

Cases for Aktiebaseret og Rewardbaseret crowdfunding

I løbet af 2016 er der i samarbejde med SAGRO udvalgt to landmænd, som vurderes egnet til at kunne rejse kapital ved hjælp af henholdsvis Aktiebaseret og Rewardbaseret crowdfunding. Dette notat præsenterer forretningsplanerne for begge cases til brug for præsentation overfor interesserede crowdfunding-platforme.

Udvælgelse af cases

Vurdering og udvælgelse af cases er sket på baggrund af en indledende screening af potentielle emner, udtaget af SAGRO. Fundamentet for vurderingen har været præsentation af skriftlige oplæg fra SAGRO for en udvalgt gruppe af økonomi-, jura- og skatteeksperter med kendskab til crowdfunding.

Efter udvælgelse har ekspertgruppen sammen med repræsentanten fra SAGRO besøgt landmændene for yderligere evaluering og godkendelse af konceptet bag idéen samt valg af crowdfunding-metode. Efterfølgende har SAGRO og landmændene arbejdet videre med deres koncepter og udviklet en forretningsplan til præsentation overfor interesserede crowdfunding-platforme.

Case 1: Havskovgrisen

November 2016

Indhold

Case 1: Havskovgrisen	1
Vision	2
Ide	2
Forretningsgrundlag	2
Markedsbeskrivelse	3
Salg/distribution	3
Markedsføring	3
Virksomhedens perspektiv	3
Økonomi	4
Finansiering	4

Vision

Havskovgrisens vision er via et fællesskab af danskere at skabe mulighed for at lave et gourmetprodukt, der er opvokset efter bæredygtighedsprincippet. Vi skal give danskerne muligheden for at vælge mellem traditionelle danske svin i stalde og økologiske medicinfri svin opvokset på friland.

Ide

Baggrunden for Havskovgrisen er et ønske om at etablere økologisk frilandsproduktion som et alternativ til Idemand bag Havskovgrisens nuværende traditionelle produktion med 2.100 søer drevet konventionelt. Havskovgrisen skal give forbrugeren mulighed for at vælge!

Der påtænkes et setup, hvor grisene kan følges 24/7 på webcam med mulighed for rundvisning for interesserede. Formålet er tydeligt at vise forskellen på konventionel og økologisk frilandsproduktion.

Ideen er at indgå et samarbejde med en lokal slagter, der kan forarbejde dyrene. Det er vigtigt, at slagtingen foregår humant og med respekt for dyrevelfærd. Bibeholdelse af smagen er altafgørende, hvorfor kødet ikke må lynfryses i frysetunneller. Kødet skal have tid til få smag og kraft.

Forretningsgrundlag

Ønsket er at etablere en økologisk frilandsproduktion af medicinfri grise med slagtesvinsproduktion. Størrelsen af produktionen er som udgangspunkt på 100 søer og afhænger af muligheden for at finde den rette ejendom. Beliggenheden er i Lemvigområdet, så grisene er opdrættet i "den vestjyske muld med saltet fra Vesterhavet som hverdag".

Det er meget vigtigt for Havskovgrisens selvforståelse, at arbejdsgangene er gennemskelige. Medejere (Crowd) er altid velkomne, så de kan være vogtere for, at bæredygtighedsprincippet bliver efterlevet

hver dag. Udover 24/7 webcams vil omverdenen kunne følge produktionen på sociale medier og med egne øjne i "besøgstalden".

Markedsbeskrivelse

Der findes en række danske landmænd, der driver økologisk frilandsproduktion. Havskovgrisen er banebrydende, fordi der også fokuseres på en bæredygtig opvækst uden brug af medicin og med fuld fokus på slagting, der er den afgørende fase for smagen i kødet.

Havskovgrisen er det eneste økologiske storskala-frilandsprodukt, der ikke slagtes vha. frysetunneller, hvor kødets fibre sprænges og kraften/smagen mindskes. Det sikres, at kødet nedfryses langsomt, så fibre opretholdes og smagen indkapsles.

