

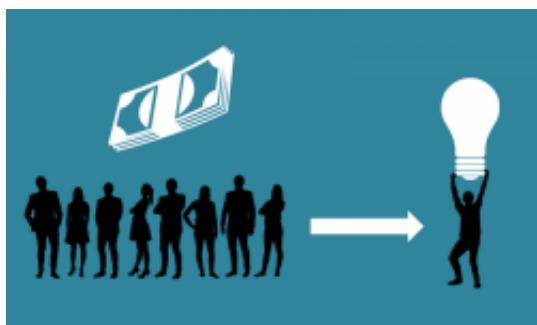


## Blog

Hier finden Sie Tipps, Gründergeschichten, Interviews, How-to's und noch viel mehr.

### 10 Tipps für die perfekte Crowdfunding Kampagne

24.09.2019 von Christian Frey (Kommentare: 0)



Crowdfunding stellt für viele Gründer eine attraktive Möglichkeit dar, ihr Geschäftskonzept zu realisieren. Oftmals begeben sich Gründer allerdings leichtfertig ins Crowdfunding-Projekt. Um das zu verhindern, haben wir euch 10 Tipps für die perfekte Crowdfunding-Kampagne zusammengestellt.

#### 1) Die richtige Plattform

Unter den zahlreichen Crowdfunding-Plattformen die richtige für sein Konzept zu finden, ist nicht immer einfach. Manche Plattformen sind für alle Konzepte offen, andere richten den Fokus auf spezielle Projekte. Wichtig ist, sich darüber im Klaren zu sein, wen man ansprechen möchte und dann die

Plattform zu wählen, die genau diese Zielgruppe anspricht bzw. anzieht.

## 2) Starker Kampagnenstart

Durch Rewards für die ersten Investoren (sogenannte Early Bird Rewards) kann die kritische Schwelle von 20 % der Investitionssumme meistens recht schnell erreicht werden. Vielen Investoren fällt es dann leichter, sich zu beteiligen. Ganz nach dem Motto: Wo schon viele sind, kommen noch mehr.

## 3) Aufbereitung des Contents der Landingpage

Auf Crowdfunding-Plattformen konkurrieren viele Ideen um die Aufmerksamkeit der potentiellen Investoren. Deswegen kann die Gestaltung der Landingpage auf der Crowdfunding-Plattform zum entscheidenden Faktor werden. Hier ist der Einbau von Videos in der Regel unerlässlich, da lange Texte kaum gelesen werden. Das Video kann übrigens auch gut dazu genutzt werden, die Personen hinter dem Projekt vorzustellen, was uns direkt zum nächsten Tipp bringt.

## 4) Die Personen hinter dem Projekt

Jedes Projekt steht und fällt mit seinen Initiatoren. Daher ist die Vorstellung der Personen besonders essentiell. Hier gilt es, als Person sichtbar zu werden, authentisch und sympathisch zu sein, denn die meisten investieren lieber in ein Team anstatt in ein Produkt.

## 5) Community aufbauen und einbeziehen

Der wichtigste Faktor für eure Crowdfunding-Kampagne ist natürlich die Community. Deswegen wird sie idealerweise schon vor dem Start der Kampagne aufgebaut und gepflegt.

## 6) Realistische Finanzierungssumme

Bei vielen Crowdfunding-Plattformen herrscht das Alles-oder-nichts-Prinzip. Wird der Zielbetrag nicht erreicht, wird kein Geld ausgezahlt. Die Summe sollte allerdings ausreichend hoch sein, um das geplante Projekt auch umsetzen zu können. Hierfür schlägt der Startplatz folgende Faustformel vor: **Zielsumme = Wunschbetrag + eventuelle Produktionskosten für Crowd-Prämien + Versandkosten der Prämien + anfallende Plattform-Provisionen (abhängig von ausgewählter Plattform) + Payment Gebühren + etwaige Kosten für externe Dienstleister**

## 7) Zeitplanung

Der zeitliche Aufwand für eine Crowdfunding-Kampagne wird oft unterschätzt. Die Kommunikation mit

der Crowd und die Koordination der Marketingaktivitäten (bspw. auf verschiedenen Social-Media-Plattformen) nehmen viel Zeit in Anspruch. Das sollte man auf dem Schirm haben.

## **8) Perfekte Laufzeit**

Die Laufzeit für die Kampagne kann sehr entscheidend für ihren Erfolg sein. Im Buch „Start-up Hacks“ wird eine Laufzeit von 30-40 Tagen als ideal angesehen. Aufgrund der zeitlichen Verknappung sind Investoren eher alarmiert zu investieren. Ein gutes Gefühl für die „richtige“ Laufzeit kann man auch dadurch erhalten, dass man die Laufzeiten von ähnlichen Kampagnen analysiert. Zu beachten ist bei langen Laufzeiten, dass die ersten Supporter sehr lange bei der Stange gehalten werden müssen.

## **9) Attraktive Rewards**

Wer ein teures Produkt (z. B. ein technisches Gadget für 300 €) in der Kampagne anbietet, sollte möglichen Unterstützern auch coole Rewards unterhalb des Preises anbieten. Nicht jeder kann sich das teure Produkt leisten, aber einige möchten das Projekt vielleicht dennoch unterstützen. Man kann zum Beispiel mit 5 € starten und sich dann in folgenden Schritten steigern: 10 €, 20 €, 50 €, 100 €, 200 €.

## **10) Nach der Kampagne**

Nach einer erfolgreichen Kampagne beginnt die Arbeit erst so richtig. Die Kommunikation mit den Investoren spielt hier zum Beispiel eine bedeutende Rolle. Sie sollten jetzt über den weiteren Verlauf und eventuelle Verzögerungen informiert werden.

*Dieser Beitrag wurde von Christian Frey, [studentischer Mitarbeiter des Gründerbüros der Universität Siegen](#), verfasst.*