EUROPEAN UNION

KISALFÖLDI VÁLLALKOZÁSFEJLESZTÉSI ALAPÍTVÁNY

REGIONALENTWICKLUNG OSTSTEIERMARK

Interreg Austria-Hungary
European Union – European Regional Development Fund
Shop of Region

Modelle für Trägerschaft und Betriebsorganisation

Shop of Region

retail | branding

FREI RAUM

0

Struktur

I. Modelle für Betriebsorganisation und Trägerschaft

1. Mögliche Betreibermodelle

2. Formen der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit

3. Geeignete Rechtsformen nach ungarischem Recht

4. Geeignete Rechtsformen nach österreichischem Recht

5. Finanzierungsbedarf und Finanzierungsmöglichkeiten am Beispiel eines Shop of Region in Wien

1.MÖGLICHE BETREIBERMODELLE

1. 1. EINZELUNTERNEHMEN

Die große Mehrheit aller Betriebe werden von einem Unternehmer bzw. einer Unternehmerin gegründet und sind zu 100% Eigentum des Gründers oder der Gründerin. Das hat zahlreiche Vorteile:

Der Gründer bzw. die Gründerin investiert und riskiert das eigene Kapital, profitiert vom Erfolg des Unternehmens, ´trägt aber auch die Lasten eines Misserfolgs. Folglich ist ein Gründer oder eine Gründerin sehr daran interessiert, dass das Geschäft erfolgreich wird und ist folglich bereit, sehr viel Zeit und enormes persönliches Engagement zu investieren.

Wenn der Gründer oder die Gründerin die erforderliche Erfahrung und die persönlichen Eignungen mitbringt, wird das Projekt mit hoher Wahrscheinlichkeit erfolgreich sein.

Aus diesem Grund wurde im Rahmen von Shop of Region sowohl in Österreich als auch in Ungarn nach Personen gesucht, die Interesse haben, selbst als Unternehmer:in einen Shop of Region zu eröffnen. Es konnten auch ein paar Interessent:innen gefunden werden, letztlich haben aber alle Interessent:innen wieder abgesagt. Das Hauptproblem für die Interessent:innen bestand darin, dass die Gründung eines Shop of Region in Wien den Umzug nach Wien erfordert hätte. Es sind aber alle Interessent:innen aus der Region gekommen. Dazu kommt, dass das Konzept des Einzelunternehmens auch einen erheblichen Nachteil hat. Es ist anzunehmen, dass das entsprechende Geschäft nicht im Interesse der Regionen, sondern in erster Linie im Interesses des Betreibers geführt wird und auch so nach außen wahrgenommen wird, was nicht im Sinne der Idee ist.

1.MÖGLICHE BETREIBERMODELLE

1. 2. EINZELUNTERNEHMEN MIT BETEILIGUNGEN

Die zweite Möglichkeit besteht darin, dass es auf der einen Seite eine/n eindeutige/n Unternehmer/in gibt, der die Hauptfinanzierung übernimmt, die Hauptverantwortung trägt, Entscheidungen alleine treffen kann und den größten Anteil am Erlös hat.
Gleichzeitig werden aber weitere Gesellschafter in das Unternehmen mit eingebunden. Diese Einbindung kann auf vielfältige Weise erfolgen. Möglichkeiten sind zum Beispiel Minderheitsgesellschafter in einer GmbH oder typische oder atypische stille Gesellschafter in einem Einzelunternehmen.
Dieses Modell vereint grundsätzlich die Vorteile eines Einzelunternehmens mit den Vorteilen einer GmbH. Es gibt auf der einen Seite eine/ motivierte/n und engagierte/n Unternehmer/in, der oder die sich intensive beim Aufbau des Unternehmens engagiert. Gleichzeitig gibt es weitere aktive Gesellschafter, die die Finanzierung des Starts erleichtern und ihr Know How bereitstellen. Dieses Modell hat den zusätzlichen Vorteil, dass über die Minderheitsgesellschafter die Bindung zur Region dauerhaft erhalten bleibt. Diese Variante war deshalb auch die bevorzugte Variante im Projekt. Allerdings verlangt auch diese Variante nach einem risikobereiten Gründer oder einer risikobereiten Gründerin. Es ist allerdings bisher nicht gelungen, eine Person fix für dieses Vorhaben zu gewinnen.

