



Diesen Erfolg schleckt keine Geiss weg

In der Schweizer Landwirtschaft wurden seit 2014 mit Crowdfunding über 100 Projekte im Wert von 2,2 Mio. Franken finanziert. Was ist Crowdfunding? Und welche Projekte können Landwirte finanzieren? Wir haben Zahlen und Fakten – und zeigen bewährte Methoden.

SERIE
Finanzierung von
Agrarprojekten
TEIL 2

Mit der erfolgreichsten Schweizer Crowdfunding-Kampagne in der Schweizer Landwirtschaft finanzierte Christian Näf das «Geissenparadies» im Göschenalptal (UR).

Bild: Boris Baldinger

Die erfolgreichste Crowdfunding-Aktion in der Schweizer Landwirtschaft begann mit einem Loch in der Kasse: Christian Näf fehlten 60 000 Franken, um den von ihm bewirtschafteten Bergbauernbetrieb mit Geissen im Göscheneralptal im Kanton Uri zu kaufen. Näf ging auf die Crowdfunding-Plattform 100-days und hatte nach 100 Tagen sogar 147 000 Franken beisammen.

Als Gegenwert erhalten die Investoren Belohnungen, die «nur» einen Teil der investierten Summe ausmachen. Von der Geissenparadies-Postkarte (50 Franken Investition) über 500 Gramm Geisskäse (200 Franken) oder eine Betriebsführung mit Käse-Degustation (2000 Franken) bis zu zwei Schlacht-Gitzi (für 20 000 Franken).

Crowdfunding kommt bei den Verbänden unterschiedlich gut an

Der Schweizer Bauernverband (SBV) informierte seine Mitglieder vor zwei

Jahren erstmals über diese spannende Finanzierungsform. «Crowdfunding kann für einzelne Projekte sehr interessant sein», glaubt Mirjam Hofstetter vom SBV, «für die meisten Landwirte ist Crowdfunding aber nicht einsetzbar.» Vor allem für höhere Projektbeträge brauche es weiter

Investitions- und Bankkredite sowie Stiftungsgelder.

Die Geschäftsleiterin der Kleinbauernvereinigung (VKMB) empfiehlt dagegen Crowdfunding: «Zum Beispiel für Betriebe, die mit ihrer Direktvermarktung schon eng mit den Konsumenten im Austausch stehen oder Konsumenten-Nähe anstreben», erklärt Barbara Küttel.

«Das grosse Potenzial von Crowdfunding liegt bei ausserfamiliären Hofübernahmen, wie beim Projekt Agrikultur in Lavin und beim Geissenparadies», zitiert Küttel eine Studie der Kleinbauern-Vereinigung von 2016. Wegen der Belehnungsgrenze in der Landwirtschaft sind Junglandwirte oft auf Direktkredite aus

«Das grosse Potenzial von Crowdfunding liegt bei ausserfamiliären Hofübernahmen.»

Barbara Küttel, VKMB



Bild: Boris Baldinger

Tipps für erfolgreiches Crowdfunding

Welche Landwirtschaftsprojekte funktionieren?

wemakeit: Jedes Projekt muss ein konkretes Ziel haben und Emotionen wecken. «Agrikultur in Lavin» hat zum Beispiel als Belohnung Kälbchen-Patenschaften angeboten. Gut funktionieren auch Belohnungen in Form von Lebensmitteln.

100-days: Der Landwirt muss eine gute Geschichte erzählen, wie zum Beispiel jene vom «Geissenparadies» im Göscheneralptal. Und er muss online und offline ein gutes Netzwerk haben.

Gründe für einen Erfolg respektive Misserfolg

wemakeit: Wenn Landwirte scheitern, was selten der Fall ist, liegt es oft an

der mangelnden Kommunikation. Man muss sich im vornherein gut überlegen, wie und über welche Kanäle kommuniziere ich, was kommuniziere ich und wen kann ich angehen.

