

# Crowdfunding: Die Macht der Masse

## Warum Musiker Dieter Bohlen nicht brauchen



von Susan Müller

### Investments gegen Armut

Brigida Juana verkauft Essen in einem kleinen Laden in der Nähe von La Paz, Bolivien. Das Einkommen benötigt sie, um ihre Familie zu unterstützen. Kürzlich gab es einen Unfall. Ein Teil des Ladens brannte ab. Sie trug leichte Verbrennungen an den Händen davon. Aber sie macht weiter. Sie kocht und arbeitet, um ihren Verpflichtungen nachzukommen. So steht es auf der Peer-to-Peer Microlending Plattform Kiva ([kiva.org](http://kiva.org)).

Brigida benötigt einen Kredit über 1.000 US-Dollar, um ihren Laden wieder aufzubauen, 800 US-Dollar hat sie bereits zusammen. Ihre Geschichte wurde von Christine Cooper aus dem Spanischen ins Englische übersetzt, einer Freiwilligen, die für Kiva arbeitet. Die Beschreibung hört sich gut an, es klingt, als sei Brigida eine zuverlässige Frau. Trotzdem, etwas stört mich: Die Mikrokreditbank vor Ort,

die als »Fieldpartner« für die Kreditvergabe vor Ort verantwortlich ist, verlangt im Durchschnitt jährlich über 40% an Zinsen und Gebühren.

Ich schaue weiter. Ein Taxifahrer aus dem Libanon. Er hat eine Frau und fünf kleine Kinder. Seit 15 Jahren fährt er Taxi, um seiner Familie ein anständiges Leben zu ermöglichen. Er benötigt einen Kredit über 1.200 US-Dollar. Mit dem Geld möchte er sein Auto in die Werkstatt bringen und es registrieren lassen, damit er seine Kunden sicher transportieren kann und die rechtliche Zulassung erhält. Aufgrund der Gefahrenlage im Libanon wird die Identität des Mannes nicht preisgegeben. 1.150 US-Dollar hat er bereits eingesammelt, es fehlen noch 50. Die Geschichte gefällt mir. Mit meiner Investition würde ich gleich sieben Menschen unterstützen: den unbekannten Taxifahrer, seine Frau und die fünf Kinder. Das Geldinstitut vor Ort verlangt im Durchschnitt Zinsen und Gebühren in Höhe von 18,72%. Das erscheint mir

zwar immer noch sehr hoch, aber dennoch, ich klicke auf »Lend Now« und investiere 25 US-Dollar. Ich bezahle mit PayPal, der bereits meine Kreditkarteninformationen hat. Der Bezahlvorgang dauert keine fünf Sekunden. Wenn ich will kann ich meinen Freunden auf Facebook mitteilen, dass ich gerade ein Investment über Kiva getätigt habe. Vielleicht kommen so einige meiner Freunde auf die Idee, das gleiche zu tun.

Ich klicke nochmals auf die Geschichte des Taxifahrers. Sein Darlehen ist mittlerweile komplett finanziert. Das fühlt sich gut an. Ich habe mit 42 anderen Menschen aus USA, Australien, Kanada, Schweden, und Tschechien einem Menschen im Libanon Geld geliehen, damit er weiter seine Familie ernähren kann. Es ist ein wenig so, als säße die Weltgemeinschaft gemeinsam vor ihren Computern, um Menschen auf der ganzen Welt zu helfen, direkt und ohne Umwege. Entwicklungshilfe auf Augenhöhe.

Da ist niemand, dem ich aus Wohltätigkeit Geld schenken möchte, weil es mir gut und ihm schlecht ginge. Da ist jemand, der sehr wohl in der Lage ist für sich zu sorgen, er braucht lediglich Zugang zu Kapital. Zurückbekommen werde ich die 25 US-Dollar, die ich investiert habe. Zinsen erhalte ich keine, ein »Impact Investment«. Ein gutes Gefühl, anstatt Zinsen.

