

# Kommunales Crowdfunding

Zwei beispielhafte Projekte in Rheinland-Pfalz





# Kommunales Crowdfunding

Zwei beispielhafte Projekte in Rheinland-Pfalz

# Inhalt

Grußwort . . . . .	7
--------------------	---

## Die Projektidee und die Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz . . . . . 8

Die Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz . . . . .	8
Crowdfunding: kleine Summen – große Summen . . . . .	8
Eine Großstadtidee zieht aufs Land . . . . .	9
Viele Kommunen haben wenig Geld . . . . .	10
Erwartungen der Bürgerinnen und Bürger treffen auf Engagement . . . . .	13
Ideenwald und Entwicklungsagentur treffen sich . . . . .	14
Zwei Kommunen, eine Region . . . . .	17
Naherholung und Tourismus in beiden Verbandsgemeinden . . . . .	18
Corona bremst – Projekte starten trotzdem . . . . .	18
Fazit und Ausblick . . . . .	20

## Ideenwald – Verwaltungen sind lernfähig und kreativ . . . . . 22

Ideenwald aus Kaiserslautern übersetzt Crowdfunding für den öffentlichen Sektor . . . . .	22
Die Idee hinter Ideenwald . . . . .	22
Kommunales Crowdfunding in Rheinland-Pfalz – gemeinsam Großes schaffen! . . . . .	23
Crowdfunding . . . . .	24
Was genau ist nun kommunales Crowdfunding? . . . . .	25
Kann eine Kommune emotionale Kommunikation? . . . . .	26
Die Menschen müssen motiviert sein . . . . .	26
„Ideenreich Rheinhessen“ – die Vorstufe zum Kommunalen Crowdfunding . . . . .	28
Die Verwaltung als spezielle Zielgruppe – eine Herausforderung für das Coaching . . . . .	28
Verwaltungsmitarbeitende werden zu „Starterinnen und Startern“ . . . . .	30
Den Blickwinkel zu verändern macht Spaß und bringt Erfolg . . . . .	32
Für kleine Projekte eine gute Option . . . . .	33

## Die nötige Öffentlichkeitsarbeit fürs Crowdfunding-Projekt . . . . . 34

Stakeholder und Partner finden . . . . .	34
Zielgruppe identifizieren . . . . .	34
Werbemittel entwickeln (1): Pressemitteilung . . . . .	35
Werbemittel entwickeln (2): Bebilderung . . . . .	35
Werbemittel entwickeln (3): Mehrere Beiträge planen . . . . .	36
Einen Zeitplan für die Werbekampagne entwickeln . . . . .	37
Fazit zu Otterbach-Otterberg . . . . .	40
Übersicht einzelner Posts – rot markiert: Beiträge zu den Solarkühlschränken . . . . .	42
Verbandsgemeinde Lauterecken-Wolfstein . . . . .	43
Fazit zu Lauterecken-Wolfstein . . . . .	45

Lage und Region . . . . .	50
Überblick . . . . .	51
Verbandsgemeinde Lauterecken-Wolfstein . . . . .	52
Verbandsgemeinde Otterbach-Otterberg . . . . .	54
<b>Lauterecken-Wolfstein – Königsthron und Murmelbahn . . . . .</b>	<b>56</b>
Heute ein König – es steht und fällt mit der Idee . . . . .	58
Unser Vorgehen vom Projektstart bis zum Kampagnenstart . . . . .	60
Ein Senkrechtstart für ein besonderes Projekt . . . . .	62
Von der Kampagne zum Leuchtturmprojekt . . . . .	64
Gewinn für die Jugendherberge . . . . .	66
Der Standortwechsel der Murmelbahn als wunder Punkt des Projektes . . . . .	67
Endspurt . . . . .	68
Rückblick auf das Projekt . . . . .	68
<b>Otterbach-Otterberg – Solarkühlschränke . . . . .</b>	<b>72</b>
Neue Wege für neue Möglichkeiten?	
Kommunales Crowdfunding: Otterbach-Otterberg macht den Test . . . . .	74
Crowdfunding kurz erklärt . . . . .	75
Das Crowdfunding-Projekt „Solarkühlschrank – Spontan die Natur genießen“ . . . . .	76
Unser Crowdfundingprojekt: Solarkühlschränke . . . . .	77
Workshops als Grundlage des Erfolgs . . . . .	78
Otterbach-Otterberg ist nicht Hollywood. . . . .	78
Motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind unentbehrlich . . . . .	78
Auf dem Weg zum Kampagnenstart . . . . .	79
Werbung wirkt und lohnt sich . . . . .	80
„Problem-Kühlschrank“ wurde ausgeraubt . . . . .	81
Man muss die Menschen mitnehmen . . . . .	81
Online-Umfrage vom 10. bis 24. März 2022 . . . . .	81
Der Weg zum Erfolg war herausfordernd . . . . .	82
Fazit . . . . .	82
<b>Studien – begleitend zum Crowdfunding . . . . .</b>	<b>84</b>
Crowdfunding beeinflusst Kommunalverwaltung und Bürgerschaft . . . . .	84
Personen . . . . .	96
Verbandsgemeinde Lauterecken-Wolfstein . . . . .	100
Verbandsgemeinde Otterbach-Otterberg . . . . .	101
<b>StartNext-Projektseiten . . . . .</b>	<b>120</b>
<b>Resümee . . . . .</b>	<b>122</b>
Kommunales Crowdfunding . . . . .	122



# Grußwort

## Sehr geehrte Damen und Herren,

Rheinland-Pfalz hat rund 2.300 Städte und Dörfer. Das kommunale Leben braucht das ehrenamtliche Engagement der Bürgerinnen und Bürger, kompetente Verwaltungen, eine kreative Kommunalpolitik, starke Unternehmen und eine ausreichende Finanzausstattung durch kommunale Einnahmen und Zuweisungen des Landes.

Bürgerschaftliches Engagement in der Kommune umfasst die unentgeltliche Mitarbeit in Vereinen, Initiativen, Feuerwehren, Hilfsorganisationen oder Nachbarschaften – um nur einige Beispiele zu nennen.



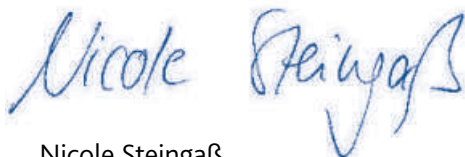
Relativ neu für Deutschland ist das freiwillige Engagement mit einem finanziellen Beitrag. „Crowdfunding“, das Sammeln von finanziellen Zusagen für ein konkret geplantes Projekt, ist im kommunalen Leben angekommen. Crowdfunding ist eine Möglichkeit, sich als Bürgerin oder Bürger zu beteiligen.

Vereinfacht wird Crowdfunding durch digitale Plattformen, auf denen eine Idee vorgestellt werden kann und die Zustimmung zur Umsetzung durch die Zusage einer Spende, einer Kofinanzierung, gegeben wird. Crowdfunding bietet gerade einer älter werdenden Gesellschaft eine zusätzliche und altersunabhängige Möglichkeit, die Heimatgemeinde zu unterstützen.

Die Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz hat in den vergangenen Jahren zwei Modellprojekte mit den Verbandsgemeinden Lauterecken-Wolfstein und Otterbach-Otterberg durchgeführt, bei denen innerhalb weniger Wochen Projektideen finanziert und dann umgesetzt wurden.

Für Kommunen, die sich mit Crowdfunding beschäftigen wollen, bietet die Broschüre wichtige Informationen. Die Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz wird in den kommenden Monaten weitere Hinweise zum Crowdfunding in Kommunen auf ihrer Internetseite veröffentlichen.

Mit freundlichen Grüßen



Nicole Steingaß  
Staatssekretärin im Ministerium des Innern und für Sport  
Vorsitzende der Mitgliederversammlung der  
Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz



# Die Projektidee und die Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz



Carolin Oldenstein hat als Projektleiterin bei der Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz das Projekt Kommunales Crowdfunding konzipiert und mit begleitet.

Sie hat Politikwissenschaft und Geschichte studiert. 2023 wechselte sie zum Ministerium für Arbeit, Soziales, Digitalisierung und Transformation.

## Die Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz

Die Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz e. V. (EA) wurde 2003 als Joint Venture zwischen dem Ministerium des Innern und für Sport Rheinland-

Pfalz und der heutigen Rheinland-pfälzischen Technischen Universität Kaiserslautern-Landau gegründet. Aufgabe des Vereins ist es unter anderem, kommunale Entwicklungsprozesse in Form von Projekten zu begleiten. Dabei werden neue Formen der Arbeit im kommunalen Bereich in Form von Pilotprojekten getestet, insbesondere im Bereich der Digitalisierung. Wesentliche Aspekte der Arbeit der EA sind dabei zum einen die knappen öffentlichen Haushaltsmittel, zum anderen die Bewältigung der Folgen des Demografischen Wandels und die Gestaltung der Digitalisierung.

Die EA analysiert zu diesem Zweck fortlaufend gesellschaftliche Trends. Sie prüft, ob und inwieweit diese Trends auf ein überwiegend ländlich geprägtes Bundesland wie Rheinland-Pfalz übertragbar sein könnten. Rheinland-Pfalz ist in rund 2.300 Kommunen gegliedert und hat mit gut 4,1 Millionen Einwohnerinnen und Einwohnern



auf knapp 20.000 Quadratkilometern eine sehr ländliche Struktur mit wenigen, verhältnismäßig kleinen Großstädten.

### **Crowdfunding: kleine Summen – große Summen**

Crowdfunding ist eine Form der Finanzierung. Projektideen oder andere Vorhaben werden durch viele verschiedene Menschen, Unternehmen oder zum Beispiel auch Institutionen mit vergleichsweise kleinen finanziellen Beiträgen unterstützt.

---

*Ein Projekt wird umgesetzt,  
wenn es das vorab definierte finanzielle  
Funding-Ziel erreicht hat.*

---

Crowdfunding wird auch als „Schwarmfinanzierung“ übersetzt: Durch die große Anzahl der Unterstützungen ergeben sich bei genügend Teilnehmerinnen und Teilnehmern hohe finanzielle Summen. Die Projektideen werden auf einer Crowdfundingplattform online für einen bestimmten Zeitraum veröffentlicht. In der Regel erstreckt sich dieser Zeitraum auf einen bis drei Monate. Ein Projekt wird umgesetzt, wenn es das

vorab definierte finanzielle Funding-Ziel erreicht hat. Wenn das Funding-Ziel nicht erreicht wurde, gehen die jeweiligen Beträge wieder automatisch an die Geldgeberinnen und Geldgeber. Sie erhalten beim gegenleistungsbasierten Crowdfunding zum Beispiel Gutscheine, eine erste Version des Produkts oder Ähnliches. Beim spendenbasierten Crowdfunding entfällt diese Gegenleistung.

Als zwei Unterarten des Crowdfundings werden Crowdfunding und Crowdlending unterschieden. Beim Crowdfunding wird die Crowd finanziell am Erfolg des Unternehmens beteiligt, die Rendite spielt eine wichtige Rolle. Beim Crowdlending wird dagegen Geld ge- und verliehen, also ein Darlehen beziehungsweise Kredit vergeben. Die Darlehensnehmerin oder der Darlehensnehmer verspricht dabei, das Geld mit Zinsen zurückzuzahlen.

### **Eine Großstadtidee zieht aufs Land**

Crowdfunding kommt aus einem großstädtischen Milieu, das sich durch formal hohe Bildung, eine starke Internet-Affinität und entsprechende (zumindest mediale) Mobilität auszeichnet. Crowdfunding findet sich, soweit dies überhaupt lokal zu verorten ist, in der Regel in Großstädten wie Hamburg, Köln, München, Leipzig oder Berlin –



dort dann auch in einer eher jungen, eventorientierten Community.

Gleichzeitig dient Crowdfunding sehr häufig zur Anschubfinanzierung von Start-ups oder zur Vorfinanzierung von Medien- oder Musikprojekten, etwa für die Studio- und Produktionskosten von Filmen oder Musikalben.

Kommunales Crowdfunding ist eine Sonderform des Crowdfundings. Kommunale Vereine, Bürgerinnen, Bürger, Akteurinnen und Akteure aus Politik oder Verwaltung stoßen Projekte an, die das Leben in der Kommune verbessern sollen und dementsprechend auch eine kommunale Zielgruppe betreffen.

In Rheinland-Pfalz gibt es die Crowdfundingplattform Ideenwald seit 2017 ([startnext.com/pages/ideenwald](https://startnext.com/pages/ideenwald)).

Sie ist ein regionaler Zweig der größten deutschen Plattform für gegenleistungsbasiertes Crowdfunding, Startnext. Crowdfundingprojekte, die in Rheinland-Pfalz und dem Saarland umgesetzt werden sollen, können dort eingestellt werden. Bis Ende 2022 wurden über die Plattform für 346 Projekte von 31.694 Menschen 2.537.842 Euro als Unterstützung eingesammelt.

Der Verband kommunaler Unternehmen (VKU) bietet seit 2017 Crowdfundingplattformen für Kommunen an. Im Unterschied zur Plattform Ideenwald bietet der zu dem Verband gehörige VKU-Verlag nicht eine Plattform für alle, sondern dezentral einsetzbare Crowdfundingplattformen an. Diese werden auf die Bedürfnisse des VKU-Mitgliedsunternehmens vor Ort angepasst. Die technische Umsetzung der Anpassungen und die Betreuung erfolgt über den VKU-Verlag ([vku-verlag.de/crowdfunding](https://vku-verlag.de/crowdfunding)).



## Viele Kommunen haben wenig Geld

Die rheinland-pfälzischen Kommunen profitieren unterschiedlich von der sehr guten gesamtwirtschaftlichen Lage der vergangenen Jahre. Während viele Kommunen zum Teil deutliche Überschüsse erzielen, verbleiben andere in teilweise schwierigen finanziellen Verhältnissen. Die kommunalen Schulden sind ungleich verteilt. Ein kleiner Teil der Kommunen vereint einen Großteil des Defizits auf sich.

In Zukunft wird es für Kommunen mit einem negativen Finanzierungssaldo schwieriger, ihre finanzielle Situation zu verbessern: In der Vergangenheit haben die Kommunen von den niedrigen Zinsen auf Kredite profitiert. Der Anstieg der Zinssätze wird auch die Kosten für den Schuldendienst der Kommunen steigen lassen.



- 1 Was ist Kommunales Crowdfunding eigentlich?  
In Workshops werden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Verbandsgemeinden informiert.
- 2 Ideen entstehen.
- 3 So könnte es einmal aussehen ...

Wie alles begann: Das Ideenwald-Crowdforum 2018.





Durch den demografischen Wandel und die Urbanisierung – auch wenn letztere seit ein paar Jahren stagniert – wird die Einwohnerzahl in vielen ländlichen Kommunen sinken. Entsprechend wird auch die Höhe der Zuweisungen des kommunalen Finanzausgleichs und der Steuerzuweisungen zurückgehen.

Finanzschwache Kommunen sind außerhalb der Pflichtaufgaben nur begrenzt handlungsfähig.

Dies betrifft zum Beispiel Anträge auf Fördergelder. Der Eigenanteil, der für Förderungen aufgebracht werden muss, belastet zusätzlich den Haushalt. Aus diesem Grund werden Maßnahmen, die zu den freiwilligen Aufgaben gehören, trotz Fördermöglichkeiten nicht durchgeführt.

An advertisement for solar fridges. It features a man in a red and black plaid shirt standing next to a wooden solar fridge unit. The fridge is open, showing several bottles inside. A green speech bubble on the right contains the text: "Coole Idee! Solar-Kühlschränke für Otterbach-Otterberg". Below this, a black banner says "Unterstützer gesucht!". At the bottom, there is a call to action: "Jetzt mithelfen beim Finanzieren: [www.startnext.com/solarfridge](http://www.startnext.com/solarfridge)". The logo for "Kommunales Crowdfunding Rheinland-Pfalz" is in the bottom right corner. A small logo for "VEREIN OTTERBACH OTTERBERG" is also visible.

## Erwartungen der Bürgerinnen und Bürger treffen auf Engagement

Die Handlungsfähigkeit einer Kommune wirkt sich auf das alltägliche Leben der Bürgerinnen und Bürger aus – sei es bei der Instandhaltung eines Spielplatzes oder der Installation von Ladestationen für E-Autos. Als Steuerzahlerinnen und Steuerzahler erwarten die Bürgerinnen und Bürger, dass die öffentliche Hand ihren Aufgaben nachkommt – egal ob als freiwillige oder als Pflichtaufgaben. Ist das auf Dauer nicht der Fall, sinken die Zufriedenheit mit der Verwaltung und die politische Unterstützung.

Bürgerinnen und Bürger sind bereit, einen Beitrag für das gesellschaftliche Zusammenleben zu leisten, der über das Zahlen ihrer Steuern hinausgeht. Ein hoher Anteil der Bevölkerung von rund 42 Prozent ist in Rheinland-Pfalz freiwillig aktiv. Etwa 1,5 Millionen Menschen engagieren sich auf unterschiedliche Weise. Damit hat Rheinland-Pfalz eine im Ländervergleich überdurchschnittlich hohe Engagementquote.

Die für das Projekt spannende Frage war in diesem Zusammenhang, ob die hohe Engagementbereitschaft auch dann zum Tragen kommen würde, wenn es um Aufgaben und Projekte geht, die dem Aufgabenbereich der Gemeinde zugeordnet werden.

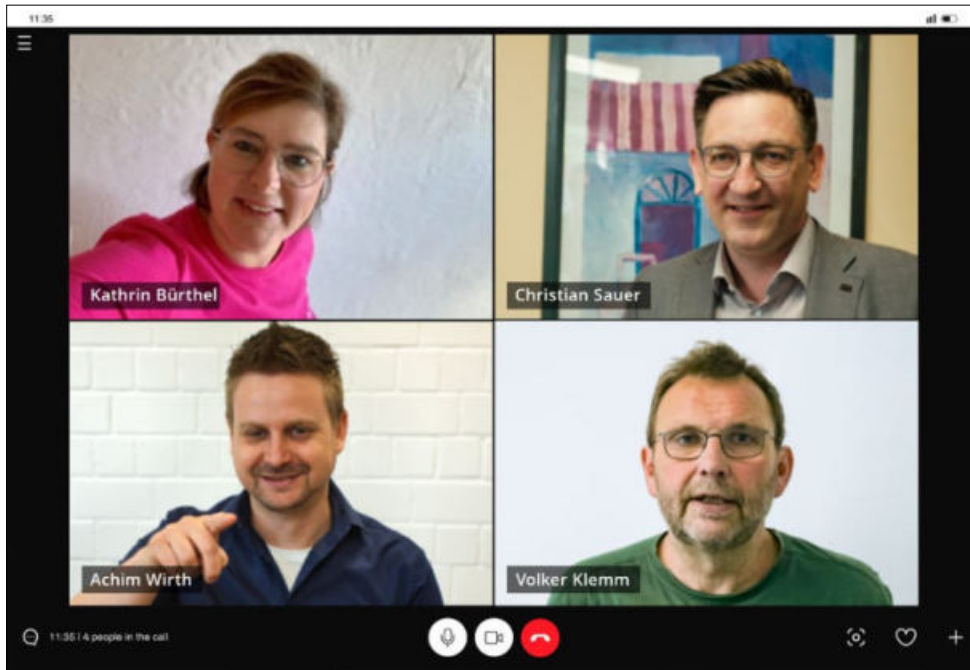


**Heute ein König!**  
Ein Königsthron,  
eine königliche Tafel  
und eine Wald-  
murmelbahn für  
den Königsberg

Unterstützer  
gesucht!

Jetzt mithelfen beim Finanzieren:  
[www.startnext.com/heute-ein-koenig](http://www.startnext.com/heute-ein-koenig)

Kommunales  
Crowdfunding  
Rheinland-Pfalz



*Wegen Corona fanden viele Besprechungen nur online statt – hier z. B. mit Kathrin Bürthel, Christian Sauer, Achim Wirth und Volker Klemm.*

## Ideenwald und Entwicklungsagentur treffen sich

2018 begegnete die Entwicklungsagentur dem Thema Crowdfunding ganz unmittelbar auf dem Crowdforum von Ideenwald in Kaiserslautern. Ideenwald ist eine Ausgründung der Hochschule Kaiserslautern und befasst sich neben dem Gründungsbüro mit Projekten aus dem Bereich Karriereplanung und Entrepreneurship. EA-Vorstand Rainer Zeimentz nahm die Idee mit, Crowdfunding neu, bezogen auf die spezifischen Verhältnisse eines Flächenlandes, zur Finanzierung kommunaler Projekte anzuwenden. Der Clou dabei und deutschlandweit einmalig: Anders als in anderen kommunalen Crowdfundingprojekten sollte es nicht allein um die Finanzierung kleinerer Projekte in einer politischen Gemeinde gehen. Die Kommune sollte vielmehr selbst Akteur werden, also Projektbetreiber und Geldsammler auf einer Crowdfundingplattform sein.

Auch im Jahr 2019 war die EA auf dem Crowdforum von Ideenwald in Kaiserslautern vertreten. Eine erste Projektidee wurde in einem Podiumsgespräch zusammen mit Vertreterinnen und Vertre-



tern des Fraunhofer IMW Leipzig, Startnext und der IHK Pfalz vorgestellt. Das Projekt wurde

### Ideenwald und Entwicklungsagentur schlossen im Frühjahr 2020 einen Kooperationsvertrag.

dann durch die EA im Herbst 2019 konzipiert. Es sah in einer ersten Projektstufe vor, das Instrument Crowdfunding anhand eines kleineren Projektes in zwei Modellkommunen auf seine Tauglichkeit hin zu testen. „Klein“ bedeutet ein Finanzvolumen von maximal 10.000 Euro. Zwei Modellkommunen wurden gewählt, um den Einfluss lokaler Faktoren etwas zu reduzieren und um Vergleiche eventuell unterschiedlicher Herangehens-





weisen zu ermöglichen. Hinter der Prüfung der Tauglichkeit verbarg sich unter anderem die Frage, ob die Strukturen und Aufgaben einer deutschen Kommunalverwaltung mit einem eher projektbezogenen, kreativen und eigenverantwortlichen Arbeiten, wie es beim Crowdfunding üblich und auch nötig ist, kompatibel sind. Hinzu kamen einige rechtliche Probleme und Fragen, die es zu klären galt.

Ideenwald und EA vereinbarten im Januar 2020 Art und Umfang ihrer Zusammenarbeit und schlossen im Frühjahr 2020 einen entsprechenden Kooperationsvertrag. Der konkrete Ablauf und die Aufgabenverteilung zwischen den Partnern sind in der Projektkonzeption und einem Projektstrukturplan geregelt. Die Partner ahnten aber bereits beim Start des Projektes, dass die Coronapandemie vieles durcheinander wirbeln wür-

de, und gestalteten den Zeitplan entsprechend flexibel. Ideenwald war für die Durchführung der Schulungen (Workshops) zuständig, die EA für die Projektsteuerung und die konkrete Betreuung der Kommunen. Zwischen den Partnern gab es eine enge Abstimmung und Rückkopplung.





## Zwei Kommunen, eine Region

Da Ideenwald die Vorgabe machte, dass beide Kommunen aus der Region Pfalz kommen sollten, nahm die EA im Frühjahr 2020 mit möglichen Partnerverbandsgemeinden Kontakt auf. Die Verbandsgemeinde Otterbach-Otterberg reagierte am schnellsten. Im Rathaus Otterbach fand im Juni 2020 ein Treffen zwischen EA und Verwaltung unter der Leitung des Bürgermeisters der Verbandsgemeinde, Harald Westrich, statt, in dem die Bereitschaft zum Mitmachen erklärt wurde. Per Telefonat zwischen Bürgermeister Westrich, seinem Amtskollegen Andreas Müller (Verbandsgemeinde Lauterecken-Wolfstein) und der EA wurde als nächster Schritt eine Kooperation mit der Nachbar-VG vereinbart. Auch hier fand noch im Juni 2020 ein Vorgespräch mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der VG sowie Bürgermeister Müller statt.

Nach den Sommerferien (am 16. September 2020) startete das Projekt dann offiziell mit einem gemeinsamen Kick-off in Form eines dreistündigen Workshops der beiden Verbandsgemeinden in der Verbandsgemeindeverwaltung in Wolfstein. Diesem Auftaktworkshop folgten drei weitere Workshops als Videokonferenzen im Oktober und November 2020. Der ursprüngliche Plan, sich in Präsenz jeweils wechselnd in den Partner-VGs zu treffen, fiel Corona zum Opfer.

Beide VGen bildeten parallel Projektteams, die nach Bedarf von Ideenwald oder der EA beraten und betreut wurden. Noch im September 2020 legte die VG Otterbach-Otterberg ihre Crowdfundingziele fest. Das Team der Nachbar-Verbandsgemeinde arbeitete parallel.

## Naherholung und Tourismus in beiden Verbandsgemeinden

Beide Teams fokussierten sich auf Themen rund um den Tourismus und die Naherholung. Dabei spielten neben der Lage beider Kommunen im Naturpark Pfälzer Wald sowohl die Coronapandemie als auch der heiße Sommer 2020 eine Rolle. Fernreisen waren nur noch schwer möglich. Das erkannten die Touristikerinnen und Touristiker in beiden Kommunen vor allem als Chance. Und die Menschen wurden durch die Hitze an den Wert der Naherholung im Wald vor der eigenen Haustür erinnert. Daher sahen (und sehen) beide Gemeinden hierin naheliegende Fundingziele.

### *Tourismus und Naherholung auch in der Coronapandemie im Fokus*

Die gewählten Ziele trafen damit im Übrigen auch den Kern der Projektkonzeption, die auf die Finanzierung von wichtigen Projekten aus dem Bereich der freiwilligen Aufgaben abzielt. Es ging um Maßnahmen, die für die Bewohnerinnen und Bewohner der Gemeinden von unmittelbarem, konkretem Nutzen und deshalb leicht zu vermitteln sind.

Weder Ideenwald noch die Entwicklungsagentur haben vorab Einfluss auf die konkreten Crowdfundingziele genommen. Erst als beide Verbandsgemeinden ihre Ziele den anderen Beteiligten im ersten Arbeitstreffen vorstellten, gab es hierzu (zustimmende) Kommentare.

### Corona bremst – Projekte starten trotzdem

Die Coronapandemie wirkte sich parallel zunehmend negativ auf das Projekt aus. Alle Beteiligten waren auf unterschiedlichste Weise betroffen, worunter sowohl das Zeitbudget als auch die Stimmung im Projekt litten. Die Frage, wie es mit Corona weitergehen würde und welche Folgen das haben könnte, schuf auch Verunsicherung im



Projekt. Bis hin zur Frage, ob man nicht komplett aus dem Crowdfundingprojekt aussteigen sollte.

In jeder der beiden Verbandsgemeinden setzten sich gegen die Skepsis aber jene Stimmen durch, die für eine Fortführung plädierten. Alle wurden sich einig, die Projekte parallel noch vor den Sommerferien 2021 zu starten, damit sie noch im selben Jahr (zumindest teilweise) realisiert werden könnten. Dieser Beschluss gab seinerseits wieder neuen Schub, der zum Kampagnenstart am 1. Juni 2021 und einem Ende am 15. Juli 2021 führte.



Verbunden damit waren erste Presseankündigungen, die auch das Interesse des SWR-Fernsehens, Landesprogramm Rheinland-Pfalz, weckten. Der SWR berichtete am 29. Mai 2021 über das Projekt in Lauterecken-Wolfstein.

Einem breiteren Fachpublikum wurden beide kommunalen Projekte von den Verbandsgemeinden, Ideenwald und der EA im Rahmen des zweiten deutschlandweiten Digitaltags am 18. Juni 2021 präsentiert. Das Interesse an den Projekten war groß. Zwei Dutzend Menschen besuchten

das entsprechende Onlineforum. Mit Simon Sterbenk nahm ein Wissenschaftler der Universität Speyer am Forum teil, was unmittelbar danach zu einer Kooperation der Uni Speyer und der EA im Crowdfundingprojekt in Form von Umfragen und der wissenschaftlichen Evaluation des Projektes führte. (Mehr lesen Sie im Kapitel „Studien – begleitend zum Crowdfunding“ auf Seite 84 ff.)

Vor Ort wurden zur Unterstützung der Pressearbeit und der Onlinewerbung Plakate und Handzettel eingesetzt – beispielsweise im

Coronatestzentrum Otterbach sowie in Geschäften und Lokalen. Der Zusammenhang zwischen Kommunikation – auf welchen Kanälen auch immer – und dem Spendenfluss ist evident. (Mehr lesen Sie im Kapitel zur Öffentlichkeitsarbeit und über Social Media auf Seite 34 ff.)

Am Ende der Spendensammelzeit hatten beide Kommunen ihre Minimalziele weit übertroffen. Sowohl die drei Solarkühlchränke als auch der Königsthron mit der königlichen Tafel und die Marmelbahnen wurden gebaut und vor Ort installiert. Jeweils verbunden mit, wenn auch unterschiedlicher, Beteiligung der Bevölkerung.

Darüber hinaus konnten weitere Projekte wie die Beschilderung bestehender Wanderwege umgesetzt oder auf den Weg gebracht werden. So nahmen und nehmen die Verbandsgemeinden den

Schwung aus den erfolgreichen Sammelaktionen mit in die Zukunft.

### Fazit und Ausblick

Trotz erheblicher Schwierigkeiten wegen der Pandemie und hohem zeitlichen Aufwand sind beide Projekte erfolgreich umgesetzt worden. Diese Erfolge verbinden. Es gibt ein starkes Interesse an den Projekten in den Verbandsgemeinden, aber auch darüber hinaus. Würde man den Personalaufwand berechnen und auch freiwilliges Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mitberechnen, ergäbe sich vermutlich ein finanzielles Defizit. Nimmt man aber auch die Umstände und weitere Faktoren in den Blick, ergibt sich ein differenzierteres Bild:



Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter berichten mit Stolz und Zufriedenheit von den Projekten. Sie sehen einen unmittelbaren Zusammenhang zwischen ihrer Arbeit und ihrem persönlichen Einsatz auf der einen Seite sowie dem Ansehen ihrer Person beziehungsweise Abteilung und dem der

---

*Verbandsgemeinden nehmen den Schwung aus den erfolgreichen Sammelaktionen mit in die Zukunft.*

---

Gemeinde, für die sie arbeiten, auf der anderen Seite. Das Projekt gab und gibt ihnen zum Teil immer noch die Möglichkeit, ohne die sonst üblichen Hierarchien und Ressortgrenzen zu arbeiten. Sie lernen darüber hinaus auch Kolleginnen und Kollegen (neu) kennen. Das alles zusammen stärkt die Verbundenheit mit dem Arbeitgeber und die Arbeitsplatzzufriedenheit. Und das sowohl bei den unmittelbar am Projekt Beteiligten als auch darüber hinaus.

Zwar konnte die Zahl der Personen, die sich ehrenamtlich engagieren, nicht erheblich gesteigert werden, aber ehrenamtlich aktive Menschen waren bereit, sich zusätzlich oder erneut zu engagieren. Weitere Akteurinnen und Akteure binden die Projekte in ihre Arbeit ein und nutzen sie zur Werbung.

Die Verbandsgemeinden selbst sehen eine Aufwertung der Region und der Gemeinden. Das Ansehen der Verwaltung und ihrer Beschäftigten in der Bevölkerung steigt. Das Zusammengehörigkeitsgefühl unter den beteiligten Menschen und Ortsgemeinden steigt ebenfalls. Die meisten dieser Effekte hätten sich über eine konventionelle Projektfinanzierung und -umsetzung nicht oder nicht in diesem Umfang erzielen lassen.

Damit lohnt sich das Projekt Kommunales Crowdfunding dann, wenn ein motiviertes Team insbesondere auch die nichtmateriellen Aspekte des Instruments Crowdfunding in den Blick nimmt.



Für Gemeinden, denen es ausschließlich um Finanzierung von Projekten geht, ist Kommunales Crowdfunding hingegen dann interessant, wenn lokale Akteurinnen und Akteure wie örtliche Vereine in Zusammenarbeit mit einer Ortsgemeinde ein kleines Projekt lokal umsetzen.

Für größere Gemeinden (Verbandsgemeinden) ist Crowdfunding als Spendensammelaktion für Förderprogramme attraktiv – wenn dazu die rechtlichen Voraussetzungen gewährleistet sind.



## Verwaltungen sind lernfähig und kreativ

### Ideenwald aus Kaiserslautern übersetzt Crowdfunding für den öffentlichen Sektor



Bernhard Lorig,  
M. A., Jahrgang 1981.  
Arbeitet seit zehn  
Jahren als Grün-  
dungscoach beim  
Gründungsbüro der  
RPTU & Hochschule  
Kaiserslautern

Ideenwald-Crowdfunding ist eine Initiative des Gründungsbüros der Rheinland-Pfälzischen Technischen Universität (RPTU) Kaiserslautern-Landau und der Hochschule Kaiserslautern. Ideenwald

arbeitet mit den akademischen Gründungsför-  
dern in Rheinland-Pfalz und im Saarland zusam-  
men mit dem Ziel, insbesondere Gründerinnen  
und Gründern aus der Region eine Möglichkeit zu  
bieten, für ihre Ideen und Projekte zu werben und  
Unterstützung zu erhalten. Ideenwald organisiert  
Vorträge und Workshops und stellt die Crowd-  
funding-Landschaft der Region dar. Die Initiative  
sieht sich als „Schaufenster“, das für die geplanten  
Kampagnen im regionalen Kontext zusätzliche  
Aufmerksamkeit bringen soll. Die Crowdfunding-  
Kampagnen werden auf Startnext umgesetzt,  
der größten deutschen Crowdfunding-Plattform  
für die Finanzierung von Ideen, Projekten und  
Start-up-Unternehmen.

## Die Idee hinter Ideenwald

Ideenwald-Crowdfunding wurde 2017 aus der Erkenntnis heraus gegründet, dass Crowdfunding ein sehr gutes Instrument für Gründungsprojekte in einer frühen Phase darstellt. Gründerinnen und Gründer stellen ihr Projekt fokussiert auf einer digitalen Plattform vor und erfahren unmittelbar von ihrer potentiellen Kundschaft, ob sie sich dafür begeistern lässt.

---

*Kommunales Crowdfunding war in Rheinland-Pfalz und im Saarland weitgehend unbekannt.*

---

Crowdfunding ist einfach strukturiert: Viele Menschen unterstützen mit vielen (kleineren) Beiträgen die Realisierung einer Idee. Kommt genug Geld zusammen, wird das Projekt umgesetzt. Kommt nicht genug Geld zusammen, wird es nicht umgesetzt, und die „Crowd“ zahlt auch kein Geld. Im besten Falle wird ein innovatives Projekt umgesetzt, im schlechtesten Falle haben die Initiatorinnen und Initiatoren wichtige Erkenntnisse gewonnen und Marktforschung betrieben, ohne dass Geld geflossen ist.

Allerdings war Crowdfunding in Rheinland-Pfalz und im Saarland offensichtlich zunächst nicht

sehr bekannt und wurde nur von wenigen Gründungsprojekten genutzt. Um dies zu ändern, wurde Ideenwald ins Leben gerufen – als länderübergreifendes Netzwerk, das für alle Interessierten einen Mehrwert bietet. Um Crowdfunding bekannter zu machen und die potenziellen Akteurinnen und Akteure zusammenzubringen, veranstaltete das Netzwerk am 10. Oktober 2018 das erste Ideenwald-Crowdforum unter dem Motto „Digitalisierung in der Praxis – Kräfte der Crowd mobilisieren und nutzen!“.

## Kommunales Crowdfunding in Rheinland-Pfalz – gemeinsam Großes schaffen!

Wo Crowdfunding bei Kreativen und Kulturschaffenden oder Gründerinnen und Gründern mittlerweile als Instrument zur Realisierung von innovativen Ideen angekommen ist, konnten Kommunen bisher noch selten von Crowdfunding profitieren. Das soll sich ändern.

Dabei geht es insbesondere um Projekte, die das Leben vor Ort schöner, bunter und interessanter machen, also die lokale Lebensqualität erhöhen, für die aber keine Finanzierung zur Verfügung steht. Durch Crowdfunding sollen diese Projekte umgesetzt werden – gemeinsam mit den Verbandsgemeinden und den Bürgerinnen und Bürgern, denen diese Ideen zugutekommen.



## Crowdfunding

stellt eine innovative Methode für insbesondere Gründerinnen und Gründer dar, ihre Ideen zu testen und zu verwirklichen. Die Finanzierung durch eine große Zahl von Geldgeberinnen und Geldgebern, die „Crowd“, bietet aber mehr als den rein monetären

Vorteil. Vielmehr kann eine Crowdfunding-Kampagne als „Proof of concept“ genutzt werden, also als Test, ob man die Zielgruppe von seiner Idee überzeugen kann. Dabei geht es nicht zuletzt darum, dass sich das Gründungsteam in seiner Zusammenarbeit bei der Realisierung des Projektes bewährt.

Um insbesondere gründungsinteressierte Studierende und Mitarbeitende der RPTU und Hochschule Kaiserslautern dabei zu unterstützen, ihre Projekte und Ideen über Crowdfunding zu verwirklichen, hat das Gründungsbüro das Ideenwald-Crowdfunding-Netzwerk für Rheinland-Pfalz und das Saarland initiiert. In Zusammenarbeit mit den weiteren Gründungsbüros beider Länder wurde ein eigenes „Schaufenster“ als regionaler Zweig von Startnext eröffnet, in dem Kampagnen aus beiden Ländern präsentiert werden.

Ziel ist, über die Möglichkeiten eines Crowdfundings aufzuklären und insbesondere Gründungsprojekte zur Planung und Initiierung ihrer eigenen Kampagnen zu qualifizieren. Mit seiner Ausbildung zum IHK-zertifizierten Crowdfunding-Manager in Kombination mit praktischen Erfahrungen aus mehreren eigenen Kampagnen ist Gründungsbüro-Mitarbeiter Bernhard Lorig zum wohl bekanntesten Ansprechpartner und Experten in Sachen Crowdfunding in Rhein-



land-Pfalz und im Saarland geworden. Er führt in Zusammenarbeit mit den Ideenwald-Partnern regelmäßig Workshops durch, die Interessierte zu einer eigenen Kampagne qualifizieren.

- Die Plattform Ideenwald-Crowdfunding ist unter folgendem Link zu finden:

[www.ideenwald-crowdfunding.de](http://www.ideenwald-crowdfunding.de)

- Anfragen an: [lorig@gruendungsbuero.info](mailto:lorig@gruendungsbuero.info)

### **Im Ideenwald haben sich die akademischen Gründungsförderer beider Länder zusammengeschlossen, im Einzelnen sind dies**

- das Gründungsbüro von RPTU und Hochschule Kaiserslautern,
- das Gründungsbüro der Universität Koblenz,
- das Gründungsbüro der Hochschule Koblenz,
- das Gründungsbüro der Johannes Gutenberg-Universität und Hochschule Mainz,
- das Gründungsbüro der Hochschule Worms und Ludwigshafen,
- das Gründungsbüro der Universität und Hochschule Trier,
- der Gründer-Campus der Universität des Saarlandes und
- die FITT gGmbH der Hochschule für Technik und Wirtschaft Saarbrücken.



## Was genau ist nun kommunales Crowdfunding?

Das kommunale Crowdfunding ist eine Sonderform des Crowfundings, in der kommunale Vereine, Bürgerinnen und Bürger sowie Akteurinnen und Akteure aus Politik oder Verwaltung Projekte anstoßen können, die das Leben in der Kommune verschönern und dementsprechend insbesondere auch eine kommunale Zielgruppe betreffen.

Die Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz und das Gründungsbüro der RPTU und der Hochschule Kaiserslautern starteten im Jahr 2020 ein bundesweit einzigartiges Projekt gemeinsam mit den Verbandsgemeinden Lauterecken-Wolfstein und Otterbach-Otterberg. In Lauterecken-Wolfstein wurde das Projekt „Heute ein König! Bringen Sie die Kugel ins Rollen“ umgesetzt und in Otterbach-Otterberg das Projekt „Solarkühlschrank – Spontan die Natur genießen“.

Beide Crowdfunding-Aktionen waren am Ende äußerst erfolgreich. Sowohl die Murmelbahnen und der Königsthron als auch die Solarkühlschränke wurden sehr gut auf- und angenommen. Der Weg dorthin war allerdings mit einigen vorhersehbaren



und einigen überraschenden Herausforderungen gepflastert.

Das lag zum einen daran, dass der Start der Aktionen mitten in die Corona-Pandemie fiel, was viele Treffen, Gespräche und den Austausch der Beteiligten untereinander sehr erschwert bis verhindert hat. Zum anderen lag es aber auch daran, dass kommunales Crowdfunding besondere Voraussetzungen in Bezug auf rechtliche Bestimmungen und Einschränkungen erfüllen muss. Eine Kommune ist in ihrer Handlung stark eingeschränkt



im Vergleich zu Unternehmen, Vereinen oder Privatpersonen. Insbesondere die Formen der Gegenleistungen, die angeboten werden können, aber auch die Frage, woher das Geld stammt und wofür es verwendet werden darf und kann, sind hier wichtige Faktoren.

### **Kann eine Kommune emotionale Kommunikation?**

Crowdfunding basiert auf Emotionalität und richtet sich immer an Privatpersonen. Die Initiatorinnen und Initiatoren möchten eine Gruppe von Privatpersonen von ihrer Idee und ihrer Vision begeistern. Die Crowd soll mitgerissen werden und Lust darauf bekommen, ein Teil des Projektes zu werden, indem sie durch die Finanzierung bei der Realisierung des Ganzen unterstützt und sich im besten Falle auch mit Ideen oder Hilfe bei der Bekanntmachung engagiert. Diese Entscheidungen werden emotional getroffen. Um diese Emotionen bei der Crowd anzusprechen und sie auf der emotionalen Ebene zu begeistern und mitzureißen, bedarf es einer Kommunikation, die explizit auf dieses Ziel ausgerichtet ist. Projektgründerinnen und Projektgründer kommunizieren oft sehr direkt und freundschaftlich in lockerer Form.

Diese Form der Kommunikation ist für eine Kommunalverwaltung ungewohnt. Von ihr wird eine gewisse Nüchternheit erwartet. Informationen werden auf neutrale und sachliche Art und Weise vermittelt. Im Crowdfunding allerdings führt diese gewohnte Sachlichkeit nicht zum gewünschten Ziel.

Es war also im Projekt eine entscheidende Voraussetzung für den Erfolg der Kampagnen, dass zunächst ein Verständnis für Crowdfunding, seine Struktur, seinen Ablauf und vor allem die Art der Kommunikation vermittelt wird. Darüber hinaus bestand eine große Herausforderung darin, die Mitarbeitenden der Kommunen dazu zu qualifizieren, diese ihnen nicht vertraute Form der Kommunikation nutzen zu können.

### **Die Menschen müssen motiviert sein**

Eine weitere Grundvoraussetzung für den Erfolg des Projektes war, dass genügend Ressourcen auf Seiten der Mitarbeitenden zur Verfügung stehen. Die Konzeption, Vorbereitung und Durchführung einer Kampagne sind zeitintensiv und bedürfen bestenfalls eines Teams, in dem Aufgaben verteilt werden können und unterschied-



liche Kompetenzen vorhanden sind. Dafür war es entscheidend, dass Mitarbeitende der Kommune auch das Mandat und die Ressourcen von ihren Vorgesetzten dafür erhalten, ihre Arbeitszeit für das Projekt einzusetzen. Dazu zählen in erster Linie die Workshops im Rahmen des Projektes, aber noch viel mehr die Umsetzung des Gelernten in eine Kampagne und ein Kommunikationskonzept sowie die interne Klärung der rechtlichen Rahmenbedingungen.

