


## Mäzene marsch!

Beim Crowdfunding macht's die Masse, auch wenn hin und wieder einer der noblen Spender Vierstelliges lockermacht – so geschehen etwa, als auf der Plattform kickstarter.com Gelder für die Facebook-Alternative Diaspora eingeworben wurden. In kurzer Zeit kamen so über 200 000 US-Dollar zusammen



**Alle für einen** Die Zinsen lassen sich zwar nicht zählen, die Geldgeber kommen trotzdem: Mit Kleinbeträgen, die im Web organisiert werden, unterstützen Finanziers vielfältige Projekte – von der aufwendigen Recherche für eine Reportage oder der Produktion eines Films bis zum Aufbau eines sozialen Netzwerks. Crowdfunding heißt das Prinzip, vom dem auch Start-up-Unternehmen profitieren

Text **Anja Dilk** und **Heike Littger** Illustrationen **Astrid Thienhaus** und **Philipp Dominic Tackenberg**




das Konzept wirkt charmant: Künstler, Musiker, Filmemacher und Designer sammeln mit dem virtuellen Klingelbeutel bei künftigen Kunden das Geld für ihre nächsten Projekte. Als Kredit fürs nächste Werk, einen Film beispielsweise. Wer ungefähr 25 Euro springen lässt, bekommt die Kinokarte für den Film frei Haus. Wer 50 Euro auf den Tisch legt, erhält eine signierte DVD dazu. Wer 500 Euro gibt, wird zum Studiobesuch während der Filmproduktion geladen, für 1000 Euro kann der Spender selbst in einer Szene mitspielen.

**Die immateriellen Zinsen locken Kunst- und Kulturfans,** lassen sie teilhaben an Projektentwicklung und -gestaltung. Das bringt den Akteuren nicht nur Geld, sondern auch Publikum. Denn die Partizipation 2.0 kann zum Marketingmotor für das neue Kunstprojekt werden, egal ob Film oder Buch, Musik oder Bildende Kunst. Dann nämlich, wenn Hunderte Kleinstkreditgeber begeistert in Facebook oder Twitter, im Freundeskreis oder am Arbeitsplatz von dem Samen der Kunst erzählen, dem sie zum Wachstum verholfen haben: als Crowdfunding-Investor bei Startnext.

Im September ist Startnext mit seiner Webseite in einer Beta-Version an den Start gegangen, als erstes Unternehmen in Deutschland für Kulturförderung via Mikroinvestment im Netz. Während in der Open-Source-Welt eine Schar digital verbundener Experten an gemeinsamen Programmen tüftelt, soll beim Crowdfunding die Masse der Websurfer Unternehmungen auf die Beine helfen. „Crowdfunding ist ideal für den Kulturbereich“, sagt Gründer Tino Kreßner, 25, „dort ist Geld chronisch knapp, viele Künstler stolpern über Bürokratie und Konditionen der öffentlichen Förderung, die oft ohnehin kaum langt.“

Als der Medientechniker an seiner Abschlussarbeit über Marketing im Web 2.0 schrieb, faszinierten ihn Pionierprojekte im Ausland, bei denen Musiker online auf Sammeltour für neue CDs gehen (sellaband.com) oder Gründer Geld für ihr Start-up sammeln (Kickstarter.com). So entstand allmählich die Idee zu Startnext. Auf der Plattform können sich Künstler mit ihrem Projekt präsentieren und um Investoren werben, zehn Prozent der eingesammelten Summen gehen an Startnext. „Über unsere Plattform bekommen gerade Nischenanbieter Kontakt zu Mikromäzenen, die sonst nie auf sie aufmerksam geworden wären“, sagt Kreßner.