1.MÖGLICHE BETREIBERMODELLE

1.3. KOOPERATIVES UNTERNEHMEN

Die dritte Möglichkeit besteht schließlich darin, dass der Shop of Region von einem kooperativen Unternehmen geführt wird, das im Besitz von mehreren oder vielen Gesellschaftern ist. Wenn kein/e Gründer/in gefunden wird, der oder die Interesse hat, den Shop of Region aufzubauen, bleibt nur mehr diese Möglichkeit. Im Vergleich zum Einzelunternehmen hat diese Variante aber auch erhebliche Vorteile. Wenn regionale Produzenten gleichzeitig Gesellschafter des Shop of Region sind, bleibt die Verbindung zwischen Shop of Region und Region dauerhaft erhalten. Die größere Anzahl an Gesellschaftern erleichtert auch die Finanzierung. Schließlich kann das Know How einer großen Anzahl von professionellen Lebensmittelunternehmen für den Start genutzt werden, was den Erfolg entsprechend wahrscheinlicher macht.

Vor allem in der Oststeiermark hat sich gezeigt, dass es ein großes Interesse von Lebensmittelproduzenten gibt, sich an einem solchen Konzept zu beteiligen. Das hat möglicherweise auch damit zu tun, dass viele oststeirische Produzenten selbst kooperative Unternehmen meist in Form von Genossenschaften sind und sich diese Form über Jahrzehnte hinweg bewährt hat.

1.3. SCHLUSSFOLGERUNGEN FÜR DEN SHOP OF REGION

Das einfachste und kurzfristig erfolgreichste Modell ist der Betrieb des Shop of Region durch ein Einzelunternehmen. Im Zuge des Projektes wurden diesbezüglich zahlreiche Gespräche mit interessierten Einzelunternehmen geführt.
Eine sehr vorteilhafte Variante ist auch das Einzelunternehmen mit Beteiligung und Unterstützung von anderen Unternehmen. Auch dieses Modell wurde den Interessent:innen vorgestellt und war eine interessante Alternative für die involvierten Interessent:innen. Da sich letztlich aber keine konkreten Personen für eine Gründung gefunden haben, wurde das kooperative Betreibermodell weiter verfolgt. Hier hat sich eine Gruppe von konkreten Interessenten gefunden, die derzeit an der Verwirklichung des Shop of Region arbeiten.

2

BILATERALE KOOPERATION

2. MÖGLICHKEITEN DER GRENZÜBERSCHREITENDEN ZUSAMMENARBEIT

2. 1. BILATERALES UNTERNEHMEN

Ziel des Projektes Shop of Region ist es, gemeinsam neue Vertriebsschienen von österreichischen und ungarischen Produzenten im Ballungsraum Wien und in anderen Ballungsräumen aufzubauen.

Im Projekt wurde deshalb zu Beginn ein gemeinsames Unternehmen angedacht, an dem sich sowohl Produzenten aus Österreich als auch aus Ungarn beteiligen. Ein solches Unternehmen müsste entweder nach österreichischem Recht mit Sitz in Österreich oder nach ungarischem Recht mit Sitz in Ungarn gegründet werden. Bei der Analyse der Machbarkeit zeigten sich dann aber eine Reihe von Problemen:

Die Produzenten zeigten sich zwar grundsätzlich offen für die Idee, kein Produzent war aber bereit, sich an einem Unternehmen im Nachbarland zu beteiligen, da sie die dortige Rechtssituation zu wenig kennen und als kleine oder mittlere Betriebe auch nicht ausreichend Ressourcen dafür haben. Kleine ungarische Betriebe können sich nicht vorstellen, sich an einer österreichischen Gesellschaft zu beteiligen. Im Gegenzug können sich österreichische Betriebe nicht vorstellen, sich an einer ungarischen Gesellschaft mit ungarischem Recht zu beteiligen.

2 BILATERALE KOOPERATION

Als zweites Problem wurde die sprachliche Herausforderung genannt, da es nach Meinung der Produzenten unumgänglich ist, in einer Gesellschafterversammlung ohne Dolmetscher direkt zu kommunizieren. Als Verkehrssprache für die Gesellschafterversammlung würde grundsätzlich Ungarisch, Deutsch oder Englisch in Frage kommen. Keine dieser Sprachen wird aber von allen Produzenten in einem ausreichenden Maße beherrscht.