---

*Die wichtigste Grundlage sind Mitarbeitende, die sich für das Projekt begeistern.*

---

Einer Crowdfunding-Kampagne wohnt stets das Risiko inne, dass sie nicht zum Erfolg kommt beziehungsweise nicht genug Geld eingesammelt wird, um das Projekt umzusetzen. Es wird üblicherweise eine Summe ermittelt, die benötigt wird, um das geplante Projekt zu realisieren. Dieser Betrag muss mindestens eingesammelt werden, um die Crowdfunding-Kampagne erfolgreich zu machen – zu 100 Prozent. Mehr kann immer eingesammelt werden. Wenn weniger als diese 100 Prozent erreicht werden, geht das Geld an die Crowd zurück oder wird gar nicht erst eingezogen, und die Initiatorinnen und Initiatoren erhalten kein Geld.

Rein rechtlich bringt dieses Risiko keinen Schaden mit sich, da keine Verbindlichkeiten eingegangen werden, wenn nicht mindestens die 100 Prozent erreicht werden. Eine gescheiterte Kampagne bedeutet aber gegebenenfalls einen großen Image-Schaden für die Kommune, die es dann nicht geschafft hat, genug Personen für ihre Projektidee zu begeistern. Dieses Risiko ist bei einer Kommune als deutlich elementarer einzuschätzen als für andere Starterinnen und Starter.

Die Freistellung von Mitarbeitenden, die sich für Crowdfunding auch begeistern können, ist die wichtigste Grundlage für ein solches Projekt.

**Wichtige Erkenntnisse aus dem Wettbewerb „Ideenreich Rheinhessen“**

- Die Altersgruppe ist entscheidend für den Umgang mit digitalen Instrumenten, sie hat einen Einfluss.
- Projekte haben einen Vorteil, wenn sie eine regionale Zielgruppe ansprechen.
- Gemeinsam etwas zu machen, bedeutet Zusammenarbeit, keinen Wettbewerb. Es geht um gegenseitiges Unterstützen, niemand nimmt sich gegenseitig etwas weg.
- Wenn mehrere Kampagnen mehrere hundert oder tausend Menschen ansprechen, ist das pures Marketing-Gold für die Sache: Die Kampagnen müssen eigenverantwortlich agieren und Werbung machen für ihre eigene Zielgruppe. Die Kampagnen werben also automatisch mit für die Sache (in dem Falle den Tourismus in Rheinhessen).
- Crowdfunding macht Dinge möglich, die ohne Crowdfunding keine Chance gehabt hätten – entweder aus finanziellen Gründen oder wegen fehlender Unterstützung.



Entscheidend ist also eine Kombination aus der Bereitschaft der Vorgesetzten, Ressourcen freizugeben, und der intrinsischen Motivation, dem Interesse und der Lust, Crowdfunding intensiv kennenzulernen, sich langfristig damit zu beschäftigen und die Kampagne mit all ihren Risiken auch durchzuführen. Oder, einfach gesagt: „Die Leute müssen Lust darauf haben.“

### „Ideenreich Rheinhessen“ – die Vorstufe zum Kommunalen Crowdfunding

Ein erfolgreiches Crowdfunding-Projekt, das von Ideenwald begleitet wurde, war „Ideenreich Rheinhessen“ – der erste touristische Crowdfunding-Wettbewerb in Rheinland-Pfalz. Der Wettbewerb fand in den Jahren 2018 und 2019 statt und umfasste auch kommunale Projekte. Die Rheinhessen-Touristik rief zusammen mit den Wirtschaftsförderungen der Landkreise Mainz-Bingen und Alzey-Worms sowie der Städte Mainz und Worms, den Sparkassen Mainz, Worms-Alzey-Ried und Rhein-Nahe und der BTE-Tourismus- und Regionalberatung dazu auf, die spannendsten Ideen zur Stärkung des Tourismus in Rheinhessen zu entwickeln. Ideenwald-Crowdfunding brachte die Crowdfunding-Expertise ins Projekt mit ein.

Der Crowdfunding-Wettbewerb endete mit erfolgreichen Projekten, glücklichen Preisträgern, vielen Erfahrungen und Netzwerkideen. Über



Die stolzen Preisträgerinnen und Preisträger von „Ideenreich Rheinhessen“.

1.100 Unterstützerinnen und Unterstützer haben insgesamt 80.000 Euro aufgebracht und ließen damit sieben von zehn Projektträumen Wirklichkeit werden.

### Die Verwaltung als spezielle Zielgruppe – eine Herausforderung für das Coaching

Eine essenzielle Herausforderung für einen Crowdfunding-Coach ist, sich auf die spezielle Situation und Zielgruppe einzustellen. In üblichen Workshops mit vielen Personen aus verschiedenen Branchen und Kontexten und vielen verschiedenen Projekten steht stets eine allgemeine Perspektive auf die Erfolgsfaktoren des Crowfundings im Fokus. Die Teilnehmenden nutzen die In-

---

*Das Coaching behält die Erfolgsfaktoren des Crowfundings im Fokus.*

---

formationen und Tipps so, wie es für sie und ihren Kontext am besten passt. Nach dem Ende eines Workshops liegt die Verantwortung bei den Starterinnen und Startern. In diesem Projekt, wie auch schon bei Ideenreich Rheinhessen, liegt ein Teil dieser Verantwortung auch auf dem Coaching, weshalb von Beginn an klar war, dass ein solches Projekt nur mit einer sehr engen Begleitung, mehreren Workshops und konstantem Feedback möglich sein wird.

Die Themen wurden also deutlich intensiver besprochen, es konnte keines ausgelassen werden, was einen Einfluss auf den Erfolg der Kampagnen haben könnte. Der Aufwand des Coachings und der Begleitung war also deutlich höher als üblich. Generell kann prognostiziert werden, dass in einem solchen Projekt, umgesetzt in weiteren Kommunen, dieser Aufwand, in welcher Form auch immer, auch vonnöten sein wird. Es wird also stets eine sehr enge Begleitung der Projektstarterinnen und -starter von Expertinnen und Experten nötig sein.



Für einen Coach, der keine Erfahrung mit Mitarbeitenden von Kommunalverwaltungen hat, sondern üblicherweise mit gründungsinteressierten jungen Studierenden zu tun hat, war es noch mehr als sonst nötig, sich an die Menschen heranzutasten, sie kennenzulernen, auf ihre Wünsche, Ängste und Fragen sehr intensiv einzugehen und ein Vertrauensverhältnis aufzubauen, in dem eine enge und produktive Zusammenarbeit möglich ist.

Da für die Projektteams sowohl die Ressourcen zur Verfügung gestellt wurden als auch eine große intrinsische Motivation und Lust auf das Projekt vorhanden war, konnte diese Herausforderung recht schnell gemeistert werden. Auch hier wird nochmal deutlich, wie wichtig die zuvor beschriebenen Grundlagen sind, die die Vorgesetzten legen, um ein solches Projekt erfolgreich zu machen. Ohne Mandat und Motivation gibt es keine Basis für die intensive Zusammenarbeit und ergo keine große Chance auf Erfolg der Kampagnen.

Die Erfahrungen aus „Ideenreich“ mit einem sehr praktischen Ansatz der Workshops haben in diesem Projekt sehr geholfen und bereits eine Grundlage geliefert, auf der aufgebaut werden konnte.

## **Verwaltungsmitarbeitende werden zu Starterinnen und Startern**

Die Entwicklung der beiden kommunalen Crowdfunding-Projekte in Lauterecken-Wolfstein und Otterbach-Otterberg war auch für Ideenwald Neuland. Wie reagieren die Bürgermeister und die Mitarbeitenden auf diese für sie neue Form der „Geldgenerierung“? Wie hoch ist die Bereitschaft, sich überhaupt auf dieses Experiment einzulassen und gegebenenfalls – zusätzlich zu den alltäglichen Anforderungen – viel Zeit dafür zu investieren? Welche (rechtlichen) Hürden müssen genommen werden? All dies waren Fragen, die sich bei Crowdfunding-Projekten im studentischen

---

***Bemerkenswert war die Dynamik aller Beteiligten trotz hoher Belastung von anderer Seite.***

---

Umfeld nicht stellen – hier bestehen kaum Restriktionen und damit eine große Freiheit für die Starterinnen und Starter. Dass eine Verwaltung anders und bedachter agieren muss, war eine spannende und lehrreiche Erfahrung.



Nachdem jedoch der rechtliche Rahmen abgesteckt und die Verantwortungen klar verteilt waren, war die Zusammenarbeit durchaus vergleichbar mit anderen „Starterinnen und Startern“. Sowohl die Bürgermeister als auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter standen der ungewöhnlichen Idee sehr offen gegenüber. Natürlich musste in den ersten Workshops zunächst einmal Grundlagenwissen über Crowdfunding vermittelt werden. Bei einigen Beteiligten lagen bereits Erfahrungen mit Crowdfunding aus dem privaten Bereich vor, aber generell war das Wissen darüber noch sehr lückenhaft. Besonders die verwaltungs- und kassenrechtlich relevante Unterscheidung zwischen Crowdfunding, Sponsoring oder Spenden musste eruiert werden.

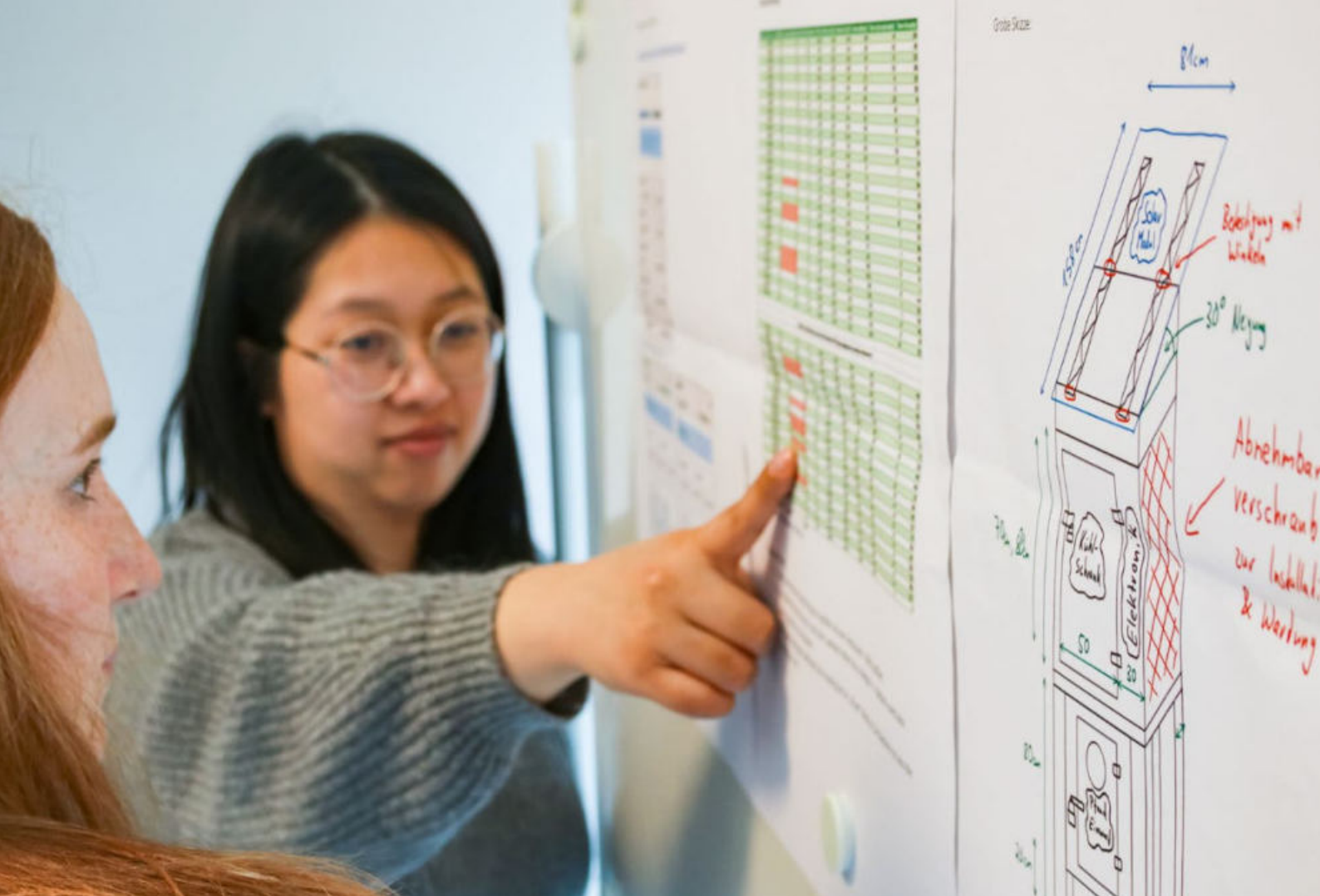
Das weitere Vorgehen unterschied sich dann nur wenig von dem bei Gründerinnen und Gründern: Projektidee entwickeln, Preetexte schreiben, Werbematerialien erstellen, Werbung auf allen zur Verfügung stehenden Kanälen machen, Mund-zu-Mund-Propaganda verbreiten, Interessierte mit ins Boot holen und Netzwerke nutzen oder neu aufbauen. Bemerkenswert war bei den beiden Projekten allerdings die Dynamik, die trotz hoher Belastung aller Beteiligten durch die Pandemie



und die alltägliche Arbeit entstand. Nachdem der Stein im Rollen war, setzten alle ihren Ehrgeiz in den erfolgreichen Abschluss ihrer Projekte.

Neben der Verwirklichung der Projektidee wurde in beiden Kommunen der Lerneffekt während der Umsetzung der Crowdfunding-Kampagne hervorgehoben. In Bezug auf Kommunikation, neue Herangehensweisen zur Problemlösung oder der Optimierung von Prozessen empfanden nahezu alle Beteiligten die Aktion als hilfreich.





## Den Blickwinkel zu verändern, macht Spaß und bringt Erfolg

Die kommunalen Crowdfunding-Projekte waren für beide Verbandsgemeinden aufwändig, zeitintensiv und herausfordernd in vielerlei Hinsicht. Doch das Ergebnis spricht für sich, beide Projekte waren erfolgreich. Die Solarkühlschränke in Otterbach-Otterberg stehen an touristisch interessanten Standorten, werden gut angenommen und tragen zur Attraktivitätssteigerung der Region bei. In Lauterecken-Wolfstein wurden der Königsthron und die Marmelbahn gebaut und erfreuen sich ebenfalls großer Beliebtheit.

Eine Umfrage der Universität Speyer in beiden Verbandsgemeinden hat ergeben, dass die überwiegende Zahl der Bürgerinnen und Bürger dem Crowdfunding-Projekt offen bis zustimmend gegenüberstand und circa zwei Drittel die Umsetzung eines weiteren Projekts befürworten. Der allgemeinen Einschätzung nach haben die

Aktionen zu einer Aufwertung und positiven Entwicklung der Region sowie zu einem positiveren Bewusstsein in der Bevölkerung beigetragen. Auch die Zusammenarbeit und das Zusammengehörigkeitsgefühl der Orte wurden gestärkt.

Was ebenfalls nicht zu unterschätzen ist, sind die Auswirkungen innerhalb der Verwaltungen. Beide Bürgermeister sprechen von einem großen Lerneffekt und vielen positiven Erfahrungen. Die Beteiligten haben nicht nur viel über das Instrument des Crowfundings und neue Wege der Kommunikation gelernt, sondern durch die Änderung des Verwaltungsblickwinkels auch Abläufe und Prozesse neu bewertet und zum Teil optimiert.

Eines der Ziele des Pilotprojekts „Kommunales Crowdfunding“ war, den Beteiligten vor Ort neues Wissen und neue Fähigkeiten zu vermitteln, damit weitere und eventuell auch größere Crowdfunding-Projekte umgesetzt werden können. Dieses Ziel wurde erreicht. Neue Aktionen bedürfen si-



cherlich noch der intensiven Begleitung durch Beraterinnen und Berater, sind wahrscheinlich aber deutlich schneller umzusetzen.

### Für kleine Projekte eine gute Option

Die beiden Pilotprojekte haben gezeigt, dass kommunales Crowdfunding durchaus ein möglicher Weg zur Finanzierung ist. Vor allem für kleinere, regional bezogene Ideen ist Crowdfunding eine gute Option, Projekte umzusetzen, die auf anderem Weg nicht realisierbar wären. Sei es, weil es keine Fördermittel dafür gibt, oder sei es, dass die Gemeinde kein Geld dafür hat.

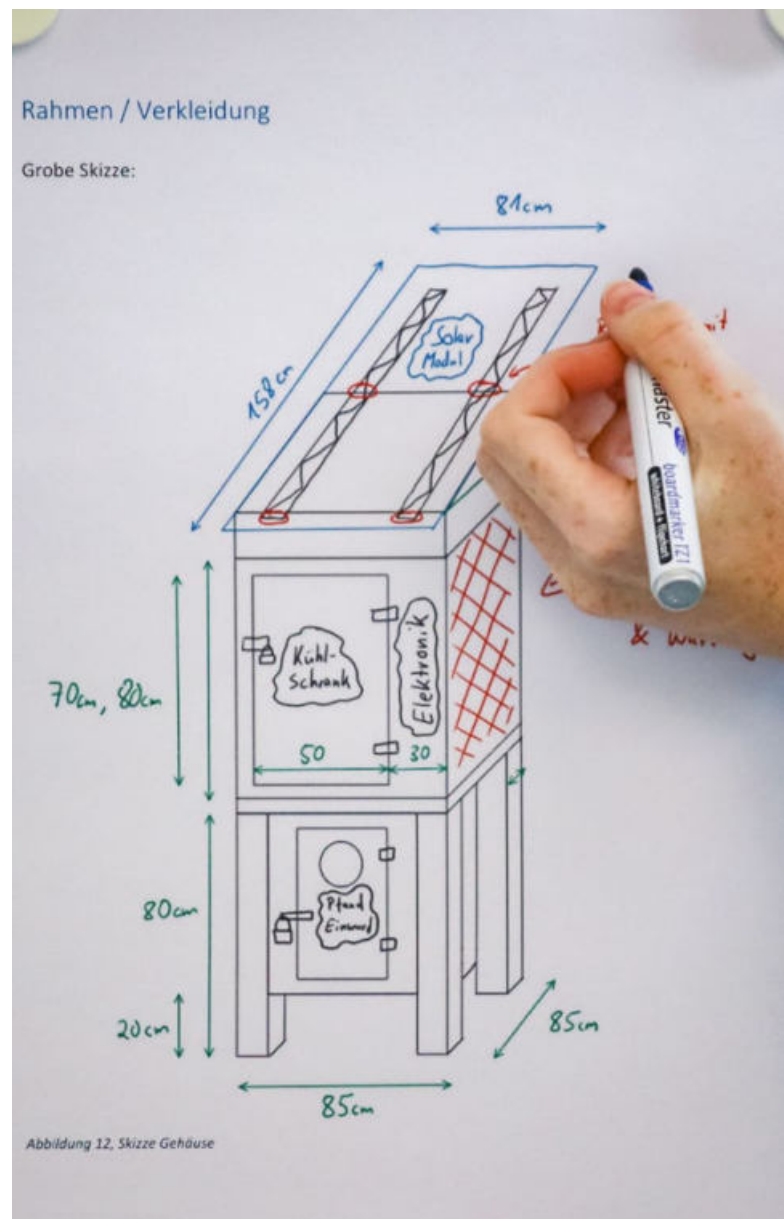
Es ist ein (bislang noch) ungewöhnlicher Weg, aber durchaus ein erfolgversprechender. Aus den Erfahrungen in Lauterecken-Wolfstein und Otterbach-Otterberg ergeben sich allerdings einige Voraussetzungen, die im Vorfeld klar kommuniziert und geregelt sein müssen. An erster Stelle stehen die Offenheit Neuem gegenüber und die Bereitschaft, auch einmal unkonventionelle Wege zu gehen. Wichtig ist auch, nicht nur innerhalb der Verwaltung zu denken, sondern den Blick darüber hinaus zu richten – sprich: Impulse aus Netzwerken, aus der Bevölkerung und von Kolleginnen und Kollegen, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aufzunehmen. Oft ergeben sich hierbei neue Ansätze – zur Ideenfindung, zur Prozessoptimierung oder auch zur Problemlösung.

Man muss sich bewusst sein, dass eine Crowdfunding-Aktion mehr Zeit und Ressourcen in Anspruch nehmen wird, als man vielleicht gedacht hat. Vor allem für die Vorgesetzten bedeutet dies, bei der Personalplanung und dem Zusammenstellen des Teams wohlüberlegt vorzugehen und mögliche Zusatzbelastungen, Verzögerungen oder den Faktor „Unvorhersehbares“ im Vorfeld mitzudenken.

Von großer Bedeutung ist die Motivation des Teams. Alle müssen mit Leidenschaft und hoher Einsatzbereitschaft dabei sein. Und natürlich muss das zu realisierende Projekt passen. Es muss etwas Besonderes sein, etwas, das zur Gemeinde

passt, auf große Zustimmung stößt und Ort und Region weiterbringt.

Sind diese Voraussetzungen erfüllt, ist „Kommunales Crowdfunding“ ein durchaus gangbarer Weg für Gemeinden mit finanziellem Engpass, sich den einen oder anderen Wunsch zu erfüllen.





## Die nötige Öffentlichkeitsarbeit fürs Crowdfunding-Projekt

Crowdfunding-Projekte benötigen neben der eigentlichen Organisation des Projekts Werbung und Aufmerksamkeit, um zum Erfolg zu führen. Große Werbeetats sind allerdings in der Regel nicht im Budget. So gilt es, mit gut konzentrierter Öffentlichkeitsarbeit für Aufmerksamkeit zu sorgen.

Von allen Medien haben im allgemeinen TV, Printmedien (Tages- und Wochenzeitung), Web, Radio und Social Media die größte Breitenwirkung. Auch Handzettel und Aushänge sowie Displays (etwa im Bürgeramt) können für zusätzliche Verbreitung sorgen. Hinzu kommen und nicht zu unterschätzen sind prominente Persönlichkeiten: Die Bürgermeisterin oder der Bürgermeister entfaltet eine besondere Wirkung, wenn sie oder er in der Öffentlichkeit über das Projekt spricht. Auch Partnerinnen und Partner mit eigenen ho-

hen Reichweiten können als sogenannte Stakeholder oder als „Influencerinnen und Influencer“ einem Crowdfunding-Projekt Flügel verleihen.

Wie die Erfahrung gezeigt hat, hilft die Entwicklung einer kleinen Kampagne. Sie gliedert sich idealerweise in folgende Abschnitte.

### Stakeholder und Partner finden

Wer kommt infrage, beim Trommeln für das Projekt mitzumachen? Vereine, Institutionen? Örtliche Prominente? Örtliche Unternehmen?

### Zielgruppe identifizieren

Wer kommt nach Veröffentlichung der ersten Werbemaßnahmen überhaupt infrage, beim eigent-

lichen Crowdfunding Geld zu investieren? Beispiel für einen Solarkühlschrank: Personen aus dem Ort; Erwachsene, mit dem Wandern Verbundene; Touristinnen und Touristen; Betreiberinnen und Betreiber des örtlichen Gastgewerbes, die ein Interesse an schön gestalteten Ausflugszielen haben.

### Werbemittel entwickeln (1): Pressemitteilung

Eine Pressemitteilung ist Pflicht, ebenso ein Presseverteiler für alle Medien, die dafür geeignet erscheinen, die Mitteilung interessant zu finden. Neben den örtlichen Tages- und Wochenzeitungen sind das auch Radiosender und der überörtliche Regionalfernsehsender. Auch Fachmedien wie etwa ein Wandermagazin können Adressaten sein.

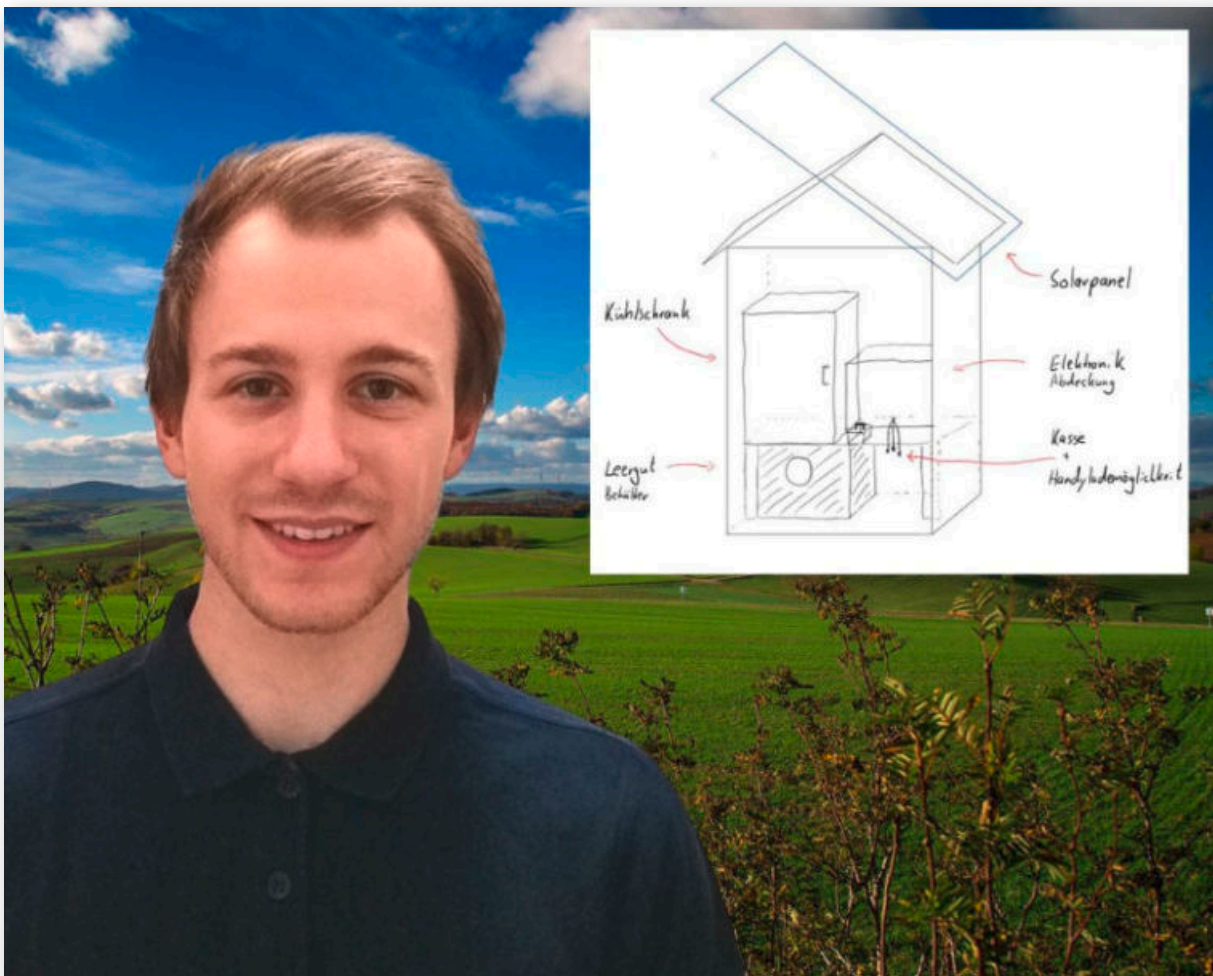
### Werbemittel entwickeln (2): Bebilderung

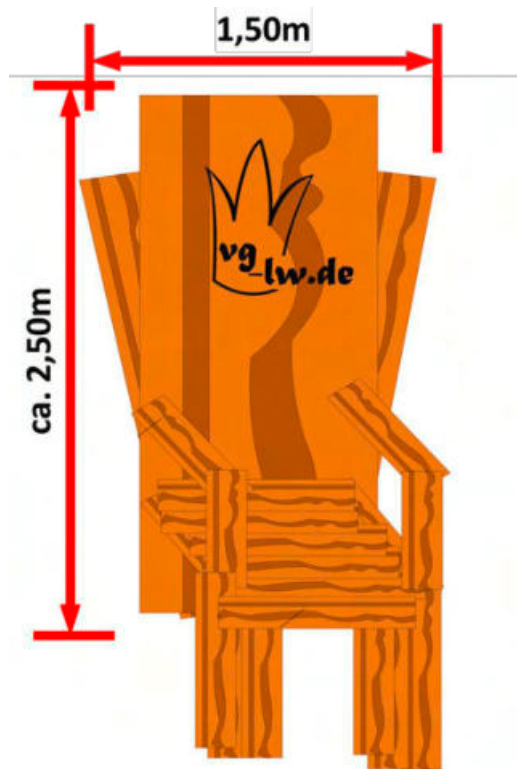
Vielfach unterschätzt wird beim Bewerben von Projekten die Bedeutung von begleitendem Fotomaterial und Videos. Ein ausführlicher Text schreckt zunächst ab und wirkt wie Arbeit. Ein Foto hingegen zeigt im Idealfall, worum es geht: Ein Solarkühlschrank kann in mehreren Absätzen

beschrieben werden, mehr Interesse aber erzeugt ein Foto eines solchen Geräts, am besten mit einem Menschen davor zur Einschätzung der Größe. Ebenso ist für eine Waldmurmelnbahn ein Bild fast zwingend – erzeugt der Begriff doch zunächst die Vorstellung von kleinen Murneln, die sicher schnell im Gras verloren gehen. Ein Foto von großen Holzkugeln dagegen macht die Murneln sofort im Wortsinn begreifbar.

Gibt es solche Fotos noch nicht, weil die Crowdfunding-Projekte ja erst noch erstellt werden sollen, helfen Skizzen, Zeichnungen, Entwürfe – oder auch eine Karte des geplanten Standorts. Menschen erzeugen ebenfalls eine Nähe: Der Student, der den technischen Entwurf für den Solarkühlschrank gemacht hat, ist ebenso für ein kurzes Video über seine Arbeit geeignet wie der Mitarbeiter des Bauhofs, der ihn zusammenbaut.

Bei Videos fürs Web und für Social Media gilt: Das Wichtigste ist der Ton. Das Bild darf durchaus wackeln, wenn es mit dem Handy aufgenommen wurde – eine schlechte Tonqualität aber, etwa durch Windgeräusche, wirkt negativ. Hinzu kommen Logos der beteiligten Partner. Das Logo der Kommune gehört bei den Veröffentlichungen ebenso dazu





wie das von beteiligten Unternehmen – und zwar zunächst in höchstmöglicher Auflösung. Sie sollten nicht in Word-Dateien eingebettet vorliegen, sondern als JPEG-, PNG- oder PDF-Dateien.

### Werbemittel entwickeln (3): Mehrere Beiträge planen

Steht das Grundkonzept für die Crowdfunding-Kampagne, gilt es, sie in Einzelteile für die Öffentlichkeitsarbeit zu zerlegen. In der Welt der Werbenden gilt das geflügelte Wort von sieben Kontaktpunkten, bis eine Botschaft eine Empfängerin oder einen Empfänger erreicht. Übersetzt in die Werbekampagne für ein Crowdfundingprojekt bedeutet das kleinteilige Veröffentlichungen in der Art von Zustell-E-Mails bei Bestellprodukten aus dem Internet: Achtung, da kommt ein Karton! Gleich ist es soweit, der Karton ist noch x Stationen entfernt. Jetzt kommt der Karton. Der Karton ist da, hast du dazu Fragen? So funktioniert der Karton. Wir haben dir den Karton geliefert, wie fandest Du unsere Performance? Funfact: Das wusstest du noch nicht über den Karton.

Für die Absenderin oder den Absender wirkt solch eine Staffelung zunächst sehr massiv und überbordend – braucht es wirklich so viele Posts? Ja, das ist so. Manche lesen nur flüchtig und interessieren sich erst beim dritten oder vierten Mal, wenn sie darauf stoßen, für den eigentlichen Inhalt. Zu bedenken ist auch, dass eine Vielzahl von Veröffentlichungen und Werbepunkten die Adressatinnen und Adressaten nicht erreicht. Von sieben ausgesandten Facebook-Posts erreichen womöglich nur ein oder zwei die gewünschten Empfängerinnen und Empfänger.

Außerdem hilft es gerade beim Crowdfunding, den Anglizismus stets zu übersetzen beziehungsweise zu erklären. Auch wenn der Begriff seit Kurzem im Duden steht, wissen doch manche damit nichts anzufangen. „Crowdfunding ist ein Finanzierungsmodell, bei dem zahlreiche Menschen online jeweils Kleinstbeträge investieren“ – so könnte der erklärende Satz in den Posts lauten.



## Einen Zeitplan für die Werbekampagne entwickeln

Es gilt, einen Startzeitpunkt festzulegen, zu dem das Crowdfunding startet, und einen Startzeitpunkt festzulegen, zu dem das Projekt öffentlich bekanntgemacht wird – etwa in Form eines Pressegesprächs. Wichtig ist hierbei, dass beide Startzeitpunkte für Crowdfunding-Beginn und der ersten Veröffentlichung nicht zu weit auseinander liegen: Idealerweise beginnt das Crowdfunding auf die Minute genau (!) mit Beginn der ersten Pressekonferenz (PK) zum Thema. Denn schon während solch einer PK dürfte die ein oder andere Journalistin oder der ein oder andere Journalist schon die Webseite aufrufen wollen. Auch einfache Liveübertragungen solcher PKs, sofern in der Kommune erprobt, machen es erforderlich, dass das Crowdfunding direkt unterstützt werden kann.

Die Neugierde ist zu Beginn am größten. Eine gute Kampagne setzt darauf, mit einem lauten Startschuss zu beginnen – und nicht etwa mit dem Satz: Los geht es nächste Woche.

## Die beispielbaren Kanäle: Facebook und YouTube

Kommunen verfügen in der Regel über seit Jahren erprobte Veröffentlichungswege. Etabliert sind weiterhin das eigene Amtsblatt und die eigene Webseite, aber auch Facebook-Accounts. So verfügte die Verbandsgemeinde Otterbach-Otterberg bereits während der Kampagne über einen gut eingeführten Facebook-Account. Regelmäßig veröffentlicht Bürgermeister Harald Westrich dort Nachrichten in Form von mehrminütigen Videos.

### Verbandsgemeinde Otterbach-Otterberg auf Facebook ...

- Account auf Facebook: [facebook.com/Verbandsgemeinde-Otterbach-Otterberg-697633707014267](https://facebook.com/Verbandsgemeinde-Otterbach-Otterberg-697633707014267)
- 3.290 Personen gefällt das, mittlerweile (Stand Januar 2023) 3.483
- 3.705 Personen haben das abonniert, mittlerweile 4.068
- Einwohner: 18.748
- Abonnenten/Einwohnerinnen bzw. Abonnenten/Einwohner: 19,8 Prozent, mittlerweile 21,7 Prozent

## ... und auf YouTube

Darüber hinaus sind diese Nachrichtenvideos auch auf YouTube abrufbar – und erreichen dort ebenfalls (im kleinen Maßstab) mehrere hundert Menschen. Die Wirksamkeit dieser Videos ist nicht zu unterschätzen: Rund 400 Abonnentinnen und Abonnenten zählt der Kanal der Verbandsgemeinde mittlerweile – Menschen, die offensichtlich ein besonderes Interesse am Geschehen in Otterbach-Otterberg haben.

Hinzu kommt: YouTube-Videos werden regelmäßig auch über Google gefunden. Wer etwa nach „Solarkühlschrank Otterbach“ googelt, stößt auf mehrere YouTube-Videos der Verbandsgemeinderverwaltung. Das erste dort auffindbare Video ([www.youtube.com/watch?v=zSHs30dRJ4M](http://www.youtube.com/watch?v=zSHs30dRJ4M))

zeigt die Mitarbeiterin Aline Mennig und ihren Kollegen Johannes Helf, wie sie die Idee für die Kühlschränke vorstellen, während sie zu den späteren Aufstellorten wandern. Laut YouTube-Statistik wurde das Video 500 Mal aufgerufen.


Auch wenn die Machart des Videos nicht an die Ansprüche etwa eines öffentlich-rechtlichen Senders heranreicht, stellt es doch das Projekt gut und ausführlich vor und veranschaulicht auch das Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Nebenbei erlauben diese YouTube-Videos es auch, von anderen Medien in ihre Webseiten eingebettet zu werden. So hat etwa die Webseite [wochenblatt-reporter.de](http://wochenblatt-reporter.de) Videos des Projekts bei sich eingebettet.

**Beitragsdetails** Gemeldete Statistiken sind möglicherweise zeitversetzt und entsprechen nicht den Angaben in den Beiträgen

**Verbandsgemeinde Otterbach Otterberg**  
26. Mai · 🌐

Mitmachen und genießen:  
Unser Crowdfundingprojekt startet nächste Woche am 01.06.2021.  
Die Idee: Zwei Solarkühlschränke sollen an ausgewählten Plätzen in der Region erfrischende Getränke bereithalten – realisiert durch Crowdfunding. Dafür benötigen wir Ihre Unterstützung! Alle, auch kleine Spendensummen helfen bei der Umsetzung.  
Weitere Infos finden Sie unter: <https://www.startnext.com/solarfridge>



**19.864** Erreichte Personen

**3.618** Interaktionen

[Beitrag bewerben](#)

👍👎👏 146

22 Kommentare 76 Mal geteilt

[Gefällt mir](#) [Kommentieren](#) [Teilen](#)

**Performance deines Beitrags**

**19.864** Erreichte Personen

**563** Reaktionen, Kommentare und geteilte Inhalte

<b>362</b> Gefällt mir	<b>139</b> Zu einem Beitrag	<b>223</b> Zu geteilten Inhalten
<b>13</b> Love	<b>9</b> Zu einem Beitrag	<b>4</b> Zu geteilten Inhalten
<b>2</b> Haha	<b>2</b> Zu einem Beitrag	<b>0</b> Zu geteilten Inhalten
<b>3</b> Wow	<b>0</b> Zu einem Beitrag	<b>3</b> Zu geteilten Inhalten
<b>108</b> Kommentare	<b>49</b> Zum Beitrag	<b>59</b> Zu geteilten Inhalten
<b>76</b> Geteilte Inhalte	<b>76</b> Zum Beitrag	<b>0</b> Zu geteilten Inhalten

**3.055** Klicks auf Beiträge

<b>217</b> Fotoaufrufe	<b>443</b> Link-Klicks	<b>2.395</b> Andere Klicks
---------------------------	---------------------------	-------------------------------

**NEGATIVES FEEDBACK**

<b>2</b> Beitrag verbergen	<b>2</b> Alle Beiträge verbergen
<b>0</b> Als Spam melden	<b>0</b> Seite gefällt mir nicht mehr

Gemeldete Statistiken sind möglicherweise zeitversetzt und entsprechen nicht den Angaben in den Beiträgen

## Posts im Detail

Ein näherer Blick auf die Statistik bei Facebook zeigt, welche Beiträge besonders gut funktionierten. Vom 26. Mai 2021 (= eine Woche vor Start des Crowdfundings) bis zum 15. Juli (Ende des Crowdfundings) gab es elf Posts mit Bezug auf das Crowdfunding. Hinzu kommen die Videoposts des Bürgermeisters, in denen er unter seinen Nachrichten ebenfalls Bezug auf das Crowdfunding nahm.

Erfolgreichster Einzelpost zum Crowdfunding war jener vom 26. Mai, eine Woche vor dem Start: 19.864 erreichte Personen, 563 Interaktionen, 443 Link-Klicks und 108 Kommentare sowie 379 Reactions. Kein späterer Post zum Crowdfunding war erfolgreicher: [www.facebook.com/permalink.php?story\\_fbid=3708903819220559&id=697633707014267](https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=3708903819220559&id=697633707014267)

Dieser Post ist darüber hinaus im Rahmen der Kommune viral gegangen, in zahlreichen Kommentaren markierten sich die Leserinnen und Leser gegenseitig (siehe Screenshot rechts).

Weitere Posts wie zum eigentlichen Start des Crowdfundings erreichten nicht mehr annähernd so viele Nutzerinnen und Nutzer. Dennoch ist eine von Facebook angegebene Zahl von mehr als 6.000 erreichten Personen beachtlich. Und laut Statistik haben immerhin 327 Menschen auf den enthaltenen Link zum Crowdfundingprojekt geklickt oder getippt.

Sichtbar wird hier auch, dass man die Reaktionen von Leserinnen und Lesern im Blick behalten muss: Da erkundigt sich jemand nach anderen Zahlungsarten – was anschließend eine Mitarbeiterin beantwortet.

Für das Projekt wurden letztlich 75 Spenderinnen und Spender generiert, mit einer Spendensumme von 4.494 Euro. Wie viele über Facebook generiert wurden, ist dabei nicht gemessen worden. Die Zahl erzeugter Klicks in den Facebook-Veröffentlichungen rangierte zwischen zweistellig und niedrig dreistellig. Die Beobachtung neuer Spenden




in den Stunden und Tagen direkt nach Facebook-posts deuten auf einen Zusammenhang zwischen Facebookposts und Spenden hin. In Summe wurden 1.270 Klicks aus Facebook-Veröffentlichungen erzeugt. 443 davon, mehr als ein Drittel, entstammen dem ersten Post zum Thema, als noch kein Spenden möglich war, aber das neue Thema für viele sehr viel Aufmerksamkeit erzielte.

Auf zwei Beiträge wurden außerdem Werbegelder (50 Euro) gelegt, die ihren Anteil an der Aufmerksamkeit haben, jedoch in der Auswertung nicht merklich ins Gewicht fallen.

## Fazit zu Otterbach-Otterberg


Facebook-Veröffentlichungen haben zum Erfolg des Projekts beigetragen. Insbesondere die Erstveröffentlichung war besonders erfolgreich – hat allerdings mangels Spendenmöglichkeit zu dem Zeitpunkt einen Teil der gewonnenen Aufmerksamkeit ungenutzt gelassen. Dennoch konnte durch beständig weiter gepostete Veröffentlichungen und entsprechende Aufmerksamkeit letztlich das Crowdfundingziel erreicht werden.

**Beitragsdetails**
Gemeldete Statistiken sind möglicherweise zeitversetzt und entsprechen nicht den Angaben in den Beiträgen



**Verbandsgemeinde Otterbach Otterberg**  
1. Juni · 🌐

Seit ein paar Minuten ist unser Crowdfundingprojekt online 😊.  
Ab jetzt kann für das Projekt gespendet werden. Schaut doch einfach mal unter <https://www.startnext.com/solarfridge> vorbei.




