

Ketchum Publico - Pressespiegel

1.8.2016



Dieser Pressespiegel ist ein Produkt der APA-DeFacto GmbH
und dient ausschließlich Ihrer persönlichen Information.

Inhaltsverzeichnis

Wohnhaus buhlt mit bis zu 6,5% Zinsen um Gelder aus der Crowd Börse-Express vom 29.07.2016 (Seite 18)	Seite 3
Crowdinvesting nimmt in Österreich langsam Fahrt auf APA-Journal vom 29.07.2016 (Seite 18-19)	Seite 6
Wohnhaus buhlt mit bis zu 6,5% Zinsen um Gelder aus der Crowd Börse-Express vom 28.07.2016 (Seite 8)	Seite 9
Crowdinvesting nimmt in Österreich langsam Fahrt auf APA-Journal vom 28.07.2016 (Seite 10-11)	Seite 12
Steirischer "Hanfgarten" sammelte 953.000 Euro bei Crowdfunding APA-Journal vom 25.07.2016 (Seite 21)	Seite 15
Bio-Limo erobert Österreich Cash vom 22.07.2016 (Seite 88)	Seite 17
Standesregeln risControl vom 21.07.2016 (Seite 9)	Seite 19
Hanfgarten sammelte mehr als 950.000 Euro ein Kleine Zeitung vom 20.07.2016 (Seite 22)	Seite 21
Hanfgarten sammelte mehr als 950.000 Euro ein Neue Vorarlberger Tageszeitung vom 20.07.2016 (Seite 30)	Seite 23
Hanfgarten sammelt fast eine Million bei privaten Investoren Österreich vom 20.07.2016 (Seite 15)	Seite 25
Steirischer "Hanfgarten" sammelte 953.000 Euro Salzburger Nachrichten vom 20.07.2016 (Seite 13)	Seite 27
Gütesiegel für Crowdinvesting-Plattformen Facts (WKO) vom 19.07.2016 (Seite 19)	Seite 29
Brückenschlag zwischen Bauern und Konsumenten Landwirtschaftliche Mitteilungen vom 14.07.2016 (Seite 2-3)	Seite 31
DIE GRÜNE MISSION Grazetta vom 11.07.2016 (Seite 16-22)	Seite 36
Crowdinvesting: Eine alternative Investment-Form in volatilen Zeiten Börse-Express vom 08.07.2016 (Seite 25)	Seite 45
SAFTIG New Business vom 08.07.2016 (Seite 37)	Seite 48
Crowdinvesting: Eine alternative Investment-Form in volatilen Zeiten Börse-Express vom 07.07.2016 (Seite 8)	Seite 50
Heizlack zur Wärmeerzeugung Umweltjournal vom 07.07.2016 (Seite 13)	Seite 53
Hinaus in die Welt Export Jahrbuch vom 01.07.2016 (Seite 28-32)	Seite 55

"Börse-Express" vom 29.07.2016 Seite: 18 Von: Robert Gillinger robert.gillinger@boerse-express.com

ANLAGEFORM

Wohnhaus buhlt mit bis zu 6,5% Zinsen um Gelder aus der Crowd

Ein Wiener Wohnhausprojekt wird auch mit Hilfe von Crowdfunding finanziert-und diesen Herbst fertig gestellt. Anleger können sich für die nächsten drei Jahre an dem Projekt beteiligen.

Die erste internationale Crowdfunding Plattform für Immobilien, Home Rocket (www. homerocket.com), startet ihr nächstes Fundingprojekt. Gemeinsam mit dem Bauträger Haring Group präsentiert die Plattform das Projekt Baslergasse 17, im 23. Wiener Gemeindebezirk. Das Fundingziel für das in Bau befindliche Wohnhaus mit 44 Wohneinheiten und Tiefgarage liegt bei 1,0 Millionen Euro. Gleichzeitig konnte das Home Rocket Fundingprojekt Viktoriahof in Wien erfolgreich abgeschlossen werden, dabei wurde das Fundingziel von 500.000 Euro in Rekordzeit erreicht.

Projekt Baslergasse. Im aufstrebenden Stadtteil Liesing, nahe der U-Bahn Station Siebenhirten, entsteht das neue Crowdfundingobjekt des Bauträgers Haring Group. Gemeinsam mit Home Rocket wird ein modernes Wohnhaus mit 44 Wohneinheiten, Dachgärten und Gewerbeflächen über die Investments der Crowd querfinanziert. "Dieser Stadtteil ist durch seine günstige Verkehrsanbindung und seiner Nähe zum Wiener Wald der perfekte Platz für neuen Wohnraum", sagt Karl Haring, Geschäftsführer und Gründer der Haring Group. "Die Zusammenarbeit mit Home Rocket ist für uns eine tolle Möglichkeit Interessenten und private Kleininvestoren in die Finanzierung unserer Projekte einzubinden. Als ganzheitlicher Bauträger war uns wichtig, auch hier zu den Vorreitern der Branche zu gehören."

Der Start des Projekts Baslergasse 17 ist gleichzeitig das erste Projekt der Haring Group auf Home Rocket. Die Haring Group zählt zu den führenden Anbietern für unternehmensproduzierte Immobilien in Wien. Seit mehr als zehn Jahren setzt sie auf die ganzheitliche Betreuung von Wohnbauprojekten-von der Liegenschaftsakquise, der Projektentwicklung über die gesamte Baukontrolle bis zur schlüsselfertigen Übergabe an den Käufer. Für Home Rocket ist die Einbindung neuer Bauträger ein wichtiger Bestandteil der Plattform, um Investoren ein breites Angebot zur Diversifizierung ihres Portfolios zu bieten: "Wir freuen uns einen weiteren erfahrenen Bauträger mit einem Projekt auf Home Rocket begrüßen zu dürfen" sagt daher auch Geschäftsführer Wolfgang Deutschmann. Und: "Immobilien Crowdfunding hat im letzten Jahr eine tolle Entwicklung hingelegt und erfreut sich großer Beliebtheit. Durch die gewissenhafte Auswahl unserer Partner stellen wir sicher, dass unsere Investoren nur Projekte von etablierten Bauträgern mit einem Track Record zur Auswahl haben."

Interessierte Anleger können ab 25. Juli 2016 in das Projekt Baslergasse 17 investieren. Die Laufzeit des Investments ist auf 3 Jahre festgelegt, die Verzinsung liegt bei 5,5% bzw. Schnellentschlossene, die sich bis 29. August beteiligen, profitieren von einem höheren Zinssatz von 6,5 Prozent. Das Projekt ist bereits in Bau und wird im Herbst 2017 fertiggestellt. Viktoriahof mit neuem HOME ROCKET Rekord

Das jüngste Funding auf der Plattform, der Viktoriahof im 15. Wiener Gemeindebezirk, konnte einen großen Erfolg verzeichnen. In Rekordzeit konnte das Projekt 100% der Fundingschwelle erreichen und insgesamt wurden 500.000 Euro von der Crowd finanziert.<

PROJEKT PROJEKT BASLERGASSE 17

Unternehmensbeteiligung: Nein

Verzinsung des Kapitals: 6,5% p.a. für Zeichner bis 29. August, danach 5,5%-Ausschüttungen erfolgen halbjährlich.

Laufzeit: 3 Jahre

Beteiligungsform: qualifiziertes Nachrangdarlehen

Plattform www.homerocket.com

Mehr zum Projekt: <https://goo.gl/qsRWvM>

Das Projekt Balsergasse 17 F Foto: Haring Group

i Mutation: gesamt

<i>Reichweite (2016)</i>	36.250
<i>Druckauflage (2016)</i>	12.500



Wohnhaus buhlt mit bis zu 6,5% Zinsen um Gelder aus der Crowd

Börse-Express
Seite 18 / 29. Juli 2016 / Auflage: 12500

Home Rocket

ANLAGEFORM

Wohnhaus buhlt mit bis zu 6,5% Zinsen um Gelder aus der Crowd

Robert Gillinger

robert.gillinger@boerse-express.com

Ein Wiener Wohnhausprojekt wird auch mit Hilfe von Crowdfunding finanziert - und diesen Herbst fertig gestellt. Anleger können sich für die nächsten drei Jahre an dem Projekt beteiligen.

Die erste internationale Crowdfunding Plattform für Immobilien, Home Rocket (www.homerocket.com), startet ihr nächstes Fundingprojekt. Gemeinsam mit dem Bauträger Haring Group präsentiert die Plattform das Projekt Baslergasse 17, im 23. Wiener Gemeindebezirk. Das Fundingziel für das in Bau befindliche Wohnhaus mit 44 Wohneinheiten und Tiefgarage liegt bei 1,0 Millionen Euro. Gleichzeitig konnte das Home Rocket Fundingprojekt Viktoriahof in Wien erfolgreich abgeschlossen werden, dabei wurde das Fundingziel von 500.000 Euro in Rekordzeit erreicht.

Projekt Baslergasse. Im aufstrebenden Stadtteil Liesing, nahe der U-Bahn Station Siebenhirten, entsteht das neue Crowdfundingobjekt des Bauträgers Haring Group. Gemeinsam mit Home Rocket wird ein modernes Wohnhaus mit 44 Wohneinheiten, Dachgärten und Gewerbeflächen über die Investments der Crowd querfinanziert. „Dieser Stadtteil ist durch seine günstige Verkehrsanbindung und seiner Nähe zum Wiener Wald der perfekte Platz für neuen Wohnraum“, sagt Karl Haring, Geschäftsführer und Gründer der Haring Group. „Die Zusammenarbeit mit Home Rocket ist für uns eine tolle Möglichkeit Interessenten und private Kleininvestoren in die Finanzierung unserer Projekte einzubinden. Als ganzheitlicher Bauträger war uns wichtig, auch hier zu den Vorreitern der Branche zu gehören.“

Der Start des Projekts Baslergasse 17 ist gleichzeitig das erste Projekt der Haring Group auf Home Rocket. Die Haring Group zählt zu den führenden Anbietern für unternehmensproduzierte Immobilien in Wien. Seit mehr als zehn Jahren setzt sie auf die ganzheitliche Betreuung von Wohnbauprojekten – von der Liegenschaftsakkquisition, der Projektentwicklung über die gesamte Baukontrolle bis zur schlüsselfertigen Übergabe an den Käufer. Für Home Rocket ist die Einbindung neuer Bauträger ein wichtiger Bestandteil der Plattform, um



Das Projekt Baslergasse 17

Foto: Haring Group

Investoren ein breites Angebot zur Diversifizierung ihres Portfolios zu bieten: „Wir freuen uns einen weiteren erfahrenen Bauträger mit einem Projekt auf Home Rocket begrüßen zu dürfen“ sagt daher auch Geschäftsführer Wolfgang Deutschmann. Und: „Immobilien Crowdfunding hat im letzten Jahr eine tolle Entwicklung hingelegt und erfreut sich großer Beliebtheit. Durch die gewissenhafte Auswahl unserer Partner stellen wir sicher, dass unsere Investoren nur Projekte von etablierten Bauträgern mit einem Track Record zur Auswahl haben.“

Interessierte Anleger können ab 25. Juli 2016 in das Projekt Baslergasse 17 investieren. Die Laufzeit des Investments ist auf 3 Jahre festgelegt, die Verzinsung liegt bei 5,5 % bzw. Schnellentschlossene, die sich bis 29. August beteiligen, profitieren von einem höheren Zinssatz von 6,5 Prozent. Das Projekt ist bereits in Bau und wird im Herbst 2017 fertiggestellt. Viktoriahof mit neuem HOME ROCKET Rekord

Das jüngste Funding auf der Plattform, der Viktoriahof im 15. Wiener Gemeindebezirk, konnte einen großen Erfolg verzeichnen. In Rekordzeit konnte das Projekt 100% der Fundingschwelle erreichen und insgesamt wurden 500.000 Euro von der Crowd finanziert.<

PROJEKT PROJEKT BASLERGASSE 17

Unternehmensbeteiligung:
Nein

Laufzeit: 3 Jahre

Verzinsung des Kapitals:
6,5% p.a. für Zeichner bis 29. August, danach 5,5% - Ausschüttungen erfolgen halbjährlich.

Beteiligungsform: qualifiziertes Nachrangdarlehen

Plattform
www.homerocket.com

Mehr zum Projekt:
<https://goo.gl/qsRWvM>

"APA-Journal" vom 29.07.2016 Seite: 18, 19 Geld

26.07.2016

Crowdinvesting nimmt in Österreich langsam Fahrt auf

Im ersten Halbjahr 2016 wurde um 4,8 Millionen Euro mehr Geld über heimische Internetplattformen investiert als im ganzen Jahr 2015, zeigt die Statistik der heimischen Crowdinvesting-Plattformen der Wirtschaftskammer Österreich. 13,5 Mio. waren es im Halbjahr, 25,3 Mio. Euro insgesamt seit 2013.

Unter Crowdfunding versteht man Investitionen von Privatpersonen über Internetplattformen für dort präsentierte Projekte. Diese fallen meist in die Kategorien Start-Up, Immobilien oder Umweltprojekte. Die Personen, die ab einem fixierten Beitrag investieren können, hoffen bei Umsetzung des Projekts auf eine hohe Rendite. Bei höheren Investitionen winken zusätzliche Vergünstigungen.

Besonders hoch war die Anzahl der Projekte im 1. Quartal 2016. Es gab 18 erfolgreiche Finanzierungen und nur eine gescheiterte. Im ersten Halbjahr wurden 34 Projekte über Crowdfunding finanziert, stellt der Vorsitzende des Fachausschusses Crowdinvesting-Plattformen des Fachverbands, Paul Pöltner, fest.

Dieser Anstieg sei auf das Alternativfinanzierungsgesetz zurückzuführen. Seitdem die Investitionsmöglichkeit 2013 auch in Österreich angekommen ist, wurden insgesamt 106 Projekte über zehn Websites mit insgesamt 25.298.586 Euro finanziert -darunter über 13,5 Millionen in den ersten sechs Monaten

2016. Derzeit sind in Österreich diese zehn Crowdinvesting-Plattformen tätig: www.conda.eu, www.dagobertinvest.at, www.dasertragreich.at, www.evercrowd.com, www.finnest.com, www.greenrocket.com, www.homerocket.com, www.regionalfunding.at, www.rendity.com und www.1000x1000.at

Trotz rasantem Wachstum ist das Aufkommen in Österreich noch bescheiden. Die britische Plattform www.crowdcube.com alleine hat zwischen 2011 und 2016 426 Projekte finanziert und dafür umgerechnet 207,4 Mio. Euro gesammelt. Auf den deutschen Plattformen www.seedmatch.de und www.companisto.com wurden zwischen 2011 und 2015 38,8 Mio. Euro für Investitionen aufgetrieben.

i Mutation: APA-Journal Geld

Reichweite (2012)

Keine Angabe

Druckauflage (2012)

Keine Angabe



Crowdinvesting nimmt in Österreich langsam Fahrt auf (1/2)

APA-Journal/Geld
Seite 18, 19 / 29. Juli 2016

Home Rocket

26.07.2016

Crowdinvesting nimmt in Österreich langsam Fahrt auf

Im ersten Halbjahr 2016 wurde um 4,8 Millionen Euro mehr Geld über heimische Internetplattformen investiert als im ganzen Jahr 2015, zeigt die Statistik der heimischen Crowdfunding-Plattformen der Wirtschaftskammer Österreich. 13,5 Mio. waren es im Halbjahr, 25,3 Mio. Euro insgesamt seit 2013.

Unter Crowdfunding versteht man Investitionen von Privatpersonen über Internetplattformen für dort präsentierte Projekte. Diese fallen meist in die Kategorien Start-Up, Immobilien oder Umweltprojekte. Die Personen, die ab einem fixierten Beitrag investieren können, hoffen bei Umsetzung des Projekts auf eine hohe Rendite. Bei höheren Investitionen winken zusätzliche Vergünstigungen.

Besonders hoch war die Anzahl der Projekte im 1. Quartal 2016. Es gab 18 erfolgreiche Finanzierungen und nur eine gescheiterte. Im ersten Halbjahr wurden 34 Projekte über Crowdfunding finanziert, stellt der Vorsitzende des Fachausschusses Crowdfunding-Plattformen des Fachverbands, Paul Pöltner, fest.

Dieser Anstieg sei auf das Alternativfinanzierungsgesetz zurückzuführen. Seitdem die Investitionsmöglichkeit 2013 auch in Österreich angekommen ist, wurden insgesamt 106 Projekte über zehn Websites mit insgesamt 25.298.586 Euro finanziert - darunter über 13,5 Millionen in den ersten sechs Monaten



Crowdinvesting nimmt in Österreich langsam Fahrt auf (2/2)

APA-Journal/Geld
Seite 18, 19 / 29. Juli 2016

Home Rocket

2016.

Derzeit sind in Österreich diese zehn Crowdinvesting-Plattformen tätig: www.conda.eu, www.dagobertinvest.at, www.dasertragreich.at, www.evercrowd.com, www.finnest.com, www.greenrocket.com, www.homerocket.com, www.regionalfunding.at, www.rendity.com und www.1000x1000.at

Trotz rasantem Wachstum ist das Aufkommen in Österreich noch bescheiden. Die britische Plattform www.crowdcube.com alleine hat zwischen 2011 und 2016 426 Projekte finanziert und dafür umgerechnet 207,4 Mio. Euro gesammelt. Auf den deutschen Plattformen www.seedmatch.de und www.companisto.com wurden zwischen 2011 und 2015 38,8 Mio. Euro für Investitionen aufgetrieben.

"Börse-Express" vom 28.07.2016 Seite: 8 Von: Robert Gillinger robert.gillinger@boerse-express.com

ANLAGEFORM

Wohnhaus buhlt mit bis zu 6,5% Zinsen um Gelder aus der Crowd

Ein Wiener Wohnhausprojekt wird auch mit Hilfe von Crowdfunding finanziert-und diesen Herbst fertig gestellt. Anleger können sich für die nächsten drei Jahre an dem Projekt beteiligen.

Die erste internationale Crowdfunding Plattform für Immobilien, Home Rocket (www. homerocket.com), startet ihr nächstes Fundingprojekt. Gemeinsam mit dem Bauträger Haring Group präsentiert die Plattform das Projekt Baslergasse 17, im 23. Wiener Gemeindebezirk. Das Fundingziel für das in Bau befindliche Wohnhaus mit 44 Wohneinheiten und Tiefgarage liegt bei 1,0 Millionen Euro. Gleichzeitig konnte das Home Rocket Fundingprojekt Viktoriahof in Wien erfolgreich abgeschlossen werden, dabei wurde das Fundingziel von 500.000 Euro in Rekordzeit erreicht.

Projekt Baslergasse. Im aufstrebenden Stadtteil Liesing, nahe der U-Bahn Station Siebenhirten, entsteht das neue Crowdfundingobjekt des Bauträgers Haring Group. Gemeinsam mit Home Rocket wird ein modernes Wohnhaus mit 44 Wohneinheiten, Dachgärten und Gewerbeflächen über die Investments der Crowd querfinanziert. "Dieser Stadtteil ist durch seine günstige Verkehrsanbindung und seiner Nähe zum Wiener Wald der perfekte Platz für neuen Wohnraum", sagt Karl Haring, Geschäftsführer und Gründer der Haring Group. "Die Zusammenarbeit mit Home Rocket ist für uns eine tolle Möglichkeit Interessenten und private Kleininvestoren in die Finanzierung unserer Projekte einzubinden. Als ganzheitlicher Bauträger war uns wichtig, auch hier zu den Vorreitern der Branche zu gehören."

