässig:

- Betterplace
- Respekt.net
- Inkubato
- VisionBakery

	Betterplace	Respekt.net	Inkubato	VisionBakery
Gebühren	keine	9,84%-14,4%	10%	11,9%
Anonymes spenden möglich	ja	nein	ja	ja
Budgetlimit	2500€	keins	50000€	keins
Maximale Dauer Finanzierungsphase	unbegrenzt	6 Monate	90 Tage	90 Tage
Bezahlungsmöglichkeiten	Bankeinzug Kreditkarte Paypal	Kreditkarte Paypal	PayPal Sofortüberweisung	PayPal
Pitch-Video	nein	nein	ja	ja
Crowdfunding-Form	Crowddonating	Crowddonating/ Crowdsupporting	Crowdsupporting	Crowdsupporting

Tabelle 3: Überblick über Crowdfunding Plattformen für soziale Projekte

Betterplace und Respekt.net sind Plattformen die auf soziale Projekte spezialisiert sind. Diese Plattformen richten sich hauptsächlich an gemeinnützige Organisationen. Daher wird auf beiden Plattformen Crowddonating angeboten. Jedoch ist dies für Unterstützer meist nur dann attraktiv, wenn diese für ihre Spenden eine Spendenquittung erhalten. Diese Plattformen haben den Vorteil, dass ausschließlich soziale Projekte unterstützt

werden. Das heißt, Leute die sich auf der Seite über Projekte informieren, sind durchaus bereit soziale Projekte zu unterstützen.

Respekt.net bietet den Vorteil, dass man zwischen Crowdsupporting und Crowddonating wählen kann. Die Plattform hat ihren Sitz in Österreich und ist momentan in Deutschland noch nicht sehr bekannt. Nur eins der derzeit 250 eingestellten Projekte auf respekt.net stammt aus Deutschland (vgl. Abbildung 15). Da das Projekt QualiDrive aber vor allem für den Landkreis Mayen-Koblenz interessant ist, dürfte diese Plattform für das Projekt uninteressant sein.



LAND	alle (250)
PHASE	alle (250)
BUDGETKLASSE	Deutschland (1)
	Österreich (249)
THEMENKREIS	Schweiz (0)

Abbildung 15: derzeit eingestellte Projekte auf respekt.net sortiert nach Ländern (Stand: 11.12.2012) – (respekt.net 2012g)

Inkubato und VisionBakery sind klassische Crowdfunding bzw. Crowdsupporting Plattformen. Inkubato ist eine Plattform auf der hauptsächlich kreative Projekte eingestellt werden. Wie in Kapitel 3.2 bereits festgestellt wurde, meiden soziale Organisationen die Plattform. Es sind keine sozialen Projekte vorhanden. Die Plattform ist für das Projekt QualiDrive somit nicht geeignet, da dort fast ausschließlich kreative Projekte gefördert werden und somit das Projekt nur wenige Interessenten auf der Plattform finden würde. VisionBakery hingegen bietet eine eigene Kategorie für soziale Projekte. 22 soziale Projekte wurden bisher auf der Plattform eingestellt, 12 davon wurden erfolgreich finanziert. Wie in Tabelle 3 ersichtlich ist das Budgetziel auf VisionBakery nicht beschränkt. Die Möglichkeit anonym zu spenden besteht auch. Somit eignet sich VisionBakery am besten als Crowdfunding Plattform für das Projekt QualiDrive.

