



Crowdfunding: Finanzierung, Marketing und Kundenbindung

BEKANNT AUS DEN MEDIEN:

Die Presse

Wirtschafts  Blatt

GEWINN
DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR IHREN PERSÖNLICHEN VORTEIL

Business MONAT
Das Magazin für Wirtschaft, Nachrichten & Gewinn

n-tv



#1 Die ROCKETS Holding ist mit über **32% Marktanteil** Österreichs größter Betreiber von Crowdfunding-Plattformen. (Volumen 2017)



Crowdfunding für nachhaltige Start-Ups

greenrocket.com

Europäischer Marktführer



Crowdfunding für professionelle Immobilienprojekte

homerocket.com

Österreichischer Marktführer



Crowdfunding für etablierte Unternehmen

lionrocket.com

NEU seit 21.09.2016

So funktioniert Crowdfunding bei GREEN ROCKET

1 Investoren



2 Kapital



4 Zinsen



3 Firmen



1. Die Crowd besteht aus tausenden Investoren, wie z.B. Ärzten, Rechtsanwälten, Steuerberater, Unternehmer und vielen mehr, die Ihr Geld in etablierte Unternehmen investieren wollen.
2. Diese Crowd investiert Beträge von durchschnittlich 1.000 Euro pro Investor (ab 250 Euro möglich) bis eine bestimmte Zielsumme erreicht wird.
3. Das Kapital wird wirtschaftlich als Eigenkapitalersatz zur Finanzierung der operativen Geschäftstätigkeit des KMU eingesetzt.
4. Als Darlehensgeber erhalten die Investoren über eine bestimmte Laufzeit einen fixen Zinssatz.

Windpark Stubalm



FUNDINGLEVEL

500%**Erfolgreich finanziert**

FUNDINGLIMIT 250.000 €

INVESTOREN 155

FUNDINGSCHWELLE 50.000 €

250.000EURO
INVESTIERT**ERFOLGREICH FINANZIERT**

Hanfgarten



FUNDINGLEVEL **1274%**

Erfolgreich finanziert

FUNDINGLIMIT 1.000.000 €

INVESTOREN 831

FUNDINGSCHWELLE 75.000 €

955.900 EURO
INVESTIERT



ERFOLGREICH FINANZIERT

LGV-Frischgemüse



Frischgemüse

FUNDINGLEVEL **300%**

Erfolgreich finanziert

ZINSEN 7,50%

INVESTOREN 129

FUNDINGSCHWELLE 100.000 €

300.000 EURO
INVESTIERT



ERFOLGREICH FINANZIERT

Die Ziele der Crowdfunding-Kampagne

- › Langfristige Kundenbindung durch Einkaufsvorteile für Investoren
- › Bildung einer exklusiven Unternehmens-Community
- › Redaktionelle Reichweite, Aufmerksamkeit und Markenbildung für das Unternehmen
- › Umsatzsteigerung durch Neukundengewinnung und Stammkundenbindung
- › Image-Aufwertung: Das Unternehmen ist innovativ, erfolgreich und auf Wachstumskurs

Direktes Vergleichsbeispiel

	GREEN ROCKET	Bankfinanzierung	Venture Loan
Crowdfunding- / Kapitalkosten	unter 9%	1,5% bis 2,5%	8% bis 20%
Hocheffektive Marketing-Kampagne	✓	✗	✗
Wirkungsvolles Kundenbindungsprogramm	✓	✗	✗
Nachhaltige Umsatzsteigerung	✓	✗	✗
Breite Image-Kampagne	✓	✗	✗
Kein persönliches Risiko, Haftung od. Sicherheiten	✓	✗	✓
Kapital ist eigenkapitalersetzend (hebelbar)	✓	✗	✓
Fortwirkende Marketingbegleitung Newsletter- und PR-Aussendungen	✓	✗	✗

Crowdfundingkosten basieren auf der vorangegangenen Beispiel-Berechnung.

Schirnhofer – Genieße ein besseres Leben!



