

Projektplanung von A bis Z.

Ein hilfreicher Ratgeber für deine Projekt-Zeitleinie.

I.

Projekterstellung.

- 1 Lerne von Anderen.**

Bevor du mit deinem Projekt beginnst, lass dich von anderen Projektgründern inspirieren - sieh dir [Projekte in derselben Kategorie an](#). Achte darauf, wie sie ihre Story erzählt haben, wie sie Projekt-Updates und Belohnungsstufen formuliert haben; wie sie ihr Projekt-Video gedreht haben. Wir haben auch bemerkt, dass Projektgründer, die andere Projektgründer unterstützen, allgemein mehr Erfolg haben. Warum also nicht ein paar Projekte unterstützen und aus der Erfahrung lernen?
- 2 Führe alle Schritte bei der Projekterstellung durch.**

Um Verzögerungen zu vermeiden, beginne mit der Kontoverifizierung - diese kann ein paar Tage dauern.
- 3 Stelle ein Budget auf.**

Beachte dabei alle möglicherweise anfallenden Kosten — Verpackung, Porto, Mehrwertsteuer für Unterstützer in der EU, [Versandkosten](#) — und erstelle anhand dieser Information dein Finanzierungsziel. [Hier](#) findest du Tipps von anderen Projektgründern dazu, wie man ein solides Budget erstellt.
- 4 Stelle ein Team zusammen.**

Mit dem richtigen Team kommst du zum Erfolg - umgebe dich mit Mitarbeitern, die du gut kennst und denen zu vertraust. Sie können dir unter anderem bei der Projekterstellung, der Formulierung der Projektbeschreibung, der Kommunikation mit Unterstützern und der Versendung der Belohnungen helfen.
- 5 Entwickle einen Promo-Plan.**

Bereite Marketing-Material und eine Pressemitteilung vor.
Erstelle [Mediendateien](#), die du während der Kampagne über verschiedene Kanäle verbreiten kannst. Wir empfehlen auch, eine [solide Pressemitteilung](#) parat zu haben, damit deine Message in den Medien konsistent und und fundiert rüberkommt.

Bereite eine Kontaktliste vor.
[Erstelle eine Liste](#) aller Leute, die du kennst — angefangen von Leuten, die dich sehr wahrscheinlich unterstützen werden über Influencer und Trendsetter. Es macht einen großen Unterschied, ob du dich an die richtigen Leute wendest oder nicht.

Erstelle einen Marketing-Zeitplan.
Denke darüber nach, wie, wann und wo du dein Projekt am ersten Tag der Veröffentlichung teilen wirst. Erfolgreiche Projekte kommen und bleiben in Schwung, indem sie alle paar Tage neue Inhalte auf allen Kanälen teilen.

II.

Vorbereitung auf die Veröffentlichung.

- 1 Bitte um Feedback.**

Bitte enge Freunde, Ratgeber, Influencer und Schlüsselpersonen deiner Presseliste um Feedback zu deiner Projektseite. Du kannst ihnen dazu einen Vorschau-Link sowie deinen Zeitplan zukommen lassen. Bitte sie jedoch darum, beides bis zur Veröffentlichung nicht weiterzugeben.
- 2 Details beachten.**

Gehe alle Schritte der [Countdown-Liste](#) durch und überprüfe alles ein letztes Mal, sodass deine Veröffentlichung reibungslos über die Bühne geht und sich dein Projekt von seiner besten Seite zeigt. Projekte, die einen guten Start haben, haben größere Chancen, erfolgreich finanziert zu werden.
- 3 Letzte Vorbereitungen für den Tag der Veröffentlichung.**

Lege eine Zeit für die Veröffentlichung fest, entwickle eine Kommunikationsstrategie und teile allen Mitarbeitern klare Aufgaben zu. Vergewissere dich, dass alle Medienmaterialien bereit sind, Nachrichten konsistent gehalten werden und alle im Team über die Schritte der Veröffentlichung informiert sind. Hier findest du ein Beispiel für einen [Kommunikationsplan](#).

Profi-Tipp: Eine Launch-Party macht die Sache noch spannender für deine Community!

III.

Dein Projekt ist live.

- 1 Live gehen wie ein Champion.**
 - Gehe deinen Plan Schritt für Schritt durch.
 - Ein "Soft-Launch" mit einer kleinen Gruppe ausgesuchter Fans und Unterstützer gibt deiner Kampagne kurz vor der offiziellen Veröffentlichung den richtigen Schwung.
 - Aktualisiere deine Website und alle anderen Kanäle: Kündige dein Projekt an und füge einen Link zu deiner Projektseite ein.
 - Schicke eine Ankündigung deines Projekts an alle Empfänger deiner E-Mail- und Presse-Listen.
 - Aktiviere deine sozialen Netzwerke, animiere Leute dazu, dein Projekt in deinem Namen zu teilen.
 - Danke am Ende des ersten Tages deinen ersten Unterstützern per E-Mail oder in den sozialen Netzwerken.
- 2 Nach dem Tag der Veröffentlichung.**

Verfolge den Fortschritt deiner Kampagne im Dashboard; hier siehst du, welche deiner Projekte am besten funktionieren. Hier kannst du auch [Referrer-Statistiken nachverfolgen](#).

