



**GEMEINSCHAFT  
LEBEN**

**ZUKUNFT  
GESTALTEN**

Leitfaden

# HOW TO CAMPAIGN

**GUTSCHEIN, SPENDE,  
CROWDFUNDING –  
WAS KOMMT FÜR UNS  
IN FRAGE?**

## **HOW TO: VEEDELSPRETTNER / ESPRESSO FÜR KÖLLE**

Wenn ihr Euch für ein Gutschein- oder ein Spendenhilfsprojekt entscheidet, meldet Ihr Euch auf der jeweiligen Plattform an. Oftmals könnt ihr nun ein paar Worte zu Euch und Eurem Projekt / Laden / Gastronomie schreiben und ein Bild hochladen. Informiert Euch auf der Seite, wie die Summe an Euch ausgezahlt wird und ob Transaktionskosten anfallen (das ist meist der Fall). Jetzt könnt ihr den Link zu Eurer Gutschein oder Spendenseite fleißig bei Social Media, per Mail oder bei Freunden teilen und UnterstützerInnen gewinnen :-)

## **HOW TO: CROWDFUNDING – ODER SPENDENKAMPAGNE (STARTNEXT / BETTERPLACE)**

### **1. PROJEKT DEFINIEREN**

Bevor es losgeht, stellt Euch die Frage: Was ist das Ziel eures Projektes? Wofür verwendet ihr das gesammelte Geld (sowohl kurz- als auch langfristig). Diese Infos sind wichtig, denn Eure UnterstützerInnen möchten schließlich wissen, warum ihr akut Unterstützung benötigt, aber auch, was ihr langfristig für Pläne habt.

### **2. FINDET UNTERSTÜTZER\*INNEN**

Macht Eure Kunden, Fans, UnterstützerInnen auf Euch aufmerksam - am besten schon vor Start der Kampagne! So könnt ihr zügig mit Unterstützung rechnen und neue UnterstützerInnen dazu gewinnen.

Wichtig: Denkt darüber nach wer Eure Zielgruppe ist, und wie ihr sie am besten erreichen könnt. Sei es via Facebook, Insta und Co., einer Whatsapp-Gruppe oder vielleicht ganz Old-School per Post?

### **3. DAS PROJEKT ANLEGEN**

#### **Fundingziel festlegen**

Legt ein Fundingziel fest, das realistisch ist. Zum einen im Bezug auf das Geld, das ihr tatsächlich benötigt um Euer Vorhaben zu realisieren, zum anderen im Bezug auf die Summe, die ihr durch Spenden tatsächlich einnehmen

könnt. Wichtig: Informiert Euch über mögliche Transaktionskosten oder Gebühren die anfallen könnten. Außerdem müsst ihr reale Danke-schöns kaufen/produzieren und ggf. versenden (dazu später mehr) - vergesst nicht, diese Kosten mit einzubeziehen!

#### **Wer bist Du? / Wer seid Ihr?**

Gebt Eurer Kampagne ein Gesicht: Wer seid ihr, wer hatte die Idee, was hat das Projekt mit Euch zu tun? Wir zeigen uns gerne solidarisch mit Menschen - scheut Euch also nicht davor Eure Gesichter in die Kamera zu halten und von Eurem Projekt zu erzählen!

#### **Zeigt Euch – mit Bildern und Videos**

Wer sind wir? / Was für ein Projekt machen wir? / Was ist der Kern des Projekts? / Was ist der Mehrwert für die Gesellschaft/UnterstützerInnen?

Beantwortet diese Fragen anhand einer Videobotschaft (1-2 min) oder eine Bilderreihe für Eure UnterstützerInnen. Achtet möglichst auf qualitative Hochwertigkeit und eine sinnvolle Abfolge von Bildern/Geschehnissen. Falls Ihr unsicher seid, klickt Euch beispielsweise bei Startnext oder Fairplaid durch und sammelt Inspirationen. Wichtig: Call-to-Action nicht vergessen: aktiviert potentielle UnterstützerInnen für Euer Projekt!

### Weniger ist mehr

Ihr habt tausend Ideen? Dann entscheidet Euch für eine. Beantwortet die Fragen wer Ihr seid, was Ihr macht, und warum Ihr Unterstützung braucht. Wenn ihr eine klare Linie festlegt fällt es den UnterstützerInnen leichter, Eurer Story zu folgen und sich dann für eine Unterstützung zu entscheiden.

### Dankeschöns

Dankeschöns sind vor allem dann wichtig, wenn ihr Euch für eine Crowdfunding Kampagne entscheidet. Denn hier kaufen Eure UnterstützerInnen ein virtuelles oder reales Dankeschön. Das kann ein virtueller Café, ein virtueller Cocktail oder ein virtuelles High Five sein, aber auch ein echter Gutschein für ein Stück Kuchen, ein Konzertticket für die Zeit nach Corona oder eine reale Umarmung wenn ihr Euch endlich wieder mit dem ganzen Verein treffen könnt! Wichtig ist, dass Ihr Dankeschöns passend zu Eurer Zielgruppe auswählt. Generell sind der Kreativität hier keine Grenzen gesetzt, achtet bei realen Dankeschöns aber auf jeden Fall darauf, dass ihr diese auch in (finanziell) umsetzen könnt.

### 4. WÄHREND DER KAMPAGNE

Erzählt von Eurer Kampagne, bevor, währenddessen und nachdem sie gelaufen ist. Teilt bei Facebook, Insta, Twitter oder per Mail was ihr macht, wie sich die Spendensumme entwickelt und Dinge über Euer Projekt. Was auch immer gerade passiert - bezieht Eure UnterstützerInnen mit ein und lasst sie teilhaben. Macht im Voraus einen Plan, wann ihr was teilen möchtet, damit nicht alles ungefiltert auf Eure UnterstützerInnen einströmt.

### 5. NACH DER KAMPAGNE

Jetzt wird (hoffentlich) gefeiert! Jetzt geht es an die Projektumsetzung und auch an das Verwirklichen der Dankeschöns. Wahrscheinlich wird es ein bisschen dauern, bis die Dankeschöns Eure UnterstützerInnen erreichen: Informiert Sie über einen Newsletter wie es voran geht! Nutzt die gewonnenen Fans weiterhin, um sie auf Euch und eure Arbeit aufmerksam zu machen.

	Startnext	Veedelsretter	Espresso für Kölle	Betterplace
Kreative	✓	(✓)	✗	✓
Kultureinrichtungen	✓	✓	(✓)	✓
Einzelhändler	✓	✓	✗	✓
Dienstleister	✓	✓	✗	✓
Clubs/Bars	✓	✓	✗	✓
Initiativen/Vereine	✓	(✓)	(✓)	✓
Restaurants	✓	✓	✓	✓
Cafés	✓	✓	✓	✓