

## Hilfe aus dem Netz? Zur Mediatisierung von Hilfe und ihrer Herausforderungen beim Crowdfunding

⇒ 1 Crowdfunding als Hilfe aus dem Netz?

⇒ 1.1 Was heißt Hilfe aus dem Netz in mediatisierten Zeiten?

Helfen, als »ein Beitrag zur Befriedigung der Bedürfnisse eines anderen Menschen (Luhmann 2005, 167)«, geschieht inzwischen in vielfältiger Form auch im Internet. Seien es Beratungsplattformen (z.B.: Kühne/Hintenberger 2009) oder Informationen zu Fragen des alltäglichen Lebens, die in Videoclips auf YouTube von jedem und jeder eingestellt werden können (z.B.: Reichert 2013, 82-94) – diese ganz unterschiedlichen Arten von Hilfe weisen auf die Spannbreite der Formen und Möglichkeiten von Hilfe hin, die sich mit dem Internet und dabei insbesondere auch den Sozialen Medien ausgebreitet haben. Darin zeigt sich auch eine gesellschaftliche Entwicklung in Bezug auf das Helfen, die durch eine Offenheit geprägt ist. Diese Offenheit manifestiert sich erstens in der Kontingenz des Helfens, wie Hans-Ulrich Dallmann ausführt:

Helfen – und damit auch Schenken, Geben und Stiften – ist in der modernen Gesellschaft kontingent geworden. Man kann es tun, aber auch lassen. Vor allem individuelle Motive und Einstellungen begründen entsprechende Praktiken und nicht mehr reziproke Sozialverhältnisse oder allgemein anerkannte moralische Verpflichtungen (Dallmann 2005, 49).

Zweitens zeigt sich in dem Phänomen der „Hilfe aus dem Netz“ auch, dass Hilfe und Hilfsmöglichkeiten ubiquitär geworden sind, in dem Sinne, dass ihre Zugänglichkeit offener und für jeden und jede, der bzw. die sich des Internets zu bedienen weiß, zumindest auf einer Informati-

---

**Gotlind Ulshöfer**, PD Dr. theol., Dipl. Vwl, ThM, Studium der Ev. Theologie und der Volkswirtschaftslehre in Tübingen, Heidelberg, Jerusalem und Princeton, 2001-2016 Studienleiterin an der Evangelischen Akademie Frankfurt, seit 2013 Privatdozentin an der Universität Tübingen. Seit Februar 2016 DFG-Heisenberg-Stipendiatin an der Universität Tübingen. Veröffentlichung u.a.: Soziale Verantwortung aus protestantischer Perspektive. Kriterien für eine Ethik der Handlungsräume angesichts der Corporate Social Responsibility-Debatte, Stuttgart 2015.

**GND:** 122476573

---

**DOI:** [10.18156/eug-2-2016-art-6](https://doi.org/10.18156/eug-2-2016-art-6)

onsebene leichter zu erlangen sind und dass Hilfe nicht nur von Experten und Expertinnen, sondern von jedem und jeder bereit gestellt werden kann. Außerdem bleibt mit Luhmann festzustellen, dass Helfen und Hilfe situativ zu bestimmen ist: »Hilfe wird ... durch Strukturen wechselseitigen Erwartens definiert und gesteuert. Dazu müssen kulturelle Typen und Vorverständigungen vorhanden sein (Luhmann 2005, 167)«.

Die Offenheit der Hilfsmöglichkeiten, die sich in deren Kontingenz und deren Ubiquität zeigen, wird verstärkt durch die dafür benutzten Medien und diese sind wiederum selbst im Wandel begriffen, wobei sie einen Beitrag zur Bedeutung der situativen Einordnung einer Hilfssituation leisten. Mit Felix Stadler ist darauf hinzuweisen, dass die neuen Kommunikations- und Informationstechnologien »auf bereits laufende gesellschaftliche Transformationsprozesse (Stadler 2016, 21)« treffen und trafen, so dass hinsichtlich der Hilfsformen nicht von einem disruptiven Prozess zu sprechen ist, sondern von einer graduellen Entwicklung ausgegangen werden soll.

In einer mediatisierten Zeit ist also Hilfe aus dem Netz auch gekennzeichnet durch gesellschaftliche Entwicklungen, die sich aus dem Zusammenhang von medialem, kulturellem und sozialem Wandel ergeben, der auch als prozesshafte Gestaltung der sozialen Welt verstanden werden kann, wie Friedrich Krotz in seiner Definition von Medium zeigt:

Danach ist ein Medium eine Einrichtung zum Ermöglichen und Gestalten von Kommunikation (komplexe Inhalte), die erstens strukturell und zweitens situativ bestimmt ist: Strukturell ist ein Medium einerseits soziale Institution und an Organisationen gebunden und damit z.B. auch gesellschaftlicher Akteur, andererseits Technologie, die bestimmte Kommunikationspotenziale und –bedingungen konstituiert. Situativ ist ein Medium einerseits eine Einrichtung zur Inszenierung und zum Angebot von Inhalten, andererseits ein Erfahrungsraum für Nutzerinnen und Nutzer. (Krotz 2014, 11, im Original kursiv)

Im Folgenden soll anhand des Phänomens Crowdfunding, verstanden als das Sammeln von Geldmitteln (und Unterstützung) mit Hilfe einer großen Menge an Geldgebern, im Rahmen einer zeitlich befristeten Kampagne auf einer Online-Plattform (Davies 2013), untersucht werden, wie Hilfe aus dem Netz in mediatisierten Zeiten charakterisiert sein kann und was Chancen und Grenzen dieser Form von Hilfe sind. Um dies zu zeigen, soll zunächst geklärt werden, was unter Crowd-

funding verstanden wird und ob bei Crowdfunding tatsächlich von **Hilfe** aus dem Netz gesprochen werden kann.

## ⇒ 1.2 Crowdfunding - mehr als mediatisiertes Fundraising

Bei Crowdfunding handelt es sich vor allen Dingen um finanzielle Hilfe aus dem Netz, wobei die Suche nach finanzieller Unterstützung für soziale und kulturelle Projekte jenseits von den entsprechenden ökonomischen Institutionen eine lange Geschichte aufweist. Schon biblische Texte verweisen auf Spenden- und Kollektensammlungen, wie beispielsweise Paulus' Aufruf zur Kollekte für die Gemeinde in Jerusalem (2.Kor 8), bei dem eine größere Gruppe aus Solidarität für eine andere Gemeinde um finanzielle Unterstützung gebeten wird. Auch traditionelles Spendensammeln für säkulare Projekte wurde - im 19. Jahrhundert beispielsweise im Rahmen des Baus und der Finanzierung der New Yorker Freiheitsstatue - so betrieben, dass Gegengaben für Spenden ausgegeben und so durchaus zeitgenössische Elemente des Fundraisings entwickelt wurden (z.B. Davies 2014, 31ff; Best/ Neiss 2014).

