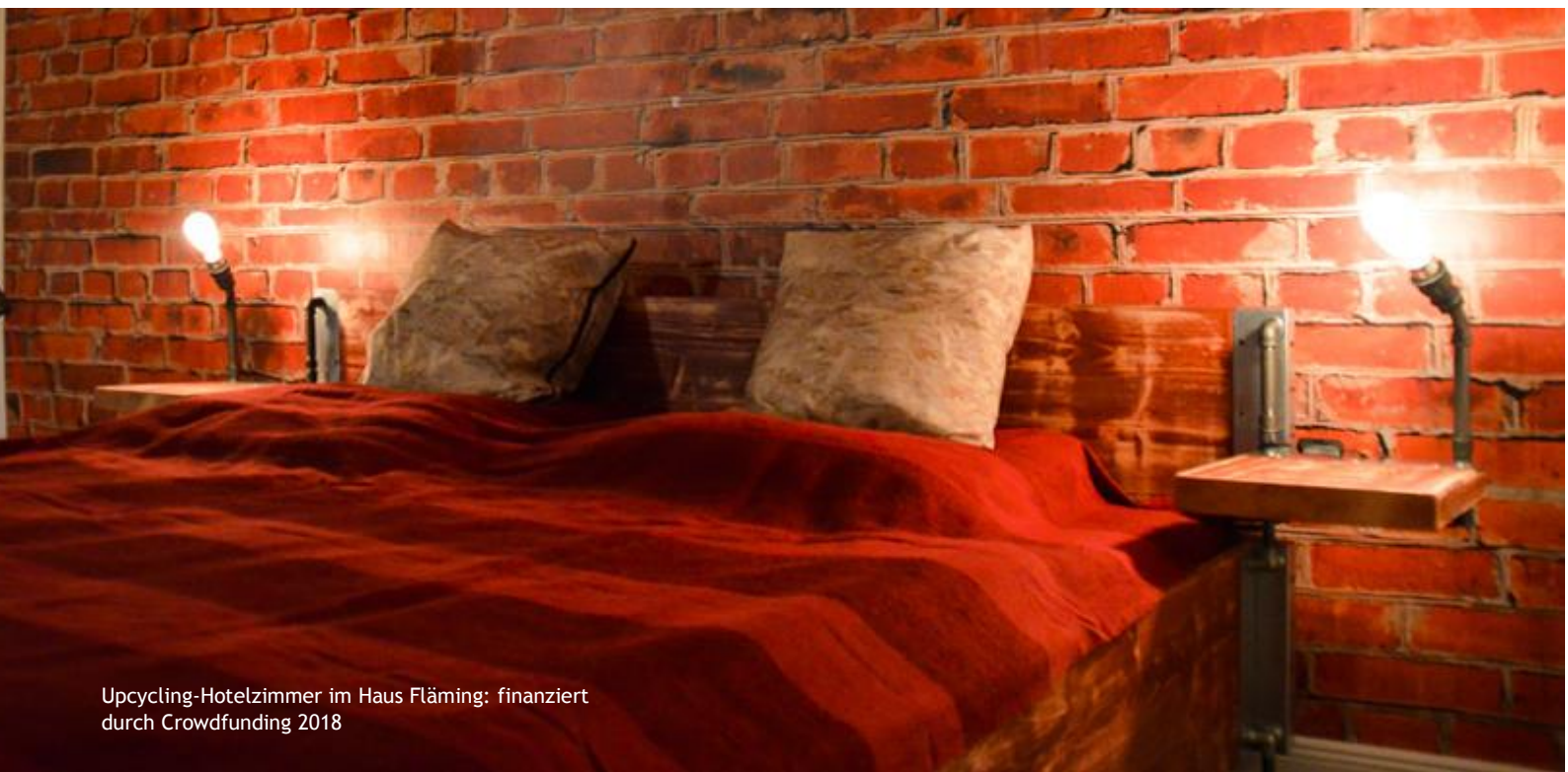


CROWDFUNDING

ICH MARK BRANDENBURG

Eine Cross-Cluster-Projektidee in Kooperation Tourismus, Ernährung, Kreativwirtschaft (Stand 11.02.2019)



