

## Zwischenbericht gefördertes Forschungsprojekt

**Projekt Titel:** Reward-based Crowdfunding als digitales Tool zur überregionalen Markterschliessung für Bündner Unternehmen / RBCF für Bündner Unternehmen

**Abteilung/ Fachbereich FH Graubünden:** Department Entrepreneurial Management (EMA), Schweizerisches Institut für Entrepreneurship (SIFE) der FHGR

**Antrag bewilligt:** Juni 2020

**Gesprochener Förderbetrag:** CHF 20'000 für die erste Projekthälfte

**Projektleitung/ Projektverantwortung:** Sebastian Früh, SIFE, 081 286 37 47, sebastian.fruh@fhgr.ch

**Projektteam:** Dr. Michael Beier, SIFE

**Kooperationspartner:** Crowdify.net

**Geplante Laufzeit des unterstützten Projektes:** 1. Oktober 2020 – 31. März 2022

---

### 1) Management Summary:

Ziel des Projekts ist es, zusammen mit Unternehmen aus Graubünden sowie der Schweizer Crowdfunding-Plattform crowdify.net Reward-Based Crowdfunding (RBCF) als digitales Tool zur überregionalen Markterschliessung für Bündner Unternehmen zu etablieren und anzuwenden. Hierzu sollten in einer ersten Phase des Projektes Unternehmen aus unterschiedlichen Regionen des Kantons über die Mehrwerte und Anforderungen von Crowdfunding im Rahmen von Informationsveranstaltungen aufgeklärt werden. Die Informationsveranstaltungen für alle elf Bündner Regionen wurden im März und April 2021 digital (aufgrund von Corona) durchgeführt. Hierbei konnten fünf etablierte Unternehmen (keine Start-ups) aus verschiedenen politischen Regionen für die Begleitforschung einer Crowdfunding-Kampagne ausgewählt und gewonnen werden.

In der zweiten Hälfte des Projekts soll in Zusammenarbeit mit den ausgewählten Unternehmen qualitativ erforscht werden, mit welchen Herausforderungen sie bei der strategischen Planung und Umsetzung einer RBCF-Kampagne konfrontiert werden sowie welche Überlegungen und Entscheidungen sie hierbei treffen. Dies bildet die Grundlage für die Entwicklung von Lösungsansätzen, welche abschliessend in Form eines «Crowdfunding-Handbuchs» Schweizer Unternehmen und der Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt werden soll.

Übergeordnet sollen die Informationsveranstaltungen und das Crowdfunding-Handbuch dazu beitragen, Hemmnisse und Unsicherheiten von Bündner Unternehmen hinsichtlich eines betrieblichen Einsatzes von RBCF abzubauen.

---

### 2) Detaillierte Projektstandbeschreibung:

**a) Projektteam:** Sebastian Früh (Projektleiter) und Dr. Michael Beier SIFE der FHGR.

**b) Kooperationspartner:** Crowdify (Lydia Toth, Tobias Angehrn); Partner-Unternehmen: OpenAgentur, Bäckerei Widmer, swisshomemade, TM Schreinerei, Event Schloss Reichenau

#### **c) Projekthintergrund:**

Der Crowdfunding-Markt in der Schweiz ist in den letzten Jahren kontinuierlich gewachsen. (Dietrich und Amrein 2019). Dennoch haben viele Unternehmen Schwierigkeiten, Crowd-basierte Digital-Aktivitäten für sich zu nutzen. Bei der Form des «Reward-based Crowfundings» (RBCF) erhalten die Geldgebenden Produkte, Dienstleistungen oder weitere nicht-monetäre Gegenleistungen für ihre finanzielle Unterstützung (Belleflamme et al. 2013, Mollick 2014). Dies unterscheidet RBCF von anderen Crowdfunding-Formen, da bei RBCF keine Investoren, sondern primär Kunden angesprochen werden (Beier et. al 2019). Somit ist es mit RBCF möglich, Produkte und Dienstleistungen potentiellen Kunden anzubieten, bevor diese fertig entwickelt, final vorbereitet oder bereits produziert sind (Beier und Früh 2020).

**d) Projektziele:**

Es hat sich gezeigt, dass bislang vor allem hochinnovative Unternehmen mit ausgeprägten Digital-Kompetenzen, sogenannte «Digitale Pioniere», RBCF erfolgreich für sich nutzen konnten. Demgegenüber zeigt die breite Masse an kleinen und mittleren Unternehmen gewisse Hemmnisse und Herausforderungen beim strategischen Einsatz von RBCF. Diese «Digitale Nachzügler» weisen bislang einen Mangel an hinreichenden Kenntnissen auf, um passende Anwendungsfelder für RBCF in ihrem Geschäftsmodell zu identifizieren. Dementsprechend gilt es einerseits zu erheben, mit welchen Herausforderungen Unternehmen konfrontiert werden, wenn sie RBCF strategisch einsetzen wollen. Andererseits gilt es qualitativ zu erforschen, welche Prozesse und Herangehensweisen dabei helfen, diese Herausforderungen zu überwinden.

**e) Projektverlauf/ Vorgehen/ Termine:**

Die Arbeitspakete (AP) 1 bis 3 konnten zeitlich wie geplant umgesetzt werden. Ebenfalls konnte der gesprochen Förderbeitrag von CHF 20'000 eingehalten werden, wozu die digitale Umsetzung der Informationsveranstaltungen wesentlich beigetragen hat.

