

FARMINFIN



Farming concepts and innovative
funding/financing

MODUL D: Kommunikation und Marketing

Zugang zu Investoren, Hauptelemente
eines “Exposés” oder eines “Pitches”



Kofinanziert durch das
Programm Erasmus+
der Europäischen Union

Finanziert von der Europäischen Union. Die Unterstützung der Europäischen Kommission für die Erstellung dieser Veröffentlichung stellt keine Billigung des Inhalts dar, der nur die Ansichten der Autoren widerspiegelt, und die Kommission kann nicht für die Verwendung der darin enthaltenen Informationen verantwortlich gemacht werden.
Projekt-Nr: 2019-1-BE01-KA202-050397

EINLEITUNG

Das Erreichen von Institutionen oder Personen, die bereit sind, in Ihren landwirtschaftlichen Betrieb zu investieren, ist eine anspruchsvolle Aufgabe.

Viele Unternehmer nehmen für eine Finanzierung Kontakt zu Eigenkapitalgebern auf - doch oft scheitern Transaktionen an schlechter Vorbereitung. Dabei lassen sich die meisten Fehler leicht vermeiden.

Jungen Landwirten, Landwirten mit neuen und innovativen Geschäftsideen oder Neueinsteigern in die Landwirtschaft fehlt es manchmal an einer Erfolgsbilanz oder einem bestehenden Konzeptnachweis.

Je besser vorbereitet, desto höher sind die Chancen, Investoren von der Finanzierung Ihres Unternehmens/Projekts zu überzeugen. Dieses Modul zeigt die Grundlagen der Ansprache von Investoren, beginnend mit den Hauptelementen eines "Exposés" oder eines "Pitches".

LERNZIELE

Hauptziele dieses Moduls sind:

- das Wesentliche über die richtige Ansprache eines Investors zu wissen;
- den Landwirt zu motivieren, sich selbst als Unternehmer in der professionellen Welt der Finanzierung stark zu reflektieren;
- um einen Überblick über bestehende Investorenprofile zu geben und darüber, wie man Investoren erreichen kann;
- Tipps für das Pitchen Ihres Projekts und eine Methode zur Klassifizierung von Investoren nach ihren spezifischen Profilen und Erwartungen zu geben.

INHALT

1. Identifizieren Sie Ihr Projekt	5
1.1. Finanzierungsmöglichkeiten.....	5
1.2. Möglichkeiten zur Finanzierung Ihrer konkreten Geschäftsidee.....	8
1.3. Entscheidung für die verbleibende Finanzierung Ihrer Geschäftsidee.....	9
2. Entscheidende Schritte und vermeidbare Fehler	10
2.1. Wahrnehmung des Ziels.....	10
2.2. Wahrnehmung des Prozesses.....	11
2.3. Wahrnehmung des Investment-Teams.....	12
3. Den Investor erreichen	13
3.1. Vorhandene Investoren-Profile.....	13
3.2. Auf den Investor zugehen.....	14
3.3. Präsentation Ihres Konzepts.....	14
Schlussfolgerungen	16

1. IDENTIFIZIEREN SIE IHR PROJEKT

Egal wie gut Ihre Geschäftsidee ist, ohne Kapital können Sie Ihr eigenes Unternehmen nicht auf die Beine stellen.

Mit dem Wissen, dass die Finanzierung der Landwirtschaft immer noch eine Nische ist, ist es wichtig zu erkennen, dass es eine breite Palette von Finanzierungsmöglichkeiten gibt. Allerdings ist nicht jede Option für jedes Konzept geeignet, und die Chancen und Risiken jeder Finanzierungsmöglichkeit müssen berücksichtigt werden.

Fehlende Finanzplanung ist nach wie vor einer der häufigsten Gründe für eine gescheiterte Existenzgründung und auch für das Scheitern von langjährig bestehenden Unternehmen.