Der Start des Projekts Baslergasse 17 ist gleichzeitig das erste Projekt der Haring Group auf Home Rocket. Die Haring Group zählt zu den führenden Anbietern für unternehmensproduzierte Immobilien in Wien. Seit mehr als zehn Jahren setzt sie auf die ganzheitliche Betreuung von Wohnbauprojekten-von der Liegenschaftsakquise, der Projektentwicklung über die gesamte Baukontrolle bis zur schlüsselfertigen Übergabe an den Käufer. Für Home Rocket ist die Einbindung neuer Bauträger ein wichtiger Bestandteil der Plattform, um Investoren ein breites Angebot zur Diversifizierung ihres Portfolios zu bieten: "Wir freuen uns einen weiteren erfahrenen Bauträger mit einem Projekt auf Home Rocket begrüßen zu dürfen" sagt daher auch Geschäftsführer Wolfgang Deutschmann. Und: "Immobilien Crowdfunding hat im letzten Jahr eine tolle Entwicklung hingelegt und erfreut sich großer Beliebtheit. Durch die gewissenhafte Auswahl unserer Partner stellen wir sicher, dass unsere Investoren nur Projekte von etablierten Bauträgern mit einem Track Record zur Auswahl haben."

Interessierte Anleger können ab 25. Juli 2016 in das Projekt Baslergasse 17 investieren. Die Laufzeit des Investments ist auf 3 Jahre festgelegt, die Verzinsung liegt bei 5,5% bzw. Schnellentschlossene, die sich bis 29. August beteiligen, profitieren von einem höheren Zinssatz von 6,5 Prozent. Das Projekt ist bereits in Bau und wird im Herbst 2017 fertiggestellt. Viktoriahof mit neuem HOME ROCKET Rekord

Das jüngste Funding auf der Plattform, der Viktoriahof im 15. Wiener Gemeindebezirk, konnte einen großen Erfolg verzeichnen. In Rekordzeit konnte das Projekt 100% der Fundingschwelle erreichen und insgesamt wurden 500.000 Euro von der Crowd finanziert.<

PROJEKT PROJEKT BASLERGASSE 17

Unternehmensbeteiligung: Nein

Verzinsung des Kapitals: 6,5% p.a. für Zeichner bis 29. August, danach 5,5%-Ausschüttungen erfolgen halbjährlich.

Laufzeit: 3 Jahre

Beteiligungsform: qualifiziertes Nachrangdarlehen

Plattform www.homerocket.com

Mehr zum Projekt:

<https://goo.gl/qsRWvM>

Das Projekt Balsergasse 17

i Mutation: gesamt

Reichweite (2016) 36.250

Druckauflage (2016) 12.500

Wohnhaus buhlt mit bis zu 6,5% Zinsen um Gelder aus der Crowd

Börse-Express
Seite 8 / 28. Juli 2016 / Gesamtauflage: 12500
Home Rocket

DONNERSTAG, 28. JULI 2016

BÖRSE EXPRESS

8

CROWDFUNDING

ANLAGEFORM

Wohnhaus buhlt mit bis zu 6,5% Zinsen um Gelder aus der Crowd

Robert Gillinger

robert.gillinger@boerse-express.com

Ein Wiener Wohnhausprojekt wird auch mit Hilfe von Crowdfunding finanziert - und diesen Herbst fertig gestellt. Anleger können sich für die nächsten drei Jahre an dem Projekt beteiligen.

Die erste internationale Crowdfunding Plattform für Immobilien, Home Rocket (www.homerocket.com), startet ihr nächstes Fundingprojekt. Gemeinsam mit dem Bauträger Haring Group präsentiert die Plattform das Projekt Baslergasse 17, im 23. Wiener Gemeindebezirk. Das Fundingziel für das in Bau befindliche Wohnhaus mit 44 Wohneinheiten und Tiefgarage liegt bei 1,0 Millionen Euro. Gleichzeitig konnte das Home Rocket Fundingprojekt Viktoriahof in Wien erfolgreich abgeschlossen werden, dabei wurde das Fundingziel von 500.000 Euro in Rekordzeit erreicht.

Projekt Baslergasse. Im aufstrebenden Stadtteil Liesing, nahe der U-Bahn Station Siebenhirten, entsteht das neue Crowdfundingobjekt des Bauträgers Haring Group. Gemeinsam mit Home Rocket wird ein modernes Wohnhaus mit 44 Wohneinheiten, Dachgärten und Gewerbeflächen über die Investments der Crowd querfinanziert. „Dieser Stadtteil ist durch seine günstige Verkehrsanbindung und seiner Nähe zum Wiener Wald der perfekte Platz für neuen Wohnraum“, sagt Karl Haring, Geschäftsführer und Gründer der Haring Group. „Die Zusammenarbeit mit Home Rocket ist für uns eine tolle Möglichkeit Interessenten und private Kleininvestoren in die Finanzierung unserer Projekte einzubinden. Als ganzheitlicher Bauträger war uns wichtig, auch hier zu den Vorreitern der Branche zu gehören.“

Der Start des Projekts Baslergasse 17 ist gleichzeitig das erste Projekt der Haring Group auf Home Rocket. Die Haring Group zählt zu den führenden Anbietern für unternehmensproduzierte Immobilien in Wien. Seit mehr als zehn Jahren setzt sie auf die ganzheitliche Betreuung von Wohnbauprojekten – von der Liegenschaftsakkquisition, der Projektentwicklung über die gesamte Baukontrolle bis zur schlüsselfertigen Übergabe an den Käufer. Für Home Rocket ist die Einbindung neuer Bauträger ein wichtiger Bestandteil der Plattform, um



Das Projekt Baslergasse 17

Foto: Haring Group

Investoren ein breites Angebot zur Diversifizierung ihres Portfolios zu bieten: „Wir freuen uns einen weiteren erfahrenen Bauträger mit einem Projekt auf Home Rocket begrüßen zu dürfen“ sagt daher auch Geschäftsführer Wolfgang Deutschmann. Und: „Immobilien Crowdfunding hat im letzten Jahr eine tolle Entwicklung hingelegt und erfreut sich großer Beliebtheit. Durch die gewissenhafte Auswahl unserer Partner stellen wir sicher, dass unsere Investoren nur Projekte von etablierten Bauträgern mit einem Track Record zur Auswahl haben.“

Interessierte Anleger können ab 25. Juli 2016 in das Projekt Baslergasse 17 investieren. Die Laufzeit des Investments ist auf 3 Jahre festgelegt, die Verzinsung liegt bei 5,5 % bzw. Schnellentschlossene, die sich bis 29. August beteiligen, profitieren von einem höheren Zinssatz von 6,5 Prozent. Das Projekt ist bereits in Bau und wird im Herbst 2017 fertiggestellt. Viktoriahof mit neuem HOME ROCKET Rekord

Das jüngste Funding auf der Plattform, der Viktoriahof im 15. Wiener Gemeindebezirk, konnte einen großen Erfolg verzeichnen. In Rekordzeit konnte das Projekt 100% der Fundingschwelle erreichen und insgesamt wurden 500.000 Euro von der Crowd finanziert.<

PROJEKT PROJEKT BASLERGASSE 17

Unternehmensbeteiligung: Nein

Laufzeit: 3 Jahre

Verzinsung des Kapitals: 6,5% p.a. für Zeichner bis 29. August, danach 5,5% - Ausschüttungen erfolgen halbjährlich.

Beteiligungsform: qualifiziertes Nachrangdarlehen

Plattform
www.homerocket.com

Mehr zum Projekt:
<https://goo.gl/qsRWvM>

"APA-Journal" vom 28.07.2016 Seite: 10, 11 Karriere

26.07.2016

Crowdinvesting nimmt in Österreich langsam Fahrt auf

Im ersten Halbjahr 2016 wurde um 4,8 Millionen Euro mehr Geld über heimische Internetplattformen investiert als im ganzen Jahr 2015, zeigt die Statistik der heimischen Crowdinvesting-Plattformen der Wirtschaftskammer Österreich. 13,5 Mio. waren es im Halbjahr, 25,3 Mio. Euro insgesamt seit 2013.

Unter Crowdfunding versteht man Investitionen von Privatpersonen über Internetplattformen für dort präsentierte Projekte. Diese fallen meist in die Kategorien Start-Up, Immobilien oder Umweltprojekte. Die Personen, die ab einem fixierten Beitrag investieren können, hoffen bei Umsetzung des Projekts auf eine hohe Rendite. Bei höheren Investitionen winken zusätzliche Vergünstigungen.

Besonders hoch war die Anzahl der Projekte im 1. Quartal 2016. Es gab 18 erfolgreiche Finanzierungen und nur eine gescheiterte. Im ersten Halbjahr wurden 34 Projekte über Crowdfunding finanziert, stellt der Vorsitzende des Fachausschusses Crowdinvesting-Plattformen des Fachverbands, Paul Pöltner, fest.

Dieser Anstieg sei auf das Alternativfinanzierungsgesetz zurückzuführen. Seitdem die Investitionsmöglichkeit 2013 auch in Österreich angekommen ist, wurden insgesamt 106 Projekte über zehn Websites mit insgesamt 25.298.586 Euro finanziert -darunter über 13,5 Millionen in den ersten sechs Monaten

2016. Derzeit sind in Österreich diese zehn Crowdinvesting-Plattformen tätig: www.conda.eu, www.dagobertinvest.at, www.dasertragreich.at, www.evercrowd.com, www.finnest.com, www.greenrocket.com, www.homerocket.com, www.regionalfunding.at, www.rendity.com und www.1000x1000.at

Trotz rasantem Wachstum ist das Aufkommen in Österreich noch bescheiden. Die britische Plattform www.crowdcube.com alleine hat zwischen 2011 und 2016 426 Projekte finanziert und dafür umgerechnet 207,4 Mio. Euro gesammelt. Auf den deutschen Plattformen www.seedmatch.de und www.companisto.com wurden zwischen 2011 und 2015 38,8 Mio. Euro für Investitionen aufgetrieben.

i Mutation: APA-Journal Karriere

Reichweite (2012)

Keine Angabe

Druckauflage (2012)

Keine Angabe



Crowdinvesting nimmt in Österreich langsam Fahrt auf (1/2)

APA-Journal/Karriere
Seite 10, 11 / 28. Juli 2016

Home Rocket

26.07.2016

Crowdinvesting nimmt in Österreich langsam Fahrt auf

Im ersten Halbjahr 2016 wurde um 4,8 Millionen Euro mehr Geld über heimische Internetplattformen investiert als im ganzen Jahr 2015, zeigt die Statistik der heimischen Crowdfunding-Plattformen der Wirtschaftskammer Österreich. 13,5 Mio. waren es im Halbjahr, 25,3 Mio. Euro insgesamt seit 2013.

Unter Crowdfunding versteht man Investitionen von Privatpersonen über Internetplattformen für dort präsentierte Projekte. Diese fallen meist in die Kategorien Start-Up, Immobilien oder Umweltprojekte. Die Personen, die ab einem fixierten Beitrag investieren können, hoffen bei Umsetzung des Projekts auf eine hohe Rendite. Bei höheren Investitionen winken zusätzliche Vergünstigungen.

Besonders hoch war die Anzahl der Projekte im 1. Quartal 2016. Es gab 18 erfolgreiche Finanzierungen und nur eine gescheiterte. Im ersten Halbjahr wurden 34 Projekte über Crowdfunding finanziert, stellt der Vorsitzende des Fachausschusses Crowdfunding-Plattformen des Fachverbands, Paul Pöltner, fest.

Dieser Anstieg sei auf das Alternativfinanzierungsgesetz zurückzuführen. Seitdem die Investitionsmöglichkeit 2013 auch in Österreich angekommen ist, wurden insgesamt 106 Projekte über zehn Websites mit insgesamt 25.298.586 Euro finanziert - darunter über 13,5 Millionen in den ersten sechs Monaten



Crowdinvesting nimmt in Österreich langsam Fahrt auf (2/2)

APA-Journal/Karriere
Seite 10, 11 / 28. Juli 2016

Home Rocket

2016.

Derzeit sind in Österreich diese zehn Crowdinvesting-Plattformen tätig: www.conda.eu, www.dagobertinvest.at, www.dasertragreich.at, www.evercrowd.com, www.finnest.com, www.greenrocket.com, www.homerocket.com, www.regionalfunding.at, www.rendity.com und www.1000x1000.at

Trotz rasantem Wachstum ist das Aufkommen in Österreich noch bescheiden. Die britische Plattform www.crowdcube.com alleine hat zwischen 2011 und 2016 426 Projekte finanziert und dafür umgerechnet 207,4 Mio. Euro gesammelt. Auf den deutschen Plattformen www.seedmatch.de und www.companisto.com wurden zwischen 2011 und 2015 38,8 Mio. Euro für Investitionen aufgetrieben.

"APA-Journal" vom 25.07.2016 Seite: 21 Gesundheit

19.07.2016

Steirischer "Hanfgarten" sammelte 953.000 Euro bei Crowdfunding

Das steirische Start-up HGV Kräutergarten GmbH mit seinem "Hanfgarten" hat bei seiner Crowdfunding-Kampagne bei Green Rocket seit Mitte April 953.350 Euro gesammelt und damit beinahe das Maximum von einer Mio. Euro erreicht. Die Fundingschwelle wurde um mehr als das zwölfwache übertroffen, teilte Geschäftsführer Andreas Troger am Dienstag via Aussendung mit.

Mit der lukrierten Summe sei "Hanfgarten" nicht nur das mit Abstand erfolgreichste Projekt der Plattform Green Rocket, sondern auch österreichweit das bisher erfolgreichste Crowdfunding-Projekt eines Privatunternehmens. "Wir haben erwartet, dass wir mit unserem Projekt Erfolg haben werden, dass wir eine knappe Million Euro lukrieren konnten, hat aber alle unsere Erwartungen übertroffen und ist gleichzeitig ein deutliches Signal", so Troger. Mit dem Geld will das Start-up den Anbau von medizinischem Cannabis, die europaweite Expansion und den Imagewandel vorantreiben.

i Mutation: APA-Journal Gesundheit

Reichweite (2012)

Keine Angabe

Druckauflage (2012)

Keine Angabe



Steirischer "Hanfgarten" sammelte 953.000 Euro bei...

APA-Journal/Gesundheit
Seite 21 / 25. Juli 2016

Home Rocket

19.07.2016

Steirischer "Hanfgarten" sammelte 953.000 Euro bei Crowdfunding

Das steirische Start-up HGV Kräutergarten GmbH mit seinem "Hanfgarten" hat bei seiner Crowdfunding-Kampagne bei Green Rocket seit Mitte April 953.350 Euro gesammelt und damit beinahe das Maximum von einer Mio. Euro erreicht. Die Fundingschwelle wurde um mehr als das zwölffache übertroffen, teilte Geschäftsführer Andreas Troger am Dienstag via Aussendung mit.

Mit der lukrierten Summe sei "Hanfgarten" nicht nur das mit Abstand erfolgreichste Projekt der Plattform Green Rocket, sondern auch österreichweit das bisher erfolgreichste Crowdfunding-Projekt eines Privatunternehmens. "Wir haben erwartet, dass wir mit unserem Projekt Erfolg haben werden, dass wir eine knappe Million Euro lukrieren konnten, hat aber alle unsere Erwartungen übertroffen und ist gleichzeitig ein deutliches Signal", so Troger. Mit dem Geld will das Start-up den Anbau von medizinischem Cannabis, die europaweite Expansion und den Imagewandel vorantreiben.

"Cash" vom 22.07.2016 Seite: 88

Bio-Limo erobert Österreich

Das Wiener Start-up Pona stellt Bio-Limonaden ohne zusätzlichen Zucker und sonstige Zusätze her. Ab sofort sind sie auch in Merkur Märkten österreichweit erhältlich. Außerdem dürfen sich alle Fans des unverfälschten Pona-Geschmacks über die neue Sorte Valencia Orange sowie einen frischen Look des Corporate Designs freuen. Und am 11. Juli 2016 wurde bei Green Rocket eine Crowdfunding-Kampagne für den weiteren Ausbau der Marke gestartet. b Pona, www.pona.at

i Mutation: gesamt

<i>Reichweite (2015)</i>	78.300
<i>Druckauflage (2015)</i>	27.000



Bio-Limo erobert Österreich

Cash
Ausgabe 07-08/2016 / Seite 88 / 22. Juli 2016 / Auflage: 27000

Home Rocket

Bio-Limo erobert Österreich

Das Wiener Start-up Pona stellt Bio-Limonaden ohne zusätzlichen Zucker und sonstige Zusätze her. Ab sofort sind sie auch in Merkur Märkten österreichweit erhältlich. Außerdem dürfen sich alle Fans des unverfälschten Pona-Geschmacks über die neue Sorte Valencia Orange sowie einen frischen Look des Corporate Designs freuen. Und am 11. Juli 2016 wurde bei [Green Rocket](#) eine Crowdfunding-Kampagne für den weiteren Ausbau der Marke gestartet.

● Pona, www.pona.at



"risControl" vom 21.07.2016 Seite: 9

Fachverband der Finanzdienstleister

Standesregeln

Der Fachverbandsausschuss des Fachverbands Finanzdienstleister in der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) hat ganz aktuell Standes- und Ausübungsregeln für Crowdfunding-Plattformen beschlossen. Die neuen Standesregeln sind freiwillig, die Plattformen, die sich dazu bekennen, müssen die Regeln jedoch einhalten. Das wird vom Ehrenschiedsgericht des Fachverbands Finanzdienstleister überprüft. Paul Pöltner, der Vorsitzende des Fachausschusses der Crowdfunding-Plattformen, zeigt sich erfreut über diesen Schritt: "Als Vorsitzender des Fachausschusses Crowdfunding-Plattformen freue ich mich, dass es gelungen ist, im Fachausschuss gemeinsam diese Standesregeln zu formulieren und dass sich alle zehn Fachausschussmitglieder dazu bekennen. Plattform-Betreiber, die sich zu den Standesregeln bekennen, verpflichten sich zur umfangreicheren Informationserteilung gegenüber ihren Investoren, müssen sich regelmäßig weiterbilden und halten stärkere Transparenzregeln ein. Nach außen erkennbar ist die Verpflichtung am neuen Gütesiegel für Crowdfunding-Plattformen. Nur jene Plattform-Betreiber, die eine Verpflichtungserklärung unterfertigt haben, dürfen das Gütesiegel führen. Bisher haben sich folgende zehn Plattformen verpflichtet: www.conda.eu, www.dagobertinvest.at, www.dasertragreich.at, www.evercrowd.com, www.finnest.at, www.greenrocket.com, www.homerocket.com, www.regionalfunding.at, www.rendity.com und www.1000x1000.at. "Ich lade auch alle anderen Crowdfunding-Plattform-Betreiber ein, sich dieser Initiative anzuschließen", so Pöltner.

i Mutation: gesamt

<i>Reichweite (2015)</i>	43.500
<i>Druckauflage (2015)</i>	15.000



Standesregeln

risControl
Seite 9 / 21. Juli 2016 / Auflage: 15000

Home Rocket

Fachverband der Finanzdienstleister Standesregeln

Der Fachverbandsausschuss des Fachverbands Finanzdienstleister in der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) hat ganz aktuell Standes- und Ausübungsregeln für Crowdfunding-Plattformen beschlossen. Die neuen Standesregeln sind freiwillig, die Plattformen, die sich dazu bekennen, müssen die Regeln jedoch einhalten. Das wird vom Ehrenschiedsgericht des Fachverbands Finanzdienstleister überprüft. Paul Pöltner, der Vorsitzende des Fachausschusses der Crowdfunding-Plattformen, zeigt sich erfreut über diesen Schritt: „Als Vorsitzender des Fachausschusses Crowdfunding-Plattformen freue ich mich, dass es gelungen ist, im Fachausschuss gemeinsam diese Standesregeln zu formulieren und dass sich alle zehn Fachausschussmitglieder dazu bekennen. Plattform-Betreiber, die sich zu den Standesregeln bekennen, verpflichten sich zur umfangreicheren Informationserteilung gegenüber ihren Investoren, müssen sich regelmäßig weiterbilden und halten stärkere Transparenzregeln ein. Nach außen erkennbar ist die Verpflichtung am neuen Gütesiegel für Crowdfunding-Plattformen. Nur jene Plattform-Betreiber, die eine Verpflichtungserklärung unterfertigt haben, dürfen das Gütesiegel führen. Bisher haben sich folgende zehn Plattformen verpflichtet: www.conda.eu, www.dagobertinvest.at, www.dasertragreich.at, www.evercrowd.com, www.finnest.at, www.greenrocket.com, www.homerocket.com, www.re-regionalfunding.at, www.rendity.com und www.1000x1000.at. „Ich lade auch alle anderen Crowdfunding-Plattform-Betreiber ein, sich dieser Initiative anzuschließen“, so Pöltner.



com, www.re-regionalfunding.at, www.rendity.com und www.1000x1000.at.

at. „Ich lade auch alle anderen Crowdfunding-Plattform-Betreiber ein, sich dieser Initiative anzuschließen“, so Pöltner.

