

## EcoCrowd – die nachhaltige Crowdfunding-Plattform der Deutschen Umweltstiftung

Jamila Mohme

Welches Potential würde entstehen, wenn man all die Menschen, die sich in Deutschland für eine nachhaltige Zukunft engagieren, an einem Ort zusammenbringt und ihre Ideen für jeden erlebbar und partizipationsfähig macht?

Mit dieser Vision hat die Deutsche Umweltstiftung EcoCrowd ins Leben gerufen – die erste deutsche Crowdfunding-Plattform für nachhaltige Projekte. Projekte, die auf EcoCrowd Finanzierung sammeln, werden von der Deutschen Umweltstiftung anhand eigens entwickelter Kriterien geprüft und persönlich beraten. Durch den Austausch mit der Crowd können die vorgestellten Projekte nicht nur finanziert, sondern auch weiterentwickelt werden – so entstehen kontinuierlich neue Ideen und Nachhaltigkeit wird zu einem erlebbaren Konzept.

### Gute Ideen statt schlechtes Gewissen – die EcoCrowd

- »11 Millionen Tonnen Lebensmittel landen jedes Jahr in Deutschland im Abfall«.
- »Verhängnisvolles Bienensterben in Europa«.
- »Nun auch die Tiefsee mit Plastik vermüllt«.

Die Hiobsbotschaften reißen nicht ab. Angesichts einer solchen Fülle an schlechten Nachrichten aus dem Umweltbereich fühlt man sich schnell hilflos. »Was kann ich alleine schon groß bewirken?« könnte man sich fragen. »Da kann ich's ja auch gleich lassen.«

Es geht aber auch anders. Johannes hat die Initiative Stadtbienen gegründet. Damit Bienenvölker nun auch in der Stadt ein Zuhause finden, baut er Bienenboxen für den Balkon, mit denen jeder zum (Stadt-)Imker werden kann. Raphael hat eine Biomarktkette angesprochen – ob er das Essen, das abends weggeschmissen würde, nicht vorher abholen und verteilen kann. Kann er. Sara und Milena haben keinen Bock mehr auf Müll. Und planen deshalb den ersten Supermarkt in Berlin, der auf Einwegverpackungen verzichtet.

Raphael, Johannes, Milena und Sara haben eine Sache erkannt: Alleine sind sie nur solange, bis sie andere mit ihrer Idee anstecken. Hunderte von Freiwilligen helfen mittlerweile, die Lebensmittel der fast 700 Betriebe zu verteilen, die mit Raphaels Lebensmittelrettern kooperieren. Johannes, der aufgrund der hohen Nachfrage zwi-

schendurch sogar einen Bestellstop für seine Balkonbienenkästen einlegen musste, erhielt für seine Idee im Frühling den Galileo Wissenspreis.

Und »Original Unverpackt«, der Supermarkt ohne Einwegverpackungen, wird durch die riesige Unterstützung von Investoren und Tausenden von Privatpersonen wohl schon in diesem Jahr in Berlin seine erste Filiale eröffnen.

Diese Beispiele sind symptomatisch für Hunderte von Projektanfragen, die die Deutsche Umweltstiftung im Laufe der letzten Jahre bekommen hat. Kluge Ideen von engagierten Menschen, die vorwärts gehen, hoffnungsvoll in die Zukunft blicken und andere mit ihren Ideen begeistern. »Hoffnung durch Handeln« ist auch das Motto der Deutschen Umweltstiftung und wir verfolgen diese Bewegung mit Spannung und großer Freude.

## Geglücktes Crowdfunding am Beispiel der Deutschen Umweltstiftung

Mit über 30 Jahren Erfahrung im Umweltbereich weiß die Deutsche Umweltstiftung, wie schwierig es ist, nachhaltige Projekte mit den nötigen Mitteln auszustatten. Als älteste Bürgerstiftung Deutschlands, die 1982 von über 300 Bürgerinnen und Bürgern gegründet wurde, ist die Deutsche Umweltstiftung selbst ein gelungenes Beispiel von nachhaltigem »Crowdfunding« – nur, dass es diesen Begriff damals noch gar nicht gab. Die Realisierung auch anderer nachhaltiger Projekte liegt uns am Herzen und was läge näher – nun, da es das Konzept der Schwarmfinanzierung ins Internetzeitalter geschafft hat – als Crowdfunding?