1.1. Finanzierungsmöglichkeiten

1. **Selbstfinanzierung & Bootstrapping**
2. **Geld sparen**
3. **Förderung mit Subventionen oder Zuschüssen**
4. **Finanzierung durch Darlehen und Kredite**
5. **Finanzierung mit Venture Capital, Business Angel, Crowdlending oder Crowdfunding**

1. **Selbstfinanzierung & Bootstrapping**

Unabhängig davon, ob dies für Sie möglich ist oder nicht - die Selbstfinanzierung hat Vor- und Nachteile. Eigenkapital einsetzen, sanft starten, schrittweise wachsen.

Wenn man selbst viel investiert, will man natürlich das Beste herausholen, und hinterher ist man natürlich stolz darauf, dass man es allein mit seinen eigenen Mitteln geschafft hat.

Außerdem verbleibt der größte Anteil am Unternehmen beim Gründer. Jungunternehmer haben dann selbst die größtmögliche Entscheidungsfreiheit.

Der hohe Grad an unternehmerischer Freiheit geht einher mit einem höheren Risiko, falsche Entscheidungen zu treffen, da der Landwirt - möglicherweise ohne das Know-how anderer - dann allein für mögliche Fehler verantwortlich ist.

2. Geld sparen

Die Liquiditätsplanung gehört zu den absoluten Basics bei der Gründung und Führung eines Unternehmens und muss bereits bei der Erstellung des Businessplans berücksichtigt werden. Neben den Finanzierungsquellen sollten Junglandwirte besonders auf einen effizienten Umgang mit ihrem Geld achten. In vielen Bereichen kann gespart werden, ohne dass die Produktivität darunter leiden muss.

3. Förderung mit Subventionen oder Zuschüssen

Landwirte können oft staatliche Unterstützung in Anspruch nehmen, nicht nur bei Neugründungen, sondern auch bei Entwicklungsschritten für Wachstum, Spezialisierung oder Diversifizierung.

Darüber hinaus fließen Subventionen in die Landwirtschaft, z.B. aus der europäischen Gemeinsamen Agrarpolitik (GAP).

Allerdings gibt es oft Bedingungen und Fristen zu beachten, so dass sich Landwirte immer informieren sollten, bevor sie solche Mittel beantragen.

Jede Medaille hat zwei Seiten.

4. Finanzierung durch Darlehen und Kredite

Bei größeren Anschaffungen ist ein Kredit bei der Hausbank eine Möglichkeit, das nötige Startkapital zu beschaffen.

Ein professioneller Businessplan und eine gute Vorbereitung auf das Bankgespräch sind unbedingt notwendig.

Wenn das Projekt gut entwickelt ist, im Businessplan angemessen dargestellt wird und Erfolg verspricht, stehen die Chancen gut, dass ein Kredit genehmigt wird.

Grundsätzlich wird die Bank jedoch nicht auf private Sicherheiten und eine entsprechende Bonitätsprüfung verzichten.

Es ist aber auch möglich, einen Investor zu suchen, der Ihr Projekt finanziell unterstützt. Klassischerweise sind dies Business Angels oder Venture Capital.

5. Finanzierung mit Venture Capital, Business Angel, Crowdlending, Crowdfunding

Risikokapital

Bei Venture Capital stellen Investoren Unternehmen entsprechendes Kapital zur Verfügung. Im Gegenzug fungieren die Investoren oft als Berater und erwerben Anteile an der Firma.

Der finanzielle Spielraum vergrößert sich dadurch, aber die Gründer tragen die Verantwortung nicht nur für sich selbst, sondern auch für die Investoren, die nun über den Entwicklungsstand auf dem Laufenden gehalten werden wollen und meist auch eine ständige Berichterstattung erwarten.

Investoren engagieren sich in der Regel erst in späteren Phasen eines Unternehmens, wenn das Risiko gesunken ist. Je riskanter der aktuelle Status des Start-ups ist, desto höher ist die Verzinsung der bereitgestellten Mittel.