Ein weiteres Problem betrifft die Frage der Gesellschaftermehrheit in der Gesellschafterversammlung. Im Gesellschaftsrecht erfahrene Experten haben darauf hingewiesen, dass die Beteiligungen unbedingt so gestaltet werden sollten, dass es zu klaren Mehrheiten kommt. Keinesfalls sollen Gesellschaften so gestaltet sein, dass es leicht zu Pattstellungen kommt, die die Gesellschaften lähmt. Bei Gesellschaften mit bilateraler Beteiligung müssten dann entweder die Gesellschafter aus Österreich eine Mehrheit haben oder die Gesellschafter aus Ungarn. Es zeigte sich jedoch, dass beides für die jeweils andere Gruppe nicht konsensfähig ist.

Schließlich tauchte noch die Frage der Vermarktung des Shop of Region auf. Wenn man sich gegenüber den Konsumenten als Shop of Region präsentiert, muss man auch Auskunft geben, welche Region in diesem Shop vermarktet wird. Die Ursprungsidee bestand darin, sich mit Waren aus Österreich-Ungarn zu präsentieren. Umfragen in Wien zeigten jedoch, dass die Konsumenten mit diesem Begriff in Zusammenhang mit Lebensmittel nichts anfangen konnten. Damit ein Shop of Region erfolgreich sein kann, muss er eine konkrete bekannte Region vermarkten wie zum Beispiel Kisalföld oder Oststeiermark.

2

BILATERALE KOOPERATION

1.2. UNILATERALE UNTERNEHMEN MIT BILATERALER KOOPERATION

Die zweite Möglichkeit für gemeinsame Vertriebsaktivität besteht darin, eigenständige regionale Shops mit regionalen Marken aufzubauen, sich aber mit Erfahrung, Know How und gegenseitiger Bereitstellung von Vertriebsmöglichkeiten grenzüberschreitend zu unterstützen.

Bei diesem Modell gründet ein oder mehrere Unternehmen aus der Oststeiermark einen Oststeiermark-Shop in Wien und ein oder mehrere Unternehmen aus dem Komitat Győr-Moson-Sopron einen eigenen Shop ebenfalls in Wien oder Budapest.

Man unterstützt sich gegenseitig bei der Entwicklung der Ideen, beim Aufbau der Kooperation und bei der Konzeption und Umsetzung eines Shops oder anderer gemeinsamer Vertriebsaktivitäten.

Der Shop of Region selbst läuft dann unter der Marke der jeweiligen Region, also Shop of Oststeiermark oder Shop of Kisalföld. Man unterstützt sich aber gegenseitig, in dem man in jedem Shop gezielt Flächen für die Partner aus dem Nachbarland bereitstellt. Unter dem Motto „Genießen Sie auch Spezialitäten von unseren Nachbarn in Ungarn oder Österreich“ werden gezielt besondere Spezialitäten aus Kisalföld bzw. Oststeiermark promoted. Dadurch garantiert man ein stimmiges regionales Konzept und schlägt gleichzeitig Brücken zum Nachbarland.

2

BILATERALE KOOPERATION

1.3. SCHLUSSFOLGERUNGEN FÜR DEN SHOP OF REGION

Die Idee, eine gemeinsame Vertriebsschiene für Lebensmittelproduzenten aus dem österreichischen und aus dem ungarischen Grenzgebiet im Ballungsraum Wien und in anderen Ballungsräumen aufzubauen, würde grundsätzlich Sinn machen.

Es zeigt sich auch, dass das grundsätzliche Interesse seitens der Unternehmen an einer engeren Zusammenarbeit durchaus vorhanden ist. Folglich wurden im Rahmen des Projektes detaillierter Untersuchungen durchgeführt.

Im Zuge des Projektes ist es gelungen, zahlreiche Betriebe zu identifizieren, die bereit sind, sich mit anderen Betrieben zusammenzuschließen und gemeinsam entsprechende Vertriebsaktivitäten aufzubauen. Sie sind auch bereit, nach dem Ende des gegenständlichen Förderprojektes ins Risiko zu gehen und eigenes Geld für diese Idee einzusetzen. Und in einem solchen Shop soll dann auch ein angemessener Platz für die grenzüberschreitenden Partner geschaffen werden.