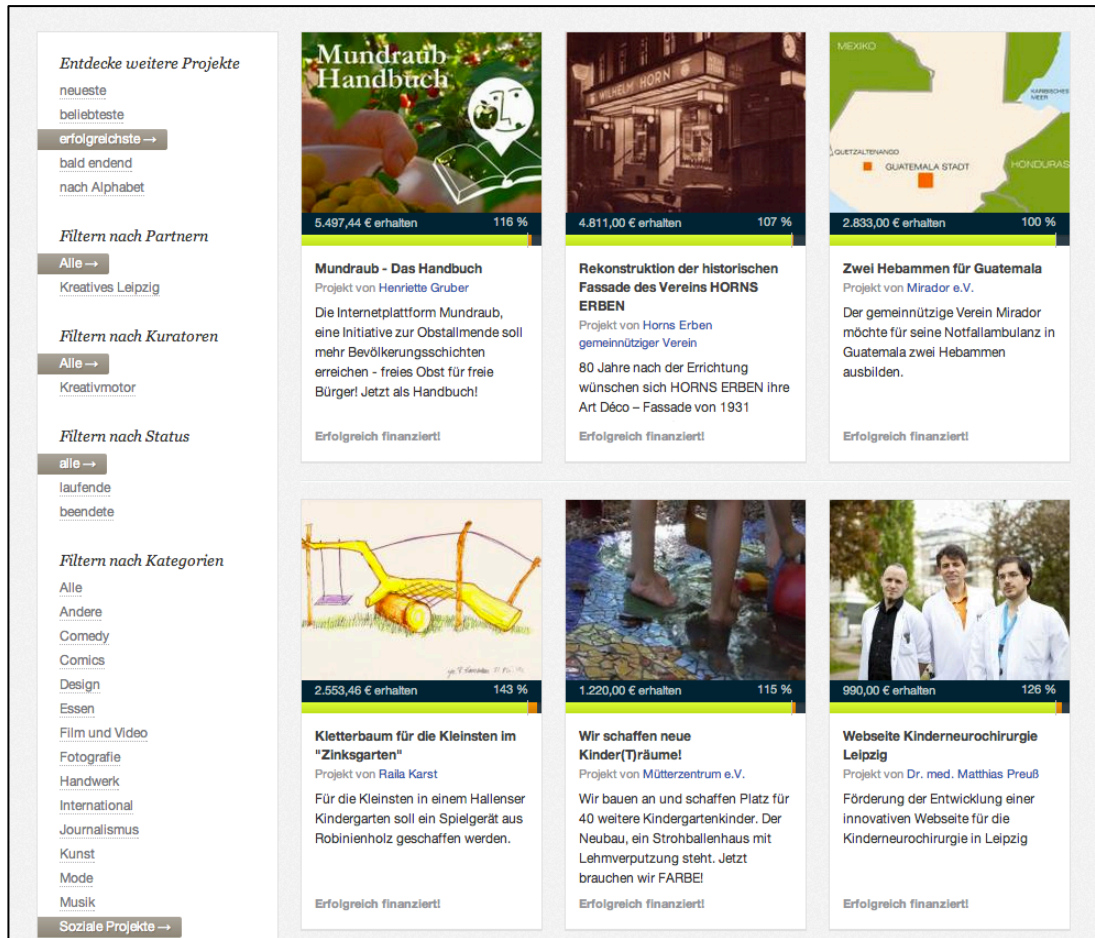


Abbildung 16: erfolgreich finanzierte soziale Projekte auf visionbakery.com

(VisionBakery 2012e)

Hat man eine Plattform gewählt, gilt es eine aussagekräftige Projektbeschreibung zu erstellen. Bei dem Projekt QualiDrive ist es wichtig in der Beschreibung die Ziele des Projekts zu benennen. Die Unterstützer sollen einen Eindruck bekommen wieso das Projekt für die Jugendlichen wichtig ist. Um eine emotionale Beziehung hervorzurufen ist denkbar in einem Video die Jugendlichen die an dem Projekt teilnehmen möchten, das Projekt erläutern zu lassen.

Hat man die Beschreibung und das Video erstellt, sollten konkrete Dinge wie das Projektbudget und der Finanzierungszeitraum geklärt werden. Das Projektbudget sollte dem Projekt und vor allem der Plattform angemessen sein. Dazu sollte man die Projekte auf der Plattform betrachten um einen Überblick über das potentielle Projektbudget zu erhalten. Bei VisionBakery wurde das erfolgreichste Projekt mit 14.161,23€ unterstützt (vgl. VisionBakery, 2012b). Die meisten Projekte bewegen sich jedoch in einem Finanzierungsrahmen zwischen 1000€-5000€. Das erfolgreichste soziale Projekt auf der

Plattform erhielt 5497,44€ (vgl. VisionBakery, 2012c). Es ist also durchaus denkbar auf der Plattform VisionBakery für das Projekt QualiDrive ein Projektbudget von bis zu 5000€ anzulegen.