Business Angel

Business Angels können meist viel früher für das eigene Unternehmen gewonnen werden. In der Regel investieren sie aber nicht so viel Kapital wie Risikokapitalgeber. Stattdessen haben sie eine beratende Funktion: Jungunternehmer können am Erfahrungsschatz der Business Angels teilhaben, ihre Netzwerke und Kontakte nutzen, die sich oft als wertvoller erweisen als reines Kapital. Zudem riskieren Business Angels viel mehr als Risikokapitalgeber, da sie während oder kurz nach der Gründung investieren - zu einem Zeitpunkt, an dem der Erfolg noch keineswegs gesichert ist.

Einen solchen beliebten Engel zu finden, ist gar nicht so einfach.

Crowd

Crowdfunding ist eine immer beliebtere Form der Finanzierung. Da die finanzielle Last auf viele Schultern verteilt wird, spricht man hier auch von Crowdfunding. Crowdfunding wird in verschiedene Arten unterteilt.

Es gibt reward-based Crowdfunding, lending-based Crowdfunding und equity-based Crowdfunding.

Beim Equity-based Crowdfunding werden Geldgeber zu Investoren und erhalten einen Anteil am Unternehmen, mit dem sie auch am Umsatz beteiligt werden. Das Ziel der Investoren ist meist ein späterer Exit.

Beim Reward-based Crowdfunding erhalten die Unterstützer ein Dankeschön für ihre finanzielle Unterstützung, das je nach Höhe des gespendeten Geldes umfangreicher ausfällt.

Beim kreditbasierten Crowdfunding bieten Geldgeber einen Kredit mit einem festen Zinssatz und einer festen Laufzeit an.

1.2. Möglichkeiten zur Finanzierung Ihrer konkreten Geschäftsidee

Welche Art der Finanzierung für Sie geeignet ist, hängt nicht nur von der Art und dem Volumen der Investition ab, sondern auch von der Phase, in der Sie und Ihr Betrieb sich befinden.

In der Vorgründungsphase gibt es meist nicht mehr als eine Idee.

Die Start-up-Phase umfasst die Schritte von der Gründung des Unternehmens bis zur Markteinführung: Sie haben einen "Proof of Concept", mit dem Sie Investoren vom Erfolg Ihres Projekts überzeugen können.

In der Start-up-Phase, auch als erste Phase bezeichnet, generieren Sie bereits Umsätze, sind aber meist noch nicht kostendeckend.

In der Wachstumsphase versuchen Sie, die Position Ihres Unternehmens auf dem Markt zu festigen. Von nun an betrachten die meisten Investoren Sie und Ihr Projekt nicht mehr als Start-up, sondern als Unternehmen.

Anforderungen, Bedürfnisse, Wünsche oder Ängste der beteiligten Personen hängen von der Position ab, in die sie möglicherweise geraten:

- **Landwirt/Unternehmer:** Möchte sein Unternehmen zu angemessenen Konditionen (Zinsen, Laufzeit, Entscheidungsbefugnis) finanziert bekommen.
- **Geldgeber/ Spender/ Investor:** Möchte sein Geld sicher, gewinnbringend und wahrscheinlich sinnvoll angelegt sehen.

1.3. Entscheidung für die verbleibende Finanzierung Ihrer Geschäftsidee

Es gibt viele Möglichkeiten, Ihr Geschäft zu finanzieren. Es ist möglich, eine Geschäftsidee zur Gründung oder Entwicklung Ihres Betriebs in ein profitables Geschäft zu verwandeln.

Abhängig von der Betriebsform, der Art und dem Volumen der Investition sowie der Lebensphase Ihres landwirtschaftlichen Betriebes wird die Palette der in Frage kommenden Möglichkeiten eingegrenzt.

Jeder Ansatz hat seine eigenen Vor- und Nachteile, die Sie bei Ihrer Wahl berücksichtigen sollten.

Das Vertragsrecht ist stark!

Sobald ein Vertrag abgeschlossen ist, tritt er mit allen seinen Folgen in Kraft:

- Finanzielle Konditionen (Zinsen, Ausschüttung, Laufzeit usw.)
- Entscheidungskompetenz
- Meldepflichten

usw.

