Universität Zürich[UZH]

UZH News

Crowdfunding 16.10.2018

Grosse Hilfe für kleine Projekte

In einem Workshop am Crowdfunding Science Festival 2018 lernten Forschende, wie sie ihre Projekte finanzieren und dabei gleichzeitig eine Fangemeinde aufbauen können.

Valeria Heintges

Kommunikation als Schlüssel zum Erfolg: Der Crowdfunding-Workshop für Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler. (Bild: Valeria Heintges)

973 Millionen Franken hat der Schweizerische Nationalfonds (SNF) im Jahr 2016 an Fördermitteln gesprochen. Die meisten Projekte bekamen weit über 100'000 Franken und dauerten länger als zwei Jahre. Solche, die weniger benötigen und kürzer dauern, wurden hingegen kaum gefördert. In diese Lücke kann die Schwarmfinanzierung springen: Crowdfunding ist im Kulturbereich ein gängiges Finanzierungsmittel, in der Wissenschaft ist es aber noch wenig verbreitet.

Um das zu ändern, organisierte Mike S. Schäfer, Professor am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der UZH, zusammen mit Mirko Bischofberger und Luc Henry vom Wissenschaftskanal Science Booster der Plattform wemakeit.com das öffentliche Crowdfunding Science Festival 2018. Das Festival bestand aus einer Konferenz, einem Workshop und einer Party samt Preisverleihung. «Die Wissenschaft muss neue Wege finden, ihre Anliegen in die Gesellschaft zu tragen», sagte Schäfer. «Crowdfunding ist eine Kommunikationsform, mit der die Forscher zudem in Form von Geld direkt Rückmeldung auf ihre Arbeit bekommen.»

Kurz und originell

Die Ausstellung «100 Ways of Thinking» der Universität Zürich in der Kunsthalle Zürich bot den passenden Rahmen für den Workshop, müssen doch auch Wissenschaftler «extrem kreativ und extrem ungezwungen» denken, wenn sie per Crowdfunding Erfolg haben wollen, wie Science-Booster-Initiant Luc Henry einleitend erklärte. Er riet den Teilnehmenden, kurz und originell zu formulieren, um Aufmerksamkeit zu erregen. Dabei dürften sie aber nicht gültige wissenschaftliche Massstäbe wie Messbarkeit, Nachvollziehbarkeit und Relevanz opfern. Auch wenn die Spenderinnen und Spender zum grossen Teil aus dem Kreis der Familie, der Freunde und der Bekannten kommen würden. «Wichtig sind die ersten Tage der Kampagne und die Zeit kurz vor Ende», sagte Henry und empfahl, die bereits gewonnenen Spender beim Schlussspurt noch einmal zu kontaktieren, um mit ihnen gemeinsam das Ziel zu erreichen.

Unter den rund 20 Teilnehmenden waren Neulinge auf dem Gebiet, aber auch solche, die wie Cristina Olivotto bereits Erfahrung mit Crowdfunding haben. Sie und das Team von «FabLab On l´fait» haben im letzten Herbst 12'836 Franken für ein FabLab in Genf sammeln können, eine offene Werkstatt, in der Privatpersonen an Maschinen wie 3D-Druckern oder Lasercuttern arbeiten können. Zusätzlich bekamen sie 10'000 Franken vom Projekt Science Booster der Gebert-Rüf-Stiftung. Das Förderprinzip der Stiftung besteht darin, dass sie einen Betrag in der Höhe der eingeworbenen Gelder zuschiesst – und zwar bis zu 10'000 Franken, neuerdings bis zu 5000 Franken. Das Werbevideo, das die Fablab-Gruppe zu Crowdfunding-Zwecken gedreht hat, ist so gut, dass es am Festivalabend mit dem Preis für die beste visuelle Gestaltung ausgezeichnet wurde.

Heftige Diskussionen

Andere stehen mit ihren Projekten noch ganz am Anfang dieses Wegs. Eine grosse Herausforderung liegt darin, die eigene Forschungsarbeit auf eine Weise zu beschreiben, die inhaltlich stimmig ist und doch auch Laien anspricht. Es gilt, auf möglichst griffige Weise zu zeigen, dass das eigene Forschungsprojekt wissenschaftliche Qualitätskriterien wie Überprüfbarkeit, Relevanz oder Originalität erfüllt. Bis die verschiedenen Abschnitte formuliert waren, die auf der Crowdfunding-Plattform wemakeit.com ausgefüllt werden müssen, dauerte es bei manchen Gruppen im Workshop fast drei Stunden. An den Tischen wurde heftig diskutiert.

Direkten Kontakt herstellten

Und welche Belohnungen können den Spendern versprochen werden? So, dass auch das Verhältnis von Aufwand und Spendensumme stimmt? «Dies ist für Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler oft die schwierigste Frage», sagte Workshopleiter Henry. Kulturschaffende können mit einem signierten Buch oder einer Eintrittskarte für den fertigen Film winken. Womit aber können Forschende werben? Sie können den Spenderinnen und Spendern zum Beispiel den unmittelbaren Einblick in die Forschungsarbeit im Labor und damit den direkten Kontakt zur Wissenschaft bieten. Und sie können ihnen ein Gefühl dafür vermitteln, wie wichtig ihr finanzieller Beitrag zur Lösung relevanter Probleme ist. Spenderinnen und Spender sollten zu diesem Zweck laufend über Fortschritte des jeweiligen Projekts und dann natürlich auch über das Endergebnis informiert werden.

Crowdfunding hat dabei noch einen Nutzen, der über das Einwerben von Geldern hinausgeht: Es hilft Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern dabei, sich eine Fangemeinde aufzubauen. Wer Laien für Citizen Science Projekte gewinnen will, ein Festival plant oder aus anderen Gründen auf die aktive Teilnahme anderer Menschen angewiesen ist, hat dafür im Verlauf seines Crowdfunding-Projekts bereits wertvolle Vorarbeit geleistet.

Valeria Heintges ist freie Journalistin.

Links

Science Crowdfunding Festival 2018
Festival 100 Ways of Thinking – Universität Zürich in der Kunsthalle
Prof. Mike Schäfer

Tags

Veranstaltungen

© Universität Zürich | 17.10.2018 | Impressum | Datenschutzerklärung