Transparenz ist dabei sehr wichtig. Die Unterstützer sollten in der Projektbeschreibung aufgeklärt werden, wofür das gesammelte Geld genau verwendet wird.

Als nächstes gilt es den Finanzierungszeitraum festzulegen. Die Plattform VisionBakery beschränkt die Finanzierungsphase auf eine Dauer von maximal 90 Tagen. Man sollte eine kürzere Finanzierungsperiode in Betracht ziehen und so eine kurze, intensive Vermarktung anwenden.

In einem letzten Schritt müssen die Prämien für die Unterstützer festgelegt werden. Wie in Kapitel 3.2 bereits beschrieben, sollte die erste Prämie bei einer Unterstützung von 10€-20€ vergeben werden. Laut einer Studie des Instituts ikosom gaben 2011 die Unterstützer auf den deutschen Crowdfunding Plattformen durchschnittlich 89€ für ein Projekt aus (vgl. Wenzlaff, 2011). Es ist deshalb sinnvoll weitere Prämien im Bereich von 50€-100€ zu vergeben. Zudem zeigte die Untersuchung in Kapitel 3.2 dass eine weitere Prämie im Bereich von 300€ sinnvoll ist, dies ist die durchschnittlich höchste genutzte Prämie bei erfolgreichen sozialen Projekten (vgl. Tabelle 1, S.26).

Denkbare Prämien für das Projekt QualiDrive wären:

- Erwähnung auf der Internetseite des MYKnetzes
- Persönliches Dankeschreiben von einem der Teilnehmer
- Persönliches Dankeschön-Video
- Einladung zum Besuch des MYKNetzes
- Einladung zu dem finalen Wettbewerbsentscheid

4.3 Projektvermarktung

Schon vor dem Einstellen des Projektes auf einer Crowdfunding Plattform muss man sich als Projektinitiator Gedanken um die Vermarktung des Projekts machen. Der Vorteil von QualiDrive ist, dass durch das MYKNetz schon ein breites Netzwerk besteht. Dieses Netzwerk gilt es für das Projekt zu begeistern und schon bevor man das Projekt auf der Crowdfunding Plattform erstellt hat darüber zu informieren. Hat man das Projekt eingestellt, beginnt die Phase in der man möglichst viele Menschen auf das Projekt aufmerksam machen muss. Das MYKNetz sollte in dieser Phase all seine

Netzwerkpartner über das Projekt informieren. Dies kann zum einen persönlich geschehen oder aber man schickt eine Benachrichtigung per E-Mail mit einem Link zu der Projektseite auf der Crowdfunding Plattform. Zudem sollte man sich an lokale Medien wenden um das Projekt dort für das Projekt zu werben. Auch die gängigen sozialen Netzwerke wie Facebook oder Twitter sollte man für die Verbreitung des Projekts nutzen. Besonders wichtig ist es, dass man in dieser Phase auch auf der Plattform selbst im Projekteigenen Blog über den Fortschritt des Projekts informiert.

4.4 Machbarkeit

QualiDrive hat definitiv die Voraussetzung die es benötigt um auf den Crowdfunding Plattformen nach Unterstützung zu suchen. Es handelt sich um ein Projekt mit einem klar definierten Ziel. Zudem ist es ein außergewöhnliches Projekt, das auf andere Weise versucht Jugendliche für die Integration in den Arbeitsmarkt vorzubereiten. Dennoch ist eine Finanzierung ausschließlich über Crowdfunding nicht möglich. Eine Teilfinanzierung hingegen ist denkbar. Dazu müssen die in Kapitel 3.2 erläuterten Erfolgsfaktoren eingehalten werden. Das Vorhaben sollte im Vorfeld gut vorbereitet werden. Eine durchgängige Betreuung des Projekts ist notwendig. Dafür sollte man Festlegung eines festen Ansprechpartners in Betracht ziehen. Vor allem ist es wichtig in Eigeninitiative das Projekt zur Finanzierung zu treiben, denn nur mit dem Einstellen auf einer Crowdfunding Plattform wird sich das Projekt nicht finanzieren.