Zwar ist Crowdfunding im Grunde nichts Neues. Viele Menschen unterstützen gemeinsam eine in ihren Augen wichtige Sache – die meisten Hilfsorganisationen funktionieren auf diese Weise. Doch noch nie war es so einfach, Gleichgesinnte zu finden und weltweit Aktivitäten zu koordinieren. „Crowdfunding ist die Demokratisierung des Mäzenatentums“, sagt Gregor Hopf, Professor an der Hamburg School of Business Administration (HSBA) und unabhängiger Produzent, „Spenden einsammeln, ohne betteln zu müssen.“

Wie effektiv das Konzept der vernetzten Kleinspender sein kann, hat US-Präsident Barack Obama in seinem Wahlkampf gezeigt. Er hatte ein gutes Image, ein zukunftsträchtiges Konzept, aber keine Infrastruktur – also kein Netzwerk aus Hollywood-Größen und Investmentbankern, die er zu einem der üblichen Fundraising-Dinners hätte einladen können. Deshalb bot er die Internetseite mybarackobama.com mit Spende-Button, die sich laut dem Magazin *The Atlantic* schnell zu einer „beeindruckenden Gelddruckmaschine“ entwickelte. Rund 500 Millionen Dollar, so die *Washington Post*, soll Obama während seines 21-monatigen Wahlkampfes über das Internet eingenommen haben.

Ein beeindruckendes Ergebnis, das nicht nur Künstler und Filmemacher träumen lässt. Auch Zeitungsverlage und ▸



ANZEIGE



*Tausend einzigartige Sehenswürdigkeiten und nur eine Frage: Wann besuchen Sie uns?*

Unión Europea
Andalucía se mueve con Europa
JUNTA DE ANDALUCIA
www.andalucia.org
Andalucía
LIEBT SIE



## Mal herhören!

Wer Finanziers gewinnen will, muss für sein Projekt begeistern – dafür reicht die schlichte Präsentation auf einer Crowdfunding-Plattform kaum aus. Virales Marketing bringt mehr …

… besonders, wenn soziale Netzwerke wie Twitter oder Facebook eingesetzt werden

Blogger sehen in Crowdfunding eine Chance, nach jahrelangen Debatten über neue Erlösmodelle eine frische Geldquelle zu finden.

Über kleine Spende-Buttons des schwedischen Crowdfunding-Netzwerks flattr können sich zum Beispiel seit Mai Leser der *taz*-Webseite für Artikel bedanken. Die Einnahmen sind jedoch überschaubar, im Juli kamen 1420 Euro zusammen. Bei anderen, etwa dem Politblog Netzpolitik oder der Journalistenplattform Carta, war die Ausbeute noch spärlicher. Vielleicht sei das Prinzip, argwöhnt Web-Guru Sascha Lobo, zumindest in der Medienwelt des Internet wenig hilfreich: „Nur wer selbst flattert, kann geflattrt werden. Ein mittelgroßer Haufen Blogger reicht das Geld im Kreis herum. Die Vielzahl der kleineren Blogs bezahlen die wenigen großen."

Crowdfunding – nur ein Almosen für die Kaffeekasse, ein sinnloser Kreislauf des Kleingelds? „Um herauszufinden, ob die Geschenkökonomie funktioniert, ist Machen die einzige Möglichkeit", sagt auch Lobo. Zumal das System hierzulande gerade mal in den Kinderschuhen steckt. Zwar machen immer wieder Neugründungen von sich reden, erst im Juli hat der Wirtschaftsinformatiker Friedemann Bartels den Mikrobezahldienst Yourcent freigeschaltet. Doch wer will abschätzen, wie viele Menschen hierzulande dauerhaft bereit sind, via Internet Geld lockerzumachen? Gerade in Deutschland ist Online-Payment noch nicht so verbreitet wie in Übersee. Und das Misstrauen schwingt mit: Wie viel Geld zweigen die Bezahl- und Vermittlungsdienste ab? Wie viel Geld kommt bei Bloggern, Filmemachern und Musikern an? Und machen sie dann auch das, was sie versprochen haben?

