



Stolpersteine beim Crowdfunding

Diese Fehler sollten Sie unbedingt vermeiden!

Versäumen Sie es nicht, Ihr Projekt für die Crowd erlebbar zu machen!

Ihre Unterstützer wollen wissen, wen und was sie unterstützen. Dafür müssen Sie Ihren Sportverein authentisch bzw. das zu finanzierende Projekt transparent darstellen. Dies erfolgt in der sogenannten Projektbeschreibung. Diese sollte nicht zu lang sein und die Emotionen der potenziellen Unterstützer ansprechen. Je mehr Menschen (die Crowd) den Sinn und Zweck des Projektes erkennen und sich damit identifizieren, umso größer die Erfolgsaussichten.

Setzen Sie sich kein unrealistisches Fundingziel!

Vor dem Start einer Crowdfunding-Kampagne sollte man schon einen Versuchsballon unter den Vereinsmitgliedern (Netzwerk, zu dem man einen engen Kontakt hat) gestartet haben und ermitteln, wer sich eine Unterstützung und in welcher Höhe vorstellen kann. Setzen Sie bei einem ersten Crowdfunding-Projekt die Fundingsumme (das Finanzierungsziel) lieber etwas konservativer an.

Wählen Sie keinen zu langen Fundingzeitraum!

Die Praxis hat gezeigt, dass Kampagnen mit einer Dauer von 2-4 Wochen besonders erfolgreich sind. Der Projektinitiator (Sportverein) bündelt dann seine Energie und setzt alles Mögliche in die Gänge, um das Fundingziel zu erreichen. Bei längeren Zeiträumen geht dem Sportverein oft die Luft aus. Ein Sportverein hat viele weitere Projekte, die den Einsatz seiner Mitarbeiter benötigen.

Versäumen Sie es nicht, ihr Projekt bekanntzumachen!

Es wäre fatal, ein Crowdfunding-Projekt zu starten und keiner bekommt es mit. Deshalb versäumen Sie es nicht, schon in der Startphase kräftig für das Projekt zu trommeln. Nutzen Sie dafür alle Ihnen zur Verfügung stehenden Kanäle (z.B.): a.) Mund-zu-Mund-Propaganda: Mannschafts-/Vereinsmitglieder, Verwandte der Mannschafts-/Vereinsmitglieder, Freunde und Kollegen der Mannschafts-/Vereinsmitglieder, Fans, Vereinssponsoren, sonstige Unterstützer des Vereins, breite Öffentlichkeit; b. vereinseigene Medien: Social Media, Homepage, Newsletter, Vereinszeitung, Vereins-App c. Vereinsveranstaltungen, d. Pressearbeit). Machen Sie den Starttermin rechtzeitig bekannt!

Vermeiden Sie eine leere Projektseite!

Stellen Sie sicher, dass sich gleich zum Projektstart möglichst viele Unterstützer registrieren und eine Erfolg versprechende Summe auf der Projektseite angezeigt wird. Eine leere Seite sollte vermieden werden. Bei einigen Crowdfunding-Plattformen wird der Fundingphase (Finanzierungsphase) eine Startphase vorgeschaltet, in der Unterstützer/Fans für das Projekt gewonnen werden. Erst wenn eine bestimmte Anzahl von Fans erreicht wurde (z.B. Projektsumme: € 500,00: 10 Fans, € 501 – 1000: 20 Fans etc.) wird die Finanzierungsphase freigeschaltet.

Noch ein Tipp zum Abschluss!

Viele Betreiber von [Crowdfunding-Plattformen](#) bieten an, Sie als Sportverein vor dem Start einer Crowdfunding-Kampagne zu beraten. Werfen Sie also einen Blick auf die Homepages von Crowdfunding-Plattformen. Meistens findet man in der Kategorie „Kontakt“ einen persönlichen Ansprechpartner. Einige Plattformen bieten kostenlose Online-Seminare an, in denen man praktische Tipps zur Umsetzung von Crowdfunding-Projekten und Fehlervermeidung bekommt.