100-days: Der Landwirt muss das Grundkonzept von Crowdfunding verstehen: Es sind nicht wildfremde Leute, die ihn unterstützen, sondern es beginnt beim eigenen Umfeld. Ohne ein starkes zeitliches Engagement und Social Media-Kenntnisse geht es auch nicht. Und die Zielsumme sollte nicht zu hoch sein. (In der Schweiz durchschnittlich 10 000 Franken, bei Landwirtschaftsprojekten immerhin 22 000 Franken). Wobei es immer Ausreisser nach oben gibt, wie das «Geissenparadies».

Was raten sie Landwirten für erfolgreiches Crowdfunding?

wemakeit: Die Kampagne möglichst persönlich aufbauen. Ein kurzes, einfaches Video (geht auch mit dem Smartphone), damit fremde Unterstützer Vertrauen in das Projekt kriegen und das Herzblut spüren. Und ganz wichtig: Spannende Belohnungen anbieten, ein Mix aus dem Endprodukt und persönlichen Belohnungen.

100-days: Wir empfehlen jedem Landwirt, unseren kostenlosen Workshop zu besuchen. Dann muss er genügend Zeit vor und – ganz wichtig – während der Kampagne einplanen. Und man muss sich bewusst sein, dass man sich selber verkaufen können muss.



Mit der erfolgreichsten Crowdfunding-Kampagne in der Schweizer Landwirtschaft wurde das «Geissenparadies» im Göschenalp-Tal (UR) finanziert, in dem Christian Näf mit 85 Walliser Schwarzhalsziegen und Gemsfarbenen Gebirgsziegen wirtschaftet.

dem privaten Umfeld angewiesen – oder eben auf Crowdfunding.

Die Geschäftsführerin des Schweizerischen Ziegenzuchtverbandes (SZZV) sieht im Crowdfunding gerade für Ziegenprojekte im Nischenbereich eine grosse Chance: «Crowdfunding kann die konventionellen Finanzierungsmöglichkeiten ergänzen», glaubt Ursula Herren. «Es generiert zusätzliche Finanzierungsquellen und sensibilisiert die Bevölkerung auf neue Projekte oder generelle Anliegen und Probleme der Landwirtschaft.»

Vorteile des Crowdfunding für die Landwirte

Durch das Crowdfunding-Projekt gewinnen die Landwirte gleichzeitig neue Kunden für die Direktvermarktung. «Das ist die beste Eigenwerbung für den Hof», weiss Barbara Küttel vom VKMB. Wenn die Land-

wirte bereits in Sozialen Medien aktiv sind, erreichen sie über die Multiplikatoren («Like» und «Teilen» in Facebook) Tausende von potenziellen Spendern.

Barbara Küttel: «Es braucht also eine Bereitschaft, sich in der Öffentlichkeit zu exponieren und das Projekt dem kritischen (in der Regel aber wohlwollenden) Urteil der Öffentlichkeit zu stellen.» Dafür muss der Landwirt den Investoren kaum Mitspracherechte einräumen und beim Scheitern des Unternehmens muss er nicht für die Ausfälle aufkommen. Das unternehmerische Risiko tragen die Investoren.

Einen weiteren Vorteil sieht Mirjam Hofstetter vom SBV: «Crowdfunding-Investoren sind nicht rein profitgetrieben, ihnen ist wichtiger, dass nachhaltige Projekte durchgeführt werden können.» Und wenn die Landwirte ihr Projekt über Crowdfunding-

Plattformen potenziellen Investoren präsentieren, erhalten sie eine heterogene Investorengruppe, das «Klumpenrisiko» sinkt also. Beim SBV ist man trotzdem eher zurückhaltend gegenüber diesem Finanzierungsmodell.