"Kleine Zeitung" vom 20.07.2016 Seite: 22 Gesamt

Hanfgarten sammelte mehr als 950.000 Euro ein

GRAZ. Das steirische Start-up HGV Kräutergarten GmbH mit seinem Hanfgarten hat bei der Crowdfunding-Kampagne über Green Rocket seit Mitte April 953.350 Euro gesammelt und damit beinahe das Maximum von einer Millionen Euro erreicht. Die "Fundingschwelle" wurde um mehr als das Zwölfwache übertroffen, teilte Geschäftsführer Andreas Troger (im Bild) mit. Das sei bisher das erfolgreichste Crowdfunding-Projekt eines Privatunternehmens in Österreich. Mit dem Geld sollen der Anbau von medizinischem Cannabis, die europaweite Expansion und der Imagewandel vorangetrieben werden. HG/ME

Beispielhaft geclippt aus der Mutation: "Kärnten".

i Mutation: Gesamt

Reichweite (2.HJ 2015)	Mi, 835.000
Druckauflage (2.HJ 2015)	Mi, 302.011



**KLEINE
ZEITUNG**



Hanfgarten sammelte mehr als 950.000 Euro ein

Kleine Zeitung/Gesamt

Seite 22 / 20. Juli 2016 / Auflage: 302011

Artikel gleichlautend erschienen in allen Ausgaben, beispielhaft geclipt aus der Mutation: „Kärnten“
Home Rocket

Hanfgarten sammelte mehr als 950.000 Euro ein



GRAZ. Das steirische Start-up HGV Kräuter Garten GmbH mit seinem Hanfgarten hat bei der Crowdfunding-Kampagne über [Green Rocket](#) seit Mitte April 953.350 Euro gesammelt und damit beinahe das Maximum von einer Millionen Euro erreicht. Die „Fundingschwelle“ wurde um mehr als das Zwölfwache übertroffen, teilte Geschäftsführer Andreas Troger (im Bild) mit. Das sei bisher das erfolgreichste Crowdfunding-Projekt eines Privatunternehmens in Österreich. Mit dem Geld sollen der Anbau von medizinischem Cannabis, die europaweite Expansion und der Imagewandel vorangetrieben werden. HG/ME

"Neue Vorarlberger Tageszeitung" vom 20.07.2016 Seite: 30

Hanfgarten sammelte mehr als 950.000 Euro ein

GRAZ. Das steirische Start-up HGV Kräutergarten GmbH mit seinem Hanfgarten hat bei der Crowdfunding-Kampagne über Green Rocket seit Mitte April 953.350 Euro gesammelt und damit beinahe das Maximum von einer Millionen Euro erreicht. Die "Fundingschwelle" wurde um mehr als das Zwölfwache übertroffen, teilte Geschäftsführer Andreas Troger (im Bild) mit. Das sei bisher das erfolgreichste Crowdfunding-Projekt eines Privatunternehmens in Österreich. Mit dem Geld sollen der Anbau von medizinischem Cannabis, die europaweite Expansion und der Imagewandel vorangetrieben werden. HG/ME

i Mutation: Gesamt

<i>Reichweite (2.HJ 2015)</i>	Mi, 35.000
<i>Druckauflage (2.HJ 2015)</i>	Mi, 11.930



Hanfgarten sammelte mehr als 950.000 Euro ein

Neue Vorarlberger Tageszeitung
Seite 30 / 20. Juli 2016 / Auflage: 11930

Home Rocket

Hanfgarten sammelte mehr als 950.000 Euro ein



GRAZ. Das steirische Start-up HG/ME Kräuter Garten GmbH mit seinem Hanfgarten hat bei der Crowdfunding-Kampagne über Green Rocket seit Mitte April 953.350 Euro gesammelt und damit beinahe das Maximum von einer Millionen Euro erreicht. Die „Fundingschwelle“ wurde um mehr als das Zwölfwache übertroffen, teilte Geschäftsführer Andreas Troger (im Bild) mit. Das sei bisher das erfolgreichste Crowdfunding-Projekt eines Privatunternehmens in Österreich. Mit dem Geld sollen der Anbau von medizinischem Cannabis, die europaweite Expansion und der Imagewandel vorangetrieben werden. HG/ME

"Österreich" vom 20.07.2016 Seite: 15 Steiermark

Bisher größtes Crowdfunding-Projekt im Privatbereich

Hanfgarten sammelt fast eine Million bei privaten Investoren

Mit dem Geld soll der Anbau von medizinischem Cannabis finanziert werden. Graz. Das steirische Startup Kräutergarten mit seinem "Hanfgarten" hat bei seiner Crowdfunding-Kampagne bei Green Rocket wie eine Rakete gezündet, 953.350 Euro gesammelt und damit beinahe das Maximum von einer Million Euro erreicht. Die Fundingschwelle wurde um mehr als das Zwölffache übertroffen, teilte Geschäftsführer Andreas Troger. Mit der lukrierten Summe sei "Hanfgarten" nicht nur das erfolgreichste Green-Rocket-Projekt, sondern auch österreichweit das bisher erfolgreichste Crowdfundingprojekt eines Privaten. Mit dem Geld will man den Anbau von medizinischem Cannabis, die europaweite Expansion und den Imagewandel vorantreiben.

Andreas Troger baut Hanf an.

i Mutation: Gesamt

<i>Reichweite (2.HJ 2015)</i>	Mi, 616.000
<i>Druckauflage (2.HJ 2015)</i>	Mi, 565.544



Hanfgarten sammelt fast eine Million bei privaten Investoren

Österreich/Steiermark
Seite 15 / 20. Juli 2016 / Auflage: 565544

Home Rocket

Bisher größtes Crowdfunding-Projekt im Privatbereich

Hanfgarten sammelt fast eine Million bei privaten Investoren

Mit dem Geld soll der Anbau von medizinischem Cannabis finanziert werden.

Graz. Das steirische Startup Kräutergarten mit seinem „Hanfgarten“ hat bei seiner Crowdfunding-Kampagne bei Green Rocket wie eine Rakete gezündet, 953.350 Euro gesammelt und damit beinahe das Maximum von ei-

ner Million Euro erreicht. Die Fundingschwelle wurde um mehr als das Zwölffache übertroffen, teilte Geschäftsführer Andreas Troger. Mit der lukrierten Summe sei „Hanfgarten“ nicht nur das erfolgreichste Green-Rocket-Projekt, sondern auch österreichweit das bisher erfolgreichste Crowdfunding-



Andreas Troger baut Hanf an.

Projekt eines Privaten. Mit dem Geld will man den Anbau von medizinischem Cannabis, die europaweite Expansion und den Imagewandel vorantreiben.

"Salzburger Nachrichten" vom 20.07.2016 Seite: 13 Österreich

Steirischer "Hanfgarten" sammelte 953.000 Euro

GRAZ. Das steirische Start-up HGV Kräutergarten GmbH mit seinem "Hanfgarten" hat bei seiner Crowdfunding-Kampagne bei Green Rocket seit April 953.350 Euro gesammelt. Das festgelegte Mindestkapital wurde um mehr als das Zwölfwache übertroffen, berichtete Geschäftsführer Andreas Troger am Dienstag. Damit ist "Hanfgarten" das bisher erfolgreichste Crowdfunding-Projekt Österreichs. Mit dem Geld will das Start-up den Anbau von medizinischem Cannabis, den Imagewandel der Pflanze und die europaweite Expansion vorantreiben. SN, APA

i Mutation: Gesamt

<i>Reichweite (2.HJ 2015)</i>	Mi, 231.000
<i>Druckauflage (2.HJ 2015)</i>	Mi, 71.815



Steirischer "Hanfgarten" sammelte 953.000 Euro

Salzburger Nachrichten/Österreich
Seite 13 / 20. Juli 2016 / Auflage: 71815

Home Rocket

Steirischer „Hanfgarten“ sammelte 953.000 Euro

GRAZ. Das steirische Start-up HGV Kräuter Garten GmbH mit seinem „Hanfgarten“ hat bei seiner Crowdfunding-Kampagne bei Green Rocket seit April 953.350 Euro gesammelt. Das festgelegte Mindestkapital wurde um mehr als das Zwölfwache übertroffen, berichtete Geschäftsführer Andreas Troger am Dienstag. Damit ist „Hanfgarten“ das bisher erfolgreichste Crowdfunding-Projekt Österreichs. Mit dem Geld will das Start-up den Anbau von medizinischem Cannabis, den Imagewandel der Pflanze und die europaweite Expansion vorantreiben. SN, APA

"Facts (WKO)" vom 19.07.2016 Seite: 19

Gütesiegel für Crowdfunding-Plattformen

Anfang Juni hat der Ausschuss des Fachverbands Standesregeln für Crowdfunding-Plattformen beschlossen. Diese sind freiwillig, die Plattformen, die sich dazu bekennen, müssen die Regeln jedoch einhalten. Das wird vom Ehrenschiedsgericht des Fachverbands Finanzdienstleister überprüft.

Der Vorsitzende des Fachausschusses der Plattformen, Paul Pöltner, freut sich, dass sich alle zehn Mitglieder des Fachausschusses zu den Standesregeln bekennen und lädt alle Crowdfunding-Plattformen ein, sich der Initiative anzuschließen. Allen Anlegern rät er, auf das neue Gütesiegel zu achten.

Diese zehn Plattformen sind dabei: www.conda.eu, www.dagobertinvest.at, www.dasertragreich.at, www.evercrowd.com, www.finnest.com, www.greenrocket.com, www.homerocket.com, www.regionalfunding.at, www.rendity.com und www.1000x1000.at.

i Mutation: gesamt

<i>Reichweite (2016)</i>	Keine Angabe
<i>Druckauflage (2016)</i>	Keine Angabe



Gütesiegel für Crowdfunding-Plattformen

Facts (WKO)
Seite 19 / 19. Juli 2016

Home Rocket

Gütesiegel für Crowdfunding-Plattformen

Anfang Juni hat der Ausschuss des Fachverbands Standesregeln für Crowdfunding-Plattformen beschlossen. Diese sind freiwillig, die Plattformen, die sich dazu bekennen, müssen die Regeln jedoch einhalten. Das wird vom Ehrengeschichtsdgericht des Fachverbands Finanzdienstleister überprüft.

Der Vorsitzende des Fachausschusses der Plattformen, Paul Pöltner, freut sich, dass sich alle zehn Mitglieder des Fachausschusses zu den Standesregeln bekennen

und lädt alle Crowdfunding-Plattformen ein, sich der Initiative anzuschließen. Allen Anlegern rät er, auf das neue Gütesiegel zu achten.

Diese zehn Plattformen sind dabei:

www.condia.eu, www.dagobertinvest.at,
www.dasertragreich.at, www.evercrowd.com,
www.finnest.com, www.greenrocket.com,
www.homerocket.com, www.regionalfunding.at,
www.rendity.com und www.1000x1000.at.



"Landwirtschaftliche Mitteilungen" vom 14.07.2016 Seite: 2, 3

Brückenschlag zwischen Bauern und Konsumenten

Neue, direkte Vertriebswege und unkonventionelle Finanzierungsmodelle standen in Graz im Fokus

Die große Herausforderung liegt darin, Menschen mit ihren Ideen passend zusammenzubringen.

"Direkt unkonventionell" war das Hauptthema auf der Messe LEBENSMITTELPunkt am 30. Juni im Grazer Steiermarkhof. Mit dieser österreichweit einzigartigen Plattform bot man einerseits Information für neue alternative Wege in der Lebensmittelversorgung und andererseits vor allem auch Vernetzungsmöglichkeit. Damit sollte ein wichtiger Brückenschlag zwischen Bauern und Konsumenten geschaffen werden.

Messeneuheiten

Aus Sicht neuer Organisations- und Kooperationsformen wurde das System der gemeinschaftsgetragenen solidarisch aufgebauten Landwirtschaft in der Steiermark erstmals einer breiten Öffentlichkeit präsentiert. Hierbei tragen mehrere private Haushalte die Kosten eines landwirtschaftlichen Betriebes, wofür sie im Gegenzug dessen Ernteertrag erhalten. Durch den persönlichen Bezug zueinander erfahren Produzenten und Konsumenten die Vorteile einer marktunabhängigen Lebensmittelversorgung. Wie auch in einer präsentierten Produzenten-Konsumenten-Genossenschaft sowie einem Lebensmittelladen, die ebenfalls damit ein gemeinwohlorientiertes neues Wertesystem schaffen. Aber auch Patenschaften mit Kirschbäumen, Schweinen etc. lassen sich in einzelnen Bereichen wertschöpfungserhöhend für alle Beteiligten umsetzen.

Traum vom Mini-Geschäft

Neu im Vermarktungsbereich waren auf diesem Markt der Ideen vor allem Projekte, die neue Verkaufsfläche entwickeln. Mit neuartigen Automaten zur Direktvermarktung oder einfach über Obststeigen-Vermietungsflächen kann man sich etwa den Traum von einem eigenen Mini-Geschäft in zentraler Lage verwirklichen. Aber auch die präsentierten Shop-in-Shop-Systeme bergen weiterhin viel Potenzial. Verpackungssparende Konzepte stehen ebenfalls ganz oben auf der Bedürfnisliste der Konsumenten, dem entsprochen auch einige Aussteller.

Eine Crowdfunding-Plattform wie auch damit umgesetzte Crowdfundingprojekte und weitere Finanzierungsformen etwa über Genussgutscheine wurden ebenso präsentiert wie zahlreiche Direkt-Online-Vertriebsschienen. So kann man mittlerweile bedenkenlos Frischeprodukte per Versandbox schicken, um ein direktes Naheverhältnis zum Konsumenten aufzubauen. Neu ist auch der Trend, etwa Schweine viertelweise zu verkaufen oder über "Crowdbutchering" gemeinsam schlachten und dann zustellen zu lassen.

Vernetzung

Eine Reihe von Netzwerkern und Beratern beteiligten sich ebenso am Markt der Ideen, um ihrem Anspruch gerecht zu werden, Vernetzungswillige und Suchende in der Lebensmittelversorgung zusammenzubringen. Nicht selten liegt die Lösung direkt beim Nachbarn, wie ein Aussteller bewiesen hat. Vor allem präsentierten sich aber auch Lebensmittelkooperativen, die ihre Lebensmittel gemeinsam und direkt bei bewusst ausgewählten Erzeugern der Region einkaufen und untereinander verteilen. Deren Ziel ist es, Konsumenten und Produzenten zum beiderseitigen Wohl ein Stück näher zusammenzubringen.

Wichtigste Erkenntnis war aber, dass man nur mit einer offenen Denkhaltung diese neuen "Wege" finden und beschreiten kann. Nähere Ausstellerbeschreibungen: stmk.lko.at/lebensmittelpunkt

Robert Schöttel

WAS STECKT HINTER GELAWI UND CO?

Konsumenten und Produzenten bilden eine Gemeinschaft, die Kosten, Erträge aber auch Risiko aufteilt.

u Lebensmittelkooperative. Konsumenten bilden eine Einkaufsgemeinschaft, um Zwischenhändler zu überspringen. Ziel ist mehr Qualität fürs Geld zu bekommen.

u Genossenschaft. Mit der Genossenschaft existiert eine Rechtsform, die Menschen und nicht Kapital in den Mittelpunkt stellt. Sie muss gemeinnützig sein.

u Shop-in-Shop. Im Gegensatz zu einem Händler, gehört die Ware nicht dem Ladenbesitzer, sondern weiterhin dem Produzenten. Es wird quasi der Platz im Laden an den Produzenten vermietet.

u Crowdfunding. Jeder kann einem Projekt Geld zur Verfügung stellen. Investoren bekommen kein Geld zurück, sondern Vorteile beim Produkt (Frühbezug, Rabatt etc.).

u Web-Plattform. Über den Kommunikationsweg Internet werden Informationen ausgetauscht und Vereinbarungen getroffen.

u Online-Direktvertrieb. Kann der Web-Shop eines Betriebes aber auch die digitale Form des Shop-in-Shop Systems sein, bei dem der Shopbetreiber die Ware nicht besitzt.

u Zero waste. Viele Konsumenten wollen möglichst wenig Müll produzieren. Das betrifft vor allem Verpackung aber auch Essensreste.

u Foodsharing. In vielen Städten gibt es Foodsharing-Gemeinschaften, die einen frei zugänglichen Kühlschrank haben. Wer von etwas zu viel hat, das sonst im Müll landen würde, legt es hinein, ein anderer kann es kostenlos herausnehmen.

u Dumpster. Suchen in Müll nach Lebensmitteln, die für den Verzehr noch einwandfrei tauglich sind.

ERNÄHRUNGSSOUVERÄNITÄT UMSETZBAR?

ist Ernährungssouveränität und wie kann sie verwirklicht werden? Diese Fragen wurden mit Friedrich Leitgeb und den Workshop-TeilnehmerInnen beleuchtet. Solidarische Landwirtschaft und "Food-Coop" sind Organisationsmodelle zwischen bäuerlichen ProduzentInnen und KonsumentInnen. Zentrale Themen waren Tipps für eine erfolgreiche Gründungsphase, Sicherung einer offenen Kommunikation und die Bedeutung einer emotionalen Identifikation der KonsumentInnen. Angeregt wurde, von erfolgreichen Systemen ausländischer MitbürgerInnen zu lernen oder in größeren Siedlungen eine Verteilungs- und Verarbeitungsinfrastruktur aufzubauen. Vielleicht feiern gemeinschaftliche Kühlhäuser bald eine Renaissance! Johannes Haas

GEMEINSAM INVESTIEREN CROWD FUNDING

von neuen Projekten ist wesentlich. Auch hier gibt es neue Wege. Die Raiffeisen Landesbank betreibt zur Ergänzung ihres Angebotes ein "Crowdfunding Light", in dem sie Interessenten nach dem Prinzip des Crowdfunding finanzielle Mittel zur Verfügung stellt und im Gegenzug Anteil am Unternehmenserfolg erhält. GreenRocket betreibt Crowdfunding als Finanzierungsmodell, indem Investoren finanzielle Mittel nach Prüfung des Geschäftsmodells zur Verfügung stellen und im Gegenzug Anteile am Unternehmenserfolg erhalten. Dazu geht mit der Publikation ein enormer Werbewert einher. Mit dieser zusätzlich generierten Eigenkapitalbasis kann man leichter um einen Unternehmenskredit bei einer Bank ansuchen. Hannes Süß

GENOSSENSCHAFTSIDEE NEU LEBEN

"Genossenschaftsidee" standen als Experten Johann Hansbauer vom Raiffeisenverband und die Geschäftsführer der BIO-SPHÄRE Süd-Ost eG in Gründung zur Verfügung. Fazit war, dass auf Grundlage des aktuellen Genossenschaftsgesetzes auch ProduzentInnen-KonsumentInnen-Kooperationen machbar sind. Das wichtigste dabei ist das Teilen einer gemeinsamen Vision und Personen, die dahinter stehen. Die direkten Kosten für die Gründung sind mit etwa

2.700 Euro leistbar. Eine Hürde kann die Wirtschaftlichkeit/der Businessplan sein. Dabei helfen Vorausplanungen für drei Jahre und Transparenz im Umgang mit Partnern, wie z.B. LieferantInnen. Dass die Genossenschaftsidee lebt, zeigen viele Neugründungen. Uli Seebacher

NEUE WEGE GEHEN ABER WIE?

