



Mit dem Schwarm mehr erreichen:
FUNDRAISING DURCH CROWDFUNDING

WAS WIR VOM CROWDFUNDING FÜRS FUNDRAISING LERNEN KÖNNEN

Jona Hölderle



- ◆ **Beratung & Coaching**
NPO-Online-Marketing | pluralog.de
Kursleitung Online | Fundraising Akademie
- ◆ **Autor & Podcaster**
Fundraising Blog | sozialmarketing.de
Podcasts | gemein & nützlich und Fundraising Radio
- ◆ **Online Fundraising**
NABU Bundesverband

Online-Fundraising vs. Crowdfunding

Ist Crowdfunding neu?

- Aufgekommen unter dem Begriff Crowdfunding in den 2010er-Jahren.
- Aber bereits Mozart hat im 18. Jahrhundert angeblich Klavierkonzerte mithilfe der Crowd vorfinanziert. Für die Unterstützer gab es Noten-Manuskripte mit namentlicher Erwähnung als Gegenleistung.

Ist Crowdfunding online?

- Die Abwicklung von Crowdfunding findet in der Regel auf eigenen Crowdfunding-Plattformen statt.
- Die Plattformen übernehmen eine Treuhand-Funktion für die Einnahmen bis zum Erreichen des Ziels.
- Erfolgreiche Kampagnen leben oft von einem Zusammenspiel zwischen On- und Offline-Maßnahmen.

100 % aller Menschen online
haben auch ein Offline-Leben!

Besonderheiten des modernen Crowdfundings

- 1. Alles-oder-nichts-Prinzip
- 2. Kampagne mit festem Zeitraum
- 3. Gegenleistungen / Perks

Aber, was können wir jetzt für
unser Fundraising lernen?

A young man with dark hair, wearing a teal t-shirt and pants, is crouching in a lush green field. He is leaning forward, kissing a large green frog on the nose. The frog is sitting on a metal lid, which is placed on top of a dark metal barrel. The background is filled with tall grass and yellow wildflowers. The overall scene is peaceful and natural.

1. Wirkungsversprechen

Das Alles-oder-nichts-Prinzip

- Gegensatz zum Nimm-was-du-kriegen-kannst-Prinzip, im klassischen Fundraising.
- Geld wird zurückgebucht, wenn das Ziel nicht erreicht wird.
- Mächtiges Wirkungsversprechen, da es ohne die Unterstützung nicht geht.



Stretch Goals

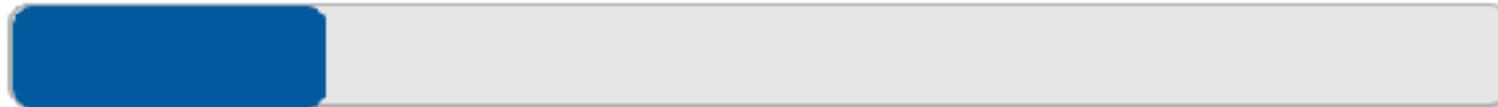
- Eine Möglichkeit, erst einmal klein anzufangen.
- Eine Möglichkeit, das Projekt zu erweitern, wenn es gut läuft.
- Ggf. die Möglichkeit nutzen, externe Spenden mit anzugeben.



Spendenbarometer

- Kommunikation der Gesamtsumme.
- Jede Spende, ein Beitrag zum großen Ganzen.
- Problem der realistischen Ziele.

Bereits 6.314,00 € (21 %) von 30.000,00 € finanziert.