Soziale Projekte haben es schwerer als Projekte die zum Beispiel ein Produkt herstellen. Diese können den Unterstützern als Prämie das erstellte Produkt anbieten. Bei Projekten bei denen es sich um Dienstleistungen handelt ist dies nicht möglich. Die Projektinitiatoren müssen sich also originelle Prämien ausdenken um Unterstützer Anreize zu schaffen.

5. Schlussfolgerung

5.1 Implikationen für die Praxis

Die meisten Projekte die auf den Crowdfunding/Crowdsupporting nach Finanzierung suchen, stammen noch immer aus dem kreativen Bereich. Auf den großen deutschen Crowdfunding Plattformen lassen sich bisher nur wenige soziale Projekte finden. Die einzige deutsche Plattform die sozialen Organisationen derzeit Raum für Finanzierung bietet ist VisionBakery. Für soziale Organisationen stellt Crowdfunding derzeit noch keine ernstzunehmende alternative gegenüber traditionellen Finanzierungsverfahren dar.

Das liegt zum einen daran, dass auf den Plattformen oft nur sehr kleine Projekte finanziert werden (vgl. Hemer 2011, S.111). Zum anderen ist mit der Finanzierung durch Crowdfunding ein hoher Aufwand verbunden, den man auf den ersten Blick leicht übersieht. Crowdfunding erfordert eine gute Vorbereitung und auch während der Finanzierungsphase nimmt der Aufwand nicht ab. Sogar nach der Finanzierung erfordert Crowdfunding viel Arbeit von den Projektinitiatoren. Die Prämien müssen verschickt oder erfüllt werden. Zudem steht man in der Pflicht den Unterstützern stets über den aktuellen Projektfortschritt zu berichten, auch nach der Finanzierung. Dies ist besonders wichtig wenn man ein Folgeprojekt durch Crowdfunding finanzieren möchte. Ob sich der Aufwand für das jeweilige Projekt lohnt, sollte im Vorhinein erörtert werden. Ist es möglich das Projekt über einen anderen Weg zu finanzieren sollte dies in Erwägung gezogen werden. Das Gute an einer Finanzierung durch Crowdfunding ist jedoch dass das Projekt eine gewisse Aufmerksamkeit erhält, was bei einigen Projekten sinnvoll sein kann. Andere Finanzierungsmöglichkeiten könnten sich durch diese Aufmerksamkeit entwickeln. Dies ist auch ein Grund dafür dass viele der Projekte nicht ausschließlich durch Crowdfunding finanziert werden sondern auch Unterstützung durch andere Quellen erhalten.

Für den sozialen Bereich sind hingegen Crowddonating Plattformen interessant. Gemeinnützige Organisationen können auf diesen Plattformen Spenden für bestimmte Projekte sammeln und den Spendern eine Spendenquittung ausstellen. Für Organisationen die keine Spendenquittungen auszustellen können ist dieses Modell eher ungeeignet. Sie können auf diesen Plattformen keinen Anreiz bieten um für ihr Projekt zu spenden. Für diese Organisationen ist das Crowdsupporting die richtige Wahl.

5.2 Implikationen für die Forschung

Crowdfunding ist ein recht junges Thema. Nur wenige fundierte Literatur lässt sich zu diesem Thema finden. Vor allem an wissenschaftlichen Arbeiten zu dem Thema mangelt es. Die vorhandene Literatur beschränkt sich zudem meist auf den kreativen Bereich. Zu sozialen Projekten im Crowdfunding lässt sich fast keine Literatur finden. Auch in Blogs wird fast ausschließlich über die kreativen Crowdfunding Projekte berichtet. In Zukunft werden die sozialen Projekte jedoch zunehmen und auch die Forschung sollte sich mit diesem Thema beschäftigen, denn Crowdfunding bietet enorm viel potential für besonders ausgefallene soziale Projekte. Wie in 5.1 erläutert wurde, ist besonders das Crowddonating für soziale Organisationen geeignet. Zu diesem Thema besteht ein hoher Bedarf an Forschung, da momentan keine Literatur ausschließlich zu diesem Thema zu finden ist.

