

BREAKOUT-SESSION 3

Stefan Hackl – LAG Eisenstraße Niederösterreich

Die Umsetzung finanzieren. Was man sich von innovativen
Finanzierungsformen erwarten kann.

Ablauf der Breakout-Session:

1. Kleingruppen-Moderatorin, Gertraud Leimüller, erklärt das zentrale Thema der Kleingruppe und stellt den/die Projekt-Owner kurz vor und weist auf den Zeitablauf hin
Gertraud Leimüller klärt, dass innovative Projekte meistens von mehreren PartnerInnen finanziert werden müssen. Innovative Finanzierungsmethoden reichen von Business Angels über Crowd-Funding (z.B. Schaf-Aktie).
2. Projekt-Owner stellt in max. 30 Minuten sein / ihr Projekt vor (TeilnehmerInnen haben die Möglichkeit Verständnisfragen zu stellen)
3. Diskussion zum Projekt: TeilnehmerInnen haben 30 Minuten Zeit Fragen zu stellen

Projektbeschreibung:

1. **Projekttitel:** Crowdfunding Eisenstraße
2. **Welche Problemstellung wird im Projekt adressiert? Wofür bietet das Projekt eine Lösung?**
Crowdfunding, Crowdfinancing und Crowdinvesting stellen alternative Finanzierungsmöglichkeiten für innovative Projekte dar und gewinnen in den letzten Jahren immer mehr an Bedeutung. Nicht zuletzt durch das neue Alternativfinanzierungsgesetz gewann diese Form der "Schwarmfinanzierung" an Dynamik. Gerade im ländlichen Raum ist das Thema Crowdfunding jedoch oftmals wenig bekannt bzw. es fehlt profundes Wissen darüber, welche Formen möglich sind und wie das Konzept Crowdfunding positiv für regionale Projekte eingesetzt werden kann.

Das Projekt Crowdfunding Eisenstraße möchte Stakeholder in der Region für diese neue Finanzierungs- und Marketingform sensibilisieren. Es ist Teil des Themenfelds „Junges Unternehmertum“, das in drei Stoßrichtungen („Kohle (=Kapital), Raum und Zeit“) Akzente setzt. Ziel ist es, die in der Region unterdurchschnittlich entwickelte GründerInnenquote (4,1 % - NÖweit sind es 5 %) zu erhöhen und ein GründerInnen-freundliches Ökosystem in der Region Eisenstraße aufzubauen.

3. Wer hat das Projekt initiiert? Wer hat das Projekt sonst mitgestaltet?

Die Projektidee entstand im Rahmen des breit angelegten Bürgerbeteiligungsprozesses zur Erstellung der Lokalen Entwicklungsstrategie 2014-2020 und wurde von einer Gruppen an jungen UnternehmerInnen rund um den ehrenamtlichen Themenfeldsprecher Thomas Wagner aus Waidhofen an der Ybbs initiiert und in den Grundzügen entwickelt. Eine 10-15 köpfige Gruppe aus der Kreativwirtschaft/aus dem Dienstleistungsbereich (EDV, Marketing, Steuerberatung etc.) hat sich hierfür gebildet, die regelmäßig seit Herbst 2014 zusammenkam.

4. Wie wurde das Projekt finanziert?

Das Projekt hat ein Volumen von 19.200 Euro und ist als reines Bewusstseinsbildungsprojekt konzipiert. Es umfasst Workshops (mit bundesweit anerkannten Crowdfunding-Experten sowie regionalen Kampagnenmachern) zum Thema, die Erstellung eines Leitfadens „Regionales Crowdfunding“ sowie Projektvideos zum Thema. Das LEADER-Projekt ist mit 60 % gefördert, Projektträger ist die Eisenstraße Niederösterreich, die auch die Eigenmittel für dieses Regionsprojekt trägt.

