

EcoCrowd – was hat Nachhaltigkeit mit Crowdfunding zu tun?

Jugendliche Berufsschüler mit einem neuen einzigartigen Ausbildungsgang zu „Stadtfarmern“ auszubilden – das haben sich die 4 jungen «Topfarmer» rund um „Blue-Economy“-Pionierin Anne-Kathrin Kuhlemann vorgenommen. Mit einem genialen Kreislaufsystem aus Fisch- und Pflanzenzucht, welches der Natur abgeschaut wurde: Die Ausscheidungen der Fische düngen die Pflanzen, während die Vielfalt der Pflanzen ihrerseits für Sauerstoff und eine gesunde Mischung aus Kleinstlebewesen, Pilzen und Bakterien sorgt.

Um Lehrmaterialien für die Ausbildung der Schüler zu finanzieren, hat das Topfarmer-Team sich dazu entschlossen, eine Crowdfunding-Kampagne zu starten. Auf EcoCrowd, der neuen Crowdfunding-Plattform der Deutschen Umweltstiftung, ein Angebot ausschließlich für nachhaltige Projekte.

Neben den Topfarmern stellten sich vier weitere Projekte Ende Oktober dieses Jahres zum Start der neuen Plattform auf der Internetseite www.ecocrowd.de vor, allesamt von der Deutschen Umweltstiftung auf Nachhaltigkeit und einen wirklichen Umweltbeitrag geprüft und allesamt höchst unterstützungswürdig.

Auch das Projekt Veedelfunker wirbt auf der Plattform für Finanzierung. Der Veedelfunker ist ein Magazin, das Menschen aus der Nachbarschaft vorstellt, die besonders sozial, ökologisch und klug handeln – die mit kleinen Taten Großes bewirken. Das Ganze, ohne im Magazin das Wort "Nachhaltigkeit" überhaupt zu erwähnen, denn die Geschichten und Beweggründe der Bewohner des "Veedels" sprechen für sich und stecken an - ganz ohne erhobenen Zeigefinger. Für die neue Auflage des Magazins benötigen die Macherinnen jedoch noch Geld – und die wollen Sie über die „Crowd“ einsammeln.

Veedelfunker und Topfarmer – zwei für EcoCrowd typische Projekte. Zwei Projekte, mit denen Menschen lokal, persönlich und konkret Nachhaltigkeit in unseren Alltag bringen wollen. Zwei Projekte, die nicht nur auf eine exklusive Zielgruppe beschränkt sind, sondern möglichst viele Bürgerinnen und Bürger für aktives, nachhaltiges Engagement gewinnen wollen. Zwei Projekte, die ganz bewusst den Finanzierungsweg des Crowdfunding gewählt haben. Warum? Weil Crowdfunding mehr ist als Geldeinwerbung.

Was ist Crowdfunding?

Die erste Crowdfunding-Plattform entstand im Jahre 2003 in den USA und basiert wie alle folgenden auf Internettechnologien, ohne die sich die Geschäftsidee nicht

verwirklichen lassen würde. Das erste Crowdfunding Projekt startete der professionelle Musiker und Produzent Brian Camelio. Seine Internet-Plattform *ArtistShare* ermöglichte es Musikern, das Geld für die Produktion eines Albums zu erhalten, bevor es veröffentlicht wurde. Es machte diese damit unabhängig von den großen Plattenfirmen und brachte sie erstmals schon im Entstehungsprozess ihrer Musik direkt mit ihren Fans in Kontakt.

Das Grundmodell einer Crowdfundingkampagne ist einfach: Hierzu muss lediglich eine Idee kurz und prägnant erklärt sowie der Zielwert angegeben werden – also die Summe, die für die Umsetzung des Projektes notwendig ist. Ist dies geschehen, muss das Projekt umfangreich beworben werden, um Unterstützer zu gewinnen. Gefällt die Kampagne der Netzgemeinde, können deren Mitglieder eine selbstgewählte Summe investieren, für die sie anschließend vom Kampagneninhaber eine Gegenleistung erhalten, auf den englischsprachigen Plattformen wird diese Gegenleistung in der Regel „reward“ genannt.

Bei EcoCrowd nennen wir sie „Tauschgut“, da man mit Geld etwas Gutes ertauscht und etwas Gutes ermöglicht. Das kann das durch die Kampagne finanzierte Produkt sein, wie etwa eine DVD bei einem Filmprojekt oder eine Leistung, die mit dem Projekt in Verbindung steht, wie zum Beispiel eine Einladung zur Premiere.

