



Marketing für Ihr Crowdfunding So gehts richtig!

Methoden, um mehr Aufmerksamkeit für Ihr Crowdfunding-Projekt zu wecken

Ob eine Crowdfunding-Kampagne erfolgreich ist, hängt davon ab wie viel Aufmerksamkeit erzeugt wird. Um überhaupt gefunden zu werden, ist eine durchdachte Online-Marketing-Strategie die Basis jeder Crowdfunding-Kampagne. Leider unterschätzen viele Unternehmen die Relevanz von Online Marketing und priorisieren es nicht in ihrer Crowdfunding-Strategie. Dabei handelt es sich um ein komplexes Fachgebiet, mit vielen verschiedenen Instrumenten und Hebeln.

Ich möchte Ihnen erklären, warum eine professionelle Online-Marketing-Beratung für jede Crowdfunding-Kampagne unerlässlich ist und worauf Sie dabei achten sollten.

Eine Investition für und in die Zukunft

Für Unternehmen, die auf der Suche nach neuem Kapital sind, sich also in der Funding-Phase befinden, ist Geld oft ein heikles Thema. Investitionen und Ausgaben werden auf ein Minimum reduziert. Dabei ist es vor allem zu diesem frühen Zeitpunkt wichtig, effizient zu arbeiten. Oft besteht der Einwand, dass es sich noch nicht lohnt für eine externe Beratung Geld auszugeben. In diesem Punkt wird aber der langfristige ROI (Return On Investment) vergessen.

Crowdfunding ist ein reines Online-Phänomen. Dementsprechend relevant ist es, das Medium Internet gut zu nutzen und das Werbepotential voll auszuschöpfen.

Auch für bestehende oder potenzielle Investoren ist eine ausgetüftelte Online-Marketing-Strategie ein gutes Zeichen. Als Unternehmen demonstrieren Sie Professionalität und beweisen mit langfristigen Plänen, dass Sie an die Zukunft denken, stabil aufgestellt sind und sich eine gute Marktposition sichern wollen.

Eine durchdachte Online-Marketing Kampagne ist im Schnitt 5x effektiver als klassische Marketing Kanäle.

Methoden, um online gefunden zu werden

Die Welt des Online Marketings ist durchaus komplex und sehr vielschichtig. Man kann also leicht den Überblick verlieren und von den zahlreichen Möglichkeiten überfordert werden. Wer die neuen Methoden jedoch offen annimmt, nutzt Potenziale, die ihn vom Wettbewerb stark abheben. Es ist also empfehlenswert, sich schon früh zu seinen Möglichkeiten beraten zu lassen.

Glück durch Geben & Nehmen



Eine gute, erfahrene Crowdfunding Agentur ([mywallet.one](https://www.mywallet.one)) versetzt sich in ihr Projekt und die dazugehörige Zielgruppe hinein und schätzt ein, welche digitalen Marketing-Instrumente für Ihr Projekt am effektivsten sind. Oft ist eine interne Betriebsblindheit oder eine Art Scheuklappendenken ein Problem vieler Crowdfunding-Projekte. Schaut ein unbeteiligter Dritter von außen darauf, öffnen sich ganz neue Perspektiven und Ansatzpunkte.

Das Ziel von Crowdfunding ist, von potenziellen Spendern gefunden zu werden und sich überzeugend zu präsentieren.

Gerade weil Crowdfunding sich nur online abspielt, müssen Sie mit Ihrer digitalen Präsentation glänzen.

Dabei gibt es keine pauschale Online-Marketing-Musterlösung.

Eine Crowdfunding-Marketing-Strategie wird jedes Mal erneut individuell an jedes Projekt und die jeweilige Zielgruppe angepasst.

Für jeden Crowdfunder muß eine eigene Strategie erarbeitet werden und dabei eine Kombination aus folgenden Online-Marketing-Methoden genutzt werden:

- **SEO (Suchmaschinenoptimierung)**
- **SEA (Suchmaschinenwerbung)**
- **Storytelling**
- **Konzeption und Erstellung von Funding Pages (Landing Pages)**

SEO: Für langfristige Erfolge

Stellen Sie sich vor, Sie möchten mit Ihrem Crowdfunding-Projekt im Internet von potenziellen Investoren gefunden werden. Wie gehen Sie vor?

Sie geben erstmal einen Suchbegriff bei Google ein und schauen sich die ersten zehn Ergebnisse genauer an. Sie durchforsten Blogs, Dienstleistungs-Webseiten von Agenturen und womöglich auch Fachliteratur – machen sich also erst einmal mit dem Thema Online Marketing vertraut.

Was Ihnen dabei vielleicht gar nicht bewusst auffällt, ist, dass Sie nur auf die verschiedenen Webseiten gelangen, weil die Betreiber in SEO investiert haben. Das heißt, ein wichtiger Pfeiler jeder digitalen Marketing-Strategie ist die Suchmaschinenoptimierung (engl: Search Engine Optimization, SEO).

