

Lucy Bennett, Bertha Chin, Bethan Jones (Hg.): Crowdfunding the Future: Media Industries, Ethics, and Digital Society

New York: Peter Lang 2015, 276 S., ISBN 9781433126819, EUR 35,40

Befördert durch Vermittlungsplattformen wie Kickstarter oder Indiegogo haben Medienproduzenten in den letzten Jahren immer häufiger von der Möglichkeit Gebrauch gemacht, ein größeres Projekt ohne größeres Eigenkapital über zahlreiche geringfügige Geldbeiträge einer Anhängerschaft zu finanzieren. *Crowdfunding the Future: Media Industries, Ethics, and Digital Society* legt eine Sammlung von Fallstudien und theoretischen Erörterungen zum Thema ‚Crowdfunding‘ (dt.: Schwarmfinanzierung, je nach Kontext auch Mikrofinanzierung) vor. Er umfasst 14 eigenständige Artikel, ein Nachwort sowie einleitende und zusammenfassende Worte der Heraus-

geberinnen. Gegliedert ist er in drei thematische Teilbereiche, die sich mit Betrachtungen des Phänomens nach ethischen Gesichtspunkten („Crowdfunding Platforms and Ethics“), mit schwarmfinanzierten sozialen und aktivistischen Bürgerinitiativen („Social and Civic Crowdfunding“) sowie mit der Bedeutung von Crowdfunding innerhalb der Medienindustrie und Fankultur befassen („Fandom and the Media Industries“).

Wichtige Eckpfeiler des Phänomens sind die gemeinschaftsstiftende Bedeutung des Investierens sowie das Erleben eines prozessorientierten Erfolgsnarrativs: „Suddenly it takes neither the wealth of the Medicis nor Rockefellers

to become a patron of the arts, nor the financial clout of an investment bank to dabble in venture capital“ (S.49). Der Erfolg von Crowdfundingkampagnen basiere oftmals auf der Stärke eines bereits vorhandenen Beziehungsnetzwerkes der Produkthanbieter, wie Talia Leibovitz, Antoni Roig Telo und Jordi Sánchez-Navarro betonen. Das enge Verhältnis zur Abnehmerschaft kann so die Gestaltungsfreiheit der Produzierenden in Frage stellen, wenn Fans beispielsweise ein Mitspracherecht bei ästhetischen oder narrativen Entscheidungen einfordern.

Sehr erfreulich ist, dass neben Analysen der wohl bekanntesten Fälle von Crowdfunding-Erfolgen, wie etwa den Kampagnen der Musikerin Amanda Palmer (vgl. S.173ff.), die sich dank Schwarmfinanzierung von ihrem Musiklabel emanzipieren konnte, und dem *Veronica-Mars*-Film, der sieben Jahre nach Einstellung der abgeschlossenen TV-Serie eine narrative Schließung nach Wünschen der Fans erzielte (vgl. S.157ff.), sich eine Vielzahl an Fallstudien auf europäische Phänomene beziehen, die sonst oftmals zu kurz kommen: So untersuchen Carlos A. Scolari und Telo zwei spanische Filmprojekte zwischen Transmedialität und Crowdfunding sowie Giovanni Boccia Artieri und Augusto Valeriani in „Is It Fair to Monetise Microcelebrity?“ den Fall der italienischen aktivistischen Twitter-Berühmtheit @tigella, die ihren Aktivismus mikrofinanzieren ließ. Besonders ist auch der Beitrag „Four Civic Roles for Crowdfunding“ zur Geschichte der gemeinschaftsbasierten Mikrofinanzierung

von Rodrigo Davies hervorzuheben, der mit der Gruppenfinanzierung des Sockels der amerikanischen Freiheitsstatue bereits ein frühes Beispiel einer Crowdfundingkampagne beschreibt. Davies leistet eine wichtige Historisierung des Phänomens, das innerhalb des Bandes eher als Gegenwärterscheinung verstanden wird (vgl. S.2). Diese wissenschaftlichen Perspektiven ergänzend, ermöglichen die beiden Beiträge von Gavia Baker-Whitelaw und Will Brooker in Form von persönlichen Erfahrungsberichten Einblicke in die Praxis von Kampagnenbetreibenden.

Das Schlusswort von Paul Booth greift die Problematik von Crowdfunding als potenzielle Zuspitzung neoliberaler (Selbst- und Fremd-)Ausbeutung auf. Insbesondere im Anschluss an Deb Verhoevens und Stuart Palmers erhellende, aber unkritisch geratenen Ausführungen zu eigenen Erfahrungen mit Crowdfunding im Wissenschaftsbetrieb sind diese Perspektiven ein wichtiger Ausgleich: So verführerisch die Möglichkeit der Akquirierung privater Mittel über das Mikrofinanzierungsmodell in Zeiten knapper öffentlicher Mittel sein mag, so unhaltbar wäre ein Modell, das dem wissenschaftlichen Personal zu aller Forschungs-, Lehr- und Verwaltungslast noch die interaktive, medientaugliche Umwerbung einer spendenwilligen Öffentlichkeit abverlangte.

Wie die Autor_innen erklären, wurde der Band geschrieben „with the idea in mind of creating *the* work on crowdfunding“ (S.1). Ob er dies auf lange Sicht einzulösen vermag, muss die Zukunft erweisen. Gewiss ist aber,

dass es sich um den ersten Sammelband aus medien- und kulturwissenschaftlicher Warte handelt, der sich diesem Phänomen umfassend widmet und somit einen um Vielseitigkeit bemühten Beginn eines Diskurses darstellt. Im Jahr seines Erscheinens veröffentlichten die Herausgeber_innen des Bandes auch eine Themenausgabe des Fachjournals *New Media & Society* zum gleichen Themenschwerpunkt. Der vorliegende

Band – so lässt die Einleitung vermuten – besteht weitgehend aus den überzähligen Einreichungen zu dieser Ausgabe. Es fällt deshalb schwer, das Buch unabhängig von der Auswahl der Beiträge in der Fachzeitschrift zu betrachten, seinen Leser_innen sei die Lektüre dieser Ausgabe zur Ergänzung und Vertiefung empfohlen.

Sophie G. Einwächter (Marburg)