Im Gegensatz dazu sieht die Kleinbauern-Vereinigung im Crowdfunding grosses Potenzial für zahlreiche Landwirtschaftsbetriebe. Die VKMB unterstützt Crowdfunding-Aktionen proaktiv über ihre Website, den Newsletter und die Sozialen Medien und berät die Landwirte bei der Umsetzung. «Als Bauern- und Konsumentenorganisation unterstützen wir Crowdfunding in der Landwirtschaft, weil damit Bauern und Konsumenten enger zusammenarbeiten.»

Nachteile des Crowdfunding für die Landwirte

Die Finanzierung durch Crowdfunding ist allerdings mit einer gewissen

58 000 Franken für «Agrikultur in Lavin»

Die erste Crowdfunding-Aktion in der Schweizer Landwirtschaft war 2014 das Projekt «Agrikultur in Lavin» im Engadin (GR). Dahinter steht der Wirtschaftsingenieur, Journalist und Demeter-Landwirt Jürg Wirth, der seit 2005 den Hof U Schlaingias bewirtschaftet.

Jürg Wirth hält Rätisches Grauvieh, Wollschweine und Esel. Die Milch der Kühe verkäst er selber und verkauft den Käse direkt. Jährlich schlachtet er zwei bis drei Ochsen und verkauft deren Fleisch. Würste und Trockenfleisch stellt er nach eigenem Rezept her. Auf dem Acker wachsen Pro Specie Rara-Kartoffeln und die höchstgelegenen Artischocken Europas.

Seit 2009 ist Wirth auch Wirt: Er bewirtschaftet im stillgelegten Bahnhof von Lavin das «Bistro Staziun» und serviert dort Käse und Wurst vom eigenen Hof.

Als der Verpächter den Betrieb für 450 000 Franken verkaufen wollte, hatte Jürg Wirth aber trotz effizienter Bewirtschaftung und Nebeneinkünften zu wenig Geld. Neben einer Hypothek der Bank, zinslosen Darlehen von Freunden und Eigenmitteln fehlten ihm noch 50 000 Franken.

Im September 2014 startete Wirth die Crowdfunding-Aktion auf der Plattform wemakeit und hatte am 11. November 2014 rund 58 000 Franken auf dem Konto. Jürg Wirth schaut mit gutem Gefühl auf die Crowdfunding-Aktion zurück: «Gerade für Investitionsbeträge bis 50 000 Franken, die in der Schweizer Landwirtschaft immer wichtiger werden, ist Crowdfunding eine gute Lösung.»

 **Weitere Informationen:**

www.wemakeit.com/projects/agrikultur-in-lavin



Unsicherheit verbunden: Eine Aktion kann ins Leere laufen, wenn das Thema nicht stimmt, die Belohnungen nicht attraktiv sind oder die Multiplikatoren nicht reagieren.

Ursula Herren vom Schweizerischen Ziegenzuchtverband warnt deshalb: «Solange die Finanzierungsergänzung eines Projektes durch Crowdfunding nicht gesichert ist, darf beim Landwirt keine voreilige Euphorie aufkommen.» Denn wenn das Ziel zu hoch angesetzt ist und deshalb nicht erreicht wird, erhalten die Investoren ihren Einsatz automatisch zurück.

Umgekehrt kann eine Aktion so «einschlagen», dass es zum Problem wird: Der australische Imker Cedar Anderson suchte im Februar 2015

eigentlich «nur» 70 000 Dollar, um ein paar Hundert spezielle Bienenstöcke zu produzieren. Acht Wochen später hatten Imker aus 130 Ländern 25 000 «FlowHive»-Bienenstöcke (als Belohnung) für über 12 Mio. Dollar bestellt. Cedar Andersen hat seither ein Luxusproblem ...

Unabhängig vom Erfolg «sind die Konditionen der verschiedenen Plattform-Betreiber sehr unterschiedlich», erklärt Mirjam Hofstetter vom SBV, «insbesondere was die Kosten und Regelungen nach Ablauf der Finanzierungszeit betreffen.» Denn natürlich wollen die Crowdfunding-Plattformen einen Anteil der erzielten Investitionen.

