start up metalhighway

Die Eisenstraße-LEADER-Auftaktveranstaltung

MIT UNTERSTÜTZUNG VON BUND, LAND UND EUROPÄISCHER UNION

Crowdfunding Eisenstraße

Lasst uns eine … bauen!

Innovative Werkstatt

netzwerk zukunftsraum land

Krieglach | 11.10.2016

Eisenstraße Mostviertel

Einleitung & Themen

- **Stefan Hackl**
  Geschäftsführung, Eisenstraße Niederösterreich

- **Themen**
  - Unsere Regionsstrategie
  - Warum wir auf regionales Crowdfunding stießen
  - Wie und wo regionales Crowdfunding funktioniert
  - Welche Erfahrungen wir machten
  - Wo wir Potenziale für regionales Crowdfunding sehen

Foto: dphoto.at

start up
metalhighway

Die Eisenstraße-LEADER-
Auftaktveranstaltung

Eisenstraße // Metal Highway

Foto: weinfranz.at

Foto: Hartwig Zoegl/voestalpine Precision Strip

Unsere Regionsstrategie

- **Fünf Kernziele**

  Ehrgeizige, aber erreichbare Ziele, an 1 Hand darstellbar:

  – 1.000 Haushalte mit Breitbandanschlüssen (100 MBit)

  – 2.000 junge Fachkräfte in Ausbildung

  – 30 Jahre: Positive Wanderungsbilanz ab dieser Altersgruppe

  – 400.000 Nächtigungen im Jahr

  – 5 % Gründerquote

start up
metalhighway

Wie wir auf Crowdfunding stießen

Foto: dphoto.at

Schwerpunkt „Kohle, Raum und Zeit“

- **Ausgangslage**
  - **Durchschnittliche bis unterdurchschnittliche Gründerquote:**
    Gründungsintensität von 4,1 %/1.000 EW; NÖ: 4,7 %, Ö: 4,4 %
  - Gerade im Raum **Waidhofen/Ybbs hohe Dichte an Unternehmen aus der Kreativwirtschaft** (auch im bundesweiten Vergleich)
  - Demographie: Abwanderung im Bereich 15-35 Jahren
  - **Breiter Bürgerbeteiligungsprozess:** Junges Unternehmertum

Schwerpunkt „Kohle, Raum und Zeit“

Regionsbudget: 3,49 Mio. €, 220.000 € (Unternehmertum), 250.000 € (junge Menschen)

Drei Säulen:

KOHLE
Crowdfunding
Startup-Wettbewerb
Pitching-Events

RAUM
Coworking
Inkubator

Foto: dphoto.at

ZEIT
Mentoring
Frühförderung
Geschäftsideen-Pool
Netzwerk

start up
metalhighway

Wie und wo Crowdfunding funktioniert

Foto: loserschneebotschafter.at

Das Grundprinzip von Crowdfunding

„crowdfunding is about the financing of projects and people by (large) crowds.“

Grafik: Präsentation Wolfgang Gumpelmaier

Die vier Grundmodelle von Crowdfunding (Gumpelmaier)

Beteiligungsmodell
(gewinnorientiert)

Erfolgs- und Gewinnbeteiligung

CROWDINVESTING
Bis 5 Mio. €

Hydroconnect

Foto: Hydroconnect

Darlehensmodell
(gewinnorientiert)

Rückzahlung plus Verzinsung

CROWDLENDING
Bis 5 Mio. €

Jucyou (Smoothies)

Foto: Jucyou

Belohnungsmodell
(produkt/projektor.)

Materielle, ideelle Belohnungen (rewards)

CROWDFUNDING
bis 40.000-50.000 €

Sicherer Pfad – Bgl.