<b>6.134</b> Erreichte Personen	<b>583</b> Interaktionen	<a href="#">Beitrag bewerben</a>
------------------------------------	-----------------------------	----------------------------------

👍❤️ 26
2 Kommentare 36 Mal geteilt

👍 Gefällt mir
💬 Kommentieren
➦ Teilen


Kommentiere als Verbandsgemeinde Otterbach Otterberg

Relevanteste zuerst ▾



**Andreas Dittrich** Super Idee, ich spende gern was, wenn ihr noch andere Zahlungsarten anbieten könnt. 🙌

Gefällt mir · Antworten · Nachricht · 6 W



**Verbandsgemeinde Otterbach Otterberg** Andreas Dittrich Hallo Herr Diettrich, über die Verbandsgemeinde ist es möglich mit Bargeld oder per Überweisung zu zahlen.

Gefällt mir · Antworten · Kommentiert von Aline Mennig [?] · 6 W

**Performance deines Beitrags**

**6.134** Erreichte Personen

**108** Reaktionen, Kommentare und geteilte Inhalte 📊

<b>58</b> 👍 Gefällt mir	<b>25</b> Zu einem Beitrag	<b>33</b> Zu geteilten Inhalten
<b>1</b> ❤️ Love	<b>0</b> Zu einem Beitrag	<b>1</b> Zu geteilten Inhalten
<b>1</b> 😂 Haha	<b>1</b> Zu einem Beitrag	<b>0</b> Zu geteilten Inhalten
<b>12</b> Kommentare	<b>6</b> Zum Beitrag	<b>6</b> Zu geteilten Inhalten
<b>36</b> Geteilte Inhalte	<b>36</b> Zum Beitrag	<b>0</b> Zu geteilten Inhalten

**475** Klicks auf Beiträge

<b>8</b> Fotoaufrufe	<b>327</b> Link-Klicks	<b>140</b> Andere Klicks 📊
-------------------------	---------------------------	-------------------------------

**NEGATIVES FEEDBACK**

<b>1</b> Beitrag verbergen	<b>0</b> Alle Beiträge verbergen
<b>0</b> Als Spam melden	<b>0</b> Seite gefällt mir nicht mehr

Gemeldete Statistiken sind möglicherweise zeitversetzt und entsprechen nicht den Angaben in den Beiträgen



**Beitragsdetails**
Gemeldete Statistiken sind möglicherweise zeitversetzt und entsprechen nicht den Angaben in den Beiträgen
X

**Verbandsgemeinde Otterbach Otterberg**  
20. Juni · 🌐

Bekommen wir genügend Unterstützung für zwei 🙏🙏🙏  
Solarkühlschränke zusammen? An einem der geplanten Standorte, der Sonnenuhr auf dem Reiserberg, hat Bürgermeister Harald Westrich jetzt ein Plakat für unsere Crowdfundingkampagne aufgehängt. Per Internet sagten bereits mehr als 40 Unterstützerinnen und Unterstützer eigene finanzielle Beiträge zu – von 10 bis 500 Euro. Ziel sind 5000 Euro.  
Von dem Geld sollen die solarbetriebenen Kühlschränke angeschafft und aufgestellt werden... [Mehr ansehen](#)

### Performance deines Beitrags

**2.776** Erreichte Personen

**65**  
„Gefällt mir“-Angaben, Kommentare und geteilte Inhalte

<b>53</b> „Gefällt mir“-Angaben	<b>36</b> Zum Beitrag	<b>17</b> Zu geteilten Inhalten
<b>3</b> Kommentare	<b>0</b> Zum Beitrag	<b>3</b> Zu geteilten Inhalten
<b>9</b> Geteilte Inhalte	<b>9</b> Zum Beitrag	<b>0</b> Zu geteilten Inhalten

**346** Klicks auf Beiträge

<b>0</b> Fotoaufrufe	<b>147</b> Link-Klicks	<b>199</b> Andere Klicks
-------------------------	---------------------------	-----------------------------

**NEGATIVES FEEDBACK**

<b>2</b> Beitrag verbergen	<b>0</b> Alle Beiträge verbergen
<b>0</b> Als Spam melden	<b>0</b> Seite gefällt mir nicht mehr

Gemeldete Statistiken sind möglicherweise zeitversetzt und entsprechen nicht den Angaben in den Beiträgen

STARTNEXT.COM

**Solarkühlschrank Spontan die Natur genießen** Mehr dazu

Machen wir es gemeinsam möglich - einfach loslaufen u...

<b>2.776</b> Erreichte Personen	<b>411</b> Interaktionen	<a href="#">Erneut bewerben</a>
------------------------------------	-----------------------------	---------------------------------

Beworben am 20.06.2021 Abgeschlossen  
Von Marcus Schwarze

Erreichte Personen	<b>989</b>	Link-Klicks	<b>81</b>
--------------------	------------	-------------	-----------

[Ergebnisse anzeigen](#)

👍 36 9 Mal geteilt

👍 Gefällt mir    💬 Kommentieren    ➦ Teilen    🌐

Social-Media

41











## Übersicht einzelner Posts – rot markiert: Beiträge zu den Solarkühlschränken











Verbandsgemeinde Otterbach Otterbach










### Content-Sammlung Beiträge

Alle Beiträge | Alle Veröffentlichungen | Details | Statistik | Zusammenfassen | Löschen | Löscht die

Beitragstyp: Alle | Zeitraum: 01.07.2020 bis 15.07.2021 | Filter | Suchen

Beitrag	Beitragstyp	Datum	Status	Details	Direktverlinkt	Impressionen	Einmalige Pers.	Verweilzeiten	Link-Klicks	Kommentare	Geteilte Inhalte	Reaktionen	3-wöchiger V.	1-wöchiger V.
 SolarKühlschränke Am 15.07.2021 an	Veröffentlichung	16.07.2021 10:30	Verbandsgemeinde Ot...											
 Die Feuerwehr MfD Otterbach	Veröffentlichung	Heute 14:21	Harald Weidlich		+22%	1.467	1.463	108		8	20	170	0	0
 Diese Woche haben wir folgende Nachr.	Veröffentlichung	16.07.2021 09:01	Alma Menning											
 Status-Update	Geplant	Gestern 12:58	Harald Weidlich			1.206	1.206	3	17	0	0	0	0	0
 Tourismus-Tipp: Tavel - Geschichte	Veröffentlichung	13.07.2021 14:57	Alma Menning		+12%	1.448	1.428	13	40	1	8	9	0	0
 Die Verwaltung muss von ES. bis ein.	Veröffentlichung	21.07.2021 14:58	Alma Menning											
 Status-Update	Geplant	09.07.2021 05:25	Harald Weidlich			2.288	2.298	25	1	0	0	10	0	0
 Dorfentwicklung für zwei SolarKühlschränke	Veröffentlichung	04.07.2021 17:23	Manuel Schwabe		-1,6%	2.229	1.933	16	28	0	4	12	923	0
 Schon mehr als 40 Überholarbeiten	Veröffentlichung	02.07.2021 14:45	Manuel Schwabe		-1,2%	2.302	2.312	25	49	0	6	29	0	0
 Status-Update	Veröffentlichung	02.07.2021 10:49	Alma Menning		-1,6%	1.338	1.444	4		1	0	0	0	0

 Status-Update	Veröffentlichung	25.06.2021 08:04	Alma Menning		-1,6%	1.485	1.414	8		0	1	0	0	0
 Status-Update	Geplant	25.06.2021 07:16	Harald Weidlich			1.947	1.900	9	5	0	1	0	0	0
 Status-Update	Geplant	25.06.2021 07:15	Harald Weidlich			1.741	1.686	15		0	1	14	0	0
 SolarKühlschränke Sparten die Natur g.	Veröffentlichung	24.06.2021 17:00	Manuel Schwabe		+1,3%	6.901	6.990	41	37	1	5	35	0	0
 SolarKühlschränke Sparten die Natur g.	Veröffentlichung	20.06.2021 15:42	Manuel Schwabe		+1,3%	6.402	3.776	65	147	3	9	53	0	0
 Wie beschaffen? Am Dienstag, den 22.	Veröffentlichung	18.06.2021 12:49	Alma Menning		+1,3%	2.260	3.124	7		1	0	0	0	0
 Status-Update	Veröffentlichung	18.06.2021 10:01	Alma Menning		-1,8%	1.645	1.545	9		0	0	7	0	0
 Diese Woche haben wir folgende Nachr.	Veröffentlichung	18.06.2021 09:43	Alma Menning		-8,6%	3.376	2.853	36	29	0	15	41	1.807	444
 Schwimmbad Otterbach NaturFreizeit	Veröffentlichung	17.06.2021 17:50	Alma Menning		+1,2%	2.092	1.925	49	104	2	14	33	0	0
 Wetter Info unter www.alle-welt.com	Veröffentlichung	17.06.2021 08:25	Anja Seif		-1,8%	1.644	1.434	6	34	0	4	0	0	0

 Naturfreizeit Otterbach öffnet am Freitag	Veröffentlichung	16.06.2021 14:11	Alma Menning		+8,3%	14.167	13.222	485	82	88	68	358	0	0
 Bitte die geänderten Öffnungszeiten	Veröffentlichung	14.06.2021 14:01	Alma Menning		+1,6%	3.202	3.117	22		0	14	0	0	0
 Tollster Motorradfall! Ein Motorrad	Veröffentlichung	12.06.2021 18:30	Harald Weidlich		+7,2%	45.498	43.817	965	18	182	170	610	0	0
 Ab nächster Woche sind unsere Komm.	Veröffentlichung	12.06.2021 18:30	Alma Menning		+1,7%	2.812	2.693	12		0	7	0	0	0
 Der SolarKühlschrank heute nicht an	Veröffentlichung	11.06.2021 08:24	Alma Menning		+1,5%	1.948	1.796	17	73	0	3	14	0	0
 Letzte Woche kein noch eine Meldung	Veröffentlichung	11.06.2021 08:03	Alma Menning		-1,0%	1.423	1.322	0		0	0	0	0	0
 Befragungen Die neuen Befragungen	Veröffentlichung	07.06.2021 15:49	Alma Menning		-1,3%	1.327	1.213	0	17	0	0	0	0	0
 SolarKühlschrank Sparten die N.	Veröffentlichung	07.06.2021 08:58	Alma Menning		+1,3%	1.851	1.661	14	83	0	1	13	0	0
 Status-Update	Veröffentlichung	04.06.2021 08:40	Alma Menning		+1,7%	1.919	1.759	10		0	1	0	0	0
 VG Otterbach Otterbach Nachrichten K.	Veröffentlichung	04.06.2021 08:36	Alma Menning		-1,4%	4.938	4.946	79	7	2	28	45	2.342	441

## Verbandsgemeinde Lauterecken-Wolfstein

Ähnlich wie die Verbandsgemeinde Otterbach-Otterberg ging die Verbandsgemeinde Lauterecken-Wolfstein auf Facebook vor:

- Account auf Facebook: [www.facebook.com/vg.lw.de](http://www.facebook.com/vg.lw.de)
- 1.099 Personen gefällt das, mittlerweile (Stand Januar 2023) 1.394
- 1.196 Personen haben das abonniert, mittlerweile 1.632
- Einwohner 18.004
- Abonnenten/Einwohnerinnen bzw. Abonnenten/Einwohner: 6,6 Prozent, mittlerweile 9,1 Prozent

Vom 29. Mai (= 3 Tage vor Start) bis zum 13. Juli gab es 16 Posts mit Bezug zum Crowdfunding. Die meisten erreichten Personen (2.470 – obwohl nur rund 1.200 den Kanal abonniert haben), Interaktionen (456), Teilungen (15) und Link-Klicks (174) erzielte der erste Post direkt zum Start am 1. Juni 2021, 10.04 Uhr. Er stellte mit einem einfachen, effektiven Fünf-Sekunden-Video (drei Beteiligte betätigen schwungvoll einen symbolischen roten Knopf) und einer neugierig machenden Anmoderation, ohne zu viel vorwegzunehmen, die Startnext-Adresse in den Vordergrund: [www.facebook.com/vg.lw.de/posts/5814009021974758](http://www.facebook.com/vg.lw.de/posts/5814009021974758)

In den zwei Posts zuvor zum Thema war auf eine Sendung im SWR Bezug genommen worden, ein-

**VG Lauterecken-Wolfstein** 😊 fühlt sich aufgeregt.  
Gepostet von Achim Wirth · 1. Juni · 🌐

3, 2, 1 Los geht's  
<https://www.startnext.com/heute-ein-koenig/>

**Erhalte mehr Nachrichten für VG Lauterecken-Wolfstein**  
Du kannst zu deinem Beitrag einen Messenger-Button hinzufügen, um mehr Nachrichten für VG Lauterecken-Wolfstein zu erhalten.

**2.470** Erreichte Personen      **456** Interaktionen      **Beitrag bewerben**

👍 Du und 16 weitere Personen      15 Mal geteilt

👍 Gefällt mir      💬 Kommentieren      ➦ Teilen

mal als Ankündigung, einmal als Rückschau. Hier wurde in der Anmoderation (richtigerweise) noch nicht konkret die Startnext-Adresse genannt, da zu dem Zeitpunkt noch kein Spenden möglich waren. Gleichwohl machten die Posts durch ihren Cliffhanger-Effekt neugierig. Als Cliffhanger wird bei Serien der Effekt bezeichnet, auf dem Höhepunkt einer Episode den Serienteil zu beenden, um so zum Einschalten beim nächsten Serienteil zu animieren. Im Social-Media-Deutsch steht

der Begriff für eine Methode, ein wichtiges Detail im Post offen zu lassen, um Aufmerksamkeit zu erzeugen.

Die Ankündigung war mit Hilfe eines einfachen, effektiven Videos gestaltet und erzeugte so die zweithöchste Aufmerksamkeit (2.036 erreichte Personen, 16-mal geteilt): [www.facebook.com/vg.lw.de/posts/5799832543392406](https://www.facebook.com/vg.lw.de/posts/5799832543392406)



In der Folge dieses sehr effizienten Starts wurde das Spendenziel sehr schnell erreicht. Auffällig ist, dass die Posts häufig die Sprache von Social Media nutzte, etwa durch den Einsatz von Emojis 🙌 klare Aufforderungen wie „Schaltet ein!“, Einblendungen von Gefühlen wie „VG Lauterecken-Wolfstein 😊 fühlt sich dankbar“ und den Einsatz von Hashtags wie #VGLautereckenWolfstein #pfaelzerbergland #murmelmania. Die verwendete Sprache veranschaulichte die Begeisterung, kleine einfache Videos („Die Kugel rollt“, glitzernder Screenshot der gewonnenen Zahl der Unterstützer) sorgten für Bewegung und somit zusätzliche Aufmerksamkeit.

Fürs Projekt wurden letztlich 160 Spenderinnen und Spender gewonnen, mit einer Spendensumme von 9.221 Euro. Wie viele über Facebook generiert wurden, ist dabei nicht gemessen worden. Die Zahl erzeugter Klicks in den Facebook-Veröffentlichungen rangierte zwischen zweistellig und niedrig dreistellig. In Summe wurden 545 Klicks aus Facebook-Veröffentlichungen erzeugt.

## Fazit zu Lauterecken-Wolfstein

Trotz kleinerer Stammklientel auf Facebook im Vergleich zu Otterbach-Otterberg hat die VG Lauterecken-Wolfstein das Maximale aus Facebook herausgeholt und mehr Menschen über den Weg erreicht, als ihr dort folgen. Begünstigt durch einen TV-Beitrag im SWR kurz vor Start, trafen sehr gut getimte und fürs Medium äußerst adäquat gestaltete und formulierte Posts auf den Punkt – erkennbar nicht von einer Werbeagentur (vermeintlich) professionell gestaltet, sondern „von Hand“ und mit Begeisterung gestrickt, was dem Projekt zusätzliche Pluspunkte verschafft haben dürfte.

**VG Lauterecken-Wolfstein** 🤗 fühlt sich aufgeregt.  
 Gepostet von Kathrin Bürthel · 2. Juni · 🌐

IHR seid der absolute Wahnsinn!!! 🤗👑👑👑👑  
 Dank EUCH haben wir das 1.Ziel schon erreicht!  
 Zündet jetzt die 2. 🚀 und lasst das Königreich weiter wachsen 👑👑  
 👑

<https://www.startnext.com/heute-ein-koenig>  
 #VGLautereckenWolfstein  
 #pfaelzerbergländ  
 #murmelmania

**Tourismus VG-LW**

4.646 € 60 43  
nach Punkten Level 5.500 € Unterstützer:innen Tage

[Unterstützen](#)
























[Folgen](#) [Teilen](#)

1.110 Erreichte Personen    178 Interaktionen    [Beitrag bewerben](#)

Du und 21 weitere Personen    5 Mal geteilt

[Gefällt mir](#)    [Kommentieren](#)    [Teilen](#)

## Übersicht einzelner Posts – rot markiert: Beiträge zum Crowdfundingprojekt

Beitrag	Beitragsstatus	Datum	Details	Distribution	Impressionen	Erreichte Pers.	Interaktionen	Link-Klicks
 <b>FINALE!!!! Nur noch 2 Tage I...</b> VG Lauterecken-Wolfstein	Veröffentlicht	13.07.2021 12:57 Kathrin Bürthel		-1,6x Niedriger	998	988	15	32
 <b>Die Verbandsgemeinde Lauterecken...</b> VG Lauterecken-Wolfstein	Veröffentlicht	13.07.2021 10:12 Achim Wirth		-	3.209	3.054	32	44
 <b>1. geführte E-Bike Tour der Ver...</b> VG Lauterecken-Wolfstein	Veröffentlicht	12.07.2021 10:45 Kathrin Bürthel		+1,1x Durchschnittlich	1.952	1.897	36	-
 <b>Aktiv ins Wochenende! A...</b> VG Lauterecken-Wolfstein	Veröffentlicht	09.07.2021 11:45 Kathrin Bürthel		-2,0x Niedriger	1.225	1.115	12	-
 <b>Es sind noch ein paar Plätze frei...</b> VG Lauterecken-Wolfstein	Veröffentlicht	07.07.2021 12:36 Achim Wirth		+1,7x Höher	2.894	2.707	41	4
 <b>Crowdfunding-Projekt- Heut...</b> VG Lauterecken-Wolfstein	Veröffentlicht	05.07.2021 17:00 Kathrin Bürthel		+0,8x Durchschnittlich	668	575	14	17
 <b>Video(818458415707392)</b> VG Lauterecken-Wolfstein	Erreicht Fehler	05.07.2021 11:48 Kathrin Bürthel		-	0	0	0	-
 <b>Wandertipp zum Wochenend...</b> VG Lauterecken-Wolfstein	Veröffentlicht	02.07.2021 15:30 Kathrin Bürthel		+2,5x Höher	4.400	4.068	71	39
 <b>Hallo liebe Kinder, hallo li...</b> VG Lauterecken-Wolfstein	Veröffentlicht	29.06.2021 13:40 Achim Wirth		+1,9x Höher	3.418	3.324	58	142
 <b>Wegen großer Nachfrage: zusätz...</b> VG Lauterecken-Wolfstein	Veröffentlicht	28.06.2021 16:51 Kathrin Bürthel		+1,2x Durchschnittlich	2.201	2.121	39	-
 <b>HALBZEIT!!! Ein großes Kompliment a...</b> VG Lauterecken-Wolfstein	Veröffentlicht	26.06.2021 13:31 Kathrin Bürthel		-1,8x Niedriger	999	945	17	17
 <b>v Wochenend-Tipp: Das Kalkberg...</b> VG Lauterecken-Wolfstein	Veröffentlicht	25.06.2021 13:06 Achim Wirth		+2,8x Höher	5.133	4.806	90	1
 <b>Aktiv in der VG Lauterecken-Wolfstel...</b> VG Lauterecken-Wolfstein	Veröffentlicht	24.06.2021 18:00 Kathrin Bürthel		+1,0x Durchschnittlich	3.509	2.871	39	-
 <b>Bald ist es wieder soweit: Sonntag, 2...</b> VG Lauterecken-Wolfstein	Veröffentlicht	23.06.2021 11:43 Kathrin Bürthel		-3,0x Niedriger	806	744	13	3
 <b>Die Kugel rollt!!! Dank EUCH rollt die K...</b> VG Lauterecken-Wolfstein	Veröffentlicht	20.06.2021 16:06 Kathrin Bürthel		+5,5x Höher	1.228	1.069	22	36
 <b>In loser Reihenfolge st...</b> VG Lauterecken-Wolfstein	Veröffentlicht	09.06.2021 13:00 Kathrin Bürthel		+1,3x Durchschnittlich	2.357	2.285	37	45
 <b>Wahnsinn! Wahnsinn! Wahnsinn!</b> VG Lauterecken-Wolfstein	Veröffentlicht	06.06.2021 13:18 Kathrin Bürthel		+1,0x Durchschnittlich	1.866	1.749	23	33
 <b>Wandertipp zum Wochenende</b> VG Lauterecken-Wolfstein	Veröffentlicht	04.06.2021 12:04 Kathrin Bürthel		-2,0x Niedriger	934	875	19	4
 <b>IHR seid der absolute Wahnsinn!!</b> VG Lauterecken-Wolfstein	Veröffentlicht	02.06.2021 21:14 Kathrin Bürthel		+6,9x Höher	1.374	1.110	33	58
 <b>Freibadöffnung 2021 Morgen geht es...</b> VG Lauterecken-Wolfstein	Veröffentlicht	02.06.2021 10:36 Achim Wirth		-1,2x Durchschnittlich	1.567	1.483	92	71
 <b>3, 2, 1 Los geh's https://www.startne...</b> VG Lauterecken-Wolfstein	Veröffentlicht	01.06.2021 10:04 Achim Wirth		+15,5x Höher	2.779	2.470	45	174
 <b>Crowdfunding für Kommunen</b> VG Lauterecken-Wolfstein	Veröffentlicht	30.05.2021 18:08 Achim Wirth		-1,1x Durchschnittlich	1.713	1.588	108	94
 <b>Wir im Fernsehen: heute 19:30 Uhr...</b> VG Lauterecken-Wolfstein	Veröffentlicht	29.05.2021 14:06 Kathrin Bürthel		+20,3x Höher	2.297	2.036	46	1

## Übersicht einzelner Videos

Top-Videos		Top-Seiten		The videos shown in this list can change		
Video	Hinzu­ge­fügt am	Minuten angesehen ↓	1-minütige Videosaufrufe	3-sekündige Videosaufrufe	Interaktionen	
3, 2, 1 Los geht's... VG Lauterbach-Wolfstein	01.06.2021 10:02 VG Lauterbach-Wolfstein	396	0	1.839	45	
Wir im Fernsehen: heute 19.3... VG Lauterbach-Wolfstein	29.05.2021 14:01 VG Lauterbach-Wolfstein	387	0	1.117	46	
BIR seid der absolute Wahnsinn!... VG Lauterbach-Wolfstein	02.06.2021 21:09 VG Lauterbach-Wolfstein	172	0	754	32	
Die Kugel rollt!!! VG Lauterbach-Wolfstein	20.06.2021 16:04 VG Lauterbach-Wolfstein	132	0	685	22	
Crowdfunding-Projekt... VG Lauterbach-Wolfstein	05.07.2021 17:00 VG Lauterbach-Wolfstein	95	0	301	14	
Die Osterhasen-Challenge... VG Lauterbach-Wolfstein	31.03.2021 09:54 VG Lauterbach-Wolfstein	18	1	67	0	
Start der geführten E... VG Lauterbach-Wolfstein	16.09.2020 11:04 VG Lauterbach-Wolfstein	0	0	3	0	
Bei Sonnenschein kann... VG Lauterbach-Wolfstein	15.10.2020 10:45 VG Lauterbach-Wolfstein	0	0	4	0	
Pünktlich zum 1. Advent... VG Lauterbach-Wolfstein	29.11.2020 17:51 VG Lauterbach-Wolfstein	0	0	1	0	

## Beiträge im Fernsehen



*Besser ging's nicht: Kurz vor dem Start berichtete SWR Aktuell über das Crowdfunding-Projekt.*



## Unterstützung durch die Entwicklungsagentur

Die Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz begleitete beide Projekte mit Beratung und unterstützenden Werbemaßnahmen. So wurden beispielsweise zwei Flyer hergestellt.

Des Weiteren wurden zwei gesondert gestaltete Veröffentlichungen im Facebook-Account der Entwicklungsagentur geteilt (8.300 Abonnenten) und dort mit 50 Euro Werbegeld unterlegt. Bei Facebook lässt sich sehr genau einstellen, bei welchen Leserinnen und Lesern diese beworbenen Beiträge ausgespielt werden sollen. Entsprechend wurden sie mit einem Umkreis von 50 Kilometern um die Verbandsgemeinden Otterbach-Otterberg beziehungsweise Lauterecken-Wolfstein eingestellt.



**COOLE IDEE!**  
**SOLAR-KÜHLSCHRÄNKE IN UNSERER GEMEINDE.**

**UNTERSTÜTZER GESUCHT!**

So soll unser Solarkühlschrank aussehen

**Bei tollem Wetter einfach loslaufen und die Natur genießen. Spaziergänge, Wanderungen und Ausflüge – das ist unkompliziert und macht Spaß. Was aber am Ende der Strecke häufig fehlt, ist ein kühles Getränk.**

**Die Idee:** An zwei ausgewählten Plätzen in der Natur halten Kühlschränke künftig gekühltes Wasser, Saft, Limonade und alkoholfreies Bier bereit. Bestückt durch Kümmerer, versorgt durch Solarstrom, realisiert durch Crowdfunding.

**Klingt cool? Ist es auch - im wahrsten Sinne des Wortes!** Alleine können wir Solarkühlschänke aber nicht umsetzen. Alle, auch kleine Spendensummen, helfen dabei. Bei dieser „Schwarmfinanzierung“ unterstützen viele das Vorhaben und erhalten je nach Beitrag eine kleine Gegenleistung als Dankeschön: ein Picknick-Planwagenfahrt oder sogar eine narrenhafte Nennung auf dem Kühlschrank. Haben Sie Lust, dabei zu sein?

Herausgeber:  
Verbandsgemeinde Otterbach-Otterberg



**So können Sie unser Projekt unterstützen:**

**Projektstart:** 1. Juni 2021  
**Projektende:** 15. Juli 2021  
**Teilnehmen unter:**



[www.startnext.com/solarfridge](http://www.startnext.com/solarfridge)

Auf [www.otterbach-otterberg.de](http://www.otterbach-otterberg.de) und bei Facebook halten wir Sie außerdem auf dem Laufenden.

Alternativ gibt es auch die Möglichkeit, bei der Verbandsgemeindekasse direkt zu spenden (Spendenquittung ist grundsätzlich möglich).

**Fragen** beantworten wir gerne unter  
Tel. 06301-607102 oder per Mail an  
[solarkuehlschrank@vgo-o.de](mailto:solarkuehlschrank@vgo-o.de)



**MACHEN SIE MIT BEIM CROWDFUNDING-Projekt**

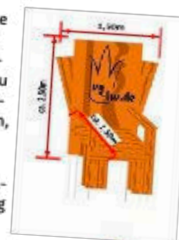
**HEUTE EIN KÖNIG!**

**UNTERSTÜTZER GESUCHT!**



Die Verbandsgemeinde Lauterecken-Wolfstein will den Königsberg als Anziehungspunkt für Wanderungen und Ausflüge von Touristen und Einheimischen aus seinem Dornröschenschlaf wecken – und startet dafür ein Crowdfunding-Projekt.

Unser Projekt „Heute ein König!“ verfolgt das Ziel, den Königsberg aktiv erlebbar zu machen: Ein neu aufgebauter Königsthron, eine königliche Tafel und eine Waldmurmelaufgabe mit Marmeladenautomat laden künftig zum Besuch ein.



Herausgeber:  
Verbandsgemeinde Lauterecken-Wolfstein



**So können Sie unser Projekt unterstützen:**

**Projektstart:** 1. Juni 2021  
**Projektende:** 15. Juli 2021

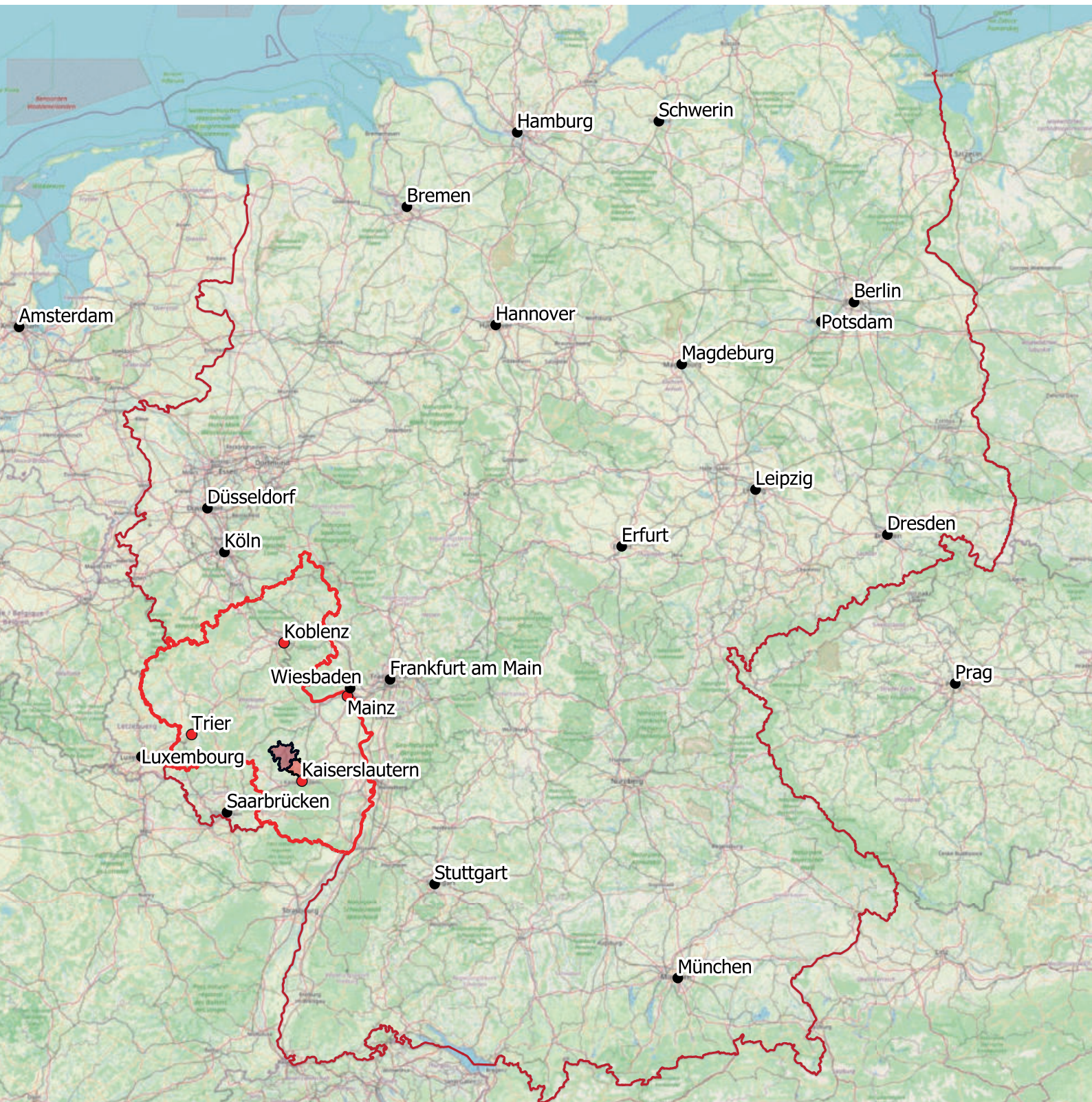


[www.startnext.com/heute-ein-koenig](http://www.startnext.com/heute-ein-koenig)

Unter [www.startnext.com/heute-ein-koenig](http://www.startnext.com/heute-ein-koenig) können Sie das Vorhaben bereits mit Spenden ab 10 Euro vorantreiben. Sie erhalten dafür je nach Beitrag eine kleine Belohnung – vom Satz eigener Marmeln über eine geführte Wanderung samt kulinarischem Abschluss an der königlichen Tafel bis hin zur exklusiven Benennung des majestätischen Throns nach dem Namen des größten Spenders.







0 50 100 km



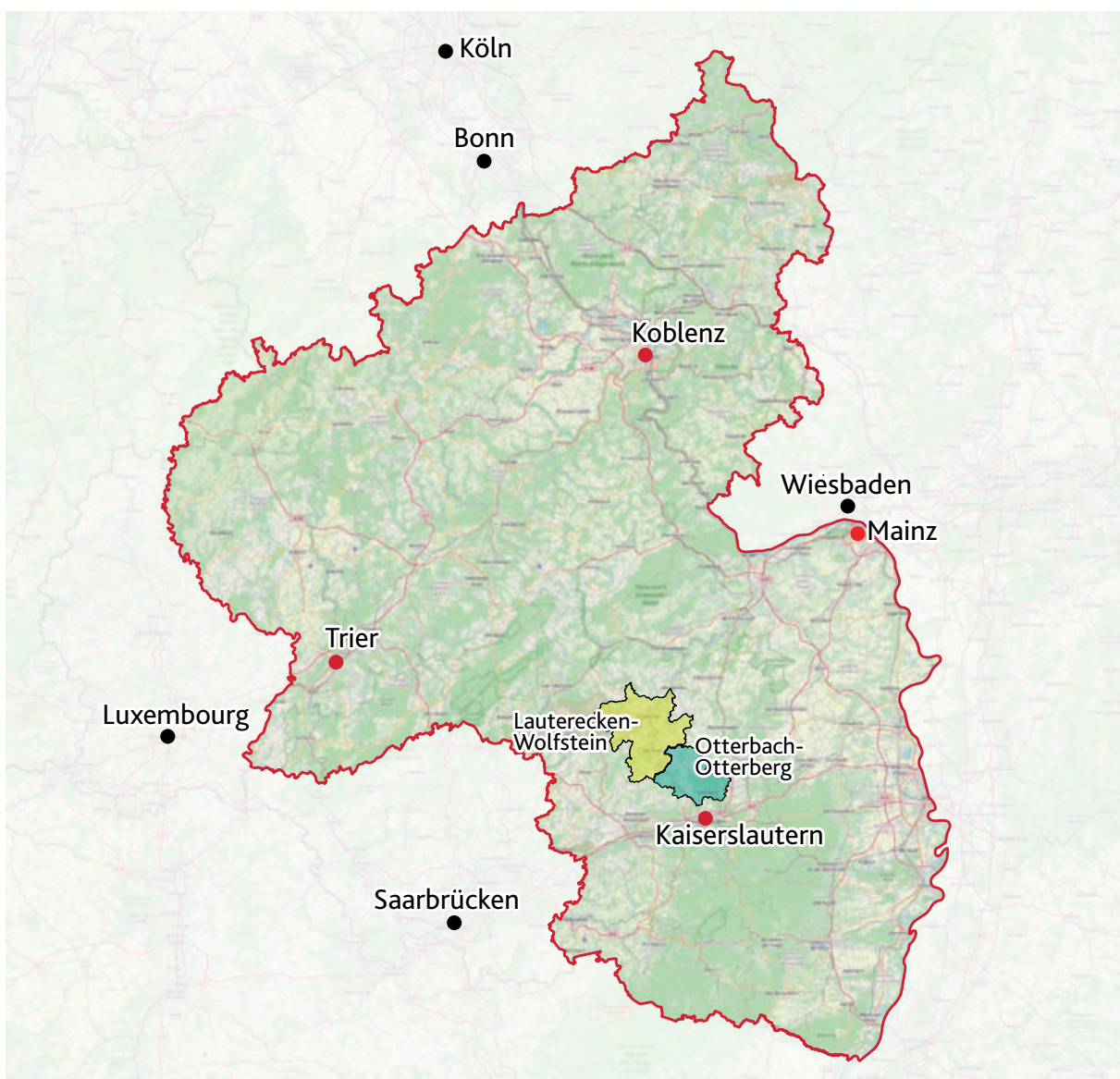
# Lage und Region

Die Pilotprojekte zum Kommunalen Crowdfunding wurden in den Verbandsgemeinden Otterbach-Otterberg und Lauterecken-Wolfstein in Rheinland-Pfalz durchgeführt. Beide Verbandsgemeinden sind sehr ländlich geprägt und liegen im Nordpfälzer Bergland. Dass sie unmittelbar benachbart sind, war nicht geplant, sondern dem Zufall bzw. den Projektvorgaben von Ideenwald geschuldet. Für Ideenwald war es wichtig, dass das Projektgebiet zur Region Pfalz gehört, also in der (weiteren) Umgebung von Kaiserslautern angesiedelt war. Der Zufall kam insofern zum Tragen, als die beiden Verbandsgemeinden unabhängig voneinander zusagten, sich am Pilotprojekt beteiligen zu wollen.

Die räumliche Nähe zueinander einerseits und die Vergleichbarkeit der Strukturen andererseits

begünstigten den Austausch der Projektteams beider Verbandsgemeinden untereinander. Beide Teams brachten ähnliche Erfahrungen und Aufgabenstellungen in der alltäglichen Arbeit mit. Dass beide Teams letztlich touristische Projekte für das Crowdfunding auswählten, war deshalb keine große Überraschung. Denn beide Teams wurden mehr oder weniger aus den Bereichen Wirtschaftsförderung und Tourismus rekrutiert. Gerade in Zeiten von Corona und Klimawandel drängten sich Naherholungs- und Wandertourismus fast schon auf.

Trotz der relativen räumlichen Nähe und der ähnlichen Grundvoraussetzungen war die Zusammenarbeit zwischen den beiden Kommunen auf der unteren und mittleren Verwaltungsebene Neuland.



# Verbandsgemeinde Lauterecken-Wolfstein

## Majestätischer Thron und königliche Tafel

Rasten Sie königlich auf dem Königsberggipfel und lassen Sie die Seele baumeln. Träumen Sie auf dem majestätischen Thron oder an der königlichen Tafel von Ihrem Königreich!



## Waldmurmelnbahnen

Auf die Murrel, fertig, los!

Standort der Waldmurmelnbahnen:  
 Laufhauser Weiher  
 Parken:  
 Wanderparkplatz an der Jugendherberge  
 (Röther Weg 24, 67752 Wolfstein)

Murmellino freut sich auf euch!



Preis je Murrel: 1,-€  
 Murrelverkaufsstellen:

- Jugendherberge Wolfstein – Röther Weg 24, 67752 Wolfstein
- Delker Optik – Hauptstrasse 8, 67752 Wolfstein
- Kalkbergwerk Wolfstein – Hauptstrasse 48, 67752 Wolfstein
- PWV Hütte Rutsweiler
- PWV Hütte Hinzweiler – Im Taufenbachtal, 67756 Hinzweiler
- Hotel Reckweilerhof – Reckweilerhof 6, 67752 Wolfstein
- Esslädchen EBweiler – Lappchen 2, 67754 EBweiler
- Dorfwirtschaft Aschbach im DGH – Hauptstraße 19, 67753 Aschbach
- Hahn's Wilde Küche – Hauptstrasse 1, 67756 Oberweiler im Tal
- Ferienwohnung Neurohr – Kirchenstrasse 4, 67752 Oberweiler-Tiefenbach

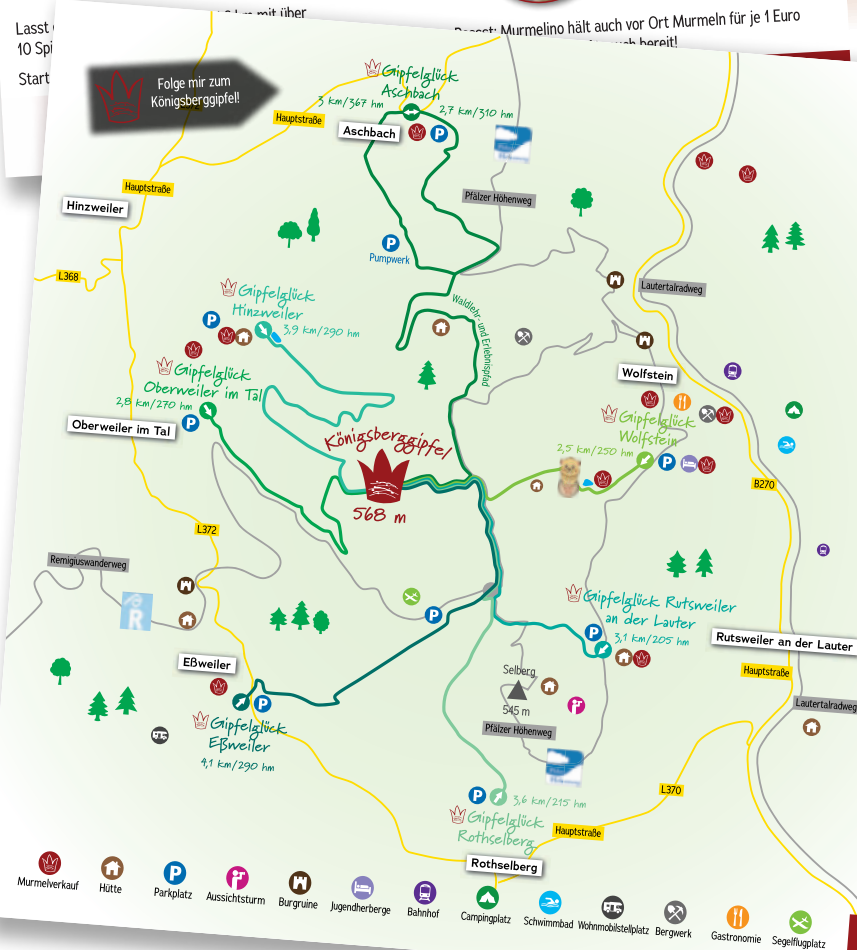
## Waldlehr- und Erlebnispfad Aschbach



## Herzlich willkommen in der Erlebnisregion Königsberg



Lasst  
 10 Spi  
 Start



## Wanderwege zum Königsberggipfel



Finden Sie Ihr persönliches Gipfelglück auf den Wegen hoch zum Königsberggipfel! Lassen Sie sich von der traumhaften Landschaft verzaubern!