Gemeinsam stark für unsere Ziele X

https://www.caritasstiftung-stuttgart.de/stifterprojektemachensiemit/kinderjugendlicheundfamilien/ 133%

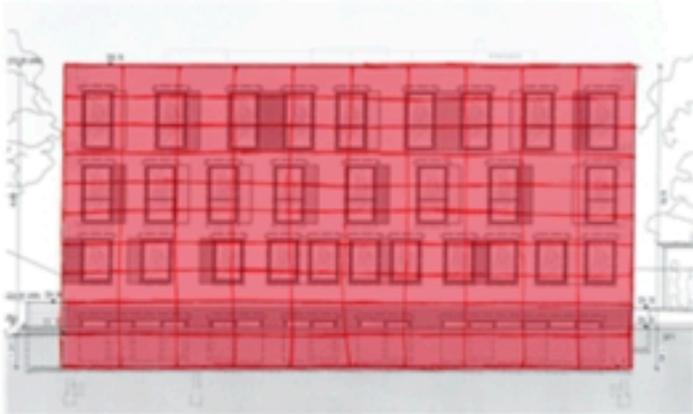
stiftung STUTT GART

Aktuelles Rund ums Stiften **Stifter-Projekte - Machen Sie mit** Über uns

caritas

Online-Beratung

Wir haben es geschafft!



Mit Hilfe toller Spenden von Unternehmen, Privatpersonen, Stiftungen und Aktionen rund um das Haus für Kinder haben wir das Spendenziel von **500.000 Euro** erreicht.

Einen herzlichen Dank an all unsere Unterstützerinnen und Unterstützer!!!

Shopping-Liste

- Beispielhafte Spendensummen mit konkreten Finanzierungsvorschlägen.
- Erleichtert die Auswahl des Spendenbetrages und macht die Wirkung der Spende deutlich.
- Mehr Spende = Mehr Wirkung!

So können Sie helfen



123,80 Euro erhalten 75 m² sichere Heimat für die gefährdete Sperbergrasmücke.

→ 123,80 € spenden



Mit 66 Euro können wir 40 m² als Brutgebiet für Vögel wie den Neuntöter erhalten.

→ 66 € spenden



33 Euro sichern 20 m² Lebensraum für Pflanzen und Tiere wie die Zauneidechse.

→ 33 € spenden

2. Fester Zeitraum



Fester Zeitraum

- Ein fester Zeitraum ermöglicht eine detaillierte Planung und erklärt den Unterstützer:innen, dass sie ihre Unterstützung nicht auf die lange Bank schieben können.
- Meist 4-6 Wochen