Foto: Freilichtmuseum Gerersdorf

Spendenmodell
(anlassorientiert)

Uneigennützigkeit, „gutes Gefühl“

CROWDDONATING

Garten der Begegnung Traiskirchen

Foto: gartenderbegegnung.at

Regionalentwicklung

Vorläufiges Crowdfunding-Fazit

1. Crowdfunding ist **nicht nur etwas für Startups**
2. Es gibt nicht **das** Crowdfunding, sondern viele Spielarten davon (in Ö: Crowdinvesting)
3. Es geht in vielen Fällen **nicht um Risikokapital**
4. Crowdfunding ist ein **Finanzierungsinstrument** und ein **Marketinginstrument**
5. **Crowdfunding passt gut zu einer LEADER-Region** (Kooperation, Innovation)

Eine Fülle von Plattformen in Österreich…

… und international!

Bsp.: Luchtsingel - Fußgängerbrücke (Rotterdam, NL)

Erstes Crowdfunding einer Infrastruktur in Europa
Donation Based
Über E-Mail und eigene Webseite abgewickelt
Über 8.000 Namens-Bretter, „I make Rotterdam“ (25 Euro)
„the more you donate, the longer the bridge“

- Crowdfunding als finanzielle Basis
- Aber noch wichtiger: Crowdfunding, um Thema in die Öffentlichkeit zu bringen (Architekturbüro)
- Symbolischer Charakter: verbindet getrennte Ortsteile

Foto: www.luchtsingel.org

Bsp.: Schneebotschafter für unseren Loser (Stmk.)

Plattform: fundraizer
Reward/Donation Based
Ziel: 600.000 Euro für neue Beschneiungsanlage

SCHNEE-BOTSCHAFTER
FÜR UNSEREN LOSER. FÜR UNSER AUSSEERLAND

Bisher 698.850 Euro finanziert, 1.035 Unterstützer (durchschnittlich 675 €), 80 Tagen

- Loser-Schneekristalle (bis 2500 €)
- „Spendengedanke steht im Vordergrund“
- Crowdfunding als Teil einer Großinvestition (4 Mio. €)
- Call to Action: Sei dabei, wenn der Loser zu neuem Leben erwacht. Und: Wir brauchen Winter, um Sommer weiterzuentwickeln.

Bsp. Mit.einander Vorarlberg

Plattform der Raiffeisenbanken Vorarlberg
Donation Based-Crowdfunding
ausschließlich gemeinnützige Initiativen
Fans (Startphase) -> Unterstützer (Finanzierungsphase)
100.000 Euro in 16 Monaten, über 20 Projekte

Mit.Einander für Vorarlberg

Foto: mit.einander.at

- Ein mobiler Lehmbackofen (die broteinheit)
- Kommunaler Kommunikationsort, Märkte der Region
- 5.000 Euro als Ziel („klassisches Kleinprojekt“)
- 93 Fans, 33 Unterstützer (128 €), 4.250 €

Bsp. Bank Austria Kunstpreis (wemakeit.at)

Donation Based-Crowdfunding
Ersetzt bisherigen Bank Austria Kunstpreis
100.000 Euro, 33 Projekte
Drittelfinanzierung für Projekte (max. 5.000 Euro)
„Durststrecke in der Mitte der Kampagne wird überbrückt“

- eigener Channel
  auf Crowdfunding-Plattform (Bsp. Basel)
- Booster-Betrag („Regionsbonus“)
- Bsp. für Projekte: Debütalbum, Jubiläumskonzert, Kompositionsauftrag, Fahradfilet, Instrumentenankauf

Bsp. Beerjet (NÖ, OÖ)

Crowdinvesting (Nachrangdarlehen)

Plattform: Conda

590.900 €, 603 Investoren

1.182 % finanziert (50.000 € Schwelle)

- Produkt einfach zu erklären („Keiner wartet gerne auf Bier“
- Tolle Business-Idee, prominente Kunden (Rapid etc.)
- „Nacharbeit“ herausfordernd (Bsp. T-Shirts)
- „Investoren“ (egal welcher Größe) wollen informiert werden
- „andere Finanzierungsformen“ billiger (Marketingeffekt)

