

Auswertung der ersten Kickstarter Kampagne

Kickstarter.com und *Indiegogo.com* sind 2 weltweit aktive Internet-Plattformen, auf denen Unternehmen neue Produkte vorstellen können, um den Markt zu testen und Erfahrungen zu sammeln. Gleichzeitig können die neuen Produkte über Crowdfunding erste Umsätze erzielen. Die meisten Besucher auf diesen Plattformen stammen aus dem englischsprachigem Raum, gefolgt von Deutschland. Die Kategorie „Technologie“ ist eine der meist genutzten Kategorien, bisher wurden in dieser Kategorie 45.860 Produktneuheiten auf Kickstarter vorgestellt.

Gleichzeitig ist der Bereich Technologie die Kategorie, in der die meisten Unternehmen ihr Fundingziel (Umsatz-Mindesthöhe) nicht erreichen und die Kampagnen deshalb scheitern. Nur 21,7% der Kampagnen sind erfolgreich, 78,3% der Kampagnen fallen bei den potentiellen Kunden durch.

Zu beachten ist dabei, dass die Käufer keine Garantie erhalten, ihr gekauftes Produkt auch wirklich zu erhalten, denn viele vorgestellte Projekte befinden sich in der Planungsphase oder es existierte bisher nur ein Prototyp.

Insofern investieren die Käufer ihren „Kaufbetrag“ als Unterstützer, in der Hoffnung, das beschriebene Produkt nach der meist mehrmonatigen Lieferzeit auch wirklich zu erhalten. Deshalb sind diese Crowdfunding Plattformen nicht wie ein Online Shop zu verstehen, in dem ein fertiges Produkt bestellt werden kann. Die „Käufer“ sind sich des erhöhten Risikos, ihr eingesetztes Geld zu verlieren, durchaus bewusst, möchten das Unternehmen aber unterstützen, damit die Produktidee im Markt eingeführt wird.

Einige Unternehmen bauen sich durch Folge-Kampagnen im Laufe der Zeit eine gewisse Fan-Gemeinde auf, diese und die gesammelten Erfahrungen vorheriger Kampagnen führen dann meist dazu, dass die Umsätze in den Folge-Kampagnen deutlich höher ausfallen als in der ersten Kampagne.

Unser Unternehmen hat in der Zeit vom 11 Mai bis 10 Juni seine erste Kampagne für den All-in-Sensor durchgeführt. Das Umsatzziel wurde mit 10.000 USD vorgegeben, dies war der Mindest-Betrag, der erreicht werden musste, damit die Kampagne als erfolgreich gewertet wird. Insgesamt haben sich in den 60 Tagen 5371 Personen die Kampagne angesehen. 39,4% haben sich das 3 minütige Produktvideo komplett angesehen, das sind 2200 Personen.

Aus den Fragen der interessierten Besucher konnten viele Erkenntnisse gewonnen werden, speziell die Vielfältigkeit des All-in-Sensor Systems hat vermehrt zu Nachfragen geführt. Auf der Basis dieser Informationen wurde das All-in-Sensor System im Funktionsumfang vereinfacht, um den unterschiedlichen Anwender-Bedürfnissen gerecht zu werden.

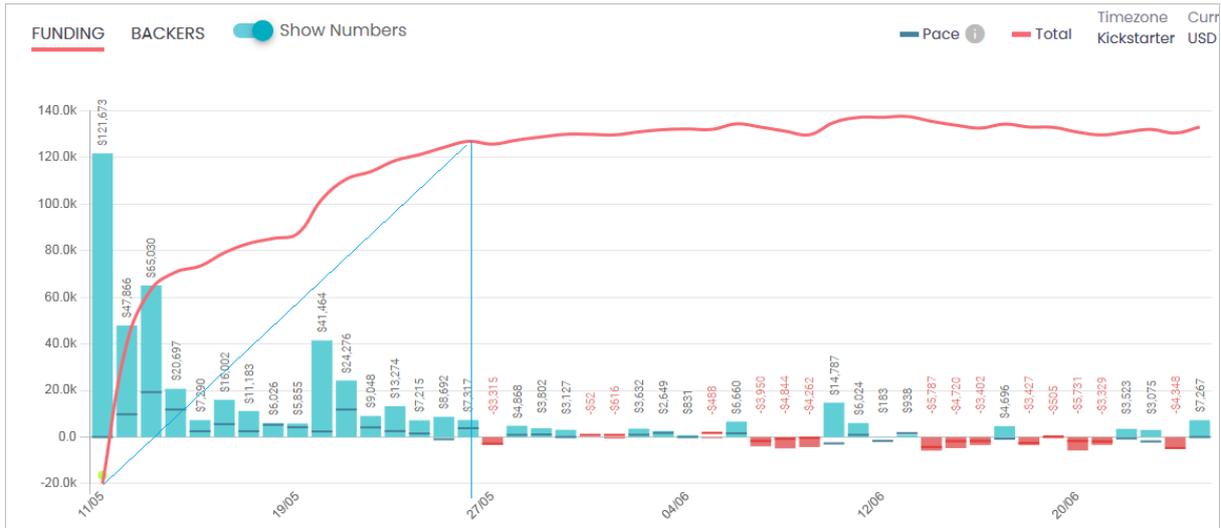
Sehr hilfreich war das vielfältige, weltweite Feedback, das durchweg nur positive Rückmeldungen beinhaltete.

