

ROTE SEITEN:
WIE STIFTUNGEN VOM
WEB 2.0 PROFITIEREN

&Stiftung Sponsoring

Ausgabe 4|2013

Das Magazin für Nonprofit-
Management und -Marketing



www.stiftung-sponsoring.de

**IN ZUKUNFT ONLINE:
DAS INTERNET VERÄNDERT
DEN SEKTOR**

GESPRÄCH

Betterplace-Gründerin Joana Breidenbach zur Idee des Sozialunternehmertums und zur Schöpfung digitalen Potenzials für den Dritten Sektor

AKTUELLES

Zehn Jahre Malteser Stiftung: Wie die Dachstiftung und ihre Treuhandstiftungen das Stiftungsvermögen hundertfach vermehren konnten

SCHWERPUNKT

Ob Crowdfunding, Affiliate Marketing, webbasierte Software: Digitale Optionen bereichern vermehrt die Stiftungsarbeit und -kommunikation

CROWDFUNDING

Eine echte Alternative zu öffentlicher und privater Finanzierung

von Wolfgang Gumpelmaier, Eferding/Österreich

Was haben Christoph Maria Herbst, das Cinema Jenin in Palästina, die Musikerin Amanda Palmer und das Startup Livekritik.de gemeinsam? Sie alle sammelten Geld von (potenziellen) Fans und Kunden, um aus einer einfachen Idee Realität werden zu lassen. Das Zauberwort heißt Crowdfunding – eine Projektfinanzierungsform, die gerade in Zeiten schwindender Budgets für immer mehr Kreative, Firmengründer sowie Nonprofit-Organisationen eine echte Alternative zu klassischen Finanzierungsmodellen darstellt.

PROJEKTFINANZIERUNG ÜBER DAS INTERNET

Crowdfunding leitet sich aus dem Begriff bzw. Prinzip „Crowdsourcing“ ab, also der Auslagerung von Wissen und Tätigkeiten an eine (oftmals) anonyme Masse an Internetnutzern. Beim Crowdfunding wird dieses Konzept um den finanziellen Aspekt erweitert: Mit Hilfe der Online-Crowd wird Geld gesammelt – für künstlerische Vorhaben, Unternehmensgründungen, Geschäftsideen, politische Zwecke oder Projekte gemeinnütziger Organisationen.

Die weltweit bisher umfangreichste Crowdfunding-Studie – der Crowdfunding Industry Report der US-Agentur massolution – nennt vier unterschiedliche Formen der Schwarmfinanzierung. Die Unterschiede beziehen sich vor allem auf die Art der Gegenleistung, die Unterstützer für ihre finanzielle Beteiligung an einem Projekt erhalten:

- Beim Equity-based-Crowdfunding oder „Crowdinvesting“ investieren viele Kleinanleger in ein Start-up oder eine Geschäftsidee und werden dafür mit einer Erfolgsbeteiligung belohnt.
- Beim Lending-based-Crowdfunding werden – insbesondere im Bereich der internationalen Entwicklungsarbeit – Mikrokredite zwischen Privatpersonen mit Aussicht auf Rückzahlung der investierten Summe vermittelt.
- Bei der wohl bekanntesten Form des Reward-based-Crowdfunding werden v.a. ideelle, aber auch materielle Prämien (Danknachrichten, DVDs etc.) versprochen, z.B. auf den internationalen Plattformen Kickstarter oder Indiegogo.
- Beim Donation-based-Crowdfunding handelt es sich letztlich um die Sammlung von Spenden, bei der lediglich eine Zuwendungsbestätigung erteilt wird.