Obwohl Crowdfunding auch als Fundraising über das Internet beschrieben werden könnte, weil es sich bei beiden um die Bitte um finanzielle Unterstützung für bestimmte Projekte oder Einrichtungen handelt, geht Crowdfunding in seinem Selbstverständnis über Fundraising hinaus. Erstens werden bei Crowdfunding stärker als beim Fundraising die Möglichkeiten der Sozialen Medien genutzt und zweitens wird Crowdfunding vor allen Dingen von Individuen verwendet. Dies wird deutlich, wenn Fundraising unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten betrachtet wird als:

*systematische Analyse, Planung, Durchführung und Kontrolle sämtlicher Aktivitäten einer steuerbegünstigten Organisation, welche darauf abzielen, alle benötigten Ressourcen (Geld-, Sach- und Dienstleistungen) durch eine konsequente Ausrichtung an den Bedürfnissen der Ressourcenbereitsteller (Privatpersonen, Unternehmen, Stiftungen, öffentliche Institutionen) zu möglichst geringen Kosten zu beschaffen (Urselmann 2014, 1, H.i.O.).*

Crowdfunding bezieht sich nicht vor allen Dingen auf steuerbegünstigte Organisationen, sondern jeder und jede, der für ein Projekt oder zur Verwirklichung einer Idee Geld braucht, kann auf diese Weise versuchen, dafür Mittel zu bekommen. Außerdem handelt es sich beim Crowdfunding oft um singuläre Projekte, die einer Finanzierung bedürfen. Dazuhin geht es beim Crowdfunding um die Idee des *com-*

*munity-building*, die *community* kann stärker als beim Fundraising partizipativ eingebunden werden. Auch kann der Ablauf und die Kontrolle beim Crowdfunding frei gestaltet werden.

Inwieweit dabei genau das instrumentelle Fundraising und dessen Orientierung am Markt-Tausch dazu geführt hat, dass »Fundraising in Deutschland nicht nur quantitativ stagniert, sondern sich in den letzten Jahren auch qualitativ kaum weiter entwickelt hat«, wie Kai Fischer (2015, 265) behauptet, soll hier nicht weiter verfolgt werden. Auffallend ist jedoch, dass es sich beim Crowdfunding um ein Phänomen mit Zuwachs handelt, das diesen vermutlich insbesondere der Nutzung des Internets und damit verbunden einem offenen Verständnis von Hilfe verdankt.

Beim Crowdfunding handelt es sich um einen Wachstumsmarkt, dessen Volumen im Bereich des Spenden-Crowdfundings in dem Vereinigten Königreich beispielsweise zwischen 2014-2015 um 507% (von 2 Mio Pfund auf 12 Mio Pfund) gewachsen ist (Zhang et al. 2016, 11). Insgesamt handelt es sich beim europäischen und beim US-amerikanischen Crowdfunding-Markt um die beiden weltweit größten Regionen für Crowdfunding-Plattformen (Belleflamme et al. 2015, 11). Es gibt verschiedene Arten von Crowdfunding: Neben dem Spenden-Crowdfunding, das mit Hilfe einer Webplattform, auf der das zu unterstützende Projekt präsentiert wird, Spenden für beispielsweise soziale Projekte einsammelt, wird noch zwischen *reward-based*, *equity-based* und *lending-based* crowdfunding unterschieden. Bei ersterem wird nach der Gabe bzw. dem Unterstützungsgeld eine *reward* erwartet. *Equity-* und *lending-based* sind eher kommerziell orientiert. Beim *equity-based* geht es darum: »entrepreneurs urge people to provide money in order to receive a share of the venture's future profits (Hossain/Oparaocha 2015)«. Beim *lending-based* Crowdfunding geht es um das Leihen von Geld, das dann entweder mit oder ohne Kredit wieder zurückgezahlt wird. Eine weitere Unterscheidung kann auch mit dem *civic crowdfunding* gemacht werden. Hier stehen kommunale Projekte im Mittelpunkt, die externe finanzielle Hilfe brauchen und entweder nur auf diese angewiesen sind bzw. zur Ergänzung von öffentlichen Mitteln eingeworben werden.

Das zentrale Element bei der finanziellen Hilfe aus dem Netz sind die Sozialen Medien, die technisch einen doppelten Austausch ermöglichen: Über eine Webplattform können an finanzieller Unterstützung Interessierte ihr Projekt und ihren monetären Bedarf einer breiten Öffentlichkeit, der *crowd*, vorstellen. Die möglichen Unterstützer und Spenderinnen erfahren über dieses Medium von der Idee und können ihre Spenden dort ankündigen. In der gegenwärtigen wissenschaftli-

chen Literatur wird geschätzt, dass es ungefähr 500 Crowdfunding-Plattformen weltweit gibt (Belleflamme et al. 2015, 10). Dabei ist anzumerken, dass Crowdfunding-Plattformen oft so organisiert sind, dass derjenige, der sein Projekt vorstellt und seinen Spendenbedarf anzeigt, also der Hilfesuchende, erst an die von ihm genannte Geldsumme kommt, wenn sich innerhalb eines fest fixierten Zeitraums genügend Spender und Spenderinnen gemeldet haben, die ihre Bereitschaft zur finanziellen Unterstützung zugesagt haben. Wird die nachgefragte Summe an Spenden nicht erreicht, ist das Projekt gescheitert. Geht der gespendete Betrag über die benötigte Geldsumme hinaus, kann der Hilfesuchende das Geld behalten. Ein Rechtfertigungsbedarf bzw. ein Beleg, wie die Spende verwandt wird, besteht nur auf einer freiwilligen Basis. Dies bedeutet auch, dass zumeist weniger als 50% der Projekte, die auf Webplattformen eingestellt werden, erfolgreich sind in dem Sinne, dass sie die angestrebte Spendensumme in dem gewählten Zeitraum erreichen (Rao et al. 2014, 333).

### ⇒ 1.3 Crowdfunding als Hilfe aus dem Netz – oder doch nur *business case*?

Wie wir im vorangehenden Kapitel gesehen haben, umfasst das Phänomen Crowdfunding sowohl Projekte, bei denen die unternehmerische Suche nach Risiko-Kapitalgebern zur Realisierung einer Produktidee im Vordergrund steht, als auch soziale und kulturelle Projekte, die Unterstützung benötigen. Im Folgenden sollen nicht die kommerziell-orientierten Formen des *equity* und *lending-based* Crowdfunding im Mittelpunkt stehen, sondern das Spenden und *civic* Crowdfunding. Dies impliziert auch, dass „Hilfe nicht nur als „Unterstützung“ verstanden wird, sondern dass der Aspekt der „Bedürfnisbefriedigung“, von dem Luhmann in dem eingangs erwähnten Zitat spricht, näher in Richtung von „Bedürftigkeit“ gerückt wird. Der *business case*, den Crowdfunding darstellen kann, steht hier gerade nicht im Mittelpunkt, und so soll auch nicht jedes finanzielle Geschäft im Kontext dieses Artikels als Hilfe verstanden werden.

Trotzdem lässt sich gerade mit Crowdfunding zeigen, dass – wenn Hilfe marktmäßig organisiert wird, wie dies meines Erachtens beim Crowdfunding der Fall ist, – Veränderungen der Hilfsmöglichkeiten eintreten, wobei diese positive und negative Entwicklungen umfassen, wie noch darzulegen ist.