Oft wird Crowdfunding mit Spenden gleichgesetzt – ein Missverständnis, an dem immer wieder Projekte scheitern. Das Prinzip Crowdfunding beruht auf Gegenseitigkeit. Belohnungen für Unterstützer sollten so konstruiert werden, dass der eingesetzte Betrag in etwa dem Wert der Gegenleistung entspricht. Ob die Gegenleistung dabei materieller oder ideeller Art ist, spielt erst einmal keine Rolle. Eine persönliche Stadtführung mit dem Projektinitiator kann für den Unterstützer genauso viel Wert sein, wie ein hochpreisiges Produkt – wenn das Projekt es geschafft hat, ihn emotional einzubinden.

Vor allem aber schafft Crowdfunding schon früh ein enges, dauerhaftes Verhältnis mit der Zielgruppe. Und es zeigt den Projektinitiatoren auch früh, ob es für ihr Projekt überhaupt einen Bedarf gibt.

Die Deutsche Umweltstiftung und Crowdfunding

Mit über 30 Jahren Erfahrung im Umweltbereich weiß die Deutsche Umweltstiftung, wie schwierig es ist, nachhaltige Projekte mit den nötigen Mitteln auszustatten. Als älteste Bürgerstiftung Deutschlands, die bereits 1982 von über 300 Bürgerinnen und Bürgern gegründet wurde, ist die Deutsche Umweltstiftung selbst ein gelungenes Beispiel von nachhaltigem „Crowdfunding“ – als es diesen Begriff noch gar nicht gab. Die Realisierung nachhaltiger Projekte – auch und gerade in Trägerschaft kleiner, unabhängiger Gruppen – gehört also zu den Kernaufgaben der Deutschen

Umweltstiftung. Was lag also näher, da es das Konzept der Schwarmfinanzierung ins Internetzeitalter geschafft hat, als Crowdfunding?

Die Idee zu EcoCrowd entstand vor rund drei Jahren, als der Vorstand der Deutschen Umweltstiftung wieder einmal vor der unangenehmen Aufgabe stand, aus über 50 interessanten Förderanträgen das eine Projekt auszuwählen, das wir mit unseren bescheidenen Mitteln unterstützen konnten. Uns war klar: Es gibt so viel tolle Ideen, die die Welt ein wenig besser machen - und es gibt so viele Menschen, die wollen, dass die Welt ein wenig besser wird. Warum nicht die Initiatoren und die Förderer von nachhaltigen Projekten direkt zusammenbringen? Ohne den Umweg, erst Spenden zu sammeln und sie dann durch den Vorstand zu verteilen?

Aus diesen Zielen heraus entstand die Idee zu EcoCrowd, einem Ort im Netz, an dem nachhaltige Ideen unterstützt, diskutiert und realisiert werden können.

Nachhaltiges Crowdfunding auf www.ecocrowd.de

Projekte, die auf EcoCrowd ihre Finanzierung sammeln, werden von der Deutschen Umweltstiftung anhand eigens mit einem wissenschaftlichen Beirat entwickelter Leitlinien geprüft und im Laufe ihrer Kampagne persönlich beraten. Im Unterschied zu anderen Crowdfunding-Plattformen möchte EcoCrowd sichergehen, dass die vorgestellten Projekte einen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten, indem ein Fokus auf die folgenden Fragestellungen gelegt wird:

Output/Mehrwert: **Was trägt das Projekt bei zum Schutz und/oder zur Verbesserung der Situation**

- des Menschen (Gesundheit) (die Bekämpfung von Infektionskrankheiten, Seuchen und Epidemien, Vermeidung von Unter- oder Fehlernährung)
- von Boden, Wasser, Luft (z.B. Verbesserung der Qualität der Böden durch Reduzierung von Giftstoffen und Schwermetallen, Vergrößerung des Aufkommens von Trinkwasser, Bekämpfung der Übernutzung und Verschmutzung der Weltmeere, Schutz und Wiederherstellung von Seen)
- des Klimas (z.B. Verminderung von Emissionen,)
- von Tieren und Pflanzen (z.B. Förderung artgerechter Haltung, Bekämpfung der Jagd auf bedrohte Arten)
- der Biologischen Vielfalt (z.B. Steigerung der Habitatqualität und -größe, Beseitigung von Faktoren, welche die Verknappung von Lebensraum beschleunigen, Vorbeugung gegen Artenverschleppung)

- der Sach- und Kulturgüter (z.B. Renovierung und Schutz von Sachgütern statt Neubau und Verschwendung vorhandener Ressourcen, Sanierung verseuchter Gebäude mit Ersatz durch umweltfreundliche Stoffe)
- zur Verringerung des Energie- und Ressourceneinsatzes (z.B. Nutzung von Energie- und Stoffkreisläufen, Reduzierung des Ressourcenverbrauchs, Upcycling, Cradle-to-Cradle)
- der Wechselwirkung zwischen diesen Bereichen?

Input: Sind die **verwendeten Ressourcen** wenn möglich

- umweltbewusst hergestellt
- öko-zertifiziert
- fair gehandelt
- regional bezogen
- sparsam eingesetzt
- recycelt, upcycled
- erneuerbar (z.B. Energie)

Durch ausführliche persönliche Gespräche mit jedem einzelnen Projektinitiator und regelmäßige Updates der Projektinhaber wird eine größtmögliche Transparenz sichergestellt.

