



LEITFADEN CROWDFUNDING

Mehr als nur Handball ...

INTENTION DES LEITFADENS

Der Thüringer Handball-Verband möchte auf den folgenden Seiten seinen Mitgliedsvereinen als unterstützende Service-Leistung einen Leitfaden für die erfolgreiche Gewinnung und Bindung von Unterstützern für die Finanzierung von Projekten durch Crowdfunding an die Hand geben.

Unter Crowdfunding versteht man eine kollektive Finanzierung von Projekten über das Internet. Diese basiert auf in der Regel überschaubaren Einzelbeträgen, mit der Zielsetzung, eine definierte Projektsumme zu erreichen. Im Gegenzug erhalten die Unterstützer des Projektes beim Crowdfunding in der Regel eine Gegenleistung in Form von Dankeschöns.

Für Crowdfunding gibt es mehrere Anbieter, wie zum Beispiel Startnext und fairplaid, auf deren Webseite das Projekt kostenlos eingerichtet werden kann. Das Geld der Unterstützer wird zunächst auf ein Treuhandkonto der Bank des Anbieters angelegt und in der Regel vom Anbieter nur ausgezahlt, sofern die anvisierte Projektsumme erreicht wird. Nur bei einem erfolgreichen Projekt fallen Kosten, wie Transaktionsgebühren und ggf. Provisionsgebühren an. Jedes Projekt wird bei startnext und fairplaid individuell von Mitarbeitern der beiden Unternehmen betreut.



AUFBAU DES LEITFADENS

- **Vorbereitungsphase (Schritte 1-6)**
- **Beteiligungsphase (Schritt 7)**
- **Finanzierungsphase (Schritt 8)**
- **Abschlussphase (Schritt 9)**



VORBEREITUNGSPHASE (SCHRITTE 1-6)

Schritt 1:

Formulierung der Projektidee unter bestimmten Gesichtspunkten

- Verwenden eines aussagekräftigen Titels für die Projektidee (z.B. Handball-Jugendcamp des SV Musterhausen)
- Kurze und prägnante Projektbeschreibung in 2-3 Sätzen
- Vorstellung der hinter der Projektidee steckenden Person/en (idealerweise ein Projekt-Team)
- Hervorheben der Besonderheit der Projektidee
- Erläuterung des Grundes der geplanten Realisierung der Projektidee
- Beschreibung der Verwendung für das gewünschte Geld



VORBEREITUNGSPHASE (SCHRITTE 1-6)

Schritt 2:

Wahl des Anbieters zur Platzierung des Projektes

- Registrieren bei der Webseite des Anbieters
- Anlegen eines Profils auf der Webseite des Anbieters



VORBEREITUNGSPHASE (SCHRITTE 1-6)

Schritt 3:

Setzen eines realistischen Fundingziels

- Einschätzung der Projektkosten (Material, Miete etc.)
- Kalkulation des Wertes der Dankeschöns
- Einplanen der Transaktionsgebühren, die der Anbieter bei einem erfolgreichen Projekt verlangt
- Einplanen von Provisionsgebühren, die der Anbieter ggf. einfordert
- Definition des Realisierungszeitraumes des Projektes



VORBEREITUNGSPHASE (SCHRITTE 1-6)

Schritt 4:

Planung weiterer Maßnahmen

- Aufstellen eines Zeitplans für das Projekt
- Bestimmung der Zuständigkeiten für das Projekt
- Veranschlagung der Projektlaufzeit (Finanzierungsphase) auf der Seite des Anbieters idealerweise zwischen 30 und 45 Tage



VORBEREITUNGSPHASE (SCHRITTE 1-6)

Schritt 5:

Festlegung der Dankeschöns

Beispielhafte Dankeschöns:

- Individuelle Erlebnisse (z. B. Einladung zum Event des Vereins etc.)
- Fertige Produkte (z. B. Trikot, Ball etc.)
- Limitierte Produkte (z. B. Autogramm eines Spielers)
- Sponsoring für Unternehmen (z. B. Platzierung eines Logos und Nennung als Sponsor)



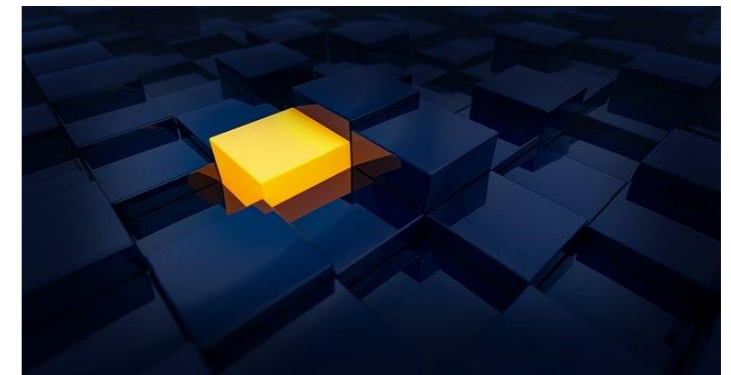
VORBEREITUNGSPHASE (SCHRITTE 1-6)

Schritt 5:

Festlegung der Dankeschöns

Wichtige Tipps für die Gestaltung von Dankeschöns:

- Verwenden eines klar verständlichen Titels der Dankeschöns
- Festlegen zwischen 3 und 10 verschiedenen Arten von Dankeschöns
- Achten auf eine Preisvielfalt der Dankeschöns (besonders im Bereich zwischen 10 und 80€)
- Limitierung der Dankeschöns
- Veranschaulichung der Dankeschöns mit Bildern
- Vermeiden des Angebots von Dankeschön-Paketen
- Angabe des Brutto-Preises der Dankeschöns