► **NEHMEN SIE SICH ZEIT, UM ÜBER DIE ART DER FINANZIERUNG IHRES UNTERNEHMENS ZU ENTSCHEIDEN**

2. ENTSCHEIDENDE SCHRITTE UND VERMEIDBARE FEHLER

Investoren machen in der Regel intensiv von ihren Stimmrechten und Einflussmöglichkeiten Gebrauch. Auch wenn der Dialog zwischen Unternehmen und ihren Investoren wichtig ist. Begriffe wie Nachhaltigkeit, Stewardship oder Shareholder Engagement spielen eine immer wichtigere Rolle.

Die Trennung von Eigentum und Management eines Unternehmens bringt Herausforderungen mit sich. Aus ökonomischer Sicht führt die Trennung zu verschiedenen Informationsasymmetrien.

Diese können vom Landwirt ausgenutzt werden. Wenn dies ohne Sanktionen möglich ist, erhöht sich das Risiko eines opportunistischen Verhaltens des Landwirts.

Nach dieser Theorie sinkt die Leistung, wenn gute Leistung nicht angemessen belohnt und schlechte Leistung nicht angemessen bestraft wird.

Aber ja, diese Einschätzung hat mit der Klassifizierung aller Menschen als homo oeconomicus zu tun.

► NEHMEN SIE SICH ZEIT, UM IHR ZIEL UND DEN PROZESS ZUM ERREICHEN DESSELBEN KENNENZULERNEN

2.1. Wahrnehmung des Ziels

Die Erwartungen der Investoren sind vielschichtig

Das finanzielle Interesse ist klar und die geschäftliche Grundlage ist, dass der Investor für sein investiertes Geld "etwas" zurückbekommen möchte: eine Rendite in Geld, eine Sache zu erhalten oder sogar Einfluss zu nehmen oder Sinn zu schaffen. Die Erwartung des Anlegers hängt von seinem Anlagehorizont, Anlagestil etc. ab.

Darüber hinaus ist eine faire Information eine zentrale Anforderung an den Landwirt, wenn er Geld vom Investor annimmt. Der Fokus sollte auf einer aktiven (persönlichen) Kommunikation liegen. Die Informationen müssen nachvollziehbar und aktuell sein. Nur so kann eine Beziehung zwischen dem Landwirt und den Investoren aufgebaut werden, die beide zufriedenstellen kann.

Beziehung zwischen Unternehmen und Investor

Investor Relations - also die Kommunikationsbeziehung zwischen dem Landwirt und dem/den Investor(en) - spielt dabei die entscheidende Rolle. Um eine erfolgreiche Beziehung zu Investoren aufzubauen, sollte ein Unternehmen Folgendes beachten:

- Individualisierung von Informationen
- Verständliche, aktuelle Kommunikation - einfach aber vollständig
- Aktive persönliche Kommunikation; in guten und schlechten Zeiten

Individualisierung von Informationen

So etwas wie "den" Investor gibt es nicht. Die Kunst aus Sicht des Landwirts ist es, sich auf jeden Einzelnen einzustellen. Investoren haben sehr unterschiedliche Motivationen und Eigenschaften. Ein Landwirt sollte ein offenes und kooperatives Verhältnis pflegen und versuchen, die Informationsbedürfnisse bestimmter Investoren optimal und individuell zu erfüllen.

Verständliche, aktuelle und kontinuierliche Kommunikation

Investoren müssen Informationen nachvollziehen können, um sie zu bewerten. Dabei sind Fakten überzeugender als Prosa. Informationen sollten immer aktuell und so vollständig wie möglich sein. Investoren sollten kontinuierlich und zeitnah informiert werden und nicht nur, wenn das Unternehmen "gute Nachrichten" zu vermelden hat.

2.2. Wahrnehmung des Prozesses

Die Art und Weise, wie Sie einen Investor suchen und ansprechen, hängt davon ab, welche Art von Investor Sie suchen. In jedem Fall sollten Sie in der Lage sein, in wenigen Minuten zu erklären, warum die Idee, das Geschäft funktionieren wird und warum Sie die richtige Person sind, um Ihre Ideen zu verwirklichen.