5. Welchen Herausforderungen mussten Sie sich stellen, als es zur Finanzierung der Umsetzung gekommen ist?

Die Region betritt mit diesem Projekt Neuland. Da es nicht gewiss ist, ob und wie gut diese neue Finanzierungs- und Marketingform im ländlichen Raum aufgegriffen wird, gibt es keine Partner bei der Eigenmittelfinanzierung. Für solche innovativen Projekte besteht allerdings ein Topf der LEADER-Region, die Finanzierung war damit gesichert.

Schwieriger als die Finanzierung war die Projektkonzeption: Hier gingen wir einige (Irr-)wege. Ursprünglich war der Aufbau und die Programmierung einer komplett eigenen regionalen Crowdfunding-Plattform geplant (was die Kosten auf über 50.000 Euro hinaufgetrieben wäre) und den Aufbau von enormem Knowhow im steuerrechtlichen Bereich bedeutet hätte. Auch eine Trägerinstitution für eine solche Plattform wäre zu gründen gewesen.

Bis das LEADER-Projekt einreichfertig konzipiert war, vergingen auf diese Weise 1,5 Jahre.

6. Gab es Schwierigkeiten bei der Finanzierung?

siehe Frage oben

7. Was würden Sie rückblickend anders machen?

Das Projekt ist noch nicht abgeschlossen, wir können daher noch kein Fazit ziehen. Es zeigt sich, dass es nicht einfach ist, regionale Stakeholder von Gemeinden, Vereinen und aus der Wirtschaft für das Thema zu interessieren. 2-3 konkrete Crowdfunding-Projektideen entstanden aus den Workshops. Rückblickend würden wir in der Anfangsphase nicht mehr so viel Zeit in den Aufbau einer eigenen Lösung stecken und versuchen von Anfang an Kooperationen mit etablierten Partnern zu schnüren. Diesen Weg haben wir jetzt eingeschlagen.

8. **Welche kritischen Erfolgsfaktoren gab es (positiv und negativ)?**

Mobilisierung: Entscheidend ist es, Crowdfunding-Interessierte in der Region zu erreichen. Wir haben das vor allem über Online-Kommunikation und Netzwerke aus der Kreativwirtschaft versucht. Wichtiger Treiber dabei war unser Themenfeldsprecher „Junges Unternehmertum“.

Begriffsklärung: In Österreich wird Crowdfunding im hohen Maße mit Crowdfunding gleichgesetzt – und damit auch mit Risikokapital (Beteiligung am Unternehmenswert). Die Tradition des donation-based Crowdfunding (Belohnungen für Investition), die sich für Regionalentwicklungsprojekte in meisten Fällen besser eignet, ist in Österreich weniger verbreitet. Es ist daher wichtig, großes Augenmerk in die Begriffskommunikation zu legen.

Eigenständige Crowdfunding-Projekte vs. Eigenmittel-Aufbringung für LEADER-Projekte: Der Ansatz, Crowdfunding als Tool für die Eigenmittelaufbringung zu verwenden, klingt auf den ersten Blick vielversprechend. Das war auch einer unserer Beweggründe. In der Praxis sehen wir, dass das vor allem in der Kommunikationsarbeit nicht ganz einfach ist. Es müsste zunächst eine Crowdfunding-Kampagne und dann das Förderprojekt gestartet werden. Am Beispiel Bikepark Königsberg kann das im Zuge meines Inputs gezeigt werden.

Aufspüren von Pilotprojekten:

Um Crowdfunding im ländlichen Raum zu entwickeln, braucht es erfolgreiche Pilotprojekte. Diese aufzuspüren und dann auch in der Öffentlichkeitsarbeit zu unterstützen, ist unserer Erfahrung nach nicht einfach. Das zeigt auch die Erfahrung der LEADER-Region Vöckla-Ager, die eine Infoplattform unter dem Titel wirbewegen.eu initiierte und als Pilotprojekt den Ankauf von Instrumenten für musikalische Früherziehung umsetzte.