FUNDINGLEVEL **395%**

VERBLEIBENDE ZEIT 36 Tage

ZINSEN 6,00%

INVESTOREN 198

FUNDINGSCHWELLE 100.000 €

395.700 EURO
INVESTIERT



INVESTIEREN

„Ich habe es weggesteckt, bin wieder aufgestanden“

Schirnhofers versucht nach der Pleite seines Fleischwarenbetriebs neu Fuß zu fassen. Schaffen will er es aus eigener Kraft. Über schlaflose Nächte, hungrige Haie und Schlachten ohne Zeitdruck.

Verena Kainrath

Wien – „Ich bin kein gelernter Manager, sondern ein gelernter Fleischer. Das, was ich konnte, hab ich gemacht. Nicht schlecht, nur anders als alle anderen. Aber in den Spiegel schauen kann ich immer noch.“ Karl Schirnhofers baute den kleinen Betrieb seines Vaters zum großangelegten Fleischverarbeiter und Feinkosthersteller aus.

1500 Mitarbeiter zählte er in seinen besten Zeiten, gut 190 Millionen Euro Umsatz gingen auf sein Konto. Bis es in dem komplexen Geflecht zu knirschen begann und der Konkurs der Supermarktkette Zielpunkt, auf die Schirnhofers zu lange nahezu ausschließlich vertraut hatte, auch die Insolvenz se-

Schirnhofers bleibt den Almosen treu, die im Sommer vor allem über die steirische Teichalm ziehen. Mit der Tierschutzorganisation Vier Pfoten hat er ein Gütesiegel erarbeitet, das deutlich höhere Standards in der Tierhaltung, der Schlachtung und im Transport gewährleisten soll, als in der Branche weithin üblich ist. Bei Milch-

Markt wird immer enger, Ware ist in Hülle und Fülle da.“ Differenzieren könne er sich mit der Marke Almo vor allem über Tierwohl. Schirnhofers macht keinen Hehl daraus, dass er zeitlebens immer wieder an einen Ausstieg aus der Fleischbranche gedacht habe – ursprünglich wollte er sich im Alter von 50 allem operativen Geschäft

So gern er anderswo „die Welt gerettet“ hätte, letztlich aber empfinde er für das, was er gelernt habe, nach wie vor Leidenschaft. „Außerdem bin ich gern bei Bauern.“

Stigmatisiert eine Pleite? Viele, die ihn kannten, hätten dennoch für ihn gekämpft, sagt Schirnhofers. Wehgetan habe ihm, wie Banken mit ihm umgingen, auch jene,

ist die Grazer Plattform Lion Rocket. Ziel ist es, über sie mindestens 100.000 Euro auf die Beine zu stellen. Ansonsten will es der Steirer ohne Investoren schaffen.

An Hilfe habe es nach der Insolvenz nicht gefehlt – auch wenn sofort einmal „Haie“ angebissen hätten. „Ich wusste gar nicht, was es alles gibt auf der Welt.“ Was eine



Zweieinhalb Jahre nach der Insolvenz sieht sich Schirnhofers auf gutem Weg zurück in die Fleischwarenbranche. Bei der Finanzierung neuer Projekte vertraut der Steirer auf die Macht des Schwarms.

Foto: APA/Scherlitz

Bei Schirnhofen läuft das Geschäft wieder

Der Fleischproduzent schreibt seit heuer schwarze Zahlen und wälzt große Zukunftspläne.

Kaindorf bei Hartberg. Der im Zuge der Zielpunkt-Pleite insolvent gewordene oststeirische Fleischproduzent Schirnhofen hat den Turnaround geschafft. „Wir erwirtschaften im Geschäftsjahr 2017/18 ein EGT von rund 1,2 Millionen Euro, die letzte Insolvenzquote begleichen wir im Jänner 2018“, sagt Unternehmenschef Karl Schirnhofen in einem Pressegespräch am Mittwoch. Für nötige Investitionen hole man sich Geld über Crowdfunding von Lion Rocket. „Wir werden die drit-

te Quotenrate aus eigener Kraft erfüllen können, immerhin haben wir eine Quote von 30 Prozent und werden dann im Jänner 2018 rund sechs Millionen Euro gezahlt haben“, sagte Schirnhofen.