Den største konkurrent er lavprisprodukter fra grise, der har tilbragt hele deres liv i stalde uden økologisk foder. Havskovgrisen vil være dobbelt så dyr som disse produkter, så danskerne skal ville gourmet, ingen medicinforbrug, økologi og bæredygtighed.

Salg/distribution

Landmanden varetager driften og produktionen.

I tæt samarbejde med den lokale slagter garanteres en smagfuld tilberedning af kødet. Det er slagteren, der varetager salget og distributionen af kødet. Målet er dag-til-dag levering til hele Danmark under forudsætning af, at kunden bestiller før kl. 12:00. Bestillinger kan enten ske online eller pr. mail.

Der afholdes ligeledes en årlig "Crowd-dag", hvor aktionærer inviteres til et arrangement på ejendommen, hvor de kan tilse dyrene og (måske) udvælge julegrisen.

Aktionærer får ydermere mulighed for at købe kød med 20 % rabat. Rabatten gælder dog maksimalt en ½ gris pr. aktie. pr. år.

Markedsføring

Danmark er kerneområdet, og Havskovgrisen markedsføres via sociale medier, men i høj grad også via aktionæerne (Crowd), der fungerer som ambassadører. Havskovgrisen kan startes op uden brug af crowdfunding, men hele konceptet beror på at give danskerne mulighed for at vælge mellem konventionel og full-line økologisk kød. Derfor skal der skabes et fælleskab, som er med til at udbrede kendskabet til Havskovgrisen.

Målet er et årligt salg af ca. 250.000 kg kød. Heraf antages, at ca. 15.000 kg kan sælges til aktionærer, hvilket betyder, at resterende 235.000 kg skal sælges gennem Havskovgrisens og slagterens kundekreds.

Virksomhedens perspektiv

Som udgangspunkt skabes virksomheden for at give danskerne mulighed for at vælge kvalitet, når de køber svinekød. Produktionen foregår i den frie natur på kanten af Vesterhavet uden brug af medicin og udelukkende med økologisk foder.

Hovedformålet for iværksættelsen er ikke økonomisk afkast, men derimod at udbrede sunde danske råvarer. Derfor bliver 10 % af det årlige overskud givet tilbage til naturen i form af støtte til bæredygtige naturprojekter.

Såfremt danskerne efterspørger flere råvarer fra Havskovgrisen, er ejer indstillet på at udvide produktionen, hvis det kan lade sig gøre uden at gå på kompromis med virksomhedens idealer.

Økonomi

Konceptet beror på, at produktionen etableres i lejede stalde. Derfor skal virksomheden udelukkende afholde etableringsudgifter til inventar, besætning og beholdninger af foder mm.

Etableringsomkostninger:			
Inventar			1.000.000
Besætning	-100	2.500	-250.000
Beholdninger			-250.000
Indkøringstab			-200.000
Investeringer i alt			1.700.000
			-
Indskud fra Crowd	300	5.000	1.500.000
Kassekreditramme			-200.000

Årsbudget er opstillet som nedenstående:

Budget årligt			
DB pr. so	100	10.000	1.000.000
Energi	-500	100	-50.000
Løn	-12	50.000	-600.000
Vedligehold	-12	10.000	-120.000
Diverse omkostninger			-75.000
Kapacitetsomkostninger			-845.000
Resultat før finansiering			155.000
Finansieringsomkostninger	-5%	200000	-10000
Årligt resultat			145.000

Finansiering

Der ønskes en aktiebaseret funding-model, hvor landmanden ejer A-aktier (bestemmende), mens crowdfunding-aktionærene ejer B-aktier. Som udgangspunkt skal aktierne sælges til 5.000 kr. pr. stk. Målet er at rejse minimum 1,5 mio. kr. ved aktiesalget.