Zurzeit wird alle neun Sekunden ein Investment über Kiva getätigt. 126 Mikrokreditinstitute in 58 Ländern verwenden das Geld, um Kleinkredite an Menschen zu vergeben, die damit ein kleines Geschäft starten oder es sanieren, die sich damit ihr Studium finanzieren oder die einfach nur das Dach über ihrem Kopf reparieren möchten. Damit überlassen wir die Entwicklungshilfe nicht mehr den Regierungen und den Non-Profits dieser Welt, sondern nehmen ein Stück davon selbst in die Hand. Das wirkt wie eine kleine Befreiung. Seit ihrer Gründung im Jahr 2005 wurden über die Internetplatt-

form Kiva bereits über 190 Millionen US-Dollar eingesammelt und über eine Viertelmillion Kredite vergeben.

Kiva ist nur ein Beispiel für Crowdfunding - das kollektive Sammeln von Geld, um ein bestimmtes Vorhaben aus vielen Kleinstbeträgen zu finanzieren. Da man sich bereits mit einem kleinen Betrag beteiligen kann, werden Menschen zu Investoren, die ohne Internet und Crowdfunding niemals als Kapitalgeber in Erscheinung getreten wären.

### Fan Funding

Eine andere Plattform, die eine Crowd für die Finanzierung von Projekten zusammenbringt, ist SellaBand. Investiert wird in Musiker, die ihre Lieder auf der Website einstellen und ein Profil von sich anlegen. Die Musiker geben an, wie viel Geld sie benötigen, um ihre Songs professionell aufnehmen zu lassen. Internetnutzer, denen die Musik gefällt, können als sogenannte »Believer« in die Musiker investieren.

Was man als Investor von dem Musiker als Gegenleistung erhält, entscheiden diese selbst. Wer zum Beispiel in die Sängerin Apryl Evans investiert, wird per Post eine CD mit den Songs erhalten, die mit dem Geld aufgenommen werden sollen. Zudem erhält man einen Song seiner Wahl als MP3. Das kleinstmögliche Investment liegt bei 7,88 Euro, denn so viel kostet ein »Part«. Wer zwei oder mehr Parts investiert, nimmt zusätzlich an einer Verlosung von Fanartikeln teil. Und so werden die Gegenleistungen immer größer, je mehr man investiert. Auf jeden Fall hat Apryl Evans nicht nur eine erstklassige Stimme, sondern bereits 11.300 Euro von den insgesamt benötigten 12.700 Euro eingesammelt, die sie für die professionelle Aufnahme von acht bis zehn Liedern benötigt. Ich investiere fünf Parts und freue mich, wenn Apryl das Geld zusammenbekommt und mir als Believer eine Kopie ihrer CD zuschicken wird, sobald diese fertig ist. Heute bin ich also Talentscout. Schön, es gibt eine Förderung von Talenten jenseits von DSDS.

Empower people around the world with a \$25 loan



**May Thi Dao**  
 Viet Nam  
 May Thi Dao was born in 1957. She lives in Ha Lam 3 village with her husband and two children. She grows rice and also raises 10...[more](#)

[Lend \\$25](#) or [Browse all loans](#)

Mit bereits 25 US-Dollar wird man bei Kiva.org zum Kreditgeber

## smart charity

smart charity unterstützt Menschen bei der Verwirklichung Ihrer persönlichen Ziele und hilft dabei gleichzeitig gemeinnützigen Organisationen

### Smart Charity

Die Organisation Smart Charity möchte Menschen bei der Verwirklichung ihrer Ziele unterstützen. Wer ein Ziel erreichen möchte, kann dieses auf der Site smart-charity.org für jedermann sichtbar einstellen. Anschlie-