So sind aber auch bei der Hilfe aus dem Netz durch Crowdfunding beim Spendenbasierten und *civic crowdfunding* ebenso ökonomische

Aspekte Teil des Geschehens, jedoch ohne, dass diese dem Crowdfunding den alleinigen Charakter geben. Die Geldgabe kann also als Investment interpretiert werden, wobei diese Interpretation nicht ausreicht, weil der Ertrag ein unterschiedlicher ist und nicht im monetären Bereich liegt. Als Investment alleine lässt sich daher das *donation-based* und das *civic-crowdfunding* auch nicht beschreiben, sondern im Gegenteil: Dass es nicht um den monetären Gewinn geht, macht den Charakter des *civic* und spendenbasierten Crowdfunding aus. Dabei trägt die Mediatisierung in der das Hilfsgeschehen eingebunden ist dazu bei, dass Crowdfunding mehr ist als eine rein ökonomische Entscheidung (wobei dies interessanterweise, wenn auch in einem etwas abgeschwächteren Grade, ebenfalls für die kommerziellen Varianten des Crowfundings gelten kann).

Im Vergleich mit Fundraising zeigt sich, dass sowohl der *outreach* in die Öffentlichkeit als auch die Kommunikation mit den potentiellen Projekt-Unterstützenden sowie die Schnelligkeit des Austausches über das Projekt intensiviert wird und eine Vielzahl von ganz unterschiedlichen Projekten und verschiedenen Unterstützungssuchenden Zugang zu finanzieller Hilfe bekommen können. Durch die Webplattformen und den dortigen Kommentarfunktionen sowie der Möglichkeit, dass auch der Unterstützer in seinem Netz-Umfeld auf das Projekt aufmerksam macht, erweitert sich der Verbreitungsgrad immens. Die Webplattform als Medium und deren technischer Aufbau ermöglichen ein verändertes Verhalten von Spenderinnen und Spendern bzw. Projektunterstützenden und von denjenigen, die das Geld für ihr Projekt brauchen. Es gibt keinen *gatekeeper* in Form einer etablierten Hilfsorganisation, eines öffentlichen Geldgebers oder einer Bank, die über den Sinn und die Wertigkeit des benötigten Geldes entscheidet, sondern im Kern ist es die *crowd* und deren Bereitschaft zur Hilfe und Unterstützung, die über den Erfolg des Geldeinsammelns und auch der Realisierungsmöglichkeit des Projekts bestimmt. Gleichzeitig ermöglicht die Plattform eine Inszenierung des Projekts nach zum Teil vorgegebenen Regeln bzw. Anweisungen. So wird bei Crowdfunding-Plattformen auf die Bedeutung der Erzählung und der medialen Inszenierung mit Hilfe eines Videoclips hingewiesen und die Bitte um finanzielle Hilfe, nicht als eindimensionale ökonomische Entscheidung verstanden, sondern im Kontext des Aufbaus einer *community* um das Projekt bzw. den Hilfesuchenden inszeniert.<sup>1</sup>

Diese Einbettung der ökonomischen Entscheidung zur Hilfe in ein soziales Geschehen, das medial vermittelt ist, kann also tatsächlich

(1) Beispielsweise: <https://www.kickstarter.com/learn?ref=nav>

als Ausdruck der Mediatisierung von Hilfe verstanden werden. Dabei kann auch über die Plattform der Hilfsbedürftige in direkten Kontakt mit dem Unterstützer treten. Außerdem kann die Hilfe über ökonomische Hilfe hinausgehen, denn die direkte Kommunikation ermöglicht auch eine direkte Kommentierung des Projekts bzw. Veränderungs- und Verbesserungsvorschläge oder Nachfragen.

Zusammenfassend lässt sich feststellen: Hilfe beim *donation-based* und *civic crowdfunding* ist zunächst Unterstützung, die aber noch stärker als beim kommerziellen Crowdfunding mit der Bedürftigkeit verknüpft ist. Diese wiederum ist, angesichts der Offenheit des hier verwendeten Hilfebegriffs, je nach Situation näher zu bestimmen, inwiefern es sich hierbei um die Bedürftigkeit handelt, um *basic needs* abzudecken und inwieweit diese darüber hinausgeht. Crowdfunding kann also Hilfe aus dem Netz genannt werden und gerade unter einer Mediatisierungsperspektive ergibt sich auch, dass sich darin einer Veränderung von Hilfsmöglichkeiten zeigt. Dies soll im Hinblick auf die Frage nach Machtverhältnissen nun thematisiert werden.

#### ⇒ 1.4 Crowdfunding als Beispiel für die Veränderungen von Hilfsmöglichkeiten in einer mediatisierten Welt

Hilfe im Kontext der Mediatisierung, wie sich auch an Crowdfunding aufzeigen lässt, verschiebt Asymmetrien der Machtverhältnisse des Helfens, die vormals zu einer Kritik des Helfens geführt haben. Ralf Hoburg schreibt beispielsweise zur Kritik an dem Begriff des Helfens und dem Verständnis von Hilfe gerade im Bereich der Sozialarbeit:

Für die Sozialarbeitswissenschaften gilt der Begriff des ‚Helfens‘ als prinzipiell überholt. Nach neuerer Auffassung transportiert der Begriff des Helfens den paternalistischen Gestus des Moralisiertens, der die Ungleichheit des sozial Agierenden und des Klienten offenlegt. Im Helfen liegt die Gefahr der Machtförmigkeit im Verhältnis zwischen Helfern und Klienten (Hoburg 2008, 18).

Hilfe beim Crowdfunding ist anders strukturiert als der bei Hoburg angeklagte paternalistische Gestus. Eine Machtasymmetrie, die zum Missbrauch führen kann, scheint nicht das primäre Merkmal dieser Art von Hilfe beim Crowdfunding zu sein, sondern es ist die Offenheit der Hilfe, die diese kennzeichnet. Für ein Machtverständnis hinsichtlich dieser Offenheit gilt dann, dass Crowdfunding selbst als wirkmächtig erscheint, aufgrund von dessen einfachem Verfahren und der Zugänglichkeit für alle: »The power of crowdfunding in the internet age lies in its simplicity and accessibility (Perry 2015, 457)«. Trotzdem

bedeutet dies nicht, dass die „finanzielle Hilfe aus dem Netz“ damit von Machtverhältnissen frei wäre. So kann sie einer ethisch-kritischen Analyse unterzogen werden, insbesondere, wenn diese aus einer verantwortungsethischen Perspektive geschieht, die Verantwortung in Relation zu Gerechtigkeit und Freiheit versteht (Ulshöfer 2015). Denn – wie Krotz zurecht anmerkt – sind es gerade Medien in Verbund mit einem Wandel von Gesellschaft und Kultur, die

komplexe Wechselwirkungen in den je betroffenen Kultur- und Handlungsräumen auf verschiedenen Ebenen <umfassen, G.U.>. ... Sie beruhen ... auf den mikrosozialen Veränderungen kommunikativen Handelns und deren Bedeutung für Gesellschaft, die langfristig eben auch Sinnkonstruktionen, Sozialisation, Selbst- und Fremdbilder und so weiter beeinflussen. Sie wirken sich aber auch auf die Meso- und Makroebene hinein aus und sind beispielsweise auch von Machteinflüssen geprägt und für Machtverhältnisse relevant (Krotz 2014, 13).