Nicht zu unterschätzen ist auch der Arbeitsaufwand für eine Crowd-



Nach der erfolgreichen Crowdfunding-Kampagne erhalten die Geldgeber von Christian Näf die versprochene Belohnung – je nach Summe vom Geisskäse bis zum Schlacht-Gitzi.

fundung-Aktion. Barbara Küttel von der VKMB: «Es braucht eine seriöse Vorbereitung und Planung, damit das Projekt auf der Crowdfunding-Plattform mit Texten, Fotos und einem Video gut präsentiert werden kann.» Je erfolgreicher eine Aktion ist, desto grösser ist der Aufwand während und nach dem Projekt durch Anfragen von potenziellen Investoren und Medien. Und danach müssen die Belohnungen zeitnah ausgeliefert werden können.

Nach dem Crowdfunding beginnt die Arbeit

Christian Näf konnte mit seiner Crowdfunding-Aktion auf 100-days das Loch in der Kasse stopfen, um den von ihm bewirtschafteten Bergbauern-

betrieb im Göschenalptal (UR) zu kaufen: Näf erhielt 147 000 Franken. Mit 85 Walliser Schwarzhalsziegen und Gemsfarbenen Gebirgsziegen baut er den Hof seither zum «Geissenparadies» auf.

«Mit einem solchen Erfolg hätte ich nie gerechnet», erklärt der überraschte Näf. «Crowdfunding in der Landwirtschaft funktioniert, das schleckt keine Geiss weg!»

Die erfolgreiche Crowdfunding-Aktion ist damit aber noch nicht beendet: Christian Näf muss den Investoren noch die versprochenen Belohnungen «liefern». Die Geisskäse zuerst, später dann die Betriebsführungen mit Käse-Degustation und die Schlacht-Gitzi.

| Jürg Vollmer

147 000 Franken für das Geissenparadies

Die bisher erfolgreichste Schweizer Crowdfunding-Aktion in der Schweizer Landwirtschaft ist das «Geissenparadies» im Göschenalptal (UR). Dahinter steht Christian Näf, der schon Geissenbub beim früheren Bauern war. Nach der Ausbildung zum Landwirt EFZ konnte er 2010 den Betrieb pachten. Die steilen und steinigen Hänge bewirtschaftet er mit 85 Walliser Schwarzhalsziegen und Gemsfarbenen Gebirgsziegen.

Wenn die Gitzi nach Ostern die Milch nicht mehr benötigen, wird diese in der eigenen Käserei thermisiert und zu Geisskäse verarbeitet. So werden im Sommer jeden Morgen 160 Liter Milch verkäst. Ausserdem stellt Näf auch Salsiz, Trockenfleisch und weitere Produkte her, die er hauptsächlich regional vermarktet.

Als der Verpächter den Betrieb für 450 000 Franken verkaufen wollte, hatte Christian Näf aber trotz effizienter Bewirtschaftung und guter Subventions-Lage zu wenig Geld für den Kauf. Neben einer Hypothek der Bank, einem Darlehen des Verkäufers, Unterstützung durch gemeinnützige Institutionen und Eigenmitteln fehlten noch 60 000 Franken.

Im Dezember 2016 startete Näf die Crowdfunding-Aktion auf der Plattform 100-days – und erhielt rund 147 000 Franken, mit denen er das Darlehen des Hofbesitzers massiv verkleinern konnte. «Da steckt aber viel Arbeit dahinter. Man darf nicht glauben, dass Crowdfunding von alleine funktioniert. Die Kampagne muss gut organisiert und gut durchdacht werden.»

Weitere Informationen:

www.100-days.net/de/projekt/geissenparadies/project

Crowdfunding-Anlei

In der Schweiz wurden 2016 rund 3100 Crowdfunding-Projekte mit 128 Mio. Franken finanziert. Die Erfolgsquote liegt bei 65 Prozent. Die Initianten der Crowdfunding-Projekte und die Geldgeber sind im Durchschnitt nur 12 Kilometer voneinander entfernt.



