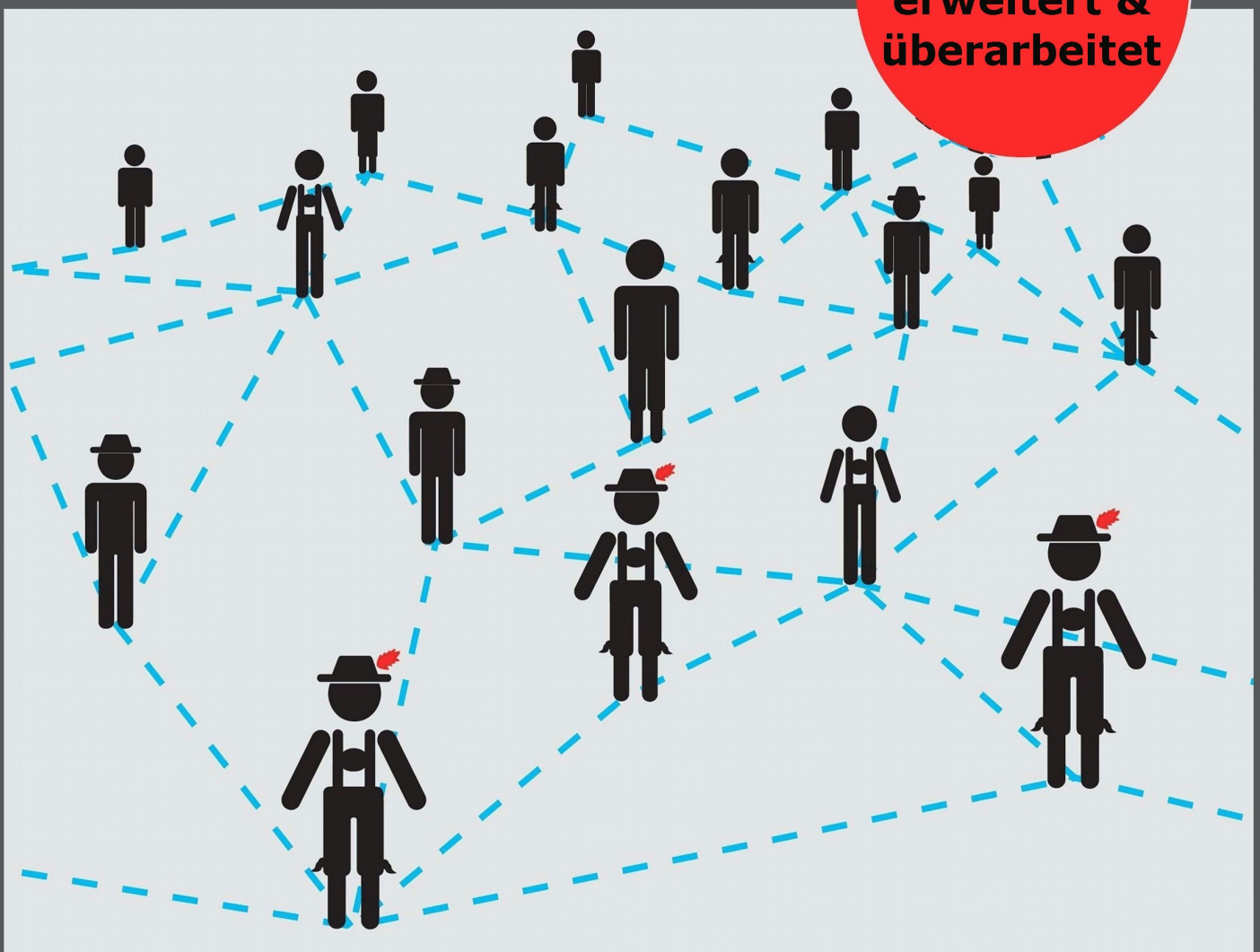


Ansgar Warner

# KRAUTFUNDING

Deutschland entdeckt die Dankeschön-Ökonomie

**3. Auflage  
2013  
erweitert &  
überarbeitet**



Powered by:

**e-book-news.de**  
rund ums elektronische lesen

ANSGAR WARNER

Krautfunding. Deutschland entdeckt die Dankeschön-Ökonomie

**Ansgar Warner** (Jahrgang 1971) ist Chefredakteur und Herausgeber von E-Book-News, dem Online-Magazin rund um das Thema Elektronisches Lesen. Als Journalist wie als Literatur- und Kulturwissenschaftler war er immer schon an der Schnittstelle zwischen alten & neuen Medien unterwegs. 2006 Promotion an der HU Berlin zum Thema Radio-Essay der Fünfziger Jahre, danach folgte die journalistische Tätigkeit für Zeitungen (u.a. taz) wie auch Rundfunk (DLF/DRadio). Mittlerweile arbeitet er als freier Autor & Producer im Medienbüro Mitte (Berlin). Zuletzt erschienen: „Vom Buch zum Byte – Kurze Geschichte des E-Books“ (siehe Info am Ende dieses Buches).

