LANDESSPORTBUND
NORDRHEIN-WESTFALEN

Stolpersteine beim Crowdfunding

Diese Fehler sollten Sie unbedingt vermeiden

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

Ihre Unterstützer*innen 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*innen 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 testen, wer sich von den Vereinsmitgliedern (oder sonstigen Netzwerken, zu denen der Verein einen engen Kontakt hat) eine Unterstützung in welcher Höhe vorstellen kann. Setzen Sie bei einem Crowdfunding-Projekt die Fundingsumme (das Finanzierungsziel) lieber etwas vorsichtiger an.

Wählen Sie keinen zu langen Fundingzeitraum

Die Praxis zeigt, 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.

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 und während der Fundingphase kräftig für das Projekt zu trommeln. Nutzen Sie dafür alle Ihnen zur Verfügung stehenden Kanäle, wie:

1. Mund-zu-Mund-Propaganda: Mannschafts-/Vereinsmitglieder, Verwandte der Mannschafts-/Vereinsmitglieder, Freunde und Kollegen der Mannschafts-/Vereinsmitglieder, Fans, Vereinssponsoren, sonstige Unterstützer*innen des Vereins, breite Öffentlichkeit;
2. vereinseigene Medien: Social Media, Homepage, Newsletter, Vereinszeitung, Vereins-App, WhatsApp-Kanal des Vereins, Podcast,
3. Vereinsveranstaltungen,
4. Pressearbeit,
5. Kooperationen mit Influencer*innen

Geben Sie den Starttermin rechtzeitig bekannt!

Vermeiden Sie eine leere Projektseite

Stellen Sie sicher, dass sich gleich zum Projektstart möglichst viele Unterstützer*innen 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*innen/Fans für das Projekt gewonnen werden müssen. Erst wenn der Projektinitiator eine Mindestanzahl von Fans gesammelt hat (Beispiel: bei einer Fundingsumme i.H.v. € 500,00 z.B. mindestens 10 Fans, bei € 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 der Crowdfunding-Plattformen. Meistens findet man in der Kategorie „Kontakt“ eine*n persönliche*n Ansprechpartner*in. Einige Plattformen bieten kostenlose Online-Seminare an, in denen man praktische Tipps zur Umsetzung von Crowdfunding-Projekten und Fehlervermeidung bekommt.