"Neue Wege gehen aber wie?" wurden konkrete Problemstellungen diskutiert, etwa mit welchen Produkten sich ein Direktvermarkter abheben kann. Es wurde auch intensiv diskutiert, ob es die Vielzahl an Produkten ausmacht, oder doch eine Konzentration auf wenige qualitativ hochwertige. Die Fachexpertinnen des LE-Netzwerks Zukunftsraum Land, der Landwirtschaftskammer Steiermark und Innolab plädierten dafür, sich auf das zu konzentrieren, was man von Herzen gerne macht und "Wo man mit Freude dabei ist!". In Folge braucht es eine strategische und unternehmerische Herangehensweise an das Vorhaben, dabei leistet die Kammer mit ihren Beraterinnen und Beratern fachliche Unterstützung. Johanna Stieblehner

DENK!NEU NACHDENKEN ÜBER DAS NEUE

Kinderbuchautor Bernhard Carre Naso moderierte nach einer Methode aus der Kinderphilosophie einen Workshop, um das Nachdenken über "das Neue" anzuregen. Er ergründete mit den Teilnehmern, was "das Neue" ist und welche Dynamik und Wirkung es in uns erzeugt. Dabei ging es nicht darum zu definieren, was das Neue ist. Es ging darum, einfach das Denken zuzulassen und anzustoßen, und Freiräume dafür zu schaffen. Dann entwickelt sich das Neue wie von selbst. Diese neuen Funken der Gegenwart sind oft die Ideen von morgen. Aber auch traditionelles -ewig gültiges -Wissen gibt Sinn und Orientierung für neue Projekte und auch für ein gelungenes Leben. Das alles haben die Teilnehmer am Workshop gespürt. Robert Schöttel

i Mutation: gesamt

<i>Reichweite (2014)</i>	159.790
<i>Druckauflage (2014)</i>	55.100



Brückenschlag zwischen Bauern und Konsumenten (1/2)

Landwirtschaftliche Mittelungen
Ausgabe 14/2016 / Seite 2, 3 / 14. Juli 2016 / Auflage: 55100
Home Rocket

Brückenschlag zwischen

Neue, direkte Vertriebswege und unkonventionelle

Die große Herausforderung liegt darin, Menschen mit ihren Ideen passend zusammenzubringen.

„Direkt unkonventionell“ war das Hauptthema auf der Messe **LEBENSMITTELpunkt** am 30. Juni im Grazer Steiermarkhof. Mit dieser österreichweit einzigartigen Plattform bot man einerseits Information für neue alternative Wege in der Lebensmittelversorgung und andererseits vor allem auch Vernetzungsmöglichkeit. Damit sollte ein wichtiger Brückenschlag zwischen Bauern und Konsumenten geschaffen werden.

Messeneuheiten

Aus Sicht neuer Organisations- und Kooperationsformen wurde das System der gemeinschaftsgetragenen solidarisch aufgebauten Landwirtschaft in der Steiermark erstmals einer breiten Öffentlichkeit präsentiert. Hierbei tragen mehrere private Haushalte die Kosten eines landwirtschaftlichen Betriebes, wofür sie im Gegenzug dessen Ernteertrag erhalten. Durch den persönlichen Bezug zueinander erfahren Produzenten und Konsumenten die Vorteile einer marktunabhängigen Lebensmittelversor-

gung. Wie auch in einer präsentierten Produzenten-Konsumenten-Genossenschaft sowie einem Lebensmittelladen, die ebenfalls damit ein gemeinwohlorientiertes neues Wertesystem schaffen. Aber auch Patenschaften mit Kirschbäumen, Schweinen etc. lassen sich in einzelnen Bereichen wertschöpfungserhöhend für alle Beteiligten umsetzen.

Traum vom Mini-Geschäft

Neu im Vermarktungsbereich waren auf diesem Markt der Ideen vor allem Projekte, die neue Verkaufsfläche entwickeln. Mit neuartigen Automaten zur Direktvermarktung oder einfach über Obststeigen-Vermietungsflächen kann man sich etwa den Traum von einem eigenen Mini-Geschäft in zentraler Lage verwirklichen. Aber auch die präsentierten Shop-in-Shop-Systeme bergen weiterhin viel Potenzial. Verpackungssparende Konzepte stehen ebenfalls ganz oben auf der Bedürfnisliste der Konsumenten, dem entsprachen auch einige Aussteller.

Eine Crowdfunding-Plattform wie auch damit umgesetzte Crowdfundingprojekte und weitere Finanzierungsformen etwa über Genussgutscheine wurden ebenso präsentiert wie zahlreiche Direkt-Online-Vertriebsschienen. So kann man

mittlerweile bedenkenlos Frischeprodukte per Versandbox schicken, um ein direktes Naheverhältnis zum Konsumenten aufzubauen. Neu ist auch der Trend, etwa Schweine viertelweise zu verkaufen oder über „Crowdbutchering“ gemeinsam schlachten und dann zustellen zu lassen.

Vernetzung

Eine Reihe von Netzwerkmern und Beratern beteiligten sich ebenso am Markt der Ideen, um ihrem Anspruch gerecht zu werden, Vernetzungswillige und Suchende in der Lebensmittelversorgung zusammenzubringen. Nicht selten liegt die Lösung direkt beim Nachbarn, wie ein Aussteller bewiesen hat. Vor allem präsentierten sich aber auch Lebensmittelkooperativen, die ihre Lebensmittel gemeinsam und direkt bei bewusst ausgewählten Erzeugern der Region einkaufen und untereinander verteilen. Deren Ziel ist es, Konsumenten und Produzenten zum beiderseitigen Wohl ein Stück näher zusammenzubringen.

Wichtigste Erkenntnis war aber, dass man nur mit einer offenen Denkhaltung diese neuen „Wege“ finden und beschreiten kann. Nähere Ausstellerbeschreibungen: stmk.lko.at/lebensmittelpunkt

Robert Schöttel



WAS STECKT HINTER GELAWI UND CO?

► **Gelawi/Solawi/CSA.** Konsumenten und Produzenten bilden eine Gemeinschaft, die Kosten, Erträge aber auch Risiko aufteilt.

► **Lebensmittelkooperative.** Konsumenten bilden eine Einkaufsgemeinschaft, um Zwischenhändler zu überspringen. Ziel ist mehr Qualität fürs Geld zu bekommen.

► **Genossenschaft.** Mit der Genossenschaft existiert eine Rechtsform, die Menschen und nicht Kapital in den Mittelpunkt stellt. Sie muss gemeinnützig sein.

► **Shop-in-Shop.** Im Gegensatz zu einem Händler, gehört die Ware nicht

dem Ladenbesitzer, sondern weiterhin dem Produzenten. Es wird quasi der Platz im Laden an den Produzenten vermietet.

► **Crowdfunding.** Jeder kann einem Projekt Geld zur Verfügung stellen. Investoren bekommen kein Geld zurück, sondern Vorteile beim Produkt (Frühbezug, Rabatt etc.).

► **Web-Plattform.** Über den Kommunikationsweg Internet werden Informationen ausgetauscht und Vereinbarungen getroffen.

► **Online-Direktvertrieb.** Kann der Web-Shop eines Betriebes aber auch die digitale Form des Shop-in-Shop-

Systems sein, bei dem der Shopbetreiber die Ware nicht besitzt.

► **Zero waste.** Viele Konsumenten wollen möglichst wenig Müll produzieren. Das betrifft vor allem Verpackung aber auch Essensreste.

► **Foodsharing.** In vielen Städten gibt es Foodsharing-Gemeinschaften, die einen frei zugänglichen Kühlschrank haben. Wer von etwas zu viel hat, das sonst im Müll landen würde, legt es hinein, ein anderer kann es kostenlos herausnehmen.

► **Dumpster.** Suchen in Müll nach Lebensmitteln, die für den Verzehr noch einwandfrei tauglich sind.



„
Es freut mich, dass sich in der Landwirtschaft was tut und neue Vertriebsformen entstehen.“

Marie-Theres Zirm,
cardamom



„
Ich konnte hilfreiche und nützliche Netzwerke knüpfen und innovative Leute kennenlernen.“

Nikolaus Haingartner,
Murbodner Bio Beef



„
Wir fanden eine Fülle von Anregungen für zukünftige Projekte, Lehrinhalte und Initiativen.“

Johannes Haas,
FH Joanneum



Brückenschlag zwischen Bauern und Konsumenten (2/2)

Landwirtschaftliche Mitteilungen
Ausgabe 14/2016 / Seite 2, 3 / 14. Juli 2016 / Auflage: 55100

Home Rocket

Bauern und Konsumenten

Finanzierungsmodelle standen in Graz im Fokus



Konsumenten informierten sich, Bauern tauschen Ideen aus und gemeinsam wurden Chancen für die Zukunft diskutiert
FRIEDL / FRANZ (1)



ERNÄHRUNGSSOUVERÄNITÄT UMSETZBAR?

Was ist Ernährungssouveränität und wie kann sie verwirklicht werden? Diese Fragen wurden mit Friedrich Leitgeb und den Workshop-TeilnehmerInnen beleuchtet. Solidarische Landwirtschaft und „Food-Coop“ sind Organisationsmodelle zwischen bäuerlichen ProduzentInnen und KonsumentInnen. Zentrale Themen waren Tipps für eine erfolgreiche Gründungsphase, Sicherung einer offenen Kommunikation und die Bedeutung einer emotionalen Identifikation der KonsumentInnen. Angeregt wurde, von erfolgreichen Systemen ausländischer MitbürgerInnen zu lernen oder in größeren Siedlungen eine Verteilungs- und Verarbeitungsinfrastruktur aufzubauen. Vielleicht feiern gemeinschaftliche Kühlhäuser bald eine Renaissance! **Johannes Haas**

GEMEINSAM INVESTIEREN CROWD FUNDING

Finanzierung von neuen Projekten ist wesentlich. Auch hier gibt es neue Wege. Die Raiffeisen Landesbank betreibt zur Ergänzung ihres Angebotes ein „Crowdfunding Light“, in dem sie Interessenten nach dem Prinzip des Crowdfunding finanzielle Mittel zur Verfügung stellt und im Gegenzug Anteil am Unternehmenserfolg erhält. GreenRocket betreibt Crowdfunding als Finanzierungsmodell, indem Investoren finanzielle Mittel nach Prüfung des Geschäftsmodells zur Verfügung stellen und im Gegenzug Anteile am Unternehmenserfolg erhalten. Dazu geht mit der Publikation ein enormer Werbewert einher. Mit dieser zusätzlich generierten Eigenkapitalbasis kann man leichter um einen Unternehmenskredit bei einer Bank ansuchen. **Hannes Süß**

GENOSSENSCHAFTSIDEEN NEU LEBEN

Am Infopunkt „Genossenschaftsidee“ standen als Experten Johann Hansbauer vom Raiffeisenverband und die Geschäftsführer der BIO-SPHÄRE Süd-Ost eG in Gründung zur Verfügung. Fazit war, dass auf Grundlage des aktuellen Genossenschaftsgesetzes auch ProduzentInnen-KonsumentInnen-Kooperationen machbar sind. Das Wichtigste dabei ist das Teilen einer gemeinsamen Vision und Personen, die dahinter stehen. Die direkten Kosten für die Gründung sind mit etwa 2.700 Euro leistbar. Eine Hürde kann die Wirtschaftlichkeit/der Businessplan sein. Dabei helfen Vorausplanungen für drei Jahre und Transparenz im Umgang mit Partnern, wie z.B. LieferantInnen. Dass die Genossenschaftsidee lebt, zeigen viele Neugründungen. **Uli Seebacher**

NEUE WEGE GEHEN ABER WIE?

Am Infopunkt „Neue Wege gehen aber wie?“ wurden konkrete Problemstellungen diskutiert, etwa mit welchen Produkten sich ein Direktvermarkter abheben kann. Es wurde auch intensiv diskutiert, ob es die Vielzahl an Produkten ausmacht, oder doch eine Konzentration auf wenige qualitativ hochwertige. Die Fachexpertinnen des LE-Netzwerks Zukunftsraum Land, der Landwirtschaftskammer Steiermark und Innolab plädierten dafür, sich auf das zu konzentrieren, was man von Herzen gerne macht und „Wo man mit Freude dabei ist!“. In Folge braucht es eine strategische und unternehmerische Herangehensweise an das Vorhaben, dabei leistet die Kammer mit ihren Beraterinnen und Beratern fachliche Unterstützung. **Johanna Stieblehner**

DENK!NEU NACHDENKEN ÜBER DAS NEUE

Der Kinderbuchautor Bernhard Carre Naso moderierte nach einer Methode aus der Kinderphilosophie einen Workshop, um das Nachdenken über „das Neue“ anzuregen. Er ergründete mit den Teilnehmern, was „das Neue“ ist und welche Dynamik und Wirkung es in uns erzeugt. Dabei ging es nicht darum zu definieren, was das Neue ist. Es ging darum, einfach das Denken zuzulassen und anzustoßen, und Freiräume dafür zu schaffen. Dann entwickelt sich das Neue wie von selbst. Diese neuen Funken der Gegenwart sind oft die Ideen von morgen. Aber auch traditionelles – ewig gültiges – Wissen gibt Sinn und Orientierung für neue Projekte und auch für ein gelungenes Leben. Das alles haben die Teilnehmer am Workshop gespürt. **Robert Schöttel**

"Grazetta" vom 11.07.2016 Seite: 16, 17, 18, 19, 20, 22

DIE GRÜNE MISSION

Ziel Nachhaltigkeit: Immer mehr Unternehmer achten bei ihren Produkten auf ökologischen Mehrwert und reüssieren damit auf dem Markt.

Klaus Purkarthofer, Chef der gleichnamigen Konditorei, macht ausgezeichnetes Eis. Dafür nehmen viele Liebhaber der süßen Erfrischung gerne eine Autofahrt nach Fernitz in Kauf. Dabei wissen wahrscheinlich nur wenige Kunden, dass der Chef in seinem Betrieb ein großes Herz für die Umwelt hat. Und man eigentlich mit dem Einkauf in Fernitz einen Beitrag zur regionalen Entwicklung und zur Nachhaltigkeit leistet. Purkarthofer hat den elterlichen Betrieb vor sechs Jahren übernommen und beschlossen, sich bei Produktion und Unternehmensführung dem Ziel der Nachhaltigkeit zu verpflichten.

"Ich bin schon als Kind in das Unternehmen hineingewachsen", sagt Purkarthofer. "Und im Laufe der Zeit bin ich immer kritischer geworden." Wer 100 Stunden in der Woche arbeite, der stelle sich früher oder später die Sinnfrage. "Mit Mehlspeisen und Eis wird man nicht reich", sagt er. "Man braucht ein Alleinstellungsmerkmal." Für ihn sei schnell klargeworden, dass er mit seinen Produkten den Menschen nicht nur eine Freude machen, sondern auch dafür sorgen wolle, dass er sinnerfüllend arbeiten und etwas für die Region tun könne. Deshalb hat er auf der Lagerhalle hinter dem Betrieb eine Photovoltaik-Anlage errichtet,

mit der er den hohen Energiebedarf seines Betriebes deckt. Eine Anlage zur Wärmerückgewinnung soll ihn seinem Ziel näherbringen, in puncto Energie autark zu werden. Vor Kurzem hat er in seinen Betrieb zusätzliche Wasserleitungen eingebaut, die es möglich machen, die Toiletten mit Regenwasser zu spülen.

Diese Sorgsamkeit im Umgang mit der Umwelt wird in der Konditorei Purkarthofer selbstverständlich auch bei der Auswahl der Zutaten eingehalten. "Wir müssen Respekt vor unserem

Planeten haben", sagt er. Dass sein Kaffee, sein Obst und seine Milchprodukte biologisch hergestellt sein müssen, ist für ihn selbstverständlich. Aber der Verzicht auf Kunstdünger und umweltschädliche Pflanzenschutzprodukte allein genügt ihm nicht. Er verlangt von seinen importierten Rohstoffen auch, dass sie ihren Herstellern in Afrika und Lateinamerika ein ordentliches Einkommen bringen. "Ich kaufe den Kaffee von Direct-Trade-Röstern", sagt Purkarthofer. "Also direkt bei den Herstellern in Afrika und Lateinamerika und kann damit sicher sein, dass die Produzenten auch wirklich einen fairen Preis bekommen."

Je direkter die Wirtschaftsbeziehungen, umso geringer sei auch das Risiko, dass man nicht das bekommt, was einem versprochen worden ist. "Mein Vater hat schon darauf geachtet, dass seine Zutaten aus der Region kommen. Auch ich arbeite am liebsten mit Leuten, die ich kenne", so Purkarthofer. Er kooperiert deshalb mit den Bauern der Umgebung und engagiert sich in einem Projekt der solidarischen Landwirtschaft, bei dem sich Bauern und Konsumenten zusammengetan haben. Die Konsumenten tragen in diesem Modell die Kosten des landwirtschaftlichen Betriebes und erhalten im Gegenzug dazu einen Anteil am Ernteertrag.

Dieses Projekt ist ganz nach dem Geschmack von Klaus Purkarthofer. Er ist nämlich davon überzeugt, dass Nachhaltigkeit auch in menschlichen Beziehungen ein wichtiges Kriterium sein sollte. "Ein gutes Miteinander in allen meinen Geschäftsbeziehungen ist mir wichtig", sagt er. "Das gilt für meine Lieferanten und Ausstatter ebenso, wie für meine Mitarbeiter."

Purkarthofer hat deshalb für seine Mitarbeiter einen ethischen Pensionsfonds eingerichtet. An die große Glocke hängt Purkarthofer sein Engagement für Mensch und Natur trotzdem nicht. Aufwendige Werbekampagnen sind seine Sache nicht. "Wir leben von der Mundpropaganda. Das reicht", sagt er. "Ich will mein Geschäftsmodell nicht bewerben. Ich will es leben."

Dass Purkarthofer mit seiner Betriebsführung auf dem richtigen Dampfer ist, das bestätigt auch der Unternehmensberater Wolfgang Deutschmann. Er hat mit seinem Partner Peter Garber die Crowdfunding-Plattform Green Rocket gegründet, die sich auf die Finanzierung von nachhaltigen Unternehmen spezialisiert hat. Die beiden Ingenieure haben vor vier Jahren begonnen, Projekte im Bereich erneuerbare Energien mit Bürgerbeteiligungen zu finanzieren. Damals war die Nachfrage nach Anteilscheinen so groß, dass die beiden beschlossen haben, sich ganz auf das Crowdfunding für grüne Unternehmen zu konzentrieren. "Die Nachfrage nach Anteilen an ökologisch arbeitenden Betrieben ist riesig", sagt Deutschmann. "Wir haben vor einiger Zeit Investoren für die Firma Hydroconnect gesucht, die sogenannte Fischlifte produziert. Damit können Fische Staustufen überwinden. In nur drei Wochen war das Projekt ausfinanziert."