Daher soll im folgenden Kapitel nochmals genauer auf die Charakteristika und die Machtverhältnisse des Crowdfunding und seiner Akteure eingegangen werden.

⇒ 2 Charakteristika der finanziellen Hilfe aus dem Netz angesichts der Akteure des Crowdfunding: *Crowd*, Hilfesuchende und die Betreiber von Crowdfunding-Plattformen

⇒ 2.1 Hilfe jenseits aller Begrenzungen: Empowerment oder Kontrollverlust?

Crowdfunding ermöglicht einen Zugang zu Hilfe, der jenseits verschiedener Begrenzungen liegt. So zeigt sich in Untersuchungen, dass der Gender-Bias, d.h., dass Frauen bei der Förderung von neuen Projekten eher benachteiligt bzw. seltener berücksichtigt werden, beim Crowdfunding geringer ist. »Crowdfunding and crowd investment appear more gender neutral. It is also exciting to see diverse people of all ages raising money for their businesses, ideas, and projects through crowdfunding (Kerrigan, 2014, 28)«. Auch wenn man sich die geographische Verteilung von Hilfesuchenden beim Crowdfunding und Unterstützern anschaut, so zeigt sich, dass es auch hier geringere Begrenzungen gibt als anzunehmen wäre. Eine Untersuchung im Blick auf die Hilfe für Projekte junger Musiker macht deutlich, dass sich der geographische Radius der Hilfegebenden und da-



mit der *crowd*, im Vergleich mit traditionellen Finanzierungsformen erweitert hat.

Perhaps the most striking characteristic of crowdfunding is the geographic dispersion of the investors. For example, in our data from a crowdfunding website that facilitates investments in early-stage musicians seeking finance, we find a mean distance between artist-entrepreneur and investor of approximately 3,000 miles. ... The geographic dispersion of investment evident in our data implies that crowdfunding in our setting largely overcomes the distance-related economic frictions usually associated with financing entrepreneurial ventures (Agrawal et al. 2011, 1).

Dass das Hilfesuchen in einem größeren Rahmen stattfinden kann und insofern Grenzen überwindet, sei es bezüglich geographischer, ethnischer oder Gender-relevanter Faktoren, kann insbesondere unter Gerechtigkeitsgesichtspunkten als positiver Aspekt genannt werden. Hier kann tatsächlich von einem *Empowerment* für diejenigen, die auf der Suche nach finanzieller Hilfe und teilweise auch ideeller Unterstützung sind, gesprochen werden – und Projekte ermöglicht werden, für die sonst keine Finanzierung zur Verfügung stünde.

Gleichzeitig stellt sich jedoch auch die Frage, nach den Kontrollmöglichkeiten – und zwar zum einen hinsichtlich des Schutzes der Ideen und des Copyrights für diejenigen, die ihre Ideen der Öffentlichkeit preisgeben, bevor sie realisiert worden sind, wie dies beispielsweise auch bei künstlerischen Projekten der Fall ist. Zum anderen stellt sich die Frage nach der Kontrolle auch bei den Geldgebern, denn es ist nicht gesetzlich geregelt, was der Hilfesuchende dann tatsächlich mit dem ihm zur Verfügung gestellten Geld macht. Hierbei zeigen Untersuchungen jedoch, dass möglicher Betrug seltener ist als die zeitliche Verzögerung des Projekts (Belleflamme/Lambert 2014, 6).

⇒ 2.2 Hilfe als Ausdruck von Machtstrukturen: Dezentralisierung und Neujustierung von Macht?

Wie in der Kritik an dem Hilfeverständnis, das sich in den Sozialarbeitswissenschaften zeigt, zu sehen war, sind bei einer Hilfehandlung – egal, ob sie nun Hilfe oder Unterstützung – genannt wird, Machtverhältnisse mit zu bedenken. Crowdfunding und die damit verbundene Hilfehandlung scheint die klassischen Verhältnisse zwischen Hilfsbedürftigem, der von einem Stärkeren Hilfe erhält, und wodurch sich

eine gewisse Abhängigkeitsstruktur und ein patriarchaler Gestus entwickeln kann, zu relativieren.

Dies zeigt sich schon bei dem Verhältnis zwischen Hilfegeber, also denen, die das Geld für das Projekt bereit stellen, und dem Hilfeempfänger: Wie schon oben beschrieben liegt die Macht über den Zugang zu finanziellen Ressourcen im Ermessen einer anonymen Menge, die aus ganz unterschiedlichen Individuen bestehen kann, und die interessiert daran ist, das Projekt finanziell zu fördern. Daher kann davon gesprochen werden, dass nicht mehr ein Machtverständnis, wie es bei Max Weber zugrunde liegt, beim Crowdfunding zu finden ist. Dieser hat Macht gedeutet als »jede Chance, innerhalb einer sozialen Beziehung den eigenen Willen auch gegen Widerstreben durchzusetzen, gleichviel worauf diese Chance beruht (Weber 1980, 28)«. Es ist also nicht mehr beispielsweise eine Institution oder ein einzelner Geldgeber, welche die Vergabe des Kredits für das Projekt verweigert und in diesem Sinne Macht ausübt. Sondern: Macht lässt sich im Kontext von Crowdfunding eher beschreiben als Ermöglichung und Eröffnung von Perspektiven für andere, durch die Aktivitäten der Masse. Dies impliziert aber die oben genannte Kontingenz, denn im Gegensatz zu Geldgebern, sei es im Rahmen von Förderprojekten aus öffentlichen Mitteln oder von Nichtregierungsorganisationen, bei denen klare Regeln der Mittelvergabe gelten, sind die Entscheidungshintergründe der *crowd* nicht klar. Zwar regen die Webplattformen die Hilfesuchenden an, zunächst das persönliche Hilfe-Netzwerk von Freunden und Bekannten zu aktivieren, so dass das Projekt in jedem Fall öffentlich aufgezeigte Unterstützung bekommt, und Untersuchungen zeigen, dass die Unterstützer, die das Projekt frühzeitig unterstützen, die Entscheidungen der anderen beeinflussen (Kim/Viswanathan 2016). Genaue Gründe, warum ein spezifisches Projekt unterstützt wird und ein anderes nicht genügend Hilfe erfährt, so dass es nicht zustande kommt, konnten jedoch nicht ermittelt werden (Belleflamme/Lambert 2014).