Literaturverzeichnis

- Agrawal, Ajay/ Catalani, Christian/ Goldfarb, Avi (2011):** The geography of crowdfunding, Universität Toronto, <http://www.nber.org/papers/w16820.pdf>
- Belleflamme, Paul/ Lambert, Thomas/ Schwienbacher, Armin (2011):** Crowdfunding: tapping the right crowd, Center for Operations Research and Econometrics, Louvain-la-Neuve, http://www.uclouvain.be/cps/ucl/doc/core/documents/coredp2011_32web.pdf
- Betterplace (2012a):** Wie funktioniert's genau?, 2012, http://www.betterplace.org/de/how_it_works/how#get_donations, abgerufen am 19.11.2012
- Betterplace (2012b):** Wer darf ein Projekt anlegen und was muss beachtet werden?, 2012, <http://www.betterplace.org/c/hilfe/projekt-anlegen/>, abgerufen am 19.11.2012
- Betterplace (2012c):** Wie lange habe ich Zeit um mein Projekt voll zu finanzieren?, 2012, <http://www.betterplace.org/c/hilfe/zeit-projekt-zu-finanzieren/>, abgerufen am 19.11.2012
- Betterplace (2012d):** Wie stelle ich Bedarfe ein und verwalte sie?, 2012, <http://www.betterplace.org/c/hilfe/bedarfe-einstellen-und-verwalten/>, abgerufen am 19.11.2012
- Betterplace (2012e):** Wie funktioniert die monatliche Spende?, 2012, <http://www.betterplace.org/c/hilfe/monatliche-spenden/>, abgerufen am 19.11.2012
- Betterplace (2012f): betterplace.org, 2012,** <http://www.betterplace.org/de/>, abgerufen am 12.12.12
- Betterplace (2012g):** Wie stelle ich Bedarfe ein und verwalte sie?, 2012, <http://www.betterplace.org/c/hilfe/bedarfe-einstellen-und-verwalten/>, abgerufen am 12.12.12
- Büttner, Alexander (2011):** Rewards: Ohne Preis, kein Fleiß, 24.03.2011, <http://www-user.tu-chemnitz.de/~klixs/?p=68>, abgerufen am 04.12.2012
- Everett, Craig R. (2010):** Group membership, relationship banking and loan default risk: the case of online social lending, The Krannert School, Purdue University,

http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1114428, abgerufen am 12.12.12

Haibach, Marita (1998): Hadbuch Fundraising, Campus Verlag, Frankfurt/ New York

Hemer, Joachim/ Schneider, Uta/ Dornbusch, Friedrich/ Frey, Silvio (2011): Crowdfunding und andere Formen informeller Mikrofinanzierung in der Projekt- und Innovationsfinanzierung, Fraunhofer Institut für System- und Innovationsforschung ISI, Karlsruhe

Howe, Jeff (2008): Crowdfunding – Why the power of the crowd is driving the future of business, Three Rivers Press, New York

Inkubato (2012a): FAQ, 2012, <http://www.inkubato.com/blog/de/faq/>, abgerufen am 20.11.2012

Inkubato (2012b): Inkubato, 2012, <http://www.inkubato.com/de/>, abgerufen am 12.12.12

Inkubato (2012c): MADE IN BOLIVIA – Eine Designreportage, 2012, <http://www.inkubato.com/de/projekte/made-in-bolivia>, abgerufen am 12.12.12

Jobcenter (2012): Über uns, <https://www.jobcenter-myk.de/de/arge/1015/ueberunsdetail.htm>, abgerufen am 10.12.2012

Lerche, Wolfgang/ Wollmer, Bianca/ Engel, Ralf (2004): Projekte sozialer Arbeit – entwickeln-organisieren-finanzieren, Frankfurt