Deutschmann und Garber haben mit Green Rocket mehr als 10.000 Investoren gewinnen können, die mit einem Betrag von durchschnittlich 1.000 Euro in ein grünes Unternehmen eingestiegen sind. Einsteigen kann man bereits mit 250 Euro, Nebenkosten für die Investition fallen keine an. Einmal im Quartal werden die Investoren über den Stand der Dinge informiert.

Die Renditen sind deutlich attraktiver als bei herkömmlichen Finanzprodukten. Aber nicht nur das. "Der große Vorteil dieser Beteiligungen ist ihre Transparenz", so Deutschmann. "Man kann sich die Unternehmen aussuchen, in die man investieren will." Crowdfunding als Investitionsinstrument sei längst im wirtschaftlichen Mainstream angekommen. Das Wirtschaftsmagazin "Gewinn" rät seinen Lesern, zwischen fünf und zehn Prozent ihres Kapitals in Crowdfunding-Projekte zu investieren.

Derzeit betreut Deutschmann in der Steiermark unter anderem das Rottenmanner Unternehmen Ipus, das mineralische Bioregulatoren herstellt. Diese aus Vulkanmineralien hergestellten Bodenverbesserer kommen vor allem in der Landwirtschaft zum Einsatz und fördern die Entwicklung von Mikroorganismen, die es Nutzpflanzen erleichtern, sich an geänderte Klimabedingungen anzupassen. Dieses intelligente Produkt kommt auch bei der Rasenpflege auf Golfplätzen zum Einsatz. Daneben hat das Unternehmen mineralische Zusatzstoffe entwickelt, die das Stallklima verbessern und die Fliegenbelastung reduzieren können. Dass Nachhaltigkeit als Kriterium bei Kauf- und Investitionsentscheidung eine immer größere Rolle spielt, steht für Deutschmann außer Frage. Auch wenn Beteiligungen an Crowdfunding vorerst noch eine Sache für Eliten zu sein scheint. "Unsere Investoren sind zu einem Großteil Akademiker, männlich und um die 40 Jahre alt", sagt Deutschmann.

Aus ihrem Hobby haben Florian Hermann, Thomas Saier und Robert Klug ein Geschäft gemacht. Die drei begeisterten Wassersportler stellen Surf- und Skateboards aus Holz her. "Surfen ist ein Spiel mit der Natur", sagen die drei unisono. "Deshalb sollte man die Natur auch respektieren." Herkömmliche Surfboards sind nämlich Sondermüll, die aus mit Glasfaser laminierten Schaumkernen hergestellt werden, die auch in tausend Jahren nicht verrotten. Eine Tatsache, die nur den wenigsten Wassersportlern bekannt sein dürfte. Die drei Freunde haben sich nach Alternativen zum Sondermüll-Material umgesehen und "Hermanns Shaping Company" gegründet. In einem Atelier im Grazer Bezirk Puntigam stellen sie inzwischen Boards aus Paulownia Holz her, einem nachhaltigen Material, dessen Eigenschaften Leichtigkeit und Stabilität bisher nur bei der Herstellung von Tennisschlägern genutzt wurde.

Begonnen haben der Innenarchitekt Hermann und der Sportwissenschaftler Klug zuerst einmal mit den kleineren Wellenreitbrettern aus Holz. Die richtige Konstruktion und die richtige Behandlung der Oberflächen mit natürlichen Materialien war schnell gefunden. Danach wagte man sich an größere Bretter fürs Surfen heran. Inzwischen haben sich die drei einen Namen gemacht. Gearbeitet wird nach wie vor auf Bestellung, aber die Nachfrage ist inzwischen zu groß, um das Geschäft noch als Hobby betreiben zu können. Umso mehr, als die Sportart "Stand-Up-Paddeln" gerade einen Boom erlebt. Auf einem Brett stehend, verspricht diese Art der Fortbewegung nicht nur sehr positive Effekte für körperliche Kondition und Koordination, sondern auch ein ganz besonderes Naturerleb-

nis. Der Griff nach einem nachhaltigen Board liegt auf der Hand. Das hat sich auch in den Auftragsbüchern der Shaping Company niedergeschlagen. "Wer einmal auf den Geschmack gekommen ist, der will auch ein gutes Board", so Hermann.

"Die aufblasbaren Einsteigermodelle, die inzwischen auch von Lebensmitteldiskontern angeboten werden, stellen die Paddler dann nicht mehr zufrieden."

1 Konditor Klaus Purkarthofer "Ich will mein Geschäftsmodell nicht bewerben, ich will es leben." KLAUS PURKARTHOFER Konditor | Robert Klug und Florian Hermann: Boards aus Holz als Alternative zu Kunststoffboards, die auch in tausend Jahren nicht verrotten. "Surfen ist ein Spiel mit der Natur, deshalb sollte man sie auch respektieren." FLORIAN HERMANN Klug und Hermann: Okoboards für die Trendsportart Stand-Up-Paddeln.

i Mutation: gesamt

Reichweite (1.HJ 2016)	58.000
Druckauflage (1.HJ 2016)	20.000



GRAZETTA

DIE GRÜNE MISSION (1/6)

Grazetta
Seite 16, 17, 18, 19, 20, 22 / 11. Juli 2016 / Auflage: 20000
Home Rocket

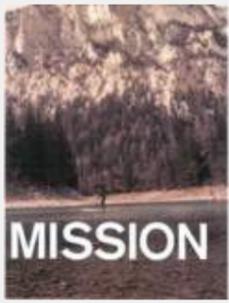


GRAZETTA

SCHWERPUNKT

DIE GRÜNE

ZIEL NACHHALTIGKEIT:
Immer mehr Unternehmer achten bei ihren Produkten auf ökologischen Mehrwert und reüssieren damit auf dem Markt.



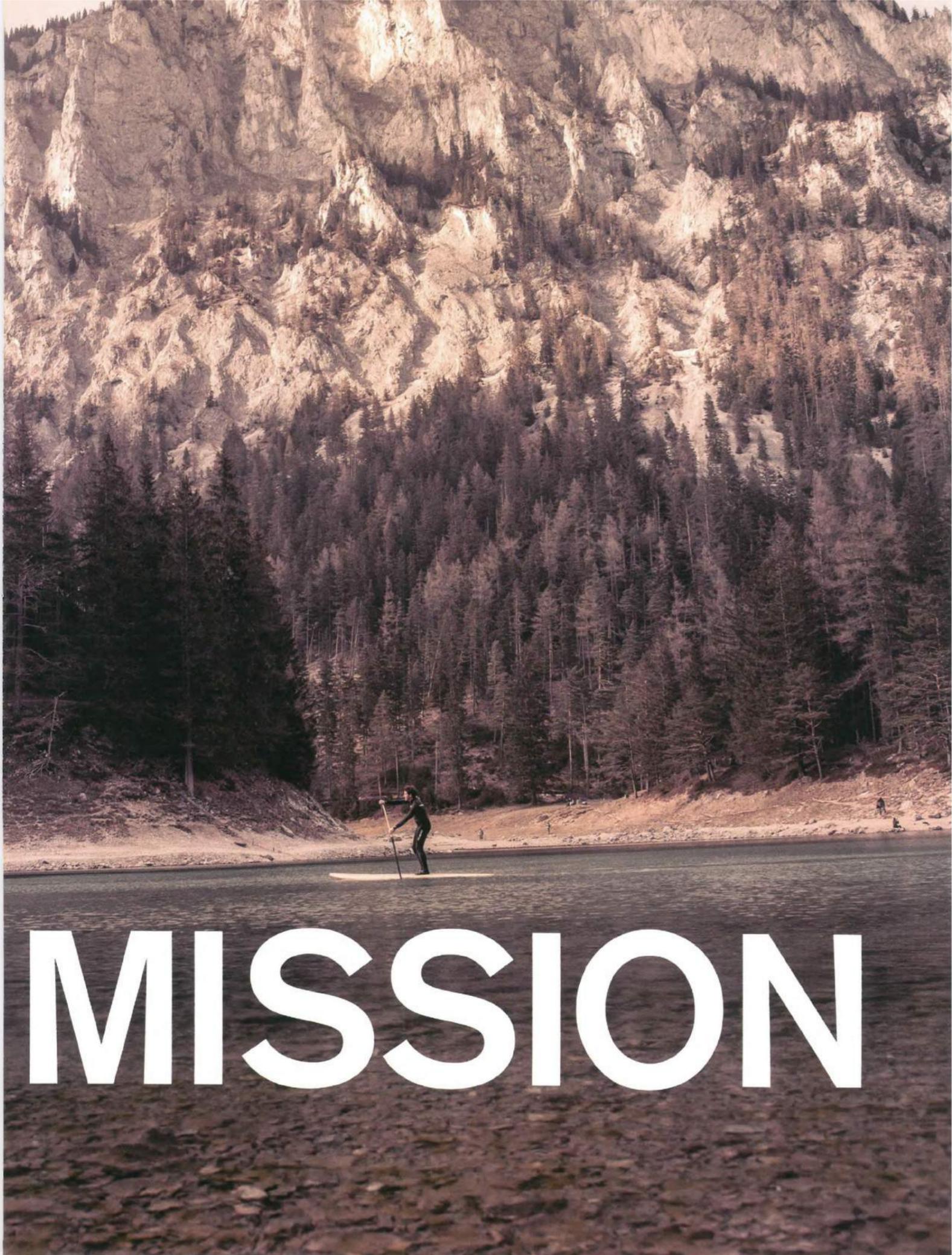
GRAZETTA

DIE GRÜNE MISSION (2/6)

Grazetta
Seite 16, 17, 18, 19, 20, 22 / 11. Juli 2016 / Auflage: 20000
Home Rocket



Publico



**DIE GRÜNE MISSION (3/6)**

Grazetta
Seite 16, 17, 18, 19, 20, 22 / 11. Juli 2016 / Auflage: 20000
Home Rocket

GRAZETTA

SCHWERPUNKT



► Konditor
Klaus Purkarthofer

Klaus Purkarthofer, Chef der gleichnamigen Konditorei, macht ausgezeichnetes Eis. Dafür nehmen viele Liebhaber der süßen Erfrischung gerne eine Autofahrt nach Fernitz in Kauf. Dabei wissen wahrscheinlich nur wenige Kunden, dass der Chef in seinem Betrieb ein großes Herz für die Umwelt hat. Und man eigentlich mit dem Einkauf in Fernitz einen Beitrag zur regionalen Entwicklung und zur Nachhaltigkeit leistet. Purkarthofer hat den elterlichen Betrieb vor sechs Jahren übernommen und beschlossen, sich bei Produktion und Unternehmensführung dem Ziel der Nachhaltigkeit zu verpflichten.

„Ich bin schon als Kind in das Unternehmen hineingewachsen“, sagt Purkarthofer. „Und im Laufe der Zeit bin ich immer kritischer geworden.“ Wer 100 Stunden in der Woche arbeite, der stelle sich früher oder später die Sinnfrage. „Mit Mehlspeisen und Eis wird man nicht reich“, sagt er. „Man braucht ein Alleinstellungsmerkmal.“ Für ihn sei schnell klargeworden, dass er mit seinen Produkten den Menschen nicht nur eine Freude machen, sondern auch dafür sorgen wolle, dass er sinnerfüllend arbeiten und etwas für die Region tun könne. Deshalb hat er auf der Lagerhalle hinter dem Betrieb eine Photovoltaik-Anlage errichtet,

mit der er den hohen Energiebedarf seines Betriebes deckt. Eine Anlage zur Wärmerückgewinnung soll ihn seinem Ziel näherbringen, in puncto Energie autark zu werden. Vor Kurzem hat er in seinen Betrieb zusätzliche Wasserleitungen eingebaut, die es möglich machen, die Toiletten mit Regenwasser zu spülen.

Diese Sorgsamkeit im Umgang mit der Umwelt wird in der Konditorei Purkarthofer selbstverständlich auch bei der Auswahl der Zutaten eingehalten. „Wir müssen Respekt vor unserem

www.rdi.at

RoadStars
die Fahrschule

Die Mopedausbildung bedeutet den Einstieg in die motorisierte Mobilität. Hier wird das Basiswissen der STVO vermittelt. Verschiedene Aufgaben in der Beherrschung von schwierigen Fahrsituationen simulieren wir am Fahrsimulator mit anschließendem Feedback und Analyse.

Fotos: Stephan Friesinger, Hermanns Slapting Company



DIE GRÜNE MISSION (4/6)

Grazetta
Seite 16, 17, 18, 19, 20, 22 / 11. Juli 2016 / Auflage: 20000

Home Rocket

„Ich will mein Geschäftsmodell nicht bewerben, ich will es leben.“

KLAUS PURKARTHOFFER
Konditor

GRAZE

Planeten haben“, sagt er. Dass sein Kaffee, sein Obst und seine Milchprodukte biologisch hergestellt sein müssen, ist für ihn selbstverständlich. Aber der Verzicht auf Kunstdünger und umweltschädliche Pflanzenschutzprodukte allein genügt ihm nicht. Er verlangt von seinen importierten Rohstoffen auch, dass sie ihren Herstellern in Afrika und Lateinamerika ein ordentliches Einkommen bringen. „Ich kaufe den Kaffee von Direct-Trade-Röstern“, sagt Purkarthofer. „Also direkt bei den Herstellern in Afrika und Lateinamerika und kann damit sicher sein, dass die Produzenten auch wirklich einen fairen Preis bekommen.“

Je direkter die Wirtschaftsbeziehungen, umso geringer sei auch das Risiko, dass man nicht das bekommt, was einem versprochen worden ist. „Mein Vater hat schon darauf geachtet, dass seine Zutaten aus der Region kommen. Auch ich arbeite am liebsten mit Leuten, die ich kenne“, so Purkarthofer. Er kooperiert deshalb mit den Bauern der Umgebung und engagiert sich in einem Projekt der solidarischen Landwirtschaft, bei dem sich Bauern und Konsumenten zusammengetan haben. Die Konsumenten tragen in diesem Modell die Kosten des landwirtschaftlichen Betriebes und erhalten im Gegenzug dazu einen Anteil am Ernteertrag.

Dieses Projekt ist ganz nach dem Geschmack von Klaus Purkarthofer. Er ist nämlich davon überzeugt, dass Nachhaltigkeit auch in menschlichen Beziehungen ein wichtiges Kriterium sein sollte. „Ein gutes Miteinander in allen meinen Geschäftsbeziehungen ist mir wichtig“, sagt er. „Das gilt für meine Lieferanten und Ausstatter ebenso, wie für meine Mitarbeiter.“



DIE GRÜNE MISSION (5/6)

Grazetta
Seite 16, 17, 18, 19, 20, 22 / 11. Juli 2016 / Auflage: 20000
Home Rocket

GRAZETTA

Purkarthofer hat deshalb für seine Mitarbeiter einen ethischen Pensionsfonds eingerichtet. An die große Glocke hängt Purkarthofer sein Engagement für Mensch und Natur trotzdem nicht. Aufwendige Werbekampagnen sind seine Sache nicht. „Wir leben von der Mundpropaganda. Das reicht“, sagt er. „Ich will mein Geschäftsmodell nicht bewerben. Ich will es leben.“

Dass Purkarthofer mit seiner Betriebsführung auf dem richtigen Dampfer ist, das bestätigt auch der Unternehmensberater Wolfgang Deutschmann. Er hat mit seinem Partner Peter Garber die Crowdfunding-Plattform Green Rocket gegründet, die sich auf die Finanzierung von nachhaltigen Unternehmen spezialisiert hat. Die beiden Ingenieure haben vor vier Jahren begonnen, Projekte im Bereich erneuerbare Energien mit Bürgerbeteiligungen zu finanzieren. Damals war die Nachfrage nach Anteilscheinen so groß, dass die beiden beschlossen haben, sich ganz auf das Crowdfunding für grüne Unternehmen zu konzentrieren. „Die Nachfrage nach Anteilen an ökologisch arbeitenden Betrieben ist riesig“, sagt Deutschmann. „Wir haben vor einiger Zeit Investoren für die Firma Hydroconnect gesucht, die sogenannte Fischlifte produziert. Damit können Fische Staustufen überwinden. In nur drei Wochen war das Projekt ausfinanziert.“

Deutschmann und Garber haben mit Green Rocket mehr als 10.000 Investoren gewinnen können, die mit einem Betrag von durchschnittlich 1.000 Euro in ein grünes Unternehmen eingestiegen sind. Einsteigen kann man bereits mit 250 Euro, Nebenkosten für die Investition fallen keine an. Einmal im Quartal werden die Investoren über den Stand der Dinge informiert.

SCHWERPUNKT

Die Renditen sind deutlich attraktiver als bei herkömmlichen Finanzprodukten. Aber nicht nur das. „Der große Vorteil dieser Beteiligungen ist ihre Transparenz“, so Deutschmann. „Man kann sich die Unternehmen aussuchen, in die man investieren will.“ Crowdfunding als Investitionsinstrument sei längst im wirtschaftlichen Mainstream angekommen. Das Wirtschaftsmagazin „Gewinn“ rät seinen Lesern, zwischen fünf und zehn Prozent ihres Kapitals in Crowdfunding-Projekte zu investieren.

Derzeit betreut Deutschmann in der Steiermark unter anderem das Rottenmanner Unternehmen Ipus, das mineralische Bioregulatoren herstellt. Diese aus Vulkanmineralien hergestellten Bodenverbesserer kommen vor allem in der Landwirtschaft zum Einsatz und fördern die Entwicklung von Mikroorganismen, die es Nutzpflanzen erleichtern, sich an geänderte Klimabedingungen anzupassen. Dieses intelligente Produkt kommt auch bei der Rasenpflege auf Golfplätzen zum Einsatz. Daneben hat das Unternehmen mineralische Zusatzstoffe entwickelt, die das Stallklima verbessern und die Fliegenbelastung reduzieren können. Dass Nachhaltigkeit als Kriterium bei Kauf- und Investitionsentscheidung eine immer größere Rolle spielt, steht für Deutschmann außer Frage. Auch wenn Beteiligungen an Crowdfunding vorerst noch eine Sache für Eliten zu sein scheint. „Unsere Investoren sind zu einem Großteil Akademiker, männlich und um die 40 Jahre alt“, sagt Deutschmann.

Aus ihrem Hobby haben Florian Hermann, Thomas Saier und Robert Klug ein Geschäft gemacht. Die drei begeisterten Wassersportler stellen Surf- und Skateboards aus Holz her. „Surfen ist



◀ Robert Klug und Florian Hermann: Boards aus Holz als Alternative zu Kunststoffboards, die auch in tausend Jahren nicht verrotten.

Fotos: Stephan Friesinger, Hermanns Shaping Company



DIE GRÜNE MISSION (6/6)

Grazetta
Seite 16, 17, 18, 19, 20, 22 / 11. Juli 2016 / Auflage: 20000
Home Rocket

GRAZETTA

SCHWERPUNKT



▲ Klug und Hermann:
Ökoboards für die Trendsportart
Stand-Up-Paddeln.

ein Spiel mit der Natur“, sagen die drei unisono. „Deshalb sollte man die Natur auch respektieren.“ Herkömmliche Surfboards sind nämlich Sondermüll, die aus mit Glasfaser laminierten Schaumkernen hergestellt werden, die auch in tausend Jahren nicht verrotten. Eine Tatsache, die nur den wenigsten Wassersportlern bekannt sein dürfte. Die drei Freunde haben sich nach Alternativen zum Sondermüll-Material umgesehen und „Hermanns Shaping Company“ gegründet. In einem Atelier im Grazer Bezirk Puntigam stellen sie inzwischen Boards aus Paulownia Holz her, einem nachhaltigen Material, dessen Eigenschaften Leichtigkeit und Stabilität bisher nur bei der Herstellung von Tennisschlägern genutzt wurde.

