

Tipps und Ideen zum erfolgreichen Crowdfunding

Erfolgreich starten

Ein guter Start ist die halbe Miete. Spender unterstützen lieber Projekte, die bereits einige Unterstützer sammeln konnten. Der Finanzierungsbalken ist ein wichtiger Indikator für den Erfolg des Projekts. Zeigen Sie von Anfang an, dass Ihr Projekt ein Erfolg wird!

Projekt im eigenen Umfeld ankündigen

Crowdfunding fängt immer bei Freunden und Familie an. Bitten Sie diese schon im Vorhinein, Ihr Projekt in der Anfangsphase (am besten gleich am Start-Tag!) zu unterstützen. Versuchen Sie andere mit Ihrer Begeisterung anzustecken und machen Sie klar, wie wichtig Ihnen das Projekt ist. Am besten eignen sich persönliche Gespräche und Telefonate. Zur Erinnerung schicken Sie am besten ein E-Mail mit der Webadresse Ihres Projekts. Wenn Sie nur E-Mails ausschicken wollen, achten Sie darauf, die Nachrichten persönlich zu gestalten. Gehen Sie dabei auf die Interessen und Werte des Angesprochenen ein.

Stoßen Sie einen Schneeballeffekt an. Bitten Sie Ihr nahes Umfeld darum, Ihr Projekt weiterzuverbreiten. Verabreden Sie möglichst konkret was wer wann zur Informationsverbreitung über Ihr Projekt tun soll. Dazu schicken Sie idealerweise einen vorgefertigten Text und Bildmaterial/Videos für E-Mails/Social Media aus. Bereiten Sie einen gemeinsamen Mailing-Verteiler vor, der von allen Mitwirkenden während der Kampagne mit neuen E-Mail-Adressen gespeist werden soll.

Zeigen Sie, wer Sie unterstützt. Es ist gut zu zeigen, dass Sie Ihre Ziele nicht alleine verfolgen. Veröffentlichen Sie daher Ihre Mitstreiter und Kooperationspartner. Auf Respekt.net können Sie Ihrem Projekt **Akteure**, die mitarbeiten, und **Experten**, die fachliches Know-How einbringen, hinzufügen. Soll nur die passive Unterstützung gezeigt werden, reicht ein Klick auf das Herz-Symbol im Projekt. Dadurch erscheinen Ihre Unterstützer als Fans im Projekt.

Sobald ca. 30 % finanziert wurden, kann das Projekt in einem größeren Umfeld beworben werden.

Multiplikatoren nutzen

Nachdem Sie Ihre Kontakte angesprochen haben, sollten Sie versuchen das Projekt auch außerhalb Ihres Netzwerkes zu verbreiten. Am besten funktioniert das mit den richtigen Multiplikatoren (z.B.: Vereine, Interessensvertretungen, Dachverbände, Blogger, FB-Seiten und Gruppen, Foren...). Die Multiplikatoren sollten unbedingt zum Thema des Projekts passen und ähnliche Ziele verfolgen. So ist gewährleistet, dass auch die Zielgruppe die Richtige ist.

Bitten Sie Multiplikatoren Ihr Projekt zu verbreiten: Erwähnung im Newsletter, FB-Posts posten/teilen, Erwähnung im Blog, Beitrag in Mitgliederzeitung, Stand auf Veranstaltungen...

Presse

Journalisten suchen immer nach neuen Stories und Ideen. Ein spannendes Crowdfunding-Projekt hat gute Chancen in die Medien zu kommen. Wenn Sie Journalisten in Ihrem Umfeld haben, können Sie diese um Berichterstattung oder eine Weiterempfehlung bitten. Ansonsten gilt es, die richtigen Journalisten und Medien anzusprechen. Wichtig ist, dass das Medium zu Ihrem Projekt passt. Sowohl die Thematik als auch die Region muss passen. Zusätzlich müssen Sie sich erkundigen, welcher Journalist für Ihr Thema zuständig ist. Neben breit ausgesandten Presseausendungen können Sie so gezielt Journalisten telefonisch oder per E-Mail kontaktieren. Tipp: sprechen Sie Lokalzeitungen aus Ihrer Region an. Diese sind besonders an lokalen Projekten interessiert. Damit ist die Chance auf Berichterstattung besonders hoch.

Neue Communities erschließen

Gehen Sie mit offenen Augen durch die Welt und knüpfen Sie neue Kontakte mit potentiellen Interessenten. Erzählen Sie Ihren neuen Bekanntschaften von Ihrem Projekt. Besuchen Sie Veranstaltungen, auf denen Sie potentielle Unterstützer und Kooperationspartner finden können.

Auf Website verlinken

Verlinken Sie Ihr Projekt auf www.respekt.net auf Ihrer eigenen Website. Am besten geben Sie dem Projekt einen prominenten Platz auf der Startseite. Bitten Sie auch befreundete Vereine/Websiteinhaber Ihr Projekt zu verlinken.

E-Mail-Verteiler erstellen und bespielen

Legen Sie je nach Zweck verschiedene E-Mail-Verteiler an (Spender, Multiplikatoren, Projektmitarbeiter...). Scheuen Sie sich nicht, Ihre Community in regelmäßigen Abständen anzusprechen. Natürlich sollten Sie es nicht übertreiben, aber ein E-Mail reicht meist nicht aus! Neben einer Bitte um Unterstützung, sollten Sie auch Neuigkeiten und Erfolge kommunizieren. Gestalten Sie die E-Mails passend und im persönlichen Ton. Vergessen Sie nicht um die Weiterverbreitung zu bitten. Hierzu senden Sie vorgefertigte Textvorschläge mit.