**Kontakt:**

[info@krautfunding.net](mailto:info@krautfunding.net)

<http://www.krautfunding.net/kontakt>

ANSGAR WARNER

# **Krautfunding**

**Deutschland entdeckt die Dankeschön-Ökonomie**

Impressum

ebooknews press © 2013

Verlag Dr. Ansgar Warner

Rungestr. 20 (V)

10179 Berlin

ISBN: 978-3-944953-19-9

## **Inhaltsverzeichnis**

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Vorwort</b>  | <b>S.</b> |
| <b>Crowdfunding in Deutschland: 5 Thesen</b>                              | <b>S.</b> |
| <b>Die Crowd als Produktiv- &amp; Kreativkraft</b>                        | <b>S.</b> |
| <b>„Obama-Effekt“: Journalisten &amp; Blogger setzen auf die Crowd</b>    | <b>S.</b> |
| Flatrate für alle: Flatrate in detail                                     | S.        |
| <b>Kostenlos, aber nicht umsonst: Crowdfunding &amp; Kultursponsoring</b> | <b>S.</b> |
| Wormworld-Saga, oder: Der Crowdfunder als „Holy Scroller“                 | S.        |
| „Das Leben ist kein Ponyhof“  | S.        |
| Der kleine Bruder schlägt zurück: „Befreiung“ von Content                 | S.        |
| <b>Wie funktioniert eine Spendenplattform?</b>                            | <b>S.</b> |
| <b>Startup-Kultur &amp; Agenda Setting</b>                                | <b>S.</b> |
| Die Früchte der Crowd: Newsgrape, das Youtube für Texte                   | S.        |
| Startnext.de: Krautfunding wird gemeinnützig                              | S.        |
| Euryclia & die Wiedergeburt des Subskriptions-Modells                     | S.        |
| SeedMatch: Crowdfunding trifft Micro-Investment                           | S.        |
| Klassisches Fundraising trifft die Crowd                                  | S.        |
| Crowd, Funding & Forschung  | S.        |
| <b>Krautfunding als das nächste große Ding?</b>                           | <b>S.</b> |
| Neue Geschäftsmodelle gesucht   | S.        |
| Kulturwertmark, oder: Per Krautfunding zur digitalen Allmende             | S.        |
| Die Crowd als virtuelle Genossenschaft                                    | S.        |
| <b>Serviceteil</b>  | <b>S.</b> |

# **Vorwort**



Crowdfunding ist mehr als nur ein kurzfristiger Trend. Schon in den Nuller Jahren tauchten auf vielen Webseiten die Spenden-Buttons von PayPal auf. Dann kam Flattr. Inzwischen sind in der deutschen Blogosphäre die bunten Klick-Zähler des schwedischen Crowdfunding-Netzwerks längst zur Selbstverständlichkeit geworden.

Spätestens seit 2010 ist in Deutschland eine wahre Crowdfunding-Gründerzeit ausgebrochen. Ob Startnext, visonbakery oder inkubato: Auf mehr als einem halben Dutzend Crowdfunding-Plattformen werden Spenden gesammelt, um kreative Vorhaben aller Art zu verwirklichen. Egal ob es um Theaterfestivals, Independent-Filme oder Buchpublikationen geht, in wenigen Wochen ermöglicht die Kombination von Micropayment und Web 2.0 oft schier unglaubliches. Im Jahr 2012 kamen auf diese Weise schon mehr als 2 Millionen Euro zusammen.

Zugleich beginnt sich der Crowdfunding-Sektor bereits ausdifferenzieren: Mit Seedmatch, Innovestment & Co. hat auch das Mikro-Investment Einzug in das deutsche Web gehalten. Lag dieser Sektor 2011 noch deutlich hinter dem spendenorientierten Crowdfunding zurück, wurde 2012 mehr als nur aufgeholt: netzaffine Kleinanleger steckten satte 4 Millionen Euro in die Projekte von erfolgsversprechenden Startups, zehn mal soviel wie im Jahr zuvor.

Doch nicht nur das Business boomt: Wie man an Plattformen wie betterplace.org sehen kann, ist klassisches Fundraising ist ebenfalls im Crowdfunding-Zeitalter angekommen.

Einige prominente Crowdfunding-Beispiele sind in diesem E-Book versammelt. Neben dem Einsatz von „Massenspenden“ im Online-Journalismus geht es vor allem um Kultursponsoring, Pre-Order-Modelle im Musik-Business und in der Buch-Branche sowie um die Bedeutung von Crowdfunding für Startups. Ein Thema, das immer wieder auftaucht, ist die Kulturflattrate. Wenn sich Crowdfunding durchsetzt, könnten bisherige Verteilungskämpfe im Kulturbetrieb der Vergangenheit angehören.

Ohne die Crowd geht dabei natürlich gar nichts. Um in der Dankeschön-Ökonomie zu bestehen, muss man die Menschen für eine Sache begeistern. Und ihnen zugleich das Gefühl vermitteln, Teil einer Community zu sein. Es geht nicht um „Drei, zwei, eins – meins“, sondern um Dinge, die einen Nutzen für die Allgemeinheit haben.

Das gilt übrigens nicht nur für waschechte Spendenkampagnen: auch beim Kraut-Investment steht am Anfang eine Idee, die Sinn macht. Insofern richtet sich dieses Buch auch an alle, die im Internet unterwegs sind. Denn die Crowd – das sind wir alle. Je stärker wir uns als Teil der Crowd (oder vieler Crowds) begreifen, desto besser wird Crowdfunding funktionieren.