Begonnen haben der Innenarchitekt Hermann und der Sportwissenschaftler Klug zuerst einmal mit den kleineren Wellenreitbrettern aus Holz. Die richtige Konstruktion und die richtige Behandlung der Oberflächen mit natürlichen Materialien war schnell gefunden. Danach wagte man sich an größere Bretter fürs Surfen heran. Inzwischen haben sich die drei einen Namen gemacht. Gearbeitet wird nach wie vor auf Bestellung, aber die Nachfrage ist inzwischen zu groß, um das Geschäft noch als Hobby betreiben zu können. Umso mehr, als die Sportart „Stand-Up-Paddeln“ gerade einen Boom erlebt. Auf einem Brett stehend, verspricht diese Art der Fortbewegung nicht nur sehr positive Effekte für körperliche Kondition und Koordination, sondern auch ein ganz besonderes Naturerleb-

„Surfen ist ein Spiel mit der Natur, deshalb sollte man sie auch respektieren.“

FLORIAN HERMANN

nis. Der Griff nach einem nachhaltigen Board liegt auf der Hand. Das hat sich auch in den Auftragsbüchern der Shaping Company niedergeschlagen. „Wer einmal auf den Geschmack gekommen ist, der will auch ein gutes Board“, so Hermann. „Die aufblasbaren Einsteigermodelle, die inzwischen auch von Lebensmitteldiskontern angeboten werden, stellen die Paddler dann nicht mehr zufrieden.“

"Börse-Express" vom 08.07.2016 Seite: 25 Von: Christine Petzwinkler christine.petzwickler@boerse-express.com

ANLAGEFORM

Crowdinvesting: Eine alternative Investment-Form in volatilen Zeiten

Jenen, die nach einer Investment-Alternative zu den volatilen Aktienmärkten suchen, stellen wir an dieser Stelle einige Crowdinvesting-Projekte vor. Eine Überlegung wert?

Die Börsen gehen derzeit wieder einen holprigen Weg. Zu viele Unsicherheitsfaktoren vertreiben den Anlegern die Kauflust. Eine gute Zeit, sich nach Alternativen umzuschauen. Zum Beispiel Crowdinvesting. Mit dieser Anlageform kann man gleich doppelt positive Effekte erzielen. Zum einen versorgt man ein Unternehmen mit Kapital und unterstützt damit die Wirtschaft sowie die Förderung von Innovationen und Arbeitsplätzen. Zum anderen erhält man als Investor jährliche Ausschüttungen und manchmal sogar eine Beteiligung am Unternehmenserfolg. Im Börse Express stellen wir ihnen einige Kampagnen vor, in die man auf heimischen Plattformen investieren kann.

Erneuerbare Energien. Zum Beispiel das steirische Unternehmen Blue Power, das Windturbinen in zwei verschiedenen Größen baut. Diese sind mit ihrer Kapazität von einem und zehn KW ideal für den Einsatz in Privathaushalten und KMU entwickelt worden. Durch die Anforderungen des neuen Energieeffizienzgesetzes und dem Aufholbedarf der EU im Bereich der Kleinwindkraft wird somit ein Sektor mit enormem Potenzial erschlossen, wie es seitens des Unternehmens heißt. "Die innovativen Konstruktionen ermöglichen eine wesentlich erhöhte Leistungsdichte-Lärmbelastigung und Eiswurf gehören der Vergangenheit an", sagt Firmen-Chef Herbert Gösweiner. Das Unternehmen will sich bis zu 300.000 Euro von der Crowd holen. Die Beteiligungsdauer liegt bei acht Jahren. Es wird auch eine Exitbeteiligung in Aussicht gestellt. Investiert werden kann über die Plattform Green Rocket. Eine Kampagne für Erneuerbare Energie gibt es übrigens auch bei conda.at. neovoltaic entwickelt und vertreibt Batterielösungen für Haushalte und Industriebetriebe. Die Batteriemodule eignen sich ideal zur Speicherung von Energieüberschüssen aus Photovoltaic-Anlagen und zur Förderung der Energieautonomie von Haushalten. Es winken 4,5 Prozent Zinsen per anno bei einer Laufzeit von fünf Jahren. Prominente Investoren wie Hansi

Hansmann, Alfred Ötsch oder Aleksandra Izdebska haben bereits in das Unternehmen investiert.

Werbung und Mode. Auf der Crowdinvestingplattform evercrowd.com gibt es derzeit zwei Kampagnen. Zum einen carspaze, ein Unternehmen, das Werbung in Parkhäusern verkauft und dafür Patente besitzt. Als Investor bekommt man 6 Prozent an jährlicher Verzinsung. Die Investition hat eine Laufzeit von fünf Jahren. Zum anderen kann man in das Mode-Label Loitsch Fashion investieren, das sich für "Looks like a jacket, feels like a T-shirt" einen Namen gemacht hat. Hierbei kann entweder ein Betrag investiert werden und man bekommt dafür fünf Prozent Zinsen pro Jahr bei einer Laufzeit von sieben Jahren. Oder: Man investiert in Produktgutscheine und bekommt die Produkte damit günstiger.

Kurze Laufzeiten. Wer auf den Immo-Boom aufspringen will und eher kürzere Laufzeiten bevorzugt, der sollte sich das Angebot an Crowdinvesting im Immobilien-Bereich zu Gemüte führen. Auf ImmoFunding.com kann man derzeit beispielsweise in Terrassenwohnungen in Graz investieren. Die Laufzeit beträgt dabei nur 18 Monate, die jährlichen Zinsen sieben Prozent. Auf dagobertinvest.at kann man in Reihenhäuser in Wien Aspern investieren. Die Laufzeit liegt hier ebenfalls bei 18 Monaten, die jährliche Verzinsung bei 6,5 Prozent. Auf conda.at besteht die Möglichkeit in The Son zu investieren. Dabei handelt es sich um ein Objekt in der Trautsongasse im 8. Bezirk, wo Luxuswohnungen errichtet werden. Hier liegt die Vertragslaufzeit bei drei Jahren und die Verzinsung bei 5,5 Prozent.<

Mehr zum Thema Venture Capital und Private Equity erfahren Sie laufend unter <http://www.boerse-express.com/venture>

Aktuell kann man u.a. in Windturbinen investieren Foto: Blue Power

i Mutation: gesamt

<i>Reichweite (2016)</i>	36.250
<i>Druckauflage (2016)</i>	12.500



Crowdfunding: Eine alternative Investment-Form in volatilen Zeiten

Börse-Express
Seite 25 / 8. Juli 2016 / Auflage: 12500

Home Rocket

FREITAG, 08. JULI 2016

BÖRSE EXPRESS

25

CROWDFUNDING

ANLAGEFORM

Crowdfunding: Eine alternative Investment-Form in volatilen Zeiten

Christine Petzwinkler christine.petzwinkler@boerse-express.com

Jenen, die nach einer Investment-Alternative zu den volatilen Aktienmärkten suchen, stellen wir an dieser Stelle einige Crowdfunding-Projekte vor. Eine Überlegung wert?

Die Börsen gehen derzeit wieder einen holprigen Weg. Zu viele Unsicherheitsfaktoren vertreiben den Anlegern die Kauflust. Eine gute Zeit, sich nach Alternativen umzuschauen. Zum Beispiel Crowdfunding. Mit dieser Anlageform kann man gleich doppelt positive Effekte erzielen. Zum einen versorgt man ein Unternehmen mit Kapital und unterstützt damit die Wirtschaft sowie die Förderung von Innovationen und Arbeitsplätzen. Zum anderen erhält man als Investor jährliche Ausschüttungen und manchmal sogar eine Beteiligung am Unternehmenserfolg. Im Börse-Express stellen wir ihnen einige Kampagnen vor, in die man auf heimischen Plattformen investieren kann.

Erneuerbare Energien. Zum Beispiel das steirische Unternehmen Blue Power, das Windturbinen in zwei verschiedenen Größen baut. Diese sind mit ihrer Kapazität von einem und zehn KW ideal für den Einsatz in Privathaushalten und KMU entwickelt worden. Durch die Anforderungen des neuen Energieeffizienzgesetzes und dem Aufholbedarf der EU im Bereich der Kleinwindkraft wird somit ein Sektor mit enormem Potenzial erschlossen, wie es seitens des Unternehmens heißt. „Die innovativen Konstruktionen ermöglichen eine wesentlich erhöhte Leistungsdichte - Lärmbelastigung und Eiswurf gehören der Vergangenheit an“, sagt Firmen-Chef Herbert Gösweiner. Das Unternehmen will sich bis zu 300.000 Euro von der Crowd holen. Die Beteiligungsdauer liegt bei acht Jahren. Es wird auch eine Exitbeteiligung in Aussicht gestellt. Investiert werden kann über die Plattform Green Rocket. Eine Kampagne für Erneuerbare Energie gibt es übrigens auch bei conda.at. neovoltaic entwickelt und vertreibt Batterielösungen für Haushalte und Industriebetriebe. Die Batteriemodule eignen sich ideal zur Speicherung von Energieüberschüssen aus Photovoltaic-Anlagen und zur Förderung der Energieautonomie von Haushalten. Es winken 4,5 Prozent Zinsen per anno bei einer Laufzeit von fünf Jahren. Prominente Investoren wie Hansi



Aktuell kann man u.a. in Windturbinen investieren Foto: Blue Power

Hansmann, Alfred Ötsch oder Aleksandra Izdebska haben bereits in das Unternehmen investiert.

Werbung und Mode. Auf der Crowdfundingplattform evercrowd.com gibt es derzeit zwei Kampagnen. Zum einen carspaze, ein Unternehmen, das Werbung in Parkhäusern verkauft und dafür Patente besitzt. Als Investor bekommt man 6 Prozent an jährlicher Verzinsung. Die Investition hat eine Laufzeit von fünf Jahren. Zum anderen kann man in das Mode-Label Loitsch Fashion investieren, das sich für „Looks like a jacket, feels like a T-shirt“ einen Namen gemacht hat. Hierbei kann entweder ein Betrag investiert werden und man bekommt dafür fünf Prozent Zinsen pro Jahr bei einer Laufzeit von sieben Jahren. Oder: Man investiert in Produktgutscheine und bekommt die Produkte damit günstiger.

Kurze Laufzeiten. Wer auf den Immo-Boom aufspringen will und eher kürzere Laufzeiten bevorzugt, der sollte sich das Angebot an Crowdfunding im Immobilien-Bereich zu Gemüte führen. Auf ImmoFunding.com kann man derzeit beispielsweise in Terrassenwohnungen in Graz investieren. Die Laufzeit beträgt dabei nur 18 Monate, die jährlichen Zinsen sieben Prozent. Auf dagobertinvest.at kann man in Reihenhäuser in Wien Aspern investieren. Die Laufzeit liegt hier ebenfalls bei 18 Monaten, die jährliche Verzinsung bei 6,5 Prozent. Auf conda.at besteht die Möglichkeit in The Son zu investieren. Dabei handelt es sich um ein Objekt in der Trautsongasse im 8. Bezirk, wo Luxuswohnungen errichtet werden. Hier liegt die Vertragslaufzeit bei drei Jahren und die Verzinsung bei 5,5 Prozent. <

Mehr zum Thema Venture Capital und Private Equity erfahren Sie laufend unter <http://www.boerse-express.com/venture>

"New Business" vom 08.07.2016 Seite: 37

SAFTIG

SAFTIG Bio-Limonade Pona verschafft Abkühlung Dass Fruchtsaft auch als Limonade nachhaltig sein kann, zeigt das Wiener Unternehmen Pona. Es produziert spritzige Bio-Limonade aus Äpfeln und Zitrusfrüchten. Das Unternehmen mixt ungefilterte und unbehandelte Fruchtsäfte in Bio-Qualität mit Millstätter Quellwasser und versetzt diese mit Kohlensäure. "Bei der Auswahl der Obstbauern legen wir großen Wert auf große Qualität. Denn nur wenn die Früchte lang genug am Baum reifen, kann Pona ohne Zucker und Zusatzstoffe produziert werden", sagt Geschäftsführer Michael Plankensteiner. Rechtzeitig zum Beginn der heißesten Jahreszeit startet jetzt das Funding der Bio-Limonade. Um den Ausbau des Vertriebs zu finanzieren, sucht Pona das Kapital der GREEN-ROCKET-Investoren. Die Fundingschwelle beträgt 50.000 Euro.

KLEINWINDKRAFT Blue Power startet Crowdfunding Die Crowdfunding-Plattform GREEN ROCKET präsentiert ihr nächstes Funding: Das steirische Unternehmen Blue Power baut und vertreibt Windturbinen, die mit ihrer Kapazität von einem und zehn KW ideal für den Einsatz in Privathaushalten und KMU geeignet sind. Durch die Anforderungen des neuen Energieeffizienzgesetzes und den Aufholbedarf der EU im Bereich der Kleinwindkraft wird somit ein Sektor mit Potenzial erschlossen. "Durch unseren Know-how-Vorsprung haben wir mit BlueONE und BlueTEN Lösungen entwickelt, die 100 % erneuerbare Energie für Haushalte und Unternehmen realisiert", so Herbert Gösweiner, Geschäftsführer von Blue Power.

i Mutation: gesamt

<i>Reichweite (2013)</i>	159.500
<i>Druckauflage (2013)</i>	55.000



SAFTIG

New Business
Ausgabe 06/2016 / Seite 37 / 8. Juli 2016 / Auflage: 55000
Home Rocket

START-UPS



SAFTIG

Bio-Limonade Pona verschafft Abkühlung

Dass Fruchtsaft auch als Limonade nachhaltig sein kann, zeigt das Wiener Unternehmen Pona. Es produziert spritzige Bio-Limonade aus Äpfeln und Zitrusfrüchten. Das Unternehmen mixt ungefilterte und unbehandelte Fruchtsäfte in Bio-Qualität mit Millstätter Quellwasser und versetzt diese mit Kohlensäure. „Bei der Auswahl der Obstbauern legen wir großen Wert auf große Qualität. Denn nur wenn die Früchte lang genug am Baum reifen, kann Pona ohne Zucker und Zusatzstoffe produziert werden“, sagt Geschäftsführer Michael Plankensteiner. Rechtzeitig zum Beginn der heißesten Jahreszeit startet jetzt das Funding der Bio-Limonade. Um den Ausbau des Vertriebs zu finanzieren, sucht Pona das Kapital der GREEN-ROCKET-Investoren. Die Fundingschwelle beträgt 50.000 Euro. ■

KLEINWINDKRAFT

Blue Power startet Crowdfunding

Die Crowdfunding-Plattform GREEN ROCKET präsentiert ihr nächstes Funding:

Das steirische Unternehmen Blue Power baut und vertreibt Windturbinen, die mit ihrer Kapazität von einem und zehn KW ideal für den

Einsatz in Privathaushalten und KMU geeignet sind. Durch die Anforderungen des neuen Energieeffizienzgesetzes und den Auf-



holbedarf der EU im Bereich der Kleinwindkraft wird somit ein Sektor mit Potenzial erschlossen. „Durch unseren Know-how-Vorsprung haben wir mit BlueONE und BlueTEN Lösungen entwickelt, die 100 % erneuerbare Energie für Haushalte und Unternehmen realisiert“, so Herbert Gösweiner, Geschäftsführer von Blue Power. ■

"Börse-Express" vom 07.07.2016 Seite: 8 Von: Christine Petzwinkler christine.petzwickler@boerse-express.com

ANLAGEFORM

Crowdinvesting: Eine alternative Investment-Form in volatilen Zeiten

Jenen, die nach einer Investment-Alternative zu den volatilen Aktienmärkten suchen, stellen wir an dieser Stelle einige Crowdinvesting-Projekte vor. Eine Überlegung wert?

Die Börsen gehen derzeit wieder einen holprigen Weg. Zu viele Unsicherheitsfaktoren vertreiben den Anlegern die Kauflust. Eine gute Zeit, sich nach Alternativen umzuschauen. Zum Beispiel Crowdinvesting. Mit dieser Anlageform kann man gleich doppelt positive Effekte erzielen. Zum einen versorgt man ein Unternehmen mit Kapital und unterstützt damit die Wirtschaft sowie die Förderung von Innovationen und Arbeitsplätzen. Zum anderen erhält man als Investor jährliche Ausschüttungen und manchmal sogar eine Beteiligung am Unternehmenserfolg. Im Börse Express stellen wir ihnen einige Kampagnen vor, in die man auf heimischen Plattformen investieren kann.

Erneuerbare Energien. Zum Beispiel das steirische Unternehmen Blue Power, das Windturbinen in zwei verschiedenen Größen baut. Diese sind mit ihrer Kapazität von einem und zehn KW ideal für den Einsatz in Privathaushalten und KMU entwickelt worden. Durch die Anforderungen des neuen Energieeffizienzgesetzes und dem Aufholbedarf der EU im Bereich der Kleinwindkraft wird somit ein Sektor mit enormem Potenzial erschlossen, wie es seitens des Unternehmens heißt. "Die innovativen Konstruktionen ermöglichen eine wesentlich erhöhte Leistungsdichte-Lärmbelastung und Eiswurf gehören der Vergangenheit an", sagt Firmen-Chef Herbert Gösweiner. Das Unternehmen will sich bis zu 300.000 Euro von der Crowd holen. Die Beteiligungsdauer liegt bei acht Jahren. Es wird auch eine Exitbeteiligung in Aussicht gestellt. Investiert werden kann über die Plattform Green Rocket. Eine Kampagne für Erneuerbare Energie gibt es übrigens auch bei conda.at. neovoltaic entwickelt und vertreibt Batterielösungen für Haushalte und Industriebetriebe. Die Batteriemodule eignen sich ideal zur Speicherung von Energieüberschüssen aus Photovoltaic-Anlagen und zur Förderung der Energieautonomie von Haushalten. Es winken 4,5 Prozent Zinsen per anno bei einer Laufzeit von fünf Jahren. Prominente Investoren wie Hansi Hansmann, Alfred Ötsch oder Aleksandra Izdebska haben bereits in das Unternehmen investiert.

Werbung und Mode. Auf der Crowdinvestingplattform evercrowd.com gibt es derzeit zwei Kampagnen. Zum einen carspaze, ein Unternehmen, das Werbung in Parkhäusern verkauft und dafür Patente besitzt. Als Investor bekommt man 6 Prozent an jährlicher Verzinsung. Die Investition hat eine Laufzeit von fünf Jahren. Zum anderen kann man in das Mode-Label Loitsch Fashion investieren, das sich für "Looks like a jacket, feels like a T-shirt" einen Namen gemacht hat. Hierbei kann entweder ein Betrag investiert werden und man bekommt dafür fünf Prozent Zinsen pro Jahr bei einer Laufzeit von sieben Jahren. Oder: Man investiert in Produktgutscheine und bekommt die Produkte damit günstiger.

Kurze Laufzeiten. Wer auf den Immo-Boom aufspringen will und eher kürzere Laufzeiten bevorzugt, der sollte sich das Angebot an Crowdinvesting im Immobilien-Bereich zu Gemüte führen. Auf ImmoFunding.com kann man derzeit beispielsweise in Terrassenwohnungen in Graz investieren. Die Laufzeit beträgt dabei nur 18 Monate, die jährlichen Zinsen sieben Prozent. Auf dagobertinvest.at kann man in Reihenhäuser in Wien Aspern investieren. Die Laufzeit liegt hier ebenfalls bei 18 Monaten, die jährliche Verzinsung bei 6,5 Prozent. Auf conda.at besteht die Möglichkeit in The Son zu investieren. Dabei handelt es sich um ein Objekt in der Trautsongasse im 8. Bezirk, wo Luxuswohnungen errichtet werden. Hier liegt die Vertragslaufzeit bei drei Jahren und die Verzinsung bei 5,5 Prozent.<

Mehr zum Thema Venture Capital und Private Equity erfahren Sie laufend unter <http://www.boerse-express.com/venture>

Aktuell kann man u.a. in Windturbinen investieren

i Mutation: gesamt

<i>Reichweite (2016)</i>	36.250
<i>Druckauflage (2016)</i>	12.500



Crowdinvesting: Eine alternative Investment-Form in volatilen Zeiten

Börse-Express
Seite 8 / 7. Juli 2016 / Auflage: 12500

Home Rocket

DONNERSTAG, 07. JULI 2016

BÖRSE EXPRESS

8

CROWDINVESTING

ANLAGEFORM

Crowdinvesting: Eine alternative Investment-Form in volatilen Zeiten

Christine Petzwinkler christine.petzwickler@boerse-express.com

Jenen, die nach einer Investment-Alternative zu den volatilen Aktienmärkten suchen, stellen wir an dieser Stelle einige Crowdinvesting-Projekte vor. Eine Überlegung wert?