Diese Interessensbekundung ist bereit ein riesiger Erfolg. Es ist allerdings nicht gelungen, die Betriebe zu motivieren, sich für eine gemeinsame grenzüberschreitende Unternehmensgründung zu interessieren. Für einen gemeinsamen Shop von Österreich und Ungarn in Wien konnte kein Markennamen gefunden werden, der bei der Befragung überzeugt hat. Gleichzeitig ist eine grenzüberschreitende Unternehmensbeteiligung für die Ressourcen von kleinen und mittleren Unternehmen zu aufwändig. Aber wenn es gelingt, einen ersten Schritt zu setzen, kann vielleicht später auch der zweite einmal gesetzt werden.

3

UNGARISCHE RECHTS-FORMEN

1.3. GEEIGNETE RECHTSFORMEN NACH UNGARISCHEM RECHT

Nach ungarischem Recht können mehrere Arten von Personengesellschaften für den Betrieb eines Shops of Region genutzt werden. Ungarische Kleinunternehmer sind nicht kapitalkräftig genug, um ein Unternehmen in Wien zu gründen oder ein Geschäft in Wien im Rahmen einer in Ungarn eingetragenen Firma zu unterhalten.

Nach den Gesprächen mit den Unternehmern waren sie offen für die Belieferung eines von österreichischen Eigentümern geführten Geschäfts oder für die Belieferung eines in einer ungarischen Stadt eingerichteten Geschäfts. Dies erwies sich als die realistischste Option für die ungarische Seite. Eine mögliche Form des Aufbaus einer Handelseinheit auf ungarischer Seite wäre die Eintragung einer neuen Gesellschaft mit einem Mehrheitseigentümer und kleineren Miteigentümern. Dies würde jedoch die Beteiligung weiterer kapitalintensiver Unternehmen erfordern. In Gesprächen mit ungarischen Unternehmern wurde auch die Möglichkeit angesprochen, dass ein bestehendes Unternehmen (d.h. keine Neugründung) in Wien in erster Linie als Zulieferer für das dort angesiedelte Geschäft in österreichischem Besitz auftritt. Dieses Unternehmen könnte an einem ungarischen Standort Produkte ungarischer und österreichischer Hersteller verkaufen.

3

UNGARISCHE RECHTS-FORMEN

1.3. GEEIGNETE RECHTSFORMEN NACH UNGARISCHEM RECHT

Rechtsform	Gesellschaft mit beschränkter Haftung – GmbH (Korlátolt felelősségű társaság - Kft.)
Kurzbeschreibung der wichtigsten Eigenschaften	Die Eigentümer der GmbH haften bis zur Höhe des investierten Kapitals, das gemeinsam hinzugefügte Stammkapital bildet das Grundkapital der Gesellschaft, dessen Mindestbetrag 3 Millionen HUF beträgt. Ihr höchstes Gremium ist die Mitgliederversammlung, die den Geschäftsführer wählt. Das Stimmrecht der Mitglieder hängt von der Höhe des Stammkapitals ab. Kleinere Produzenten können ihre Produkte an die GmbH verkaufen, die das Produkt in ihrer Geschäftseinheit an den Endverbraucher weiterverkauft.
Mögliche Vorteile	Flexibel, d. h. mehrere kleinere Eigentümer können mit einem kleinen Anteil am Unternehmen beteiligt werden. Beschränkte Haftung. Die Firma kann im Ausland Handel treiben. Der Geschäftsführer kann auch ein Nicht-Eigentümer sein.
Mögliche Nachteile	Zu viele Eigentümer sind nicht vorteilhaft. Die kleinsten Erzeuger (Kleinbauern) können keine Rechtsperson sein, d. h. sie können nicht Mitglied einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung sein, aber sie können ihre Produkte an den Händler in Ungarn verkaufen.

3

UNGARISCHE RECHTS-FORMEN

1.3. GEEIGNETE RECHTSFORMEN NACH UNGARISCHEM RECHT

Eine gemeinnützige Organisation kann auch geschäftliche Tätigkeiten ausüben, allerdings ohne Gewinnabsicht. Die Vereinsform ermöglicht es natürlichen und Rechtpersonen, sich zu einem gemeinsamen Zweck zusammenzuschließen.