**Gipfelglück Aschbach I+II**  
 Startpunkt: Parkplatz Gemeindehaus, Hauptstraße 19, 67753 Aschbach  
 Strecke I gesamt: 5,5 km / 310 hm  
 Strecke II gesamt: 6 km / 367 hm

**Gipfelglück Wolfstein**  
 Startpunkt: Wanderparkplatz an der Jugendherberge, Röther Weg 24, 67752 Wolfstein  
 Strecke gesamt: 5,1 km / 251 hm

**Gipfelglück Rutsweiler an der Lauter**  
 Startpunkt: Wanderparkplatz PWV-Hütte, 67752 Rutsweiler/Lauter  
 Strecke gesamt: 6,3 km / 206 hm

**Gipfelglück Rothselberg**  
 Startpunkt: Selbergstraße, 67753 Rothselberg  
 Strecke gesamt: 7,3 km / 216 hm

**Gipfelglück EBweiler**  
 Startpunkt: Parkplatz Dorfplatz, 67754 EBweiler  
 Strecke gesamt: 8,3 km / 293 hm

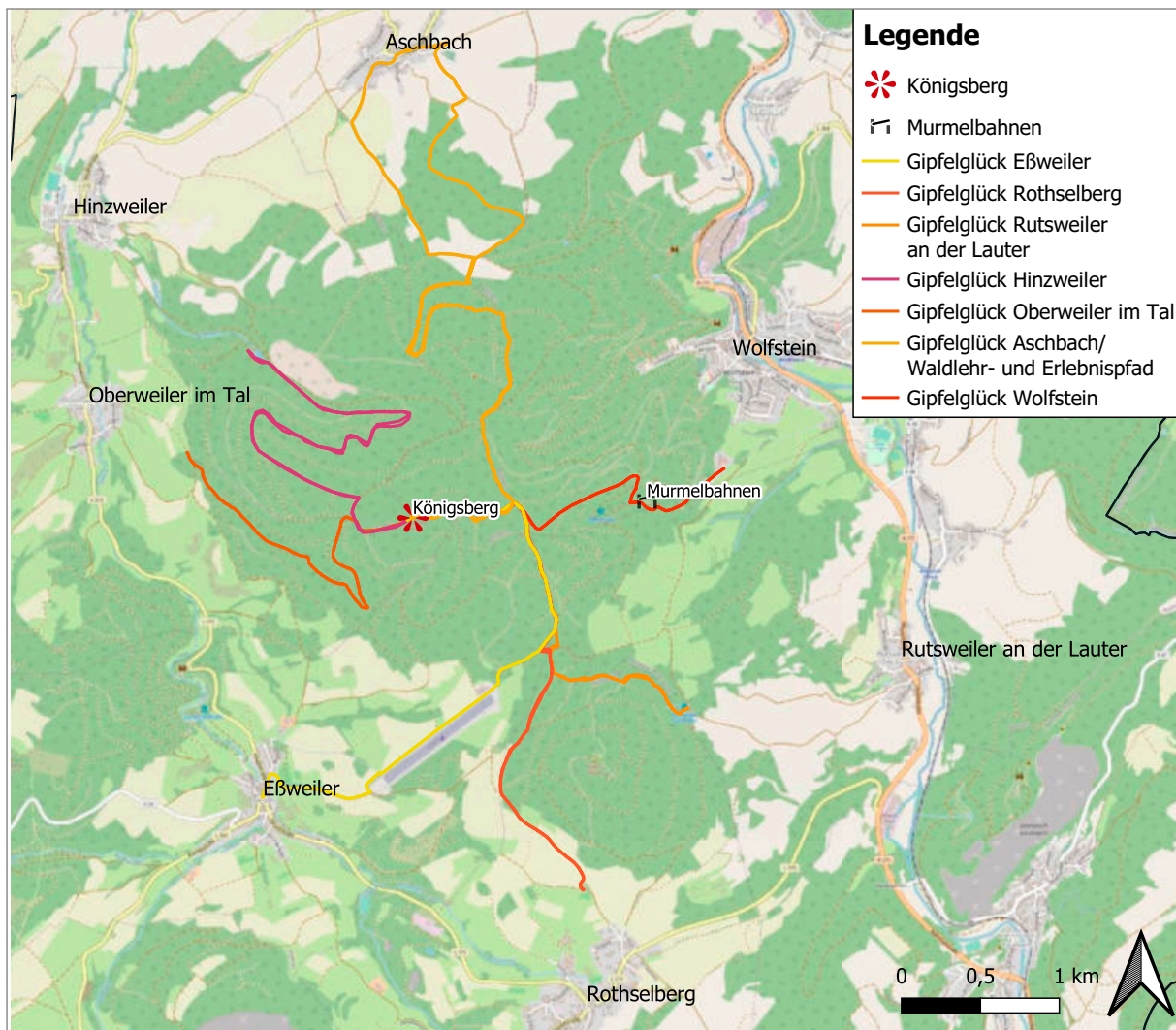
**Gipfelglück Oberweiler im Tal**  
 Startpunkt: Parkplatz Dorfgemeinschaftshaus, Brückenstraße, 67756 Oberweiler im Tal  
 Strecke gesamt: 5,6 km / 269 hm

**Gipfelglück Hinzweiler**  
 Startpunkt: Parkplatz Dorfmitte, 67756 Hinzweiler  
 Strecke gesamt: 7,9 km / 293 hm

[www.vg-lw.de](http://www.vg-lw.de)

Die Verbandsgemeinde Lauterecken-Wolfstein befindet sich im Landkreis Kusel, Rheinland-Pfalz. Sie wurde 2014 durch den Zusammenschluss der früheren Verbandsgemeinden Lauterecken und Wolfstein gebildet. Die Hauptverwaltung sitzt in Lauterecken, es gibt jedoch auch eine Verwaltungsstelle in Wolfstein. Die Verbandsgemeinde setzt sich aus insgesamt 41 Ortsgemeinden zusammen, darunter die Städte Lauterecken und Wolfstein. Lauterecken-Wolfstein ist reich an touristischen und kulturellen Attraktionen. Dazu zählen die historische Altstadt von Wolfstein, die Burgen Alt-Wolfstein und Neu-Wolfstein sowie die Klosterkirche in Offenbach-Hundheim.

Die Altstadt von Wolfstein bietet einen Einblick in die rund 730-jährige Geschichte des Ortes mit gut erhaltenen Fachwerkhäusern und anderen historischen Gebäuden. Die Burgen Alt- und Neu-Wolfstein überragen die Stadt und ermöglichen einen atemberaubenden Ausblick auf das Lautertal. Die Klosterkirche in Offenbach-Hundheim, ein bemerkenswertes historisches Gebäude, diente ursprünglich einem Benediktinerkloster aus dem 12. Jahrhundert. Heute wird sie für Gottesdienste und kulturelle Veranstaltungen genutzt. Am Königsberg gibt ein Besucherbergwerk Einblicke in den Kalksteinabbau.



# Verbandsgemeinde Otterbach-Otterberg



## Karten und Information

**Tourist-Information**  
Hauptstraße 54 · 67697 Otterberg · T. 06301 607800 ·  
tourist-info@otterbach-otterberg.de · www.otterberg.de

An allen Vorverkaufsstellen  
und unter [www.reservix.de](http://www.reservix.de)



**Hinweis**  
Die Abteikirche ist nur eingeschränkt beheizt. Warme Kleidung wird deshalb insbesondere im Winter, aber auch im Sommer dringend empfohlen. Die Konzerte sind auch für Menschen mit Behinderungen geeignet.



Die Konzertreihe wird gefördert durch das Land Rheinland-Pfalz



## »Kompass Europa: westwärts« Der Europäische Kammerchor



**Samstag, 04. November 2023 · 19:00 Uhr**  
Europäischer Kammerchor  
Leitung: Michael Reif

Der Europäische Kammerchor, gegründet und geleitet von Michael Reif, widmet sich mit unverwechselbaren Programmen den Spannungsfeldern in der Musik. Neugier auf moderne Chorwerke und das Aufspüren von vergessenen Werken der Cholliteratur sind zum Markenzeichen des Ensembles geworden. Namhafte Komponisten haben dem Chor regelmäßig Uraufführungen anvertraut und das Selbstverständnis des Chores geprägt, erfolgreich und inspiriert als Vermittler zwischen Musik und Publikum zu wirken. Die Markenzeichen des Europäischen Kammerchores sind: unverwechselbarer Sound, höchste Qualität, lebendige Interpretation und Intensität.

Im Konzert in der Abteikirche Otterberg erklingen Chor- und Orgelwerke aus dem westlichen Europa. Diese Eurojio-Länder haben ihre eigene kulturelle Identität, und in diesem Bewusstsein haben Künstler aus den Regionen unverwechselbare Werke geschaffen, die die Kultur und die Musik Europas beeinflussen. So entstanden und existieren vielfach Wechselwirkungen, die letztendlich zu einer Gesamtwirkung führen.

Der Europäische Kammerchor begibt sich auf Spurensuche und setzt Chorwerke der Regionen in direkte Beziehungen. Kompositionen mit Schwerpunkt aus den Beneluxstaaten, Frankreich und Spanien treten in Beziehung, lassen Wechselwirkungen erfahren und erklären so unerwartet neu.

Preise:  
15,- € / erm. 12,- €

4

## »In Adventu« – Chor- und Bläsermusik zu Advent und Weihnachten



**Sonntag, 17. Dezember 2023 · 17:00 Uhr**  
Ensemble Monslutra  
Ensemble LJO Blechklang  
Gesamtleitung: Jan Schumacher

Das Ensemble Monslutra bildet sich aus ehemaligen Mitgliedern der Limburger Domsingknaben, die unter der Leitung von Jan Schumacher auf nationaler und internationaler Bühne zahlreiche Erfolge bei Konzerten und Wettbewerben nachweisen können.

Sein Adventsprogramm »In Adventu« beleuchtet die Adventzeit als Zeit der Vorbereitung und Vorfreude auf Weihnachten, aber auch als eine Zeit der Buße und Einkehr im liturgischen Kalender.

Neben Werken von allen Meistern, romantischen Motetten und zeitgenössischen Kompositionen für Männerstimmen präsentiert das Bläserensemble »LJO Blechklang« ein vielfältiges adventliches Programm. Die jungen Musikerinnen und Musiker sind allesamt Mitglieder des Landesjugendorchesters Rheinland-Pfalz und begeistern das Publikum mit frischen und unbefangenen Interpretationen der kammermusikalischen Werke auf höchstem künstlerischen Niveau.

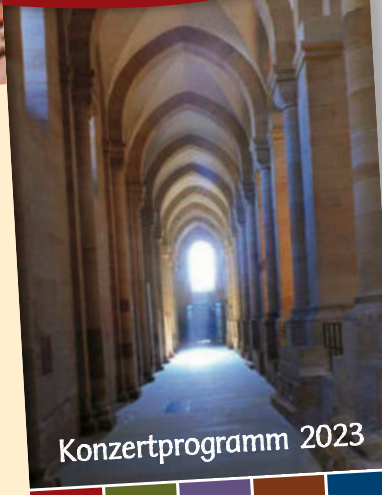
Das Adventskonzert in der Otterberger Abteikirche lädt auch in diesem Jahr mit hervorragenden Interpret:en ein, sich mit musikalischen Genuss auf die bevorstehende Festzeit einzustimmen.

Preise:  
15,- € / erm. 12,- €

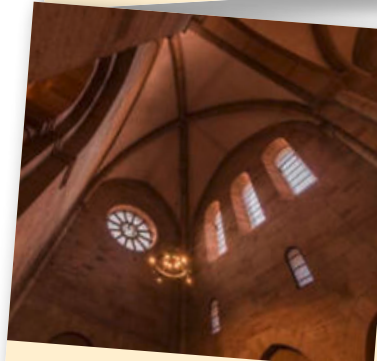
5



OTTERBERGER  
ABTEIKIRCHEN  
KONZERTE



## Konzertprogramm 2023



## Die Abteikirche Ein Meisterwerk zisterziensischer Baukunst

Die Abteikirche ist als Kleinod zisterziensischer Baukunst bekannt. Eingeweiht 1254, präsentiert sie sich den Besuchern in erhabener Schönheit und Größe. Die Kirche ist das größte im Original erhaltene Sakralbauwerk der Pfalz. Ihre spirituelle Zweckbestimmung der Anbetung Gottes und ihr geistliches Konzept der Verbindung zwischen der vollendeten Schöpfung und dem Erlösungswerk Christi sprechen unmittelbar zu den Menschen.

In heutigem Miteinander verstärkt und begründet sich hierin unser ökumenischer Auftrag. Möglichkeiten der Einkehr und Selbstfindung zu schaffen.

Unter diesem Gesichtspunkt sehen wir auch die Kirchenmusik. In der Abteikirche kann das musikalische Gotteslob neue Zugänge und eine neue Intensität des eigenen Lebens finden lassen.

Die **Otterberger Abteikirchenkonzerte** sind eine Initiative der Katholischen Pfarrei Maria Himmelfahrt und der Protestantischen Kirchengemeinde Otterberg, veranstaltet von der Stadt Otterberg, unterstützt durch das Land Rheinland-Pfalz.

Näheres zur Abteikirche und ihren Kirchengemeinden:  
[www.abteikirche-otterberg.de](http://www.abteikirche-otterberg.de)

## Johannes Brahms: Ein deutsches Requiem



**Sonntag, 12. März 2023 · 17:00 Uhr**  
Kantorei der Versöhnungskirche  
Projektorch BKI  
Kammerphilharmonie Mannheim  
Noëmi Sohn, Sopran  
Klaus Mertens, Bariton  
Leitung: Uwe Farke

In der Geschichte der großen Oratorien nimmt das Deutsche Requiem eine Sonderstellung ein. Es hat eher kantatenhafte Züge, mit liedhaften Teilen, dramatischen Partien und zwei großen Chorfügen. Brahms hat die Texte aus der Bibel selbst zusammengestellt, umschreibt in deutscher Sprache das Mysterium der Vergänglichkeit und Auferstehung für die Trauernden, sondern zum Trost derer, »die da Leid tragen«, die Musik hat vielen die Augen geöffnet, die Brahms vor der Erstausführung der vollständigen siebenstimmigen Fassung (1869 in Leipzig) nicht kannten.

Als Solisten für das Abteikirchenkonzert wurden verpflichtet: Noëmi Sohn, Sopran, und Klaus Mertens, Bariton. Beide Interpret:innen haben eine beeindruckende Via. Klaus Mertens sang mit Noëmi Sohn erst 2021 Joseph Haydns Schöpfung in Otterberg. Die Chorgemeinschaft aus der Kantorei der Versöhnungskirche und dem Projektorch des BKI Kaiserslautern (Einstudierung: Maximilian Rajczyk) hat sich intensiv mit dem anspruchsvollen Werk vorbereitet. Dem Orchesterpart übernimmt die Kammerphilharmonie Mannheim.

Preise:  
Kat. I: 22,- € / erm. 18,- €  
Kat. II: 18,- € / erm. 12,- €

1

## Musik aus England für Chor und Orchester



**Sonntag, 02. Juli 2023 · 18:00 Uhr**  
Collegium Musicum Saarland  
Leitung: Emanuele Frisardi (Orchester)  
Prof. Dr. Helmut Freitag (Chor)

Werke englischer Komponisten und des Liechtensteiner J. G. Rheinberger stehen auf dem Programm. Das Sinfonieorchester spielt in großer Besetzung das sehr selten zu hörende Orgelkonzert von Josef Gabriel Rheinberger in F-Dur. Solist ist Helmut Freitag. Das Orchester Haydn, der mit seinen »Londoner Sinfonien« auch einen musikalischen Bezug zur Insel hergestellt hat. Der Chor führt geistliche Musik aus England auf, darunter Teile von Messvertonungen.



Seit vielen Jahren veranstaltet das Orchester der Universität des Saarlandes zahlreiche Konzerte sowie Reisen nach Schweden, Frankreich, Italien und Spanien. Emanuele Frisardi wurde 1977 in Messina (Italien) geboren. Er studierte Violine, Musikwissenschaft und Musikerziehung in Bologna und Saarbrücken u. a. bei Joshua Epstein und war Konzertmeister des Orchesters der Universität Bologna.

Der große Chor der Universität des Saarlandes besteht seit 1953 und ist damit das älteste musikalische Ensemble der Universität Saarbrücken. Seit 2002 wird es von UMD Dr. Helmut Freitag geleitet. Auf dem Programm stehen vor allem große oratorische Werke aller Epochen, aber auch immer wieder hervorragende Beispiele der weltlichen und geistlichen A-cappella-Literatur.

Preise:  
Kat. I: 22,- € / erm. 18,- €  
Kat. II: 18,- € / erm. 12,- €

2

## Westlich von Notre-Dame – die anglo-normannische Welt



**Samstag, 16. September 2023 · 20:00 Uhr**  
Ensemble De Caelis  
Leitung: Laurence Brisset

Musikalische Einflüsse zwischen Frankreich und England im 13. und 14. Jahrhundert

Von jeher hat der Ärmelkanal Frankreich und England ebenso verbunden wie getrennt. In den Herzen der Menschen, die dort lebten, beleuchtete ein Kampf zwischen Liebe und Hass. Das Ensemble De Caelis Notre-Dame-Schule in Westeuropa den Einfluss des Repertoires der großen Gattungsvielfalt, die im Mittelalter von englischen Musikern kultiviert wurde. Zu hören sein werden Motetten und Conductus des 13., 14. und 15. Jahrhunderts aus englischen Quellen.

1998 durch die künstlerische Leiterin Laurence Brisset gegründet, spezialisiert sich De Caelis auf die Aufführung von unbegleiteten Vokal-Begegnungen zwischen den Meistern der Vergangenheit und denen der Gegenwart. Es bringt die alte Musik in einen lebendigen und kreativen Prozess und wirft ein neues Licht auf unser Erbe.

Das Konzert ist ein Kooperationskonzert mit der Reihe Via Mediaeval 2023 Kompass Europa: »westwärts« – Musik und Räume des Mittelalters.

Preise:  
20,- € / erm. 15,- €



3

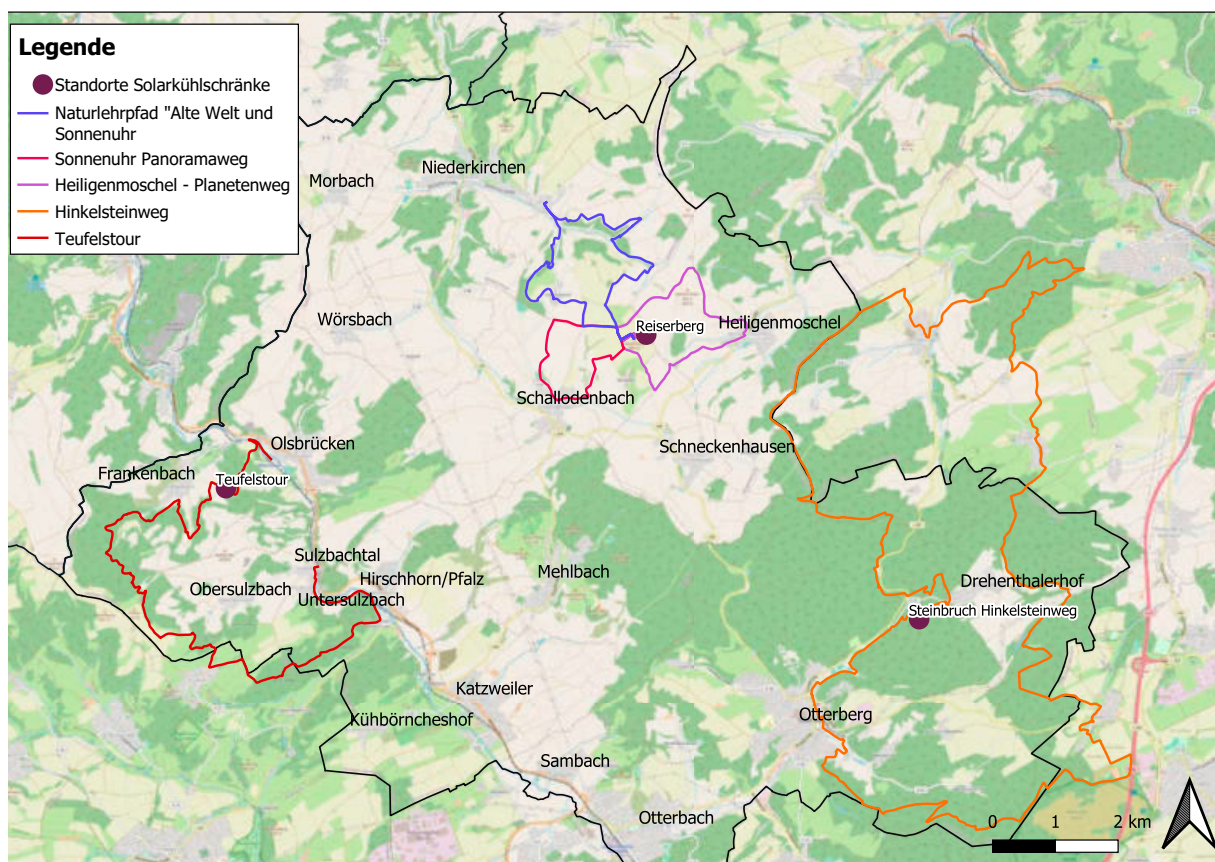
Die Verbandsgemeinde Otterbach-Otterberg liegt im Landkreis Kaiserslautern, Rheinland-Pfalz, und entstand 2014 durch den Zusammenschluss der Verbandsgemeinden Otterbach und Otterberg. Ihr Verwaltungssitz ist in Otterberg mit einer weiteren Verwaltungsstelle in Otterbach. Sie besteht aus zwölf Ortsgemeinden einschließlich der Stadt Otterberg und hatte Ende 2021 18.854 Einwohnerinnen und Einwohner.

Otterbach-Otterberg bietet zahlreiche kulturelle und touristische Attraktionen. Dazu gehören die historische Altstadt und die Abteikirche der ehemaligen Zisterzienserabtei in Otterberg, die Freilichtbühne in Katzweiler, das Bildhaus in Schallodenbach-Hahnbacherhof, das Event-Lokal der Gebrüder Kraus und der Pappelhof in Schneckenhausen.

Die Altstadt Otterberg, gegründet 1579, ist reich an Geschichte und Kultur und lädt mit liebevoll restaurierten Fachwerkhäusern und wunderschönen Anlagen zum Spazieren ein. QR-Codes an den Gebäuden liefern Informationen zur Stadtgeschichte.

Die Abteikirche Otterberg, gebaut zwischen 1168 und 1254, ist die zweitgrößte Kirche der Pfalz nach dem Speyerer Dom und wird heute als Simultankirche von den evangelischen und römisch-katholischen Ortsgemeinden genutzt. Dort finden regelmäßig Konzerte statt.

Die Freilichtbühne Katzweiler bietet mit rund 1.000 Sitzplätzen ein vielfältiges Programm für Kinder und Erwachsene und fügt sich harmonisch in die umgebende Waldlandschaft ein.







Lauterecken-Wolfstein

# Königsthron und Murrelbahn

## Heute ein König

### Eine Erfolgsgeschichte

Beim Crowdfunding finanzierten viele Unterstützer ein einzelnes Vorhaben. Mit kleinen und großen Beträgen konnte jeder Teil eines Projektes werden.

Das Team Tourismus der VG Lauterecken-Wolfstein dankt über 160 Unterstützern und seinen Projektpartnern. Durch Sie wurde das Projekt „Heute ein König“ zum Erfolg gekrönt.



## Gipfelpaten

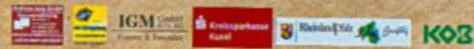
Martin Koch  
Max Gerhardt  
Philipp Schwarz  
Familie Di. Biers  
Inga Hinkelwanz  
Bibi & Klaus Gönes  
Markus Söndmann  
Jakob Müller  
Max Esper

Stefan Schwadener  
Stefan Völth  
Frank & Birgit Becker  
Luise & Werner Lang  
Andrea & Sven Neunohr  
Kerstin Keller & Martin Kirch  
Marie-Sophie & Dirk Erwich  
Michael Niklas  
Petra Dilly

Beate Rudot  
Claudia Wagner  
Eleanore Tiedler  
Familie Herrmann  
Florian Jung  
Gerhard Hell  
Inge Lütz  
Karl Sauer  
Lara Spoungschus

Familie Klahr Felix, Melanie, Lotte, Elio & Matteo - Familie Pfleger Anja, Henriette & Michael - Margit Engel-Krob & Stefan Krob - Margit, Horstgeorg, Linus & Julius - Achim, Julia, Ben & Klara Wirth - Matthias, Svenja & Pepe Moser  
Uwe, Anja & Leon Niebergall - Selbergverein Rothelberg - Christiane & Thorsten Moser  
Kerstin & Matthias Wopner - Kristin & Robert Theßinger - M. & K. Fritz

### Unterstützende Firmen



### Projektpartner





# Heute ein König

## Es steht und fällt mit der Idee

Von Kathrin Bürthel, VG Lauterecken-Wolfstein

Als entscheidender Faktor für den Erfolg unseres Projektes hat sich das Festlegen des Mottos und der Idee erwiesen. Dabei musste es sich um ein Thema handeln, welches die Leute begeistert und das nicht zu den Aufgaben zählt, die die Bevölkerung zwingend von ihrer Kommune erwartet. Dennoch stand nicht das spezielle Umsetzen der Idee im Vordergrund, sondern das Austesten der Mechanismen und der Methodik des Crowdfundings in der kommunalen Praxis. Mit unserem Projekt wollten wir in jedem Fall einen Mehrwert für die gesamte Region generieren.

Unsere Idee haben wir in einem Brainstorming entwickelt. Dabei war ich selbst aktiv an der Entwicklung unserer Idee beteiligt und von der Idee der Aufwertung des Königsberggipfels begeistert.

Der Königsberg, ein Landschaftsschutzgebiet, um den sich unsere Kampagne gedreht hat, liegt direkt vor meiner Haustür. Anscheinend habe ich meine Kolleginnen und Kollegen davon überzeugen können, dass hier Handlungsbedarf besteht. Der Gipfel hat als geographisch höchstgelegener Punkt der Verbandsgemeinde jedoch Symbolcharakter, die Umgebung des Gipfels und auch die Hütte vor Ort waren seit längerem in einer Art Dornröschenschlaf, und wir haben großes Potential zur weiteren touristischen Entwicklung gesehen. Durch die Corona-Pandemie hat das Wandern einen Boom erfahren, der gemeinsam mit dem Aspekt, dass sich das Projekt gut vermarkten lassen sollte, zur Umsetzung unserer Idee geführt hat. Unser Motto „Heute ein König“ haben wir dabei konsequent verfolgt.

Das Motto greift den Namen des Königsbergs sowie der ganzen Region auf, die als Königsland bekannt ist. Unsere ursprüngliche Idee bestand darin, auf dem Königsberggipfel einen Thron, eine königliche Tafel sowie später dann eine Murbelbahn zu bauen. Mit dem Thron und der großen Tafel werden königliche Symbole aufgegriffen, die das Motto auch in die Umsetzung des Projektes reintragen. So wollten wir dieses Motto auch über die Kampagne hinaus etablieren. Mit der Murbelbahn sollte die Attraktivität des Königsbergs für Familien erhöht werden.

---

*Das Motto greift den Namen  
des Königsbergs sowie  
der ganzen Region auf.*

---

Die Kommunikation zur Themenfindung hat ausschließlich in kleiner Runde verwaltungsintern stattgefunden. Sollte noch einmal ein kommunales Crowdfunding-Projekt stattfinden, könnte hier ein Ansatzpunkt für Verbesserungen liegen, indem die Kommunikation nach außen früher erfolgt.

### **Kathrin Bärthel**



Im Sommer 2020 ist der Kontakt von unserer Verbandsge-  
meindeverwaltung mit der Entwick-  
lungsagentur Rhein-  
land-Pfalz (EA) zustande  
gekommen. Die EA stand  
mit der Projektidee für ein kommunales Crowd-  
funding sprichwörtlich vor unserer Tür und hat  
angefragt, ob Interesse an einer Teilnahme be-  
steht. Bei Bürgermeister Andreas Müller, der im-  
mer aufgeschlossen gegenüber Neuem ist, sind  
sie damit sofort auf offene Ohren gestoßen.  
Durch ein Telefongespräch mit der EA sowie  
einen später stattfindenden Workshop wurden  
wir in das Thema eingeführt. Einen weiteren An-  
reiz hat außerdem die Tatsache dargestellt, dass  
unsere Nachbarverbandsgemeinde Otterbach-  
Otterberg ebenfalls an dem Projekt teilgenom-  
men hat und die Bürgermeister in einem regen  
Austausch stehen.





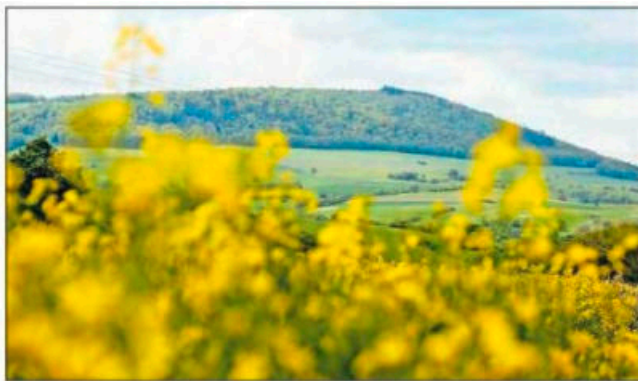
Kathrin Bärthel freut sich über zahlreiche Einträge im Gipfelbuch des Königsbergs.

## Unser Vorgehen von der Projektidee bis zum Kampagnenstart

Im Vorfeld zum ersten Workshop mit der Entwicklungsagentur und Ideenwald, dem Gründungsnetzwerk aus dem Pfälzerwald, hat unser Team einen Leitfaden in Form einer Projektbeschreibung erhalten, die uns als Grundlage diente. Der Workshop fand Ende Oktober 2020 statt. Hier haben wir uns mit der Verbandsgemeinde Otterbach-Otterberg gemeinsam informiert und uns im Anschluss gegenseitig unsere Ideen vorgestellt sowie Feedback gegeben.

Im Anschluss an den ersten Workshop erfolgten monatlich weitere Termine mit den übrigen Projektbeteiligten sowie Austauschtreffen mit Ideenwald. Diese Termine mussten aufgrund der Pandemie leider alle online stattfinden. Auf den Workshops wurde uns vermittelt, dass es ein wichtiger Erfolgsfaktor ist, frühzeitig mit Multiplikatorinnen und Multiplikatoren zu reden und deren Feedback und Anregungen einfließen zu lassen. Gleichzeitig hat dies den Vorteil, dass unser Projekt auch bei den relevanten Akteurinnen und Akteuren und Beteiligten publik wurde.

Rheinpfalz vom 31. Mai 2021



Der Gipfel des Königsbergs soll zum idyllischen Königreich umgestaltet werden. FOTO: SAUER

## Spendenaktion startet

**WOLFSTEIN:** Morgen fällt der Startschuss für die Crowdfunding-Aktion „Heute ein König“. In 40 Tagen soll genug Geld zusammenkommen, damit der Gipfel des Königsbergs neu gestaltet werden kann.

VON SABRINA SCHREINER

Damit geht die Tourismusabteilung der Verbandsgemeinde Lauterecken-Wolfstein ganz neue Wege, um den Gipfel des Königsbergs aus „seinem Dornröschenschlaf“ zu holen, wie die Projekt-Verantwortliche Kathrin Bärthel sagt. Mindestens 4500 Euro sollen mit dieser Online-Spendenaktion zusammenkommen, bei der viele wohl meist kleine Beiträge einen „Meilenstein für die Region“ ermöglichen sollen.

Noch gibt es auf dem Königsberg Gipfel lediglich eine in die Jahre gekommene Schutzhütte mit Gipfelbuch, ein paar Tische und Bänke. Der in der Pandemie deutlich stärker frequentierte Flecken fernab der „Wanderautobahnen“ soll als naturnaher Erlebnisraum aufgewertet werden: ein kleines, bewaldetes, idyllisch gelegenes Königreich.

### Je mehr desto länger

An einer langen Tafel sollen Wanderer dann speisen können wie Könige. Ein Thron mit majestätischen Ausmaßen – 2,5 Meter Höhe und 1,5 Meter Breite – ist geplant, der für Selbsterklärungen werden kann. Für Spaß bei der Wanderpause soll eine aus Rauntänmen gefertigte Murrelbaahn sorgen. Wie lange sie wird, ist abhängig von der Spendensumme. Die eigens angefertigten Murrelbaahn, die an einem Automaten

erhältlich sein werden, können als Souvenir mitgenommen werden. Zudem sollen die Wege von allen Orten am Fuße des Königsbergs zum Gipfel markiert werden – nicht nur von Wolfstein aus.

So soll die höchste Erhebung der Verbandsgemeinde nachhaltig, naturnah und kostengünstig zu einem interessanten Wanderziel werden. Ideen sind da, nur am Geld mangelt es derzeit noch. Auf der Online-Plattform kann anonym gespendet werden. Eine Quittung gibt es dafür, ebenso ein Dankeschön, gestaffelt nach Betrag. Für zehn Euro gibt es einen handbemalten „königlichen Gipfelstein“. Verschiedene Murrelbaahnpakete von 15 Euro bis 300 Euro werden angeboten. Wer 50 Euro spendet, kann eine Patenschaft übernehmen oder an einer geführten Wanderung teilnehmen. Einige Dankeschöns sind limitiert. So kann es nur einen geben, der dem Königs-Thron – für 1500 Euro – seinen Namen geben kann. Nur drei zeremonielle Gipfeltrauungen mit bis zu zehn Gästen gibt es für eine 150-Euro-Spende.

Nach oben ist der Spendenlaane keine Grenze gesetzt, denn je größer die Summe, desto größer das Projekt“, erklärt Bärthel. Je mehr gespendet wird, desto mehr Murrelbaahnelemente können finanziert werden. Unterstützt wird die Verbandsgemeinde dabei von der Holzkünstlergruppe „Die Brennholzves-

edler“. Sollte die Mindestsumme von 4500 Euro nicht erreicht werden, erhält jeder Spender sein Geld zurück, das Projekt wäre gescheitert.

### 45 Minuten zur Herberge

Büroleiter Christian Sauer erklärt, dass diese Methode, an Geld für Projekte zu kommen, „Neuland“ sei, ein Projekt mit Pilotcharakter in Rheinland-Pfalz. Ziel sei es, dass auch die Ortsgemeinden von dem nun gewonnenen Know-how der VG-Touristiker profitieren, um eigene Ideen umsetzen zu können. Er ist zuversichtlich, dass die Idee Potenzial birgt und „aus der Flamme ein Flächenbrand“ werden könnte.

Wie Bürgermeister Andreas Müller berichtet, arbeitet die Verbandsgemeinde mit der Jugendherberge zusammen. Dort könnten sich Besucher vor oder nach dem Erklären des Berges verpflegen. Für Übernachtungsgäste wäre ein schöner Ausflug: Von der Jugendherberge sind es etwa 2,5 Kilometer zum Gipfel, ein etwa 45-minütiger Anstieg, schätzt Bärthel.

### INFO

Gespendet werden kann von Dienstag, 10 Uhr, bis zum 15. Juli unter <https://www.startnest.com/heute-einkoenig>. Dort gibt es auch weitere Informationen zum Projekt sowie den aktuellen Spendenstand.

Anfang Dezember 2020 stand dann ein gemeinsamer Termin mit dem Forstamt und der unteren Naturschutzbehörde an. Dabei hat die Naturschutzbehörde erläutert, wie das Projekt naturschutzrechtlich umgesetzt werden kann. Außerdem hat sich das Forstamt gegen das Aufstellen der Murrelbahn auf dem Gipfel ausgesprochen, da dort keine Infrastruktur für ein längeres Verweilen, wie beispielsweise Toiletten, vorhanden ist und so ein Zumüllen des Gipfels verhindert werden sollte. Diesem Rat sind wir dann auch gefolgt und haben einen alternativen Standort für die Murrelbahn gesucht.

Die Zusammenarbeit mit dem Forstamt war insofern eine neue Aufgabe für uns, als wir für die

Umsetzung unseres Projektes konkrete Gestattungsverträge schließen mussten.

Zusätzlich fand im Winter ein erstes Treffen mit einem möglichen Erbauer für die Murrelbahnen statt, der uns erste Ideen präsentierte und uns als externer Berater mit seinem Fachwissen bei der Umsetzung des Projektes mit Rat und Tat zur Seite stand.

Nachdem wir von der unteren Naturschutzbehörde und dem Forstamt ein grundsätzliches Go für die Nutzung des Gipfels erhalten haben, haben wir unsere Idee in den Gemeinderäten vorgestellt und sind damit an die Öffentlichkeit gegangen. Die Vorstellung des Projektes, für die um den

Wochenblatt Wolfstein vom 4. Juni 2021

# Der Königsberg soll majestätisch werden

## Ziel, aus dem Vorhandenen touristische Highlights zu entwickeln



**Der Gipfel des Königsbergs erfährt so manche Veränderung in den nächsten Monaten. Mit Königsthron und Murrelbahn entstehen Freizeit-Werte.**

VON HORST CLOB

**Wolfstein.** „Heute ein König“ lautet das Programm, mit dem die Tourismus-Planer der Verbandsgemeinde Lauterecken - Wolfstein die Region aus ihrem Schattendasein in touristischer Hinsicht führen wollen. Und dabei bildet der Königsberg, der die höchste Erhebung in der Verbandsgemeinde darstellt, den Kristallisationspunkt. Ein sogenanntes „Brainstorming“ stand zu Beginn, bei dem viele Ideen auf den Tisch gelegt wurden, von denen sich der Königsberg als der am besten umsetzbare Vorschlag erwiesen hat.

Um das Projekt zu realisieren, brauchen die Planer neben Geld auch Partner. Und diese haben sie in der Verbandsgemeinde Otterbach-Otterberg, der Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz und der Technischen Universität Kaiserslautern gefunden. Gemeinsam wurde als Startzeitpunkt der 1. Juni ins Auge gefasst, führte Verbandsbürger-

Kathrin Bürthel, die zudem das Projekt in einer Video-Vorführung erläuterte.

Das Crowdfunding-Projekt ist am 1. Juni gestartet und läuft 40 Tage lang, Ende ist somit am 15. Juli um 23.59 Uhr. Bis dahin kann gespendet werden. Nur wenn bis zu diesem Zeitpunkt die 4.500 Euro zusammen sind, kann das Projekt in die Umsetzung gehen, ansonsten erhalten die Spender ihr Geld zurück.

Majestätischer Königsberg - Gemeinsam mit Euch! Gipfelglück und Murrelspaß im Herzen des Pfälzer Berglandes! Dazu können die Bürgerinnen und Bürger ihren Beitrag leisten und damit auch die Region um den Königsberg massiv aufwerten. Möglich sind auch Patenschaften. Touristen können die naturnahen Attraktionen der Region entdecken.

Auf dem Gipfel entsteht ein „Königsthron“, ebenso eine Wald -Murrelbahn, Bewirtung zu festgelegten Zeiten wird angeboten, eine touristische Beschilderung zum Gipfel ergänzt die Aktivitäten. Und eine „königliche Tafel“ soll die Highlights abrunden. Die Spenden können per Kreditkarte bzw. auch über Lastschrift geleistet werden. Eine Spendenbescheinigung ist auf Wunsch gewährleistet.

Zahlreiche Formen des Dankeschöns haben sich die Touristik-Planer der Verbandsgemeinde ausgedacht: Gekoppelt an die Spendenhöhe gibt es „handbemalte Gipfelsteine“, „Murrelpaketete“, „Gipfeltrauungen“ bis zur Namensgebung für den Königs-Thron.

INFORMS: [www.startnext.com/heute-ein-koenig](http://www.startnext.com/heute-ein-koenig). Hier kann auch der aktuelle Spendenstand eingesehen werden.



**Dieser Stein weist auf die Höhe des Königsbergs hin: 568 m**

FOTOS: HORST CLOB

meister Andreas Müller aus. zept unterstellt natürlich auch, Von 4.500 Euro Kosten wird dass die Besucher auf dem Königsberg einen „Gipfel-Freizeit-spaß“ erleben, immer wieder die hereingeholt werden. Dazu kön- Region um den Königsberg auf-

nen Bürgerinnen und Bürger, suchen und der heimischen Gemein- aber auch Firmen aus der Region schäftswelt einen Mehrwert bringen, so die Team-Leiterin

Lauterecken-Wolfstein

Königsberg liegenden Ortsgemeinden, fand bei einer gemeinsamen Ortsbegehung Anfang Dezember 2020 statt. Das Forstamt und die Naturschutzbehörde haben daran ebenfalls unterstüt-

---

*Am 1. Juni 2021 haben wir unsere Kampagne mit dem Drücken des Startknopfs oben auf dem Gipfel offiziell eröffnet.*

---

zend teilgenommen. Eine erste Schwierigkeit, die sich im Vorfeld des Treffens bereits ergeben hatte, war die Feststellung der Eigentumsverhältnisse auf dem Königsberg.

Ende Februar 2021 erfolgte dann die Präsentation und Absprache unseres erarbeiteten Kommunikationsplans mit der Entwicklungsagentur. Im Anschluss an das Treffen haben wir unser Präsentationsvideo gedreht. Aufgrund der Corona-Pandemie hatten wir hier mit nicht vorhersehbaren Schwierigkeiten, wie beispielsweise Kontaktbeschränkungen oder coronabedingte Erkrankungen im Team, umzugehen. Schlussendlich haben wir das Video an einem Wochenende gedreht, die

Frau eines Kollegen sowie ein Kind aus dem Kreis des Kollegiums haben uns hierbei unterstützt – ein Zeichen für das besondere Engagement auch an dieser Stelle.

Ende Mai 2021 fand dann die Pressekonferenz zu unserem Kampagnenstart statt, und einen Tag später hatten wir das Glück, dass der SWR für einen Videodreh vorbeikam und wir abends in den Landesnachrichten SWR aktuell zu sehen waren. Am 1. Juni 2021 haben wir unsere Kampagne mit dem Drücken des Startknopfs auf dem Gipfel offiziell eröffnet. An der Gestaltung der Kampagnenseite im Vorfeld hatte sich unser ganzes Team beteiligt.

### Ein Senkrechtstart für ein besonderes Projekt

Die Kampagne hat dann alle unsere Erwartungen mehr als übertroffen. Unser erstes Fundingziel haben wir bereits nach zwei Tagen erreicht. Durch die deutlich höheren Einnahmen konnten wir mehr umsetzen, als wir uns vorher erhofft haben. Der Thron hat jetzt die stolze Höhe von 3,5 Metern und ist damit einen Meter größer, als ursprünglich geplant. Außerdem konnten wir



später noch zusätzlich ein professionelles Beschilderungssystem anschaffen, mit Kataster und Entfernungangaben, und in den umliegenden Orten Infotafeln aufstellen. Seit Januar 2022 fanden diesbezüglich regelmäßig Treffen mit den Gipfelgemeinden statt.

So sehr wir uns über die große Spendenbereitschaft gefreut haben, mussten wir als Kommune in diesem Zusammenhang auch einige Probleme lösen. Spendenrechtlich mussten wir uns erst zurechtfinden, wie wir korrekt mit den eingenommenen Geldern umgehen müssen. Die Spendenvereinnahmungen mussten durch den Ver-

bandsgemeinderat legitimiert werden. Da auch außerhalb der Plattform Spenden eingegangen sind, mussten auch diese durch den Rat bestätigt werden. Probleme haben sich für uns insbesondere dadurch ergeben, dass wir unseren Unterstützerinnen und Unterstützern als Dankeschön für ihre Spende symbolisch Marmorpakete und anderes übergeben haben. Aus steuerrechtlicher Sicht handelt es sich hierbei bei enger Auslegung der rechtlichen Bestimmungen um eine Gegenleistung, somit verliert die finanzielle Unterstützung den Charakter einer Spende. Das hat uns das Ausstellen von Spendenquittungen erschwert.

Dienstag, 01. Juni 2021, Oeffentlicher Anzeiger Kirm, Seite 17

## Jeder kann mal ein König sein

Von unserem Reporter Martin Köhler



Touristikfachkraft Kathrin Bürthel ist stolz auf das Crowdfunding-Projekt auf der Internetseite. Foto: Martin Köhler

Crowdfunding für touristisches Leuchtturmprojekt auf dem Berg startet heute

Wolfstein. Neue Wege in zweifacher Hinsicht beschreitet die Verbandsgemeindeverwaltung an Glan und Lauter. Der neue Weg zur Finanzierung touristischer Projekte wird am heutigen Dienstag um 10 Uhr online gestellt. Es ist das Crowdfunding über die Internetseite [www.startnext.com](http://www.startnext.com). Crowd bedeutet „viele Menschen“ und Funding bedeutet Finanzierung. Somit sollen sich viele Menschen über das Internet treffen, um ein Projekt, von dem sie überzeugt sind, mit Beträgen ihrer Wahl zu unterstützen. Als „Verzinsung“ gibt es eine Bonifikation, die in der Regel nichts mit Geld zu tun hat.