Der Zugriff auf ein entsprechendes Netzwerk hilft natürlich.

Der grundsätzliche Ablauf ist wie folgt:

1. Konkretisieren Sie Ihre Geschäftsidee!
2. Prüfen und entscheiden Sie die Finanzierungsmöglichkeiten mit ihren positiven und negativen Auswirkungen!
3. Versetzen Sie sich in die Lage, Ihre Geschäftsidee/Ihr Projekt persönlich und mit geeigneten Unterlagen in kürzester Zeit zu beschreiben!
4. Erstellen Sie Ihr Exposé und bereiten Sie sich auf einen Pitch vor!

► **BEREITEN SIE SICH VOR; DANN NEHMEN SIE KONTAKT MIT DEM GEWÜNSCHTEN FINANCIER AUF**

2.3. Wahrnehmung des Investment-Teams

Ziel: Einen Investor finden, der tatsächlich investiert

Alle oben genannten Inhalte und Empfehlungen scheinen einfach zu sein.

Aber es ist eine große Herausforderung, sich so aufzustellen, ein eigenes Exposé zu erstellen, das relevante Netzwerk und dessen Kontakte zu erreichen und diese dann tatsächlich davon zu überzeugen, zu für Sie interessanten Konditionen in Ihr Unternehmen zu investieren.

Es ist ratsam, auf Ihrer Seite ein Investitionsteam zu bilden, in das Sie die relevanten Personen in Ihrem Unternehmen oder in Ihrem Netzwerk - insbesondere Experten auf dem Gebiet der Finanzierung - für das Ziel einbeziehen.

3. DEN INVESTOR ERREICHEN

Investoren können natürliche oder juristische Personen sein. Letztere sind institutionelle Anleger, zu denen Banken, Versicherungen, Fondsgesellschaften und Pensionsfonds gehören. Es wird zwischen drei Arten von Anlegern unterschieden: institutionelle Anleger, semiprofessionelle Anleger und Privatanleger.

Institutionelle Anleger verwalten nicht nur ihr eigenes Vermögen, sondern investieren auch fremdes Kapital.

Aus der Sicht des bürgerlichen Anlegers sind drei grundlegende finanzielle Ausrichtungen des Investierens zu berücksichtigen: Rendite, Sicherheit und Liquidität, das sogenannte "magische Dreieck des Investierens".

Da sich alle drei Faktoren gegenseitig beeinflussen, muss der Anleger bei der Suche nach der richtigen Anlage einem der Ziele den Vorrang geben.

Grundsätzlich gilt: Je höher die erwartete Rendite, desto größer ist das damit verbundene Risiko.

3.1. Vorhandene Investoren-Profile

Es gibt keine abschließende Liste der Investoren mit einer detaillierten Beschreibung der jeweiligen Beteiligungen.

- In welches Volumen investiert der Anleger?
- In welche Branchen investiert er?
- Wie risikoaffin oder risikoscheu ist er?
- Was sind seine Vorstellungen von Rendite?
- Wann will er die Rückgabe sehen?

► **ES GIBT EIN VIELFÄLTIGES FELD VON PROFILEN JE NACH IDEE, UMFANG UND GRÖSSE!**

► **GIBT ES EINEN WEITEREN TREIBER DES INVESTORS, WIE Z.B. DAS ERREICHEN VON IMPACT ODER EINE SINNVOLLE INVESTITION?**

► **STELLEN SIE SICH VOR, SIE WÜRDEN GELD IN DAS GESCHÄFT EINES ANDEREN INVESTIEREN: WAS WÄREN IHRE ALTERNATIVEN IM MOMENT? GIBT ES FÜR SIE EINE ANDERE MÖGLICHKEIT, IHR GELD SICHER, RENTABEL UND SINNVOLL ANZULEGEN?**