ERHEBLICHE STEIGERUNGEN

Weltweit existieren rund 500 Internet-Plattformen, die sich auf die Präsentation und Abwicklung von Crowdfunding-Pro-

jekten spezialisiert haben. Im Crowdfunding Industry Report wurden die Daten von rund 300 dieser Anbieter erhoben und ausgewertet. Im Ergebnis konnten 2012 weltweit rd. 2,7 Mrd. US-\$ über Crowdfunding-Plattformen eingesammelt werden. Das ist ein Anstieg von 81 % gegenüber dem Vorjahr. Für 2013 prognostiziert massolution einen weiteren Anstieg auf 5,1 Mrd. US-\$.

Auch in Deutschland wächst das Crowdfunding-Volumen stetig, wie Jörg Eisfeld-Reschke vom Institut für Kommunikation in sozialen Medien (ikosom) bestätigt: „Für das Jahr 2013 erwarten wir, dass über 5 Mio. € in Crowdfunding-Projekte investiert werden.“

UND SO FUNKTIONIERT'S

Abgesehen von vereinzelt Projekten Marke Eigenbau werden die meisten Ideen auf einer der zahlreichen Plattformen angeboten. Diese kümmern sich um eine ansprechende Präsentation, die technische und rechtliche Infrastruktur, den Finanztransfer und das Unterstützer-Management. Bei erfolgreich finanzierten Projekten behalten die Plattformen eine Provision von bis zu 10 % der Zielsumme ein, z.T. inklusive Payment-Gebühren für Bezahldienste wie PayPal etc.

Grundsätzlich funktionieren die meisten Plattformen nach dem „Alles-oder-Nichts“-Prinzip: Das Geld der einzelnen Unterstützer wird nur dann auf das Konto der Projektinhaber transferiert, wenn die angestrebte Zielsumme in der zuvor festgelegten Zeit vollständig erreicht wurde. Eine Ausnahme hiervon macht etwa Indiegogo.

Nachdem die passende Plattform für das eigene Projekt gefunden ist, folgt eine meist längere Vorbereitungsphase, in der die Projektbeschreibung ggf. mit einem kurzen Projektvideo erstellt und eventuelle Gegenleistungen definiert werden. Das Angebot von Gegenleistungen dient Unterstützern zur Orientierung, in welcher Höhe sie einen finanziellen Beitrag leisten.

Bereits vor dem Start der Aktion sollten etwaige Multiplikatoren über das kommende Crowdfunding informiert werden, denn sobald die Kampagne startet, geht es darum, über laufende und transparente Kommunikation auf diese aufmerksam zu machen. Das geschieht oft über einen Projektblog und Soziale Netzwerke, zu Beginn des Crowfundings v.a. aber auch über persönliche E-Mails. Eine umfassende und transparente Berichterstattung über das Vorhaben und seine Entwicklung sowie die Miteinbeziehung der eigenen Community sind dabei wesentlich.

CROWDFUNDING FÜR GEMEINNÜTZIGE ORGANISATIONEN

Aktuell beherrschen equity-basierte Crowdfunding-Modelle die Diskussion in den Medien und der Branche. Jedoch sind es v.a. Projekte aus dem sozialen und gemeinnützigen Bereich, die für rund ein Drittel des weltweiten Finanzierungsvolumens über Crowdfunding verantwortlich zeichnen.

In vielen Fällen sind es privat initiierte Projekte, die auf spezialisierten Plattformen wie GlobalGiving, betterplace [s. in dieser Ausgabe S. 6-8], Respekt oder kiva eingestellt werden. So findet man z.B. auf betterplace neben kleinen Vereinen wie Tareto Maa und großen Verbänden wie dem Deutschen Roten Kreuz, UNICEF oder CARE auch zahlreiche Stiftungen, darunter die Björn Schulz Stiftung oder die Stiftung Menschen in Not. Aber auch bei Generalisten haben Nonprofit-Organisationen über unterschiedliche Kategorien die Möglichkeit, für ihre Anliegen Geld zu sammeln. So wurden auf Indiegogo bereits über 430 Bildungs- sowie mehr als 540 Gesundheitsprojekte erfolgreich finanziert. Rund 33 % der Unterstützungen wurden davon in altruistischer Absicht, also ohne Gegenleistung gegeben.