Unsere Nachhaltigkeits-Leitlinien sollen nicht ausschließlich sein und können das auch gar nicht. Aber sie sichern die Qualität der Projekte auf unserer Plattform. Dabei betrachten wir sowohl den Output als auch den Input der Projekte, um zu garantieren, dass ein Mehrwert für die Umwelt durch den Einsatz von nachhaltigen Konzepten und Ressourcen geschaffen wird. Nicht alle Kriterien müssen dabei erfüllt, aber sämtliche Alternativen in Erwägung gezogen werden.

Mit Hilfe der Leitlinien können wir ein hohes Maß an Fairness und Transparenz bei der Projektbewertung sicher stellen, da immer der gleiche Maßstab angesetzt wird und zu jeder Zeit für alle klar ist, um welchen es sich handelt.

Wie geht es weiter?

Weit über 100 Projekte haben sich bereits für ein Crowdfunding auf EcoCrowd beworben, in Kürze wird die zweite Staffel vorgestellt, danach kommen kontinuierlich Projekte hinzu, sobald sie den Beratungsprozess durchlaufen haben. Denn unser Team prüft die Projekte nicht nur auf Nachhaltigkeit, es berät die Initiatoren auch in Fragen der Kalkulation, des Marketings, der Wirkungsanalyse, der Gewinnung von Mitstreitern und in vielen anderen Bereichen.

Diese Beratung ist für alle Projekte dauerhaft absolut kostenfrei, es werden auch keine Einstellgebühren o.ä. verlangt. Das ist nur möglich, weil EcoCrowd von einem großen, fast ausschließlich ehrenamtlich arbeitenden Team getragen wird. Neben unserem Schirmherren Ernst Ulrich von Weizsäcker, dem Präsidenten des Club of Rome, beraten uns renommierte Wissenschaftler. Zahlreiche ehrenamtliche Experten stehen uns und den Projekten zur Verfügung, eigene Projektlotsen betreuen die Initiatoren durch den gesamten Crowdfundingprozess. Insgesamt sind über 120 Menschen bei EcoCrowd engagiert, darunter gerade einmal zwei hauptamtliche Mitarbeiter.

Dennoch sind die Kosten für eine solche Plattform nicht zu unterschätzen. Aus den geringen Gebühren, die lediglich im Fall einer erfolgreichen Finanzierung anfallen, sind sie nicht dauerhaft zu tragen. Deshalb ist die Deutsche Umweltstiftung zurzeit mit interessierten Sponsoren im Gespräch – achtet dabei aber streng darauf, dass es sich hier um glaubwürdige Partner handelt.

Auf Glaubwürdigkeit achten wir auch bei den so genannten ideellen Partnern. Das sind Institutionen, die sich der Nachhaltigkeit verpflichtet fühlen, entsprechende Projekte begrüßen und diese unterstützen wollen. Aktuell sind dies etwa zwei Dutzend Partner – es werden täglich mehr. Dazu gehören neben dem Deutschen Naturschutzring, dem Bundesumweltministerium und dem Umweltbundesamt auch zahlreiche Verbände und Universitäten wie die Bauhaus Universität und die Hochschule für Nachhaltige Entwicklung, aber auch das renommierte Öko-Institut und die Werkstatt N des Rates für Nachhaltige Entwicklung.

Insgesamt hat EcoCrowd bereits in den ersten vier Wochen eine ungeheure Dynamik entwickelt und damit die Erwartungen weit übertroffen. So konnte sich das erste Projekt bereits nach nur 8 Tagen erfolgreich finanzieren (Und hat aktuell bereits über 40.000,- EUR eingesammelt). Pro Tag kommen bis zu 100 User neu hinzu.

Im kommenden Jahr wollen wir aus der Crowdfunding-Plattform eine lebendige, kreative und innovative Community für nachhaltiges Engagement entwickeln. Eine Community, die nicht nur Projekte finanziert, sondern auch entwickelt, koordiniert, diskutiert und bewertet. Alle, die sich daran beteiligen möchten, ob als Individuum, Gruppe, Projekt oder Verband sind dazu herzlich eingeladen!

Jörg Sommer ist Schriftsteller und Vorstandsvorsitzender der Deutschen Umweltstiftung, er ist Mitherausgeber des seit 1992 erscheinenden JAHRBUCH ÖKOLOGIE sowie des Magazins MOVUM – Briefe zur Transformation. Er beschäftigt sich vor allem mit Fragen des bürgerschaftlichen Engagements und der Bürgerbeteiligung im Rahmen der gesellschaftlichen Transformation zur Nachhaltigkeit.

Kontakt: kontakt@deutscheumweltstiftung.de