Was ist Crowdfunding?

Crowdfunding (ausgesprochen: Kraudfanding) setzt sich zusammen aus dem englischen crowd für Menschenmenge und funding für Finanzierung. Gemeint ist die Schwarmfinanzierung von Projekten durch private Kapitalgeber, welche über spezialisierte Online-Plattformen gesucht werden. Man unterscheidet vier Varianten des Crowdfunding:

Crowddonation Spenden

Crowdsupporting Belohnungsbasiert

Crowdlending Darlehen

Crowdinvesting Kapitalbeteiligung

WWW.

Welche Crowdfunding-Plattformen gibt es?

Die ersten Crowdfunding-Plattformen wurden in den USA gegründet: 2008 Indiegogo und 2009 Kickstarter – bis heute die grösste und erfolgreichste Crowdfunding-Plattform weltweit.

Ebenfalls schon 2008 startete die erste Schweizer Plattform Cashare, die Darlehen zwischen Privatpersonen oder KMU und Anlegern vermittelt.

Heute gibt es in der Schweiz über 50 Crowdfunding-Plattformen. Seit Jahren die grösste Schweizer Plattform ist wemakeit, die jegliche Art von Projekten anbietet. Für Landwirtschafts-Projekte in der Schweiz haben sich wemakeit und 100-days als erfolgreich erwiesen.

www.wemakeit.com

www.100-days.net

www.cashare.ch

www.kickstarter.com



Finanzierungsbedarf

Dem jungen Landwirt Christian Näf fehlten 60 000 Franken, um einen Bergbauernhof im Göschenalptal (UR) zu kaufen.

5

Finanzierungsziel

Nach 100 Tagen hatte Näf sein Finanzierungsziel von Fr. 60 000.– weit übertroffen: Fr. 147 000.– von 600 Geldgebern.

