

# Crowdfunding

## Studie «Crowdfunding im Kulturbereich», Symposium «Crowdfunding in der Kultur» und Ausstellungsprojekt «Crowdfunding im Museum»

Standort:	Symposium und Ausstellung fanden im Stadtmuseum Aarau statt
Projektdauer:	2016
Publikumszahlen:	Symposium: ca. 100; «Crowdfunding im Museum»: 24'000
Gesamtbudget:	CHF 49'320 (Studie inkl. Übers.); CHF 34'248 (Symposium); CHF 18'000 (CF im Museum)
Beitrag Pro Helvetia:	CHF 24'660 (Studie inkl. Übers.); CHF 17'124 (Symposium); CHF 18'000 (CF im Museum)

### Projektskizzen

#### **Studie «Crowdfunding im Kulturbereich»**

Die Studie «Crowdfunding im Kulturbereich», die Pro Helvetia gemeinsam mit dem Bundesamt für Kultur (BAK) beim Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ in Auftrag gegeben hat, untersuchte erstmalig europaweit, welchen Stellenwert und welches Potenzial Crowdfunding für die Finanzierung von Kulturprojekten in der Schweiz hat. Methodologisch baut die Studie auf drei Ansätzen auf: Umfrage bei allen Schweizer Crowdfunding-Plattformen, Interviews mit Vertretern von Kulturförderstellen sowie eine Auswertung von statistischen Daten aus sämtlichen zwischen 2012 und 2015 auf der Plattform «wemakeit» lancierten Kampagnen für Kulturprojekte.

#### **Symposium «Crowdfunding in der Kultur»**

Um diese Studie einer Fachöffentlichkeit zugänglich zu machen, haben die Kulturstiftung Pro Helvetia und das Bundesamt für Kultur 2016 im Stadtmuseum Aarau ein Symposium zum Thema «Crowdfunding in der Kultur» durchgeführt. Teilgenommen haben rund 100 Personen. Die Ergebnisse der Studie «Crowdfunding im Kulturbereich» wurden am Symposium um Praxisbeispiele aus dem In- und Ausland ergänzt. Diskutiert wurden ferner Bedeutung und Mehrwert von Crowdfunding in der Kultur, und geladene Gäste und Teilnehmer erörterten in einem Podiumsgespräch, welche Formen der Zusammenarbeit zwischen öffentlicher Hand, privater Kulturförderung und Crowdfunding Zukunftspotenzial aufweisen.

#### **Ausstellungsprojekt «Crowdfunding im Museum»**

Das Stadtmuseum Aarau lud in der Ausstellung «Demokratie! Von der Guillotine zum Like Button» zu einem Experiment zu Demokratisierung des Geldes und bürgerschaftlichem Engagement ein: Auf einer eigens konzipierten Crowdfunding-Plattform konnten Interessierte eigene Projekte vorstellen und um finanzielle Unterstützung ersuchen. Das Museum bot Starthilfe, indem jeder Museumsbesucher die Möglichkeit erhielt, mit einem „GUT-es-tun-SCHEIN“ im Wert von fünf Franken Projekte zu unterstützen.

## Ziele der Unterstützung

### **Studie «Crowdfunding im Kulturbereich»**

Pro Helvetia und BAK wollten die Bedeutung und Entwicklung von Crowdfunding im Kulturbereich erforschen. Beide Auftraggeber interessierte zudem die Frage, ob und inwiefern Crowdfunding kulturelle Vielfalt fördert.

### **Symposium «Crowdfunding in der Kultur»**

Mit dem Symposium sollte das erste Schweizer Diskussionsforum zum Thema «Crowdfunding in der Kultur» lanciert und der Wissensaustausch zwischen Vertretern der öffentlichen Kulturförderung und der privaten Kulturfinanzierung sowie zwischen den Betreibern von Crowdfunding-Plattformen und Kulturschaffenden angeregt werden. Auch eine Analyse der möglichen Kooperationen und Synergien zwischen öffentlicher Hand, privaten Akteuren, und Crowdfunding wurde angestrebt. Das Thema sollte bewusst aus Sicht der Kulturpolitik und der Kulturproduktion angegangen werden.