Landmanden eller andre kan tilbagekøbe aktier til den aktuelle kurs på aktier. Værdien er styret af udbud og efterspørgsel.

Kassekreditten skal skaffes i et dansk pengeinstitut, men da beløbet er et forholdsvis mindre beløb, anses dette for muligt.

Case 2: Meat from Dick

November 2016

Indhold

Case 2: Meat from Dick.....	6
Vision.....	6
Ide.....	6
Forretningsgrundlag.....	7
Markedsbeskrivelse.....	7
Salg/distribution.....	7
Virksomhedens perspektiv.....	7
Økonomi / Finansiering.....	7

Vision

Visionen for "Meat from Dick" bygger på naturlig produktion af dansk kalvekød. I stedet for at sende kalvene til opfodning i Holland skal de græsse på naturområderne omkring ejendommen. Kalvene skal have daglig motion i naturen til opbygning af muskler, så kødet bliver sundt og mørt til gavn for forbrugeren.

Sideløbende med produktionen af gourmetkalve etableres et event-koncept, hvor interesserede kan få unikke oplevelser i uberørt natur. Deltageren får oplevelser for livet med Dick som personlig rundviser.

Ide

Dick vil lukke sine tyrekalve på græs i uberørte naturområder, hvor dyrene motioneres dagligt og selv græsser foder. Dermed sikres dyrevelfærd og den naturlige produktion af kød. Investorer forpligter sig til at købe en hel kalv ved opstart af projektet. De følgende år kan aktieholdere få 10 % rabat og i øvrigt aktivt vise, at man støtter kampen for bæredygtigt opdræt af kalve.

Investorer og andre interesserede forbrugere får mulighed for at følge opvæksten af deres egen kalv, så man er sikker på, at den er opvokset i pagt med naturen i respekt for dyrets naturlige adfærd. Det sikres ved dagligt at følge dyrene via webcam eller på Facebook-opdateringer om livet hos Dick. Man er ligeledes velkommen til at kigge forbi eller deltage i de årlige eventdage.

Købet fra Meat From Dick skal ses som en helhed, hvor man ligeledes etablerer et event-koncept, hvor forbrugeren får naturoplevelser. Det er grundlæggende en oplevelsesvirksomhed på landet, der bliver en integreret del af kalveproduktionen. Investorerne skal forestille sig, at de kan cykle mellem køerne og senere skal drive dem samme vha. hyrdehund. Efter en udfordring i majs-labyrinten, mødes de til fælles madlavning og spisning. Dick er stedet hvor der prøves grænser af, hvor man udvikler sig selv, og hvor man er med til at sikre sig selv og andre frisk kød fra kvæg, der er opvokset naturligt og med respekt for dyrevelfærd.

Forretningsgrundlag

Grundlæggende er virksomheden finansieret ved en relativ merpris på salget af kalvekød. Forbrugerens incitament til at købe kødet er hovedsageligt, at man støtter landmænd, der vælger at bruge tid og energi på opdræt af kalve i respekt for deres naturlige adfærd og med stærk fokus på dyrevelfærd. Derudover får forbrugeren også mulighed for at bringe sin familie og venner med ud på landet og få oplevelser i den danske natur.

Opstartsomkostningen estimeres til 500.000 kr., som søges rejst gennem rewardbaseret crowdfunding.

Markedsbeskrivelse

Markedet for denne type virksomhed er betydelig, men der findes meget få sammenlignelige virksomheder.

På det danske marked findes der mange udbydere af specialopdrættet kalvekød, der normalvis distribueres via gårdbutikker og i mindre omfang via specialbutikker og COOP. Det unikke ved dette koncept er, at forbrugeren selv kan følge opvæksten af sin egen kalv. Dette kan gøres via Facebook, nyhedsbreve, webcam eller ganske enkelt ved, at forbrugeren besøger gården. Dermed er sporbarheden 100 %, og forbrugeren kan selv kvalitetssikre sit kød.