## Von der Kampagne zum Leuchtturmprojekt

Im September 2021 erfolgte auf einem Fest in Aschbach, am Fuße des Königsbergs gelegen, die erstmalige Präsentation des Throns. Gebaut wurde dieser weitgehend ehrenamtlich durch die Brennholzveredler. Der Kontakt mit den Brennholzveredlern kam zustande, weil wir als Tourismusabteilung in der Hochphase von Corona in den Ratssaal der Stadt Wolfstein umgesiedelt wurden. Herwart Dilly, der Stadtbürgermeister von Wolfstein, ist Mitglied der Brennholzveredler. Somit war er in doppelter Funktion am Projekt beteiligt.

Das Holz für den Bau des Throns wurde aus einer Nachbargemeinde gespendet. Es stammt von einer alten Scheune, die abgerissen werden musste. Der Aufbau erfolgte im städtischen Bauhof. In den kommenden Jahren werden sich die Brennholzveredler weiterhin um die Pflege und Instandhaltung des Throns kümmern.

Der Transport des Throns hat die Brennholzveredler im Vorfeld vor einige Probleme gestellt. Die 300 Jahre alten Eichenbalken bringen ein stolzes Gewicht auf die Waage, wodurch der Transport nur mit schwerem Gerät erfolgen konnte. Auch hier war die Unterstützung groß – die genutzten Fahrzeuge wurden fast ausschließlich privat zur Verfügung gestellt.

---

*Im Oktober 2021 haben wir unser Projekt auf dem Crowdforum von Ideenwald vorgestellt.*

---

Am 16. September 2021 war dann unser erster großer Tag gekommen. Auf dem Königsberggipfel fand die Einweihung von Thron und Tafel statt. Das Gerüst für die Spendertafel sowie die königliche Tafel wurden durch das Christliche Jugenddorf Deutschland (CJD) gebaut. Das CJD kümmert sich auch weiterhin um die Pflege der Tafel.







Lauterecken-Wolfstein

Besonders freut uns, dass die vielen positiven Einträge im Gipfelbuch belegen, dass der Königsborg durch Thron und Tafel zu einem richtigen Wanderziel geworden ist. Das Gipfelbuch wird ebenfalls ehrenamtlich betreut und wird bereits seit vielen Jahren von den Besucherinnen und Besuchern des Gipfels zur Eintragung verwendet.

Im Oktober 2021 haben wir unser Projekt auf dem Crowdfunder von Ideenwald vorgestellt.

Im März 2022 erfolgte dann der Startschuss für die konkreten Planungen zur Marmelbahn. Wir haben potentielle Marmelverkaufsstellen angesprochen und gebildet. Unsere Anlaufstellen waren zum einen die Hütten des Pfälzerwald-Vereins (PWV), die rund um den Königsborg liegen, die Einzelhändler und Gastronomen in den umliegenden Orten sowie die Jugendherberge Wolfstein. Durch die Ansprachen lokaler Akteurinnen und Akteure soll die Kaufkraft in den Orten bleiben, da beispielsweise beim Kauf der Marmeln in der Bäckerei der Proviant direkt mit erworben wird.



## Gewinn für die Jugendherberge

Die Königsland-Jugendherberge Wolfstein, nur wenige hundert Meter von den Murmelbahnen entfernt gelegen, profitiert vom Projekt. „Die Einrichtung der Murmelbahnen – im schönen Königsberg gelegen – sind ein echter Gewinn für die Jugendherberge Wolfstein und ihre Gäste“, stellt Sabina Mühlberger, Mitarbeiterin der Jugendherberge, zufrieden fest.

Familien und Schulklassen sind hier besonders wichtige Gästegruppen. Gerade für sie ist das neue Angebot ideal. „Die Wanderwege zum Königsberg mit dem Thron und der Tafel sind entsprechend ausgeschildert und zu Fuß gut erreichbar. Mit den Murmelbahnen haben wir zu jeder Jahreszeit für Familien mit Kindern, für Jugendliche und Schulklassen jetzt ein attraktives Zusatzangebot direkt vor der Haustür“, freut sich Mühlberger. Die Murmelbahnen sind für die Deut-



sche Jugendherberge (DJH) schon jetzt ein voller Erfolg: „Der Ansturm in den ersten Monaten seit der Eröffnung der Murrelbahnen im Juni 2022 war riesig. Allein hier in der Jugendherberge wurden schon über 2.000 Murreln verkauft.“

### Der Standortwechsel der Murrelbahn als wunder Punkt des Projektes

Im März 2022 wurde auf dem Gipfel symbolisch ein Zepter als Murrelbahnelement installiert. Durch die bereits beschriebenen Bedenken von Forstamt und Naturschutzbehörde hat die Murrelbahn einen anderen Standort erhalten als ursprünglich geplant und kommuniziert. Der neue Standort am Laufhauser Weiher ist insbesondere für Kinder deutlich leichter zu erreichen, da der Weg nicht so steil ist wie auf den Gipfel hinauf. Mit nur 500 Metern Entfernung zur Jugendherberge Wolfstein hat sich der neue Standort als ideal erwiesen. Zusätzlich bietet der Laufhauser Weiher auch infrastrukturelle Vorteile, so gibt es beispielsweise Toiletten und ein Waldklassenzimmer

sowie eine Grillstelle. Der Weiher im Wald mit kleinem Bachlauf ergänzt auch wundervoll das Gelände.

Jedoch wurde der Wechsel des Standortes nicht von allen gut aufgenommen, wofür wir uns allerdings an die eigene Nase fassen müssen. Unsere Kommunikation in Bezug auf den Standortwechsel

---

### *Der neue Standort am Laufhauser Weiher ist insbesondere für Kinder deutlich leichter zu erreichen.*

---

sel war nicht gut und hat erst nach der Spendenkampagne stattgefunden. Eine Person hat die bereits getätigte Spende aufgrund des nicht rechtzeitig kommunizierten Standortwechsels zurückgezogen. Außerdem traten an dieser Stelle erstmalig negative Kommentare auf Social-Media-Plattformen zum Projekt auf.





## Endspurt

Am 1. April 2022 haben wir mit einer Lostrommel unter den Teilnehmenden einer Umfrage zum Projekt Preise verlost, bevor am 3. Juni 2022 mit der Einweihung der Murmelbahn unser zweiter großer Tag folgte. Mit einem großen Fest, an dem sich die örtliche Grundschule und der Turn- und Sportverein beteiligt haben, wurden die Murmelbahnen offiziell in Betrieb genommen. Der Förderverein der Grundschule hat Kaffee und Kuchen verkauft, und die Sparkasse hat ein großes Murmelpaket erworben, das an die Grundschule gespendet wurde. Zu unserer aller Beruhigung und entgegen unserer Erwartungen sind negative Reaktionen, wie sie vorher beim Standortwechsel auftraten, an dieser Stelle ausgeblieben.

Im Oktober 2022 erfolgte dann schließlich die Einweihung der professionellen Beschilderung der Wanderwege zum Königsberg, die als Synergie-

projekte entstanden sind, gekrönt durch einen Auftritt der Wandermusikanten. Die Wanderwege und die Veranstaltung wurden vom Verein Zukunftsregion Westpfalz e. V. unterstützt.

## Rückblick auf das Projekt

Vereinzelt wurden in Zusammenhang mit dem Projekt kritische Stimmen geäußert, insbesondere dahingehend, dass Bürgerinnen und Bürger zusätzlich zu den zu zahlenden Steuergeldern noch um finanzielle Mithilfe für öffentliche Finanzierungen gebeten werden.

Im Nachhinein haben wir außerdem festgestellt, dass die von uns ursprünglich angesetzte Zielsumme sehr niedrig gedacht war. Selbst mit den vielen Sachspenden und dem ehrenamtlichen Engagement beim Errichten von Thron, Tafel und Murmelbahn wären wir mit dieser Summe nicht weit gekommen.

Insgesamt betrachten wir das Projekt als vollen Erfolg. Das Projekt war deshalb so erfolgreich, weil es uns eine Herzensangelegenheit war und wir uns alle auch in unserer Freizeit noch gerne damit beschäftigt haben. Trotzdem haben Planung und Umsetzung des Projektes sehr viel Zeit in Anspruch genommen. Ein solches Projekt ist anderen Kommunen nur dann zu empfehlen, wenn ausreichende personelle Mittel zur Verfügung stehen. Auch wenn Personalkosten, Zeitaufwand und das relativ gesehene Produkt in keinem Verhältnis zueinanderstehen, wurde durch die Art und Weise, wie der Königberg aufgewertet wurde, ein unbezahlbarer Mehrwert für die Region geschaffen. Das Crowdfunding hat Aufmerksamkeit für das Projekt generiert und ein Zugehörigkeitsgefühl sowie Identifikation mit der Region geschaffen, und es hat sich etwas entwickelt, wovon die ganze Region zukünftig überregional profitieren kann. Das Zusammengehörigkeitsgefühl der Ortsgemeinden rund um den Königberg wurde nachhaltig gestärkt. Die sieben Ortsgemeinden

haben gemeinsam die Sternwege rund um und zum Königberg angelegt und werden die Wege durch das Engagement ihrer Ehrenamtlichen auch in Zukunft pflegen. So wurde das Bewusstsein der Leute für die Region positiv beeinflusst. Es kann damit gerechnet werden, dass das Projekt weitere positive Folgen für die Region mit sich zieht. Beispielsweise für Betreiberinnen und Betreiber der Hütten entsteht durch die Bewirtung der Besucherinnen und Besucher des Königbergs ein Leuchtturmprojekt von enormer Strahlkraft, auch über die Grenzen der eigenen Verbandsgemeinde hinaus. Darüber hinaus entwickelten sich tolle weitere Projekte, wie z. B. der Waldlehr- und Erlebnispfad in der Königberggemeinde Aschbach.

Die Stadt Wolfstein hat ca. 2.000 Einwohnerinnen und Einwohner und verzeichnet ungefähr 40.000 Gästeübernachtungen pro Jahr. Ansonsten gibt es in der Region viele kleinere Orte, die jeweils um die 300 Einwohnerinnen und Einwohner haben. Die Verbandsgemeinde besteht aus 41 Ortsge-

meinden. Die Bedeutung von touristischer und wirtschaftlicher Aufwertung wird an dieser Stelle deutlich. Sollen die 40.000 jährlichen Übernachtungsgäste gehalten werden, müssen direkt vor Ort lukrative Angebote der Naherholung geschaffen werden. Davon profitieren auch die Einwohnerinnen und Einwohner. Mit der Marke „Heute ein König“ sowie der Erlebnisregion Königberg wurde hierfür ein wichtiger Grundstein gelegt. Der Thron bildet mittlerweile ein Werbologo unserer Verbandsgemeinde und ist auf fast allen touristischen Anzeigen bildlich dargestellt. Das Projekt wird uns auch in Zukunft noch begleiten, denn die Pflege der neu aufgestellten Anlagen muss gewährleistet werden.








 VG Lauterecken-Wolfstein  
16. Juli 2021 · 🌐

👏👏👏👏👏 WOW! WOW! WOW! 🌱👏👏👏

Heute ein König! – Crowdfunding-Projekt erfolgreich beendet!  
Mindestsumme um mehr als das Doppelte erreicht 🙌🙌

Liebe Spend... Mehr anzeigen



STARTNEXT.COM  
**Heute ein König!**  
Majestätischer Königsberg - Gemeinsam mit Euch! Gipfelglück und Marmelspaß im Herzen des...

Lauterecken-Wolfstein



DAKINE

Bitburger  
00

Bitburger  
00

Bitburger  
00

Bitburger  
00

Bitburger  
00

Bitburger  
00

mezzo  
mix



# Otterbach-Otterberg Solarkühlschränke

Sehr geehrte Benutzer und Benutzerinnen,

bitte behandeln Sie diesen Solarkühlschrank  
sorgsam und bezahlen Sie bitte die  
entnommenen Getränke, damit dieses Angebot  
weiterhin betrieben werden kann.

Die Erlöse aus dem Getränkeverkauf werden in  
den Spazierweg Wörsbacher Erlebnisroute  
investiert.

Sollte der Kühlschrank von Vandalen  
heimgesucht, beschädigt oder von  
Schmarotzern geplündert werden, wird dieses  
Angebot wieder entfernt.

Holger Rabe  
Ortsvorsteher



## Neue Wege für neue Möglichkeiten?

### Kommunales Crowdfunding: Otterbach-Otterberg macht den Test

Von Harald Westrich, VG Otterbach-Otterberg



Harald Westrich, Bürgermeister der Verbandsgemeinde Otterbach-Otterberg, hat sich am Pilotprojekt „Kommunales Crowdfunding“ beteiligt. Der Verbandsgemeinde Otterbach-Otterberg gehören die Stadt Otterberg sowie elf weitere Ortsgemeinden an. Hier erklärt er die Motivation und die Ziele des Projekts.

„Haben Sie schon einmal von Kommunalem Crowdfunding gehört, und können Sie sich vorstellen, ein Projekt in Ihrer Verbandsgemeinde auf diesem Weg zu finanzieren?“ Mit dieser Frage kam im März 2020 die Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz auf uns zu. Von Crowdfunding hatten wir schon gehört, aber unter „Kommunalem Crowdfunding“ konnten wir uns zunächst nichts vorstellen. Da wir in unserer Verbandsgemeinde (VG) aber immer offen für neue Ideen sind (und auf Grund der schwachen finanziellen Ausstattung auch sein müssen), haben wir mit Interesse auf die Anfrage reagiert. Eines unserer Ziele war dabei, neue Erkenntnisse zu gewinnen und vielleicht auch neue Finanzierungswege zu finden.

In unserem ersten Informationsgespräch mit Volker Klemm von der Entwicklungsagentur (EA) entschieden wir uns daher zur Teilnahme am Pilotprojekt – ebenso wie die VG Lauterecken-Wolfstein mit ihrer vergleichbaren Größe und ihren vergleichbaren finanziellen Engpässen.

Ein massives Problem beim weiteren Vorgehen wie überhaupt bei dem gesamten Projekt war allerdings Corona. Die Pandemie hat nicht nur den gemeinsamen Austausch verhindert, sondern sehr viele personelle Ressourcen gebunden.

Das erste Treffen aller Beteiligten aus beiden Verbandsgemeinden sowie Ideenwald und der Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz konnte daher erst am 16. September 2020 in Wolfstein stattfinden. Das Treffen diente neben dem Kennenlernen der Beteiligten und Besprechung von Organisationsfragen der Vermittlung von Grundlagen des Crowdfundings und sinnvoller Crowdfunding-Ziele.

---

*Uns war es auch wichtig,  
dass es nicht nur ein reines  
Tourismuskonzept ist.*

---

Aus der Überlegung heraus, dass das Crowdfunding-Projekt ein touristisches Thema haben wird, bestand unser Team aus Carola Ibrom (Tourismus), Anika Neißer (Dorferneuerung), Aline Mennig (Vorzimmer Bürgermeister) und mir. Wir trafen uns am 21. September 2020, um Ideen für das Projekt zu sammeln. Hierbei hatte jede und jeder einen Stapel an Karten und sollte seine Ideen aufschreiben. Insgesamt kamen fast zwanzig Ideen zusammen. Danach erfolgte eine ausführliche Diskussion, was die Zielgruppe sein soll und welche Projekte von der Bevölkerung gut angenommen werden könnten. Die besondere Schwierigkeit lag darin, dass wir als Verbandsgemeinde darauf achten mussten, eine Gemeinde nicht besonders zu bevorzugen und ein Projekt zu finden, das allen zugutekommt. Uns war es

## Crowdfunding kurz erklärt

Crowdfunding ist eine Form der Finanzierung, bei der Projektideen durch viele Menschen mit vergleichsweise kleinen finanziellen Einzelbeträgen unterstützt und im Erfolgsfall ermöglicht werden. Kommunales Crowdfunding ist eine Sonderform des Crowdfundings. Kommunale Vereine, Bürgerinnen und Bürger sowie Aktivistinnen und Akteure aus Politik oder Verwaltung stoßen Projekte an, die das Leben in der Kommune verbessern sollen und dementsprechend auch eine kommunale Zielgruppe betreffen. Die finanzielle Unterstützung der Bürgerinnen und Bürger und damit die Identifizierung mit der Weiterentwicklung ihrer Kommune kann potenziert werden, wenn sie in die Finanzierung kommunaler Eigenanteile von Förderprogrammen fließen können.

In einer ersten Phase wurde getestet, ob kommunales Crowdfunding von Bürgerinnen und Bürgern genutzt wird, um ihre Kommune zu unterstützen und mitzubestimmen, welche Projekte umgesetzt werden. Partner im Modellprojekt waren

- die Verbandsgemeinde Lauterecken-Wolfstein (Landkreis Kusel),
- die Verbandsgemeinde Otterbach-Otterberg (Landkreis Kaiserslautern),
- das Gründungsbüro der Technischen Universität (TU) und Hochschule Kaiserslautern als zertifizierter Ansprechpartner für Crowdfunding in RLP und Initiator des Ideenwald-Crowdfunding Netzwerkes und
- die Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz e. V.



auch wichtig, dass es nicht nur ein reines Touris-  
muskonzept ist. Wir wollten das auch wirklich  
für die Bürgerinnen und Bürger vor Ort, die ja  
auch den größten Teil finanzieren, machen. So  
fiel am 8. Oktober 2020 die Entscheidung für die  
Solarkühlschränke.

## Das Crowdfunding-Projekt „Solarkühlschrank – Spontan die Natur genießen“

Mit dem Aufstellen der Solarkühlschränke sollte  
an landschaftlich reizvollen Orten in unserer Ver-  
bandsgemeinde ein gastronomisches Angebot ge-  
schaffen werden, das es bisher nicht gab. Gerade  
in der Corona-Zeit haben viele Menschen  
verstärkt Ausflüge und Wanderungen in  
der Region unternommen. Einkehrmöglich-  
keiten gab es allerdings nicht – sie  
waren entweder geschlossen oder nicht  
vorhanden. Deshalb fanden wir die Idee  
der Solarkühlschränke so reizvoll: Nach  
einer Wanderung kann man sich hier  
mit einem kühlen Getränk erfrischen.  
Die Kühlschränke arbeiten autark, wer-  
den mit Sonnenenergie betrieben und  
enthalten Wasser, Saft, Limonade und  
alkoholfreies Bier. An dieser Stelle danke  
ich Pascal Schuster für die Konzeptionie-  
rung und technische Ausarbeitung der  
Kühlschränke. Er hat dies im Rahmen  
einer Projektarbeit im Sommersemester  
2021 an der Hochschule Kaiserslautern

**Zwei Solarkühlschränke an Aussichtspunkten geplant - wenn Sie mitmachen**

Mit einem ungewöhnlichen Projekt möchte die Verbandsgemeinde Otterbach-Otterberg die Region für Wanderungen und Ausflüge attraktiver machen: Zwei Solarkühlschränke sollen an ausgewählten Plätzen in der Region erfrischende Getränke bereithalten – realisiert durch Crowdfunding.

Die Idee: Besonders in der Coronazeit hat die eigene Region an Bedeutung gewonnen. Spaziergänge, Wanderungen und Ausflüge erfolgen in der eigenen Heimat. Bei tollem Wetter einfach spontan loslaufen und die wunderschöne Natur genießen, das gelingt schon jetzt. Was als besonderes Highlight häufig fehlt, ist am Ende der Strecke eine Möglichkeit zum Einkehren, sprich: ein kühles Getränk.

Zwei Solarkühlschränke schaffen Abhilfe: An zwei besonders schönen Plätzen in der Natur halten sie künftig gekühltes Wasser, Saft, Limonade und alkoholfreies Bier bereit, bestückt durch Kümmerer. Die Solarkühlschränke sind dabei so konzipiert, dass sie den Strom zum Kühlen mittels Sonnenenergie generieren. Für die Deckung der Unkosten für die Getränke ist eine gesicherte Kasse vorgesehen.

Alleine können wir die Solarkühlschränke nicht umsetzen. Dafür benötigen wir Ihre Unterstützung! Über Crowdfunding können Bewohnerinnen und Bewohner aus der Region auch mit kleinen Spendensummen bei der Realisierung helfen. Bei dieser „Schwarmfinanzierung“ unterstützen viele Interessierte das Vorhaben und erhalten im Gegenzug je nach beigetragener Summe eine kleine Gegenleistung als Dankeschön, etwa ein Picknick, eine Planwagenfahrt oder sogar eine namentliche Nennung auf dem Kühlschrank.

Unser Projekt startet am 1. Juni auf der Seite  
<https://www.startnext.com/solarfridge>  
 – es läuft bis zum 15. Juli. Schauen Sie gerne vorbei! Alternativ gibt es auch die Möglichkeit, bei der Verbandsgemeindekasse direkt zu spenden (Spendenquittung ist grundsätzlich möglich). Fragen beantworten wir gerne unter Tel. 06301-607101 oder per Mail an [solarkuehlschrank@vgo-o.de](mailto:solkuehlschrank@vgo-o.de)



## Unser Crowdfundingprojekt: Solarkühlschränke

Mein Name ist Pascal Schuster, zum Zeitpunkt des Projektes war ich 22 Jahre alt und habe seit Oktober 2018 an der Hochschule in Kaiserslautern studiert. Nachdem ich zuvor eine Ausbildung zum Mechatroniker gemacht hatte, entschied ich mich für den Studiengang Elektrotechnik mit der Vertiefungsrichtung Automatisierungstechnik.

Im Rahmen einer Projektarbeit unter Professor Dr. Karsten Glöser bekam ich die Möglichkeit, ein Konzept für Solarkühlschränke zur Aufstellung an Wanderwegen zu entwerfen. Vor Ort sollen diese autark funktionieren und durch die kostenlose

erarbeitet und dadurch viel zum Erfolg unseres Crowdfunding-Projektes beigetragen.

Als Fundingziel hatten wir uns 4.000 Euro für zwei Solarkühlschränke gesetzt, bei einer höheren Summe wollten wir drei Kühlschränke aufstellen. Um es vorweg zu nehmen: Das haben wir geschafft. Aber der Weg dorthin war lang und arbeitsintensiv.

Nutzung der Sonnenenergie betrieben werden. Inhalte meiner Arbeit waren neben der korrekten Berechnung und Auslegung der benötigten Komponenten auch die Montage und das Aufstellen vor Ort.



Ab Ende August 2021 konnten Wanderinnen und Wanderer dann gegen ein kleines Entgelt kühle Getränke am Steinbruch in Otterbach sowie an der Sonnenuhr auf dem Reiserberg genießen.

## Workshops als Grundlage des Erfolgs

Der erste Workshop mit der Entwicklungsagentur und Bernhard Lorig vom Gründungsbüro der Hochschule Kaiserslautern fand am 29. Oktober 2020 statt – wie auch die drei weiteren Workshops coronabedingt leider nur als Videokonferenz.

Die Workshops waren extrem hilfreich für uns, ohne sie hätten wir das Projekt nicht umsetzen können. Zunächst erfuhren wir alles zum Thema (Kommunales) Crowdfunding, in weiteren Workshops ging es um Öffentlichkeitsarbeit, Pressemeldungen, Werbung auf verschiedenen (Social Media-)Kanälen etc. Das hat uns sehr geholfen, die Bürgerinnen und Bürger zu erreichen. Das konnten und wollten wir ja nicht mit einer üblichen Meldung der Verwaltung machen. Ich habe viel gelernt in diesen Workshops, was mir auch bei anderen Themen meiner Arbeit hilft. Ein wichtiger Lerneffekt war für mich, einmal den Blickwinkel zu ändern und über die Verwaltung hinaus auszurichten. Man muss immer aufpassen, dass man als Bürgermeister oder als Verwaltung nicht in einer ständigen Glocke verharret, in der nur bestimmte Regeln gelten. Hierbei hat uns der Input von Hochschule und Entwicklungsagentur weitergebracht.

## Otterbach-Otterberg ist nicht Hollywood

In den Workshops entstand unter anderem das Drehbuch für den Film, mit dem wir unser Projekt beworben haben. [www.startnext.com/solarfridge](http://www.startnext.com/solarfridge)

Mangels Budgets für externe Dienstleisterinnen und Dienstleister war auch die Erstellung des Werbefilms unsere Aufgabe. Da ich die Filme und Nachrichten für unsere VG-Internetseite erstelle, war es mein Job, den Film zu produzieren. Auch hier musste ich Neues lernen, den Blickwinkel ändern, denn es ist etwas komplett anderes, als Bürgermeister eine Nachricht zu vermitteln, als mit einem Werbefilm die Leute zur Beteiligung an einem Crowdfunding-Projekt zu animieren. Eine andere Schwierigkeit war das Zeitmanagement: Unsere „Schauspielerinnen und Schauspieler“ sind ja Verwaltungsangestellte und hatten – auch wegen Corona – mehr als genug zu tun. Auch das Wetter im Frühjahr 2021 war herausfordernd: An unseren Drehtagen war es zwar sonnig, aber die Temperatur lag bei zwei Grad. Und Aline Mennig und Johannes Helf liefen im T-Shirt herum!

## Motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind unentbehrlich

Aufgrund unserer prekären finanziellen Situation musste die gesamte Crowdfunding-Aktion mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus unserer Verwaltung gestemmt werden. Unser kleines Team hat diese Herausforderung angenommen und sich auch über die normale Arbeitszeit hinaus engagiert. Das ist mit der entscheidende Erfolgsfaktor: Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die da mitmachen, müssen davon auch begeistert sein und das wollen. Es muss ein Team sein, das voll hinter dem Projekt steht. Und dann auch mal eine Schippe mehr drauflegt. Wobei man aber auch darauf achten muss, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nicht zu überfordern. Jede Stunde, die sie mit dem Crowdfunding-Projekt beschäftigt sind, fehlt natürlich an anderer Stelle. Anfang des Jahres 2021 wurden die Corona-Impfzentren eingerichtet, das war natürlich eine zu-

---

*Der entscheidende Faktor:  
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die voll  
hinter dem Projekt stehen und mitmachen*

---

sätzliche Belastung. Doch trotz all dieser Schwierigkeiten hat niemand aufgegeben. Alle haben viel Zeit und Energie investiert, da sie das Projekt auch zu einem erfolgreichen Ende bringen wollten.

Die Mitarbeiter unseres Bauhofs haben sich ebenfalls sehr engagiert und die Holzkonstruktion für die Solarkühlschränke gebaut. Der Fertigstellung gingen einige Überlegungen und Planungsgespräche voraus. Unsere Leute haben sich mit Pascal Schuster, der für die technischen Details zuständig war, zusammengesetzt und so lange getüftelt, bis die Umbauung allen Anforderungen an Standfestigkeit, Unterbringungsmöglichkeiten für die Technik, gute Bedienbarkeit und auch an die Optik erfüllt waren.

## Auf dem Weg zum Kampagnenstart

Im Winter 2020 und im Frühjahr 2021 fanden zahlreiche Abstimmungsgespräche und Video-konferenzen statt, in denen das Crowdfunding-Projekt Form annahm, die verschiedenen Werbemaßnahmen geplant sowie Plakate und Flyer entworfen wurden, Presstexte geschrieben und der Film fertig gestellt wurde. All dies hat recht viel Zeit in Anspruch genommen, denn es musste alles zusätzlich zur alltäglichen Arbeit geleistet werden. Auch die Zusammenarbeit mit Startnext, über deren Internetseite die Spendenaktion abgewickelt werden sollte, war für beide Seiten neu und dementsprechend zeitintensiv. Ohne Vorkenntnisse mussten wir unseren Auftritt bei Startnext planen und umsetzen – auch hier war die Unterstützung durch die Hochschule und die Entwicklungsagentur unentbehrlich. Hinzu kam die Corona-Problematik, die letztendlich dazu geführt hat, dass wir den Start des Projektes auf den Frühsommer 2021 terminiert haben. Es war die Zeit, in der es sich herausgestellt hat, dass die Menschen wieder herausgehen und vor allem in der näheren Umgebung Ausflüge und Wanderungen machen.

Die Crowdfunding-Aktion lief vom 1. Juni 2021 bis zum 15. Juli 2021. Bereits eine Woche vor dem offiziellen Start haben wir auf Facebook darauf hingewiesen. Dieser Post war der erfolgreichste mit 19.864 erreichten Personen, 563 Interaktionen, 443 Link-Klicks und 108 Kommentaren sowie 379 Reaktionen. ([www.facebook.com/permalink.php?story\\_fbid=3708903819220559&id=697633707014267](https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=3708903819220559&id=697633707014267)) Weitere Posts sollten folgen, wie im Kapitel über die Social-Media-Aktivitäten (S. 37 ff.) weiter ausgeführt wird. In der Summe waren die Reaktionen aus der Bevölkerung auf Facebook sehr positiv. Vereinzelt gab es Nachfragen zu befürchtetem Vandalismus oder Diebstahl.

Dass man zu diesem Zeitpunkt auf der Startnext-Seite noch nicht spenden konnte, hat allerdings leider zu einigen Irritationen geführt und uns gezeigt, dass man bei solch einer Aktion die Details auf keinen Fall vernachlässigen darf.

Parallel zu den Social-Media-Aktivitäten hatten wir im Juni 2021 schon Plakate gehängt und Flyer verteilt, um unsere Crowdfunding-Aktion in der VG bekannt zu machen. Das Feedback der Be-



völkerung war von Beginn an durchweg positiv: „Super Idee, super Standorte“, kommentierte da zum Beispiel jemand.

### Werbung wirkt und lohnt sich

Eine Woche nach Start der Aktion waren bereits knapp 1.200 Euro zusammengekommen. Eine Woche später war der erste Kühlschrank schon fast finanziert.

Doch nach der ersten Euphorie mussten wir feststellen, dass das Spendenaufkommen stark abflaute – es ging kaum noch Geld ein. Deshalb haben wir während des Aktionszeitraums immer wieder plakatiert, Posts und Videonachrichten verstärkt und potenzielle Sponsorinnen und

Sponsoren angesprochen. Das war ein großer Aufwand, aber er hat sich definitiv gelohnt: Nach jeder Werbeaktion kamen neue Spenden herein.

Am 15. Juli 2021 war die Crowdfunding-Aktion beendet – der Endstand an Spenden belief sich insgesamt auf 6.194 Euro. Davon wurden 4.494 Euro über Startnext generiert, 1.320 Euro gingen direkt auf dem Gemeindekonto ein, und 1.000 Euro wurden auf anderen Wegen gespendet. Zudem stiftete die Elektronikfirma Terner Elektrotechnik aus Otterberg die Solarpanels für die Kühlschränke im Wert von mehreren Hundert Euro. Unser ursprüngliches Crowdfundingziel von 4.000 Euro wurde bei weitem übertroffen, so dass wir zu guter Letzt drei Kühlschränke anschaffen konnten.





Am 27. August 2021 wurde der erste Solarkühlschrank an der Sonnenuhr auf dem Reiserberg aufgebaut, die beiden anderen fanden ihren Platz im Steinbruch in Otterberg und an der Teufelstour in Frankelbach. Die Kühlschränke erfreuen sich großer Beliebtheit – besonders an der Sonnenuhr muss am Wochenende ständig nachgefüllt werden. Meistens ist sogar mehr Geld in der Kasse, was für die große Akzeptanz spricht.

Unser Ziel, mit der Crowdfunding-Aktion unserer Bevölkerung einen Mehrwert zu bieten und die Region touristisch aufzuwerten, haben wir erreicht.

### „Problem-Kühlschrank“ wurde ausgeraubt

Was wir im Vorfeld bereits befürchtet hatten, trat leider ein: Der Kühlschrank am Steinbruch wurde dreimal ausgeplündert. Auch Leergut wurde mitgenommen. Die Kasse wurde zum Glück nicht aufgebrochen. Den Standort hatten wir als problematisch eingestuft, weil er so nah am Ort lag. Da ist die Versuchung groß, einfach einmal vorbeizulaufen und sich zu bedienen, ohne zu bezahlen. Aber wir wollten es versuchen und haben auf die Ehrlichkeit der Menschen gehofft. Doch nach drei Diebstählen haben wir den Versuch beendet und einen neuen Standort gewählt. Der Kühlschrank steht nun viel weiter von der Ortschaft entfernt, und es gibt keine Probleme mehr.

Auch hier haben wir gelernt: Bei der Planung muss man an alles denken, denn auch das kleinste Detail ist wichtig. Bedenken muss man ernst nehmen und immer eine Alternative im Hinterkopf haben.

### Man muss die Menschen mitnehmen

Die spannende Frage bei unserem Crowdfunding-Projekt war, ob überhaupt genug Spenden zusammenkommen würden, um die Solarkühlschränke aufbauen zu können. Wäre das Fundingziel nicht erreicht worden, wäre das Projekt gestorben. Direkter und eindeutiger kann eine Idee nicht be-

wertet werden. Wir sind sehr glücklich über dieses Ergebnis, denn es hat uns gezeigt, dass wir auch auf ungewöhnlichen Wegen Erfolg haben können. Eine Grundvoraussetzung ist jedoch, die Menschen in der Gemeinde mitzunehmen, ihr Verbundenheitsgefühl mit der Heimat zu stärken und Projekte zu entwickeln, die für sie einen Nutzen haben. Die Reaktionen der Bevölkerung haben die Richtigkeit und Wichtigkeit dieses Konzepts bestätigt: Alle, die sich beteiligt hatten, waren stolz auf das Erreichte.

### Online-Umfrage vom 10. bis 24. März 2022

Vom 10. bis 24. März 2022 fand eine Online-Umfrage statt, mit der alle Einwohnerinnen und Einwohner von Otterbach-Otterberg dazu aufgefordert wurden, ihre Meinung zum Crowdfunding-Projekt zu sagen. Ziel war, zu erfahren, wie

---

*Man muss die Menschen in der Gemeinde mitnehmen und ihr Verbundenheitsgefühl mit der Heimat stärken.*

---

die Menschen das bundesweit einzigartige Pilotprojekt bewerten, warum sie sich beteiligt haben oder nicht und wie sie künftige Aktivitäten dieser Art bewerten. Diese Umfrage wurde gemeinsam mit der Universität Speyer und der Entwicklungsagentur durchgeführt. Teilgenommen haben 152 Menschen.

Aus dieser Online-Umfrage ging unter anderem hervor, dass 72 Prozent der Bevölkerung es sehr beziehungsweise eher befürworten, dass die VG beziehungsweise die Ortsgemeinden nochmal ein Crowdfunding-Projekt durchführt. Bei den Befragten zeigte sich eine starke Verbundenheit mit der Region und das Interesse, diese mitzugestalten. Circa 81 Prozent der Teilnehmenden kamen aus der Verbandsgemeinde Otterbach-Otterberg, schwerpunktmäßig aus den direkt angrenzenden Ortsgemeinden sowie aus Otterberg und Otterbach. Hier spiegelt sich die räumliche Nähe zu

den Solarkühlschränken sowie die Identifikation mit dem Projekt und den Gemeinden. Mehr zur Umfrage lesen Sie im Kapitel „Studien – begleitend zum Crowdfunding“ ab Seite 84.

### **Der Weg zum Erfolg war herausfordernd**

Unser Crowdfunding-Projekt „Solarkühlschrank – Spontan die Natur genießen“ war erfolgreich. Es fand große Resonanz und Akzeptanz in der Bevölkerung und wurde überwiegend sehr positiv bewertet. Es war aber auch eine Herausforderung, der Weg zum Erfolg war zum Teil steinig und mit einigen Fallstricken versehen. Wir waren ja völlig unerfahren beim Thema Kommunales Crowdfunding. Prinzip und Ablauf eines solchen Projekts wurden uns in den Workshops und Meetings gut und verständlich schnell nahegebracht. Ebenso wie das gesamte „Drumherum“, wie zum Beispiel Pressemeldungen oder Posts zielgruppenadäquat zu formulieren oder die Bürgerinnen und Bürger immer wieder mit kleinen Meldungen neugierig auf den weiteren Verlauf zu machen. Und natürlich, sie zum Spenden zu bewegen.

Was wir völlig unterschätzt hatten, war der Zeitaufwand. Der war gigantisch. Er ist nicht ganz genau zu beziffern, da manches nach Feierabend

oder schnell zwischendrin erledigt wurde. Insgesamt waren es geschätzt 100 bis 150 Stunden. Hinzu kamen die Arbeitsstunden der Bauhof-Fachleute, die intern abgerechnet und über Eigenmittel querfinanziert wurden. Diese Summe belief sich auf rund 2.000 bis 2.500 Euro.

Ein großes Problem, das nicht direkt dem Crowdfunding-Projekt zuzuschreiben war, es aber fast zum Scheitern gebracht hätte, war Corona. Im Januar 2021 war die personelle und zeitliche Belastung so hoch, dass wir uns gefragt haben, ob es wirklich weitergehen soll. Zu diesem Zeitpunkt hatten wir aber schon so viel investiert, dass wir uns für die Durchführung entschieden haben.

### **Fazit**

Das Pilotprojekt Kommunales Crowdfunding war ein Experiment, und es war erfolgreich. Eine Gemeinde kann damit Dinge finanzieren, die vorher nicht vorstellbar waren. Es braucht gute Ideen, motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, nicht wenig Zeit, viel Werbung und Durchhaltevermögen. Aber da nicht alle Vorhaben einer VG oder OG förderfähig sind bzw. die Gemeinden an der notwendigen Eigenbeteiligung scheitern, ist es ein durchaus gangbarer Weg, kleinere Projekte vor Ort umzusetzen.





# Crowdfunding beeinflusst Kommunalverwaltung und Bürgerschaft

## Ausgewählte Erkenntnisse der wissenschaftlichen Begleitung des Projektes

Kommunalverwaltungen sind auf Regelmäßigkeit, Rechtssicherheit und Dauer ausgelegte Organisationen mit trennscharfen Zuständigkeiten. Als eine solche Organisation ein Crowdfunding-Projekt durchzuführen, das mit Unsicherheit, Flexibilität und Zeitdruck verbunden ist und dem ein erhebliches Risiko des Scheiterns immanent ist, ist ein sehr spannendes Experiment. Dies gilt insbesondere dann, wenn die Kommunalverwaltung selbst Initiatorin des Crowdfunding-Projektes ist und als solche für die Projektkampagne konzeptionell und organisatorisch verantwortlich ist, denn als Kommunalverwaltung in dieser Akteursrolle aktiv zu werden, wird im Fachdiskurs zu Civic Crowdfunding<sup>1</sup> als besonders anspruchsvoll bewertet (vgl. Davies 2014; Griffiths 2017 oder ins Deutsche übertragen Ackermann et al. 2019; Sterbenk 2019).

Die folgenden ausgewählten Erkenntnisse der qualitativen Phase der wissenschaftlichen Begleitung zeigen, dass eine Kommunalverwaltung ein Crowdfunding-Projekt erfolgreich umsetzen und davon als Organisation profitieren kann. Ein „offenes Mindset“ bei der Verwaltungsspitze und den beteiligten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie die Bereitschaft, Neues im kommunalen Verwaltungskontext ausprobieren zu wollen, scheinen wichtige institutionelle Vorbedingungen hierfür zu sein. Wenngleich bei einer rein peku-

niären Betrachtung der untersuchten Crowdfunding-Projekte die eingesetzten Ressourcen außer Verhältnis zu den Einnahmen stehen, können verschiedene Veränderungen in den Kommunalverwaltungen und Verbandsgemeinden festgestellt werden, die bei den beteiligten Akteurinnen und Akteuren zu einer positiven Gesamtbewertung der Vorhaben führen.

### Methodisches Vorgehen

Im Rahmen der wissenschaftlichen Begleitung durch das Projekt „Wissens- und Ideentransfer für Innovation in der Verwaltung (WITI)“ der Deutschen Universität für Verwaltungswissenschaften Speyer erfolgte eine zweiphasige Datenerhebung. Die erste Phase fokussierte sich auf die Bürgerschaft der beiden Verbandsgemeinden, also auf die primäre Zielgruppe der beiden Crowdfunding-Projekte. Ziel der im Zeitraum von Februar bis März 2022 durchgeführten Online-Befragungen (je eine pro Verbandsgemeinde) war es, insbesondere Erkenntnisse zu den Gründen für die Beteiligung am Crowdfunding-Projekt, zu dessen Bewertung und zur Offenheit der Bürgerschaft für weitere Crowdfunding-Projekte zu generieren. Zudem sollten Erkenntnisse zur Wirkung des Projektes im lokalen Kontext gewonnen werden.

### Auswertung der qualitativen Interviews

Aufbauend auf den in den Online-Befragungen gewonnenen Erkenntnissen und der, der ersten Erhebungsphase vorgehenden Literatursichtung zu Civic Crowdfunding, wurden in der zweiten Phase im Zeitraum von Juni bis Juli 2022 Leitfa-

---

<sup>1</sup> Im deutschsprachigen Raum wird teilweise von kommunalem Crowdfunding gesprochen, wenn Kommunalverwaltung bzw. deren Unternehmen (z.B. Stadtwerke) als Akteure an Crowdfunding-Projekten beteiligt sind. Im (internationalen wissenschaftlichen) Fachdiskurs ist Civic Crowdfunding die gängige Bezeichnung, wenn vereinfachend zusammengefasst, die öffentliche Verwaltung am Crowdfunding-Projekt beteiligt ist oder dieses einen Bezug zum öffentlichen Raum aufweist (vgl. Wenzlaff 2020).