Das Ziel von SEO ist es, dass Ihr Projekt langfristig unbezahlt bei der Online-Suche von potenziellen Spendern gefunden wird. Durch den Einsatz von unterschiedlichen Maßnahmen sorgen Sie dafür, dass Ihr Inhalt in den Rankings der Suchmaschine, also z. B. der Suchergebnisliste von Google, möglichst weit oben angezeigt wird. Durch Suchmaschinenoptimierung beeinflussen Sie langfristig das organische Ranking, ohne dafür zahlen zu müssen.

Generell unterteilt man SEO in zwei unterschiedliche Gebiete:

Interne Faktoren: Optimierung der Fundingpage (Onpage Optimierungen)



1. Inhaltliche Verbesserung

- Schreiben Sie einzigartige Texte (unique Content)
- Mit einer Länge von mind. 300 Wörtern
- Der Text soll gut lesbar sein. Nutzen Sie Absätze, Tabellen und Aufzählungen
- wichtig ist relevanter Inhalt, der dem Leser einen Mehrwert bietet
- Sorgen Sie regelmäßig für neuen Content
- Arbeiten Sie mit Überschriften und Zwischenüberschriften
- Faustregel: Ein Haupt-Keyword pro Text, auf das optimiert wird
- Wählen Sie Bilder, die zum Thema passen

2. Technische Verbesserung

- Erstellen Sie Meta-Beschreibungen: Meta-Title und Meta-Description, ALT-Texte von Bildern etc.
- Achten Sie auf sinnvolle Verlinkungen (intern und extern)
- Optimieren Sie die Ladezeiten
- Responsives Design für Mobil und Tablet

Offpage Optimierung

Externe Faktoren: Link Management

- Bauen Sie Ihre Backlinks natürlich auf
- Linkkauf ist nicht empfehlenswert
- Ihr Backlink-Profil sollte stetig wachsen
- Achten Sie auf verschiedene Linkquellen: Blogs, Social Media, Foren, Brancheneinträge etc.
- Allgemein gilt: Qualität vor Quantität

SEA: Für kurzfristige Erfolge

Folgende Situation: Sie wollen Spender von Ihrem Crowdfunding-Projekt überzeugen und das in einer möglichst kurzen Zeit. SEO ist für diesen Zweck mit viel Aufwand verbunden und die Maßnahmen wirken nicht schnell genug.

Genau hier kommt die Suchmaschinenwerbung (engl.: Search Engine Advertising, SEA) zum Einsatz. Wie der Name vermuten lässt, schalten Sie Werbeanzeigen in der Suchmaschine, hauptsächlich bei Google. Wer kurzfristig ein gutes Ranking erzielen und sogar oberhalb der organischen SEO Suchergebnisse angezeigt werden möchte, ist hier genau richtig.

Diese bezahlten Anzeigen unterscheiden sich optisch kaum von einem organischen Ergebnis und können bis auf das kleinste Detail angepasst und individuell auf die Zielgruppe abgestimmt werden. Das Ziel von SEA ist es, möglichst viele Interessenten in einem kurzen Zeitraum auf die Landingpage Ihres Crowdfunding-Projekts zu holen.



Genau wie SEO ist auch SEA ein komplexer und sehr wichtiger Pfeiler einer Online-Marketing-Strategie.

Vereinfacht kann man sagen, dass folgende Schritte befolgt werden sollten:

1. **Ziele der Kampagne definieren**
2. **Keyword Research**
3. **Themen und Zielgruppen in Anzeigengruppen gliedern**
4. **Kampagne erstellen**
5. **Anzeigen schreiben**
6. **Tracking und Optimierung**

Beide Ansätze, SEO und SEA, sind wichtig für eine gute Crowdfunding-Kampagne. Da ein Funding aber meist zeitlich limitiert ist und es oft schnell gehen muss, sollte das Hauptaugenmerk auf SEA gesetzt werden.

Die Suchmaschinenwerbung ist natürlich etwas kostenintensiver, denn man zahlt pro Klick auf die Anzeige, dafür ist die Qualität der Leads auch deutlich besser und Sie können das investierte Budget direkt in Ihren Crowdfunding-Betrag einrechnen.

Storytelling: Die Kommunikationsgrundlage

Überlegen Sie mal kurz: Welche Produkte, Unternehmen oder Ideen bleiben Ihnen im Gedächtnis? Richtig, die Besonderen.

Die, die es geschafft haben, mit einer Geschichte zu glänzen und eine Art eigene Persönlichkeit besitzen. Genau darum geht es beim Storytelling.

Inhalte sollen Menschen fesseln, begeistern, überzeugen und an die Idee binden. Als Teil der Suchmaschinenoptimierung (SEO) ist es der Marketingansatz, der vor allem langfristig wirkt und mit nachhaltigen Ergebnissen überzeugt.

Eine emotionale Geschichte macht es leichter, sich im Kopf von potenziellen Spendern festzusetzen. Denn eine unterhaltsame Story, die gleichzeitig informativ ist, lässt Sie und Ihr Projekt aus der Masse herausstechen.