Mittlerweile läuft das Geschäft wieder: Der Umsatz im Geschäftsjahr 2016/17 wuchs auf 32 Millionen Euro. Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EGT) betrug im abgelaufenen Geschäftsjahr zwar noch minus 0,9 Millionen Euro. „Aber 2017/18 peilen wir rund 42 Millionen Euro

(Umsatz, Anm.) an, das EGT wird 1,2 Millionen Euro betragen“, sagt Schirnhofen. Der Mitarbeiterstand werde von derzeit 140 noch um 15 bis 20 aufgestockt werden.

Schirnhofen möchte sich nun vor allem auf die etablierte Marke Almo (Almochse) konzentrieren, zu dessen Produktion das Unternehmen mit rund 400 Landwirten zusammenarbeitet. Das Entwickeln neuer Geschäftsvisionen hat Schirnhofen auch nach der Pleite nicht aufgegeben: „Wir planen, der Österreich-Spezialist für

ethisch produzierte Fleischprodukte zu werden.“ Zuletzt habe man im Jahr rund 4500 Ochsen geschlachtet, aufstocken könne man auf bis zu 10.000 Ochsen.

Künftig werden Schirnhofen-Produkte in Österreich bei Merkur und Penny und bei Metro zu haben sein. Bei Billa müsse man abwarten. In Süddeutschland sei man bei Rewe und mit einzelnen Produkten bei Edeka gelistet. Ein Listing bei Spar sei kein Thema, Spar stelle sich diesbezüglich selber gut auf, so Schirnhofen. ■

Schirnhofer ist wieder im Geschäft

Turnaround. Der Steirer liefert nun an Rewe. Crowdfunding soll Geld für neue Maschinen bringen

Zu seinen Spitzenzeiten hatte der steirische Fleischer Schirnhofer 240 Standorte in Österreich, die meisten davon waren Feinkosttheken in Filialen von Zielpunkt. Die Handelskette hatte Schirnhofer die Abnahme seiner Produkte bis 2021 vertraglich zugesichert, ging dann aber Pleite. So musste auch Schirnhofer vor knapp zwei Jahren Insolvenz anmelden. Im Rahmen des Insolvenzverfahrens wurde eine Gläubigerquote von 30 Prozent beschlossen, zu stemmen in drei Tranchen zu je zwei Millionen Euro. „Im Jänner 2018 zahlen wir die letzte Tranche aus eigener Kraft“, betonte Firmenchef Karl Schirnhofer

Denn Schirnhofer hat neue Aufträge an Land gezogen. Neben Metro beliefert er ab 9. Juni auch Filialen von Merkur und Penny mit Almo-Produkten, also Fleisch von österreichischen Almochsen. Weitere Produkte sollen folgen – etwa Wokmischungen. Das Almo-Fleisch trägt ab sofort das neue Tierschutz-kontrolliert-Siegel (TKS) von Vier Pfoten.

Tierschutz-Siegel

„Es ist das erste Gütesiegel, das nicht nur die Bedingungen für die Haltung, sondern auch für den Transport und die Schlachtung der Tiere entscheidend verbessert“, erläutert Indra Kley, Leiterin



Karl Schirnhofer zieht mit Tierwohl-Label in Rewe-Regale

Boxen am Schlachthof und moderner Betäubungsanlagen stressfreier geschlachtet als bisher. Das alles wird per Kamera dokumentiert, deren Aufnahmen Schirnhofer stichprobenweise von seinem Büro aus verfolgt. „Wenn etwas nicht passt, ruf ich sofort an. Das wissen alle dort“, sagt Schirnhofer, der

Eigentlich wollte er diese Summe dem Land Steiermark zurückzahlen, das bei seiner Insolvenz ausständige Zahlungen an seine Almo-Bauern übernommen hat. Da das Land das Geld nicht genommen hat, habe er es in jenen Betrieb investiert, der die Ochsen seiner Vertragsbauern schlachtet.