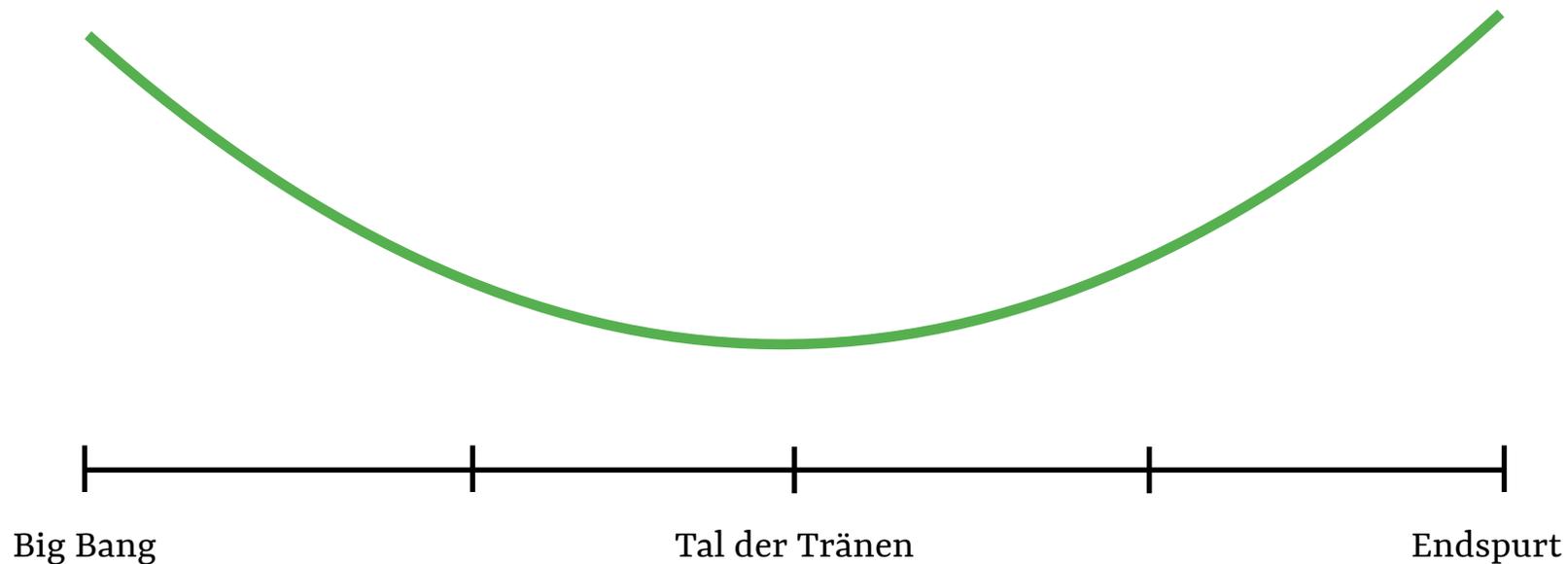


Das mach ich später!



Kampagnen-Dramaturgie

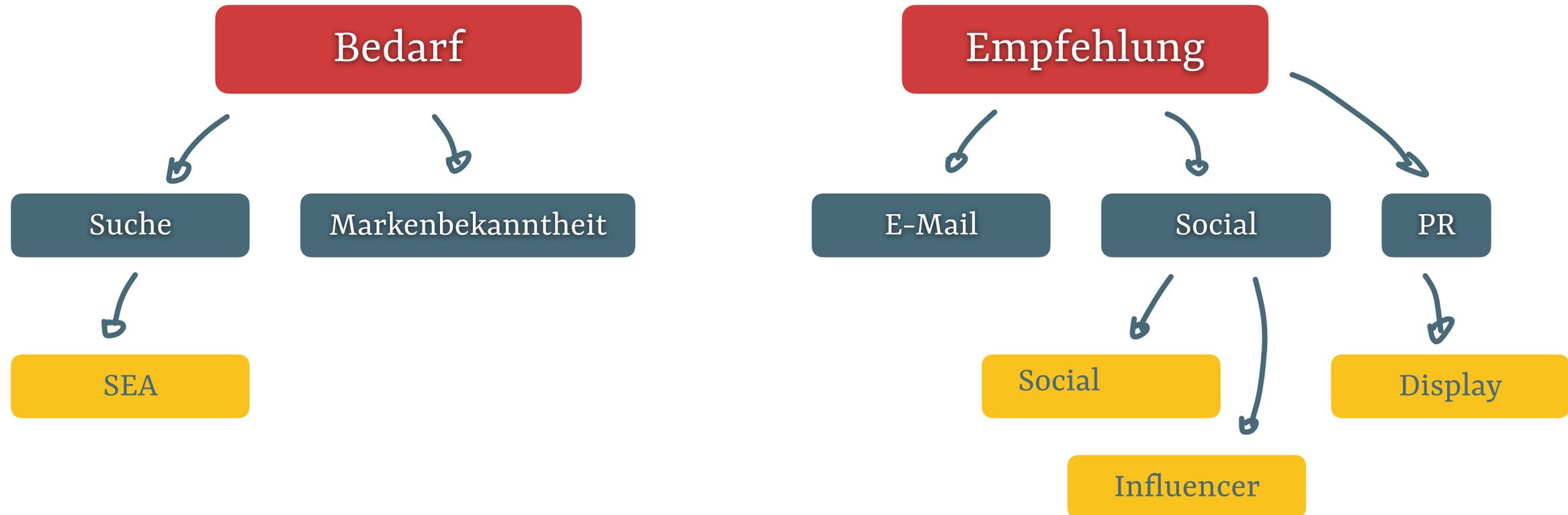
- Ein großer Aufschlag
- Medienberichte, News, Ergänzungen
- Öffentlichkeitswirksamer Endspurt



Leichter zu empfehlen

- Fristen helfen Medien, Partner:innen und Spendenden über die Kampagne zu berichten.
- Menschen sind gerne Teil eines erfolgreichen Projektes!
- Die eigenen Unterstützer:innen sind die besten Influencer.