### **Ausstellung «Crowdfunding im Museum»**

Mit «Crowdfunding im Museum» unterstützte Pro Helvetia ein Projekt, das Informationen über die kulturellen Präferenzen der Besucher des Stadtmuseums Aarau liefert. Erhoben wurden aber auch Daten zu Spartenzugehörigkeit und Herkunft der Projekte sowie zum Profil der Unterstützer.

## Beitrag zur Entwicklung der kulturellen Vielfalt in den Regionen: Fazit

### **Studie «Crowdfunding im Kulturbereich»**

Der Studie «Crowdfunding im Kulturbereich» kann entnommen werden, dass urbane Gebiete in der Nutzung von Crowdfunding weiter fortgeschritten sind als ländliche, und dass die Unterstützer meist aus der näheren geografischen Umgebung der Projekte kommen. Auch wenn mancherorts die Angst vorherrscht, Crowdfunding würde den Mainstream fördern, beweist die Studie das Gegenteil: Crowdfunding ermöglicht gerade kleine Projekte, denn für kleine Projekte reicht bereits eine kleine »Crowd«. Zudem können die Unterstützer von kleinen Projekten über die digitalen Medien viel besser erreicht werden als über analoge. Crowdfunding stärkt die kulturelle Vielfalt und macht unterschiedlichste Formen der Partizipation möglich, es hat auch das Potenzial, alte kulturelle und künstlerische Praktiken der Zusammenarbeit digital zu erneuern (Crowdsourcing).

Crowdfunding ermöglicht Kooperationen auch auf Unterstützungsebene. Es soll daher als Ergänzung und nicht als Alternative zur öffentlichen Förderung verstanden werden. Zudem ist es mehr als ein Finanzierungskanal: Mit Crowdfunding lassen sich Netzwerke, Marketing- und Vertriebskanäle aufbauen, welche die Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit erhöhen, einen Absatzmarkt garantieren und Gelegenheiten bieten, sich zur Produktoptimierung mit Projektunterstützenden auszutauschen.

Die in der Studie untersuchten Kampagnen, welche nach einem Drittel der Finanzierungslaufzeit 40 Prozent ihrer Zielsumme erreicht haben, sind in 98,8 Prozent aller Fälle erfolgreich. Im Durchschnitt reichen bereits 56 Unterstützende für die erfolgreiche Finanzierung einer Crowdfunding-Kampagne.

### **Symposium «Crowdfunding in der Kultur»**

Crowdfunding war 2016 noch nicht vielen Kulturförderern vertraut. Das Symposium bot die Gelegenheit, die Resultate der Studie in Erfahrung zu bringen und erfolgreiche Beispiele der Zusammenarbeit von öffentlicher Hand, privater Kulturförderung und Crowdfunding aus dem In- und Ausland zu reflektieren.

## **Ausstellungsprojekt «Crowdfunding im Museum»**

Die grösste Herausforderung für die Ausstellungsmacher bestand darin, interessante Projekte zu gewinnen. Es stellte sich heraus, dass etliche Angefragte den Aufwand einer Crowdfunding-Kampagne scheuten. Für eine nächste Lancierung müssten mehr Ressourcen in die Betreuung der sozialen Medien investiert werden.

Auch die Mobilisierung des Publikums war nicht einfach: Viele Museumsbesucher wollten keine zusätzlichen fünf Franken bezahlen, um ein Projekt zu unterstützen. Bei einem nächsten Versuch müsste der Unterstützungsbeitrag im Eintrittspreis inbegriffen sein. Dennoch wurden alle auf der museumseigenen Crowdfunding-Plattform aufgeführten Projekte vollständig finanziert und sind ein Beweis dafür, dass diese Form von Engagement und Projektfinanzierung im Museum Erfolgspotenzial hat.

## **Status Quo**

Alle drei Projekte sind abgeschlossen.