VORBEREITUNGSPHASE (SCHRITTE 1-6)

Schritt 6:

Anlegen bzw. Aufbau eines Videos:

- Persönliche Vorstellung der hinter der Projektidee steckenden Person/en
- Erzählen der Geschichte zu der Projektidee
- Schilderung des Grundes für die Unterstützung der Crowd und der dafür eingeplanten Gegenleistungen (Dankeschöns) für die Crowd
- Einfügen eines Links zur Projektseite sowie von Kontaktdaten des Vereins am Ende des Videos



Wichtige Hinweise dazu:

Das Video ist das entscheidende Element einer Crowdfunding-Kampagne. Das Video muss nicht professionell produziert werden, jedoch sollte die Projektidee und die dahinter steckende(n) Person(en) authentisch vor der Kamera vorgestellt werden! Die Video-Länge sollte max. 2-3 Minuten betragen! Die Bilder zur Projektidee sollten ansprechend, aussagekräftig und emotional sein. Am besten holt man sich bzgl. der Ansprache des Videos und der Bilder Feedback von ausgewählten Personen im Verein ein.

BETEILIGUNGSPHASE (SCHRITT 7)

Schritt 7:

Aufbau eines Netzwerkes und dessen Information über das Projekt mittels diverser Kommunikationskanäle inklusive Mitteilung des Links zur Projektseite

Mögliche Kommunikationskanäle:

- Persönliche Ansprache über Email
- Homepage
- Posts in sozialen Netzwerken (z. B. Facebook, Instagram, Twitter)
- Newsletter
- Vereinszeitschrift
- Pressekontakte
- Direkte Ansprache auf Events des Vereins
- Flyer

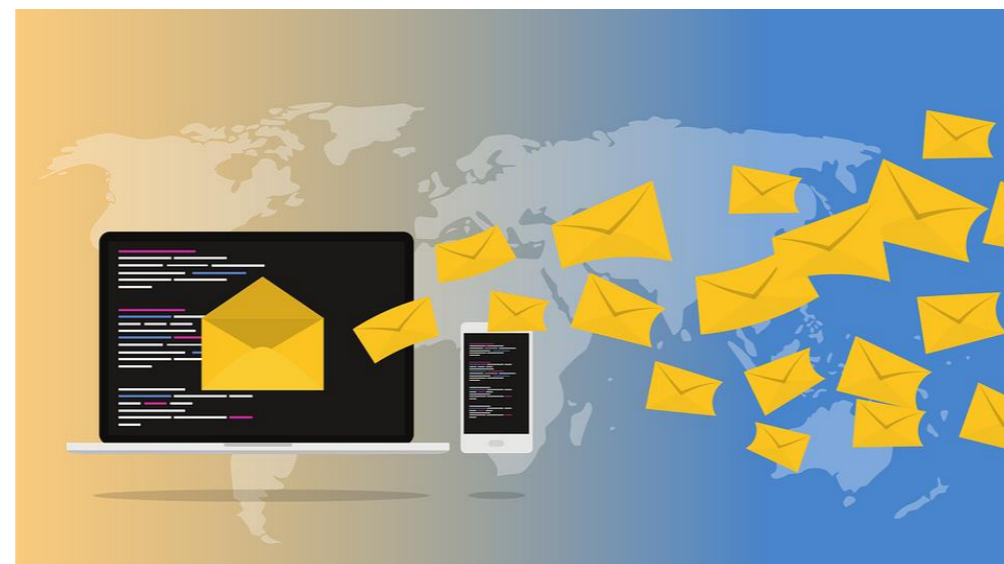


FINANZIERUNGSPHASE (SCHRITT 8)

Schritt 8:

Gestaltung eines transparenten Projektverlaufes während der Finanzierungsphase

- Information der Unterstützer und Fans des Projektes über den Projektfortschritt
- Regelmäßige Beantwortung der Fragen und Kommentare auf der Pinnwand der Projektseite



ABSCHLUSSPHASE (SCHRITT 9)

Schritt 9:

Bedanken beim Netzwerk für die Unterstützung des Projektes unabhängig vom Projekterfolg

- Hohe Relevanz der Wertschätzung des Netzwerkes für den Erfolg möglicher künftiger Projekte
- Gegebenenfalls Hinweis auf weitere Projekte

DANK

FAZIT

- Erreichen einer Begeisterung der Crowd bzw. des Netzwerkes durch ein emotionales und authentisches Video zum Projekt
- Notwendigkeit der Investition eines hohen Aufwandes für die Vorbereitungsphase zum Erreichen eines erfolgreichen Projektabschlusses
- Beachtung der Versteuerung der Dankeschöns, da es sich hier in der Regel nicht um Spenden handelt
- Zusätzliche Möglichkeit der Gewinnung von Privatpersonen und Unternehmen für die Finanzierung des Projektes, die bereits auf der Seite des Anbieters aktiv sind
- Crowdfunding als moderne und im Gegensatz zu anderen Finanzierungsmöglichkeiten sehr gute Möglichkeit, durch viele Einzelbeträge von Unterstützern auch auf relativ einfache Weise hohe Projektsummen zu erzielen



ANSPRECHPARTNER

Thomas Löffler

Mitarbeiter Öffentlichkeitsarbeit, Marketing & Organisationsentwicklung

Thüringer Handball-Verband e.V.

Schützenstr. 4

99096 Erfurt

Telefon: 0361/3746238

Fax: 0361/3746262

E-Mail: thomas.loeffler@thv-handball.de

Web: <https://www.thv-handball.de>

Facebook: <https://www.facebook.com/thvhandball>

Instagram: https://www.instagram.com/thv_handball

Twitter: https://www.twitter.com/thv_handball