Lückerath, Thomas (2011): Crowdfunding erfolgreich: „Stromberg“-Film kommt, 22.12.2011,

http://www.dwld.de/nachrichten/34162/crowdfunding_erfolgreich_stromberg__der_film_kommt/ abgerufen am 12.12.12, abgerufen am 12.12.12

MYKNetz (2012): Das Projekt MYKNetz, http://www.myknetz.de/projekt_myknetz.html, abgerufen am 10.12.2012

MySherpas (2012a): Über MySherpas, 2012, <http://www.mysherpas.com/de/bergwacht/ueber-uns.html>, abgerufen am 23.11.2012

MySherpas (2012b): Frequently asked questions, 2012, <http://www.mysherpas.com/de/basislager/faq.html>, abgerufen am 23.11.2012

MySherpas (2012c): Es war eine schöne Zeit..., 2012, <http://www.mysherpas.com/>, abgerufen am 23.11.2012

MySherpas (2012d): mySherpas, 2012, <http://www.mysherpas.com/>, abgerufen am 11.12.12

MySpaas (2012): Fragen und Antworten, 2012, <http://www.myspaas.de/myspaas/specials/stromberg-kinofilm/fragen-und-antworten/faq/>, abgerufen am 11.12.12

PayPal (2012): Das kostet Paypal, <https://www.paypal-deutschland.de/privatkunden/was-ist-paypal/gebuehren.html>, abgerufen am 23.11.2012

Pling (2012a): Leitfaden für Projekte, <http://www.pling.de/content/index/page/45-id>, abgerufen am 24.11.2012

Pling (2012b): FAQ, <http://www.pling.de/faq>, abgerufen am 24.11.2012

Pling (2012c): Was ist Pling?, <http://www.pling.de/wasistpling>, abgerufen am 24.11.2012

Pling (2012d): Pling, 2012, <http://www.pling.de>, abgerufen am 12.12.12

Respekt.net (2012a): Wer Projekte einreichen darf, <http://www.respekt.net/projekte-einreichen/wer-darf-einreichen/?PHPSESSID=9fcb8b6e4618219bd28dea4e0edbe05e>, abgerufen am 23.11.2012

Respekt.net (2012b): Welche Projekttypen gibt es auf respekt.net?, <http://www.respekt.net/de/faqhilfe/welche-projekttypen-gibt-es-auf-respektnet/>, abgerufen am 23.11.2012

Respekt.net (2012c): Nutzungsbedingungen der Projektbörse respekt.net, 01.02.2012, http://www.respekt.net/fileadmin/user_upload/PDF_Dateien/Respekt.net-Nutzungsbedingungen.pdf, abgerufen am 23.11.2012

Respekt.net (2012d): Spenden Sie Wissen als ProjekterxpertIn!, <http://www.respekt.net/projekte-unterstuetzen/wissen-investieren/>, abgerufen am 11.12.2012

Respekt.net (2012e): Spenden Sie Zeit!, <http://www.respekt.net/projekte-unterstuetzen/zeit-investieren/>, abgerufen am 11.12.2012

Respekt.net (2012f): respekt.net - investieren Sie in die Zivilgesellschaft, 2012, <http://www.respekt.net/>, abgerufen am 12.12.12

Respekt.net (2012g): Projekte unterstützen, 2012, <http://www.respekt.net/projekte-unterstuetzen>, abgerufen am 11.12.12

Startnext (2012a): Seit wann gibt es Startnext?, 22.07.2012, <http://faq.startnext.de/about/id/Seit+wann+gibt+es+Startnext-4/modul/%DCber+Startnext/aid/7>, abgerufen am 20.11.2012

Startnext (2012b): Was ist Startnext?, 03.08.2012, <http://faq.startnext.de/general/id/Was+ist+Startnext-1/modul/Allgemeines/aid/3>, abgerufen am 20.11.2012

Startnext (2012c): Richtlinien für Projektstarter, 2012, <http://www.startnext.de/Hilfe/Guidelines.html>, abgerufen am 20.11.2012