Ein wichtiger Aspekt des Storytellings ist die Personalisierung. Potenzielle Spender sollten ein persönliches Verhältnis zu Ihrem Unternehmen aufbauen, sich damit identifizieren können und verbunden fühlen.

Mit Hilfe von Storytelling kann man:

- **sich von der Masse abheben und Aufmerksamkeit erzeugen.**
- **komplexe Vorgänge und Entscheidungen vereinfacht wiedergeben.**
- **die Message Ihres Crowdfunding-Projekts festsetzen.**
- **Emotionen und Gefühle mit Ihrem Unternehmen verknüpfen.**
- **eine interessante Geschichte erzeugt Buzz und wird zu Word of Mouth.**
- **eine Beziehung zur Zielgruppe aufbauen.**



Konzeption der Fundingpage

Sie haben das bisher Gelernte angewendet und es geschafft, mit Hilfe von SEO, SEA oder Storytelling (am besten wäre natürlich eine Kombination) einen Spender auf Ihre Fundingpage aufmerksam zu machen?

Nun geht es ans Eingemachte, denn wie im echten Leben: Der erste Eindruck zählt und ist entscheidend.

Nur 2,5 Sekunden entscheiden darüber, ob Ihre Besucher Ihr Angebot interessant finden.

Die Landingpage (Zielseite) oder in ihrem Fall Fundingpage ist das Aushängeschild Ihres Crowdfunding-Projekts und Unternehmens. Ein potenzieller Investor oder Spender ist nun da, wo Sie ihn haben wollen. Er möchte nun überzeugt werden.

Es ist essentiell, das Design und die generelle Aufmachung der Seite an Ihr Vorhaben und an die Zielgruppe anzupassen. So schaffen Sie einen hohen Wiedererkennungswert Ihrer Marke und Ihres Unternehmens.

Folgende Aspekte sind besonders wichtig:

- **Gestalten Sie die Seite übersichtlich**
- **Arbeiten Sie mit Absätzen und Überschriften**
- **Passen Sie das Design Ihrer Corporate Identity an**
- **Nutzen Sie Medien wie Fotos, Grafiken und Videos**
- **Statistiken und Zahlen kommen bei Investoren immer gut an**
- **Machen Sie sicher, dass die Seite auch auf Smartphones und Tablets läuft**
- **Nutzen Sie klare Call-to-Actions**
- **Liefern Sie Inhalte die relevant sind und begeistern**
- **Manchmal ist weniger mehr**

Die [Landingpage der Brauhaus-Crowd](#) könnte z. B. ein Vorbild sein.

Atmen Sie mal kurz durch, denn das waren bisher doch eine Menge Infos.

Falls Sie es bis hierher geschafft haben, konnte ich Ihnen einen kleinen Einblick in die Online-Marketing-Welt geben. Ich habe die ausgewählten Themen bewusst angeschnitten, um einen Eindruck von Vielfalt und Komplexität zu liefern. Aber das war natürlich erst die Spitze des Eisbergs.

Ich empfehle Ihnen deshalb schon frühzeitig die Hilfe von externen Experten in Anspruch zu nehmen. Generell gibt es viele verschiedene Arten von Agenturen, die Ihnen bei strategischen Fragen zur Seite stehen können. Einige spezialisieren sich auf ein jeweiliges Themengebiet wie SEO, SEA oder Storytelling; andere sind [All-in-One-Agenturen](#), die ein Komplettpaket liefern können.

Glück durch Geben & Nehmen



Ich gehen noch einen Schritt weiter. Mein Ziel ist es, Unternehmen die Angst vor digitaler Veränderung zu nehmen.

Der Kern ist dabei die Online-Marketing-Beratung und Hilfestellung, denn nur wenn die Menschen hinter den Unternehmen die digitalen Methoden verstehen, sind sie bereit, die Maßnahmen umzusetzen und die Potenziale wirklich auszuschöpfen. Es geht also um viel mehr als reines Online Marketing.

Vielmehr müssen Prozesse umgedacht, neue Ideen und Ansätze gefunden und entwickelt werden.

Interessiert?

Fazit: Eine Investition, die sich lohnt

Eine professionelle Online-Marketing-Beratung ist zusammenfassend somit eine Investition in den Erfolg Ihrer Crowdfunding-Kampagne. Wichtig ist vor allem, dass man bei der Strategie eines Crowdfunding-Projekts von Anfang an umdenkt: Kosten für Marketing sind keine Kosten, die zusätzlich auf das Projekt zukommen. Es ist eine Investition, die ein fester Bestandteil jeder Crowdfunding-Kampagne sein sollte und bereits bei der Fundingsumme berücksichtigt werden sollte. Denn eine hohe Sichtbarkeit über Google oder andere Suchmaschinen führt zu einer höheren Anzahl von potenziellen Spendern und damit zum Erfolg eines jeden Projekts, simple Mathematik.

74% aller Crowdfunding-Projekte haben Probleme, ihre Prozesse an die digitale Welt anzupassen und verschenken viel Potential.

Seien Sie einen Schritt voraus.