Crowdfunding als Mittel zur Projektfinanzierung ist so simpel wie genial: Der Projektinitiator legt einen Zielbetrag fest und Menschen, denen das Projekt gefällt, können gegen eine Belohnung dabei mithelfen, diesen Zielbetrag in kleinen Schritten zu finanzieren. Nur bei erfolgreicher Finanzierung des Projektes erhält der Projektinitiator sein Geld und die Unterstützer ihre Gegenleistung. Das kann das fertige Produkt – etwa ein solarbetriebenes Ladegerät – sein, aber auch etwas ganz anderes, wie eine Einladung zur Eröffnung des Projektes (bspw. eine Filmpremiere). Wird der vorher festgelegte Betrag nicht erreicht, bekommen alle Unterstützer ihr Geld zurück.

## Erfolgsfaktoren beim Crowdfunding

Als wichtigste Erfolgskomponente beim Crowdfunding gilt es, die »Crowd« mit seinem Projekt zu begeistern. Dazu braucht es natürlich erst mal eine gute Idee, die dann im besten Fall mit einem kurzen aber prägnanten Video präsentiert und durch einen Text abgerundet wird, der die Idee auf den Punkt bringt – ohne in Geschwafel zu verfallen. Oder wie Antoine de Saint Exupéry es formulierte: »Perfektion wird nicht dadurch erreicht, dass es nichts mehr hinzuzufügen gibt, sondern dadurch, dass nichts mehr gestrichen werden kann.«

Oft wird Crowdfunding mit Spenden gleichgesetzt – ein Missverständnis, an dem viele Projekte scheitern. Das Prinzip Crowdfunding beruht auf Gegenseitigkeit. Belohnungen für Unterstützer sollten so konstruiert werden, dass der eingesetzte Betrag in etwa dem Wert der Gegenleistung entspricht. Ob die Gegenleistung dabei materieller oder ideeller Art ist, spielt erst einmal keine Rolle. Eine persönliche Stadtführung mit dem Projektinitiator kann für den Unterstützer genauso viel Wert sein, wie ein hochpreisiges Produkt – wenn das Projekt es ge-

schaft hat, ihn emotional einzubinden. Eine Jutetasche mit dem Projektlogo im Gegenwert von 100 € wird dagegen in den wenigsten Fällen gut ankommen. Der Schlüssel zum Erfolg ist es auch hier, herauszufinden, was die Zielgruppe begeistert.

Ein Crowdfunding-Projekt ist kein Selbstläufer. Der Projektstarter darf in keinem Fall erwarten, dass die Menschen von ganz allein auf sein Projekt aufmerksam werden, so gut die Idee auch sein mag. Um möglichst viele Menschen zu erreichen, lohnt es sich, möglichst schon vor Beginn der Kampagne eine eigene Community aufzubauen. Diese sollte dann bei Kampagnenstart und während der Laufzeit der Kampagne so viel wie möglich eingebunden werden und ihrerseits die Werbetrommel im Familien-, Freundes- und Bekanntenkreis rühren.

## Die Crowdfunding-Checkliste

Um im Vorfeld herauszufinden, ob sich eine Idee für Crowdfunding anbietet, haben wir zur Unterstützung eine Checkliste zusammengestellt, die dabei helfen soll, das eigene Projekt genauer zu analysieren.

Gedanken, die sich der Projektinitiator zu Beginn gemacht hat, können im späteren Verlauf essentiell für den Erfolg des Crowfundings werden.

- Existiert wirklich ein konkretes Projekt/ eine konkrete Idee?
  - ...hat das Projekt das Potential, Menschen zu begeistern? Ist es öffentlichkeitswirksam?
  - ...trifft die Idee / das Projekt den Nerv der Zeit bzw. die aktuelle Stimmungslage der Community?
  - ...ist dieses Projekt auch für »Nicht-Spezialisten« verständlich und nachvollziehbar?
  - ...fördert dieses Projekt die Identifikation mit gemeinsamen Interessengruppen (regional/lokal, bestimmte Ansichten oder Verhaltensweisen)?
- Hat das Projekt konkrete Ziele?
- Hat das Projekt einen konkreten und definierbaren Projektzeitraum?
- Können interessante, persönliche und individuelle Belohnungen für die Unterstützer angeboten werden?