Antworte auf die Kommentare und Fragen deiner Unterstützer. Antworte auf wiederkehrende Fragen kannst du in die FAQs deines Projekts aufnehmen; allgemeine Fragen, die häufig gestellt werden, kannst du auch in einem Projekt-Update besprechen.

Veröffentliche weiterhin Neuigkeiten zu deinem Projekt auf den sozialen Netzwerken. Hier findest du [21 Tipps](#) dazu.
- 3 Nach der ersten Woche.**

Sei beständig in deiner individuellen Kommunikation mit den Leuten in deiner Kontaktliste. Die effektivste Form, Werbung für dein Projekt zu machen, ist immer noch der direkte und persönliche Kontakt, am besten per E-Mail.

Wiederhole bestimmte Informationen und sei flexibel. Passe deinen Kommunikationsplan an verschiedene Szenarien an - wie würdest du es deinen Unterstützern z. B. mitteilen, wenn dein Finanzierungsziel überschritten würde, oder wenn dein Finanzierungsziel noch in weiter Ferne läge?
- 4 Feiere Meilensteine mit deiner Community.**

20% finanziert
Wenn du 20 oder 30 % deines Finanzierungsziels erreicht hast, sende einen Projekt-Update an deine Unterstützer. Darin sollten die letzten Neuigkeiten deines Projekts, eventuell Auszüge aus der Presse und ein paar unterhaltsame Bilder und Videos enthalten sein, die sie wiederum mit Anderen teilen können.

50% finanziert
Wiederhole die oben genannten Schritte, wenn dein Projekt die 50 %-Marke erreicht und wenn es kurz vor der vollständigen Finanzierung steht.

80% finanziert
Wenn dein Projekt sich dem Finanzierungsziel nähert, ist es eine gute Idee, mit einem abschließenden Werbe-Schubs etwas nachzuhelfen — ein Event, neuer Content, neue Influencer, etc.
- 5 Lass deine Geschichte aufleben.**

Organisiere einen [Live-Stream](#) einer Performance, demonstriere einen Prototypen oder gib einfach Insider-Wissen deines Projekts weiter. Halte deine Unterstützer auf dem Laufenden, wenn es etwas Neues bei dir gibt.
- 6 Keine Angst vor dem Plateau.**

Die Beteiligung an Projekten lässt erfahrungsgemäß zur Mitte hin etwas nach. Nutze diese Zeit, um einfach einmal tief Luft zu holen, deine Werbe-Strategie zu überdenken, neue Belohnungen anzubieten und Leute in deiner Kontaktliste anzuschreiben, die dein Projekt bisher noch nicht unterstützt haben.

Oder probiere eine [dieser Ideen](#) aus.

IV.

Du hast dein Finanzierungsziel erreicht.

- 1 Ein Grund zum Feiern.**

Genieße diesen Augenblick und feiere ihn gebührend mit deinen Unterstützern — schließlich habt ihr dieses Ziel gemeinsam erreicht. Versende ein Projekt-Update, poste einen Live-Stream oder lasse deiner Begeisterung in einem Video freien Lauf.
- 2 Finanzierungsziel erweitern oder nicht?**

Ein erweitertes Finanzierungsziel kann deiner Kampagne neuen Auftrieb geben und deine Community motivieren — die Erweiterung kann sich auf das Finanzierungsziel oder die Anzahl der Unterstützer beziehen — sobald dein ursprüngliches Ziel erreicht wurde. Zunächst solltest du aber sorgfältig und umsichtig planen, um unvorhergesehene Probleme oder Verzögerungen zu vermeiden.

V.

Stark bis ans Ziel.

- 1 Lass den Kontakt zu deinen Unterstützern nicht abbrechen.**

Versende Befragungen an deine Unterstützer, um die für den Versand der Belohnungen notwendigen Infos zu erhalten. Poste dann ein Update, um dich bei ihnen zu bedanken und erzähle ihnen, was als Nächstes geschieht.

Mit [Spotlight](#) kannst du deine Projektseite in eine Homepage verwandeln, die die Geschichte deines Projekts von Anfang bis Ende erzählt.
- 2 Alle Belohnungen verschickt? Mission accomplished!**

Lass deine Community wissen, dass das Projekt beendet ist und alle Belohnungen versandt wurden. Es ist empfehlenswert, danach regelmäßig Updates an deine Unterstützer zu senden, um sie über neue Meilensteine, Artikel in der Presse, gewonnene Preise usw. auf dem Laufenden zu halten.

Du hast es geschafft.