Rechtsform	Verein
Kurzbeschreibung der wichtigsten Eigenschaften	Ein Verein kann von mindestens 10 Mitgliedern gegründet werden, das wichtigste Entscheidungsgremium ist die Generalversammlung. Die Mitglieder haften nicht mit ihrem eigenen Vermögen. Es kann als gemeinnützige Organisation geführt werden, und die Geschäftstätigkeit muss auf die Verwirklichung der Ziele der Organisation ausgerichtet sein. Es kann einen Geschäftsführer beschäftigen, der nicht Mitglied sein muss. Auch eine breite Mitgliedschaft ist möglich.
Mögliche Vorteile	Es kann für viele Kleinunternehmer von Vorteil sein, wenn es darum geht, ihre Absatzmöglichkeiten, ihre Ausbildung und ihr gemeinsames Marketing zu unterstützen.
Mögliche Nachteile	Da es nicht gewinnorientiert ist, kann nicht garantiert werden, dass sie kommerziell effizient und langfristig nachhaltig ist. Der Gewinn kann nicht unter den Mitgliedern aufgeteilt werden.

3

UNGARISCHE RECHTS-FORMEN

1.3. GEEIGNETE RECHTSFORMEN NACH UNGARISCHEM RECHT

Rechtsform	Gemeinnützige GmbH (Nonprofit Kft.)
Kurzbeschreibung der wichtigsten Eigenschaften	Ein Unternehmen ohne Erwerbszweck, das eine wirtschaftliche Tätigkeit ausübt. Die Erträge sind nicht verteilbar. Das Unternehmen kann gegründet werden, um ein gemeinsames Ziel der Mitglieder zu erreichen, an dem sich Organisationen beteiligen können, die für die Entwicklung des ländlichen Raums oder die Entwicklung des Tourismus zuständig sind.
Mögliche Vorteile	Mehrere Unternehmer können sich als Eigentümer anschließen (sofern sie keine Kleinerzeuger sind), aber das Ziel wäre, dass die Unternehmer gemeinsam vorankommen. Die Gewinne könnten zB. für gemeinsames Marketing und die Entwicklung eines gemeinsamen Logistiksystems verwendet werden.
Mögliche Nachteile	Nicht gewinnorientierte Unternehmen, die weniger Anreize für Unternehmer bieten würden. Es kann kein individueller Gewinn daraus gezogen werden.

3

UNGARISCHE RECHTS-FORMEN

1.3. GEEIGNETE RECHTSFORMEN NACH UNGARISCHEM RECHT

Die ungarischen Rechtsvorschriften für Kleinbauern enthalten strenge Auflagen, die eine Geschäftstätigkeit in Form einer Gesellschaft oder eines Vereins ausschließen. Außerdem dürfen sie ihre Produkte nicht im Ausland verkaufen. Die potenziellen Lieferanten für ein Geschäft in Wien sind daher größere lebensmittelproduzierende Gesellschaften mit beschränkter Haftung. In ihrem Fall steht ein größeres Verkaufsvolumen zur Verfügung, im Gegensatz zu den Kleinerzeugern, bei denen das jährliche oder wöchentliche Verkaufsvolumen begrenzt ist.

Kleinerzeuger können ihre Produkte an eine GmbH verkaufen, die eine Gewerbeeinheit in einer ungarischen Stadt betreibt. Dieses Unternehmen könnte auch Produkte aus der Oststeiermark verkaufen, so dass es sich am besten für die Umsetzung auf ungarischer Seite eignen würde.

Im Falle einer ungarischen GmbH würde ein engagierter Mehrheitseigentümer oder, in Abwesenheit eines solchen, ein angestellter Geschäftsführer das Unternehmen leiten. Es ist von Vorteil, wenn sich der Geschäftsführer für die regionalen Produkte einsetzt.

4

ÖSTER-REICHISCHE RECHTS-FORMEN

1.4. GEEIGNETE RECHTSFORMEN NACH ÖSTERRREICHISCHEM RECHT

Rechtsform	GmbH
Kurzbeschreibung der wichtigsten Eigenschaften	Die Gesellschaft mit beschränkter Haftung ist die klassische und häufigste Rechtsform für alle Arten von wirtschaftlichen Tätigkeiten. Eine GmbH kann beliebig viele Eigentümer haben, wobei die Eigentümer nur mit ihrem Eigenkapital haften. Das Stimmrecht orientiert sich am Anteil am Eigenkapital. Die wichtigste Aktivität der Gesellschafterversammlung ist die Wahl des Geschäftsführers. Dieser führt die Gesellschaft und trifft grundsätzlich alle Entscheidungen.
Mögliche Vorteile	• Bekannte Gesellschaftsform • Geeignet für Einzelunternehmen und für kooperative Unternehmen
Mögliche Nachteile	• Einstieg und Ausstieg von Gesellschaftern ist aufwändig • Keine klaren Verantwortlichkeiten bei mehreren Gesellschaftern