► **BLICK AUF IHR PROJEKT: IST ES SICHER? IST ES PROFITABEL? IST ES SINNVOLL?**

► **KÖNNTEN SIE MIR DAS BITTE ZEIGEN? ICH BIN EIN INVESTOR! DANN ZEIGE ICH IHNEN MEIN PROFIL!**

3.2. Auf den Investor zugehen

WAS SIE VERMEIDEN SOLLTEN

- **Missverständnisse:** Treffen Sie sich nicht mit einem Investor, nur um Ihren Marktwert zu testen oder zu überprüfen. Solche Anfragen sind gefährlich für den Ruf Ihres Unternehmens. Das gilt auch für Angebote mit von vornherein sehr hohen Preisvorstellungen. Ein seriöser Investor wird solche Bewerbungen schnell aussortieren.
- **Falsche Adressaten:** Hier müssen Sie als Unternehmer mit Ihren Beratern eine gründliche Vorauswahl treffen, welche Investoren mit ihrem Profil die richtigen sind.
- **Fokus auf nur einen Investor:** Investoren wollen sich an hochinteressanten Unternehmen zu vernünftigen Konditionen beteiligen. Am wohlsten fühlen sie sich, wenn sie einen exklusiven Blick auf ein Unternehmen werfen und es auf Herz und Nieren prüfen können. Für Sie ist dies jedoch riskant. Wenn das Geschäft nach monatelanger Prüfung nicht zustande kommt, verlieren Sie wertvolle Zeit.
- **Handeln ohne Berater:** Auch kleinere Unternehmen sollten nicht auf die Expertise von bewährten Beratern verzichten. Der Berater kann den Prozess strukturieren und professionell steuern. Wenn nötig, kann er auch Kontakte initiieren.

3.3. Präsentation Ihres Konzepts

In den meisten Fällen haben Sie bei jedem Investor nur eine Chance, ihn von Ihrer Geschäftsidee zu überzeugen. Also müssen Sie diese Chance bestmöglich ausnutzen. Es gibt nicht das eine perfekte Modell für die Präsentation Ihres Unternehmens.

In vielen Fällen können die Präsentationsformen auch aufeinander aufbauen, denn im besten Fall wollen Investoren nach und nach mehr erfahren.

- **One-Pager:** Mit dem One-Pager listen Sie die wichtigsten Eckdaten Ihres Unternehmens auf nur einem Blatt auf. Dadurch soll der Investor einen ersten Eindruck von Ihrem Unternehmen bekommen und kann dann entscheiden, ob er mehr darüber erfahren möchte.
- **Pitchdeck oder Exposé:** Das Pitch Deck ist eine Präsentation von etwa 10 bis 15 Seiten. Es dient dazu, die Idee des Unternehmens näher zu erläutern und dem Investor tiefer gehende Informationen zu geben.

- **Geschäftsplan:** Schließlich gibt es noch den Businessplan, in dem es um die komplette Umsetzung der Geschäftsidee geht, einschließlich der Finanzzahlen. Investoren legen besonderen Wert auf den Finanzplan und entscheiden sich oft auf Basis dieses Plans für oder gegen ein Unternehmen.

Ganz gleich, welche Art von Investor Sie oder Ihr Investment-Team identifizieren:

► **BEREITEN SIE SICH DARAUF VOR, EINEN ONE-PAGER, EIN EXPOSÉ, EIN PITCH DECK UND EINEN BUSINESSPLAN ZU ERSTELLEN**

Ihre Zeit ist mindestens so kurz wie die Zeit eines Investors.

