

Lohnt sich Crowdsponsoring denn?

19.01.2011, 16:07 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *mySherpas GmbH*

Presseagentur: *mySherpas GmbH*

Erster Erfahrungsbericht der Plattform mysherpas.com

München (ots) - Ein paar Wochen Erfahrungen mit Projekten, die erfolgreich gelaufen sind, und solchen, die das Anfangsstadium niemals verlassen haben, geben erste Aufschlüsse - aus Betreibersicht. So viel steht fest: Video einstellen und dann 90 Tage lang Augen zu und Daumen drücken - das ist zu wenig!

Gerade eben ist das Projekt "The Good Life" von Hans Hafner erfolgreich zu Ende gegangen. Knapp über 2.500 EUR hat er über Freunde, Bekannte, aber auch sehr viele Fremde einsammeln können, die mit ihm an seine Filmmusik geglaubt haben. Für den Indiefilm "Abschiedstournee", in dem Rolf Eden als Darsteller mitwirkt, will Hans Hafner den Titelsong nicht aus der Dose, sondern mit einem Orchester im Studio einspielen. Respekt! Aber das Projekt war kein Selbstläufer. Das Credo von Hans Hafner lautet:

1. Von nix, kommt nix. Action, Action, Action während der gesamten Projektlaufzeit!
2. Vorbereitung ist alles: Die Action muss vorbereitet sein - und zwar idealerweise VOR Beginn der Projektlaufzeit!
3. Ob's was wird, weiß man erst ganz zum Schluss!

Das heißt zusammenfassend: Es kostet eine Menge Aufwand, viel Vorbereitung, ein ständiges Rühren der Werbetrommel, ein permanentes Sich-in-Erinnerung-Rufen, gewisse Investitionen - und natürlich reizvolle Prämien für die Unterstützer.

Da stellt sich einem natürlich sofort die Frage: Lohnt sich das?

Man kann alles auf Heller und Pfennig durchrechnen. Eigene Arbeitszeit in Stunden mal Stundensatz plus Auslagen plus Prämien. Es dürfte nicht wenige Fälle geben, in denen es für die Projekthinhaber günstiger gewesen wäre, die Zeit in Hilfsarbeit in einem Schnellrestaurant zu investieren. Das Geld wäre zügiger und vor allem sicherer verdient gewesen.

Warum also dieser Aufwand? Ganz einfach: Weil das Projekt so - und nur so - fliegen lernt!

Weil es erhehend ist, wenn man sein Projekt nicht im Stillen mit dem Wenden von Burgern und dem Wegräumen von Tablettis finanziert, sondern Menschen von seiner Idee überzeugen kann, und zwar so sehr überzeugt, dass sie Ihr Geld dafür geben. Wie sagt der Engländer noch so schön? Put your money where your mouth is.

Weil es einen Unterschied macht, ob man sich mit Leib und Seele für sein Projekt einsetzt und es endlich Wirklichkeit werden lässt, oder ob man sein Leben lang weiter von diesem Moment träumt.

Weil man mit seiner Projektwerbung gefiebert, gezweifelt und gehadert hat, mit dem kurzen Gedächtnis der fest versprochenen und doch nicht gekommenen Spender, weil man sich plötzlich gefreut hat über unerwartete Beiträge und Sponsoren, die nach sieben Tagen Flaute und gesunkener Stimmung auf einmal aus dem Nichts einen dicken Betrag überwiesen haben.

Weil man die ganzen Skeptiker und Berufspessimisten Lügen gestraft hat, die einem schon von Anfang an gesagt haben, dass das sowieso nichts wird. Wer soll einem schon umsonst und freiwillig Geld geben?

Weil man, wenn man 50 Sherpas von seiner Idee überzeugt hat, einfach jeden überzeugen kann.

Weil es ein geiles Gefühl ist, einzig mit der Kraft seiner Idee, seiner Persönlichkeit und der Darstellung seiner Vision, Leute zu gewinnen, die diese Vision mit einem Wirklichkeit werden lassen wollen.

Und weil das Projekt während der Vorbereitung und Laufzeit, während der banger Tage und Wochen, schon längst abgehoben und das Fliegen gelernt hat, lange bevor sich der Balken endlich auf die 100% vorgeschoben hat.

Fazit: Crowdsponsoring kann sich finanziell durchaus lohnen, es kommt freilich auf die Summe an, die an Beiträgen eingenommen wird. Aber wer Crowdsponsoring nur mit dem spitzen Bleistift rechnet, ist beim Burgerbraten möglicherweise besser aufgehoben!

Portrait

Über mySherpas

mySherpas.com ist eine Crowdsponsoring Plattform, die anderen bei der Verwirklichung eines Traumes oder einer Idee helfen will. Wer eine Idee hat, stellt diese per Video, Fotos, Text oder Audio auf der Plattform vor. Dann legt er ein Budget fest, das zur Realisierung notwendig ist. Zudem denkt sich der Projektinhaber Prämien aus, mit denen er sich bei seinen Sherpas bedankt. Anschließend rührt er die Werbetrommel, um möglichst viele Sponsoren für sich zu gewinnen. Jedes Projekt bleibt maximal 50 Tage online. Nach dem Alles-oder-nichts-Prinzip muss der Projektinhaber in dieser Zeit sein Budgetziel erreichen. Schafft er dies, bekommt er die gesponserte Summe abzüglich einer Handling Fee von zehn Prozent von mySherpas.com ausgezahlt. Für die Realisierung seiner Idee ist er dann allein zuständig. Denn da es nicht um Investment, sondern um Unterstützung geht, behält der Projektinhaber die 100-prozentige Kontrolle. Allerdings darf er das Sponsoring-Geld nicht zweckentfremden. Wird ein Budget-Ziel nicht erreicht, bekommt jeder Sherpa sein gesponsertes Geld zurück.

News-ID: 502533 • Views: 123 (Stand: 26.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/502533/Lohnt-sich-Crowdsponsoring-denn.html>