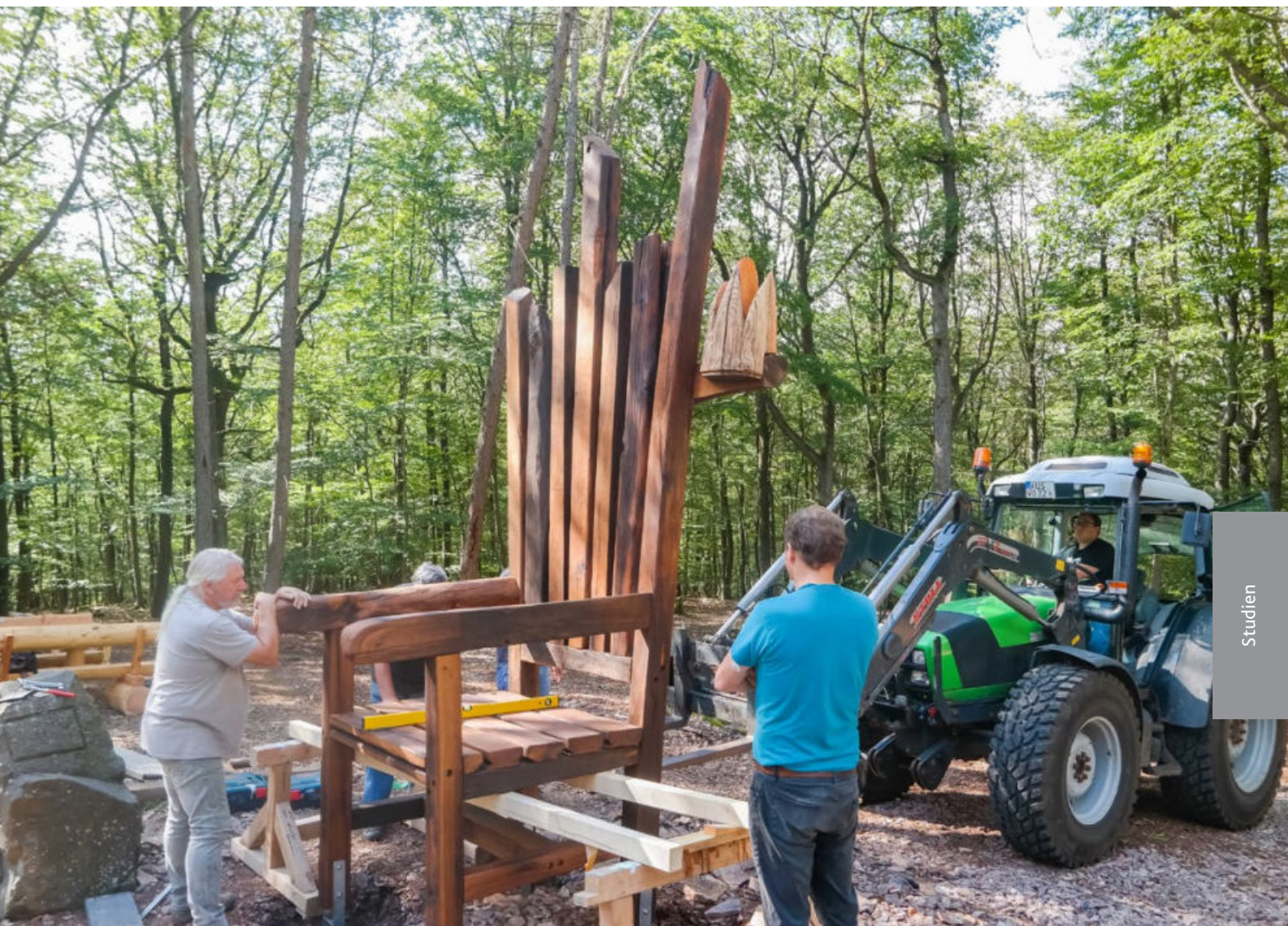
deninterviews mit ausgewählten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der beiden Verbandsgemeinden sowie mit Mitarbeitern der Projektbeteiligten Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz e. V. und Ideenwald (Gründungsbüro der Technischen Universität/Hochschule Kaiserslautern) durchgeführt. Der Fokus der Interviews mit diesen „lokalen Expertinnen und Experten“ lag auf den verwaltungsinternen Prozessen, Tätigkeiten und Veränderungen im Kontext der Crowdfunding-Projekte. Die lokalen Expertinnen und Experten verfügen über spezifisches Wissen zum sozialen Kontext vor Ort und den lokalen Rahmenbedingungen, in denen sie agieren. Darüber hinaus sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Verwaltung die zentralen Akteurinnen und Akteure bei der Umsetzung der Crowdfunding-Projekte. Alle Interviewpartnerinnen und Interviewpartner<sup>2</sup> stimmten der Veröffentlichung ihrer Namen sowie der getätigten Aussagen zu – die einzelnen Aussagen werden dennoch anonymisiert wiedergegeben. Die folgenden ausgewählten Erkenntnisse entstammen diesen Leitfadeninterviews.

### Simon Sterbenk, M.A.



begleitete als Wissenschaftlicher Mitarbeiter im Innovationslabor für die öffentliche Verwaltung an der Deutschen Universität für Verwaltungswissenschaften Speyer das Projekt Kommunales Crowdfunding von Januar bis Dezember 2022. Heute ist der Verwaltungswissenschaftler Digitalisierungsbeauftragter bei der rheinland-pfälzischen Verbandsgemeinde Jockgrim.

<sup>2</sup> Die einzelnen Interviewpartnerinnen und Interviewpartner werden auf den kommenden Seiten vorgestellt. Sie werden mit IP1 bis IP10 (IP = Interviewpartner) bezeichnet. In einem Interview wurden zwei Personen befragt, die unter einem gemeinsamen Kürzel zusammengefasst werden. Weitere methodische Hinweise finden Sie am Ende des Beitrags.





### Ein offenes Mindset der beteiligten Akteure bildet die Grundvoraussetzung für die Durchführung eines Crowdfunding-Projektes durch eine Kommunalverwaltung

„Einfach mal ausprobieren“ (IP8: 23), „sehr aufgeschlossen Neuem gegenüber“ (IP4: 46), „wir sind immer innovativen Projekten gegenüber sehr aufgeschlossen“ (IP5: 52 f.) und „sehr innovativen Bürgermeister, der sich immer um irgendwelche neuen Projekte kümmert, um irgendwelche innovativen Dinge und versucht, neue Wege zu gehen“ (IP10: 39 f.) sind Aussagen, die herausstechen. In beiden Verbandsgemeinden ist die grundsätzliche Bereitschaft, Neues zu probieren und an Pilotvorhaben teilzunehmen, in der Verwaltung vorhanden, beginnend auf der Ebene der beiden Verbands-

bürgermeister. Ferner gilt dies für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die das Projekt umsetzen und über entsprechende Kompetenzen verfügen (müssen). Eine solche Risikobereitschaft und Offenheit der beiden Kommunalverwaltungen ist eine wichtige, allerdings nicht selbstverständliche Voraussetzung, denn diese muss gegenüber ihren Bürgerinnen und Bürgern sowie den kommunalpolitischen Gremien ihr Handeln rechtfertigen.

Auch die verwaltungsinterne Verortung bei der „richtigen“ Abteilung und die federführende(n) Person(en) sind von wesentlicher Bedeutung. Die Verantwortlichkeit bei „kommunikativen“ Abteilungen wie Presse- und Öffentlichkeitsarbeit oder Tourismus zu verorten, erscheint hier von Vorteil zu sein aufgrund ihrer zur Öffentlichkeit hin orientierten „werbenden“ Aufgaben. Auch ihre fachbereichs- und abteilungsübergreifende Perspektive trägt hierzu bei.

Die Projektbeteiligten führten für die Suche nach Projektideen ergebnisoffene Brainstormings durch und notierten alle Projektideen, auch wenn sie unrealistisch erschienen. Sie raten dazu, „offen zu sein für die Entwicklungen, was kommt“ (IP4: 566 f.). Generell gilt „einfach mal ausprobieren“ (IP8: 23), sich auch von auf den ersten Blick unkonventionellen Wegen nicht abschrecken zu lassen und damit von tradierten (Verwaltungs-)Prozessen und Vorgehensweisen loszusagen. „Und vor allem kann man damit auch mal ganz andere Ideen umsetzen, wie man sie im klassischen Kontext kennt“ (IP5: 56 f.). Wie die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der beiden Verbandsgemeinden feststellen, lohnt es sich, „dass man sich mal leiten lässt. Und nicht immer nur stur nach den Strukturen“ (IP4: 195) der klassischen Verwaltungsarbeit handelt. Das Commitment und die Rückendeckung durch die Verwaltungsleitung sind hierbei von besonderer Relevanz, um Kreativität zu ermöglichen und diese für die Suche nach neuen Lösungsansätzen zu fördern, die als wesentliche Voraussetzung für die Entstehung eines Erfolg versprechenden Projektes erachtet werden. „Think big“ (IP4: 560) beschreibt exemplarisch die Ermutigung, über die Grenzen des Bekannten und Erprobten hinauszuschauen.

## Emotionalität schafft Unterstützung – Mehrwerte entstehen

„Der Mehrwert ist nicht zu bezahlen, der Mehrwert ist nicht mit Geld aufzuwiegen“ (IP4: 389). „Der ideelle Wert dieses Projektes, dieser Wert für die Region, lässt schon andeuten, dass das für die Bürgerinnen und Bürger oder auch die [Touristinnen und] Touristen halt einfach ein Mehrwert ist“ (IP6: 388-390). Wie diese Aussagen exemplarisch verdeutlichen, liegt ein wesentlicher Mehrwert der Crowdfunding-Projekte auf einer „emotionalen Ebene“ bzw. zahlt auf eine positive Wahrnehmung ein. Die emotionale Ebene ist auch die, die beim Crowdfunding primär adressiert werden muss, um Unterstützung für das umzusetzende Projekt zu generieren. Der Mehrwert liegt im „Schaffen eines positiven Bewusstseins“ (IP4: 406 f.). Dieses Bewusstsein muss innerhalb der Verwaltung, aber insbesondere auch innerhalb der Bürgerschaft entstehen.

Hier identifizieren die Projektbeteiligten einen entscheidenden Aspekt für die Unterstützung des Projektes sowohl durch die Bevölkerung als auch innerhalb der Verwaltung. „Das war so der Impuls, dass sich nach und nach dann dieses kindliche ‚oh, wie ist das schön‘ auch wieder in Taten, Gedanken und Handeln abgebildet hat“ (IP3: 111-113). Auch wenn durch die Realisierung der Projekte über die eingeworbenen Mittel hinaus keine Einnahmen generiert werden (wie sich die Projekte auf die Umwegrendite beispielsweise durch steigende Übernachtungszahlen, auf die Gastronomie und lokale Einzelhandelsgeschäfte auswirken, wurde nicht untersucht), sehen die Projektbeteiligten das primäre Ziel der Attraktivitätssteigerung ihrer Kommunen und der Region erfüllt.

Zentral für das Begeistern der Bevölkerung für ein Crowdfunding-Projekt der Verwaltung ist die Vermittlung und Bewerbung des Projektes. „Zuerst muss meiner Meinung nach das Binnenmarketing stimmen“ (IP4: 390 f.). Beobachtet wurde außerdem, dass auch innerhalb der Verwaltung Veränderungen erfolgten. „Was an Mehrwert auf jeden Fall ist, ist dieses Teambuilding in der Verwaltung“

(IP1: 308 f.). Dies bezieht sich insbesondere auf die Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Abteilungen. Bei zahlreichen Beteiligten nahmen die Interviewten Freude und Stolz über das Mitwirken an dem Projekt wahr. Dies wird auch in der Wortwahl der Beschreibung der Ergebnisse deutlich: „Und was entstanden ist auf dem Königsberg-Gipfel oder unten am Laufhauser Weiher, das ist halt schon atemberaubend“ (IP6: 340 f.). So wurde auch zu den Themenfeldern Nachhaltigkeit und Regionalität ein Beitrag geleistet: „so nachhaltig aufzubauen, da wurden auch nur regionale Materialien für verwendet, also wie zum Beispiel dieses Upcycling von diesen alten Eichenholzbalken oder die Marmelade, das Akazienholz bei uns aus der VG“ (IP5: 546-548).





## Ressourceneinsatz übersteigt erzielte Einnahmen

*„Es ging ja wirklich darum, um mehr Identifikationswerte zu schaffen. Aber die Verwaltung wäre definitiv günstiger davongekommen, hätten wir es einfach bezahlt und hingestellt“ (IP5: 314-316). „Die Kosten-Nutzen des Projektes stehen für mich im Verhältnis zu einem Sponsoring in keiner Relation“ (IP10: 461 f.). „Wenn man eine rein betriebswirtschaftliche Rechnung aufmachen würde, eingesetzte Geldmittel in Gestalt von Personal, das kostet ja Geld, hätte sich das nicht gelohnt“ (IP1: 232-234). „Nutzen und Ertrag absolut außer Verhältnis“ (IP3: 126 f.). „Ich schätze, dass wir an finanziellen Mitteln nochmal zweitausend, zweieinhalbtausend [Euro] reingepumpt haben, einfach in Mannstunden von unseren Mitarbeitern vom Bauhof. Die werden hier intern abgerechnet, ja. Die haben wir ja auch nochmal mit reingepumpt, dadurch war das Projekt nicht ganz durchfinanziert“ (IP8: 258-261).* Aus den vorgehenden ausgewählten Zitaten geht deutlich hervor, dass das Umsetzen von Projekten mithilfe von kommunalem Crowdfunding allein aus rein finanzieller Perspektive betrachtet kein tragfähiges Modell darstellt – zumindest gilt dies

für die beiden untersuchten Projekte. Die eingesetzten Ressourcen, insbesondere in Form von Arbeitszeit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Kommunalverwaltungen sowie die Unterstützungsleistungen durch die Entwicklungsagentur und Ideenwald im Rahmen des Pilotprojektes, übersteigen bei weitem die durch die Kampagne erworbenen Mittel. Spezifiziert werden kann dies nicht, da keine detaillierte Erfassung seitens der Kommunen erfolgte und in den Interviews sehr heterogene Werte zu den investierten Arbeitsstunden und Finanzmitteln genannt wurden. Allerdings legen diese Hinweise nahe, dass alle donation-/reward based (Spenden-/belohnungsbasierte) Crowdfunding-Projekte, die eine Kommunalverwaltung als Projektinitiatorin durchführt, rein pekuniär betrachtet unwirtschaftlich sind.

Der (verwaltungsmäßige) Aufwand, der für die Verwaltung in einem solchen Projekt steckt, darf nicht unterschätzt werden – beide Kommunalverwaltungen hatten mit einem geringeren Aufwand gerechnet. Welchen Einfluss die pandemische Situation hatte, während der die Projekte vorbereitet und gestartet wurden, kann nicht bewertet werden. „Das [hat] schon sehr viele Kapazitäten



*einfach eingenommen. Also das war dann doch sehr arbeitsintensiv“ (IP4: 223 f.). Zu berücksichtigen gilt es, dass die beiden beteiligten Verwaltungen vorher noch nicht mit Crowdfunding zu tun hatten und sich die notwendigen Kenntnisse erst aneignen und auf die örtlichen Gegebenheiten transferieren mussten. Nur einzelne Mitarbeitende hatten zuvor im privaten Kontext Berührungspunkte zu Crowdfunding, im dienstlichen Kontext war dies nicht der Fall gewesen. Kenntnisse und Erfahrungen zu Marketing, Sponsoring und Spendenakquise lagen hingegen vor. „Der Aufwand ist enorm. Also man stellt sich das gar nicht vor, was da alles noch dahinter hängt. Ich meine, man muss halt vielleicht auch noch dazu sagen, dass es unser erstes Crowdfunding-Projekt ist“ (IP9: 381-383). Rückblickend wurde festgestellt, dass man vielleicht an manchen Stellen mehr Aufwand betrieben habe, als nötig gewesen wäre. Bei möglichen Folgeprojekten wird dafür auf gesammeltes Erfahrungswissen und die erworbenen Kenntnisse zurückgegriffen werden können, sodass weniger Ressourcen investiert werden müssen.*

### **Crowdfunding sorgt für Sichtbarkeit und Imagegewinn**

Auch wenn sich die Projektbeteiligten einig sind, dass der Aufwand, den das Projekt mit sich gebracht hat, erheblich war, zeigen sie sich dennoch überzeugt, dass das erzielte Ergebnis am Ende nur durch das Instrument des Crowfundings erreicht werden konnte. Hier rückt das Verhältnis von finanziellem Aufwand und sozialem Mehrwert bei der Betrachtung des Projektes in den Vordergrund. *„Es war überall Thema, es war ständig Thema“ (IP4: 342). Die Projektbeteiligten spürten die Begeisterung in der Bevölkerung auch, wenn sie selbst außerhalb der Dienstzeit auf das Thema angesprochen wurden. „Das hätten wir nicht gehabt, diesen Effekt, wenn wir einfach gesagt haben, okay, wir nehmen den finanziell sinnvollsten Weg und bauen es einfach“ (IP5: 319 f.), „dann wäre das was von der Verwaltung, eine Art Fremdkörper im Wald und so war es halt wenigstens in aller Munde“ (IP5: 317 f.). Durch die Vorhaben wurde nach Ansicht der Interviewten die Naherholungsqualität*

für die eigene Bürgerschaft gesteigert und zugleich die Attraktivität als Tourismusdestination gestärkt. Die mit dem Pilotprojekt verbundene Berichterstattung in Rundfunk und Printmedien erzeugte aufgrund des eingesetzten Crowfundings erhebliche Sichtbarkeit für die beiden Verbandsgemeinden. Inwieweit sich die durch das Projekt geförderte regionale Vernetzung und Zusammenarbeit im touristischen Bereich als dauerhaft erweist, kann zum heutigen Zeitpunkt nicht bewertet werden.

### **Projekte fördern bürgerschaftliches Engagement – Umfang und Dauer unklar**

Bei der Rolle des bürgerschaftlichen Engagements rückt das Ehrenamt in den Fokus der Betrachtung. Wenngleich die Projektbeteiligten rückblickend feststellen, dass das Ehrenamt in der Konzeptionierung und Umsetzung eventuell etwas vernachlässigt wurde oder zumindest nicht im Fokus stand, haben ehrenamtliche Unterstützerinnen und Unterstützer dennoch eine nicht unerhebliche Rolle gespielt und werden diese auch weiterhin spielen. Dies gilt insbesondere für die Verbandsgemeinde Lauterecken-Wolfstein. Multiplikatorinnen und Multiplikatoren wurden genau wie Unterstützerinnen und Unterstützer der Projekte damit beauftragt, die Werbekampagnen *„wohlwollend in ihre Vereine [zu] tragen“ (IP4: 288). Allgemein läuft „in den Ortsgemeinden viel über ehrenamtliches Engagement“ (IP4: 304 f.). Ob es dabei um das Befüllen der Solarkühlschränke, den Bau des Throns oder um die Instandhaltung und die Pflege der Wanderwege oder des Throns und der Murbahn geht, zahlreiche Tätigkeiten wurden und werden in beiden Verbandsgemeinden durch ehrenamtliche Helferinnen und Helfer ausgeführt. Die Projekte haben den Bürgerinnen und Bürgern die Chance geboten, sich konkret für ein Projekt, zeitlich befristet und im direkten Lebensumfeld zu engagieren. Damit treffen diese Engagementmöglichkeiten auf die derzeitigen Entwicklungen im Bereich des ehrenamtlichen Engagements (weg von Vereinen, hin zu kurzzeitigen Projekten).*

## Kritik wird transparent begegnet – Zufriedenheit mit Projekten wird gezeigt

Die Verwaltungen hatten zu Beginn Befürchtungen, dass es Kritik am Crowdfunding gibt und dieses nicht gut angenommen wird. Vereinzelt kritische Stimmen aus der Bevölkerung stellten das Projekt in Frage: „Wir zahlen ja schon genug Steuergelder, sollen wir da jetzt noch was spenden?“ (IP4: 283 f.). An dieser Stelle war es für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Verwaltung wichtig, den Bürgerinnen und Bürgern transparent zu kommunizieren, dass es sich nicht nur um touristische Attraktionen handelt, sondern insbesondere die Bevölkerung von der Aufwertung profitieren kann und soll. Es wurden Orte der Naherholung geschaffen, die insbesondere den Bürgerinnen und Bürgern zugutekommen sollen. Ziel war es, „ein neues Identifikationsgefühl [zu] entwickeln. Mit ‚Bei uns ist es ja wirklich toll. Es geht voran, es tut sich mal was‘“ (IP5: 70-72).

Die überwiegenden Reaktionen auf die Projekte fielen jedoch positiv aus. „Die Leute sagen, jawoll, es entwickelt sich. Die Resonanz war positiv“ (IP7: 279 f.). Viele Einwohnerinnen und Einwohner sind vom Ergebnis begeistert und teilen dies der Verwaltung auch mit. „Ich habe oben das Ding gesehen. Das habt ihr damals toll gemacht“ (IP3: 520 f.), ist eine der positiven Reaktionen, die die Projektverantwortlichen nach eigenen Angaben erhalten haben. „Es bringt die Leute zusammen. [...] dass die Zusammenarbeit und das Zusammengehörigkeitsgefühl der Orte gestärkt wird“ (IP7: 420 f.). Der ortsgemeindeübergreifende Aspekt des Projektes wird als besonders positiv erachtet und bildet eine Grundlage für die Identifikation mit der Region, über die Grenze der eigenen Gemeinde hinweg. Die Projektbeteiligten konnten außerdem feststellen, „dass die Leute, die gespendet haben, super stolz sind. Also die finden das toll. Die stehen auch dahinter, da kriegt man auch die ein oder andere positive Rückmeldung“ (IP10: 478-480). Dieser Stolz zeigt sich auch darin, dass Bürgerinnen und Bürger ihrem Besuch gerne die neu entstandenen Attraktionen zeigen und berichten, dass sie an der

Finanzierung beteiligt waren. Ferner wurde bereits die Umsetzung des Projektes durch Sachspenden aus der Bevölkerung unterstützt. „Das sind Sachspenden, wo die Leute gesagt haben: ‚Ich finde, das ist eine coole Sache. Ich habe das eh da liegen, wollt ihr es haben?‘. Und dann wurde das genommen, verarbeitet“ (IP5: 355-357).

Beobachtet wurde darüber hinaus, dass sowohl in der Bürgerschaft als auch in der Verwaltung gelegentliche Reaktionswandel erkennbar waren. „Erste Reaktion: ‚Haben die was geraucht? Was wollen die mit dem Berg?‘ und dann so sukzessive nach und nach die Diskussion an der Öffentlichkeit, merkt man: ‚Hey, hier beginnt ein Feuerchen sich langsam zum Flächenbrand zu entwickeln‘“ (IP3: 116-118).

## Lokale Netzwerke werden gestärkt – Crowdfunding wirkt wie Katalysator für neue Projekte

Die Crowdfunding-Projekte haben trotz des teils aktiven Zugehens der Kommunalverwaltung auf lokale Akteurinnen und Akteure und der Suche nach Multiplikatorinnen und Multiplikatoren nach Einschätzung der Interviewten zu keinen wesentlichen Veränderungen in Bezug auf die Zusammenarbeit der Verwaltung mit wissenschaftlichen oder wirtschaftlichen Akteurinnen und Akteuren geführt. Der Kontakt zu lokalen Initiativen und Vereinen habe sich vereinzelt verstärkt.

Insbesondere die Verbandsgemeinde Lauterecken-Wolfstein hat das Ziel verfolgt, mit dem Crowdfunding-Projekt einen Grundstein für weitere Entwicklungen zu legen. Einige Synergieprojekte haben sich tatsächlich aus den beiden Hauptprojekten ergeben, „es haben sich Nachfolgeprojekte herausgebildet, die jetzt in die Realisierung gehen“ (IP7: 476 f.). Das Crowdfunding-Projekt wird sowohl als „Vorzeigeprojekt“ (IP5: 100) als auch als „Leuchtturmprojekt“ (IP4: 379) beschrieben. „Wir haben jetzt die Murbelbahn am Laufhauser Weiher. Wir kriegen den Walderlebnispfad in Aschbach. Wir kriegen die Sternenwege zum Gipfel von jedem Ort. Wir kriegen einen Rundwanderweg von Ort zu Ort um den ganzen Berg. Das hätte



man am Anfang nicht gedacht, dass es eben so viel nach sich zieht. Also das ist der absolute Erfolg“ (IP7: 483-486). Gleichzeitig haben die Wanderwege neue Beschilderungen erhalten, es wurde ein Murmelverkaufsnetz aufgebaut und auch „die Hüttenbetreiber haben erkannt, dass das ein Stückweit ein Verdienstpotalential ist, wenn man da Leute bewirten kann“ (IP3: 152 f.). Diese Beispiele aus der Verbandsgemeinde Lauterecken-Wolfstein zeigen, dass ein einzelnes Crowdfunding-Projekt, wenn es thematisch sinnvoll gewählt ist und auf motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stößt, im kleinen Rahmen tatsächlich zu einem Aufwertungsmotor für eine Verbandsgemeinde und Nachbarkommunen werden kann.

### Identifikation der Mitarbeitenden mit ihrer Verwaltung steigt

Grundsätzlich geben die Projektbeteiligten an, dass sie aus der eigenen Verwaltung fast keine negativen Stimmen zum Crowdfunding-Projekt gehört haben. „Also Kollegium ist durchweg positiv. Am Anfang waren die auch skeptisch, das konnte man jetzt im Laufe des Jahres sehr, sehr gut beobachten, wie sich das gewandelt hat, weil diese lokale Gruppe der Brennholzveredler, die immer wieder bei uns im Kontext genannt wird, die diesen

Thron gebaut haben, die besteht zum Großteil aus Mitarbeitern der Verwaltung und aus Bürgermeistern aus unserem Gebiet“ (IP5: 221-225). Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Verwaltung haben sich somit auch außerhalb ihrer Dienstzeit an der Umsetzung des Projektes beteiligt. Des Weiteren konnten die direkt an der Projektumsetzung beteiligten Mitarbeitenden feststellen, dass das Interesse für das Crowdfunding-Projekt unter den Kolleginnen und Kollegen viel größer war als bei anderen Projekten. Häufig habe es Erkundigungen nach dem aktuellsten Projektstand gegeben. „Die [Kolleginnen und] Kollegen von der Kasse, die sich mit dem Spendenthema rumärgern durften, die waren irgendwann auch infiziert von der Leidenschaft“ (IP3: 169 f.). „Das Blutlecken hat nach und nach im ganzen Haus Raum gegriffen, spätestens als dann die Spendenaktion online ging und man gesehen hat, wo der Tacho hinläuft. Das war so ein Indikator für Leidenschaft, jetzt brennt die Hütte“ (IP3: 174-176). Diese geschilderten Aspekte sind ein Indiz, dass sich die Initiierung eines Crowdfunding-Projektes durch eine Kommunalverwaltung auch auf die persönliche Verbindung zur eigenen Dienstherrin positiv auswirken kann. „Die Verbindung zum eigenen Haus ist ein Stückweit aktiver und positiver geworden bei dem ein oder anderen“ (IP3: 190 f.).

## Motivationsschub für die Verwaltung

Die Crowdfunding-Projekte haben für einen Motivationsschub bei vielen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in beiden Verwaltungen gesorgt, „wo man auch echt stolz sein kann, wo man auch wirklich merkt, wenn es ums Crowdfunding geht, da rennen alle meine [Mitarbeiterinnen und] Mitarbeiter“ (IP5: 549 f.). Bei den projektbeteiligten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern hat sich eine besonders enge Bindung zum Projekt aufgebaut. „Man kann sich damit identifizieren“ (IP6: 479). Gleichzeitig wird betont, dass mit dem Projekt ein Mehrwert für die Bürgerinnen und Bürger geschaffen wurde. „Ich finde es auch toll, dass da was für die Bürgerinnen und Bürger gemacht wurde“ (IP6: 483 f.). Begeisterte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind zugleich sehr gute Multiplikatorinnen und Multiplikatoren für das Projekt, „wenn die das überall erzählen, spricht das ja absolut für dieses Projekt“ (IP5: 554).

Einzelne Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Verwaltung haben das Crowdfunding selbst aktiv mit einer Spende unterstützt. Beispielsweise waren auch bei der Eröffnung der Waldmurmelpfaden in der Verbandsgemeinde Lauterecken-Wolfstein zahlreiche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Verwaltung privat dabei. „Auf einmal sagt der Chef, das halbe Haus war da, wo ich denke, okay, die hat ja keiner dahingepregelt“ (IP3 185 f.). In der

Verbandsgemeinde Otterbach-Otterberg haben viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Solar-  
kühlschränke in ihrer Freizeit ausprobiert.

Dennoch muss beachtet werden, dass die Crowdfunding-Projekte phasenweise erhebliche Ressourcen in den Kommunen gebunden haben, da die Projekte parallel zu den anderen Projekten und den dauernden Verwaltungsaufgaben bewältigt wurden. Insgesamt kommen beide Verbandsgemeinden zu dem Ergebnis, dass die Begeisterung für das Projekt in der eigenen Verwaltung zentral dafür ist, dass ein solches Projekt funktioniert. „Ich glaube, das ist ein ganz wichtiger Aspekt, wenn man erfolgreich sein will, kann es kein Pflichtprogramm sein. Sondern die [Mitarbeiterinnen und] Mitarbeiter zumindest, die da mitmachen, die müssen begeistert sein und es auch wollen“ (IP8: 564-566). Nur durch diese Begeisterung kann ein solches Projekt zu einem „Herzensprojekt“ (IP4: 357) werden. Gleichzeitig sehen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Basis ihres Erfolgs auch in der Herangehensweise an das Projekt. „Ich würde sagen, wir haben uns noch ein bisschen von diesem Idealismus bewahrt und von diesem Aktivismus, um solche Projekte auch umsetzen zu können“ (IP4: 65 f.). Nicht zuletzt hat die Begeisterung zur freiwilligen Mitarbeit der Kolleginnen und Kollegen an dem Projekt geführt, „drei [Kolleginnen und] Kollegen haben ja auch noch im Video mitgemacht, freiwillig“ (IP9: 211).



„Und es war einfach ein Herzensprojekt. Also es wurde wirklich zu unserem Baby, zu unserem Projekt“ (IP4: 562 f.). Es entstand eine emotionale Verbindung zu dem Projekt – trotz der hohen Arbeitsintensität für einzelne Mitarbeitende.

### Dankeschöns und Spenden- Vereinnahmung waren Herausforderungen für die Kommunen

Crowdfunding ist ein Instrument, das vor allem im städtischen Raum und bei jüngeren Bevölkerungsschichten bekannt ist, „wir sind hier im ländlichen Raum. Da können sich viele einfach unter Crowdfunding nichts vorstellen“ (IP10: 225 f.). „Fakt ist, dass die ältere Generation, die nicht so internet-affin ist, sich insbesondere bei so etwas engagieren möchte, dann haben wir natürlich ein Problem. Denn die Menschen, die bereit sind, einen großen Batzen Geld zu geben, machen das aber nicht über das Crowdfunding und sind dafür auch nicht zu begeistern“ (IP2: 435-438). Solche Aspekte müssen beim Festlegen des Fundingziels und dessen Kommunikation berücksichtigt werden, denn für den Erfolg einer Kampagne zählt beim Crowdfunding im eigentlichen Sinne nur das Geld, das digital über die Crowdfunding-Plattform gesammelt wird. Ein Verständnis dafür bei der Bürgerschaft zu schaffen, was Crowdfunding ist, zeigte sich als wichtiger Baustein der Öffentlichkeitsarbeit.

Die beiden Verbandsgemeinden eröffneten auch denen, die nicht die Möglichkeit hatten oder bereit waren, über das Internet das Projekt zu unterstützen, Beteiligungsmöglichkeiten. „Wir hatten tatsächlich auch, gerade, ich sage jetzt mal so, ältere Leute, die Anfrage gehabt, die würden gerne spenden, haben aber kein[en] Zugriff auf ApplePay oder irgendwelche Onlinebezahldienste. Das haben wir dann auch als Spende vereinnahmt. Also die konnten sich dran beteiligen und das ging dann über ganz normale Banküberweisung, konnten wir das möglich machen“ (IP6: 142-146). Auch Unternehmen und Gewerbetreibende, die sich beteiligen wollten, hatten Probleme, da die genutzte Crowdfunding-Plattform auf Privatpersonen als Spenderinnen und Spender ausgelegt

war und sich Unternehmen nicht als juristische Personen anmelden konnten. Die Verbandsgemeinden reagierten auf diese Herausforderungen und boten u. a. ergänzende Kanäle und Unterstützungsformen wie die benannten Barspende, Spende per Überweisung oder Sachspenden an. Mit dieser Erweiterung der Unterstützungsformen, die dem lokalen Kontext Rechnung trägt und an die in Kommunen übliche „Spendentradition“ und das Mäzenatentum für lokale Projekte und Vereine anknüpfen, unterscheiden sich die beiden Crowdfunding-Projekte von normalen Crowdfunding-Projekten.

Die Spendensammlung und -vereinnahmung konnte durch die Kommunalverwaltungen (hier insbesondere die Gemeindekassen) im Rahmen der geltenden gesetzlichen Regelungen erfolgen. Die Einwerbung von Sponsoringleistungen, Spenden, Schenkungen und ähnliche Zuwendungen durch Kommunalverwaltungen ist durch § 94 Abs. 3 Gemeindeordnung Rheinland-Pfalz gedeckt. Als Herausforderung zeigte sich der Nachweis der Gemeinnützigkeit der Kommune gegenüber dem Anbieter der Crowdfunding-Plattform bzw. deren Zahlungsdienstleister. Ebenso galt es, durch die Gemeindekassen spenden-/steuerrechtlich sehr gewissenhaft zu prüfen und zu bewerten, inwieweit es sich tatsächlich um eine Spende handelte und somit eine Spendenquittung ausgestellt werden konnte, und in welchen Fällen die Bürgerinnen und Bürger ein Dankeschön als Gegenleistung für ihren finanziellen Beitrag gewählt hatten. Verwaltungsintern galt es, hierfür vereinzelt Prozesse weiterzuentwickeln. Auch die in Rheinland-Pfalz gesetzlich vorgeschriebene Annahmepflicht von Spenden durch den Gemeinderat gilt es zu beachten. Für zukünftige kommunale Crowdfunding-Projekte könnten Fragen zur Umsatzsteuerpflicht relevant werden – eine derzeitige Betroffenheit konnte nach Prüfung durch die Projektbeteiligten verneint werden.

## Fazit

Zusammenfassend kann konstatiert werden, dass das Pilotprojekt „Kommunales Crowdfunding“ für die beiden beteiligten Verbandsgemeinden ein sehr arbeits- und zeitintensives Projekt war. Bei einer rein pekuniären Betrachtung stehen die eingesetzten Ressourcen außer Verhältnis zu den erzielten Einnahmen. Unberücksichtigt sind hier zudem der dauerhafte Unterhalt und Erhalt der geschaffenen Einrichtungen, die durch die Verbandsgemeinden zu tragen und sicherzustellen sind. In beiden Verbandsgemeinden wird hierfür bisher in nicht unerheblichem Umfang auf Ehrenamtliche zurückgegriffen. Fraglich ist, ob dies dauerhaft gelingt, falls der „Hype“ um die Projekte nachlässt und die Engagierten sich nicht mehr einbringen. Zugleich stehen die notwendigen Ausgaben zur Pflege und zum Erhalt in Konkurrenz zu anderen freiwilligen Aufgaben der Kommunen.

Beschriebene Mehrwerte für die Ortsgemeinschaft durch das Crowdfunding-Projekt und die Kommunalverwaltung wie eine stärkere Identifikation und Vernetzung oder Folgeprojekte selbst – die nicht pekuniär bewertet werden können – führen bei den beteiligten Kommunalverwaltungen zu einer insgesamt sehr positiven Bewertung der Vorhaben. Gleichwohl sind in beiden Kommunen derzeit keine weiteren Crowdfunding-Projekte geplant.

Die im Rahmen des Crowdfunding-Projektes für eine Kommunalverwaltung eher ungewöhnliche, emotionale Ansprache der Bürgerinnen und Bürger kann zu einer veränderten, positiven Wahrnehmung der Verwaltung innerhalb der Bevölkerung beitragen. In beiden Verbandsgemeinden ist darüber hinaus erkennbar, dass die Vorhaben Aufmerksamkeit in der Bürgerschaft generiert haben und Katalysatoren für weitere Projekte waren. Als solche bieten sie Impulse und können Neugierde auf zukünftige Projekte wecken.

## Ergänzende methodische Hinweise

### Online-Befragung

Auf eine ergänzende analoge Befragung wurde verzichtet, um die verfügbaren Ressourcen optimal zu allokieren – insbesondere mit Blick auf die zweite Erhebungsphase.

Bei der Auswertung der quantitativen Befragung wurden die Ergebnisse der einzelnen Fragen in Diagrammen nach der prozentualen Häufigkeit der vorgegebenen Antwortmöglichkeiten dargestellt (siehe ab Seite 100). Auf detaillierte Antwortmöglichkeiten, die über den Auswahlpunkt „Offenes Antwortfeld“ eingegangen sind, wird an den entsprechenden Stellen nicht näher eingegangen.

### Leitfadeninterviews

Die Auswahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erfolgte gezielt anhand verschiedener Hierarchieebenen (Leitungs- und Sachbearbeitungsebene). Notwendiges Kriterium war die direkte Beteiligung an der Projektumsetzung. Insgesamt wurden elf Personen befragt. Davon neun Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus den beiden Verbandsgemeinden, eine Person lehnte ein Interview ab. Hinzu kam je eine Person der beiden projektbeteiligten Organisationen Ideenwald und Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz. Die Solllänge der Interviews wurde mit 45 Minuten festgelegt, auf Wunsch erhielten die Interviewpartnerinnen und Interviewpartner die Leitfäden vorab zur Kenntnis. Die Aufnahmen der Interviews wurden im Anschluss transkribiert und ausgewertet.

In diesem Zusammenhang gilt es für die Kommunalverwaltungen zu reflektieren, inwieweit sie selbst erneut als Projektinitiatorin aktiv werden wollen, oder ob sie zukünftig nicht eine weniger ressourcenintensive Akteursrolle einnehmen, beispielsweise als Schirmherrin eines Crowdfunding-Projektes eines lokalen Vereins. Auch sollten die Kommunalverwaltungen überlegen, inwieweit sie Crowdfunding gezielt als Instrument einsetzen können, um spezielle (und neue) Zielgruppen anzusprechen, die beispielsweise durch „klassische“ Spendensammlungen nicht adressiert werden. Der Einsatz von Crowdfunding im Kontext von informeller Bürgerbeteiligung könnte ebenfalls überlegt werden.

Ein entscheidender Faktor für die erfolgreiche Umsetzung eines Projektes im Rahmen von Crowdfunding ist, dass die Begeisterung für das Projekt bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Verwaltung selbst vorhanden ist und von diesen über persönliche Gespräche und Social Media nach außen transportiert wird. Ist das Team vom Projekt begeistert und erhält die notwendige Freiheit und Unterstützung durch die Verwaltungsspitze, steigt die Identifikation und damit auch die Verbundenheit zum Projekt. Indizien für eine stärkere Identifikation mit der Kommunalverwaltung als Dienstherrin durch ein solches Crowdfunding-Projekt konnten erkannt werden – selbst bei Beschäftigten, die nicht aktiv an der Umsetzung beteiligt sind. Für Kommunalverwaltungen könnte Crowdfunding somit auch ein Instrument zur Mitarbeitermotivation/-bindung sein.

Zugleich waren bei der Projektumsetzung auch solche Kompetenzen der Mitarbeitenden gefragt, die im „Verwaltungsalltag“ (noch) nicht prioritär erscheinen, aber für zukünftiges Verwaltungshandeln von größerer Bedeutung sein werden – beispielsweise agiles Arbeiten. Durch Crowdfunding-Projekte können zudem neues Wissen und neue Kompetenzen durch die Mitarbeitenden erworben und geübt werden.

Verwaltungsintern zeigte sich, dass Kommunen in Rheinland-Pfalz im Rahmen der bestehenden gesetzlichen Grundlagen, insbesondere in Bezug auf das Kommunalrecht und kommunale Haushaltsrecht, selbst Crowdfunding-Projekte initiieren und umsetzen können. Weder rechtliche noch verwaltungsorganisatorisch unüberwindbare Hürden stehen einem solchen Vorhaben im Wege.

## Literatur

Ackermann, Erik; Bürger, Robin; Rockel, Jens; et al. (2019): *Kommunales Crowdfunding im Freistaat Sachsen. Neue Wege in der Finanzierung kommunaler Projekte*. Leipzig: Fraunhofer IMW.

Davies, Rodrigo (2014): *Civic crowdfunding: participatory communities, entrepreneurs and the political economy of place*. Online verfügbar: [papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN\\_ID2440906\\_code2141490.pdf?abstractid=2434615&mirid=1](https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID2440906_code2141490.pdf?abstractid=2434615&mirid=1), Zugriff: 04.06.2023.

Griffiths, Hannah (2017): *Civic Crowdfunding. A guidebook for local authorities*. Future Cities Catapult.

Sterbenk, Simon (2019): *Kommunales Crowdfunding und Civic Crowdfunding: Städte, Gemeinden und kommunale Unternehmen als Betreiber von Crowdfunding-Plattformen*. Unveröffentlichte Masterarbeit.

Wenzlaff, Karsten (2020): *Civic Crowdfunding: Four Perspectives on the Definition of Civic Crowdfunding*. In: Shneor, Rotem; Zhao, Liang; Flaten, Bjorn-Tore (Hg.): *Advances in Crowdfunding. Research and Practice*. Cham: Palgrave Macmillan.

# Personen

Mit elf Personen wurden für die qualitative Auswertung des Projektes Interviews geführt. Simon Sterbenk vom Innovationslabor für die öffentliche Verwaltung an der Deutschen Universität für Ver-

waltungswissenschaften Speyer konzipierte und führte die Interviews. Die Aussagen der Interviewten sind anonymisiert (IP1 bis IP10). Ein Interview wurde gleichzeitig mit zwei Personen geführt.

## Kathrin Bürthel

Jahrgang 1981. Hat B.A. Travel Management an der University of Brighton in England studiert. Seit 2005 bei der Verbandsgemeinde Wolfstein (seit 2014 VG Lauterecken-Wolfstein) als Touristikfachkraft tätig, zuständig für eine Vielzahl von Themenbereichen, wie z. B. das Alte-Welt-Projekt, Koordination von Leistungsträgern, PR und Social Media und vieles andere. Das Projekt des Kommunalen Crowdfunding betreut sie von Anfang an.



## Herwart Dilly

Jahrgang 1958. Seit 2009 Stadtbürgermeister von Wolfstein. Das Projekt wurde von der Ideenfindung bis zur Ausführung von ihm begleitet. Dabei fand eine direkte, persönliche Zusammenarbeit mit der VG und den beteiligten Ortsbürgermeisterinnen und Ortsbürgermeistern statt. Bei der Installation der Anlagen war er stets dabei. Auch in den Nachfolgeprojekten ist er weiterhin eingebunden.

## Kathrin Fritz

Jahrgang 1991. Wirtschaftsförderin und Sachgebietsgruppenleiterin Digitalisierung, Projektmanagement und Tourismus, seit August 2021 bei der Verbandsgemeinde Lauterecken-Wolfstein.

Abschluss: Bankkauffrau, Betriebswirt, Bachelor in Business Administration, Master in Organisationsentwicklung. Mit theoretischem Vorwissen ins laufende Projekt eingestiegen. Rolle im Projekt: Weiterentwicklung des Erfolges und Initiierung aufbauender Projekte unter Einbeziehung der ortsansässigen Gemeinden.





### Carola Renate Ibrom

M. A., Jahrgang 1962. Hat BWL mit Schwerpunkt Touristik (FH) und Sozialwissenschaften studiert, war Geschäftsführerin in der Hotellerie und Touristik. Seit 1995 Leiterin der Tourist-Information der VG Otterbach-Otterberg. Studien zur Entwicklung von Tourist-Informationen in der Zukunft.

Das Projekt Crowdfunding wurde von ihr im Hinblick auf Marketingaspekte und kommunale Finanzierungsmöglichkeiten von Projekten federführend durchgeführt.



### Svenja Karch



Jahrgang 1991. Ist seit 7 Jahren bei der VG Lauterecken-Wolfstein beschäftigt, davon 3 Jahre als stv. Kassenverwalterin. Ihr ursprünglich erlernter Beruf ist Industriekauffrau. Durch einen Angestelltenlehrgang I erlangte sie im Jahr 2019 das Recht, die Berufsbezeichnung „Verwaltungsfachkraft“ zu tragen. Aktuell bildet sie sich zur Verwaltungsfachwirtin weiter (Angestelltenlehrgang II).