Trotz dieser Ambivalenzen hat sich die Machtproblematik beim Crowdfunding verschoben: Hinsichtlich der Bedeutung, welche die *crowd*, für die Realisierung eines Projekts über die Finanzierung bekommen hat, kann im Grunde von einer Machtdiffusion gesprochen werden. Gleichzeitig kann aber im Hinblick beispielsweise auf *civic crowdfunding*-Projekte, in denen Bürgerinnen und Bürger einer Stadt auf der Suche sind nach Financiers für ein bestimmtes Projekt, das ihre Stadt verschönert, von einer Neujustierung von Macht gesprochen werden. Hier geschehen Machtprozesse, wie sie Hannah Arendt beschreibt: »Macht entspricht der menschlichen Fähigkeit, nicht nur

zu handeln oder etwas zu tun, sondern sich mit anderen zusammenzuschließen und im Einvernehmen mit ihnen zu handeln (Arendt 2006, 45)«. Gleichzeitig zeigt sich in civic crowdfunding-Projekten, dass Mediatisierung von Hilfe auch bedeuten kann, dass sich neue Gemeinschaften entwickeln und die Formen und Aktivitäten für Hilfe über das nachgefragte Engagement hinausgehen, wie auch Alexandra Stiver et al. in ihrer Untersuchung zum *Civic crowdfunding* anmerken:

Civic crowdfunding platforms increasingly recognize non-financial elements as *opportunities* and highlight them as *features*. Non-financial themes such as online networking and offline participation demonstrate civic crowdfunding's relevancy to both individual and institutional stakeholders, as it lies at the intersection of funding, technology, and civic participation. (Stiver et al. 2015, 253)

Hilfe als Ausdruck von Machtstrukturen bekommt also beim Crowdfunding neue Dimensionen, weil nicht mehr allein die Situation zwischen Hilfegeber und –nehmer in den Blick gerät, sondern die gesellschaftliche Einbettung der Hilfsbeziehung über die Webplattform geschieht und somit einen Grad an Öffentlichkeit erreicht, der für Hilfsbeziehungen zu Individuen selten der Fall ist. Wie dies nun ethisch zu bewerten ist, muss sich von Fall zu Fall erweisen, denn auch im Blick auf die veränderten Machtstrukturen beim Crowdfunding bedarf es der Überlegungen, welche Machtmöglichkeiten und welche Ausübung von Macht legitim ist und wie diese Legitimierung zu begründen ist. Beim *civic crowdfunding* kann sich beispielsweise die Frage stellen, warum diese Form der Finanzierung gewählt wurde und warum beispielsweise der Spielplatz, der eingerichtet werden soll, nicht aus städtischen Geldern, die sich ja zum Großteil auch aus Steuern der Bürgerinnen und Bürger ergeben, bezahlt werden kann. Außerdem stellen sich Gerechtigkeitsfragen, inwiefern sich Stadtteile mit wohlhabender Bevölkerung eher Crowdfunding-Projekte leisten können als ärmere Stadtteile.

### ⇒ 2.3 Hilfe und die Diversifikation von Verantwortlichkeiten: Von Selbstverantwortung und Verantwortungsdefiziten

Hilfe ist eng mit dem Thema Verantwortung verbunden. Dabei ist zunächst von personaler Verantwortung auszugehen. Gleichzeitig zeigt sich jedoch, dass das Thema Hilfe sich nicht nur auf personaler Verantwortung eines Einzelnen und auf Selbstverantwortung reduzieren lässt. Ergibt sich ein Bedarf an Unterstützung, so stellen sich ver-

schiedene Fragen nach der Ursache, aber auch, wer für die Unterstützung zuständig ist und in welchem Ausmaß die Hilfe gewährleistet werden soll. Auch beim Crowdfunding ergeben sich Fragen der Verantwortung, wie dies am Beispiel der Betreiber von Crowdfunding-Plattformen aufgezeigt werden soll. Sie stellen die Vermittlungsebene zwischen Hilfesuchendem und Unterstütztem dar. Wie sich am Beispiel der online-Plattform „Kickstarter“ zeigen lässt, bleibt die Verantwortung der Plattform begrenzt: Sie gibt zwar die Sparten der Projekte vor, für die auf der Plattform geworben werden kann – wie bei [www.kickstarter.com](http://www.kickstarter.com) die Umsetzung von kreativen Projekten im Zentrum steht. Gleichzeitig hält sich die Webseite vor, Projekte, die gegen die Regeln von kickstarter verstoßen, auszuschließen. Diese Regeln finden sich unter: <https://www.kickstarter.com/rules>. Außerdem bietet die Webseite Hilfe für die Erstellung eines Projekts und dessen Bewerbung auf der Webseite. Insgesamt kann jedoch die Gesamtverantwortung für das Projekt von den entsprechenden Webseiten nicht übernommen werden, denn diese liegt allein beim Hilfesuchenden. Daher ist die Durchführung des Projekts auch nicht in der Verantwortung der Crowdfunding-Plattformen, sondern in der Selbstverantwortung. Wie bei kickstarter so versuchen auch andere Crowdfunding-Webseiten mit Hilfe von speziellen Regeln bzw. *Code of Ethics* klar zu machen, wie die Verantwortlichkeiten zwischen den drei beteiligten Akteuren: Spender, Hilfesuchender und Plattformbetreiber aufgeteilt sind. Rechtliche Regelungen sind spärlich.

⇒ 3 Ambivalenzen und Herausforderungen von Crowdfunding als Hilfe aus dem Netz

Der ganze Prozess des Crowdfunding weist hinsichtlich dem Verständnis von Hilfe in Bezug auf die Akteure des Crowdfunding Ambivalenzen auf. Einerseits zeigen sich, wie oben aufgezeigt, für die einzelnen Akteure Möglichkeiten des *Empowerment*, der Selbstverantwortung und der Emanzipation und im Kern der Realisierung von Projekten, die ohne die Hilfe des Crowdfunding nicht möglich gewesen wären. Andererseits ergeben sich gerade bei Fragen nach der Verantwortung, der Machtausübung und auch der Kontrolle der Aktivitäten für die verschiedenen Akteure des Crowdfunding Herausforderungen.

Im Folgenden soll nun abschließend nochmals der ganze Prozess des Crowfundings in den Blick genommen werden. Dadurch soll anhand dreier großer Themenbereiche, die in der Literatur zu Crowdfunding zu finden sind, der Prozess selbst, als Akt der Hilfe, kritisch

durchleuchtet werden. Dabei wird sich als Erkenntnis ergeben, dass Crowdfunding als Akt finanzieller Hilfe paradigmatisch verstanden werden kann für die Entwicklungen, die eine Mediatisierung in den verschiedenen Bereichen des gesellschaftlichen und sozialen Lebens mit sich bringt. Die moralischen Ambivalenzen, die sich dabei zeigen, können benannt werden. Es gilt jedoch für eine ethisch-moralische Analyse, dass es hierbei den jeweiligen, spezifischen Fall zu berücksichtigen gilt, im Sinne einer Ethik der Handlungsräume (Ulshöfer 2015).