Aus den USA, Kanada, Deutschland, Österreich, Hong Kong und Japan haben sich Fachhändler gemeldet, die an einer Vertriebslizenz interessiert sind.

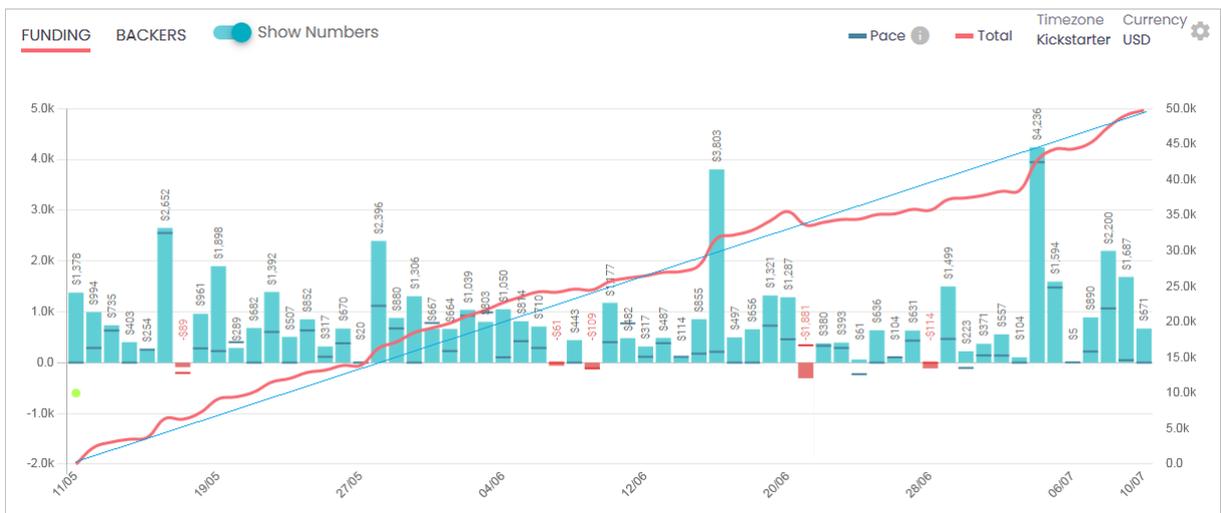
Das Mindest-Umsatzziel von 10.000 USD wurde um 497% überschritten, es sind Bestellungen für insgesamt 49.760 USD eingegangen. Diese werden in aktuell abgearbeitet und ausgeliefert. Besonders interessant ist das gleichbleibend hohe Interesse der Besucher an unserer neuen Technologie.

Bei den meisten Kampagnen flacht das Interesse nach ca. 14 Tagen spürbar ab, die Umsätze stagnieren.

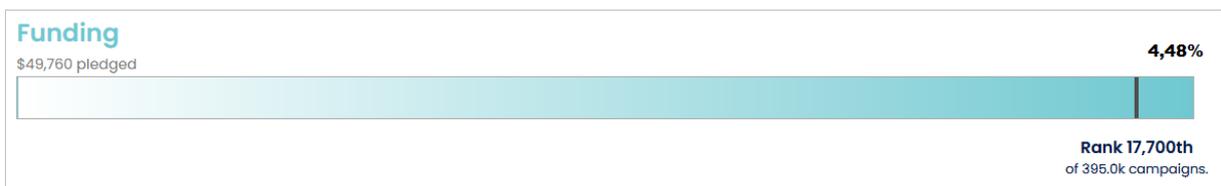
Hier sehen Sie ein Beispiel eines typischen Kampagnen- Verlaufs:



Unsere Kampagne konnte hingegen vom ersten Tag an ein gleichbleibend hohes Interesse aufweisen, was auf großen Zuspruch an der vorgestellten Produkt-Technologie schließen lässt:



Im Ergebnis konnte bereits in unserer ersten Kampagne Rang 17.700 von insgesamt 395.000 Kickstarter Kampagnen erreicht werden. Das bedeutet, dass unsere Kampagne erfolgreicher war als 95,52% aller jemals bei Kickstarter eingestellten Kampagnen.



Diese Ergebnisse zeigen uns erneut, dass ein hohes Marktinteresse an unseren Produkten und Lösungen besteht. Wir planen Kickstarter und Indiegogo als einen interessanten Marketingkanal auch zukünftig zu nutzen um auf diesem Weg ein internationales Publikum anzusprechen.