

Forschungsmarkt
regiosuisse & Tagung
Regionalentwicklung
2014

Zusammenfassung
Thematisch

Crowdfunding – Wie innovative Projektvorhaben Mehrwert für die Region stiften

Prof. Dr. Kerstin Wagner und Sebastian Früh (Schweizerisches Institut für Entrepreneurship, HTW Chur)

Die Innovationsfähigkeit eines Unternehmens oder einer Organisation gilt unbestritten als wesentlicher Erfolgsfaktor. Eine Möglichkeit, sich diesen damit verbundenen Herausforderungen zu stellen, sind Open-Innovation-Ansätze. Ein zentraler Aspekt von Open Innovation ist die Einbindung von Mitarbeitenden, Partnern, Kunden und externen Experten (Crowd) in den Innovationsprozess. Neue Technologien ermöglichen es heute, kostengünstig und ressourcenschonend das komplementäre Wissen der Masse zu erschliessen. Die Kreativität und das Wissen der Crowd werden so für Unternehmen und Organisationen nutzbar. Das Institut für Innovation, Design und Engineering IDEE-FHS der Fachhochschule St.Gallen setzt in verschiedenen Projekten Open-Innovation-Ansätze wie *Kollaboration*, *Crowdsourcing* oder *Crowdfunding* ein.

Crowdfunding für innovative Projektvorhaben

Neue Plattformen und Anwendungen der Online-Kommunikation bieten neue Möglichkeiten der Vernetzung zu Zwecken der Innovationsförderung. Ein Bereich, in dem die Einbindung der breiten Öffentlichkeit («Crowd») in Innovationsprozesse von Organisationen und Akteuren bereits erfolgreich umgesetzt wird, ist das «Crowdsourcing». Beim Crowdsourcing werden Informationen und Leistungen aus einer Masse an potenziellen Unterstützern (Online-Communities) bezogen, um neue Ideen und Informationen zu generieren. Was dabei allerdings immer noch fehlt, sind konkrete Ansatzpunkte für die Umsetzung solcher Ideen und das notwendige Geld dafür. Beim «Crowdfunding» steht deshalb die Bereitstellung von Finanzmitteln über die Crowd für konkrete Projekte im Vordergrund. Beim Crowdfunding werden entweder auf einer eigenen Internetseite oder über Crowdfunding-Plattformen Projektvorhaben beschrieben, dazu notwendige Geldmittel erfragt und mögliche Gegenleistungen angeboten. Die finanziellen Beiträge werden online durch die Projektinitiatoren bei einer Vielzahl von potenziellen Geldgebern eingeworben. Dabei können die Gegenleistungen, die den Geldgebern angeboten werden, reine Spenden, nicht-monetäre Belohnungen wie kleinere Geschenke oder das Produkt bzw. die Dienstleistung selbst sein (es geht hier explizit nicht um Unternehmensbeteiligungen wie im «Crowdinvesting»). Auch in der Schweiz haben sich mit den beiden dominanten Plattformen 100 Days und Wemakeit («we make it») Crowdfunding-Modelle etabliert, die auf Spenden, nicht-monetäre Gegenleistungen oder Vor-Verkauf der Produkte setzen.

Thematische am Forschungsmarkt regiosuisse

Thematische sind Diskussionsrunden am regiosuisse-Forschungsmarkt, in denen aktuelle Forschungsthemen der Regionalentwicklung diskutiert werden. Sie bieten den Teilnehmenden einerseits die Möglichkeit, sich aktiv an der Veranstaltung zu beteiligen. Andererseits erhalten Forschende als Themenpaten die Chance, sich konkrete Inputs und Feedback zu ihren jeweiligen Forschungsthemen zu holen.

Die Zusammenfassung der Thematische wird durch die jeweiligen Forschenden selbst verfasst und gibt einen vertieften Einblick in die am Forschungsmarkt erfolgte Diskussion. Die Aussagen reflektieren die Meinungen der Themenpaten und müssen sich nicht mit den Ansichten von regiosuisse decken. Auf eine Übersetzung wird verzichtet.

Weitere Informationen zum Forschungsmarkt und zur Tagung Regionalentwicklung unter: www.regiosuisse.ch

Crowdfunding für verschiedene Bereiche der Regionalentwicklung

Der Einsatz von Crowdfunding wurde für eine Vielzahl unterschiedlicher Bereiche diskutiert. So bieten sich interessante Projekte im Tourismus, im Sport, in der Waldwirtschaft und für künstlerische Projekte an. Zudem wurden einzelne Projekte bzw. Ideen wie eine Brauerei, ein Elektronik-Unternehmen, ein Event und ein Waldprojekt exemplarisch herausgegriffen und als Geschichte beleuchtet und diskutiert.

Mehrwerte für Projekt und Region

Der Einsatz von Crowdfunding bietet neben der reinen Kapitalbeschaffung hinaus sowohl Mehrwerte für das Projekt, das Produkt bzw. die Dienstleistung als auch für den regionalen Kontext, in den das Projekt eingebettet ist. Für das Projekt können Communities aufgebaut, Marketing und PR betrieben und somit die Bekanntheit des Projekts bzw. Produkts erhöht werden sowie Pre-Market-Checks realisiert werden. Auch der Vor-Verkauf von Produkten und Dienstleistungen und der Kundenaufbau und die Kundenbindung können Effekte aus der Crowdfunding-Kampagne sein. Für die Region bietet sich zudem die Möglichkeit, authentische Projekte aus der Region zu platzieren und insgesamt im Rahmen des Standortmarketings die gesamte Region als innovativen Standort mit spannenden Projekten zu positionieren.

Strategische Planung von Projekten

Crowdfunding ist ein attraktives neues Instrument für KMU, Organisationen und Einzelpersonen, um innovative Projekte über eine breite Öffentlichkeit zu finanzieren. Allerdings sind Crowdfunding-Kampagnen keine Selbstläufer. So sollte auf keinen Fall der Aufwand unterschätzt werden, der zur erfolgreichen Mobilisierung der notwendigen Unterstützer erforderlich ist. Timing und strategische Planung sind dabei von immenser Bedeutung.

Weitere Informationen und Veröffentlichungen unter: http://bit.ly/SIFE_GW