### ⇒ 3.1 Crowdfunding als Mittel zur Demokratisierung auch von finanzieller Hilfe?

Dass das Internet bei seiner Einführung in den achtziger und neunziger Jahre des 20. Jahrhunderts mit einer großen Freiheitserwartung einher gegangen ist, zeigt sich beispielsweise in der „Unabhängigkeitserklärung des Cyberspace“ von 1996 von John Perry Barlow (Barlow 2007). Hierbei werden Freiheit im Sinne von Unabhängigkeit von Institutionen und Freiheit zur Selbstverwirklichung als die Charakteristika des Netzes herausgestellt, die auch die Selbstorganisation des Netzes legitimieren sollen. In der Literatur zum Crowdfunding findet sich meines Erachtens an dem Punkt seinen Nachhall dieses Freiheitspathos, an dem Crowdfunding – im Sinne der Selbstorganisation – als Mittel verstanden wird, wie es zu mehr Demokratie in wirtschaftlichen Prozessen kommen kann, ohne dass dies institutionell geregelt werden müsse. Crowdfunding wird dabei verstanden als Teil der »democratization of an economy where people are given the opportunity to do innovation or participate in the innovation process who did not have this chance before (Scholz 2015, 67)«. Hierbei tritt durchaus das emanzipatorische Potenzial der Mediatisierung in den Blick. Gleichzeitig lässt sich aber gerade anhand des Crowfundings im Bereich der Spenden und des *civic crowdfunding* aufzeigen, dass das hier zugrunde liegende Verständnis von „Demokratie“ zu hinterfragen ist. Wird Hilfe für Bedürftige über Crowdfunding eingeworben, so kann es, wie aufgezeigt, für die Betroffenen tatsächlich ein Akt der Selbstbestimmung und Emanzipation sein. Es ist jedoch zu bedenken, dass es sich hierbei nicht um einen gesellschaftlichen Anspruch auf Hilfe handelt bei einem bestimmten Hilfsbedarf. Je nach Ermessen der anonymen *crowd* wird die Finanzierung von Hilfe ermöglicht, wenn genug Geld eingesammelt wird, oder auch nicht. Es hängt also von der *crowd* ab, ob der Hilfe Genüge getan wird oder nicht. Hierbei von einer „Demokratisierung“ zu reden, hat nur eine Seite von Demo-

kratie im Blick, indem sie die Freiheit der einzelnen Bürgerinnen und Bürger herausstellt, ihre Bedürfnisse entsprechend den gesetzlichen Regelungen selbst zu organisieren. Demokratie besteht aber auch darin, gemeinsam Regulierungen für die Organisation des Gemeinwesens zu finden und die Aufgaben des Staates für das *demos* zu formulieren, so dass klar werden kann, wofür „das Kollektiv“ gemeinsam verantwortlich ist. Diese Notwendigkeit wird insbesondere bei Hilfeleistungen für Hilfsbedürftige deutlich. Daher ist die Rede von der Demokratisierung gerade angesichts von spendenbasiertem Crowdfunding durchaus auch unter kritischen Gesichtspunkten zu betrachten.

### ⇒ 3.2 Crowdfunding als Hilfe aus dem Netz und die Frage nach den Trägern von Verantwortung

Die grundsätzliche Offenheit des Crowdfunding ermöglicht es, alle erdenklichen Projekte zur Finanzierung in die Öffentlichkeit zu bringen. Verantwortlich scheint dafür zunächst diejenige Person zu sein, die das Hilfsbedürfnis bzw. den Hilfsbedarf hat. An ihr liegt es, das Anliegen entsprechend der Crowdfunding-Plattform zu gestalten, um möglichst genügend Förderer zu gewinnen. Die Einschränkung der Verantwortungsperspektive auf den einzelnen Hilfsbedürftigen ist jedoch, wie wir in den vorausgehenden Kapiteln gesehen haben, nicht adäquat, denn sowohl dem Geldgeber als auch dem Plattformbetreiber können Verantwortlichkeiten zugeschrieben werden, weil durch ihre Aktivitäten eine Förderung geschieht bzw. durch die Plattform das Geschehen strukturiert wird. Gleichzeitig ergibt sich aus den Überlegungen im direkt vorangegangenen Kapitel, dass das Crowdfunding-Geschehen in seinem gesellschaftlichen Zusammenhang analysiert werden sollte, damit Crowdfunding nicht andere Formen der Hilfe, wie beispielsweise öffentliche Unterstützung verdrängt. Die Frage ist auch, wie Davies aufzeigt, ob durch Crowdfunding öffentliche Finanzierung abnimmt bzw. gekürzt wird (Davies 2013). Im Augenblick scheinen die durch Crowdfunding finanzierten Projekte noch zu wenige und zu geringe Summen zu sein, zumindest in einem deutschsprachigen Kontext, aber es wird deutlich, dass es sich – angesichts der Mediatisierung der Hilfe und damit auch der vermehrten Öffentlichkeit, die die Medien bewirken – bei der „Hilfe aus dem Netz“ und deren ethischer Beurteilung nicht allein um Fragen des Aktes von Crowdfunding handelt, sondern auch um gesellschaftspolitische Fragen, die mit verhandelt werden.

### ⇒ 3.3 Crowdfunding als Herausforderung für ein Verständnis von Spenden als Gaben und die ökonomische Dimension des Crowdfunding-Prozesses

Eine weitere Herausforderung aufgrund der Ambivalenzen von Crowdfunding zeigt sich hinsichtlich der Doppeldeutigkeit der Spende, wenn diese auch als Gabe verstanden wird und dem damit verbundenen Emotionalisierungsprozess, der durch die Mediatisierung auch verstärkt werden kann. Wenn Crowdfunding im Sinne eines Gabe-Handelns interpretiert wird, erschließt sich die Mehrdimensionalität des Handels im Prozess des Crowdfunding. Denn auch beim Crowdfunding spielt meines Erachtens ein Charakteristikum der Gabe eine Rolle, auf die Fritz Rüdiger Volz in seinen Überlegungen zum Gabe-handeln aufmerksam macht:

Das Geben stiftet, gestaltet, erhält und verändert menschliche Beziehungen. Es verbindet Menschen miteinander, es bindet Menschen aneinander, und daraus entstehen wechselseitige Verbindlichkeiten ... Da menschliches Handeln prinzipiell mehrdeutig ist und folglich seine spezifische Bedeutung nur dadurch erhält, dass es gedeutet wird, umschließt jede Gabe auch einen symbolischen Gehalt ... Deshalb ist jede Gabe eine ‚Doppelgabe‘ aus einem Gut und einem Symbol. Oft dominiert das Symbol sogar das Gut, da über das Symbol die Beziehung hergestellt und das jeweils Spezifische der daraus sich ergebenden Beziehung näher bestimmt wird. (Volz 2008, 33)

Die Verbundenheit über das Geben wird auch im Rahmen des Crowdfunding-Prozesses betont. Je nachdem, wie die Hilfeempfänger ihre Geldgeber informieren und in den kreativen Prozess einbinden, kann dies auch tatsächlich der Fall sein. (Padgett/ Rolston, 2014, 64). So können zum Beispiel Kontakte mit den Unterstützenden bzw. der Fangemeinde gepflegt werden. Der symbolische Aspekt bei der Gabe ist dabei auch verknüpft mit der „Emotionalisierung“ des Spendenschehens. Dabei weist gleichzeitig die Einbindung des spendenbasierten Crowfundings in mediatisierte Welt über eine enge emotionale Bindung hinaus.