Startnext (2012d): Was kostet mich die Benutzung von Startnext?, 06.12.2012, <http://faq.startnext.de/general/id/Was+kostet+mich+die+Benutzung+von+Startnext+-22/modul/Allgemeines/aid/9>, abgerufen am 11.12.2012

Startnext (2012e): Wie lange darf eine Crowdfunding Kampagne dauern?, 11.07.2012, <http://faq.startnext.de/Ablauf/id/Wie+lange+darf+eine+Crowdfunding-Kampagne+dauern+-83>, abgerufen am 20.11.2012

Startnext (2012e): Wie lange darf eine Crowdfunding Kampagne dauern?, 11.07.2012, <http://faq.startnext.de/Ablauf/id/Wie+lange+darf+eine+Crowdfunding-Kampagne+dauern+-83>, abgerufen am 20.11.2012

Startnext (2012f): Wie sollte ein Pitch Video aufgebaut sein, 26.09.2012, <http://faq.startnext.de/Projektpraesentation/Pitch-Video/id/Wie+sollte+ein+Pitch-Video+aufgebaut+sein-165/modul/Pitch-Video/aid/145>, abgerufen am 10.12.2012

Startnext (2012g): Startnext Infografik „2 Jahre Crowdfunding auf Startnext“, 22.10.2012, <http://www.startnext.de/infografik.html>, abgerufen am 12.12.12

Startnext (2012h): Projekt anlegen, 2012, <http://www.startnext.de/projekt-starten/Projekt-Anlegen.html>, abgerufen am 11.12.2012

Startnext (2012i): anonyme Zeichner, 2012, <http://www.startnext.de/anonyme-zeichner>, abgerufen am 11.12.12

Startnext (2012j): Sie nannten ihn Spencer, 2012, <http://www.startnext.de/budspencermovie/blog/>, abgerufen am 11.12.12

Startnext (2012k): Startnext, 2012, <http://www.startnext.de/>, abgerufen am 12.12.12

Strickler, Yancey (2009): The Importance Of Video, 15.12.2009, <http://www.kickstarter.com/blog/the-importance-of-video>, abgerufen am 10.12.2012

Strickler, Yancey (2010): The Price Is Right, 02.04.2010, <http://www.kickstarter.com/blog/the-price-is-right>, abgerufen am 10.12.2012

Surowiecki, James (2005): The wisdom of crowds – why the many are smarter than the few, Abacus, London

Taylor, Ruth (2010): Wikipedia – A Successful Crowdsourcing Project, 10.02.2010, <http://ezinearticles.com/?Wikipedia---A-Successful-Crowdsourcing-Project&id=3736803>, abgerufen am 11.12.2012

Urselmann, Michael (2002): Fundraising, Erfolgreiche Strategien führender Nonprofit-Organisationen; 3., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, Verlag Paul Haupt, Bern/Stuttgart/Wien

VisionBakery (2012a): FAQ, 2012, <https://www.visionbakery.com/faq#what>, abgerufen am 23.11.2012

VisionBakery (2012b): 20 Jahre Destillery – DER FILM, 2012, <http://www.visionbakery.com/vision/574>, abgerufen am 11.12.2012

VisionBakery (2012c): Mundraub-Das Handbuch, 2012, <http://www.visionbakery.com/vision/120>, abgerufen am 11.12.2012

VisionBakery (2012d): VisionBakery, 2012, <http://www.visionbakery.com/>, abgerufen am 12.12.12

VisionBakery (2012e): Alle Projekte auf einen Blick, 2012, http://www.visionbakery.com/visionen/everywhere/6/all/got_most_money/1/all/all_curators, abgerufen am 12.12.12

Wenzlaff, Karsten (2011): Crowdfunding Studie 2011 – August Update: Mehr als eine halbe Million Euro eingenommen, 08.09.2011, <http://www.ikosom.de/2011/09/08/crowdfunding-studie-2011-august-update/>, abgerufen am 12.12.2012

Wojciechowski, Adam (2009): Models of Charity Donations and Project Funding in Social Networks, Poznan University of Technology, Institute of Computer Science, Pozna