ßend wettet man mit einem Betrag darauf, dass man das Ziel bis zu einem bestimmten Datum erreicht. Also beispielsweise »bis zum Tag X 10 Kilo abnehmen« oder »die Doktorarbeit bis zum Tag X fertig schreiben«. Erreicht man das Ziel nicht, wird das Geld an

eine gemeinnützige Organisation weitergereicht, für die man sich im Vorfeld entschieden hat. Um die Wettsomme zu verwalten und zu überprüfen, ob das festgelegte Ziel erreicht wurde, benennt man einen Freund, der als Schiedsrichter fungiert. Über eine Facebook-Integration kann man den sozialen Druck noch weiter erhöhen, indem man seinen Facebook-Freunden mitteilt, was man sich bis wann vorgenommen hat. Die selbstgewählte Crowd wirkt damit als Unterstützer und zusätzlicher Motivator; wer gibt schon gerne zu, dass er sein Ziel verfehlt hat. Smart Charity will so das Erreichen individueller, persönlicher Ziele mit einem gemeinnützigen Zweck verknüpfen. Wer die Wette gegen sich selbst gewinnt, kann dann selbst entscheiden, ob er den kompletten Betrag zurückerhalten oder doch einen Teil spenden möchte. Im Jahr 2009 wurden die drei Initiatoren Alexander Dilg, Florian Gaudchau und Philipp Skribanowitz beim Ideenwettbewerb »Generation-D« für ihre Idee mit dem ersten Preis in der Wettbewerbskategorie »Soziale Gesellschaft« ausgezeichnet. Seit einem halben Jahr wird das Team zudem von Bastian Buhlmann unterstützt. Die Betasite von Smart Charity ist derzeit noch in Arbeit, soll aber bald freigeschaltet werden.

### Blackmail Yourself

Nach einem ähnlichen Prinzip funktioniert auch die Facebook-Applikation »Blackmail yourself« (zu deutsch: Erpresse dich selbst), die von der niederländischen Antiraucher Organisation STIVORO erstellt wurde.

Das Ziel: Menschen dabei zu unterstützen mit dem Rauchen aufzuhören. Das Druckmittel: Wer von seinem selbstgewählten »Controller« nach einem festgelegten Datum beim Rauchen erwischt wird, dessen peinlichste Fotos werden auf Facebook auftauchen. Die Fotos hat man vorher selbst ausgewählt und hochgeladen. Sie werden auf Blackmail sicher verwahrt. Wer es schafft durchzuhalten, hat nichts zu befürchten. Sollte der Controller jedoch feststellen, dass man rückfällig geworden ist, hat er die Be-



Je digitale dwangmiddel om te stoppen met roken

Stivoro heeft een nieuwe facebook app ontwikkeld in samenwerking met Publicis.



Die Startseite von InnoCentive

rechtiung, die Bilder freizugeben. Mit der Konsequenz, dass diese öffentlich auf Facebook zu sehen sind. Daher: Je peinlicher die Fotos, desto höher die Motivation, das Rauchen seinzulassen.

### Motivation

Projekte finanzieren, Wissen zusammentragen, Gruppen- druck aufbauen. Kann eine Crowd noch mehr? Sie kann. Beim Crowdsourcing fungieren die Mitglieder einer Crowd als Problemlöser, die ihre Ideen oder Lösungsvorschläge einem Auftraggeber zur Verfügung stellen, der einen öffentlichen Aufruf gestartet und als Belohnung für den besten Vorschlag einen Preis ausgesetzt hat. Damit werden Ideen oder Problemlösungen nicht mehr von einem genialen Individuum erwartet, jeder kann sich an dem Aufruf beteiligen. Beim Crowdsourcing geht es nicht mehr länger um einen Designer, einen Kunden, eine Lösung oder einen Ort. Probleme können überall auf der Welt bearbeitet und Lösungen überall entwickelt werden (Brabham, 2008). Crowdsourcing ist damit ein onlinebasiertes und interdisziplinäres Problemlösungsmodell.