Falls die vorhergehenden Fragen mit Ja beantwortet werden konnten, ist der Anfang geschafft, denn damit handelt es sich grundsätzlich um ein Projekt, das sich für Crowdfunding eignet.

Um den Erfolg einer Crowdfunding-Kampagne zu sichern, ist es wichtig, sich zu folgenden Aspekten Gedanken zu machen:

- Wen spricht das Projekt an? Wer ist die Zielgruppe?
- Warum sollte jemand das Projekt unterstützen?
- Wie viel Geld wird für die Finanzierung des Projektes benötigt? Soll wirklich das ganze Projekt finanziert werden, oder kann das Crowdfunding erst einmal nur für einen Teilbereich des Projektes angewendet werden? (Je konkreter das Ziel, desto besser.)
- Was genau passiert mit dem Geld, welches bei erfolgreichem Crowdfunding ausgeschüttet wird? Ist wirklich jede Ausgabe bedacht, die zur Realisierung des (Teil-)Projektes anfällt? (Es ist darauf zu achten,

dass bei Einnahmen aus dem Crowdfunding evtl. Steuern anfallen können - hierzu ist am besten mit einem Steuerberater zu sprechen. Zusätzlich müssen natürlich die Kosten für Rewards und deren Versand mit eingeplant werden.)

- Ist schon eine Community vorhanden, die in der Anfangsphase (finanzielle und kommunikative) Starthilfe geben kann und damit andere Leute zum Unterstützen bewegt?
- Bietet das Projekt die Möglichkeit sich noch über die Finanzierung hinaus einzubringen? (Ein guter Weg, um eine eigene Community aufzubauen ist es, die Menschen am Aufbau des Projektes persönlich zu beteiligen.)
- Wer steht hinter dem Projekt? Wer ist daran beteiligt? (Beim Crowdfunding geht es oft nicht nur um die Projektidee, sondern auch um die Person dahinter, ihre Werte, Ideale und Ziele.)
- Ist genug Zeit vorhanden, um eine Crowdfunding-Kampagne durchzuführen? (Die Vorbereitung der Kampagne, inklusive Videodreh, Texte schreiben und Budgetplanung benötigt viel Zeit, doch die Hauptarbeit fällt während der Kampagne an: Updates schreiben, Community aufbauen und Werbung, Werbung, Werbung. Nach erfolgreichem Funding ist die Kampagne noch lange nicht beendet, denn die Belohnungen für die Unterstützer müssen verschickt und die Projektfortschritte dokumentiert werden, damit sich die mühsam aufgebaute Community nicht gleich verläuft.)

## Crowdfunding für nachhaltige Projekte – die EcoCrowd Kriterien

Projekte, die auf EcoCrowd ihre Finanzierung sammeln, werden von der Deutschen Umweltstiftung anhand eigens entwickelter Kriterien geprüft und im Laufe ihrer Kampagne persönlich beraten. Im Unterschied zu anderen Crowdfunding-Plattformen möchte EcoCrowd sichergehen, dass die vorgestellten Projekte einen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten, indem ein Fokus auf die folgende Fragestellung gelegt wird:

### ***Output/Mehrwert: Was trägt das Projekt bei zum Schutz und/oder zur Verbesserung der Situation***

- des Menschen (Gesundheit) (die Bekämpfung von Infektionskrankheiten, Seuchen und Epidemien, Vermeidung von Unter- oder Fehlernährung)
- von Boden, Wasser, Luft (z.B. Verbesserung der Qualität der Böden durch Reduzierung von Giftstoffen und Schwermetallen, Vergrößerung des Aufkommens von Trinkwasser, Bekämpfung der Übernutzung und Verschmutzung der Weltmeere, Schutz und Wiederherstellung von Seen)
- des Klimas (z.B. Verminderung von Emissionen, )
- von Tieren und Pflanzen (z.B. Förderung artgerechter Haltung, Bekämpfung der Jagd auf bedrohte Arten, )
- der Biologischen Vielfalt (z.B. Steigerung der Habitatqualität und -größe, Beseitigung von Faktoren, welche die Verknappung von Lebensraum beschleunigen, Vorbeugung gegen Artenverschleppung)
- der Sach- und Kulturgüter (z.B. Renovierung und Schutz von Sachgütern statt Neubau und Verschwendung vorhandener Ressourcen, Sanierung verseuchter Gebäude mit Ersatz durch umweltfreundliche Stoffe,
- zur Verringerung des Energie- und Ressourceneinsatzes (z.B. Nutzung von Energie- und Stoffkreisläufen, Reduzierung des Ressourcenverbrauchs, Upcycling, Cradle-to-Cradle)

- der Wechselwirkung zwischen diesen Bereichen?