Start

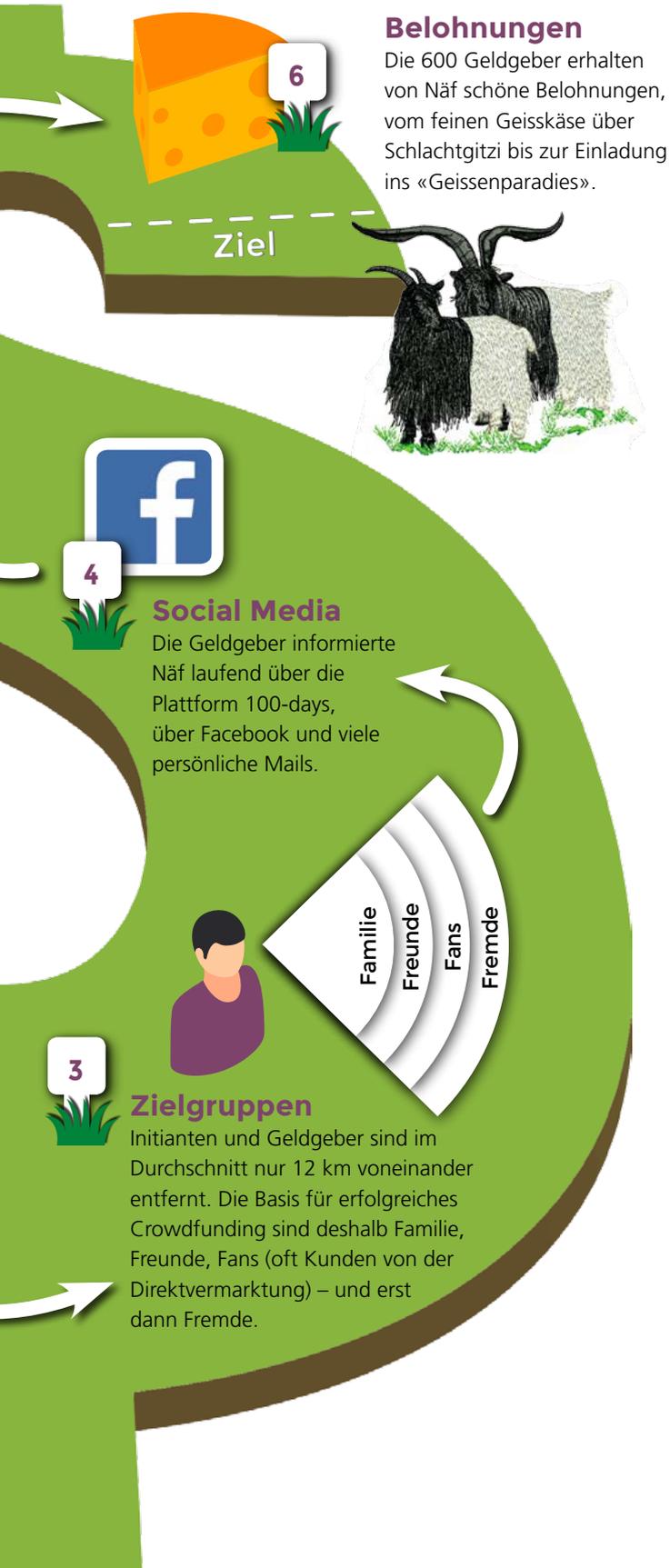
2



Kampagne

Christian Näf startete seine Crowdfunding-Kampagne auf der Plattform 100-days mit einem emotionalen Video und schönen Fotos. www.100-days.net/de/projekt/geissenparadies/project

tung

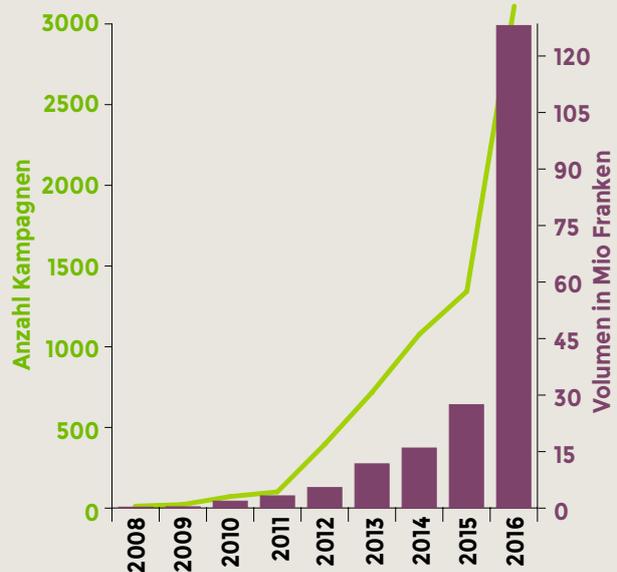


Schweizer Landwirtschaftsprojekte von wemakeit



- Landwirtschaftsprojekte (inkl. Imkerei): 58 Projekte seit 2012 (Total 2 400 Projekte)
- Laufzeit der Crowdfunding-Kampagnen: 30 bis 45 Tage.
- Durch persönliche Beratung erreicht wemakeit im internationalen Vergleich eine der höchsten Erfolgsquoten.
- Erfolgreiche Kampagnen: 71 Prozent (Landwirtschaft) 65 Prozent (Durchschnitt aller Kampagnen)
- Investitionssumme: 22 000 Franken (Landwirtschaft) 10 300 Franken (Durchschnitt aller Kampagnen)
- 100 Prozent der finanzierten Landwirtschaftsprojekte wurden anschliessend realisiert.

Rekord-Crowdfunding in der Schweiz



Jährliche Summe (violett) und Anzahl (grün) der erfolgreichen Crowdfunding-Kampagnen in der Schweiz.