Die Emotionalisierung der Gabe, die durch die Einbettung der ökonomischen Entscheidung in eine *story* und in dem Aufbau von Beziehungen über das Projekt entsteht, zeigt Ambivalenzen auf. Einerseits kann es, wie gerade aufgeführt, durch das Crowdfunding tatsächlich zur Bildung von Gemeinschaft kommen, die über das Projekt verbunden ist und – je nach Projekt – durchaus auch gesellschaftlichen

Wandel anregen oder Hilfestellung im sozialen Bereich leisten kann. (Booth 2015). Andererseits ist die Emotionalisierung der Gabe-Handlung kritisch zu hinterfragen, inwiefern sie aus ökonomischen Gründen funktionalisiert wird. Hierbei stellt sich dazuhin die grundsätzliche Frage, ob durch Crowdfunding und den Regeln der Selbstvermarktung des Projekts, die durch die Darstellung auf der Crowdfunding-Plattform eingefordert werden, nicht nur die Gabe, sondern auch das Projekt selbst nur noch als ökonomische Einheit, in dem Fall als Ware gesehen wird. Dabei kann es durch die Mediatisierung und der damit verbundenen Zugänglichkeit zu mehr Informationen und der entsprechenden Aufbereitung des Projekts zum Beispiel in einem Videoclip, nicht nur dazu kommen, dass das Projekt zur Ware wird, sondern zu einer verstärkten Emotionalisierung. Dies ist gerade unter ethischen Gesichtspunkten in seiner Ambivalenz zu hinterfragen: Wie gehen Kommerzialisierung und Emotionalisierung des Hilfesgeschehens Hand in Hand? Wann ist diese Vorgehensweise sinnvoll und wo hat sie ihre Grenzen? Und diese Fragen stellen sich insbesondere in Zeiten, in denen mit Fakten gerade in der virtuellen Welt nicht immer wahrheitsgemäß umgegangen wird, in besonderer Dringlichkeit.

⇒ 4 Vom Umgang mit Crowdfunding als Hilfe im Netz und dem Vergnügen an der Gabe

Das Wachstumspotential des Marktes für Crowdfunding weist auf den Bedarf an Hilfe aus dem Netz hin, der jenseits der traditionellen Finanzierungsinstrumentarien verortet ist. Dass sich hierbei Freiheitsgrade für diejenigen, die Unterstützung für Projekte suchen, und für diejenigen, die Projekte gezielt fördern wollen, ergibt, ist deutlich geworden. Die Ambivalenzen, die hinsichtlich dieser Mediatisierung der Hilfe aufscheinen, wurden aufgezeigt.

Der Umgang mit den Ambivalenzen liegt dabei meines Erachtens in Abwägungsprozessen:

Eines Abwägungsprozesses bedarf es auf individueller bzw. projektbezogener Ebene, um zu klären, inwiefern die geplanten Projekte zu dieser Form finanzieller Hilfe passen. Wie sich insbesondere hinsichtlich der Ambivalenzen des Prozesses von Crowdfunding zeigte, gilt es dabei mit den Möglichkeiten der Emotionalisierung sowie den Potentialen, sich einen weltweiten Zugang zur Unterstützung zu schaffen, angemessen umzugehen.

Auf gesellschaftspolitischer Ebene gilt es abzuwägen zwischen individueller Freiheit und gesellschaftlichen Aufgaben, die es gerade im sozialpolitischen Bereich zu erfüllen gilt. Crowdfunding kann dabei



tatsächlich als Chance gesehen werden, gerade auch soziale Projekte zu finanzieren, die sonst keine Finanzierung erhalten können, und innovative Vorhaben jenseits von traditionellen Hilfsinstitutionen zu initiieren. Gleichzeitig zeigte sich in der Untersuchung jedoch auch, dass dabei die gesellschaftspolitische Dimension und Bedeutung von gemeinsamer Organisation von Hilfe und damit die Fragen, welche Aufgaben Teil des Gemeinwesens sind, welche von gemeinwohlorientierten und welche von profitorientierten Institutionen am besten zu organisieren sind, im Blick bleiben sollten.

Aus theologischer Perspektive werden dabei Gerechtigkeitsaspekte relevant, die es in Verantwortung und im Sinne eines responsiven Freiheitsverständnisses zu bearbeiten gilt. Crowdfunding weist auch darauf hin, dass sich Fragen rund um die Hilfe nicht ganz, aber wenigstens auch teilweise gabetheoretisch reformulieren lassen (Volz 2008, 37), um so auf die weitere Dimension in dem das Hilfsgeschehen beim Crowdfunding steht, hinweisen zu können. Hierbei lässt sich feststellen, dass eine Kritik der Hilfe aus theologischer Perspektive auch in einem eschatologischen Rahmen verankert werden kann, denn: »Die göttliche *Vorgabe*, die wir dankbar und lustvoll gebrauchen und genießen dürfen, gibt uns die *Aufgabe*, das Überflüssige zu teilen, auf dass auf Erden alle genug haben und – vergnügt sein können (Frettlöh 2001, 161)«.<sup>2</sup>

(2) Der Artikel ist im Rahmen des von der DFG geförderten Heisenberg-Stipendiums zum Projekt: »Ethik der Macht im digitalen Zeitalter« (UL 191/4-1) entstanden.

## ⇒ Literaturverzeichnis

Agrawal, Ajay K.; Catalini, Christian; Goldfarb, Avi (2011): The Geography of Crowdfunding. NBER Working Paper Series 16820. Download unter: [http://www.nber.org/papers/w16820\\_](http://www.nber.org/papers/w16820_) (Zugriff am 14 Mai 2016).

Arendt, Hannah (2006): Macht und Gewalt, München: Piper, 17. Auflage.

Barlow, John Perry (2007): Unabhängigkeitserklärung des Cyberspace (1996), in: Bruns, Karin; Reichert, Ramón (Hg.): Reader Neue Medien. Texte zur digitalen Kultur und Kommunikation. Bielefeld: transcript, 138-140.

Belleflamme, Paul; Lambert, Thomas (2014): Crowdfunding: some empirical findings and microeconomic underpinnings, in: *Revue Bancaire et Financière* 4, 288–296. Download unter: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2437786](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2437786) (Zugriff am 30 Juni 2016).

Belleflamme, Paul, Omrani, Nessrine; Peitz, Martin (2015): The economics of crowdfunding platforms, CORE Discussion Paper 15 (2015). Download unter: <http://ssrn.com/abstract=2585611> (Zugriff am 13 Mai 2016).

Best, Jason; Neiss, Sherwood (2014): Crowdfunding: A Historical Perspective, in: Dresner, Steven (Hg.): *Crowdfunding: A Guide to Raising Capital on the Internet*. Somerset: Wiley, 3–14.

Booth, Paul (2015): Afterword. The Future of Crowdfunding, in: Bennett, Lucy; Chin, Bertha; Jones, Bethan (Hg.) *Crowdfunding The Future: Media Industries, Ethics, and Digital Society*, New York: Peter Lang, 239–249.

Dallmann, Hans-Ulrich (2005): Geben, Schenken, Stiften – ein Anachronismus in modernen Gesellschaften?, in: Andrews, Claudia; Dalby, Paul; Kreuzer, Thomas (Hg.): *Geben, Schenken, Stiften – theologische und philosophische Perspektiven*, Münster: LIT, 33-51.

Davies, Rodrigo (2013): The Ethics of Crowdfunding, Download unter: <http://digitaletics.org/essays/the-ethics-of-crowdfunding/> (Zugriff am 15 Mai 2016).

Davies, Rodrigo (2014): Civic Crowdfunding: Participatory Communities, Entrepreneurs and the Political Economy of Place, Download unter: <http://ssrn.com/abstract=2434615> (Zugriff am 3. Mai 2016).

Fischer, Kai (2015): Warum Menschen spenden. Ein Gabe-theoretischer Beitrag zur Fundierung des Fundraisings, Hamburg: Mission Basel Verlag.