Die Börsen gehen derzeit wieder einen holprigen Weg. Zu viele Unsicherheitsfaktoren vertreiben den Anlegern die Kauflust. Eine gute Zeit, sich nach Alternativen umzuschauen. Zum Beispiel Crowdinvesting. Mit dieser Anlageform kann man gleich doppelt positive Effekte erzielen. Zum einen versorgt man ein Unternehmen mit Kapital und unterstützt damit die Wirtschaft sowie die Förderung von Innovationen und Arbeitsplätzen. Zum anderen erhält man als Investor jährliche Ausschüttungen und manchmal sogar eine Beteiligung am Unternehmenserfolg. Im Börse-Express stellen wir ihnen einige Kampagnen vor, in die man auf heimischen Plattformen investieren kann.

Erneuerbare Energien. Zum Beispiel das steirische Unternehmen Blue Power, das Windturbinen in zwei verschiedenen Größen baut. Diese sind mit ihrer Kapazität von einem und zehn KW ideal für den Einsatz in Privathaushalten und KMU entwickelt worden. Durch die Anforderungen des neuen Energieeffizienzgesetzes und dem Aufholbedarf der EU im Bereich der Kleinwindkraft wird somit ein Sektor mit enormem Potenzial erschlossen, wie es seitens des Unternehmens heißt. „Die innovativen Konstruktionen ermöglichen eine wesentlich erhöhte Leistungsdichte - Lärmbelastigung und Eiswurf gehören der Vergangenheit an“, sagt Firmen-Chef Herbert Gösweiner. Das Unternehmen will sich bis zu 300.000 Euro von der Crowd holen. Die Beteiligungsdauer liegt bei acht Jahren. Es wird auch eine Exitbeteiligung in Aussicht gestellt. Investiert werden kann über die Plattform Green Rocket. Eine Kampagne für Erneuerbare Energie gibt es übrigens auch bei conda.at. neovoltaic entwickelt und vertreibt Batterielösungen für Haushalte und Industriebetriebe. Die Batteriemodule eignen sich ideal zur Speicherung von Energieüberschüssen aus Photovoltaic-Anlagen und zur Förderung der Energieautonomie von Haushalten. Es winken 4,5 Prozent Zinsen per anno bei einer Laufzeit von fünf Jahren. Prominente Investoren wie Hansi



Aktuell kann man u.a. in Windturbinen investieren Foto: Blue Power

Hansmann, Alfred Ötsch oder Aleksandra Izdebska haben bereits in das Unternehmen investiert.

Werbung und Mode. Auf der Crowdinvestingplattform evercrowd.com gibt es derzeit zwei Kampagnen. Zum einen carspaze, ein Unternehmen, das Werbung in Parkhäusern verkauft und dafür Patente besitzt. Als Investor bekommt man 6 Prozent an jährlicher Verzinsung. Die Investition hat eine Laufzeit von fünf Jahren. Zum anderen kann man in das Mode-Label Loitsch Fashion investieren, das sich für „Looks like a jacket, feels like a T-shirt“ einen Namen gemacht hat. Hierbei kann entweder ein Betrag investiert werden und man bekommt dafür fünf Prozent Zinsen pro Jahr bei einer Laufzeit von sieben Jahren. Oder: Man investiert in Produktgutscheine und bekommt die Produkte damit günstiger.

Kurze Laufzeiten. Wer auf den Immo-Boom aufspringen will und eher kürzere Laufzeiten bevorzugt, der sollte sich das Angebot an Crowdinvesting im Immobilien-Bereich zu Gemüte führen. Auf ImmoFunding.com kann man derzeit beispielsweise in Terrassenwohnungen in Graz investieren. Die Laufzeit beträgt dabei nur 18 Monate, die jährlichen Zinsen sieben Prozent. Auf dagobertinvest.at kann man in Reihenhäuser in Wien Aspern investieren. Die Laufzeit liegt hier ebenfalls bei 18 Monaten, die jährliche Verzinsung bei 6,5 Prozent. Auf conda.at besteht die Möglichkeit in The Son zu investieren. Dabei handelt es sich um ein Objekt in der Trautsongasse im 8. Bezirk, wo Luxuswohnungen errichtet werden. Hier liegt die Vertragslaufzeit bei drei Jahren und die Verzinsung bei 5,5 Prozent. <

Mehr zum Thema Venture Capital und Private Equity erfahren Sie laufend unter <http://www.boerse-express.com/venture>

"Umweltjournal" vom 07.07.2016 Seite: 13

Revolutionäres Heiztechnologieprojekt setzt auf Crowdfunding

Heizlack zur Wärmeerzeugung

Deutsche und englische Fahrzeughersteller setzen auf österreichisches Hightech-Startup -und jetzt auch die Crowd.

Das Grazer Startup revolutioniert mit seinem ATT Powerfilm das Heizen in Fahrzeugen, Flugzeugen und vielen anderen Bereichen. Als dünnstes Flächenheizelement der Welt eignet sich die Technologie vor allem für die Beheizung von Fahrzeuginnenräumen oder Flugzeugtragflächen. Diese Heizungsinnovation garantiert Komfort bei niedrigstem Energieverbrauch und ist somit die Lösung zur Beheizung von Elektrofahrzeugen. Für das weitere Wachstum sammelte das innovative Unternehmen seit Ende letzten Jahres Kapital auf der Crowdfunding-Plattform Green Rocket.

Dünnste Oberflächenheizung der Welt

ATT definiert mit seiner Innovation das intelligente Thermomanagement neu. Mit nur 150 Gramm pro Quadratmeter ist ATT Powerfilm das leichteste Oberflächenheizsystem am Markt und das flexibelste und dünnste der Welt. Intelligente Regelung, bedarfsgerechtes Heizen und bis zu 20 Prozent Energieersparnis zu herkömmlichen Wärmeerzeugungssystemen machen es zum Heizsystem der Zukunft.

"Der ATT Powerfilm ist eine flexible, frei gestaltbare Folie, die nicht viel dicker ist als ein menschliches Haar. Diese Folie besteht aus zwei hauchdünnen Lagen Kunststoff, zwischen denen eine ultradünne, elektrisch leitfähige Schicht eingebettet ist. Legt man eine Spannung an, heizt sich diese in wenigen Sekunden auf bis zu 350 Grad Celsius auf und verändert dabei keine ihrer positiven Eigenschaften", erklären die ATT-Geschäftsführer Christian Kussmann und Peter Oberauer ihr Produkt, das aus einem Forschungsprojekt zur Tragflächenenteisung von Flugzeugen entstand.

Integriert in die Innenverkleidungsteile von Elektrofahrzeugen ist der "Powerfilm" die Heizung für Elektrofahrzeuge, da jedes gesparte Watt zusätzliche Reichweite bringt. Störender Gebläselärm und unangenehme Luftströme gehören dann der Vergangenheit an.

Wachstumspotenzial erfordert Crowdfunding

Den Hauptmarkt der ATT stellen vor allem die großen Player in der Fahrzeug- und Zulieferindustrie dar -neben deutschen OEMs zählen auch internationale Branchengrößen wie Jaguar Land Rover sowie Magna Steyr bereits heute zu den Kunden des jungen Unternehmens. ATT besetzt hier durch technischen Vorsprung und abgesichert durch Schutzrechte eine freie Nische. Auch außerhalb der Fahrzeugindustrie besteht großes Wachstumspotenzial. Mit thermischen Systemen für die Abgasreinigung und Scheinwerferenteisung sorgt ATT nämlich bereits für saubere Luft und Sicherheit auf der Straße. Der Powerfilm wird außerdem zur Eisfreihaltung von Flugzeugtragflächen während des Flugs oder für die Heizung von Satelliten verwendet.

Die ATT-Geschäftsführer Christian Kussmann und Peter Oberauer revolutionieren mit ihrem ATT Powerfilm das Heizen in Fahrzeugen. Nun holt sich das Grazer Startup Capital aus der Crowd.

i Mutation: gesamt

Reichweite (2016)	36.250
Druckauflage (2016)	12.500



Heizlack zur Wärmeerzeugung

Umweltjournal
Seite 13 / 7. Juli 2016 / Auflage: 12500

Home Rocket

Revolutionäres Heiztechnologieprojekt setzt auf Crowdfunding

Heizlack zur Wärmeerzeugung

Deutsche und englische Fahrzeughersteller setzen auf österreichisches Hightech-Startup – und jetzt auch die Crowd.

Das Grazer Startup revolutioniert mit seinem ATT Powerfilm das Heizen in Fahrzeugen, Flugzeugen und vielen anderen Bereichen. Als dünnstes Flächenheizelement der Welt eignet sich die Technologie vor allem für die Beheizung von Fahrzeuginnenräumen oder Flugzeugtragflächen. Diese Heizungsinnovation garantiert Komfort bei niedrigstem Energieverbrauch und ist somit die Lösung zur Beheizung von Elektrofahrzeugen. Für das weitere Wachstum sammelte das innovative Unternehmen seit Ende letzten Jahres Kapital auf der Crowdfunding-Plattform Green Rocket.

Dünnste Oberflächenheizung der Welt

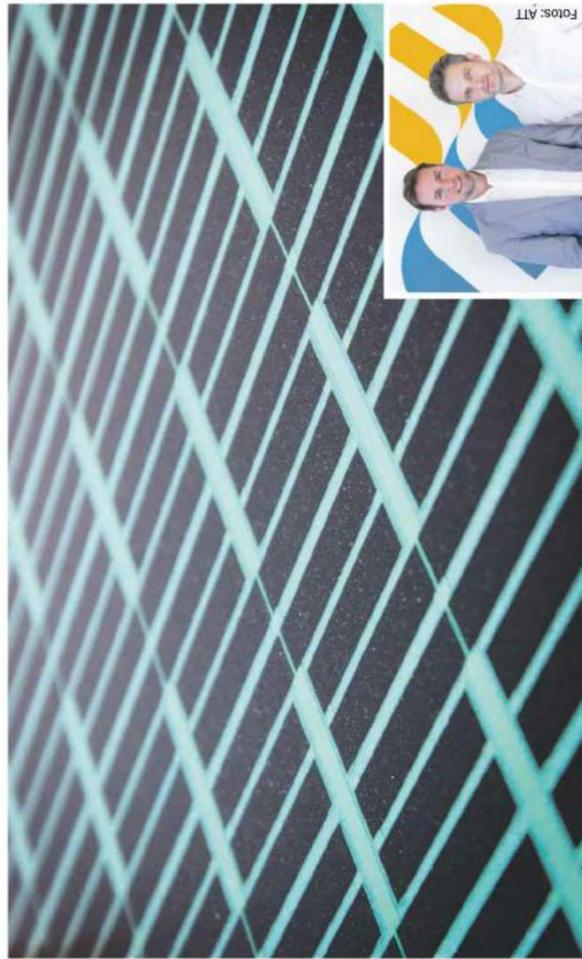
ATT definiert mit seiner Innovation das intelligente Thermalmanagement neu. Mit nur

150 Gramm pro Quadratmeter ist ATT Powerfilm das leichteste Oberflächenheizsystem am Markt und das flexibelste und dünnste der Welt. Intelligente Regelung, bedarfsgerechtes Heizen und bis zu 20 Prozent Energieersparnis zu herkömmlichen Wärmeerzeugungssystemen machen es zum Heizsystem der Zukunft.

Integriert in die Innenverkleidungsteile von Elektrofahrzeugen ist der „Powerfilm“ die Heizung für Elektrofahrzeuge, da jedes gesparte Watt zusätzliche Reichweite bringt. Störender Gebläselärm und unangenehme Luftströme gehören dann der Vergangenheit an.

Wachstumspotenzial erfordert Crowdfunding

Den Hauptmarkt der ATT stellen vor allem die großen Player in der Fahrzeug- und Zulieferindustrie dar – neben deutschen OEMs zählen auch internationale Branchenriesen wie Jaguar Land Rover sowie Magna Steyr bereits heute zu den Kunden des jungen Unternehmens. ATT besetzt hier



Die ATT-Geschäftsführer Christian Kussmann und Peter Oberauer revolutionieren mit ihrem ATT Powerfilm das Heizen in Fahrzeugen. Nun holt sich das Grazer Startup Capital aus der Crowd.

durch technischen Vorsprung und abgesichert durch Schutzrechte eine freie Nische. Auch außerhalb der Fahrzeugindustrie besteht großes Wach-

tumspotenzial. Mit thermischen Systemen für die Abgasreinigung und Scheinwerferenteisung sorgt ATT nämlich bereits für saubere Luft und Sicherheit auf

der Straße. Der Powerfilm wird außerdem zur Eisfreiheit von Flugzeugtragflächen während des Flugs oder für die Heizung von Satelliten verwendet.

"Export Jahrbuch" vom 01.07.2016 Seite: 28, 29, 30, 31, 32

Hinaus in die Welt

Der Härtestest für Start-ups kommt mit dem Überschreiten der Landesgrenzen. Die Möglichkeiten, wie man den Sprung auf die internationalen Märkte schafft, sind vielfältig.

Was haben der amerikanische Nachrichtensender Fox News, der Berliner Online-Modehändler Zalando und die berühmt-berüchtigte Dating-App Tinder gemeinsam? Sie alle vertrauen auf die Entwicklung eines steirischen Start-ups, um ihre Handyprogramme besser zu vermarkten. Dieses heißt Appers und wurde erst im vorigen November von Thomas Kribernegg und Christian Janesch gegründet. Ihre Geschäftsidee: den Anbietern von Apps die notwendigen Daten liefern, damit diese ihre Entwicklung in den App-Stores besser platzieren können. Das Appers-Produkt nennt sich App Radar und konnte bereits an 500 Unternehmenskunden aus aller Welt verkauft werden; neben den erwähnten Abnehmern waren unter anderem auch Weight Watchers und Dailymotion unter den Käufern. Weiteres Wachstum erwartet sich Kribernegg vor allem in Nordamerika, denn dort ist man sich der Bedeutung des Marketings für den Erfolg einer App einfach mehr bewusst, während man in Europa diesbezüglich anders denkt. "Bei uns wird der meiste Aufwand und auch das meiste Budget in die Entwicklung der Apps gesteckt, sodass für die Vermarktung einfach nichts übrig bleibt - dabei wäre Marketing wichtig, um international bestehen zu können."

Think Big: Wenn Österreich zu klein ist Genau damit ist Appers selbst ein gutes Beispiel, wie junge Unternehmen global mitmischen können. In ihrem Fall liegt es in der Natur der Geschäftssache, dass man sich über die Grenzen Österreichs orientiert, schließlich sind Apps nicht unbedingt ein Produkt, das auf nationale Märkte beschränkt ist. Doch auch in anderen Sparten ist eine solche Ausrichtung von Vorteil: Das Wiener Unternehmen Robo Wunderkind hat einen Spielzeug-Roboter entwickelt, der einfach zusammenzubauen und zu bedienen sein soll. Österreich wäre da als Spielwiese rasch zu klein geworden, daher haben sich die drei Gründer Anna Jarotska, Rustem Akishbekov und Yuri Levin früh nach außen orientiert - auch schon bei ihrer Crowdfunding-Kampagne über die Plattform Kickstarter, die gleich mal eine Viertelmillion Euro einbrachte. Als wichtig bezeichnet Anna Jarotska aber auch den frühen Aufbau unterschiedlicher Vertriebskanäle, schließlich nutzt das beste und innovativste Produkt

wenig, wenn es nicht an die Käufer gebracht werden kann. Dabei hatten die Robo-Wunderkind-Schöpfer gar keinen weltweiten Rollout ihres Mini-Roboters geplant, doch das Interesse aus vielen Ländern machte ein Umdenken nötig. Nun müssen die drei wohl oder übel damit fertig werden, dass ihr Produkt nicht nur in Europa, sondern global geordert wird. Es soll Schlimmeres geben.

Der Wohnungsalgorithmus Immobilien sucht man vorwiegend im eigenen Land -und dennoch wagt ausgerechnet das auf Wohnungssuche spezialisierte Start-up zoomsquare mit einer Expansion nach Deutschland nun den Schritt hinaus aus Österreich: Gründer Andreas Langegger will das größte Angebot an Immobilien in Deutschland bereitstellen und sieht sein Unternehmen als potenzielles Google für die Suche nach Wohnungen. Die Geschäftsidee: Statt nur nach Inseraten zu suchen, bei denen die jeweiligen Portale Geld bekommen, werden auch online verfügbare Immobilien angezeigt, die sonst unentdeckt bleiben - etwa neue Wohnungen von Bauträgern; auch Anzeigen von Social-Media-Plattformen wie Facebook sollen erkannt werden. Zum Einsatz kommt dafür neben einer Textanalyse ein selbst entwickelter Algorithmus zum Vergleich der Wünsche der Suchenden mit den vorhandenen Angeboten. Die Deutschland-Offensive wurde durch die Hereinnahme neuer Investoren -unter anderem Risikokapital-Spezialist Hermann Hauser und Wimdu-CEO Arne Kahlke - möglich; im Moment verfügt zoomsquare über 15 Mitarbeiter. Andreas Langegger, nicht eben von mangelndem Selbstvertrauen gestraft, will durch sein Portal die gesamte Immobiliensuche verändern: "Es ist wahrscheinlich, dass in Zukunft für die bloße Darstellung von Immo-Inseraten im Internet nichts mehr bezahlt wird." Neben dem Heimatmarkt Österreich hat das Wiener Start-up iconic product längst auch Deutschland und

die Schweiz im Visier. Seit Ende des Vorjahres werden Carports, also Unterstellmöglichkeiten für Autos, verkauft - allerdings keine gewöhnlichen: Diese lassen sich mit Fotovoltaik-Paneele ausrüsten, wodurch Energie für den Haushalt oder gleich für das Elektroauto produziert werden kann. 300 solcher Solar-Carports will Gründer Constanz Vallery, der das Unternehmen 2014 mit Carina Riepl gegründet hatte, in den nächsten Monaten verkaufen. Die Entwicklung der Fotovoltaikanlagen könnte das Geschäft beflügeln, denn die einzelnen Komponenten werden nicht nur leichter, dünner und leistungsfähiger, sondern auch billiger. Als Zielregion haben die iconic-Gründer vor allem jene Länder im Auge, in denen sich Elektroautos steigender Beliebtheit erfreuen; außerdem werden nach eigener Angabe unter anderem mit Tesla und BMW Gespräche geführt. Stichwort E-Mobilität: In diesem Umfeld ist auch ein oberösterreichisches Start-up unterwegs, das von drei Brüdern gegründet wurde. Das Geschäftsmodell von Philipp, Markus und Johann Jun. Kreisel ist die Herstellung von Stromspeichern für den mobilen Einsatz in Autos,

Flugzeugen und Schiffen. Diese Batterien sind durch eine spezielle Bauweise deutlich leistungsfähiger als vergleichbare Modelle - das bedeutet, durch sie kann die Reichweite eines Elektroautos deutlich erhöht werden. Sie kommen daher beispielsweise beim e-Golf von VW zum Einsatz: Die Kapazität des Speichers konnte durch die Kreisel-Innovation mehr als verdoppelt werden, die Reichweite des supersauberen Golf stieg auf mehr als 400 Kilometer. Nun wird eine Fabrik im Mühlviertel errichtet, um die Fertigung in großem Maßstab zu ermöglichen; außerdem sollen Batterien in Lizenz direkt bei den Autoherstellern produziert werden. Kreisel Electric ist damit einer der wenigen europäischen Anbieter solcher Batterien; Konkurrent ist beispielsweise Tesla.