Crowd & Grill

Info-Workshop mit Crowdfunding-Guru Wolfgang Gumpelmaier

Grafik: crowdsourcingweek.com

Welche Erfahrungen wir machten

Crowd & Kampagne

Crowdfunding-Kampagnen-Workshop
mit Thomas Wagner & Passion and Style

Grafik: Sentavio / fotolia / gruenderkueche.de

Crowdfunding Eisentraße

LEADER-Projekt, 19.200 €, Bewusstseinsbildung, FQ: 60%

- **Vorarbeiten seit Herbst 2014**, 10-15-köpfige Gruppe rund um Themenfeldsprecher Thomas Wagner (Marketing, IT, Recht, Steuerberatung), Ziel: 10 Crowdfunding-Projekte bis 2020 in Region
- **„Irrweg“ eigene Plattform:** Kosten mehr als 50.000 Euro, hohes Rechtsrisiko, eigene Gesellschaft/Institution zu gründen
- **Projektansatz: Mehrwert** von regionalem Crowdfunding in Region bekannt machen und **regionales Knowhow** aufbauen (keine Unterstützung für konkrete Projekte)
- **Leitfaden** (Handbuch), Videos zum Projekt
- **Workshops** (Crowdfunding, Kampagnen)
- **Abschlussveranstaltung** „Gründer, Investoren“

Crowdfunding Eisentraße

Unsere „Learnings“

- **Begriffsklärung ganz wichtig**: Vorbehalte bei Banken, Förderstellen
- **Mobilisierung:** wie finde ich Menschen, die offen sind für neue Finanzierungsform? Schlüsselrolle: Themenfeldsprecher (Teamore, Alpineisen, Königsberg, Wirtschaft2050, Forsteralm, Ritter Rüdiger)
- **Erfolgreiche Pilotprojekte:** Einmal zeigen, dass es klappen kann!
- **Kooperationen** (Bsp. Wirbewegen.eu), noch wichtiger: gutes Projekt!
- **Aufwand muss in Relation stehen:** Bsp. Instrumente für musikalische Früherziehung (2.450 Euro)
- **Begleitkosten berücksichtigen!**

WIR BEWEGEN
Die regionale Crowdfunding-Plattform

start up
metalhighway

Wo wir Potenziale sehen

Crowdfunding Eisentraße

Wo wir Potenziale für regionales Crowdfunding sehen:

- **Eigenmittel** aufbringen? Kommunikationsproblem,
  Eher: Projektteile auskoppeln (Bsp. E-Käfer)
- **Booster-Modell** für Regionen sehr spannend (Positionierung als jungunternehmerfreundliche Region)
- Crowdfunding ist **verdichtete Kommunikation** (tut jeder Projektidee, jedem Business-Modell gut)
- Crowdfunding kann **regionale Identität** stärken!

Kontakt und Diskussion

- Kontakt
  - **Eisenstraße Niederösterreich**
    Stefan Hackl, 07482/204 40
    Neubruck 2, 3283 Scheibbs
    presse@eisenstrasse.info
    www.eisenstrasse.info/leader

start up metalhighway

Die Eisenstraße-LEADER-Auftaktveranstaltung

Lebensraum Eisenstraße: Auf dem Weg zum „Metal Highway“ Europas

WERTSCHÖPFUNG

Unternehmertum, Vernetzung und Innovationsgeist bringen uns voran.

WERTSCHÄTZUNG

Wir sind eine offene Region. Unsere Natur, Kultur und Geschichte machen uns attraktiv.

Ergänzende Infos zu Strategie Eisenstraße 2020

- **Sieben Themenfelder**
  1. Metallverarbeitung (Mag. Thomas Welser, Ing. Martina Steinbacher)
  2. Junges Unternehmertum (Thomas Wagner, Gregor Haslinger)
  3. Innovative Landwirtschaft (Leopoldine Adelsberger, Eva Prüller)
  4. Tourismus (Herbert Zebenholzer, Sabine Fallmann)
  5. Handwerk & Kulturerbe (Anton Halbartschlager, Walter Gstettenhofer)
  6. Junge Menschen – yCRM (Mag. Margit Hintersteiner, Dr. Wolfgang Zuser)
  7. Soziale Dienste – Green Care (Daniela Fux, Franz Raab)

Querschnittthema: Bildung