Geprägt wurde der Begriff Crowdsourcing durch Jeff Howe, der die Bezeichnung in einem Artikel des Magazins Wired das erste Mal benutzte (2006). Crowdsourcing ist jedoch nicht zu verwechseln mit Open-Source-Ansätzen. Beim Crowdsourcing gehören die Problemlösungen oder die neu geschaffenen Produkte der Organisation, für die sich die Crowd bereit erklärt hat zu arbeiten. Die Ergebnisse von Open-Source-Aktivitäten stehen dagegen allen zur Verfügung. Die Umsätze oder Gewinne, die Unternehmen mit Crowdsourcing-Lösungen erzielen, liegen mitunter weit über dem ausgezahlten Preisgeld, was aber jedem, der an einer Ausschreibung teilnimmt, klar ist (Brabham, 2008).

Weshalb kommen sich die Teilnehmer eines Crowdsourcing-Projektes dennoch nicht ausgenutzt vor? Dafür gibt es

viele Gründe. Einige verdienen mit ihrem Engagement tatsächlich Geld, vielleicht sogar mehr als sie mit ihrer »traditionellen« Arbeit verdienen. Andere möchten sich auf diese Weise Referenzen für zukünftige Projekte erarbeiten oder Fähigkeiten in einem bestimmten Gebiet erwerben. Dazu kommen die Freude am Schöpferischen und die Möglichkeit, sich mit anderen Experten zu vernetzen (Brabham, 2009).

### InnoCentive

Eine Plattform, die auf dem Prinzip des Crowdfunding basiert, ist InnoCentive. Gesucht werden Experten, die sich an Problemen versuchen, an denen die Teams in den Forschungs- und Entwicklungsabteilungen von Unternehmen wie Eli Lilly, Boeing, DuPont oder Procter & Gamble gescheitert sind. Initiiert wurde die Plattform 2001 von dem Pharmaunternehmen Eli Lilly, um Innovationen nicht nur durch die eigenen Mitarbeiter, sondern auch durch externe Experten voranzutreiben. Unternehmen, die nach Problemlösungen suchen, können das Problem auf der Seite InnoCentive beschreiben und ein Preisgeld für dessen Lösung festlegen. Der Betrag bewegt sich normalerweise zwischen 10.000 und 100.000 US-Dollar. Die »Solvers« können ihre Lösungsvorschläge einreichen, die dann vom Aufgabensteller geprüft werden. Mittlerweile haben sich bereits laut Webseite bereits mehr als 200.000 »Solvers« aus mehr als 200 Ländern auf der Seite registriert. Immerhin 50% der Probleme, an denen sich die Experten der jeweiligen Unternehmen die Zähne ausbissen, werden gelöst. Damit ist Crowdsourcing weit mehr als ein Wettbewerb für gute Ideen. Es ist ein komplexes Problemlösungsmodell mit Hilfe dessen bessere Lösungen erzielt werden, als wenn sich Einzelpersonen der Aufgabe annehmen. Die besten Lösungen kommen mitunter von Experten, die in ganz anderen Fachgebieten zu Hause sind.



Die Musikband »Guru Groove Foundation« hat über sellaband.com bereits 2.770 US-Dollar gesammelt

### Geld, Wissen, Ideen und sozialer Druck

Es gibt noch eine ganze Reihe weiterer Communities, die es einer Crowd ermöglichen, über das Internet gemeinsam produktiv zu werden. Auf der Site 99 Designs können Auftraggeber einen »Design Contest« für ein gesuchtes Logo,



Das Einführungsvideo von 99designs.com erklärt, wie es funktioniert

das Design einer Website oder auch eine Produktverpackung ausschreiben. Der Auftraggeber entscheidet selbst, wie viel ihm der Auftrag wert ist. Damit steht der Auftrag im Netz und Designer können ihre Vorschläge einreichen. Das Design, das dem Auftraggeber am besten gefällt, erhält den Zuschlag. Die Macher der Site nennen das Konzept »crowd sourced creative design«.

