



BLUE POWER

Crowdfunding - eine Kampagne

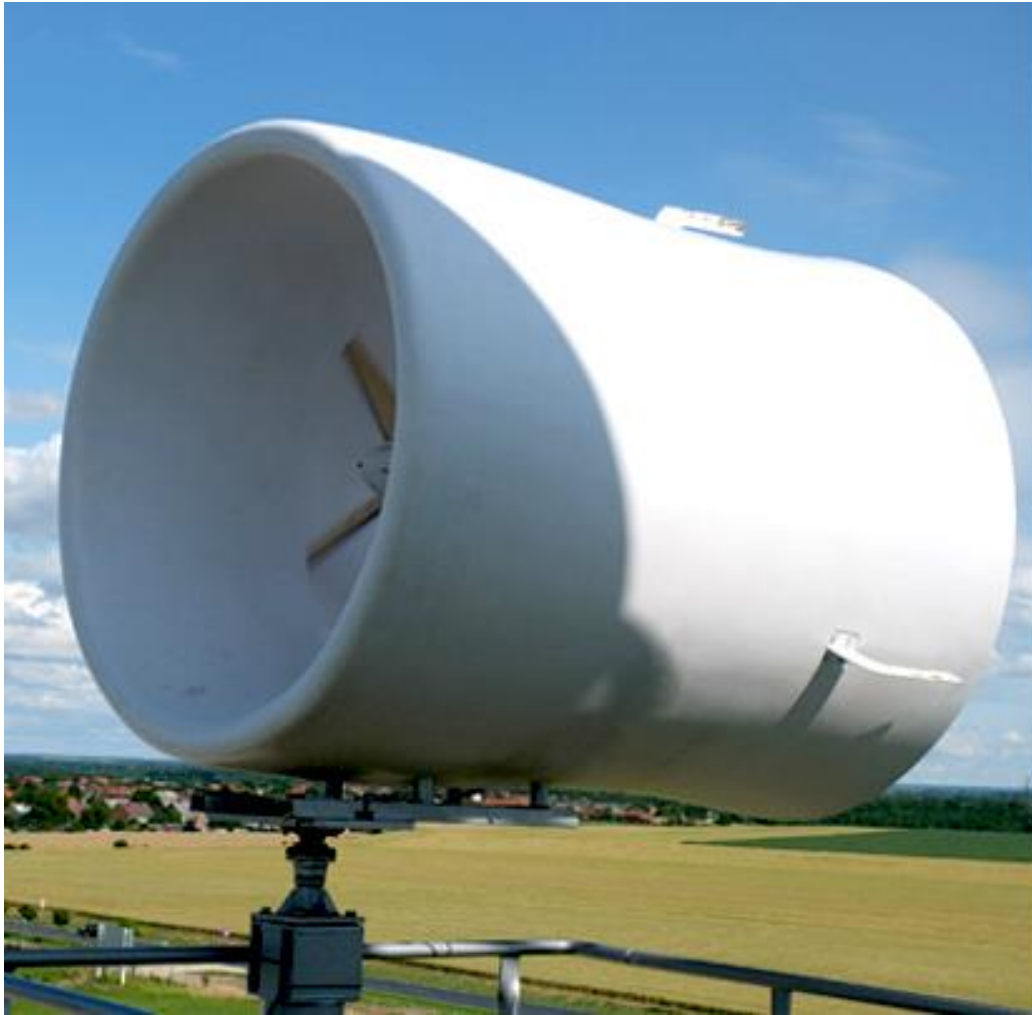
Herbert GÖSWEINER (Blue Power GmbH)

www.bluepower.at

<https://www.greenrocket.com/investmentchancen/blue-power>



Produkte: BlueONE





BLUE POWER

Daten: BlueONE

Nennleistung 1.000 W

Nennwindgeschwindigkeit 13 m/s

Einschaltwindgeschwindigkeit 3 m/s

Durchmesser 1,07 m

Überstrichene Fläche 0,90 m²

Blattanzahl 5



BLUE POWER

Produkte: BlueTEN



www.bluepower.at



BLUE POWER

Daten: BlueTEN

Nennleistung	10 kW
Nennwindgeschwindigkeit	18 m/s
Einschaltwindgeschwindigkeit	3 m/s
Durchmesser	2,18 m
Überstrichene Fläche	3,73 m ²
Blattanzahl	5



Herausforderungen Kleinwindkraft- Fragen in der Kampagne

- >> Integration in bewohnten Gebiete
- >> Netzintegration (Speicherung, etc.)
- >> hohe Qualität, Schaffung von Standards
- >> Abbau emotioneller Hemmschwellen (Optik, Geräusch)
- >> Politik- örtliche Ebene
- >> Schaffung Mehrwert (Strom allein zuwenig)



Crowdfunding – eine Kampagne

- Plattform greenrocket.at: - FACTS
 - >> patriachalisches Nachrangdarlehen, 8 Jahre
 - >> einfache Abwicklung über greenrocket.at + Partner
 - >> Zinssätze 3% bzw. 1%, Bonusaktionen, Partizipation am Mehrwert
 - >> Reporting über die Crowdfundingplattform
 - >> Erfolgsfaktoren bei Unternehmenswertsteigerung



BLUE POWER

Crowdfunding - eine Kampagne

- ERFOLGSFAKTOREN

- >> Vorbereitungsaufwand- sauberer Businessplan, Vernetzung Steuerberater, Consulting zur Einschätzung des Unternehmens
- >> social media als treibender Bestandteil
- >> entscheidender Faktor: Newsflow und Jahreszeiten
- >> Newsflow, Stories sollten vorher eingetaktet sein



Crowdfunding - eine Kampagne

- Allgemeine Schlussfolgerungen
 - >> Zeitgeist: Lifestyle Produkte und Wellnessprodukte (Trinks, Essen, Wohlfühlmittel) sind im Vorteil beim Crowdinvest
 - >> Techs haben erheblich höheren Erklärungsbedarf
 - >> oft nicht Ökonomie, sondern reine Emotion entscheidet über Investment oder Noninvestment



Crowdfunding - eine Kampagne

- Investoren Facts:
 - >> 81% Österreicher
 - >> 19% Deutschland
 - >> 6% Frauen
 - >> 94% Männer
 - >> mittlere Investition € 900



Crowdfunding - eine Kampagne

- TODOs:
 - >> Internationalisierung des Fundraisings der Kleinwindkraftszene in Österreich
 - >> können auch Frauen für Risiko(kapital) begeistert werden? Wo bleibt das Gendern hier?
 - >> emotioneller Verkauf von Tech- Start ups



VIELEN DANK
und ein
HERZLICHES WILLKOMMEN IHRES INVESTMENTS auf

<https://www.greenrocket.com/investmentchancen/blue-power>



BLUE POWER