Social Media richtig nutzen

Das regelmäßige Bespielen verschiedener Social-Media Plattformen ist essenziell beim Crowdfunding! Hier können Sie Ihre Unterstützer stets auf dem Laufenden halten. So geht es richtig:

- / Die sozialen Medien leben von persönlicher Kommunikation: Geben Sie Ihrem Projekt ein Gesicht: Erzählen Sie von Ihrer persönlichen Motivation und punkten Sie mit Glaubwürdigkeit!
- / Wechseln Sie das Verbreitungsmedium. Bilder, Videos und Tonaufnahmen bieten eine gute Abwechslung zu reinem Text.

- / Achten Sie darauf, möglichst keine repetitiven Inhalte zu verbreiten. Erinnerungen sollten neu formuliert werden und durch neue Informationen ergänzt werden.
- / Versuchen Sie, möglichst unverzüglich auf Nachrichten, Tweets oder Kommentare zu antworten. Insbesondere bei Kritik empfiehlt es sich, rasch zu reagieren.
- / Nutzen Sie Twitter, um mit Journalisten (z. B. <https://twitter.com/helpareporter>) und Bloggern in Kontakt zu treten, die eventuell Interesse an dem Projekt haben und darüber schreiben könnten.

Spendergruppen und Verdoppler-Spendergruppen

Getreu nach dem Motto „Gemeinsam mehr erreichen“ wurde die Funktion der Spendergruppen entwickelt. Familie, Freunde oder andere Fans können selbstständig eine Crowdfunding-Kampagne für Ihr Projekt starten und sich dafür engagieren, einen Teilbetrag Ihres Zielbudgets zu beschaffen. Dazu erstellen diese eine Spendergruppe für Ihr Projekt, wählen einen Betrag aus, den sie gerne für das Projekt sammeln möchten, fügen alle ihre Freunde und „Mitsammler“ hinzu und schon kann es losgehen. Die Spendergruppe bekommt eine eigene Seite mit eigener Webadresse. Die Gruppenangehörigen senden diesen Link an ihre Netzwerke und lukrieren so direkt Geld für die Spendergruppe. Es wird angezeigt, wer aller für die Gruppe sammelt und wie viel Geld schon zusammengekommen ist. Dieser Community-Effekt motiviert! Probieren Sie es aus. Sie müssen nun nicht mehr alleine sammeln.

Verdoppler-Spendergruppen

Im Rahmen der Spendergruppenfunktion gibt es nun auch die Möglichkeit der Spendenverdoppelung. Gründer einer Spendergruppe können sich nun dazu verpflichten, jede gesammelte Spende der Gruppe zu verdoppeln (bis zu dem ausgewählten Zielbetrag). Eine Spende von 10€ ist dann 20€ wert. Doppelte Spende – Doppelte Motivation!

Kennen Sie engagierte Unternehmen in Ihrer Umgebung? Bitten Sie diese um eine Spendenverdoppelung! Das Argument: Für jeden Euro der Unternehmensspende, sammeln Sie einen Euro aus der Crowd! Das beweist, dass viele Menschen hinter Ihrem Projekt stehen und motiviert dadurch Unternehmer. Ein weiterer Vorteil: Die Unternehmen können ihr Logo bei der Spendergruppe platzieren und damit Ihr Engagement sichtbar machen.

Sichtbarkeit auf Respekt.net erhöhen

Respekt.net hat eine Community von über 17.000 Usern. Eine gute Platzierung Ihres Projekts, kann Ihnen zu neuen Spendern verhelfen.

- / Regelmäßige Spenden bringen Sie auf die Startseite.
- / Die Höhe des Finanzierungsgrads bestimmt die Reihung aller Projekte.
- / Eine hohe Anzahl von Fans (Herz-Symbol) erhöht die Glaubwürdigkeit.
- / Ein hoher Finanzierungsgrad kann Sie in den Projekt-Endspurt bringen.

Unterstützer auf dem Laufenden halten

Es ist wichtig, Unterstützer immer auf dem aktuellen Stand der Dinge zu halten und neue Wege zu finden, die Community motiviert zu halten.

Senden Sie regelmäßige Updates zum Verlauf Ihres Projekts über die verschiedenen Kanäle (E-Mail, News-Post auf Respekt.net, Facebook/Twitter...). Verteilen Sie auch Fotos und Videos zum Projekt. Beachten Sie Rückmeldungen, um den Informationsbedarf der Kontakte zu ermitteln. Nehmen Sie sich Zeit, Fragen zum Projekt zu beantworten.

Kommunizieren Sie Erfolge! Am schönsten ist es immer zu feiern. Teilen Sie Ihrer Community daher Ihre Erfolge und Meilensteine mit. Geben Sie ihr dabei das Gefühl maßgeblich am Erfolg beteiligt zu sein.

Veranstaltungen

Manche Personen sind online schwer zu erreichen. Versuchen Sie diese zum Beispiel über Veranstaltungen zu erreichen. Bei einem Stammtisch können sich Interessierte über das Projekt informieren. Auf einer Party können Sie Spenden sammeln und ein Gemeinschaftsgefühl generieren. Stellen Sie Computer zum Spenden oder eine Spendenbox auf. Verlangen Sie eine freie Spende als Eintritt, oder generieren Sie Spenden über den Verkauf von Getränken, Speisen oder Fan-Artikeln.

Danke sagen

Bedanken Sie sich bei Ihren Unterstützern! Wenn möglich sofort und persönlich. Sie finden die Namen aller Spender bei Ihrem Projekt. Viele haben eine E-Mail-Adresse in ihrem Profil angegeben. Über einen News-Post auf Respekt.net erreichen Sie alle Spender und Fans auf einmal.