



Hof und Garten: Hopfen als Gestaltungselement. **Seite 68**



Rezepte: Bewährte Klassiker aus Hopfen und Bier. **Seite 70**



Ausbildung: Von Beginn an Vermögensbildung. **Seite 72**

DORF & FAMILIE

Der Wochenblatt-Ratgeber für das Leben auf dem Land

Das Prinzip von Crowdfunding: Viele Menschen finanzieren gemeinsam ein Projekt.

Kleine Scheine große Wirkung

Crowdfunding ist eine beliebte Finanzierungsmethode, die immer öfter auch von Landwirten genutzt wird. Wir zeigen worauf es ankommt und stellen zwei Beispiele vor. **Unsere Tipps auf Seite 64.**



FOTOMONTAGE: DIE MANREI / FOTOS: COUNTRYPIXEL, MIHI, MIRIAM DÖRR, ALLE STOCK.ADOBE.COM, CARMEN VITZTHUM

Zum Sonntag

Wie wird dieser Herbst werden? Viele sagen, dass wir eine zweite Coronawelle erwarten müssen. Andere wollen keine Masken mehr tragen und nehmen mehr und mehr Risiken in Kauf.

Wie wird der Herbst also werden? Vieles bleibt ungewiss, auch im eigenen Lebensherbst. Denn so wie die Jahreszeiten in einem Jahr verlaufen, so kann man auch sein eigenes Leben anschauen. „Geboren werden hat seine Zeit, sterben hat seine Zeit“, sagt der Prediger zu Beginn des 3. Kapitels seines Buchs im Alten Testament. Diese Weisheit gefällt mir sehr gut. Ja, alles hat seine Zeit und so hat auch

der Herbst als Jahreszeit und als Lebenszeit seinen Platz.

Am Ende sagt der Prediger: „Er (Gott) hat alles schön gemacht zu seiner Zeit, auch hat er die Ewigkeit in ihr Herz gelegt; nur dass der Mensch nicht ergründen kann das Werk, das Gott tut, weder Anfang noch Ende.“ Ist uns das ein Trost, dass alles seine Zeit hat? Ist es uns ein Trost, dass Gott alles gut gemacht hat? Ist uns das ein Trost in unsicherer Zeit? Mich trösten jedenfalls die nicht, die die Welt erklären wollen und meinen, dass ihre Aussagen unumstößlich wahr wären.

In der Bibel erleben wir eher ein Herantasten. Ein Hiob braucht lan-

ge, bis er seine Krankheit akzeptieren kann. Der Prediger sucht Vergleiche zum Leben und macht sich klar, dass er in diesem Leben steckt und kein Spielball des Ganzen ist. Trotzdem kann er nicht heraus aus den Gesetzmäßigkeiten des Lebens.

Die alten Texte tragen. Sie sind von Menschen geschrieben, die ihre herbstlichen Lebensphasen kennen und ihre Gedanken zu Papier gebracht haben. Sie haben diese Gedanken mit Gott in Verbindung gebracht. Vielleicht ist es so, dass wir

uns im Herbst – vor dem Winter und im Lebensherbst – wieder mehr mit dem beschäftigen, was wirklich Sinn macht. Wenn die Ernte eingebracht ist, denkt man an die Lebensernte und dabei sollte man auch an Gott und die Beziehung zu ihm denken.

Unser Vorfahren haben das getan, unsere Glaubensvorbilder haben es getan und wir können es heute tun. Es wird uns helfen dem Lebensherbst eine Richtung zu geben.

Dekan Thomas Guba
Bayreuth – Bad Berneck

Schon wieder September

Finanzierung per Mausklick

Mithilfe von Crowdfunding lassen sich Projekte finanzieren. Dafür geben möglichst viele, meist fremde Menschen ihr Geld online weiter. Das kann auch in der Landwirtschaft funktionieren.

Den Stall erweitern, eine seltene Kultur anbauen, eine neue Maschine kaufen oder das Hofcafé renovieren: Solche Projekte kosten schnell viel Geld. Theoretisch könnte man sich das bei einer Bank leihen – aber es geht auch mit weniger Papierkram: mit Crowdfunding. Viele Menschen (=crowd) finanzieren (=funding) dabei gemeinsam ein Projekt. Dafür erhalten sie klassischerweise eine Gegenleistung. Das kann ein Produkt vom Hof, Warengutscheine, eine Tierpatenschaft oder Erlebnisse wie ein Besuch auf dem Betrieb sein.

Doch wie funktioniert Crowdfunding? Prinzipiell unterscheidet man zwischen drei Typen: Dem klassischen Crowdfunding, Spenden- und Rendite-Crowdfunding. Bei allen

drei Modellen geht es darum, dass genügend Unterstützer ihr Geld für eine Idee geben. Wir beschreiben die klassische Variante.