Darüber hinaus werden Stiftungen auch als Förderer von Crowdfunding-Plattformen aktiv, wie z.B. die Stiftung Entrepreneurship für die Gründergarage. CARE Großbritannien betreibt mit lendwithcare.org sogar eine eigene Plattform im Bereich der Mikrokredite und hat 2012 laut eigenen Angaben darüber mehr als 130 Mikrofinanzierungen in 39 Ländern ermöglicht.

Für Spenden, die über Crowdfunding eingegangen sind, können bei Einhaltung der steuerlichen Voraussetzungen Zuwendungsbestätigungen ausgestellt werden. Einige Plattformen, z.B. startnext, stellen sie bereits automatisch aus.

KURZ & KNAPP

Crowdfunding bietet gemeinnützigen Organisationen zahlreiche Optionen zur Finanzierung von Projekten und eigener Infrastruktur. Über seine Fundraising-Funktion hinaus kann das Tool zahlreiche andere Vorteile bringen. So können viele Crowdfunding-Unterstützer als Empfehlungsgeber agieren und so helfen, das Projekt in ihrer Community weiterzutragen.

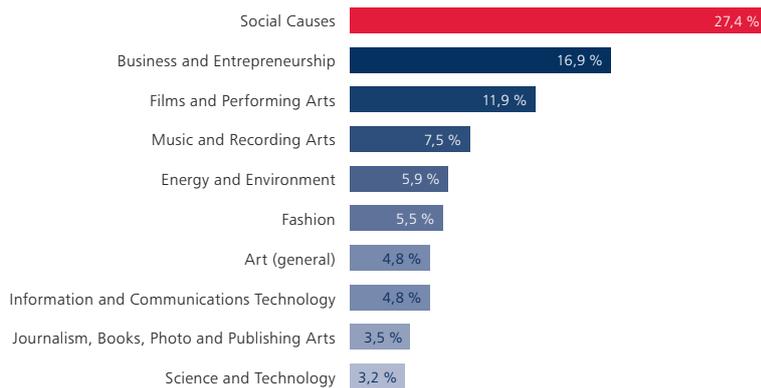


Abb.: Die zehn aktivsten internationalen Crowdfunding-Kategorien (Quelle 2013CF – The Crowdfunding Industry Report)

gen. Dies führt zu einer maximalen Sichtbarkeit des Projekts sowie der dahinterstehenden Organisation und erweitert die Unterstützer-Community durch neue Zielgruppen. In vielen Fällen gibt die Crowd zudem hilfreiches Feedback, das wertvolle Qualitätsverbesserungs- und Innovationsprozesse anregen kann. ■

ZUM THEMA

Gumpelmaier, Wolfgang: Crowdfunding in der internationalen Entwicklungszusammenarbeit, Interview mit Dave Blazer, 2013 [abrufbar unter www.ikosom.de]

massolution (Hrsg.): 2013CF. The Crowdfunding Industry Report, 2013

Steinberg, Scott: The Crowdfunding Bible: How to Raise Money for Any Startup, Video Game or Project, 2012

im Internet

venturebeat.com

www.ikosom.de

[u.a. mit einer Liste europäischer Crowdfunding-Plattformen]

www.fuer-gruender.de [Crowd funding Monitor]

in Stiftung&Sponsoring

Hausmann, Andrea / Pöllmann, Lorenz: Crowdfunding im Web 2.0. Neue Chancen für Fundraising und Kommunikation am Beispiel der Kultur, S&S 2/2010, S. 28-29



Wolfgang Gumpelmaier ist Berater und Vortragender für Digitale Kommunikation, Coach für verschiedene Unternehmen und bloggt u.a. zum Thema Crowdfunding, wolfgang@gumpelmaier.net, www.ikosom.de, www.gumpelmaier.net



Die Stiftungs- und Sponsoring-Experten der BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft beraten Sie gern zu allen Fragen aus dem Bereich Stiftungen und Bürgergesellschaften.