CarrotMob koordiniert ebenfalls eine Crowd, in diesem Fall zum gemeinsamen Shopping. Die Organisation bündelt die Kaufkraft von Kunden, um Unternehmen zu einem umweltfreundlicheren Verhalten zu bewegen. An einem bestimmten Tag geht die Crowd bei dem Unternehmen einkau-



Bei carrotmob.org hält man Unternehmen die »Karotte« hin

fen, das bereit ist, einen festgesetzten Teil seiner Tageseinnahmen in die klimagerechte Sanierung des Unternehmens zu investieren. Statt Unternehmen an den Pranger zu stellen, die sich falsch verhalten, hält man Unternehmen die Karotte hin, die bereit sind etwas zu tun. »Buycott« statt »Boycott«. Und nicht zuletzt wird uns als Konsumenten damit anschaulich vor Augen geführt: Es sind unsere täglichen Kaufent-

scheidungen, das Was und Wo wir einkaufen, die mitentscheiden, welche Produkte und welche Unternehmen am Markt bleiben. Die Idee des CarrotMobs wurde im Jahr 2008 in San Francisco lanciert und hat inzwischen Städte weltweit erreicht.

Über die Plattform Kiva wird Geld gesammelt, um gegen Armut zu kämpfen, SellaBand verhilft jungen Talenten zu einer Musikkarriere. Smart Charity soll Menschen dabei helfen, ihre persönlichen Ziele zu erreichen und verknüpft das Ganze mit Charity. InnoCentive hilft Unternehmen dabei, knifflige, ungelöste Probleme zu lösen.

Die Möglichkeiten, auf welche Art und Weise Crowds in die Leistungserstellung einer Organisation integriert oder für ein Projekt genutzt werden können, sind noch längst nicht ausgeschöpft. Wichtig ist, dass der Prozess der Onlinekollaboration durch das Internet sinnvoll unterstützt wird und spannende Aufgaben für die User bereithält.

Was motiviert Menschen, wenn nicht Geld? Da wären Sinnhaftigkeit, Autonomie und die Freude etwas zu können (RSA, 2010). Crowd-basierte Ansätze sprechen mitunter alle drei genannten Motive an - das schafft »traditionelle«, bezahlte Arbeit nicht immer.

## Quellen

Pawlitzki, H., Größtes Online-Lexikon, WDR-Beitrag vom 15.01.2011., [www.wdr.de/mediathek/html/regional/2011/01/15/wdr3-wdr5-zeitzeichen-wikipedia.xml](http://www.wdr.de/mediathek/html/regional/2011/01/15/wdr3-wdr5-zeitzeichen-wikipedia.xml) (Stand: 22.02.2011).

Brabham, D., Crowdsourcing as a Model for Problem Solving: An Introduction and Cases, in: *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, Jg. 14, Nr. 1, 2008, S. 75-90.

Brabham, D., Crowdsourcing as a Model for Problem Solving, Ignite Presentation vom 2. April 2009, [www.youtube.com/watch?v=hLGhKyj8Xo](http://www.youtube.com/watch?v=hLGhKyj8Xo) (Stand: 22.02.2011).

Jiles, J. et al., Internet Encyclopaedias go Head to Head, In: *Nature*, Jg. 438, 2005, S. 900-901.

Howe, J., The Rise of Crowdfunding, in: *Wired Magazine*, Jg. 14, Nr. 06, 2006.

RSA, RSA Animate—Drive: The surprising truth about what motivates us, <http://www.youtube.com/watch?v=u6XAPnuFjJc> (Stand: 20.02.2011).

### Susan Müller



Dr. Susan Müller ist seit 2007 Habilitandin am Schweizerischen Institut für Klein- und Mittelunternehmen an der Universität St. Gallen. Zu ihren Forschungsschwerpunkten gehören Soziales Unternehmertum, Gründungsausbildung und Geschäftsmodelle. Susan Müller studierte Wirtschaftsinformatik an der Berufsakademie Karlsruhe. Anschließend absolvierte sie ein MBA-Studium an der University of Pittsburgh. Von 2001 bis 2007 arbeitete sie als Unternehmensberaterin mit den Schwerpunkten strategisches Marketing und Organisation bei der rosenbaum nagy unternehmensberatung in Köln.

» [susan@gmx.de](mailto:susan@gmx.de)