

Für die einen ist Crowdfunding die Revolution. Mittels Finanzspritzen von freien Unterstützern ließen sich unkonventionelle Ideen und Projekte verwirklichen, Produzenten und Konsumenten kämen direkt in Kontakt und könnten voneinander lernen. Für die anderen, die Skeptiker, entsteht mit dem eher als „Spendensammeln“ bezeichneten System wiederum nicht mehr als eine neue „Bittstellerkaste“. Ganz so kontrovers war die Diskussion im Team der „berlinfolgen“ dann doch nicht, als wir überlegten, mittels Crowdfunding 50 weitere Episoden zu produzieren. Wir hatten bereits bis zu 20.000 Zuschauer pro Folge – genug Leute, denen unser Projekt gefallen würde, gab es also. Aber klar waren wir unsicher: Konnten wir eine Summe von 13.000 Euro ausschreiben? Und was, wenn wir öffentlich scheiterten?

OK. Wenn es danach geht, haben wir einige Fehler gemacht. Das Video war mehr ein Projektrailer. Das Projekt war auf drei Monate angelegt, und eine wirkliche Unterstützergemeinde im Vorfeld zu organisieren, dazu fehlte uns schlichtweg die Zeit. Der Start verlief dann auch schleppend: Erst nach drei Wochen hatten wir die einhundert Fans zusammen, die das Projekt für ein Crowdfunding legitimieren. Und noch etwas fiel uns auf: Die einschlägigen Multiplikatoren aus der Netzgemeinde waren nicht sehr zahlreich vertreten. So mussten wir uns nochmal ins Zeug legen: Pressearbeit, Blogbeiträge, Social-Media-Betreuung, „berlinfolgen-Crowdfunding-Partys“. Das Feedback auf der Crowdfunding-Pinnwand stärkte uns aber den Rücken, und schließlich erreichten wir die nötige Unterstützerzahl, um überhaupt mit dem Geldsammeln beginnen zu können.

Crowd sei Dank

Die Finanzierung der „berlinfolgen“

Daniel Nauck

Im Februar 2012 wagten wir auf der Crowdfunding-Plattform „Startnext“ trotzdem das Experiment. Tipps gab es im Vorfeld zahlreich. Doch ließen sich die auch auf unser Projekt anwenden? Schließlich waren die „berlinfolgen“ durch unsere Mitproduzentin „taz“ auch ein Verlagsprojekt. Allerdings eines mit Finanzierungslücke.

Zuallererst sollte sich das Projektteam in einem persönlichen Video vorstellen. Aktive Unterstützer sollte man schon vor der Kampagne ansprechen, damit zum Start gleich für alle sichtbar Geld hereinkommt. Den Zeitrahmen sollte man wegen möglicher Ermüdungserscheinungen nicht zu lang „strecken“. Und damit die Entscheidung nicht zu schwer fällt, sollte es nicht mehr als fünf „Dankeschöns“ zur Auswahl für die Unterstützer geben.

Was sich schnell zeigte: Die gewählte Laufzeit von drei Monaten war für unser Langzeitprojekt sehr optimistisch. Nach zehn Wochen hatten wir gerade einmal die Hälfte der angepeilten Einnahmen zusammen. Ob das an dem Video lag? Oder an den 13 verschiedenen Dankeschöns?

Nach der Nominierung zum Grimme Online Award verlängerten wir die Laufzeit um einen vierten Monat. Gute zwei Wochen später, am Abend der Preisverleihung, schrieb uns ein Unterstützer auf die Pinnwand: „Mit dem Grimmepreis im Rücken dürften die restlichen 40% ja kein Problem sein *Daumen-drück*!“ In der Tat: Das Netz hatte das Projekt entdeckt. Es brauchte ab diesem Moment nur noch wenige Tage für 50 neue „berlinfolgen“. Danke, liebe Crowd.



Daniel Nauck ist Gründer und Geschäftsführer von 2470 media, deren über Crowdfunding finanzierte Porträtreihe „berlinfolgen“ einen Grimme Online Award 2012 erhielt.

Foto: Claire Winkler, 2470media