Upcycling-Hotelzimmer im Haus Fläming: finanziert durch Crowdfunding 2018

Die Herausforderung

In Brandenburg existieren mit zahlreichen öffentlichen Förder- und Finanzierungsinstrumenten hervorragende Werkzeuge, die Unternehmen dabei helfen, aus ihre Idee eine Innovation zu entwickeln. Gleichzeitig haben allerdings gut 90% aller märkischen Betriebe weniger als 10 Mitarbeiter und entsprechend geringe Umsatzzahlen, kaum Eigenkapital oder bewertbare Sicherheiten. Ihnen bleiben klassische Förder- und Finanzierungsinstrumente damit verschlossen, nicht zuletzt, weil diese wenig geeignet sind (Ausnahme: Mikrokredit Brandenburg) innerbetriebliche Innovationen im kleinen Rahmen zu unterstützen.

Es sind aber gerade diese kleinsten und kleineren Betriebe und kreativen Gründungs- und Start-Up-Vorhaben, die agil auf dem Markt auftreten und Mut zu neuen Produkten und Dienstleistungen mitbringen. Diese Innovations- und Entwicklungsdynamik zu unterstützen, kann Aufgabe der Clustermanagements in Brandenburg und Berlin sein.

Der Prototyp

In 2017 startete die erste Crowdfunding-Kampagne im Land Brandenburg, die überbetrieblich vom Tourismusverband Fläming durchgeführt wurde. Ziel war es, Unternehmen im Fläming dabei zu helfen, aus ihren Ideen tragfähige Geschäftsmodelle zu entwickeln und diese entweder über klassische Finanzierungs- und Förderinstrumente oder über Crowdfunding finanzieren zu lassen. Die Unternehmen im Fläming wurde dabei in mehreren Workshops im Rahmen von Innovations- und Marketingworkshops gecoacht. Sie wurden so in die Lage versetzt, schon im Vorfeld mit anderen Unternehmen ihre Idee weiter auszugestalten und zu testen. An der

anschließenden Kampagne im Rahmen einer Partnerpage auf der Crowdfunding-Plattform **Start-Next** beteiligten sich 14 Unternehmen der Region. Es konnten knapp 50.000 Euro Kapital eingeworben werden. Zehn Starter konnten ihre Projekte auf diesem Weg nicht realisieren, aber werden die Produktideen trotzdem mit anderen Finanzierungsmitteln umsetzen. Aus den Wettbewerbsteilnehmern hat sich darüber hinaus eine Gemeinschaft entwickelt, die gemeinsam in eine Richtung blickt: Während der Vorbereitungsworkshops für die FlämingSchmiede entstanden Kooperationen und Geschäftsbeziehungen, die Hilfsbereitschaft untereinander war einzigartig.

Mit diesem kreativen Impuls für eine innovative Destinationsentwicklung erhielt der Tourismusverband Fläming 2018 **den 3. Platz beim Deutschen Tourismuspreis 2018.**

Das Projekt wurde unterstützt durch: Ministerium für Wirtschaft und Energie, IHK Potsdam, Startnext, BTE Tourismus- und Regionalberatung, Wirtschaftsförderung Potsdam-Mittelmark, Wirtschaftsförderung Teltow-Fläming sowie Cluster Tourismus Brandenburg.

Folgende Learnings ergaben sich daraus:

1. Testing

Es zeigt sich, dass der frühzeitige Kontakt zu potentiellen Kunden im Rahmen der Kampagne Risiken eines Markteintritts minimiert. Denn: nur die Produkte & Dienstleistungen werden durch die Crowd finanziert, die auch ankommen!

2. Marketing

Bereits vor der Realisierung erregt eine Idee Aufmerksamkeit. Das kann zu Kundenbindungen und späteren Käufen führen.

3. Unabhängige Finanzierung

Eingesammeltes Crowdfunding-Kapital ist wie Eigenkapital. Eine Auszahlung erfolgt in jedem Fall. Ob das Unternehmen damit eine Vollfinanzierung seines Vorhabens anstrebt oder in Ergänzung eine Finanzierung durch ein Förderinstitut oder eine Bank anstrebt, ist dabei unerheblich.