Reichweite



Intern alle Ressourcen
auf das Fundraising zu konzentrieren,
ist nur in einem überschaubaren
Zeitraum möglich.

3. Gegenleistungen



Gegenleistungen / Perks

- Gegenleistungen zeigen unterschiedliche Motivationen der Unterstützer:innen auf.
 - Von der Spende bis zur Vorbestellung
- Gegenleistungen sollen dazu motivieren, mehr zu geben

 <p>25,00 €</p> <p>signierte Album CD * Alin Goen und...</p> <p>100 von 100 gebucht Ausverkauft</p> <p>Du erhältst das neue Album als CD mit Unterschrift von Alin.</p>	 <p>50,00 €</p> <p>Album CD + Songbuch</p> <p>40 von 40 gebucht Ausverkauft</p> <p>Du erhältst das neue Album und dazu ein Songbuch mit allen Liedern...</p>	 <p>50,00 €</p> <p>handgeschriebener Songtext</p> <p>10 von 10 gebucht Ausverkauft</p> <p>Du erhältst den Songtext eines Songs, von Alin per Hand aufgeschrieben. Zur...</p>	 <p>100,00 €</p> <p>persönlicher Weihnachtsgruß als Video</p> <p>5 von 5 gebucht Ausverkauft</p> <p>Du bekommst von Alin einen persönlichen Weihnachtsgruß mit deine...</p>
--	--	---	--

Spende oder nicht-Spende

- Geldwerte Gegenleistung ist keine Spende
- Nennung im Programmheft / Abspann etc.
- Exklusive Informationen
- Einladungen



Tree of Fame

50,00 €

Dein Name auf dem Tree of Fame

56 gebucht

Wir bauen einen Baum aus Holz als Denkmal für die 50.000 Bäume und...

This card features a stylized tree illustration with the text 'Tree of Fame' in a red, curved font above it. A price tag of '50,00 €' is positioned to the right of the tree. Below the illustration, the text reads 'Dein Name auf dem Tree of Fame', '56 gebucht', and 'Wir bauen einen Baum aus Holz als Denkmal für die 50.000 Bäume und...'. The card has a light green background with a white border.



UNTERSTÜTZE MIT 50 € ODER MEHR

Climate Walk Stofftasche

Du erhältst eine der limitierten Climate Walk Stofftaschen aus nachhaltiger Produktion.

Climate Walk Stofftasche
social and ecofriendly production

Verfügbar: 25 von 30

Tauschgut wählen

This card has a green header with the text 'UNTERSTÜTZE MIT 50 € ODER MEHR'. Below the header, the title 'Climate Walk Stofftasche' is followed by the description 'Du erhältst eine der limitierten Climate Walk Stofftaschen aus nachhaltiger Produktion.' The central image shows a green and white checkered tote bag with a question mark, set against a background of a map and leaves. Below the image, the text reads 'Climate Walk Stofftasche' and 'social and ecofriendly production'. At the bottom, it says 'Verfügbar: 25 von 30' and 'Tauschgut wählen'. The card has a light green background with a white border.

Was haben die Spendenden davon
zu spenden?

Nicht monetäre Gegenleistungen

- Teil des Projektes werden
- Geschenkkurkunde
- Spendengeschenk
- Einladungen
- Informationen
- Namensnennung
- ...