Målgruppen er danske forbrugere. Sagro anslår, at 4 mio. danskere ugentligt spiser kød, hvor 5 % er interesseret i at købe bæredygtigt kød på linje med konceptet "Meat From Dick". Dermed er den potentielle målgruppe 200.000 danskere, som vurderes at være tilstrækkeligt kundegrundlag til at løfte konceptet fra "Meat From Dick".

Salg/distribution

Kødet skal slagtes på lokalt slagtehus, hvor det skæres op som finpartering. Dermed får forbrugeren leveret færdigpakkede produkter, der er klar til fryser og direkte forbrug. Kalvene (150 stk. årligt) skal sælges gennem crowdinvestorer og deres netværk. Målet er at arrangere en investorkreds, der engagerer sig i konceptet, fordi de kan lide ideen bag kødet. Derudover får de muligheden og kan se frem til rundture med Dick, hvor de kan stresses af og nyde naturens mange oplevelser.

Når forbrugeren skal have leveret sin kalv, skal der selvfølgelig laves en tur ud af det, så man selv møder op på slagteriet og får dyret udleveret. Det er også muligt at få leveret kødet, hvis dette ønskes.

Virksomhedens perspektiv

Initiativet er ikke sat i verden for at skabe en enorm profit. Det er derimod skabt for at bringe forbrugeren tættere på landbruget og ikke mindst den danske natur. Deltagere i konceptet "Meat From Dick" skal købe kødet, fordi de tror på visionen, og fordi de vil vise, at de tager ansvar for dyrevelfærd og samtidig gerne vil opleve den danske natur på en anderledes måde.

Dermed er perspektivet for virksomheden ikke, at det skal køres op i storskala, såfremt efterspørgslen ellers tillader dette.

Økonomi / Finansiering

Etableringssummen på kalveproduktionen er 500.000 kr. Dette går primært til besætningsudvidelse på kalve, omkostninger til indendørsfaciliteter, hegn og diverse aktiver til naturaktiviteterne.

DB pr. kalv anslås til 4.500 kr.

Pasningsomkostninger og renteomkostninger anslås til 3.000 kr. inkl. omkostninger til event-setup. Det resterende beløb går til aflønning af Dick i forbindelse med rundture og udvikling af konceptet. Dermed sikres, at produktionen kontinuerligt får reetableret de berørte naturområder, som kan gives videre til kommende generationer som rå dansk natur.

Etableringsomkostningerne finansieres gennem rewardbaseret crowdfunding, hvor kunderne får gratis adgang til de 2 årlige arrangementer samt mulighed for altid at køre ud og se dyrene på græs mm.

Indskuddet for deltagelse i projektet er ikke begrænset til et bestemt beløb. Såfremt man ønsker at bidrage til initiativet, hvor danske kalve opdrættes i naturlige omgivelser med respekt for dyrevelfærd, så indbetaler man blot den bidragsstørrelse, man ønsker. Dog er bidragsstrukturen opstillet således, at man trinvis opnår fordele afhængig af bidragsstørrelsen. Denne er beskrevet nedenfor:

Bidragsstørrelse

1 – 999 kr. = Vi takker ydmygt for støtten. Dit navn nævnes på vores facebookgruppe og hjemmeside som tak for støtten.

1.000 - 4.999 kr. = Dit navn nævnes på vores facebookgruppe og hjemmeside som tak for støtten. Du får ligeledes ret til at købe kalvekød med 10 % rabat.

5.000 kr. og derover = Dit navn nævnes på vores Facebookgruppe og hjemmeside som tak for støtten. Du får ligeledes ret til at købe kalvekød med 10 % rabat og har mulighed for at deltage i 2 årlige arrangementer på gården, hvor du vil få unikke oplevelser, der tager sit udgangspunkt i naturens mange oplevelser anført af engageret rundviser.