4. Große Innovationen für kleines Geld

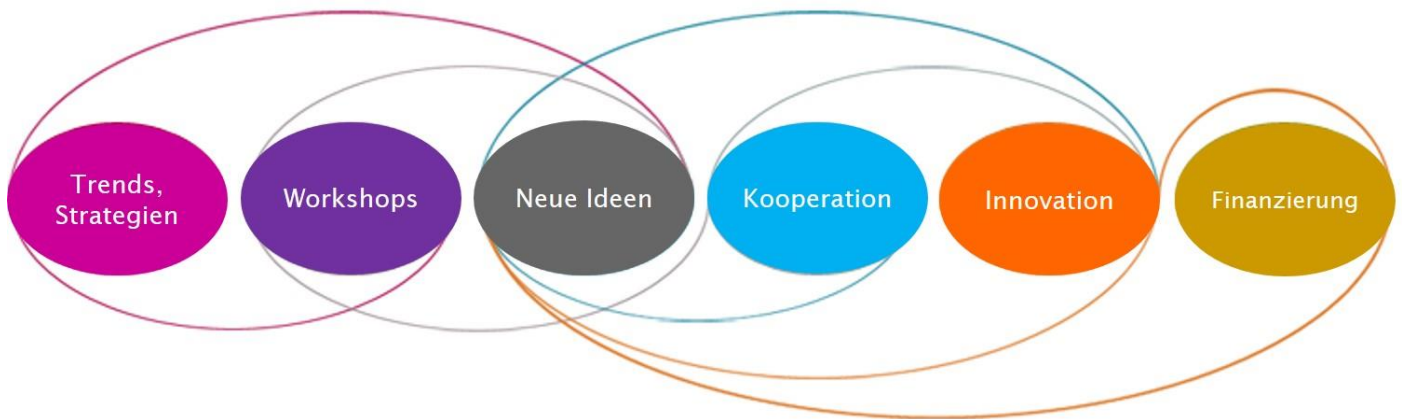
Crowdfunding eignet sich hervorragend für Ideen bis zu 15.000 Euro. Damit lassen sich für kleinste und kleine Unternehmen in einem Bereich, in dem viele klassische Instrumente versagen, eine Vielzahl von Projekten umsetzen.

5. Destinationsentwicklung 2.0

Die Aufgaben einer Destinationsmanagement-Organisation gehen heute über Marketing & Kommunikation hinaus. Sie helfen mit ihrem Know-How und ihren Kompetenzen Unternehmen in ihrer Region besser zu werden. Denn: Markenmanagement ist Ursachenmanagement und die Ursachen für Tourismus ist vor allem in der Akteureslandschaft der touristischen Leistungserbringer zu finden.

Die Idee

Im Frühjahr 2019 startet die **InnovationsAkademie Brandenburg**. In ihr werden durch ein Train-the-Trainer-Konzept Innovationscoaches in allen Regionen Brandenburgs noch besser in die Lage versetzt, betriebliche Innovationsvorhaben in touristischen Unternehmen zu begleiten. In einem zweiten Schritt sollen dann **ab Winter 2019/2020 Innovationsworkshops in weiteren Pilot-Regionen Brandenburgs** stattfinden, die Innovationsimpulse auslösen und Unternehmen und andere Destinationspartner befähigen, ihre Ideen zu Innovationen weiterzuentwickeln. Prototypisch stellt sich dieser Prozess wie folgt dar:



Im Mittelpunkt stehen dabei **neue Ideen** von Unternehmen der jeweiligen Region, die aus sich selbst heraus oder in Ableitung aus **allgemeinen Trends oder aus dem jeweiligen Destinationsprofil** heraus erfolgen können (z.B. „Was heißt es für mein Unternehmen, wenn sich der Fläming als Kreativregion profiliert?“). Anhand von strukturierten **Workshops** sollen nun Unternehmen in die Lage versetzt werden, Ideen zu entwickeln oder eigene weiterzuentwickeln. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf sog. Cross-Cluster-Innovationen, die aus der Erkenntnis heraus erfolgen, dass neue Produkte und Dienstleistungen oftmals in **Kooperation** verschiedener Branchen erfolgen (z.B. Upcycling-Hotelzimmer = Tourismus und Design). In einem letzten Schritt sollen die Unternehmen bei der Finanzierung unterstützt werden. Das kann mit klassischen **Finanzierungsinstrumenten**, aber nun neu auch unter dem Dach von **CROWDFUNDING ICH MARK BRANDENBURG** erfolgen.