Potenzial groß, Finanzierungswille klein

Beispiele wie diese zeigen, dass die österreichische Start-up-Szene tatsächlich großes Potenzial hat. Dabei liegt es vor allem am fehlenden Risikokapital, wenn es bisweilen für die Jungunternehmer schwieriger ist als in anderen Ländern. Im Vorjahr wurden laut einer Untersuchung des Private-Equity-Branchenverbands AVCO rund 109 Millionen Euro in kleine und mittelgroße Unternehmen investiert - eine nahezu lächerliche Summe. Auch vor diesem Hintergrund ist es logisch, dass sich Start-ups verstärkt ins Ausland orientieren - dort finden sie mitunter nicht nur Kunden, sondern auch Investoren. Das oberösterreichische Start-up nuapua findet ebenfalls Gefallen am internationalen Markt: Dieses hat ein Trinksystem entwickelt, das aus einer Flasche und Geschmackskapseln besteht. Statt Plastikflaschen zu kaufen, sollen die Konsumenten Leitungswasser verwenden, das durch

diese sogenannten Flavorkapseln beim Befüllen der Flasche einen Geschmack erhält - zur Auswahl stehen beispielsweise Mango-Orange, Holunder-Minze-Limette und Lemongras-Gurke. Als Vorteile sieht nuapua-Erfinder Gerhard Fuchs nicht nur den Umweltschutz, denn es wird Verpackungsmüll vermieden. Zudem ersparen sich die Käufer das Schleppen von Flaschen aus dem Supermarkt, denn sie nutzen ja das Leitungswasser daheim. Nun soll die Expansion nach Deutschland erfolgen, denn dort ortet nuapua-Geschäftsführerin Petra Haudum noch jede Menge Potenzial: Zwei Drittel der Bevölkerung trinken täglich Leitungswasser. Die notwendigen finanziellen Mittel dafür sollen unter anderem durch Crowdfunding hereinkommen: Auf der Plattform Green Rocket wurde vor Kurzem eine neue Kampagne gestartet, ab 250 Euro sind Interessierte mit von der Partie. Nuapua will bis zu 150.000 Euro damit einnehmen - das Interesse war schon in den ersten Tagen groß. Nicht nur österreichische Interessenten, auch solche aus Deutschland will ein weiteres Start-up aus Oberösterreich ködern: Wolfgang Lang und Michael Plöckinger haben eine Plattform für Angler entwickelt, über die man Reviere finden und gleich die notwendige Angelkarte erwerben kann. "bissanzeiger.net" nennt sich dieses Internetportal, mit der Gewässerbewirtschafter und Angler zueinander finden können. Für Erstere gibt es eine IT-Lösung, mit der der Verwaltungsaufwand minimiert werden soll: Es müssen keine Angelkarten an die Ausgabestellen wie Gasthäuser geliefert werden, sondern diese werden online übermittelt und können vor Ort ausgedruckt werden. Außerdem soll die Fangstatistik dank des bissanzeiger-Systems genauer werden, denn die Angler können ihre Angaben nun elektronisch machen, was die Rücklaufquote erhöhen sollte. Die findigen Anglerfreunde wollen langfristig

in ganz Europa tätig werden, der nächste Schritt ist eben Deutschland. Wichtig ist es, noch mehr Gewässerbewirtschafter anzusprechen, meint Wolfgang Lang. Die Bissanzeiger-Gründer verdienen prozentuell an den ausgegebenen Angelkarten.

Clash of Cultures Eine Rolle bei der Internationalisierung spielen aber nicht nur Innovation, Marketing und Vertrieb -auch die Zusammenarbeit mit großen, etablierten Unternehmen kann für die Start-ups von Bedeutung sein. Worauf es dabei ankommt, haben vor Kurzem Match-Maker Ventures und Arthur D. Little in einer Studie untersucht: Dabei zeigt sich, dass die Bereitschaft zur Kollaboration zwischen Großkonzernen und Startups zwar auf beiden Seiten groß ist, in der Praxis aber an kulturellen Unterschieden und Widerständen in den Unternehmen scheitert. Eine Rolle spielt dabei die Frage, wann denn Investitionen seitens der Großen erfolgen: Während die Start-ups eher in einer Frühphase finanzielle Beteiligung wünschen, wollen die etablierten Unternehmen eher erst in der Wachstumsphase an Bord gehen. Nicolai Schättgen, Managing Partner von Match-Maker Ventures, sieht falsche Erwartungen als Problem: "Großunternehmen wollen sich über Start-ups eine neue Firmenkultur kaufen -doch so einfach ist das nicht." Für die Jungunternehmer selbst ist die Zusammenarbeit mit einem Konzern aber oft die einzige Möglichkeit, rasch die Grenzen des Landes zu überschreiten. Das gilt in Europa mit seinem stark fragmentierten Markt ganz besonders. «

Globales Interesse Der Spielzeug-Roboter von Robo Wunderkind macht internationalen Furore. Wiener Gründergeist: Rustem Akishbekov, Yuri Levin, Anna Jarotska (v.l.n.r.) sind mit ihrem Start-up Robo Wunderkind erfolgreich. Appers: Revolutioniert die App-Vermarktung. v.l.n.r.: Thomas Kribernegg, Christian Janesch zoomsquare: Disruptive Immobiliensuche. v.l.n.r.: Andreas Langeegger, Christoph Richter Kreisel Electric: Beschleunigen die Elektromobilität. v.l.n.r.: Philipp Kreisel, Johann Kreisel jun., Markus Kreisel iconic: Carina Riepl und Constantin Vallery (u.) setzen auf Carports (o.), die den Strom für E Autos gleich selbst erzeugen. nuapua: Gerhard Fuchs macht mit Flavorkapseln Geschmackvolles aus Leitungswasser.

i Mutation: gesamt

Reichweite (2015)	29.000
Druckauflage (2015)	10.000



Hinaus in die Welt (1/5)

Export Jahrbuch
Seite 28, 29, 30, 31, 32 / 1. Juli 2016 / Auflage: 10000
Home Rocket

 New Generation



Globales Interesse
Der Spielzeug-Roboter von
Robo Wunderkind macht
international Furore.



Hinaus in die Welt (2/5)

Export Jahrbuch
Seite 28, 29, 30, 31, 32 / 1. Juli 2016 / Auflage: 10000

Home Rocket

Hinaus in die Welt

Der Härtestest für Start-ups kommt mit dem Überschreiten der Landesgrenzen. Die Möglichkeiten, wie man den Sprung auf die internationalen Märkte schafft, sind vielfältig. *Von Robert Prazak*

Was haben der amerikanische Nachrichtensender Fox News, der Berliner Online-Modehändler Zalando und die berühmt-berüchtigte Dating-App Tinder gemeinsam? Sie alle vertrauen auf die Entwicklung eines steirischen Start-ups, um ihre Handyprogramme besser zu vermarkten. Dieses heißt Appers und wurde erst im vorigen November von Thomas Kribernegg und Christian Janesch gegründet. Ihre Geschäftsidee: den Anbietern von Apps die notwendigen Daten liefern, damit diese ihre Entwicklung in den App-Stores besser platzieren können. Das Appers-Produkt nennt sich App Radar und konnte bereits an 500 Unternehmenskunden aus aller Welt verkauft werden; neben den erwähnten Abnehmern waren unter anderem auch Weight Watchers und Dailymotion unter den Käufern. Weiteres Wachstum erwartet sich Kribernegg vor allem in Nordamerika, denn dort ist man sich der Bedeutung des Marketings für den Erfolg einer App einfach mehr bewusst, während man in Europa diesbezüglich anders denkt. „Bei uns wird der meiste Aufwand und auch das meiste Budget in die Entwicklung der Apps gesteckt, sodass für die Vermarktung einfach nichts übrig bleibt – dabei wäre Marketing wichtig, um international bestehen zu können.“

Think Big: Wenn Österreich zu klein ist

Genau damit ist Appers selbst ein gutes Beispiel, wie junge Unternehmen global mitmischen können. In ihrem Fall liegt es in der Natur der Geschäftssache, dass man sich über die Grenzen Österreichs orientiert, schließlich sind Apps nicht unbedingt ein Produkt, das auf nationale Märkte beschränkt ist. Doch auch in anderen Sparten ist eine solche

Ausrichtung von Vorteil: Das Wiener Unternehmen Robo Wunderkind hat einen Spielzeug-Roboter entwickelt, der einfach zusammenzubauen und zu bedienen sein soll. Österreich wäre da als Spielwiese rasch zu klein geworden, daher haben sich die drei Gründer Anna Iarotska, Rustem Akishbekov und Yuri Levin früh nach außen orientiert – auch schon bei ihrer Crowdfunding-Kampagne über die Plattform Kickstarter, die gleich mal eine Viertelmillion Euro einbrachte. Als wichtig bezeichnet Anna Iarotska aber auch den frühen Aufbau unterschiedlicher Vertriebskanäle, schließlich nutzt das beste und innovativste Produkt



Wiener Gründergeist: Rustem Akishbekov, Yuri Levin, Anna Iarotska (v.l.n.r.) sind mit ihrem Start-up Robo Wunderkind erfolgreich.



Hinaus in die Welt (3/5)

Export Jahrbuch
Seite 28, 29, 30, 31, 32 / 1. Juli 2016 / Auflage: 10000

Home Rocket

New Generation



wenig, wenn es nicht an die Käufer gebracht werden kann. Dabei hatten die Robo-Wunderkind-Schöpfer gar keinen weltweiten Rollout ihres Mini-Roboters geplant, doch das Interesse aus vielen Ländern machte ein Umdenken nötig. Nun müssen die drei wohl oder übel damit fertig werden, dass ihr Produkt nicht nur in Europa, sondern global geordert wird. Es soll Schlimmeres geben.

Der Wohnungsalgorithmus

Immobilien sucht man vorwiegend im eigenen Land – und dennoch wagt ausgerechnet das auf Wohnungssuche spezialisierte Start-up zoomsquare mit einer Expansion nach Deutschland nun den Schritt hinaus aus Österreich: Gründer Andreas Langegger will das größte Angebot an Immobilien in Deutschland bereitstellen und sieht sein Unternehmen als potenzielles Google für die Suche nach Wohnungen. Die Geschäftsidee: Statt nur nach Inseraten zu suchen, bei denen die jeweiligen Portale Geld bekommen, werden auch online verfügbare Immobilien angezeigt, die sonst unentdeckt bleiben – etwa neue Wohnungen von Bauträgern; auch Anzeigen von Social-Media-Plattformen wie Facebook sollen erkannt werden. Zum Einsatz kommt dafür neben einer Textanalyse ein selbst entwickelter Algorithmus zum Vergleich der Wünsche der Suchenden mit den vorhandenen Angeboten. Die Deutschland-Offensive wurde durch die Hereinnahme neuer Investoren – unter anderem Risikokapital-Spezialist Hermann Hauser und Wimdu-CEO Arne Kahlke – möglich; im Moment verfügt zoomsquare über 15 Mitarbeiter. Andreas Langegger, nicht eben von mangelndem Selbstvertrauen gestraft, will durch sein Portal die gesamte Immobiliensuche verändern: „Es ist wahrscheinlich, dass in Zukunft für die bloße Darstellung von Immo-Inseraten im Internet nichts mehr bezahlt wird.“



Neben dem Heimatmarkt Österreich hat das Wiener Start-up iconic product längst auch Deutschland und die Schweiz im Visier. Seit Ende des Vorjahres werden Carports, also Unterstellmöglichkeiten für Autos, verkauft – allerdings keine gewöhnlichen: Diese lassen sich mit Fotovoltaik-Paneelen ausrüsten, wodurch Energie für den Haushalt oder gleich für das Elektroauto produziert werden kann. 300 solcher Solar-Carports will Gründer Constantin Vallery, der das Unternehmen 2014 mit Carina Riepl gegründet hatte, in den nächsten Monaten verkaufen. Die Entwicklung der Fotovoltaikanlagen könnte das Geschäft bellügeln, denn die einzelnen Komponenten werden nicht nur leichter, dünner und leistungsfähiger, sondern auch billiger. Als Zielregion haben die iconic-Gründer vor allem jene Länder im Auge, in denen sich Elektroautos steigender Beliebtheit erfreuen; außerdem werden nach eigener Angabe unter anderem mit Tesla und BMW Gespräche geführt.



Stichwort E-Mobilität: In diesem Umfeld ist auch ein oberösterreichisches Start-up unterwegs, das von drei Brüdern gegründet wurde. Das Geschäftsmodell von Philipp, Markus und Johann jun. Kreisel ist die Herstellung von Stromspeichern für den mobilen Einsatz in Autos,

Appers: Revolutioniert die App-Vermarktung.
v.l.n.r.: Thomas Kriebner, Christian Janesch

zoomsquare: Disruptive Immobiliensuche.
v.l.n.r.: Andreas Langegger, Christoph Richter

Kreisel Electric: Beschleunigen die Elektromobilität.
v.l.n.r.: Philipp Kreisel, Johann Kreisel jun., Markus Kreisel



Hinaus in die Welt (4/5)

Export Jahrbuch
Seite 28, 29, 30, 31, 32 / 1. Juli 2016 / Auflage: 10000

Home Rocket



iconic: Carina Riepl und Constantin Vallery (u.) setzen auf Carports (o.), die den Strom für E-Autos gleich selbst erzeugen.

Flugzeugen und Schiffen. Diese Batterien sind durch eine spezielle Bauweise deutlich leistungsfähiger als vergleichbare Modelle – das bedeutet, durch sie kann die Reichweite eines Elektroautos deutlich erhöht werden. Sie kommen daher beispielsweise beim e-Golf von VW zum Einsatz: Die Kapazität des Speichers konnte durch die Kreisel-Innovation mehr als verdoppelt werden, die Reichweite des supersauberen Golf stieg auf mehr als 400 Kilometer. Nun wird eine Fabrik im Mühlviertel errichtet, um die Fertigung in großem Maßstab zu ermöglichen; außerdem sollen Batterien in Lizenz direkt bei den Autoherstellern produziert werden. Kreisel Electric ist damit einer der wenigen europäischen Anbieter solcher Batterien; Konkurrent ist beispielsweise Tesla.

Potenzial groß, Finanzierungswille klein

Beispiele wie diese zeigen, dass die österreichische Start-up-Szene tatsächlich großes Potenzial hat. Dabei liegt es vor allem am fehlenden Risikokapital, wenn es bisweilen für die Jungunternehmer schwieriger ist als in anderen Ländern. Im Vorjahr wurden laut einer Untersuchung des Private-Equity-Branchenverbands AVCO rund 109 Millionen Euro in kleine und mittelgroße Unternehmen investiert – eine nahezu lächerliche Summe. Auch vor diesem Hintergrund ist es logisch, dass sich Start-ups verstärkt ins Ausland orientieren – dort finden sie mitunter nicht nur Kunden, sondern auch Investoren.

Das oberösterreichische Start-up nuapua findet ebenfalls Gefallen am internationalen Markt: Dieses hat ein Trinksystem entwickelt, das aus einer Flasche und Geschmackskapseln besteht. Statt Plastikflaschen zu kaufen, sollen die Konsumenten Leitungswasser verwenden, das durch





Hinaus in die Welt (5/5)

Export Jahrbuch
Seite 28, 29, 30, 31, 32 / 1. Juli 2016 / Auflage: 10000

Home Rocket

 New Generation



nuapua:
Gerhard Fuchs macht
mit Flavorkapseln
Geschmackvolles
aus Leitungswasser.

diese sogenannten Flavorkapseln beim Befüllen der Flasche einen Geschmack erhält – zur Auswahl stehen beispielsweise Mango-Orange, Holunder-Minze-Limette und Lemongras-Gurke. Als Vorteile sieht nuapua-Erfinder Gerhard Fuchs nicht nur den Umweltschutz, denn es wird Verpackungsmüll vermieden. Zudem ersparen sich die Käufer das Schleppen von Flaschen aus dem Supermarkt, denn sie nutzen ja das Leitungswasser daheim. Nun soll die Expansion nach Deutschland erfolgen, denn dort ortet nuapua-Geschäftsführerin Petra Haudum noch jede Menge Potenzial: Zwei Drittel der Bevölkerung trinken täglich Leitungswasser. Die notwendigen finanziellen Mittel dafür sollen unter anderem durch Crowdfunding hereinkommen: Auf der Plattform Green Rocket wurde vor Kurzem eine neue Kampagne gestartet, ab 250 Euro sind Interessierte mit von der Partie. Nuapua will bis zu 150.000 Euro damit einnehmen – das Interesse war schon in den ersten Tagen groß. Nicht nur österreichische Interessenten, auch solche aus Deutschland will ein weiteres Start-up aus Oberösterreich ködern: Wolfgang Lang und Michael Plöckinger haben eine Plattform für Angler entwickelt, über die man Reviere finden und gleich die notwendige Angelkarte erwerben kann. „bissanzeiger.net“ nennt sich dieses Internetportal, mit der Gewässerbewirtschafter und Angler zueinander finden können. Für

Erstere gibt es eine IT-Lösung, mit der der Verwaltungsaufwand minimiert werden soll: Es müssen keine Angelkarten an die Ausgabestellen wie Gasthäuser geliefert werden, sondern diese werden online übermittelt und können vor Ort ausgedruckt werden. Außerdem soll die Fangstatistik dank des bissanzeiger-Systems genauer werden, denn die Angler können ihre Angaben nun elektronisch machen, was die Rücklaufquote erhöhen sollte. Die findigen Anglerfreunde wollen langfristig in ganz Europa tätig werden, der nächste Schritt ist eben Deutschland. Wichtig ist es, noch mehr Gewässerbewirtschafter anzusprechen, meint Wolfgang Lang. Die bissanzeiger-Gründer verdienen prozentuell an den ausgegebenen Angelkarten.

Clash of Cultures

Eine Rolle bei der Internationalisierung spielen aber nicht nur Innovation, Marketing und Vertrieb – auch die Zusammenarbeit mit großen, etablierten Unternehmen kann für die Start-ups von Bedeutung sein. Worauf es dabei ankommt, haben vor Kurzem Match-Maker Ventures und Arthur D. Little in einer Studie untersucht: Dabei zeigt sich, dass die Bereitschaft zur Kollaboration zwischen Großkonzernen und Start-ups zwar auf beiden Seiten groß ist, in der Praxis aber an kulturellen Unterschieden und Widerständen in den Unternehmen scheitert. Eine Rolle spielt dabei die Frage, wann denn Investitionen seitens der Großen erfolgen: Während die Start-ups eher in einer Frühphase finanzielle Beteiligung wünschen, wollen die etablierten Unternehmen eher erst in der Wachstumsphase an Bord gehen. Nicolai Schättgen, Managing Partner von Match-Maker Ventures, sieht falsche Erwartungen als Problem: „Großunternehmen wollen sich über Start-ups eine neue Firmenkultur kaufen – doch so einfach ist das nicht.“ Für die Jungunternehmer selbst ist die Zusammenarbeit mit einem Konzern aber oft die einzige Möglichkeit, rasch die Grenzen des Landes zu überschreiten. Das gilt in Europa mit seinem stark fragmentierten Markt ganz besonders. «