„Dieses Modell ist überwiegend für Höfe geeignet, die zumindest einen Teil ihrer Produkte direkt vermarkten“, sagt Crowdfunding-Spezialistin Mona Knorr. Sie ist selbstständige Beraterin und beschäftigt sich im Schwerpunkt mit Crowdfunding in der Landwirtschaft und im Lebensmittelhandwerk. Der Vorteil bei Höfen mit Direktvermarktung ist, dass sie bereits einen Kundenstamm und damit erste potenzielle Unterstützer haben.

Kein Unterschied ob bio oder konventionell

Viele denken beim Thema Crowdfunding an ökologisch ausgerichtete Projekte. „Es kommt bei Crowdfunding aber nicht darauf an, ob man bio oder konventionell wirtschaftet“, erklärt Knorr. Entscheidend sei die Zielgruppe. Die besteht bei landwirtschaftlichen Betrieben vor allem aus vorhandenen und zukünftigen Verbrauchern und allen Menschen, die sich dem Hof verbunden fühlen, beispielsweise Freunde, Familie, Nachbarn. Genau diese Leute gilt es zu überzeugen, ihr Geld zu investieren.

Am meisten Erfolg versprechen konkrete Projekte, von denen die



FOTOS: SABINE/RAWPIXEL /VLAD KOCHELAESKIY - ALLE STOCK.ADOBE.COM

Nicht nur von der Bank: Geld für besondere Investitionen muss nicht immer von der Bank kommen, auch private Geldgeber unterstützen für sie interessante Projekte.

Geldgeber direkt profitieren. Zum Beispiel, wenn der Ausbau des Hofladens neue Produkte und ein besseres Einkaufserlebnis ermöglicht. „Es ist aber durchaus auch möglich, Geld für ein Projekt zu sammeln, an dem die Unterstützer nicht unmittelbar beteiligt sind, zum Beispiel für einen neuen Stall“, sagt Knorr. „Man muss dann eben noch genauer erklären, wofür man das Geld braucht.“

Ein Video erklärt das geplante Projekt

Sobald man eine Idee hat, informiert man sich über die einzelnen Plattformen. In Deutschland sind die bekanntesten: Startnext, Kickstarter, Ecocrowd oder Conda. Um sich einen Überblick zu verschaffen, welche Plattform wie funktioniert, klickt man sich am besten durch aktuell laufende oder bereits erfolgreich abge-

schlossene Projekte.

Hat man sich entschieden, geht es an ein ansprechendes Konzept um sein Vorhaben zu präsentieren. Viele Kampagnen werden in einem Video und/oder einem gut lesbaren Text vorgestellt. Darin sollten die Initiatoren detailliert erzählen, wofür sie Geld brauchen. „Ich empfehle immer, dass man sich zunächst andere Videos und Projektvorstellungen ansieht. Dabei bekommt man einen Überblick verschafft, was gut läuft, welche Rückmeldungen es gab und was einem selbst gefällt“, rät Knorr. „Man kann durchaus auch andere Initiatoren kontaktieren und um Rat fragen. Die meisten freuen sich, wenn sie ihr Wissen und ihre Erfahrungen teilen können.“ Aber keine Sorge: Das Video muss nicht professionell produziert sein. „Entscheidend ist, dass man sympathisch und nahbar wirkt“, sagt die Expertin. Wichtig ist auch der Finanzrahmen. Der sollte realistisch und transparent dargestellt werden: Wofür wird das Geld genau verwendet?

Zum klassischen Crowdfunding gehört außerdem eine Gegenleistung als Dankeschön für die Geldgeber. Dafür bieten sich bei landwirtschaftlichen Projekten zwei Optionen an, Unterstützer können entweder ein Produkt, aus dem später umgesetztes Projekt bekommen, an dem sie finanziell beteiligt waren – zum Beispiel Eier, Schinken oder Wolle. „Man sollte bei der Planung darauf achten, dass man nicht zu viele Produkte herausgibt, die man eigentlich verkaufen will und die einem dann später im Hofladen fehlen“, mahnt die Expertin.

Auf einen Blick

- Crowdfunding bedeutet: Viele Menschen finanzieren ein Projekt.
- Bei dem klassischen Modell bekommen die Geldgeber eine Gegenleistung, meist in Form von Waren.
- Ein Video erklärt den Unterstützern das Vorhaben.
- Sein Projekt sollte man in sozialen Medien oder Veranstaltungen bewerben.
- Eine komplette Crowdfunding-Kampagne ist zeitintensiv.