Oft geht es mehr um Wertschätzung
als um eine Gegenleistung.

4. Landingpages



Standardisierte Landingpages

The screenshot shows a web browser window with the URL <https://www.startnext.com/gartenschlaeferhaeuschen>. The page features a large background image of a wooden mouse house with a mouse peeking out. The StartNext logo is in the top right. The main title is "Ein Haus für den Gartenschläfer". A progress bar shows 22 supporters and 645 € raised (9% of a 7,500 € goal). A list of donors is on the right, and action buttons for "Unterstützen", "Abonnieren", and "Teilen" are at the bottom.

Ein Haus für den Gartenschläfer

22 Unterstützer:innen

645 € (9%)

Finanzierungsziel 7.500 €

52 Tage

Unterstützen

Abonnieren

Teilen

Petra Hoppe vor 5 Tagen

Johannes Krämer vor 7 Tagen

Anne-Kathrin Gomringer vor 9 Tagen

Stephanie Weykopf vor 10 Tagen

Ramona Lichtenthäler vor 10 Tagen

Gartenschläfer sind so niedlich - und selten geworden. Mit Gartenschläferhäuschen-Bauaktionen will ich ihnen helfen - und vielen anderen Arten auch.

Wer einen Gartenschläfer in das Häuschen locken will, sollte seinen Garten sehr naturnah umgestalten. Denn die kleinen Tierchen sind anspruchsvoll, was leckere

Spenden Landingpages

- Emotional überzeugen
- Einwandvorwegnahme
- Einfach machen

Landingpage

Call to Action

Aufruf,
Sprechende Buttons ...

Emotionale & Inhaltliche Überzeugung

Emotionale Einleitung, Bebilderung.
Tiefere Fakten weiter unten.

Logo

Wichtige Überschrift

Nulla facilisi. Ut euismod, lorem ut convalis vulputate, est nisl arcuatis lacus, imperdiet pellentesque eros odio nec odio. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Duis et massa tortor. In ut lincidunt.

Jetzt direkt spenden!

Kontakt

Transparenz

Nulla facilisi. Ut euismod, lorem ut convalis vulputate, est nisl arcuatis lacus, imperdiet pellentesque eros odio nec odio. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames

30 € 70 € 130 €

30 € spenden 70 € spenden 130 € spenden

50 € 100 € 250 € frei

Jetzt direkt spenden!

Nulla facilisi. Ut euismod, lorem ut convalis vulputate,

tab tab tab tab

text

Ablenkungsfrei

Nur 1 Link ist wichtig!

Trust Elemente

Menschen, Testimonials,
Siegel, Transparenz...

Wirkungsversprechen

Shopping-Liste, Spendenbarometer

Video



Viralität

- Crowdfunding spricht die Viralität im Fundraising an.
- Es geht nicht nur um bestehende Beziehungen. Crowdfunding ist eine gute Möglichkeit Menschen erstmalig zu erreichen.
- Hierfür braucht es etwas "besonderes".

A group of sheep is shown against a warm, orange-toned background. One sheep on the left has bright orange wool, while the others are white. They are all looking towards the camera.

Was macht uns besonders?



Sie sind am Ende des Internets angelangt!

Hier gibt es nichts mehr zu sehen. Hier folgen keine weiteren Informationen, Grafiken oder Katzenbilder.

Sie können den Computer ausschalten und etwas Sinnvolles tun!

→ Das Internet ausdrucken

→ Noch mal von vorne!

→ Das Internet verlassen!

Vielen Dank und bis bald!

Jona Hölderle



www.pluralog.de



jona@pluralog.de



+49 163 697 696 4



twitter.com/pluralog



xing.com/profile/Jona_Hoelderle



facebook.com/hoelderle



linkedin.com/in/pluralog



instagram.com/pluralog



Mit dem Schwarm mehr erreichen:
FUNDRAISING DURCH CROWDFUNDING

VIELEN DANK