Das aber, meint Lars Jäger, sei keine allzu große Gefahr. „In Zeiten von Web 2.0", sagt der Professor für Investition und Finanzierung an der Fachhochschule Worms, „wird die virtuelle Community mit Argusaugen beobachten, wohin ihr Geld wirklich fließt. Betrüger haben da kaum Chancen." Und doch teilt er die Befürchtungen von Hendrik Speck, Professor für Interaktive Medien an der FH Kaiserslautern. „Das System wird sich selber fressen", prophezeit Speck, auch wenn es jetzt noch neu und aufregend sei. Doch je mehr Crowdfunder die Crowd anzapfen, desto undurchsichtiger werde der Markt.

Wem Geld geben und wem nicht? „Die Menschen verlieren den Überblick", sagt Speck, „werden müde und wenden sich, wenn überhaupt, den wenigen, großen, von den Medien gehypten Projekten zu."

Startnext-Gründer Kreßner kennt das Argument nur zu gut. Er setzt auf Reputation seiner Künstler. „Die Qualität der Kunstprojekte ist unsere Visitenkarte", sagt er. Zusätzlich soll ein Bewertungssystem nach dem Vorbild von Ebay für Orientierung sorgen. Kreßner hat nicht nur die privaten Unterstützer im Blick, sondern auch vor allem Unternehmen: Sie können in Zukunft über seinen Premiumdienst ihr Image als moderner Kulturförderer schärfen und auf diese Weise online neue Zielgruppen erreichen.

Einer, der die Thank-You-Economy- und Micropayment-Bewegung von Anfang an beobachtet, ist Burkhard Schneider. Seit fünf Jahren betreibt der Ex-Banker den Blog best-practice-business.de und berichtet dort über innovative Geschäftsmodelle: „Crowdfundig hat ein Riesenpotenzial, gerade wenn es statt finanzieller Rendite außergewöhnliche Zinsen in Form von Beteiligung oder besonderen Gaben bietet."

Die US-amerikanische Musikerin Jill Sobule hat schon 2008 gezeigt, wie gut das funktionieren kann. Sie sammelte Geld für ihr neues Album und bot dafür ihren Fans diverse Extras an – vom freien Download des Albums über freien Eintritt in ihre Shows für ein Jahr bis zu Haus- ▸



ANZEIGE

*Bilder einer Metropole*
Die Impressionisten in Paris
Museum Folkwang
2. Oktober 2010 – 30. Januar 2011



Edouard Manet, *Die Eisenbahn*, 1873, National Gallery of Art, Washington, Gift of Horace Havemeyer in memory of his mother, Louisine W. Havemeyer © Foto: Courtesy National Gallery of Art, Washington

Museum Folkwang
Essen

Di – So 10 – 20 Uhr
Fr 10 – 22.30 Uhr
Mo geschlossen
T +49 201 8845 444
www.museum-folkwang.de

Partner des Museum Folkwang
e·on | Ruhrgas

Mit großzügigen Leihgaben des
Musée d'Orsay

Hauptsponsor von
RUHR.2010




**Ruhe!**

Die Vielzahl der Projekte birgt die Gefahr, dass potenzielle Finanziers den Überblick verlieren – Spendenmüdigkeit ist unweigerlich die Folge

konzerten. Schon nach 53 Tagen hatte sie 75 000 Dollar auf dem Konto.

Immer wieder regen auch Filme oder Texte über gesellschaftliche und ökologische Missstände die Crowd zum Spenden an. Die US-amerikanische Fotojournalistin Lindsey Hoshaw wollte vier Wochen lang auf einem Forschungsschiff mitfahren, um den riesigen Müllteppich im Pazifik zu fotografieren. Als die *New York Times* nicht bereit war, ihr die erforderlichen 10 000 Dollar zu geben, rief Hoshaw über die Internet-Plattform spot.us zu Spenden auf. Bald darauf konnte sie losfahren.