WAS ZÄHLT, SIND WISSEN UND ERFAHRUNG

Bitte wenden Sie sich an unser Branchencenter Stiftungen in Köln oder an einen unserer 25 Standorte in Deutschland, wenn Sie von Experten beraten werden und von unserer langjährigen Erfahrung profitieren wollen.

BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
 RAin Gabriele Ritter · Konrad-Adenauer-Ufer 79-81 · 50668 Köln
 Telefon: 0221 97357-116 · stiftung@bdo.de · www.bdo.de

Anzeige



Band 1

Sonderpreis
für Abonnenten von S&S
79,90 €



Band 2

Sonderpreis
für Abonnenten von S&S
29,90 €

Band 1 aus der Reihe „Personalmanagement in Stiftungen“

Berit Sandberg / Christoph Mecking
Vergütung haupt- und ehrenamtlicher Führungskräfte in Stiftungen
Die Ergebnisse der Vergütungsstudie

Broschur, 149 Seiten, 149,90 Euro
ISBN 978-3-9812114-0-5

NEU: Band 2 aus der Reihe „Personalmanagement in Stiftungen“

Berit Sandberg (Hrsg.)
Nachfolge im Stiftungsvorstand
Herausforderungen und Handlungsempfehlungen für das Gremienmanagement

Broschur, 276 Seiten, 39,90 Euro
ISBN 978-3-9812114-1-2

Mit Stiftung&Sponsoring immer auf dem Laufenden!

- Aktuell, anschaulich, fundiert
- Praxisbeispiele, Fachartikel, Anregungen
- Kurze, prägnante Beiträge
- Inkl. regelmäßiger Fachbeilage „Rote Seiten“
- Autoren aus Wissenschaft und Praxis
- Alle wichtigen Themen des Nonprofit-Bereichs
- **Alle 2 Monate (druck-)frisch auf den Tisch**



Abonnieren Sie jetzt das führende Fachmagazin für Nonprofit-Management und -Marketing mit jeweils 6 Ausgaben pro Jahr plus Sonderausgaben zum Preis von 126,80 €

Nachlässe für Buchhandlungen/Bibliotheken (15 %), Redaktionen / Verlage (20 %), Studierende (40 %) und für jedes weitere Abonnement (50 %)



Wir begrüßen jeden neuen Abonnenten mit einem **Gratis-Exemplar** „Die verkaufte Verantwortung: Das stille Einvernehmen im Fundraising!“ von Alexander Glück

JA, ICH ABONNIERE S&S FÜR 1 JAHR

NAME, VORNAME

FIRMA/INSTITUTION (falls Lieferanschrift)

STRASSE/HAUSNUMMER

PLZ/ORT

TELEFON (für Rückfragen)

EMAIL

DATUM, UNTERSCHRIFT

ZAHLUNG PER RECHNUNG ZAHLUNG PER BANKEINZUG

KONTONUMMER / BANKLEITZAHL

Ich möchte das Abo beginnen mit der Ausgabe

Ich bestelle zusätzlich folgende Einzelhefte (bei rückliegenden Ausgaben siehe Inhalte unter www.stiftung-sponsoring.de):

Das Abonnement verlängert sich jeweils um ein Jahr, wenn es nicht bis acht Wochen vor Ablauf gekündigt wird.

Die Bestellung kann ich binnen 2 Wochen nach Bestelldatum schriftlich beim Stiftung&Sponsoring Verlag, Möwenweg 20, D-33415 Verl, widerrufen (Datum des Poststempels).



Stiftung&Sponsoring Verlag
Möwenweg 20 · D-33415 Verl
Telefon (05246) 92 19-0
abo@stiftung-sponsoring.de
www.stiftung-sponsoring.de