#### *Input: Sind die verwendeten Ressourcen wenn möglich*

- umweltbewusst hergestellt
- öko-zertifiziert
- fair gehandelt
- regional bezogen
- sparsam eingesetzt
- recycelt, upcycled
- erneuerbar (z.B. Energie)

Durch ausführliche persönliche Gespräche mit jedem einzelnen Projektinitiator und regelmäßige Updates der Projektinhaber wird eine größtmögliche Transparenz sichergestellt.

### **Nachhaltigkeit erlebbar werden lassen**

Deutschland ist das Land der nachhaltigen Ideen. Doch die Initiatoren dieser Ideen haben immer wieder mit den gleichen Schwierigkeiten zu kämpfen: für die Finanzierung der Umsetzung gibt es kaum Kredite und wenig öffentliche Mittel, die Projekte haben keinen Zugang zu ihrer Zielgruppe, sind wenig bekannt und untereinander kaum vernetzt, so dass oft »das Rad neu erfunden wird«, statt sich mit Menschen auszutauschen, die das gleiche schon an anderen Orten versucht haben.

EcoCrowd soll deshalb nicht nur als Crowdfunding-Plattform und Online-Community fungieren, sondern auch als »Schaufenster der Nachhaltigkeit«, indem die Seite einen Überblick darüber vermittelt, was momentan in Deutschland im Bezug auf Nachhaltigkeit passiert. Mit den vorgestellten Projekten sollen sich die Menschen gegenseitig inspirieren, sich anstecken lassen von dem, was machbar ist. Nachhaltigkeit, für viele ein abstraktes Konzept, wird durch die Projekte auf EcoCrowd zu einer erlebbaren, nachmachbaren Realität.

Neben den oben genannten Umweltkriterien achtet die Deutsche Umweltstiftung deshalb zusätzlich darauf, ob das Projekt auch an anderen Orten umgesetzt werden kann bzw. Unterstützern die Möglichkeit bietet, sich noch über die Finanzierung hinaus einzubringen. Falls schon ähnliche Ideen oder thematisch verwandte Initiativen existieren, legt EcoCrowd Wert darauf, diese miteinander zu vernetzen, so dass der größtmögliche Einfluss erzielt werden kann.

### **Ein starkes Team im Rücken**

Neben dem Team der Deutschen Umweltstiftung wird EcoCrowd von vielen ehrenamtlichen Helfern realisiert, die verschiedene Gremien bilden. Diese Gremien setzen sich wie folgt zusammen:

### **Der Projekt-Beirat:**

Der EcoCrowd-Beirat vereint 10 einzigartige Menschen, die sehr unterschiedliche und interessante Hintergründe aus Wissenschaft, Wirtschaft, Journalismus, Politik, der Startup-Szene und dem Umweltbereich mitbringen. Der Beirat ist nicht nur für die wissenschaftliche Prüfung der Nachhaltigkeits-Kriterien zuständig, sondern steht dem Team sowohl bei der Ausgestaltung der Plattform als auch bei der Auswahl der Projekte zur Seite und verfügt über ein großes Netzwerk an nachhaltig orientierten Persönlichkeiten.

### **Begleitende Experten:**

Eine Vielzahl von Experten und Expertinnen verschiedenster Fachbereiche stellen dem EcoCrowd-Team regelmäßig ihr Spezialwissen zur Verfügung. Die Themenfelder reichen dabei von Design und Marketing über Community-Aufbau und Suchmaschinenoptimierung bis hin zum Finanz- und Event-Management. In Verbindung mit der mehr als 30jährigen Erfahrung der Deutschen Umweltstiftung im Bereich des nachhaltigen Projektmanagements entsteht so ein unschätzbarer Pool von Wissen, der auch den EcoCrowd-Projekten zugute kommt.

