

Geld her: Crowdfunding

Ein Geschäftsmodell für selbstbestimmten Journalismus – ein Selbstversuch.

Wulf Beleites, freier Journalist

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Kolleginnen und Kollegen,

gestatten Sie mir eine Vorbemerkung. Wie viele Schnäpse es waren, weiß ich nicht mehr. Es war das Guinness, das unseren Geist 1992 beflügelte. Wir überlegten, was die beste Boulevard-Schlagzeile sei und kamen zu dem Schluss, dass die von der *Quick* in den Siebzigern erfundene Zeile nicht zu toppen sei: „Deutscher Schäferhund beißt Inge Meysel Brustkrebs weg“- Da war alles drin, was der Boulevard braucht.

Und einige Guinness später war dann die Geburtsstunde der Zeitschrift „Kot & Köter“. Rasant ging es weiter: Radiointerviews, Zeitungsartikel, Talkshow-Auftritte. Sechs Jahre lang. Dazu später noch ein wenig mehr und wer die ganze Geschichte lesen will, muss – Achtung: Werbung – ein Abo bestellen.

Doch nun zum Thema Crowdfunding.

Seit etwa zwei Jahren wächst in Deutschland der Markt für Crowdfunding, gibt es immer mehr Seiten, die Crowdfunding-Projekte unterstützen. Kurz das Prinzip: Man hat eine Idee für ein Projekt, auf welchen Sektor auch immer. Dann stellt man dieses Projekt auf einer Crowdfunding-Plattform vor, gibt die Summe an, die notwendig ist und setzt eine Frist, wie lange das Projekt laufen soll. In der Regel 30 bis 50 Tage. Kommt das Geld in dieser Frist zusammen, geht es ans Realisieren. Kommt es nicht zusammen, geht es an die Spender, an die Unterstützer zurück. Es gilt das Prinzip: Alles oder Nichts.

Die Crowdfunding-Plattform fungiert als Mittler zwischen den Einzelnen und dem Web. In meinem Fall bekam ich neben Deutschland Spenden aus Teneriffa, aus Holland und Belgien. Und von Einzelpersonen, von denen ich es nie erwartet hätte.

Bei den ganzen Crowdfunding-Plattformen habe ich mich für *Krautreporter* von Sebastian Esser, einem Kollegen, entschieden. Auf seiner Seite werden nur Medienthemen vermittelt: Bücher, Filme, aufwendige Reportagen und eben auch Zeitschriften-Projekte. Das Konstrukt ist klar vorgegeben, so wie auf allen anderen Crowdfunding-Seiten auch: Thema, Video-Clip, Vorspann – und eine ausführliche Beschreibung, die aufpoppt, wenn das Projekt auf der Crowdfunding-Startseite angeklickt wird. Und natürlich Summe und Laufzeit.

Weitere und ausführlichere Informationen stehen auf den Crowdfunding-Seiten. Ein zentraler Punkt bei der Vorstellung ist der Video-Clip, denn der wird immer als erstes angeschaut. Und hier liegt auch schon das erste große Problem. Was ein dreieinhalb-minütiger Film kostet, weiß ich aus meiner Zeit beim NDR. Also wird mit Bordmitteln gearbeitet. Danach sehen die meisten Filme auch aus. Auch meiner:
(Der Film ist im Netz unter vimeo.com/77422320 zu sehen.)

Der nächste hilfreiche Schritt ist die Erstellung einer eigenen Web-Seite zum Projekt. Hier können sich die Unterstützer umfangreich informieren und auch abschätzen, wie ernst und professionell das Projekt angelegt ist. Ich hätte nie ein so großes Presse-Echo ohne die Seite www.kotundkoeter.de gehabt.

Wer gut auf Facebook vernetzt ist, hat ein großes Plus. Hier kann neben der Crowdfunding-Seite über den aktuellen Stand berichtet werden, Probleme oder Erfolge gepostet werden. Und wer Facebook mit all seinen Möglichkeiten richtig zu nutzen weiß, was ich von mir wahrlich nicht behaupten kann, ist zwar noch nicht auf der sicheren Seite, aber eben auf dem Weg dorthin.