FOTO: FLORIAN WAUCHER

Nicht nur online: Crowdfunding-Unterstützern ist auch der direkte Kontakt wichtig, etwa bei einer Hofführung.

Eine andere Möglichkeit ist es, als Gegenleistung ein Erlebnis, wie zum Beispiel eine Hofführung anzubieten. Auch möglich sind eine Schnupperreitstunde mit Esel oder Pferd oder ähnliche Dinge, die auf dem eigenen Hof ohnehin machbar sind. Oft werden auch unterschiedliche Gegenleistungen angeboten, die nach Geldbeträgen gestaffelt sind. Das heißt, wer viel Geld gibt, bekommt auch mehr.

Erst nachdem man alle Rahmenbedingungen festgelegt hat, beginnt die eigentliche Crowdfunding-Kampagne. Sie läuft für einen vorher festgelegten Zeitraum. Die meisten Crowdfunding-Projekte funktionieren nach dem Prinzip „alles oder nichts“: Nur wenn der Zielbetrag erreicht ist, wird das bereitgestellte Geld vom Konto der Unterstützer abgebucht und an die Initiatoren ausgeschüttet. Kommt

nicht genug zusammen, wird das Projekt eingestellt und das Konto der Unterstützer nicht belastet.

Werbung für das Projekt steigert den Erfolg

Während der Kampagne ist es entscheidend, aktiv für sein Projekt zu werben. Optimal sind die sozialen Medien. Dort sollte man fortlaufend einen Einblick in das Projekt und die Kampagne geben und allgemein präsent sein oder vom Alltag auf dem Hof erzählen. Idealerweise plant man diese Beiträge schon vorher.

Vielen Unterstützern ist auch der persönliche Kontakt wichtig. Deshalb bietet es sich an, die digitalen Pläne mit Hofführungen, Infoabenden oder einem Tag der offenen Tür zu ergänzen. Auch Medien- und Pressevertreter kann man dazu einladen.

Was dabei nicht zu unterschätzen ist: Die komplette Kampagne kostet vor allem Zeit. „Es hält sich leider hartnäckig der Irrtum, dass Crowdfunding eine einfache Möglichkeit ist, um an günstiges Geld zu kommen“, sagt Knorr. Rund sechs Wochen sollten Landwirte einplanen, um eine Kampagne vorzubereiten. „Das funktioniert in familiengeführten Betrieben eigentlich nur, wenn alle Familienmitglieder zusammenhelfen und sich gegenseitig den Rücken freihalten“, rät Knorr. „Ich rate außerdem immer dazu, die Kampagne in einen Zeitraum zu legen, in der auf dem Hof etwas weniger los ist als sonst.“ Es ist auch möglich, sich Unterstützung zu holen, zum Beispiel bei einem Crowdfunding-Berater. Wovon die Expertin allerdings abrät: Die gesamte Kampagne in die Hän-

de einer Agentur zu legen. „Crowdfunding lebt davon, dass man persönlich greifbar bleibt“, sagt sie.

Umgekehrt bietet Crowdfunding enorme Chancen. So können Landwirtinnen und Landwirte, die ohnehin ihre Öffentlichkeitsarbeit ausbauen wollen, eine Crowdfunding-Kampagne als idealen Einstieg dafür nutzen. „Wenn man das konsequent umsetzt und eine Kampagne gut läuft, kann sie eine enorme Wirkung entfalten und auch außerhalb des eigentlichen Projekts dauerhaft Aufmerksamkeit für seinen Hof bringen“, schildert Crowdfunding-Expertin Mona Knorr. **Maria Berentzen**

→ Grundlagen zum Crowdfunding inklusive Tipps: www.crowdfunding.de. Die Webseite von Mona Knorr: www.monaknorr.de

Ein Brunnen für Hof vErde

Lilly Schmidlein, Gemeinschaftshof vErde, in Kleinsendelbach (Oberfranken):

„Wir haben uns über Startnext einen Brunnen finanziert. Dafür haben 79 Personen insgesamt 6600 € gegeben. Der Brunnen soll künftig unser größtes Feld bewässern. Dort soll später ein essbarer Waldgarten entstehen. Bis jetzt haben wir das Wasser mit dem Traktor und einer Tonne dorthin transportiert und die Pflanzen dann mit Gießkannen gegossen. Insgesamt bewirtschaften wir gemeinsam vier Hektar auf unserem Hof nach den Prinzipien der Permakultur. Wir, das sind mein Mann Juan (Agraringenieur) und ich, Cori (Geografin), eine Freundin aus Kindheitstagen, und mein Papa Georg. Er ist nebenberuflicher Landwirt und auf dem Hof hier aufgewachsen. Ich finde Crowdfunding superpraktisch und habe selbst auch schon oft gespendet. Mich fasziniert die Idee, dass verschiedene Menschen ein Projekt unterstützen können, das sie toll finden. So auch bei uns. Denn oft können die Unterstützenden selbst nicht aktiv werden, weil sie es aus körperlichen oder zeitlichen Gründen nicht schaffen. Durch ihre Spende sind sie aber trotzdem Teil der Sache. Werbung für unser Projekt haben wir hauptsächlich über Social Media gemacht. Den bürokratischen Aufwand hingegen würde ich als sehr gering einschätzen, im Vergleich zur durchschnittlichen deutschen Bürokratie. Das wohl aufwendigste an der Kampagne war die Umsetzung unseres Vi-