Nun braucht Schirnhofer wieder Geld. Diesmal für eine bis zu 600.000 Euro teure Verpackungsanlage für geschnittene Steak. Das Geld soll mit Hilfe der Grazer Crowdfunding-Plattform Lion Rocket aufgestellt werden. „Ich hoffe, dass wir Menschen ansprechen können, die in Tierwohl investieren

Insolvenz riss Wursthersteller mit ► Sanierung

Die Pleite ist verdaut:

Kaindorf. – Der Advent 2015 begann mit einem wirtschaftlichen Schock: Im Zuge der Zielpunkt-Pleite schlitterte auch der oststeirische Wurst- und Fleischhersteller Schirnhofer in die Insolvenz. Eineinhalb Jahre und einige (Schrumpfungs-)Maßnahmen später geht es jetzt aufwärts, Schirnhofer baut wieder aus.

„Ich habe in dieser Zeit schmerzliche Niederlagen erlitten.“ Für einen kurzen Augenblick lässt Geschäftsführer Karl Schirnhofer erkennen, wie schwer ihn die Insolvenz des Familienun-

ternehmens getroffen hat. Doch die Sanierung läuft planmäßig. Zwei Tranchen zu jeweils gut zwei Millionen Euro sind an die Gläubiger überwiesen, die dritte folgt im Jänner 2018. „Wir

werden das aus eigener Kraft bewältigen“, so Schirnhofer.

Dazu musste man abspecken: Beteiligungen an anderen Firmen wurden abgegeben, die Maschinen verkauft und wieder zurückgeleast, der Gastro-Vertrieb wurde an einen Partner ausgelagert. Waren es vor der Insolvenz etwa 270 Dienstnehmer, sind es derzeit 140.

Doch das Tal ist durchschritten. Schirnhofer ist

„demütig und dankbar“, im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Umsatz von 32 Millionen Euro erzielt zu haben, im aktuellen Jahr sollen es bereits zehn Millionen Euro mehr sein – vor allem dank der Rindfleischmarke Almo. Ab 9. Juni sind die Produkte bei Merkur und Pen-

läuft nach Plan ► Neue Partner im Handel ► Marke Almo treibt Wachstum an

Schirnhofer baut wieder aus

ny erhältlich, auch Metro ist neuer Partner. Worauf Schirnhofer besonders stolz ist: Als erstes österreichisches Unternehmen trägt man das Tierwohl-Siegel der Organisation Vier Pfoten. Voraussetzung war eine moderne Betäubungsbox am Almo-Schlachthof in Weiz um 125.000 Euro.

Auch am Areal in Kaindorf wird investiert. Etwa eine halbe Million Euro sind für eine neue Verpackungsmaschine geplant, ein Großteil soll im Internet über Kleinanleger aufgestellt werden. Dieses Crowdfunding wickelt die Grazer Firma Lion Rocket ab. Ab Jahresende soll dann der Personalstand aufgestockt werden.

Jakob Traby

steirer@kronenzeitung.at



140 Mitarbeiter sind derzeit bei Schirnhofer beschäftigt, bald sollen es etwa 20 mehr sein

Daten & Fakten

- Die Wurzeln des Unternehmens gehen bis in das Jahr 1926 zurück.
- 1997 begann die Kooperation mit Zielpunkt. Zeitweise betrieb Schirnhofer mehr als 250 eigene Filialen in den Zielpunkt-Supermärkten und beschäftigte mehr als 1200 Dienstnehmer.
- Nur einen Tag nach Zielpunkt meldete Schirnhofer am 1. Dezember 2015 Insolvenz an, da plötzlich mehr als ein Drittel des Umsatzes wegfiel. Im Februar 2016 stimmte eine Mehrheit der Gläubiger dem Sanierungsplan zu.
- Seit 1994 kooperiert Schirnhofer mit dem Almo-Verein (etwa 400 Bauern) und bezog im Vorjahr von ihm 4500 Almo-Möschchen. Es soll auf 6000 pro Jahr aufgestockt werden. Neue Almo-Produkte sind Wok-Gerichte und eine Wurst zur Gänze ohne Schweinefleisch.



Karl Schirnhofer (links) und Wolfgang Deutschmann, der Chef von Lion Rocket.

**Crowdfunding bindet Kunden, schafft
überproportionale Aufmerksamkeit und
kommuniziert Ihre Botschaft gezielt.**



Meine Kontaktdaten:
Wolfgang Deutschmann
Geschäftsführer - Managing Director

+43 676 841 722 200
deutschmann@greenrocket.com