Gleiches oder mehr gilt auch für Twitter. Hab ich leider nicht nutzen können, da ich noch nie einen Tweed abgesetzt habe, abzusetzen in der Lage war. Sehr schade eigentlich. Erfahrungsgemäß werden die ersten Spenden von Bekannten, Freunden, Kollegen und Verwandten gemacht. Nach Projekt-Start von Kot & Köter habe ich an diesen Personenkreis eine Massenmail, etwa 2.500 Leute, versendet. Der Rücklauf war gut, wäre aber sicherlich besser gewesen, hätte ich jeden und jede einzeln mit Namen angemailt. Ein Problem bei Krautreporter und auch den anderen Crowdfunding-Portalen: Es kann nicht so einfach Kohle rübergeschoben werden, sondern eine Anmeldung mit der eigenen Email-Adresse plus Passwort ist nötig, auch wenn die Spende anonym gemacht werden soll. Danach geht's ans Durchhangeln von verschiedenen Punkten bis hin zur Akzeptierung der AGBs, der Geschäftsbedingungen der Crowdfunding-Betreiber. Das ist aus deren Sicht sicherlich berechtigt, schreckt aber die oder den einen ab. Denen hab ich die Möglichkeit auf meiner Seite gegeben, anonym an mein PayPal-Konto zu spenden, unter der Zusicherung, dass sie ihr Geld bei Nicht-Erfolg des Projektes zurückbekommen. Danach habe ich dann den Betrag anonym unter meinen Anmeldungsdaten an Krautreporter weitergeleitet. Hat unheimlich genervt, viel Zeit gekostet, aber es hat sich gelohnt.

Wie schon in den neunziger Jahren beim Fake „Kot & Köter“ war auch diesmal das

mediale Interesse riesengroß und wurde immer größer. Es fing mit einem Anzeigenblatt, dem „Elbe-Wochen-Blatt“ an. Der Branchendienst Turi2 veröffentlichte Auszüge aus meiner Pressemitteilung. Was ich schon toll fand. Aber noch besser wurde es, als „Kot & Köter“ bei Turi2 dann als meistgeklickter Link des Vortages erschien. Mehr geht doch gar nicht. Dachte ich. Aber weit gefehlt. Die Königsklasse schien mir erreicht, als ein ausführlicher Bericht auf der Startseite von Spiegel Online erschien. Die Klickzahlen schnellten in die Höhe, die Eingänge bei Krautreporter ebenso. Gleiches nach den Fernsehberichten auf N24 und SAT1 regional. Ein Riesensprung erfolgte noch nachdem die ARD einen Beitrag im Morgenmagazin sendete, der am gleichen Tag zumindest vom WDR auf der Länderschiene wiederholt wurde. – Ein ausführlicher, verlinkter Pressespiegel ist auf meiner Seite zu sehen.

Ach ja, dann war da noch der eine Spender, der unter dem Namen Kai Diekmann gespendet hat. Eine Mail an ihn, Krautreporter leitet Mails an die Unterstützer weiter, blieb unbeantwortet. Aber was wäre Diekmann ohne seine Bild. Zwei Tage nach dem erfolgreichen Ende meines Projektes, am Mittwoch dieser Woche machte mich Bild auf der Eins in seiner „Gewinner – Verlierer – Rubrik“ zum „Verlierer“ des Tages. Das konnte der Babo, wie sich der Chefredakteur im Impressum seines Blattes seit kurzem nennt, das konnte er seinen Leuten so nicht durchgehen lassen und sandte folgenden Tweed: Von wegen "Verlierer", liebe @BILD ! Ich habe für das Projekt bereits Geld gespendet (bzw. Abo abgeschlossen). pic.twitter.com/QTr6y0vJWK

Aber zurück zum Crowdfunding, zu Krautreporter, zu Kot & Köter: Die 7.000 Euro sind zusammengekommen. Die versprochene Nullnummer wird Ende Januar/Anfang Februar erscheinen. Und wenn dann genügend ABOs zusammenkommen, ist das regelmäßige Erscheinen von Kot & Köter gesichert.

Daher möchte ich mit einem Wort von Jochen Steffen und seinem Kuddl Schnöof enden: „Nu komms du!“

Noch eine Schlussbemerkung: Ist Crowdfunding eine Alternative?

Nein, ist es nicht. Es ist eine Möglichkeit, guten Journalismus zu machen, gute Geschichten zu finanzieren.

Aber ebenso wenig, wie der Staat sich über öffentliche Tafeln aus seiner sozialen Verpflichtung stiehlt, darf sich auch nicht ein Verleger und Chefredakteur über Crowdfunding von seiner Verpflichtung für guten, qualifizierten Journalismus verabschieden. Danke sehr.