In AP 1 wurde zusammen mit Crowdify ein Konzept der Crowdfunding-Informationsveranstaltungen für Bündner Unternehmen entwickelt.

In AP 2 wurden die Informationsveranstaltungen im März und April 2021 für alle elf Bündner Regionen durchgeführt. Hierfür wurden ca. 2'000 Unternehmen aus Graubünden auf die Veranstaltungen aufmerksam gemacht, wovon über 100 Vertreter:innen von Unternehmen teilgenommen haben. Begleitend sollte quantitativ erhoben werden, welche Nutzungspotentiale und Herausforderungen sich für Bündner Unternehmen bei der Anwendung von RBCF ergeben. Hierbei hat sich gezeigt, dass vielen Unternehmen das Wissen zum Thema fehlt, um an einer quantitativen Erhebung teilzunehmen. Demzufolge wurde das Untersuchungsdesign in eine quantitativ-qualitative Vorgehensweise überführt, indem für 29 Bündner Unternehmen die Nutzungspotentiale und Herausforderungen von RBCF erhoben und individuell kategorisiert wurden. Hierbei hat sich gezeigt, dass die meisten der Bündner Unternehmen bei den Potentialen von RBCF sich bereits konkrete Projektideen vorstellen können, die sie verfolgen wollen (66%), sie einen Weg für neue Finanzierungsmöglichkeit sehen (33%) sowie sich Werbe- und Promotioneffekte erwarten (14%). Die hauptsächlichen Hinderungsgründe RBCF einzusetzen, werden in Unsicherheiten aufgrund von Wissenslücken (28%), einem fehlenden Bedarf für den Einsatz (14%) oder der fehlenden Zeit (14%) gesehen.

In AP 3 wurden fünf Unternehmen für die Begleitforschung in der zweiten Projekthälfte ausgewählt. Da das Event «Bündner Sozialunternehmen des Jahres» der JCI Chur aufgrund von Corona nicht stattfinden wird, hat sich die JCI als Projektpartner zurückziehen müssen. Schlussendlich konnten für die Begleitung die folgenden Partner ausgewählt werden:

	<b>Politische Region</b>	<b>Unternehmen</b>	<b>Kontakt</b>	<b>Case/Vorhaben für RBCF-Kampagne</b>
1	Viamala	openagentur	Andy Meisser	Aufbau einer regionalen Online-Verkaufsplattform für Händler aus Thusis/Region Viamala mit nationaler Ausstrahlungskraft.
2	Plessur	Bäckerei-Confiserie Widmer	Jörg Widmer	Aufbau einer genossenschaftlichen Bäckerei für Arosa, die das Handwerk zukünftig in der Region aufrechterhält.
3	Prättigau / Davos	Swisshomemade.ch	Karin Unger	Ausbau des Einzelunternehmens durch die Anschaffung von neuen Gerätschaften, um Produktionskapazität zu erhöhen.
4	Viamala	TM Schreinerei	Manuela Michael	Test auf Marktvolumen/Nachfrage eines neuen Leistung-/Produktangebot der Schreinerei (Bündner Schindeln).
5	Imboden	Event Schloss Reichenau	Francesca von Tschärner	Ausbau Unternehmensbereich «Event» um einen Hofladen, um sich breiter aufzustellen und nicht alleinig von der Gastronomie abhängig zu sein.

**3) Kosten/ Finanzen Überblick über das Gesamtprojekt:**

**a) Einnahmen:**

	<b>Einnahmen</b>	<b>Weitere Einnahmen</b>	<b>Totale Geldmittel</b>
Bewilligter Beitrag Förderverein FHGR 1. Teilzahlung AP 1-3	CHF 20'000		
Beitrag Förderverein FHGR 2. Teilzahlung AP 4-6		CHF 32'265	
Beitrag Crowdify	CHF 2'000		
Erwarteter Finanzieller Beitrag Partnerunternehmen		CHF 6'250	
<b>Total</b>	<b>CHF 22'000</b>	<b>CHF 38'930</b>	<b>CHF 60'930</b>

Zusätzlich hat sich Crowdify mit personellen Eigenleistungen in Höhe von ca. CHF 8'500 (10 Personen-Tage) an der ersten Hälfte des Projekts beteiligt. Die Partner-Unternehmen haben sich zudem dazu bereiterklärt, dem Projekt in der zweiten Hälfte personelle Eigenleistungen in Höhe von ca. CHF 65'000 (ca. 15 Personen-Tage a 5 Unternehmen) zur Verfügung zu stellen.

**b) Ausgaben:**

	<b>Ausgaben</b>	<b>Weitere Ausgaben</b>	<b>Totale Ausgaben</b>
Personalkosten SIFE AP 1-3	CHF 22'000		
Personalkosten SIFE AP 4-6		CHF 34'930	
Spesen und Dissemination		CHF 4'000	
<b>Total</b>	<b>CHF 22'000</b>	<b>CHF 38'930</b>	<b>CHF 60'930</b>

**c) Kostenstand:**

Die Kosten des Projekts sind wie geplant eingehalten worden.

<b>Totale Einnahmen</b>	<b>Totale Ausgaben</b>	<b>Differenz</b>
CHF 22'000	CHF 22'000	CHF 0

Für die finanzielle Unterstützung und Auszahlung des bewilligten Betrages von CHF 20'000 (1. Teilzahlung) nach der Präsentation des Zwischenberichts danken wir dem Förderverein vielmals.