Zum Thema Crowdfunding hatte sie keine Vorkenntnisse. Im Projekt war sie für die Zahlungsabwicklung und das Ausstellen der Spendenbescheinigungen verantwortlich. Sie durfte auch eine „Gipfeltrauung“ begleiten.

### Volker Klemm

M. A., Jahrgang 1961. Hat Deutsch, Publizistik und Politikwissenschaft studiert. 30 Jahre war er Geschäftsführer einer Kommunikationsagentur. Seit 2019 ist er Projektleiter bei der Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz e. V. Dort betreut er Aufgaben im Bereich Kommunalentwicklung und Digitalisierung.

Das Projekt Kommunales Crowdfunding betreut er (fast) von Beginn an. Seine Aufgaben sind u. a. die Koordination der unterschiedlichen Akteurinnen und Akteure, die Kommunikation innerhalb des Projektes und gegenüber externen Partnerinnen und Partnern, die Projektdokumentation, Klärung von Fragen aller Art und allgemeine Aufgaben der Projektsteuerung.



## Bernhard Lorig

M. A., Jahrgang 1981. Arbeitet seit zehn Jahren als Gründungscoach beim Gründungsbüro der RPTU & Hochschule Kaiserslautern und begleitet Studierende und Mitarbeitende auf ihrem Weg von der groben Idee hin zum erfolgreichen Geschäftskonzept. Als zertifizierter Crowdfunding-Manager hat er das Ideenwald-Crowdfunding-Netzwerk initiiert, im Rahmen dessen die Gründungsbüros aus Rheinland-Pfalz und dem Saarland gemeinsam Crowdfunding als Instrument zur Realisierung kreativer Ideen in beiden Ländern etablierten. Im Rahmen des Projektes „Kommunales Crowdfunding RLP“ brachte er seine Expertise ein, um die Verbandsgemeinden dazu zu qualifizieren, erfolgreiche Kampagnen durchzuführen.



## Aline Mennig

Jahrgang 1992. Ist Mitarbeiterin der Verbandsgemeinde Otterbach-Otterberg. In dem Projektteam Kommunales Crowdfunding war sie von Anfang an involviert. Sie besuchte die Workshops, war die Ansprechpartnerin der VG für die anderen externen Beteiligten, kümmerte sich um den Aufbau der Startnext-Seite und die Werbung für das Projekt. Während des Projekts war sie Ansprechpartnerin für die Bürgerinnen und Bürger und kümmerte sich mit um die Umsetzung des erfolgreichen Crowdfunding-Projekts.

## Max Rosentreter

Jahrgang 1996. Seit mehr als sieben Jahre im Dienst der Verbandsgemeinde(-kasse), ausgebildeter Verwaltungsfachwirt und derzeit eingesetzt als Kassenverwalter und verantwortlich für die spendenrechtliche Beurteilung und Abwicklung des Crowdfunding-Projekts.



## Christian Sauer

Jahrgang 1975. Büroleiter der Verbandsgemeinde Lauterecken-Wolfstein, zu Beginn des CF-Projekts Leiter des Fachbereichs Zentrale Dienste. Seit 27 Jahren im Dienst der Verbandsgemeinde, Abschluss: Dipl.-Verwaltungswirt (FH), verheiratet, mit viel Neugier ins CF-Projekt gestartet. Rolle im CF-Projekt in der Zeit als Fachbereichsleiter: Abstimmung der rechtlichen und organisatorischen Rahmenbedingungen.



## Simon Sterbenk



M. A., Jahrgang 1984. Begleitete als Wissenschaftlicher Mitarbeiter im Innovationslabor für die öffentliche Verwaltung an der Deutschen Universität für Verwaltungswissenschaften Speyer das Projekt Kommunales Crowdfunding von Januar bis Dezember 2022. Die wissenschaftliche Begleitung umfasste u. a. die Konzeptionierung, Durchführung und Auswertung zweier Befragungen (online) in beiden Verbandsgemeinden und von zahlreichen Leitfadeninterviews mit Projektbeteiligten. Der Verwaltungs- und Politikwissenschaftler wirkt heute als Digitalisierungsbeauftragter in der Verbandsgemeinde Jockgrim in Rheinland-Pfalz. Digitale Transformation der (Kommunal-)Verwaltung, Verwaltungsinnovation, Bürgerbeteiligung und Civic Crowdfunding sind seine besonderen Interessen.

tion, Bürgerbeteiligung und Civic Crowdfunding sind seine besonderen Interessen.

## Harald Westrich

Jahrgang 1963. Hat an der Fachhochschule für öffentliche Verwaltung im Fachbereich Polizei studiert und ist damit Diplom-Verwaltungswirt. Er war 27 Jahre bei der Polizei in verschiedenen Funktionen tätig. Zuletzt war er als Erster Polizeihauptkommissar der Leiter der Führungs- und Lagezentrale des Polizeipräsidiums Westpfalz. Von 2010 bis 2014 war er Bürgermeister der Verbandsgemeinde Otterbach. Seit 2014 ist er der Bürgermeister der fusionierten Verbandsgemeinde Otterbach-Otterberg.



## Kommunales Crowdfunding-Projekt (CF-Projekt)

# Heute ein König!

## Verbandsgemeinde Lauterecken-Wolfstein

### Ergebnisse der Online-Befragung (Deskriptive Statistik)



### Zur Befragung und Methodik

**Art der Befragung:** Online-Umfrage

**Laufzeit:** 2. bis 16. Februar 2022 (14 Tage)

**Teilnahmemöglichkeit:** alle Personen,  
die Link erhalten

Zielgruppen waren alle 18.004 Einwohnerinnen und Einwohner (Stand: 31. Dez. 2020) der Verbandsgemeinde (VG) Lauterecken-Wolfstein, die 160 Spenderinnen und Spender über Startnext, die sechs Spenderinnen und Spender über die Gemeindekasse sowie Personen, die sich durch persönliches Engagement im Projekt einbrachten.

Die Veröffentlichung und Einladung zur Teilnahme erfolgte im Amtsblatt der VG Lauterecken-Wolfstein, über Facebook-Posts von der VG Lauterecken-Wolfstein, über ein Mailing der VG an alle Spenderinnen und Spender, an die Ortsverwaltungen, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der VG-Verwaltung und den Vereinsverteiler sowie durch den Versand einer Pressemitteilung.

Als Anreiz gab es eine Verlosung von vier 50-Euro-Gutscheinen für den Einkauf bei regionalen Anbietern unter den Teilnehmerinnen und Teilnehmern.

159 Personen haben den Fragebogen aufgerufen und begonnen, ihn auszufüllen. 130 Personen davon haben den Fragebogen vollständig ausgefüllt. Von diesen 130 Personen haben sieben Personen im Fragebogen angegeben, dass sie in diesem erstmals vom CF-Projekt hören.

Aufgrund dieser Angabe erfolgte im Fragebogen die direkte Weiterleitung zur Abfrage der soziodemografischen Merkmale, die Personen konnten keine inhaltlichen Angaben machen. Die sieben Personen (fünf davon haben die VG Lauterecken-Wolfstein als Wohnort angegeben) werden, trotz eines (formal) „vollständigen“ Datensatzes aufgrund der fehlenden inhaltlichen Angaben ausgeschlossen.

123 Datensätze wurden schließlich ausgewertet.

## Kommunales Crowdfunding-Projekt (CF-Projekt)

# Solarkühlschrank – Spontan die Natur genießen

## Verbandsgemeinde Otterbach-Otterberg

### Ergebnisse der Online-Befragung (Deskriptive Statistik)



### Zur Befragung und Methodik

**Art der Befragung:** Online-Umfrage

**Laufzeit:** 10. bis 24. März 2022 (14 Tage)

**Teilnahmemöglichkeit:** alle Personen,  
die Link erhalten

Zielgruppen waren alle 18.748 Einwohnerinnen und Einwohner (Stand: 31. Dez. 2020) der Verbandsgemeinde (VG) Otterbach-Otterberg, die 75 Spenderinnen und Spender über Startnext, die zwölf Spenderinnen und Spender über die Gemeindekasse sowie Personen, die sich durch persönliches Engagement im Projekt einbrachten.

Die Veröffentlichung und Einladung zur Teilnahme erfolgte im Amtsblatt der VG Otterbach-Otterberg, über Facebook-Posts der VG, ein Mailing an alle Spenderinnen und Spender, an die Ortsverwaltungen, den Vereinsverteiler sowie durch den Versand einer Pressemitteilung und Videonachrichten auf Youtube.

Als Anreiz gab es eine Verlosung von vier 50-Euro-Gutscheinen für den Einkauf bei regionalen Anbietern unter den Teilnehmerinnen und Teilnehmern.

152 Personen haben den Fragebogen aufgerufen und begonnen, ihn auszufüllen. 113 Personen davon haben den Fragebogen vollständig ausgefüllt. Von diesen 113 Personen haben drei Personen im Fragebogen angegeben, dass sie in diesem erstmals vom CF-Projekt hören.

Aufgrund dieser Angabe erfolgte im Fragebogen die direkte Weiterleitung zur Abfrage der soziodemografischen Merkmale, die Personen konnten keine inhaltlichen Angaben machen. Die drei Personen (eine davon hat die VG Otterbach-Otterberg als Wohnort angegeben) werden, trotz eines (formal) „vollständigen“ Datensatzes aufgrund der fehlenden inhaltlichen Angaben ausgeschlossen.

110 Datensätze wurden schließlich ausgewertet.

## Soziodemografische Merkmale der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Knapp 60 Prozent der Teilnehmerinnen und Teilnehmer waren männlich, knapp 40 Prozent weiblich, der Rest machte keine Angaben. Die Mehrzahl (ca. 79 Prozent) gab an, verheiratet zu sein oder in einer Lebenspartnerschaft zu leben, 9 Prozent waren ledig, 5 Prozent geschieden und 3 Prozent verwitwet.

Die meisten Teilnehmerinnen und Teilnehmer waren älter als 30 Jahre und im Erwerbsalter.

Bei den Berufen sind die Angestellten (48 Prozent) vor den Rentnerinnen und Rentnern (26 Prozent)

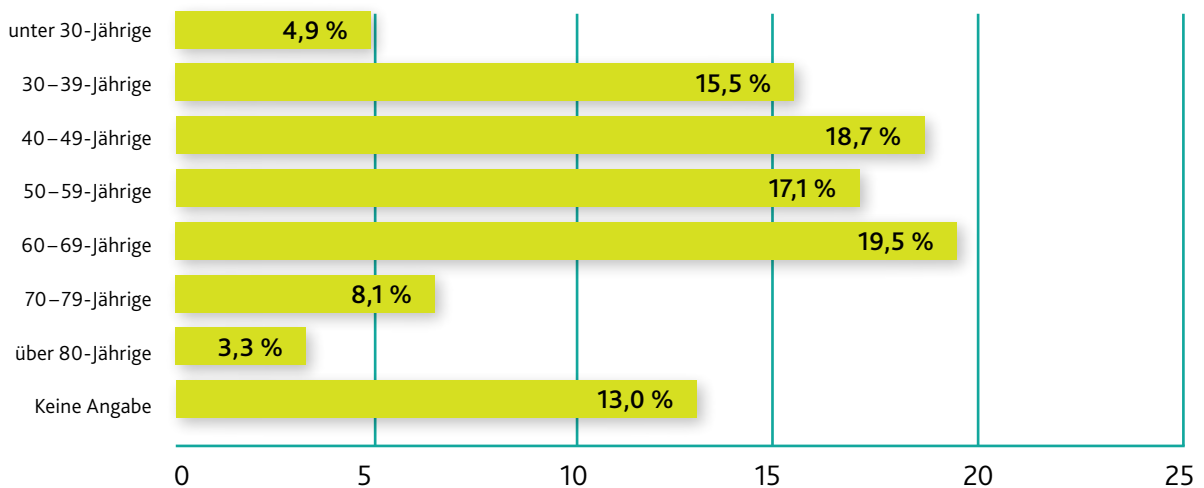
am stärksten vertreten, während Schülerinnen und Schüler sowie Auszubildende fehlen.

Die Einkommensverteilung ist recht gleichmäßig, allerdings machten 40 Prozent der Befragten keine Angaben.

Im Schnitt wurden über Startnext 32,04 Euro gespendet.

61 Prozent der Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Umfrage haben sich mit Geldspenden am Projekt beteiligt.

## Alter der Teilnehmenden



Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer (123 TN)

## Soziodemografische Merkmale der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

51 Prozent der Teilnehmerinnen und Teilnehmer waren weiblich, 45 Prozent männlich, der Rest machte keine Angaben. Die Mehrzahl (ca. 71 Prozent) gab an, verheiratet zu sein oder in einer Lebenspartnerschaft zu leben, 19 Prozent waren ledig, knapp 3 Prozent geschieden und 1 Prozent verwitwet.

Die meisten Teilnehmerinnen und Teilnehmer waren älter als 30 Jahre und im Erwerbsalter.

Bei den Berufen sind die Angestellten (58 Prozent) vor den Rentnerinnen und Rentnern (15 Prozent)

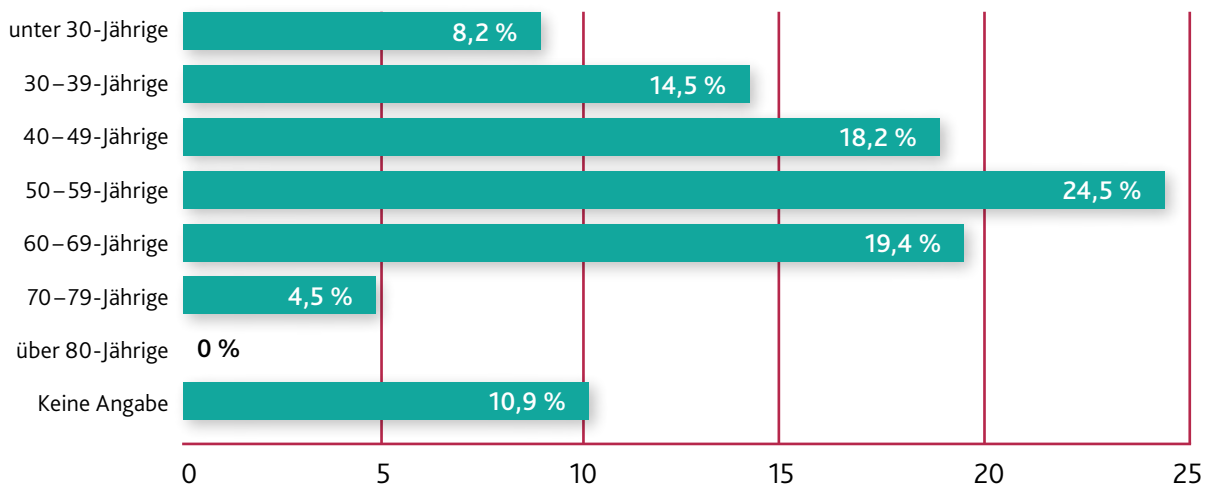
am stärksten vertreten, während Schülerinnen und Schüler sowie Auszubildende fehlen.

Die Einkommensverteilung ist recht gleichmäßig, allerdings machten 45 Prozent der Befragten keine Angaben.

Im Schnitt wurden über Startnext 59,92 Euro gespendet.

41 Prozent der Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Umfrage haben sich mit Geldspenden am Projekt beteiligt.

## Alter der Teilnehmenden



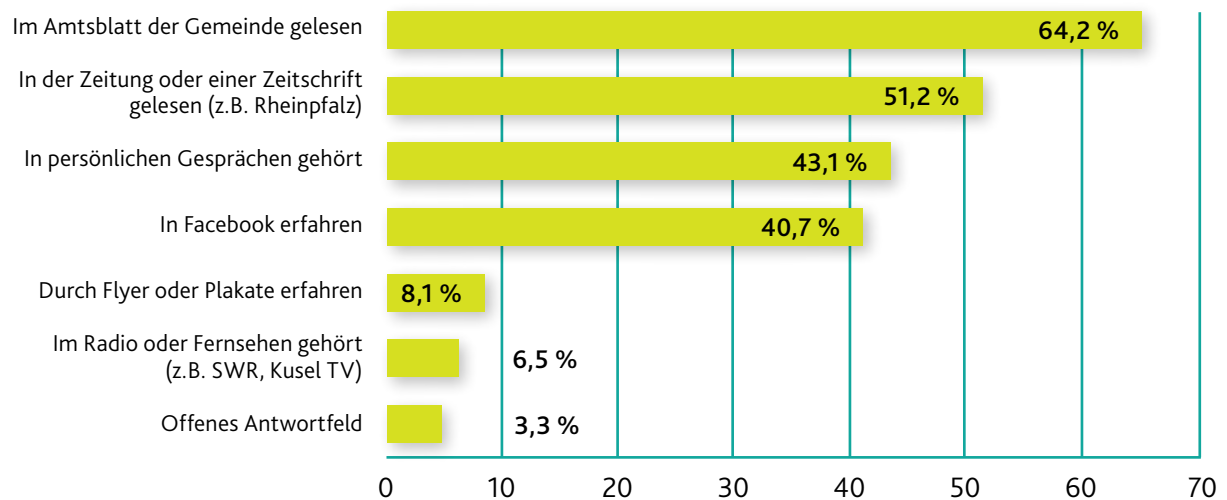
Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer (110 TN)

## Wie erfuhren die Teilnehmerinnen und Teilnehmer vom Crowdfunding-Projekt?

Bei der Frage, wie man vom Projekt erfahren hat, war Mehrfachnennung möglich. Hier zeigt sich eine breit gestreute Verteilung der Informationswege. Dies spiegelt wider, wie die Verbandsgemeinde informiert hat und spricht für den Erfolg deren Konzeptes.

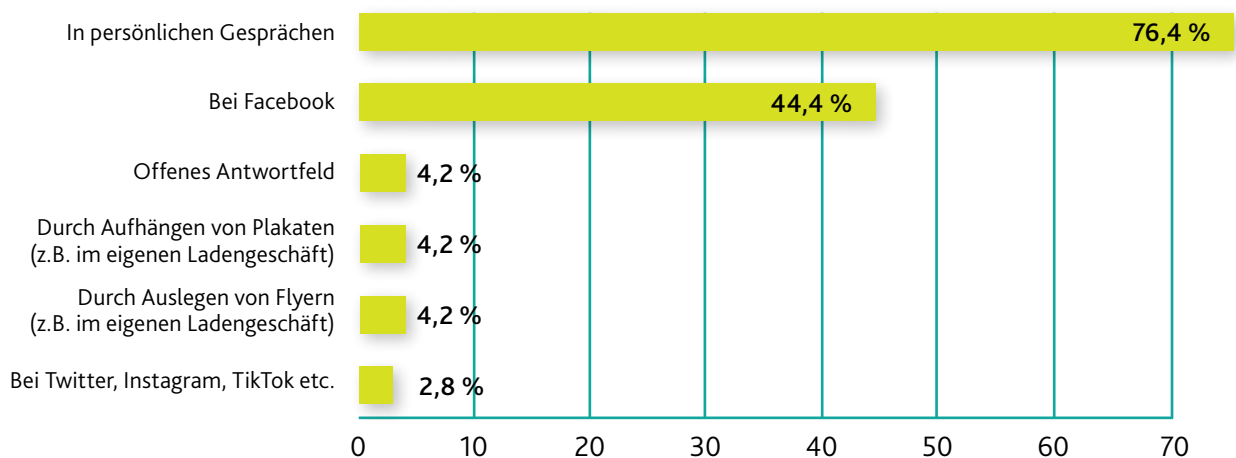
Spiegelbildlich wurde auch danach gefragt, ob und gegebenenfalls wie die Beteiligten selbst für das Projekt geworben haben. Hierbei überwiegen persönliche Kontakte und Social Media.

## Wie wurde über das Crowdfunding-Projekt informiert?



(Medien-)Kanäle, wie die Kenntnis vom CF-Projekt erfolgte (Mehrfachnennung, 123 TN)

## Wie wurde für das Crowdfunding-Projekt geworben?



(Medien-)Kanäle, wie Teilnehmerinnen und Teilnehmer für das CF-Projekt warben (Mehrfachnennung, 123 TN)

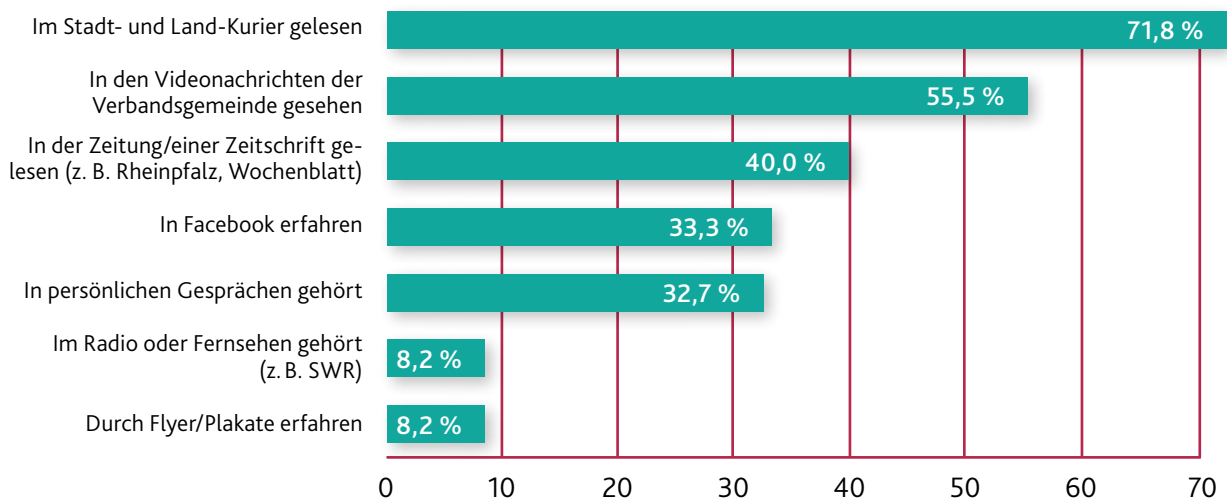


## Wie erfuhren die Teilnehmerinnen und Teilnehmer vom Crowdfunding-Projekt?

Bei der Frage, wie man vom Projekt erfahren hat, war Mehrfachnennung möglich. Hier zeigt sich eine breit gestreute Verteilung der Informationswege. Dies spiegelt wider, wie die die Verbandsgemeinde informiert hat und spricht für den Erfolg deren Konzeptes.

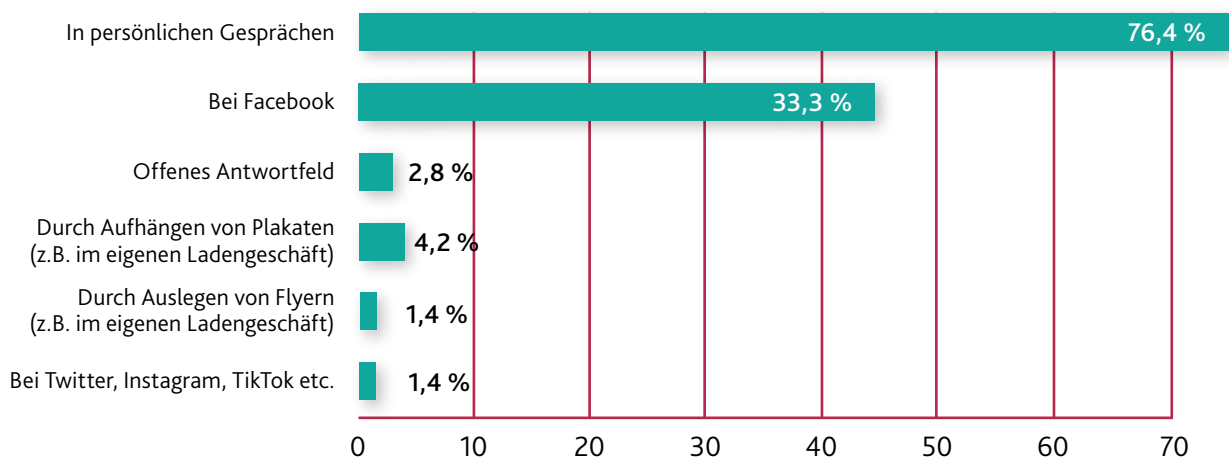
Spiegelbildlich wurde auch danach gefragt, ob und gegebenenfalls wie die Beteiligten selbst für das Projekt geworben haben. Hierbei überwiegen persönliche Kontakte und Social Media.

## Wie wurde über das Crowdfunding-Projekt informiert?



(Medien-)Kanäle, wie die Kenntnis vom CF-Projekt erfolgte (Mehrfachnennung, 110 TN)

## Wie wurde für das Crowdfunding-Projekt geworben?



(Medien-)Kanäle, wie Teilnehmerinnen und Teilnehmer für das CF-Projekt warben (Mehrfachnennung, 110 TN)

## Beteiligung – wie, warum und warum nicht

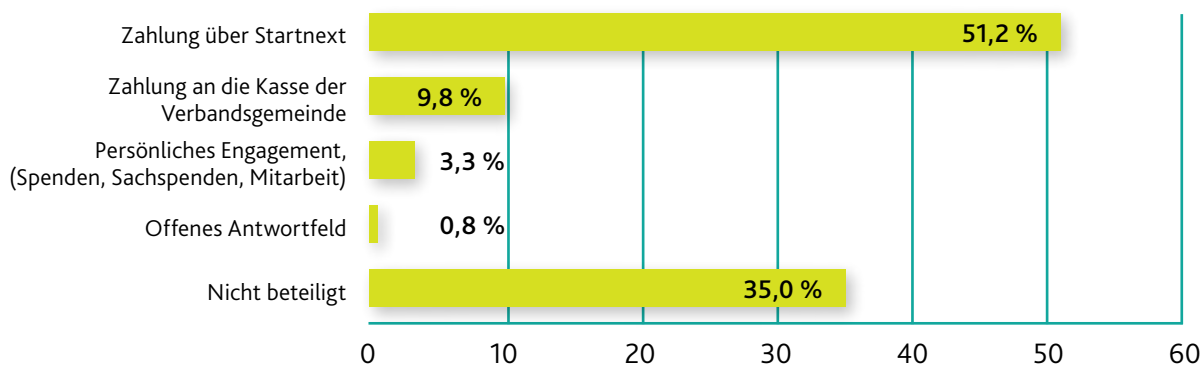
Die Gründe für die Beteiligung am Projekt sind vielfältig und mitunter sehr persönlich, wie die folgenden Antworten aus dem offenen Antwortfeld zeigen.

Aber auch Kindheitserinnerungen zum Beispiel mit der eigenen Oma spielten eine Rolle oder der Wunsch, den zehnten Hochzeitstag mit einer schönen Feier am Thron zu feiern.

Häufig war das Motiv, den Tourismus in der Verbandsgemeinde zu verbessern. Der Wunsch, die eigene Region attraktiv gestaltet zu wissen, wurde ebenso genannt, wie das Ziel, den Königsberg attraktiv für Wanderer aus nah und fern zu halten.

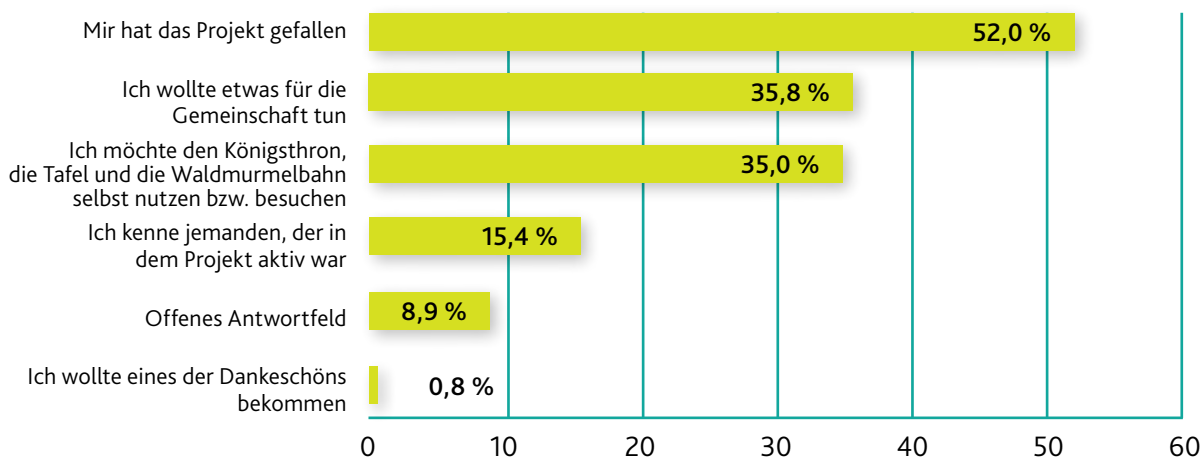
Die Antworten zeigen insgesamt: Wenn die Bürgerinnen und Bürger eingebunden werden, werden Aktionen mehr wertgeschätzt und beachtet.

## Art der Beteiligung am CF-Projekt



Art der Beteiligung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer am CF-Projekt (123 TN)

## Gründe für die Beteiligung am CF-Projekt



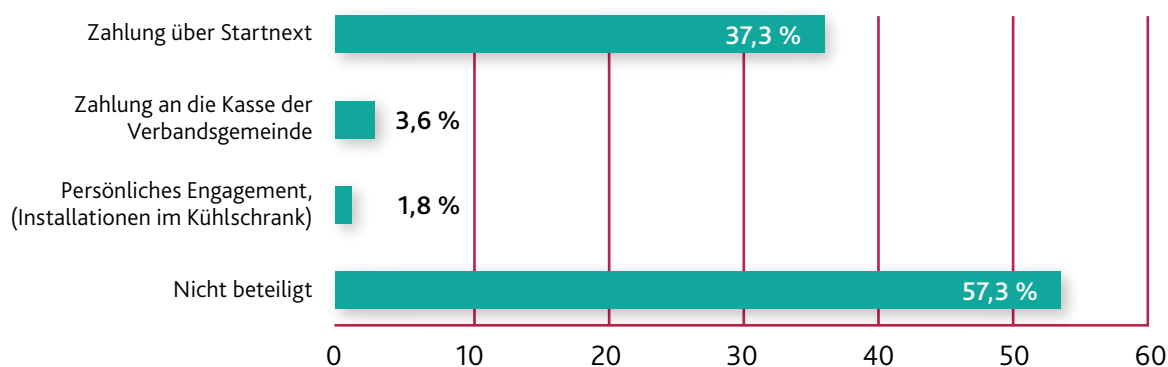
Gründe der Teilnehmerinnen und Teilnehmer für die Beteiligung am CF-Projekt (Mehrfachnennung, max. drei Gründe, 123 TN)

## Beteiligung – wie, warum und warum nicht

Die Gründe für die Beteiligung am Projekt sind in der VG Otterbach-Otterberg vielfältig.

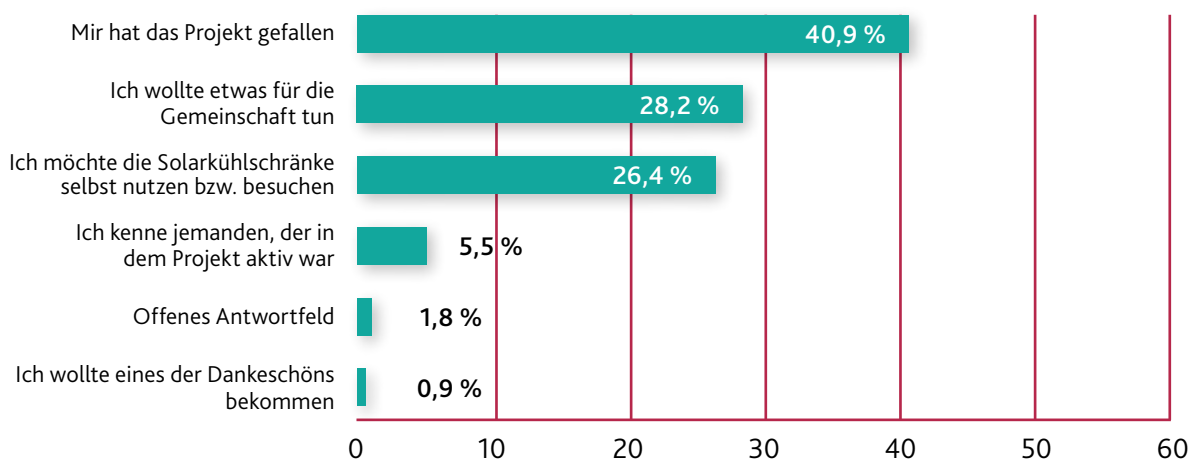
Insgesamt gab es nur zwei Freifeldantworten und damit deutlich weniger als im Parallelprojekt in Lauterecken-Wolfstein: Das Projekt habe persönlich gefallen und passe zur eigenen Geschäftsidee (nicht näher benannt).

## Art der Beteiligung am CF-Projekt



Art der Beteiligung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer am CF-Projekt (110 TN)

## Gründe für die Beteiligung am CF-Projekt



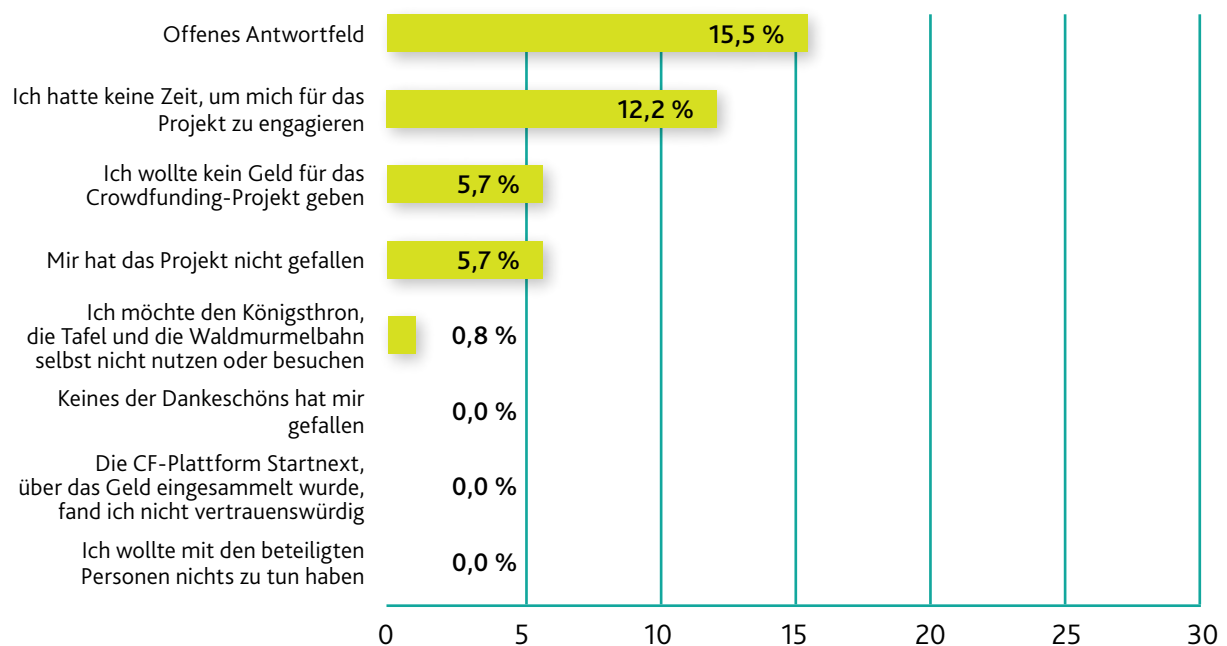
Gründe der Teilnehmerinnen und Teilnehmer für die Beteiligung am CF-Projekt (Mehrfachnennung, max. drei Gründe, 110 TN)

Die Gründe, sich nicht zu beteiligen, waren ebenfalls unterschiedlich. Sehr häufig wurden „technische“ Gründe im offenen Antwortfeld genannt: Man hat den Termin zu spät erfahren oder ihn verpasst, vergessen, zu spenden usw. Fragen nach Folgeproblemen wie der Pflege der Anlagen wurden ebenso ins Feld geführt wie eine wahrgenommene Vielfalt ähnlicher Sammelaktionen; es gebe

schon genug Fördervereine, die die Kommunen unterstützen.

Der touristische Mehrwert des Projekts sei eher begrenzt. Eine ordentliche Beschilderung bestehender Mountainbikerouten oder Wanderwege wäre deutlich sinnvoller.

## Gründe, sich nicht am CF-Projekt zu beteiligen

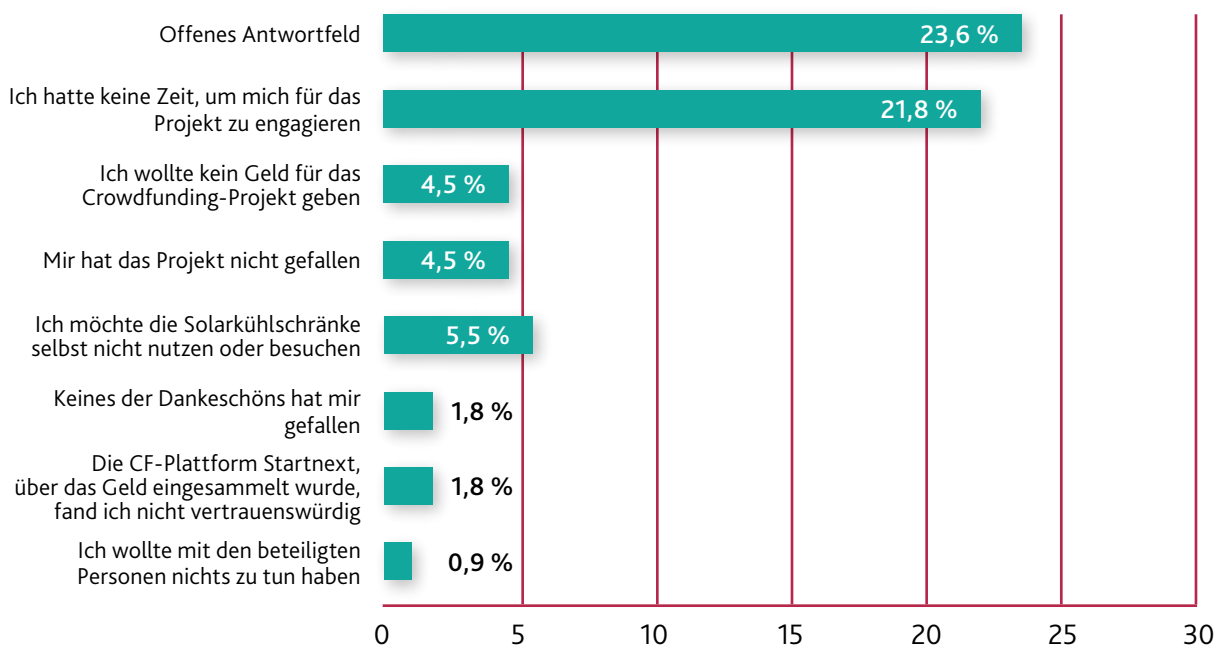


Gründe der Teilnehmerinnen und Teilnehmer für keine Beteiligung am CF-Projekt (Mehrfachnennung, max. drei Gründe, 123 TN)

Die Gründe, sich nicht zu beteiligen, waren unterschiedlich. Häufig wurden „technische“ Gründe genannt: Man hat den Termin zu spät erfahren oder ihn verpasst, vergessen, zu spenden usw. Oft wurden persönliche finanzielle Gründe genannt. Ebenfalls häufig wurde genannt, man habe nicht oder zu spät vom Projekt erfahren, werde sich aber künftig beteiligen.

Mitunter wurde auch das Ziel des CF-Projektes abgelehnt.

## Gründe, sich nicht am CF-Projekt zu beteiligen



Gründe der Teilnehmerinnen und Teilnehmer für keine Beteiligung am CF-Projekt (Mehrfachnennung, max. drei Gründe, 110 TN)

## Kontakte mit anderen Projektbeteiligten

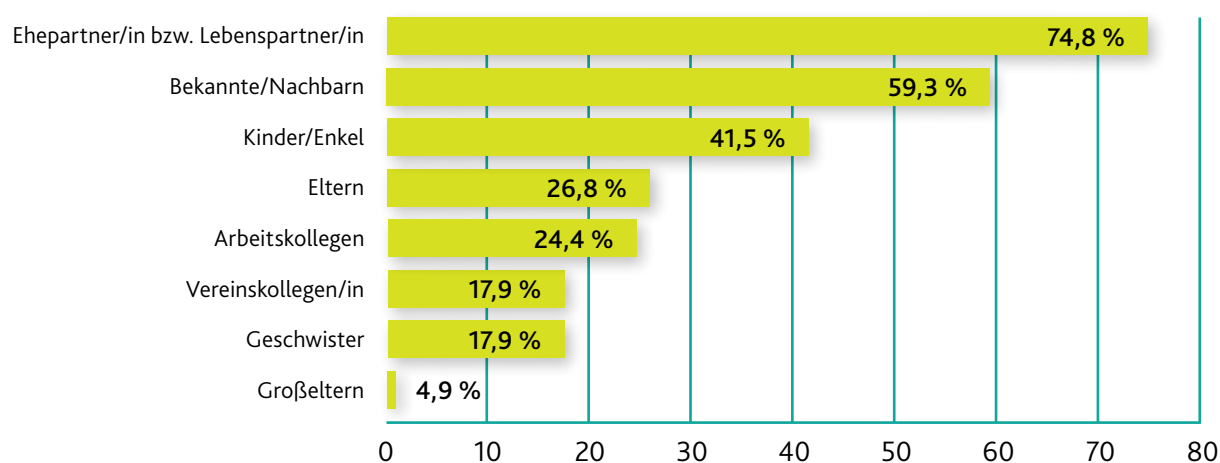
In der Umfrage wurde in einem Schwerpunkt danach gefragt, wie denn die Kommunikation innerhalb der Bevölkerung über das Projekt war.

Dabei zeigt sich, dass die Kontakte innerhalb der „Projekt-Community“ eher traditionellen Kommunikationswegen folgen. Es sind die Personen aus dem vertrauten Lebensumfeld, mit denen

über das Projekt gesprochen wird: die (Ehe-)Partner, die Familie, die Nachbarschaft oder der Kreis der Kolleginnen und Kollegen.

Selten ist es hingegen, dass andere, bisher fremde Personen kennengelernt wurden. Lediglich 14 Prozent gaben dies an.