Frettlöh, Magdalene L. (2001): Der Charme der gerechten Gabe. Motive einer Theologie und Ethik der Gabe am Beispiel der paulinischen Kollekte für Jerusalem, in: Ebach, Jürgen; Gutmann, Hans-Martin; Dies.; Weinrich, Michael (Hg.): „Leget Anmut in das Geben“. Zum Verhältnis von Ökonomie und Theologie, Gütersloh: Chr. Kaiser/ Gütersloher Verlagshaus, 105-161.

Hoburg, Ralf (2008): Theologie in der Sozialarbeit als andere Perspektive auf den Gegenstand des Helfens, in: Ders. (Hg.): Theologie der helfenden Berufe, Stuttgart: Kohlhammer, 11-22.

Hossain, Mokter; Oparaocha, Gospel (2015): Crowdfunding: Motives, Definitions, Typology and Ethical Challenges (October 15, 2015). Download unter: <http://ssrn.com/abstract=2674532> (Zugriff am 13. Mai 2016).

Kerrigan, Karen (2014): Understanding the “crowd”. In: Dresner, Steven (Hg.) Crowdfunding: A Guide to Raising Capital on the Internet. Hoboken: Wiley 15–30.

Kim, Keongtae; Viswanathan, Siva (2016): The ‘Experts’ in the Crowd: The Role of ‘Expert’ Investors in a Crowdfunding Market, Download unter: [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2258243](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2258243) (Zugriff am 15 Juni 2016).

Krotz, Friedrich (2014): Einleitung: Projektübergreifende Konzepte und theoretische Bezüge der Untersuchung mediatisierter Welten, in: Ders.; Despotovic, Cathrin; Kruse, Merle-Marie (Hg.): Die Mediatisierung sozialer Welten. Synergien empirischer Forschung, Wiesbaden: Springer VS, 7-32.

Kühne, Stefan; Hintenberger, Gerhard (Hg.) (2009): Handbuch Online-Beratung, Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht.

Luhmann, Niklas (2005): Formen des Helfens im Wandel der Gesellschaft, in: Ders. (Hg.): Soziologische Aufklärung 2. Aufsätze zur Theo-

rie der Gesellschaft, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 5. Aufl., 167-186.

Padgett, Barry L.; Rolston, Clyde (2014): Crowd Funding: A Case Study at the Intersection of Social Media and Business Ethics, in: *Journal of the International Academy of Case Studies* 20 (3), 61–66.

Perry, Joshua E. (2015): The People's NIH? Ethical and Legal Concerns in Crowdfunded Biomedical Research, in: *Notre Dame Journal of Law, Ethics & Public Policy* 29 (2), 453–470.

Rao, Huaming; Xu, Anbang; Yang, Xia; Fu, Wai-Tat (2014): Emerging Dynamics in Crowdfunding Campaigns, in: Kennedy, William G.; Agrawl, Nitin; Yang, Shanchieh Jay (Hg.): *Social Computing, Behavioral-Cultural Modeling and Prediction. 7<sup>th</sup> International Conference, SBP 2014*, Cham: Springer International Publishing, 333–340.

Reichert, Ramón (2013): *Die Macht der Vielen. Über den neuen Kult der digitalen Vernetzung*, transcript: Bielefeld.

Scholz, Nadine (2015): *The Relevance of Crowdfunding: The Impact on the Innovation Process of Small Entrepreneurial Firms*, Wiesbaden: Springer Gabler.

Stadler, Felix (2016): *Kultur der Digitalität*, Berlin: Suhrkamp.

Stiver, Alexandra; Barrocar, Leonor; Minocha, Shailey; Richards, Mike; Daves, Robert (2015): Civic Crowdfunding Research: Challenges, Opportunities, and Future Agenda, in: *new media & society* 17 (2), 249-271.

Ulshöfer, Gotlind (2015): *Soziale Verantwortung aus protestantischer Perspektive. Kriterien für eine Ethik der Handlungsräume angesichts der Corporate Social Responsibility-Debatte*, Stuttgart: Kohlhammer.

Urselmann, Michael (2014): *Fundraising. Professionelle Mittelbeschaffung für steuerbegünstigte Organisationen*, Wiesbaden: Springer Gabler, 6. überarbeitete und aktualisierte Auflage.

Volz, Fritz Rüdiger (2008): Sozialanthropologische und ethische Grundlagen des Gabehandeln, in: *Fundraising Akademie* (Hg.): *Fundraising. Handbuch für Grundlagen, Strategien und Methoden*, Wiesbaden: Gabler, 4. aktualisierte Auflage, 30-55.

Weber, Max (1980): *Wirtschaft und Gesellschaft*, Tübingen: Mohr Siebeck, 5. rev. Auflage.

Wolfrat, Katharina (2015): *Crowdfunding — the next big thing?: how crowdfunding is evaluated by different expert groups as a future model of financing venues in Germany*, e-book

Zhang, Bryan; Baeck, Peter; Ziegler, Tania; Bone, Jonathan; Garvey, Kieran (Hg.) (2016): *Pushing the boundaries. The 2015 UK Alternative Finance Industry Report* (ed. by Cambridge Center for Alternative Finance and NESTA). Download unter:  
[https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/pushing\\_boundaries\\_0.pdf](https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/pushing_boundaries_0.pdf)  
(Zugriff am 2. Mai 2016).

Webseite (Zugriff am 25. August 2016):  
[www.kickstarter.com](http://www.kickstarter.com)

**Zitationsvorschlag:**

Ulshöfer, Gotlind (2016): Hilfe aus dem Netz? Zur Mediatisierung von Hilfe und ihrer Herausforderungen beim Crowdfunding. (Ethik und Gesellschaft 2/2016: Kritik des Helfens). Download unter:

<https://dx.doi.org/10.18156/eug-2-2016-art-6> (Zugriff am [Datum]).



**ethikundgesellschaft**  
**ökumenische zeitschrift für sozialethik**

**2/2016: Kritik des Helfens**

Gisela Notz

Sind Freiwilligendienste geeignet, das Elend aus der Welt zu schaffen? Für andere etwas tun: Freiwilligendienste zwischen Ehrenamt und prekären Arbeitsverhältnissen

Holger Backhaus-Maul/Miriam Hörnlein

Ein kurzer erster Blick hinter die Legitimationsfassaden deutscher Gründerzeitbauten. Zum Engagement in der Freien Wohlfahrtspflege.

Anika Christina Albert

Fremd im vertrauten Quartier. Perspektiven einer kritischen Theologie des Helfens unter den Bedingungen von Alter(n), Demenz und Technik

Andreas Lob-Hüdepohl

»Ehrenamt ist Gold im Land!« Zur Kritik bürgerschaftlichen Engagements im Kontext der Behindertenhilfe

Gisela Kubon-Gilke

Endogene Werthaltungen und Ambivalenzen des Helfens

Gotlind Ulshöfer

Hilfe aus dem Netz? Zur Mediatisierung von Hilfe und ihrer Grenzen beim Crowdfunding

Clemens Wustmans

Veganer essen ihre Freunde nicht? Anfragen an den Absolutheitsanspruch der Motive veganer Lebensstile