

Crowdfunding: Was ist das? Wie funktioniert das?

ARAG Experten zu der Möglichkeit, Kapital vom Schwarm zu sammeln / Beim Crowdfunding finanzieren viele Menschen zusammen eine Vision, ein Projekt oder ein Unternehmen. Dafür erhalten sie eine Gegenleistung, die auch ideell oder immateriell sein kann. Wenn viele Unterstützer vergleichsweise kleine Summen geben, kommt insgesamt ein großer Betrag zusammen.

Als relativ junge Finanzierungsform hat Crowdfunding so schon viele Projekte ermöglicht – insbesondere im kulturellen und kreativen Bereich. Die ARAG Experten erklären Ihnen, wie das funktioniert.

Was ist Crowdfunding eigentlich?

Bei vielen Menschen Kapital für Projekte einsammeln – der Begriff „Crowdfunding“ bringt diese aus den USA stammende Idee auf den Punkt. Ins Deutsche übersetzt, bedeutet „Crowd“ so viel wie „Ansammlung“ und „Funding“ bezeichnet das Aufbringen von Mitteln. Hierzulande spricht man deshalb auch von Schwarmfinanzierung. Heute suchen längst nicht mehr nur Künstler, Spiele-Entwickler und Filmemacher auf diesem Weg finanzielle Unterstützung, sondern auch Start-ups und mittelständische Betriebe. Immer mehr Macher entdecken die Vorteile des Crowdfunding. Sie stellen ihr Projekt vor, gewinnen Unterstützer und bauen eine Community auf. So erhalten sie neben Geld auch nutzbringendes Feedback. Die Förderer profitieren ihrerseits von einer Gegenleistung und was für sie oft ebenso wichtig ist: Sie tragen dazu bei, dass neue Ideen Gestalt annehmen!

Welche Crowdfunding-Formen gibt es?

Crowdfunding-Plattformen existieren in Deutschland erst seit rund fünf Jahren. Bis heute haben sich vier Formen etabliert:

- **Klassisches Crowdfunding:** Der Geldgeber erhält für seinen finanziellen Beitrag eine Gegenleistung. Dabei handelt es sich oft um das fertige Produkt. Zum Beispiel die mit den eingesammelten Finanzmitteln produzierte DVD oder CD. Auch ideelle Leistungen sind möglich. Zum Beispiel die namentliche Erwähnung des Unterstützers im Filmabspann.
- **Crowdinvesting:** Der Geldgeber investiert in ein Unternehmen, ein kommerzielles Projekt oder eine Immobilie. Dafür wird er später am Gewinn beteiligt. Bleibt der Erfolg aus, ist das Investment verloren – bis hin zum Totalausfall.
- **Crowdlending:** Der Geldgeber verleiht Kapital an Selbstständige, mittelständische Unternehmer oder Privatpersonen. Unverzinst oder zu einem festen, vereinbarten Zinssatz. Weil es keine mitverdienende Bank gibt, können die Zinsen durchaus niedriger als bei herkömmlichen Krediten von Finanzdienstleistern sein.
- **Spenden-Crowdfunding:** Der Geldgeber spendet einen Betrag ohne direkte Gegenleistung. Zum Beispiel für soziale Projekte.

Wie funktioniert Crowdfunding?

Die Realisierung von Crowdfunding-Projekten erfolgt meist über das Internet. Denn das Netz bietet besonders vielfältige Möglichkeiten, innovative Konzepte zu entwickeln, innerhalb kürzester Zeit mit zahlreichen Menschen zu teilen und bei ihnen um die erforderlichen Finanzmittel zu werben.

In fünf Schritten zur chancenreichen Crowdfunding-Aktion:

1. Geeignete Plattform aussuchen: Relevante Kriterien sind unter anderem das Thema bzw. die Branche sowie die Ausrichtung (regional, national oder international).
2. Seine Idee packend darstellen: Das Projekt, dessen Ziele und die Motivation der Macher sollten

aussagekräftig vorgestellt werden. Es gilt, die zuvor genau bestimmte Zielgruppe zu faszinieren – zum Beispiel durch ein emotionales Video. Wichtig: unbedingt authentisch bleiben!

3. Richtige Mindestsumme definieren: Die Zielsumme sollte hinreichend hoch angesetzt sein, um die Kosten des Projekts zu decken. Zugleich jedoch niedrig genug, um tatsächlich erreichbar zu sein. Denn sonst fließt gar kein Geld. Es ist üblich, in groben Zügen die geplanten Verwendungszwecke für das Kapital darzulegen.

4. Attraktive Gegenleistung (Reward) festlegen: Häufig erhalten Unterstützer das mit ihrer Hilfe hergestellte Produkt. Bei Projekten ohne haptisches Erzeugnis heißt es: kreativ werden! Hier steht die Gegenleistung idealerweise in direktem Bezug zu der Aktion. Zum Beispiel in Form von Backstage-Karten für das Konzert oder freien Eintritt zur Theater-Premiere.

5. Seine Aktion bekanntmachen: Es ist harte Arbeit, die Aufmerksamkeit der Masse zu gewinnen. Nicht nur das eigene Netzwerk sollte dafür aktiviert werden. Auch die Nutzung reichweitenstarker Social-Media-Kanäle und kontinuierliche Pressearbeit steigern die Erfolgsaussichten. Der intensive Dialog mit den Unterstützern kann helfen, die Präsentation der Idee stetig weiter zu optimieren.