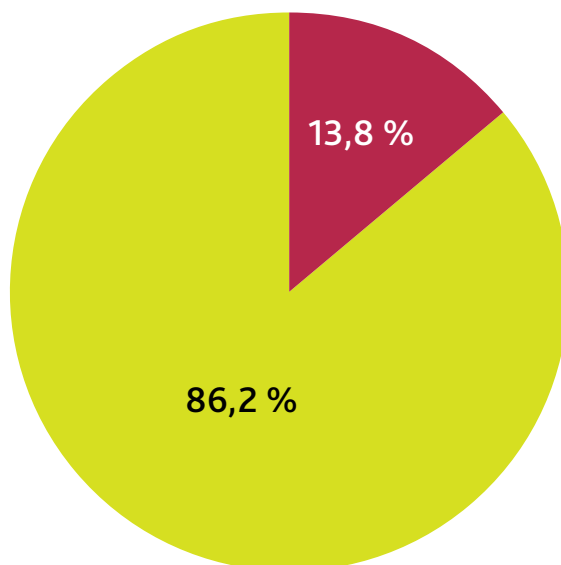
## Austausch über das CF-Projekt



Personen, mit denen Teilnehmerinnen und Teilnehmer über das CF-Projekt sprachen (Mehrfachnennung, 123 TN)

## Kennenlernen neuer Personen

- Ja
- Nein



Neue Bekanntschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer durch das CF-Projekt (123 TN)

## Kontakte mit anderen Projektbeteiligten

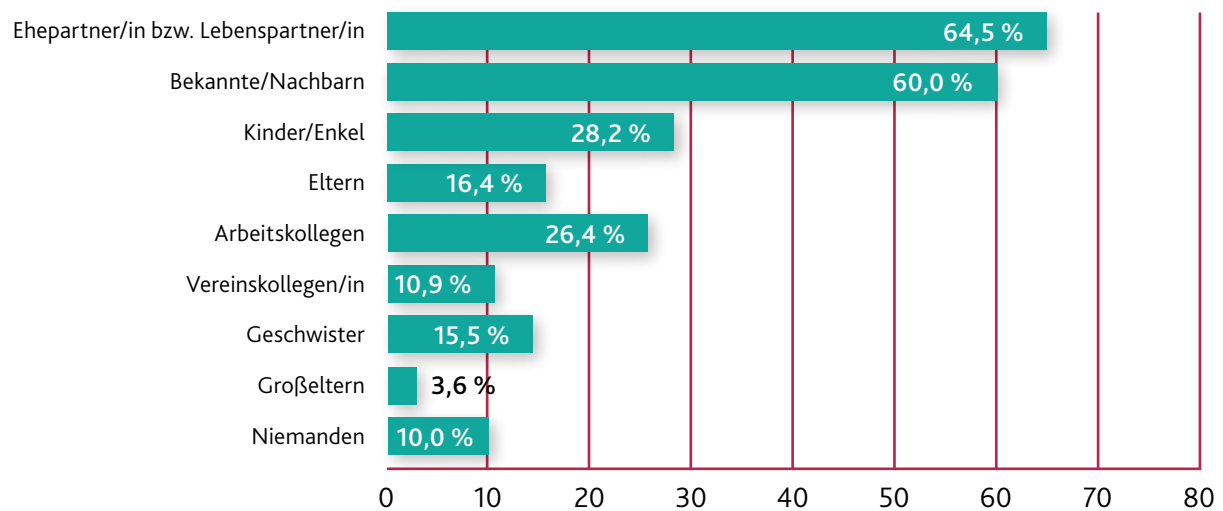
In der Umfrage wurde in einem Schwerpunkt danach gefragt, wie denn die Kommunikation innerhalb der Bevölkerung über das Projekt war.

Dabei zeigt sich, dass die Kontakte innerhalb der „Projekt-Community“ eher traditionellen Kommunikationswegen folgen. Es sind die Personen aus dem vertrauten Lebensumfeld, mit denen

über das Projekt gesprochen wird: die (Ehe-)Partner, die Familie, die Nachbarschaft oder der Kreis der Kolleginnen und Kollegen.

Sehr selten wurden über das Projekt bislang fremde Personen kennengelernt. Nur knapp elf Prozent gaben dies an.

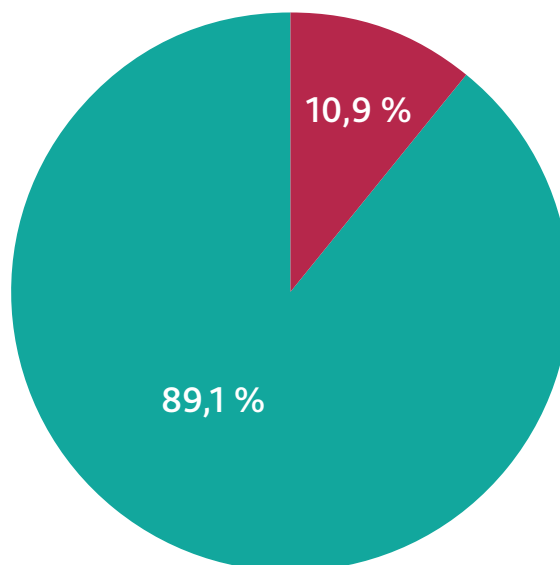
## Austausch über das CF-Projekt



Personen, mit denen Teilnehmerinnen und Teilnehmer über das CF-Projekt sprachen (Mehrfachnennung, 110 TN)

## Kennenlernen neuer Personen

- Ja
- Nein



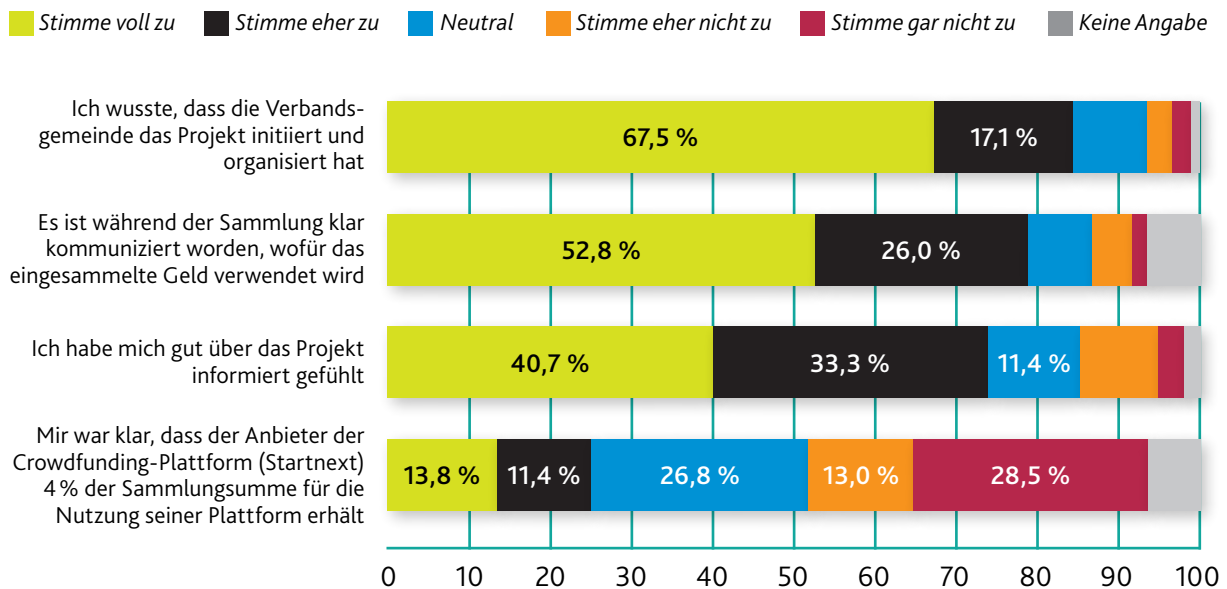
Neue Bekanntschaften der Teilnehmerinnen und Teilnehmer durch das CF-Projekt (110 TN)

## Bewertung der Kommunikation und des Crowdfunding-Projektes

Die Bewertung des Crowdfunding-Projektes fällt insgesamt sehr positiv aus. Insbesondere die Kommunikation des Projektes kommt gut weg. Die Menschen fühlen sich rundum gut informiert.

Allerdings war einer größeren Gruppe der Spenderinnen und Spender (41 Prozent) nicht (vollständig) bewusst, dass Startnext in der Regel vier Prozent der Spendensumme erhält.

## Kommunikation des CF-Projektes



Bewertung der Kommunikation und Informationsbereitstellung rund um das CF-Projekt  
(Werte unter 10 Prozent nicht beschriftet, 123 TN)

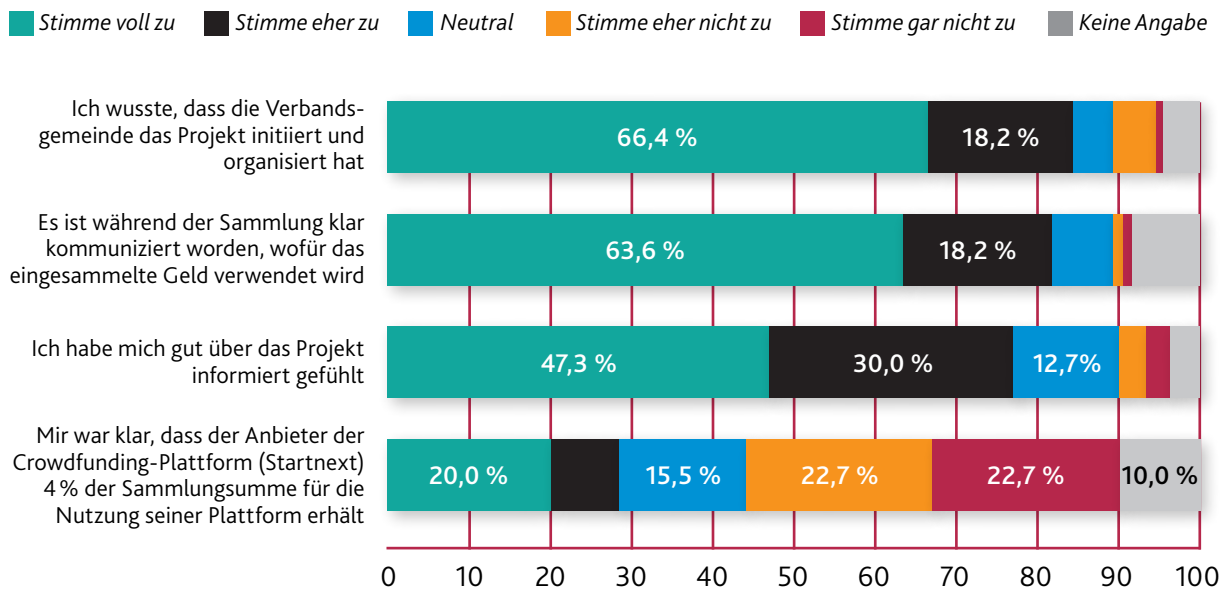


## Bewertung der Kommunikation und des Crowdfunding-Projektes

Die Bewertung des Crowdfunding-Projektes fällt insgesamt sehr positiv aus. Insbesondere die Kommunikation des Projektes kommt gut weg. Die Menschen fühlen sich rundum gut informiert.

Allerdings war einer größeren Gruppe der Spenderinnen und Spender (45 Prozent) nicht (vollständig) bewusst, dass Startnext in der Regel vier Prozent der Spendensumme erhält.

## Kommunikation des CF-Projektes



Bewertung der Kommunikation und Informationsbereitstellung rund um das CF-Projekt  
(Werte unter 10 Prozent nicht beschriftet, 110 TN)

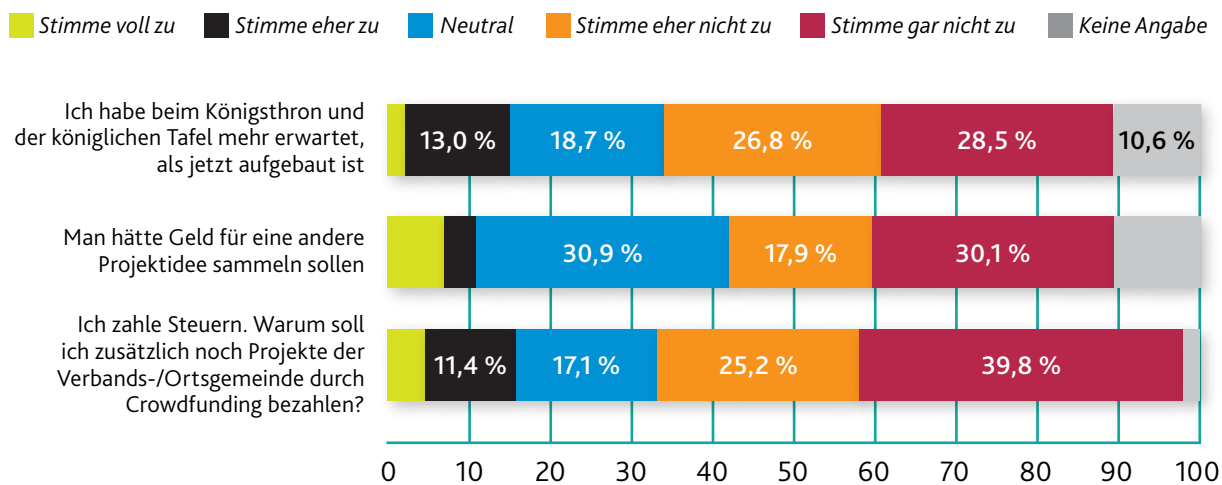
Auch die Projektidee selbst findet ganz überwiegend Zustimmung. Nur eine Minderheit findet die Projektidee nicht oder weniger unterstützenswert. Ein Ergebnis, dass angesichts der Zusammensetzung des Personenkreises, der sich an der Umfrage beteiligt hat, nicht überraschen kann.

Eher zu erwarten gewesen wäre der Einwand, dass man ja schließlich Steuern zahle und deshalb

Crowdfunding ablehne. Dies äußerte aber nur eine Minderheit von rund 15 Prozent. Stimmen, die auch außerhalb der Befragung eher selten vernehmlich waren.

Die Effekte des Projektes auf die Gemeinschaft, die gesellschaftliche Wirkung, wird von der Mehrheit eher als positiv, in der Wirkung aber als gering angesehen.

## Bewertung des CF-Projektes



Bewertung des CF-Projektes (Werte unter 10 Prozent nicht beschriftet, 123 TN)

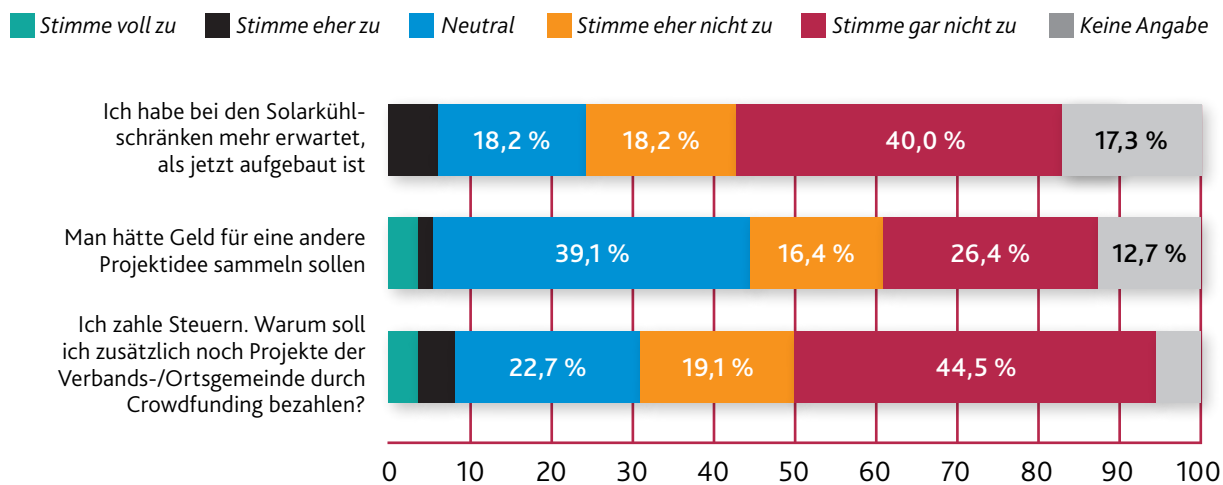
Auch die Projektidee selbst findet ganz überwiegend Zustimmung. Nur eine Minderheit findet die Projektidee nicht oder weniger unterstützenswert. Ein Ergebnis, dass angesichts der Zusammensetzung des Personenkreises, der sich an der Umfrage beteiligt hat, nicht überraschen kann.

Eher zu erwarten gewesen wäre der Einwand, dass man ja schließlich Steuern zahle und deshalb

Crowdfunding ablehne. Dies äußerte aber nur eine Minderheit von weniger als zehn Prozent.

Die Effekte des Projektes auf die Gemeinschaft, die gesellschaftliche Wirkung, wird von der Mehrheit eher als positiv, in der Wirkung aber als gering angesehen.

## Bewertung des CF-Projektes



Bewertung des CF-Projektes (Werte unter 10 Prozent nicht beschriftet, 110 TN)

## Werden weitere Projekte gewünscht?

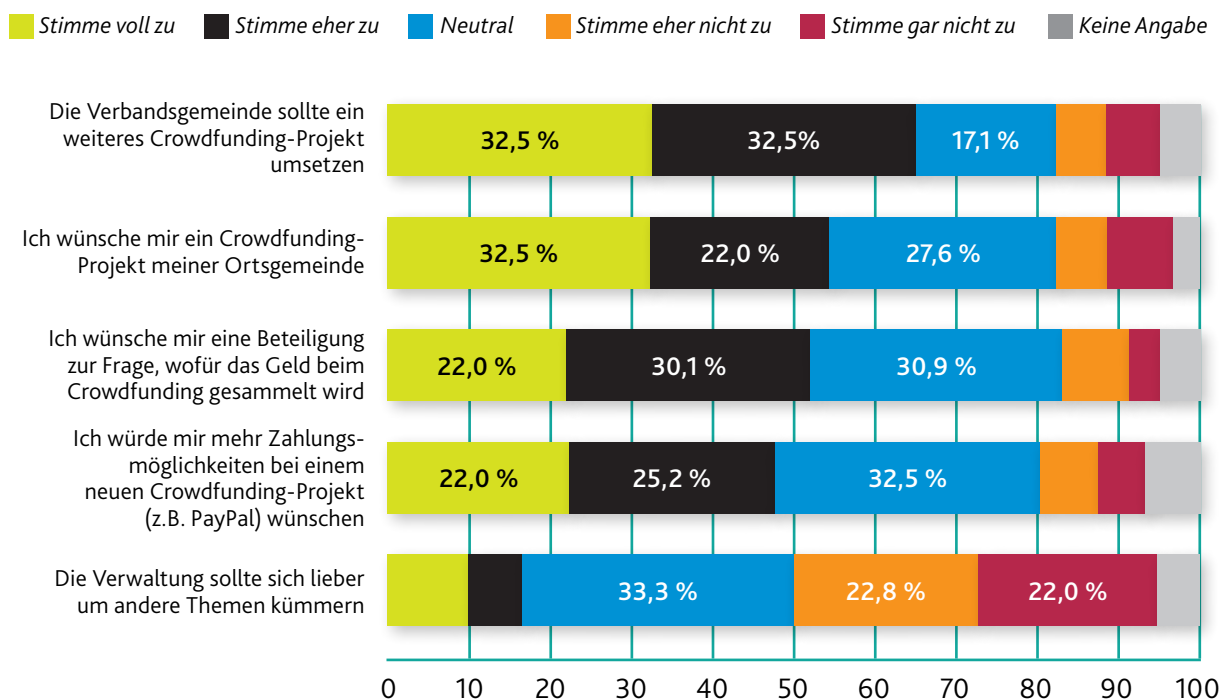
Eine Mehrheit wünscht sich weitere Projekte – sowohl in der Verbandsgemeinde (ca. 65 Prozent) als auch in der Ortsgemeinde (ca. 55 Prozent). Ablehnend äußert sich nur eine Minderheit von rund 15 Prozent, wie die Kontrollfrage „Die Verwaltung sollte sich lieber um andere Themen kümmern“ zeigt.

In der Umfrage konnten über Freitextfelder Vorschläge zu künftigen Projekten gemacht werden. Von dieser Möglichkeit machten in Lauterecken-Wolfstein 64 Personen mit einem oder mehreren Vorschlägen Gebrauch. Schwerpunkte waren

dabei die Themen Rad- und Wanderwege (Ausbau und Pflege, Beschilderung, Solarkühlschränke u. ä.), weitere Freizeitangebote für verschiedene Altersgruppen (Rast- und Spielplätze, Boulebahnen, Cafés und Waldkegelbahnen) sowie in kleinerer Zahl Naturschutzprojekte zum Tier- und Pflanzenschutz sowie Vorschläge für Veranstaltungen unterschiedlicher Art.

Die ganz überwiegende Mehrzahl der Vorschläge war erkennbar ernst gemeint und orientierte sich in Art und Umfang am umgesetzten CF-Projekt.

## Wunsch nach weiteren CF-Projekten



Bewertung von Wunsch nach/für weitere CF-Projekte (Werte unter 10 Prozent nicht beschriftet, 123 TN)

## Werden weitere Projekte gewünscht?

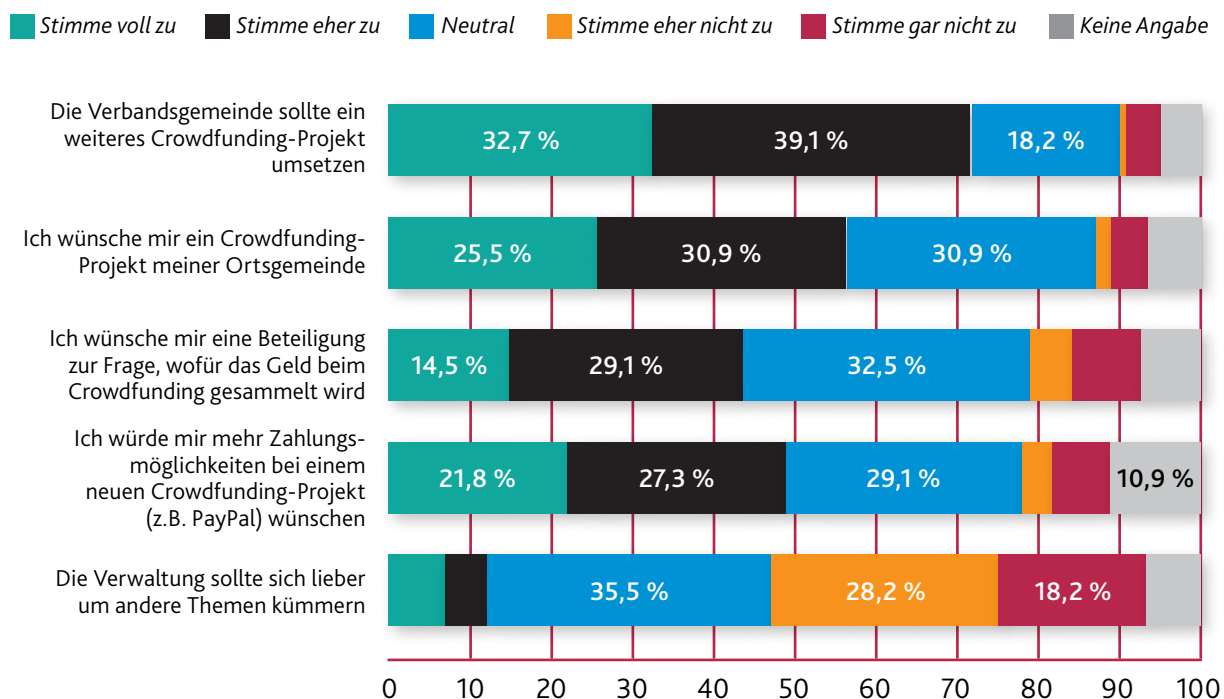
Eine Mehrheit wünscht sich weitere Projekte – sowohl in der Verbandsgemeinde (ca. 72 Prozent) als auch in der Ortsgemeinde (ca. 56 Prozent). Ablehnend äußert sich nur eine Minderheit von rund elf Prozent, wie die Kontrollfrage „Die Verwaltung sollte sich lieber um andere Themen kümmern“ zeigt.

In der Umfrage konnten über Freitextfelder Vorschläge zu künftigen Projekten gemacht werden. Von dieser Möglichkeit machten in Otterbach-Otterberg 51 Personen mit einem oder mehreren

Vorschlägen Gebrauch. Schwerpunkte waren dabei die Themen Verkehr/Radwege (Ausbau von Ladestationen, mehr Radwege, Rastmöglichkeiten u. ä.), weitere Freizeitangebote für verschiedene Altersgruppen (Rast- und Spielplätze, 3D-Bogenschieß-Parcours etc.), Mehrgenerationenprojekte sowie Wander-, Naturschutz- und Kulturprojekte unterschiedlichster Art.

Die ganz überwiegende Mehrzahl der Vorschläge war erkennbar ernst gemeint und orientierte sich in Art und Umfang am umgesetzten CF-Projekt.

## Wunsch nach weiteren CF-Projekten



Bewertung von Wunsch nach/für weitere CF-Projekte (Werte unter 10 Prozent nicht beschriftet, 110 TN)

## Mobilisierungseffekt für ehrenamtliches Engagement?

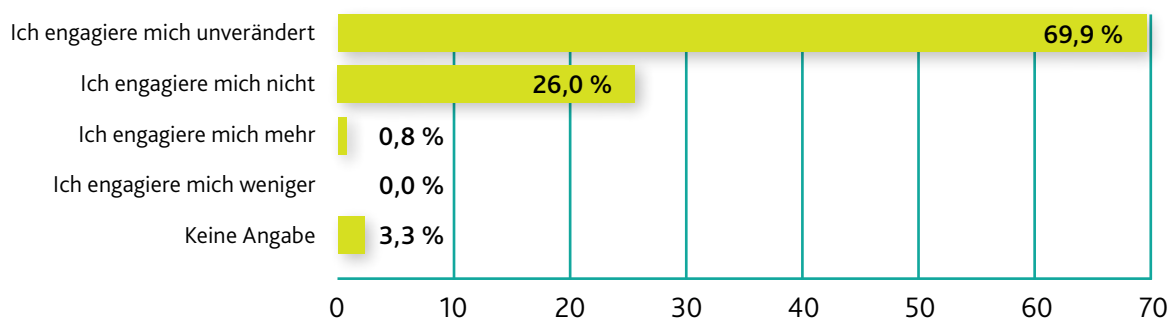
Unter Umständen wäre eine Steigerung des ehrenamtlichen bzw. bürgerschaftlichen Engagements erwartbar gewesen. Dies wird durch die Umfrageergebnisse nicht abgebildet. Es deutet sich vielmehr an, dass die überwiegende Mehrzahl der Teilnehmenden zum eher aktiven Teil der Bevölkerung zählt. Knapp 70 Prozent geben an, sich unverändert zu engagieren.

Die große Mehrheit ist bereit, das Projekt durch Spenden zu unterstützen und will sich nicht weiter engagieren (77 Prozent). Zu mehr wie der Be-

teiligung an Pflegemaßnahmen (Holzpflege des Throns, der Schutzhütte, der Waldmurmelbahnen etc. sowie Reinigungsarbeiten usw.) erklärt sich nur eine Minderheit von knapp 20 Prozent bereit oder tut das bereits.

Das Crowdfunding-Projekt hat keinen starken Mobilisierungseffekt für neues, praktisches Engagement. Es vermag allenfalls in der Gruppe der ohnehin Engagierten bzw. Engagementbereiten das Engagement zu mobilisieren bzw. zu stabilisieren.

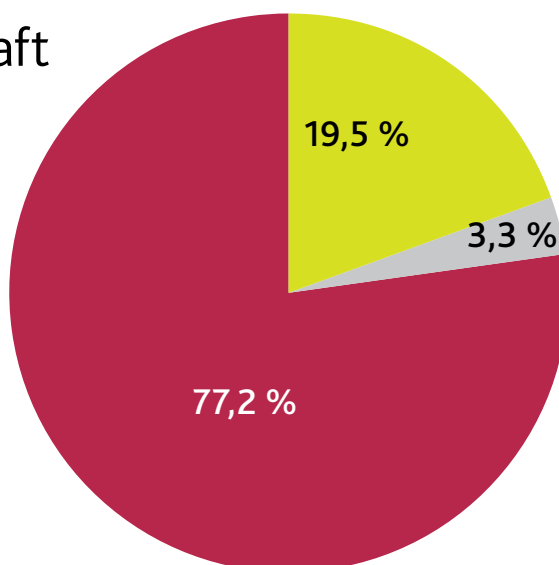
## Einfluss auf ehrenamtliches Engagement



Einfluss des CF-Projektes auf ehrenamtliches Engagement (123 TN)

## Engagementbereitschaft für den Königsthron

- Ja, ich würde mich engagieren
- Nein, ich würde mich nicht engagieren
- Keine Angabe



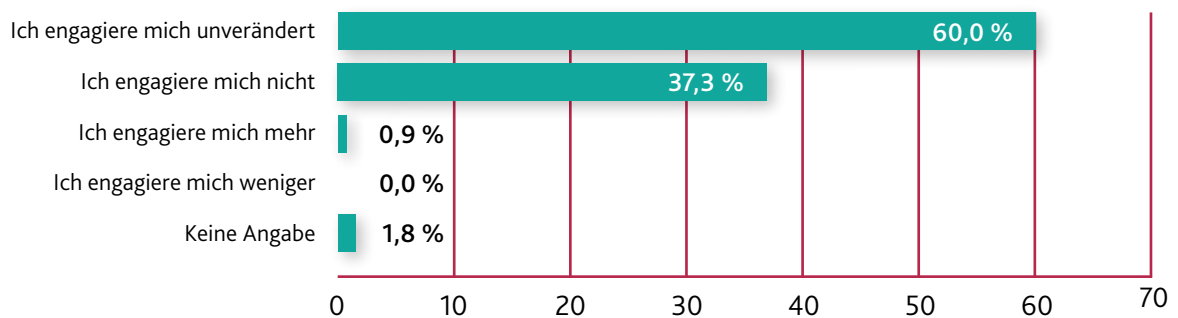
Engagementbereitschaft für den Königsthron (123 TN)

## Mobilisierungseffekt für ehrenamtliches Engagement?

Unter Umständen wäre eine Steigerung des ehrenamtlichen bzw. bürgerschaftlichen Engagements erwartbar gewesen. Dies wird durch die Umfrageergebnisse nicht abgebildet. Es deutet sich vielmehr an, dass die überwiegende Mehrzahl der Teilnehmenden zum eher aktiven Teil der Bevölkerung zählt. Exakt 60 Prozent geben an, sich unverändert zu engagieren.

Die große Mehrheit ist bereit, das Projekt durch Spenden zu unterstützen und will sich nicht weiter engagieren (78 Prozent). Zu mehr als der Beteiligung an Einzelmaßnahmen (Wartung der Kühlschränke bzw. Befüllen derselben, Pflege von Wanderwegsbeschilderung usw.) erklärt sich nur eine Minderheit von knapp 22 Prozent bereit.

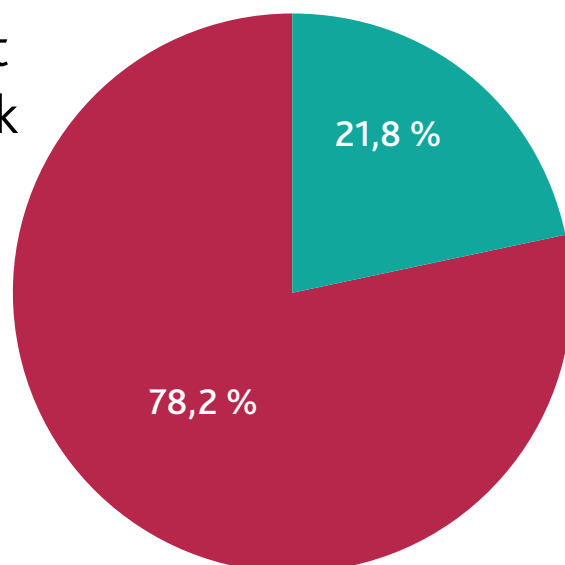
## Einfluss auf ehrenamtliches Engagement



Einfluss des CF-Projektes auf ehrenamtliches Engagement (110 TN)

## Engagementbereitschaft für den Solarkühlschrank

- Ja, ich würde mich engagieren
- Nein, ich würde mich nicht engagieren



Engagementbereitschaft für den Solarkühlschrank (110 TN)

# StartNext-Projektseite

## Lauterecken-Wolfstein – Heute ein König!

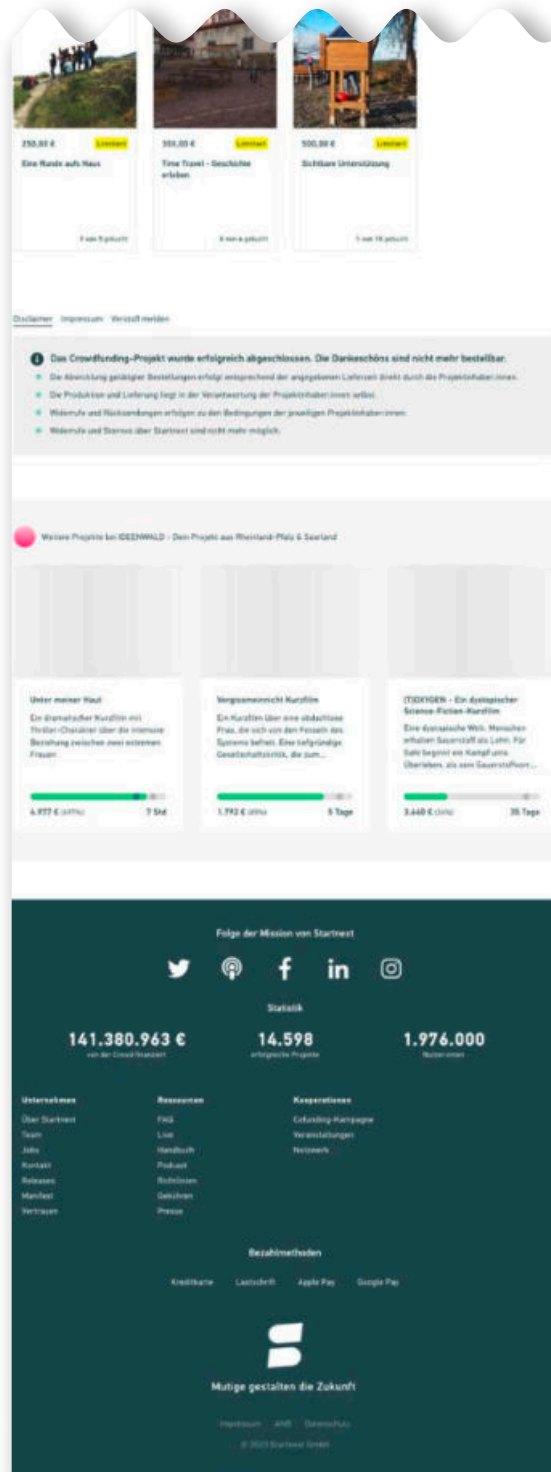
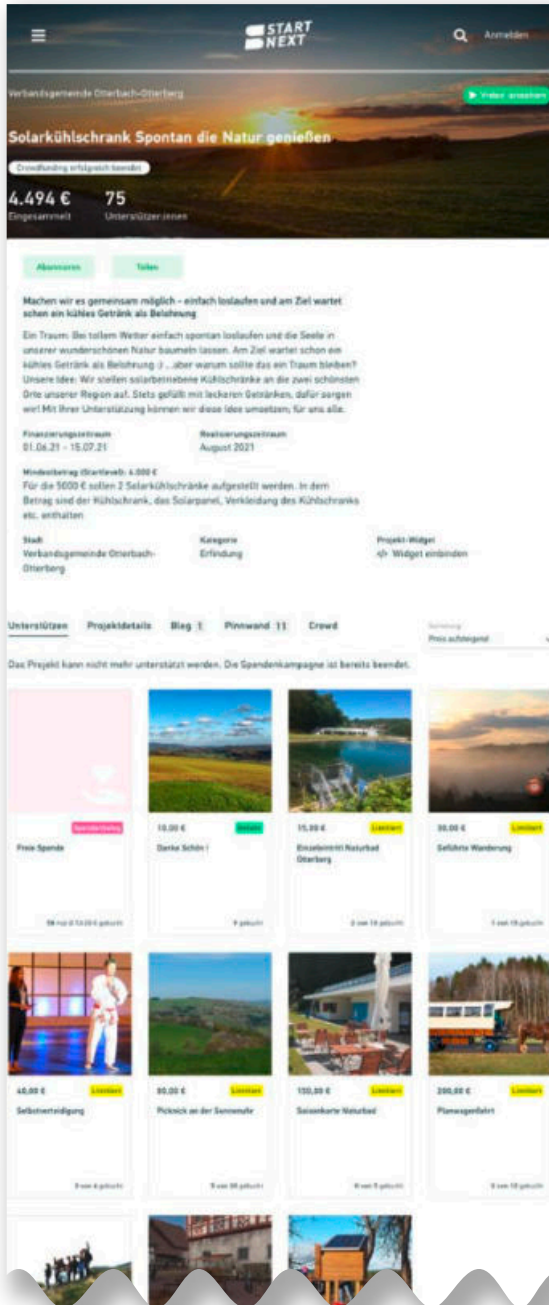
The screenshot shows the main project page for 'Heute ein König!'. At the top, there is a navigation bar with the StartNext logo and a search icon. Below the header, a large image of a forest scene is displayed with the text 'Heute ein König!' and 'Crowdfunding erfolgreich beendet'. The funding goal is 9.221 € and 160 backers are listed. The project description details the construction of a wooden table and benches in a forest, with a deadline of 15.07.21. A grid of 16 reward tiers is shown below, including 'Felix Spende', 'Königliche Giftpistole', 'Marmelade "Südker"', 'Marmelade "Biber"', 'Königliche Giftpistole', 'Marmelade "Prinze'", 'Marmelade "König"', 'Königliche Wandlung - EARLY BIRD', 'Königliche Marmelade', 'Königliche Giftpistole - EARLY BIRD', and 'Königliche Wandlung'.

This screenshot shows a grid of reward tiers and the footer of the project page. The grid contains four tiers: 'Königliche Tafel' (100,00 €), 'Marmelade "König"' (300,00 €), 'Königliche Marmelade' (1.000,00 €), and 'Majestätischer Thron - EARLY BIRD' (1.500,00 €). Below the grid, there is a section titled 'Meine Projekte bei KICKSTART' with three project cards: 'Unter meiner Haut', 'Vergewaltigt Kurfilin', and 'ITZKÖNIG - Ein dystopischer Science-Fiction-Kurfilin'. The footer features social media icons, statistics (141.380.963 € raised, 14.598 projects, 1.976.000 backers), and navigation links for 'Unternehmen', 'Ressourcen', 'Kampagnen', and 'Bezahlmethoden'. The StartNext logo and tagline 'Mutige gestalten die Zukunft!' are also present.



# StartNext-Projektseite

## Otterbach-Otterberg – Solarkühlschränke



# Kommunales Crowdfunding

## Bürgerschaftliches Engagement und Finanzierungsweg für kleine Projekte



Rainer Zeimentz,  
geboren 1963, seit  
2014 Vorstand der  
Entwicklungsagentur  
Rheinland-Pfalz e. V.

In beiden Kommunen, der Verbandsgemeinde Otterbach-Otterberg und der Verbandsgemeinde Lauterecken-Wolfstein, war das Modellprojekt Kommunales Crowdfunding erfolgreich. In beiden Verbandsgemeinden wurden die gesetzten finanziellen Ziele nicht nur erreicht, sondern jeweils übertroffen. Darüber hinaus hatten und haben weiterhin beide Projekte mobilisierende Effekte im Hinblick auf die Beteiligung der Bevölkerung.

Betrachtet man allerdings nur den finanziellen Aspekt und bezieht in diese Betrachtung die Kosten ein, die der Personaleinsatz letztendlich verursacht, kommt bestenfalls eine schwarze Null heraus. Andererseits – und da sind sich die Beteiligten weitgehend einig – wäre es vermutlich nie, zumindest aber nicht in dieser Geschwindigkeit, zur Verwirklichung der Projekte gekommen. Kommunales Crowdfunding stellt insofern bestenfalls eine Finanzierungsmöglichkeit kleiner Projekte oder eine Möglichkeit der Co-Finanzierung definierter Projektteile innerhalb großer Projekte dar.

Kommunales Crowdfunding wird von den beteiligten kommunalen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern deshalb als Bereicherung des beruf-

lichen Alltags und als Motivation für die Zukunft empfunden. Man ist stolz auf das Erreichte, ist zusammengewachsen und fühlt sich wertgeschätzt. Wertgeschätzt durch die Kolleginnen und Kollegen in der Verwaltung, die Verwaltungsspitze, aber vor allem auch durch die Bevölkerung der Gemeinden.

Zusätzlich bietet Kommunales Crowdfunding Möglichkeiten, sich zu engagieren. Bislang wird bürgerschaftliches Engagement in einem hohen Maße durch den Einsatz von Zeit und den Einsatz individueller Fähigkeiten erbracht. Dabei stellen in der Regel die Kommunen die Finanzierung sicher, und die Bürgerinnen und Bürger erbringen Dienstleistungen. Die Zunahme des Anteils der älteren Generation und das Fehlen jüngerer Menschen in entsprechender Zahl erschweren diese Arbeitsteilung. Gleichzeitig wächst der Anteil derer, die sich durch Spenden am Gemeinwohl beteiligen wollen. Dieser allgemeine gesellschaftliche Trend zeigt sich auch in den beiden Projekten.

Kommunales Crowdfunding eignet sich daher, die veränderten Engagementformen in der Gesellschaft aufzugreifen und sinnvoll für das Gemeinwohl zu nutzen. Die Generationen begegnen sich sowohl virtuell auf der Crowdfunding-Plattform und medial als auch real, bei Aktionen und Veranstaltungen rund um die Projekte.

Insgesamt wirkt Kommunales Crowdfunding verbindend. Es erhöht das Engagement und die Identifikation mit der Gemeinde und trägt zur Stabilisierung des Zusammengehörigkeitsgefühls und des Gemeindelebens bei.



## Impressum

**Herausgeber und Redaktion:** Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz e. V., Mainz, [www.ea-rlp.de](http://www.ea-rlp.de)

**Verantwortlich i. S .d. Presserechts:** Rainer Zeimentz

**Mitarbeit:** Marcus Schwarze, Leonie Thome

**Grafik und Satz:** Werbewerkstatt Korinski, Mainz

**Redaktionsschluss:** Juni 2023

## Bildnachweise

Innenministerium RLP: 7; Ideenwald: 8, 9, 11, 12-13, 14, 23 (2x), 25, 27, 88, Entwicklungsagentur RLP: 11 (3x), 14, 18-19, 20, 21, 22, 25, 31, 32, 33, 56-57, 59 (2x), 60, 66, 70 (3x), 71, 79 (2x), 80, 82-83, 86, 97, 99, 100, 122; Screenshots Social Media: 12, 13, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46 (3x), 47, 62, 63, 69, 71, 76, 87; Verbandsgemeinde Lauterecken-Wolfstein: 16-17, 29, 35, 36 (2x), 37, 48, 49, 52 (2x), 62, 65, 66 (2x), 67 (2x), 68, 71 (2x), 85, 86, 87, 91, 93, 86, 87; Rheinhessen-Touristik GmbH: 24, 26; Rheinhessen-Touristik/Axel Schmitz: 28; Adobe Stock: 30-31; cross-effect: 29, 34, 66; Verbandsgemeinde Otterbach-Otterberg: Titelfoto, 36, 48-49 (3x), 54 (2x), 72-73, 74 (2x), 83, 88, 98, 99, 101; SWR: 47 (3x); Karten (Projektion – Pseudo Mercator – KBS: WGS84); Quelle: Open Street Map 50, 51, 53, 55; Simon Sterbenk: 58, 64, 76-77, 77, 85, 88, 99; Privat: 96, 97, 98