### **Projektlotsen:**

Sobald ein Projekt von der Deutschen Umweltstiftung zur Präsentation auf EcoCrowd freigegeben ist, wird ihm ein Projektlotse zur Seite gestellt. Diese ehrenamtlichen Berater und Beraterinnen unterstützen das Projekt bei der Online-Präsentation und stehen für alle Fragen zur Kampagne zur Verfügung.

## **Schaffung einer nachhaltigen Community: Die EcoCrowd**

Schon vor dem offiziellen Start weckt EcoCrowd Begeisterung – über 1.000 Fans auf Facebook und mehr als 80 Projekte, die ein Interesse an einer Präsentation auf EcoCrowd angemeldet haben, sprechen eine deutliche Sprache. Auch große finanzielle Unterstützung aus der Crowd hat die Plattform schon erhalten. Zwei Monate vor dem Launch kann das Projekt knapp 10.000 € an Spenden verzeichnen, denn die Plattform bietet die Möglichkeit, sich als »Ideelle/r EcoCrowd AktionärIn« zu engagieren. Mit dem Zeichnen einer EcoCrowd Spendenaktie zu 100€ erhält der Zeichner ein Mitspracherecht bei der Ausgestaltung der Plattform und wichtigen Abstimmungen zu EcoCrowd. Jeder EcoCrowd-Aktionär erhält eine Stimme pro Spenden-Aktie, die auf seinen Namen eingetragen ist, wobei momentan höchstens 10 Stimmen pro Person möglich sind. Um den großen Einsatz, die Kreativität und den Mut zum Andersdenken zu belohnen, wird die Deutsche Umweltstiftung jedes Jahr einen Preis an das beste EcoCrowd-Projekt des Jahres verleihen. Die Wahl dieses Projektes obliegt den Spendenaktionären.

Auf der EcoCrowd-Facebookseite, im Plattform-eigenen Newsletter und auf dem EcoCrowd-Blog werden regelmäßig Mitglieder der EcoCrowd persönlich vorgestellt. Da die Plattform von den Menschen lebt, die das Projekt unterstützen, bietet diese Option eine schöne Möglichkeit, die »EcoCrowd« auch schon vor dem offiziellen Start etwas besser kennenzulernen. Interessierte können schon jetzt auf der Pilotseite [www.ecocrowd.de](http://www.ecocrowd.de) erste Eindrücke sammeln, den Blog sowie den Newsletter lesen oder sich direkt bewerben und ihre Ideen in das Formular »mitmachen« eintragen. Alle EcoCrowd-Fans und Interessenten sind herzlich zur Launch-Party am 29. Oktober 2014 im Haus der Demokratie in Berlin eingeladen. Am 30. Oktober wird die Plattform dann offiziell

online gehen – und der EcoCrowd die Gelegenheit geben, Deutschland gemeinsam ein Stück nachhaltiger zu machen.

---

### Link zur Plattform

[www.ecocrowd.de](http://www.ecocrowd.de)

---

### Autorin

**Jamila Mohme** ist seit 2013 Projektmanagerin bei der Deutschen Umweltstiftung. Ihr Studium in Internationalem Management mit einem Schwerpunkt auf Unternehmerischer Verantwortung schloss sie mit einer Masterarbeit über das Thema Sustainable Entrepreneurship ab. Anschließend sammelte sie als Projektmanagerin Erfahrung in der Startup-Szene in Holland und Berlin, bevor sie die Leitung des Projektes EcoCrowd übernahm.

#### Kontakt:

Jamila Mohme

Projektleitung EcoCrowd

Deutsche Umweltstiftung

Greifswalder Strasse 4

10405 Berlin

Tel. 030 202384-280

E-Mail: [jamila.mohme@deutscheumweltstiftung.de](mailto:jamila.mohme@deutscheumweltstiftung.de)

Internet: [www.deutscheumweltstiftung.de](http://www.deutscheumweltstiftung.de)

---

### Redaktion

Stiftung Mitarbeit

Redaktion eNewsletter Wegweiser Bürgergesellschaft

Eva-Maria Antz, Ulrich Rüttgers

Ellerstr. 67

53119 Bonn

E-Mail: [newsletter@wegweiser-buergergesellschaft.de](mailto:newsletter@wegweiser-buergergesellschaft.de)