deos, dabei haben uns aber Freunde und Bekannte geholfen, welche die Ausrüstung und Expertise dafür hatten. Meine Tipps, damit ein Crowdfunding klappt, sind: Nichts kann gecrowdfunded werden, wo nicht eine Idee mit Herzblut dahintersteckt. Sie muss die Leute fesseln, dass sie sagen: „Da will ich dabei sein!“. Außerdem sollte das Projekt einen Gemeinschaftsgedanken verfolgen. Zuletzt sollte einem aber auch klar sein, dass man anderen Leuten einen Einblick in sein persönliches Leben gewährt. Wir wollen Crowdfunding auf jeden Fall nochmal machen, einen konkreten Plan haben wir aber noch nicht. Im Herbst starten wir erst einmal eine private Kampagne mit Buschpatenschaften für eine neue Hecke. Da würde sich die Finanzierung über eine Plattform nicht lohnen, weil die Beträge sehr klein sind und es auch um die aktive Mitarbeit geht.“ **CV**



Das Hof vErde-Team: (v.l.) Georg Schmidlein, Cori Baasch, Lilly Schmidlein, Juan Rodas.

FOTO: LUISA BAASCH

Erfolgreich mit Hilfe vom Profi

Werner Haase, Landwirt, Leitzachtaler Ziegenhof in Fischbachau (Oberbayern):

„Wir haben 2008 auf unserem Ziegenhof ein Crowdfunding gemacht. Damit haben wir eine Käserei für unseren Hofladen finanziert. Über sogenannte Genussrechte haben wir etwa 80 Investoren gewonnen. Insgesamt kamen knapp 100 000 € zusammen. Die Zinsen von 5 % pro Jahr, werden in Form von Warengutscheinen ausbezahlt. Die können die Anleger entweder in unserem Hofladen, für Übernachtungen in unseren Ferienwohnungen oder Essen und Getränke auf unserer Alm einlösen. Nach fünf Jahren durften die Anleger theoretisch kündigen und ihre Summe zurückfordern. Das haben bisher 13 Leute gemacht. Die anderen lassen es immer noch laufen. Da zeigt sich, wer wirklich hinter der Idee steht.“

Der Unterschied zu einem Kredit bei der Bank liegt darin: Die Bank macht keine Werbung für mich. Denn wenn jemand für eine Idee sein Geld zur Verfügung stellt, dann zeigt er damit auch eine gewisse Sympathie und Ideologie. Das ist das wichtigste. Das ist die Tür zum Crowdfunding. Der größte Gewinn liegt für mich deshalb auch darin: In der Stadt habe ich nun Menschen, die von mir sprechen. Und die beste Werbung ist immer die, wenn andere gut über dich sprechen. Wenn ich das jetzt mit dem Aufwand vergleiche, den ich immer noch habe, um es zu verwalten und jedes Jahr die Warengutscheine zu



Werner Haase mit seiner Frau Martina vor dem Hofladen.

FOTO: HELGA GEBENDORFER

drucken, einzutüten und zu verschicken, dann ist es das mit Sicherheit wert.

Die ganze Aktion ist schon von Beginn an mit einem gewissen Aufwand verbunden, den sollte man nicht unterschätzen. Ich war bei der Umsetzung außerdem auch nicht allein. Mich hat Petra Wähning unterstützt. Sie ist Marketing-Expertin bei „Genussinvest“ und hat mir vor allem geholfen, Aufmerksamkeit zu generieren. So haben wir es in Zeitungen, Rundfunk und Fernsehen geschafft und dadurch deutschlandweit Unterstützer gewonnen. Ich würde jedem raten, sich professionelle Unterstützung zu holen. Er braucht Leute, die was davon verstehen. Sonst wird das nichts.

Nach der Käserei habe ich auch noch einen Offenstall gebaut, den habe ich ebenfalls mit Crowdfunding finanziert. Heute bin ich 62 Jahre alt und habe immer noch Pläne. Zum Beispiel will ich eine neue Photovoltaikanlage bauen.“ **CV**