► **AUF EINEN INVESTOR ZUZUGEHEN BEDEUTET, SICH AUF DER UNTERNEHMERISCHEN EBENE ZU TREFFEN**

PITCH DECK IN 12 FOLIEN	BUSINESSPLAN IN 10 SCHRITTEN	FINANZPLAN IN 7 SCHRITTEN
<ol style="list-style-type: none"> 1. Die Titelfolie/Einleitung 2. Das Team 3. Das Problem 4. Die Lösung 5. Das Produkt oder die Dienstleistung 6. Der Markt 7. Das Alleinstellungsmerkmal 8. Der Wettbewerb 9. Das Geschäftsmodell 10. Der Proof of Concept 11. Der Finanzierungsbedarf 12. Die Kontaktdaten 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Idee, Angebot und Zielgruppe 2. Markt und Wettbewerb 3. Visionen und Ziele 4. Ihre Strategie 5. Marketing 6. Rechtliche Aspekte und Steuern 7. Gründungsteam und Organisation 8. Finanzen 9. SWOT-Analyse 10. Kurzfassung 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Umsatz planen 2. Erfassen Sie die Kosten 3. Anlaufkosten nicht vergessen 4. Investitionsplanung 5. Liquiditätsplanung 6. Finanzierungsplan 7. Rentabilitätsberechnung

- **One-pager:** Mit einem Wort, sagen Sie mir, was Sie vorhaben und wie Sie dieses Geschäft finanziell planen. Was ist für mich drin?

► **AUF EINEN INVESTOR ZUZUGEHEN BEDEUTET, SICH AUF UNTERNEHMERISCHER EBENE ZU TREFFEN**

SCHLUSSFOLGERUNGEN

Die wichtigsten Erkenntnisse, die Sie aus diesen Modulen ziehen sollen, sind:

1. **Interessen abgleichen:** Welches Anleger-/Investorenprofil passt zu mir?
2. **Informationen austauschen:** was wollen Investoren eigentlich wissen?
3. **Suchen Sie nicht nur Geld, sondern auch** Netzwerke, Reichtum an Wissen und Erfahrung.
4. **Nutzen Sie Feedback,** seien Sie aufgeschlossen!
5. **Bleiben Sie realistisch,** verlieren Sie nicht die Bodenhaftung, auch wenn Sie vielleicht einmal sehr erfolgreich sind!
6. **Auf den Punkt gebracht:** Die Zeit ist immer knapp!
7. **Seien Sie glaubwürdig.** Bleiben Sie bei der Wahrheit über Sie und Ihr Unternehmen. Sie streben eine dauerhafte Unterstützung an.
8. **Seien Sie ein Team:** Arbeiten Sie als Team nicht nur im operativen Betrieb, sondern auch in Ihrem Finanzierungsansatz.



REFERENZEN/LINKS

- Quellen und Arbeitserfahrungen von Hof und Leben (HuL)

ZUSÄTZLICHE RESSOURCEN

Wie man aufstellt:

- <https://www.youtube.com/watch?v=AQ2PIP45NQQ&t=150s>
- <https://www.youtube.com/watch?v=1oJkeT3QVOQ>

Deutschland:

- <https://www.fuer-gruender.de/wissen/geschaeftsidee-finden/how-to-startup/>
- <https://www.junge-gruender.de/finanzierungsarten/>

PROJEKT-PARTNER



PROJEKT-KOORDINATOR

The European Council of Young Farmers (CEJA), Belgien
www.ceja.eu



Hof Und Leben (HuL), Deutschland
www.hofundleben.de



On Projects Advising (OnP), Spanien
www.onprojects.es



Folkuniversitetet (FU), Schweden
www.folkuniversitetet.se



Agricoltura E' Vita (AéV), Italien
www.agricolturavita.it



Asociace soukromého zemědělství ČR
The Association of Private Farming of Czech Republic (APF CR),
Tschechische Republik
www.asz.cz



Union de agricultores y ganaderos - jóvenes agricultores de Jaén (COAG-Jaén), Spanien
www.coagjaen.es

Soziale Medien

Facebook: [@farminfin](https://www.facebook.com/farminfin)
Twitter: [@farminfin](https://twitter.com/farminfin)

Projekt-Website

www.farminfin.eu



Finanziert von der Europäischen Union. Die Unterstützung der Europäischen Kommission für die Erstellung dieser Veröffentlichung stellt keine Billigung des Inhalts dar, der nur die Ansichten der Autoren widerspiegelt, und die Kommission kann nicht für die Verwendung der darin enthaltenen Informationen verantwortlich gemacht werden.
Projekt-Nr: 2019-1-BE01-KA202-050397