Wesentlich für so einen Erfolg ist, sagt HSBA-Professor Hopf, der Vierklang aus Produkt, Emotion, Identifikation und Vernetzung. „Crowdfunding benötigt immer ein Patronage-Umfeld, eine emotionale Bindung des Spenders zum Projekt und dem Projektinhaber. Und natürlich muss die Musik, der Film, die Idee herausragend sein, unter die Haut gehen, bewegen.“ Durchschnittsware hat in der Crowd keine Chance.

Was für einfache Produkte und Projekte klappen mag, taugt nach Einschätzung des Ex-Bankers Schneider noch lange nicht als Initialzündung für komplette Unternehmensgründungen. Gerade die restriktiven Regeln in Deutschland bremsen bei der Geldakquise. So können Crowdfunding-Projekte auch schon mal schnell unter die Prospektpflicht fallen.

„Das ist aufwendig und teuer“, meint Lars Jäger, der vor seiner Berufung nach Worms bei der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) gearbeitet hat. „In der Regel umfasst so ein Prospekt um die 150 Seiten und kostet in der Erstellung zwischen 10 000 und 50 000 Euro. Die meisten Crowdfunder haben keine Ahnung davon und schlittern auf aufsichtsrechtliches Glatteis.“ Und es kann Jahre dauern, bis ein Start-up Geld für die Anteilseigner abwirft – wenn überhaupt. Schneider: „Spätestens nach fünf Jahren werden auch Crowdfunder unruhig.“

Jens-Uwe Sauer sieht das anders. „Crowdfunder wie Wiseed aus Frankreich sind derzeit äußerst erfolgreich. Innerhalb des vergangenen Jahres haben sie fünf Millionen Euro für 14 Projekte gesammelt, ab 100 Euro kann jeder einsteigen.“ Überzeugt von dem Konzept, hat Sauer vor einem Jahr Seedmatch gegründet, eine Crowdfunding-Plattform zur Förderung von Start-ups. „Viele zukunftsweisende Ideen werden auf Eis gelegt, weil die Investmentkultur hierzulande in den Kinderschuhen steckt und wir Deutsche unser Geld lieber auf Sparkonten packen“, kritisiert Sauer. „Auf Seedmatch organisieren wir für sie Venture Capital und machen aus Investoren Multiplikatoren – das schafft zusätzliche Aufmerksamkeit in der Gründungsphase.“

Ein Jahr lang hat sein Team an dem rechtlichen Konstrukt gefeilt, demnächst gehen die ersten Start-ups online, mehr als 300 Investoren haben sich schon vorregistriert. Mindestinvestitionssumme: 250 Euro. Nach fünf Jahren sollen die Renditen in ihre Taschen fließen, Erlöse im Faktor drei oder vier. Garantieren kann das niemand. Sicher ist nur: Mehrere Flops kann sich der Crowdfunding-Makler nicht leisten. Sauer: „Doch wir haben vielversprechende Gründer im Boot. Zwar werden wir sicher nicht jeden Investor überzeugen. Aber ich habe viele Menschen getroffen, die Geld auf der hohen Kante haben und denen Aktien zu langweilig sind.“

Menschen, die lieber in kleine Aufsteiger investieren, deren Idee sie persönlich berührt, deren Produkt sie selbst in den Händen halten und stolz darauf sein können. Sauer: „Schon wenn wir in Deutschland 10 000 Leute gewinnen, die über Crowdfunding 3000 Euro anlegen, sind das 30 Millionen Euro mehr auf dem Markt – für die Gründerszene ist damit viel in Bewegung gekommen.“ ■



**Do you dream of a fireplace?**

Exclusively, in selected fireplace studios throughout Europe - the free customer magazine from SCHOTT ROBAX® and selected fireplace manufacturers.
Please visit www.atmosfire-magazine.com




SCHOTT ROBAX® attika HEIZ RIKA LEDA SPARTHERM

www.atmosfire-magazine.com