4

ÖSTER-REICHISCHE RECHTS-FORMEN

1.4. GEEIGNETE RECHTSFORMEN NACH ÖSTERRREICHISCHEM RECHT

Rechtsform	GmbH & Co KG
Kurzbeschreibung der wichtigsten Eigenschaften	Die Gmbh & Co KG besteht aus einer GmbH, die als Komplementär die Geschäfte führt und für die Firma haftet und den Kommanditisten, die lediglich mit einer Einlage beteiligt sind, aber auf die laufenden Geschäfte keinen Einfluss haben.
Mögliche Vorteile	Die GmbH & Co KG eignet sich gut für Betriebe, bei denen es eine zentrale Person als Unternehmer:in und mehrere Beteiligte gibt, die sich finanziell und ideell am Unternehmen beteiligen. Sie stellt sicher, dass die zentrale Person von den anderen nicht überstimmt werden können.
Mögliche Nachteile	Die Kommanditisten haben keinen Einfluss darauf, wie die Geschäfte geführt werden.

4

ÖSTER-REICHISCHE RECHTS-FORMEN

1.4. GEEIGNETE RECHTSFORMEN NACH ÖSTERRREICHISCHEM RECHT

Rechtsform	Genossenschaft
Kurzbeschreibung der wichtigsten Eigenschaften	Es gibt unterschiedliche Formen der Genossenschaft. Klassischerweise beteiligen sich alle Genossenschafter mit einem fixen Betrag am Kapital der Genossenschaft. Der Gewinn der Genossenschaft wird nicht aufgeteilt. Mitglieder genießen meist aber bestimmte Vorteile. Die Genossenschaftsversammlung wählt einen Vorstand, der die Geschäfte führt. Genossenschaften müssen sich einem offiziellen Genossenschaftsverband anschließen, der sie jährlich prüft. Genossenschaft ist die klassische Rechtsform für gemeinsame Betriebe von Landwirten.
Mögliche Vorteile	Es ist jederzeit einfach möglich, dass weitere Genossenschafter dazukommen oder bestehende Genossenschafter aussteigen.
Mögliche Nachteile	Die Rechtsform und ihre einzelnen Regelungen sind wenig bekannt.

5

FINANZIERUNG

5. FINANZBEDARF LAUT BUSINESS PLAN

AM BEISPIEL EINES SHOP OF REGION IN WIEN

Text	Betrag	Teilsumme	Summe
Ladenbau (inklusive Boden, Decke, Licht) – durchschnittlich 10.000 € pro m²	€ 300 000,00		
Bauliche Tätigkeiten	€ 50 000,00		
EDV-Anlagen und Büroausstattung, Lager	€ 30 000,00		
Sonstige Anfangsinvestitionen	€ 70 000,00		
Summe Investitionen		€ 450 000,00	
Finanzierung Warenlager (es wird davon ausgegangen, dass der Großteil des Warenlager auf Kommission bereitgestellt wird)	€ 50 000,00		
Vorfinanzierung Betriebskosten	€ 50 000,00		
Summe Finanzierung		€ 150 000,00	
Anlaufverluste		€ 150 000,00	
Reserve		€ 100 000,00	
Finanzierungsbedarf			**€ 800 000,00**

5

FINANZIERUNG

5.1. FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN

Die Finanzierung eines Shop of Region in Wien könnte unter der Annahme, dass ein gemeinsames kooperatives Unternehmen gegründet wird, wie folgt aussehen.

Eigenkapital der Gesellschafter	150.000,00
Eigenkapitalersetzende Darlehen der Gesellschafter	100.000,00
Lieferantenkredite	50.000,00
Kostenbeiträge der Lieferanten	20.000,00
Kostenbeiträge von Regionalverbänden und Interessensvertretungen	50.000,00
Crowdfunding	20.000,00
Förderungen	100.000,00
Fremdfinanzierung	310.000,00
Summe	**800.000,00**