CROWDFUNDING ICH MARK BRANDENBURG ist dabei eine Partner-Page der Crowdfunding-Plattform Start-Next, die mit über 1 Mio. Nutzern, über 6.500 finanzierten Projekten und ca. 62 Mio eingeworbenen Mittelvolumen in diesem Bereich die größte deutsche Plattform ist. Eine Partner-Page bietet für die einzelnen Projekte den Vorteil, dass alle von der Reichweite der „Mutter-Seite“ profitieren. Darüber hinaus ist es den Inhabern der Partner-Page möglich, die Projekte in Kooperation mit Start-Next zu kuratieren und „crowdfähig“ zu machen.

Beispiele:

Nordstarter aus Hamburg <https://www.startnext.com/pages/nordstarter#projects>

Kulturmut aus Rheinland-Pfalz <https://www.startnext.com/pages/kulturmut#projects>

StartIn Food <https://www.startnext.com/pages/startinfood>

Die Umsetzung

Im Herbst/Winter 2019/20 geht die Partner Page **CROWDFUNDING ICH MARK BRANDENBURG** (Name zu diskutieren, Alternativen z.B. Mein Brandenburg etc.) an den Start. Gleichzeitig finden Kreativ-/Innovationsworkshops in verschiedenen Pilotregionen statt. Das können eigenständige Veranstaltungen oder Kooperationsveranstaltungen mit regionalen Partnern sein. Begleitet wird dieser Prozess durch eine externe Innovationsschmiede sowie durch Start-Next. Ziel: neue oder verbesserte Produkte in Unternehmen und in der Destination.

In Kooperation der Cluster Tourismus und Ernährungswirtschaft werden Unternehmen dieser beiden Branchen adressiert. Dabei kann es zu Kooperationsprojekten oder einzelbetrieblichen Innovationsvorhaben kommen. Der Schwerpunkt liegt dabei auf Kleinst- und Kleinunternehmen, wobei mittlere, größere Unternehmen nicht ausgeschlossen sind.

Warum Ernährung und Tourismus?

Beide Branchen bieten ideale Voraussetzungen als Konsumgüterbranchen. Sie sind endkundenfähig. Das ist ein enormer Vorteil für diese Art von Crowdfunding, bei der die Finanziere als Gegenleistung zu ihrem finanziellen Beitrag ein „Dankeschön“ in Form einer konsumierbaren Leistung erhalten.

Partnerstruktur

Cluster Tourismus

Cluster Ernährungswirtschaft

Start Next

Regionale Partner in den Destinationen

Brandenburgische IHKn...

Ggf. Hochschulen in Brandenburg-Berlin

Kosten

Tbd

Mögliche Verbindung zu anderen Instrumenten

Richtig rund wird der Finanzierungsteil durch die Kombination mit weiteren Förderinstrumenten (Mikrokredit, Gründung innovativ). So findet in dem Crowdfundingprozess ein umfangreiches Coaching, Beratung, das partizipative Erarbeiten von Geschäftsmodellen und ein Testing von Produkten am Markt statt. Das bedeutet für den Fördermittelgeber ein höheres Maß an Sicherheit bei der Vergabe von Fördermitteln. Somit können dann beispielsweise bestimmte Nachweise für die Förderfähigkeit in bestimmten Instrumenten durch ein erfolgreiches Crowdfunding abgedeckt werden, ähnlich wie in Berlin

<https://www.startnext.com/pages/ibbmikrocrowd#projects> und Baden-Württemberg <https://www.startnext.com/pages/crowdbuddy-bw#about> . Dazu muss parallel ein Dialog mit MWE, ILB geführt werden.