



we

Rea Eggli

Co-Founder und Partner wemakeit

Co-Founder und Partner eggliwintsch

Melina Roshard

Head of Team & Communication

make

it

we

Facts und Figures

Online-Plattform seit 5.2.2012

Projekte in CHF und Euro

Offices in Zürich, Lausanne, Basel, Berlin und Wien

Monatlich rund 100'000 Besucher

Über 1000 erfolgreiche Projekte / 70% Erfolgsquote

50'000 Unterstützer

8 Millionen CHF

make

it

Wichtige Begriffe

- > Reward-based Crowdfunding
- > Donation-based Crowdfunding
- > Crowdfunding
- > Crowdlending
- > Crowdsourcing

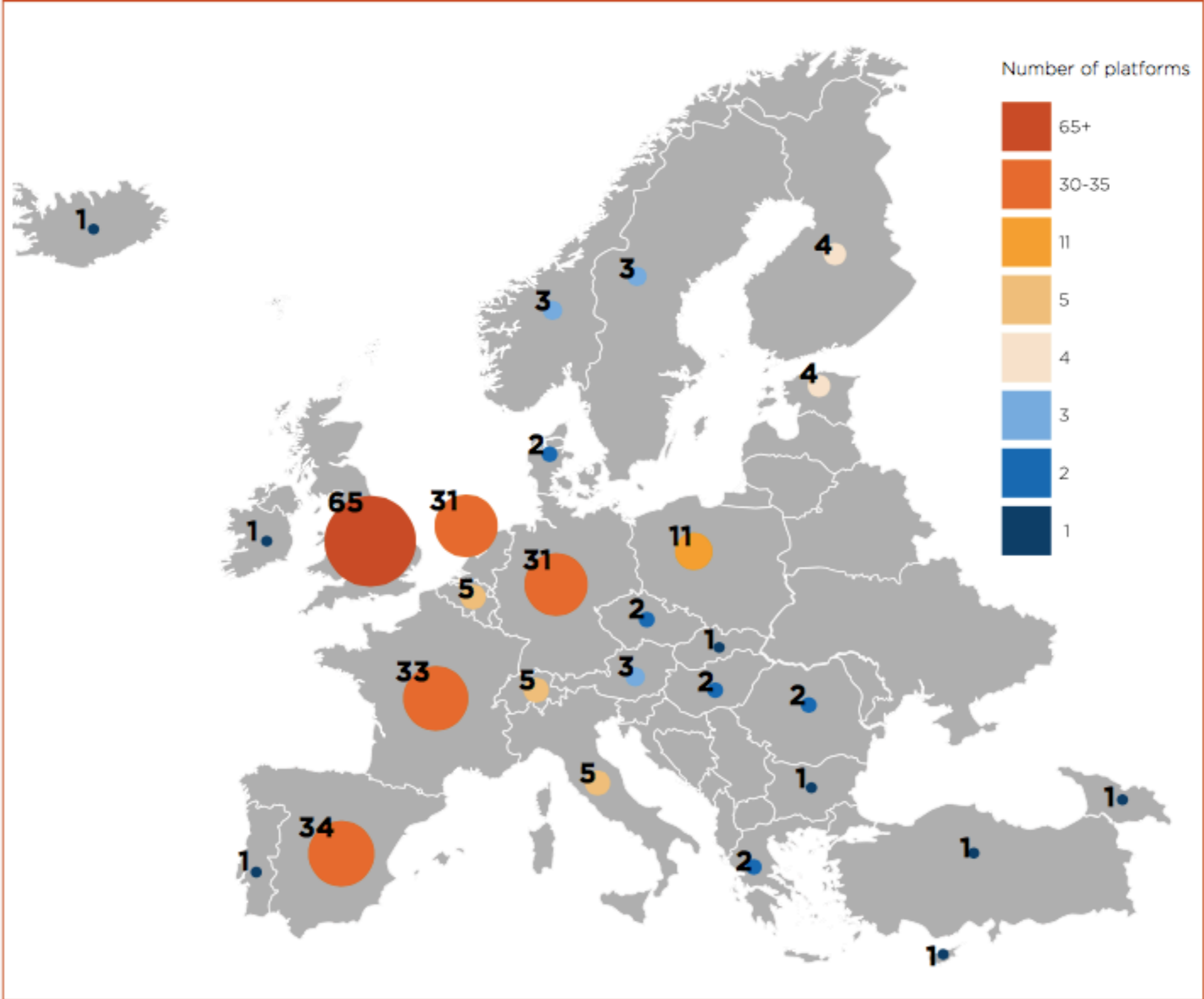
Entwicklung Crowdfunding

The European alternative finance market reached €3 billion last year and could top €7 billion in 2015, as businesses increasingly seek more efficient ways to raise funding

University of Cambridge, 2014



THE GEOGRAPHICAL DISTRIBUTION OF SURVEYED ALTERNATIVE FINANCE PLATFORMS IN EUROPE (BY COUNTRY)



Thinking Out Of The Box

- > Digitaler Konsum steigt = Mann/Frau kauft digital
- > Gleichzeitig ist das «lokale Schaffen» ein grosses Thema
- > Die virale Mund-zu-Mund Propaganda kann eine ungeheure Dynamik entwickeln wenn ein «Gameification-Aspekt» integriert ist

Crowdfunding setzt hier an!

Marketing 2.0

- Promotion bereits in der Finanzierungsphase
- Markt-Test
- Vor-Finanzierung und Kommunikation durch Endkonsument
- Emotionale Kundenbindung und Communitybuilding



Roland Roller Frei
Musikproduzent / Komponist

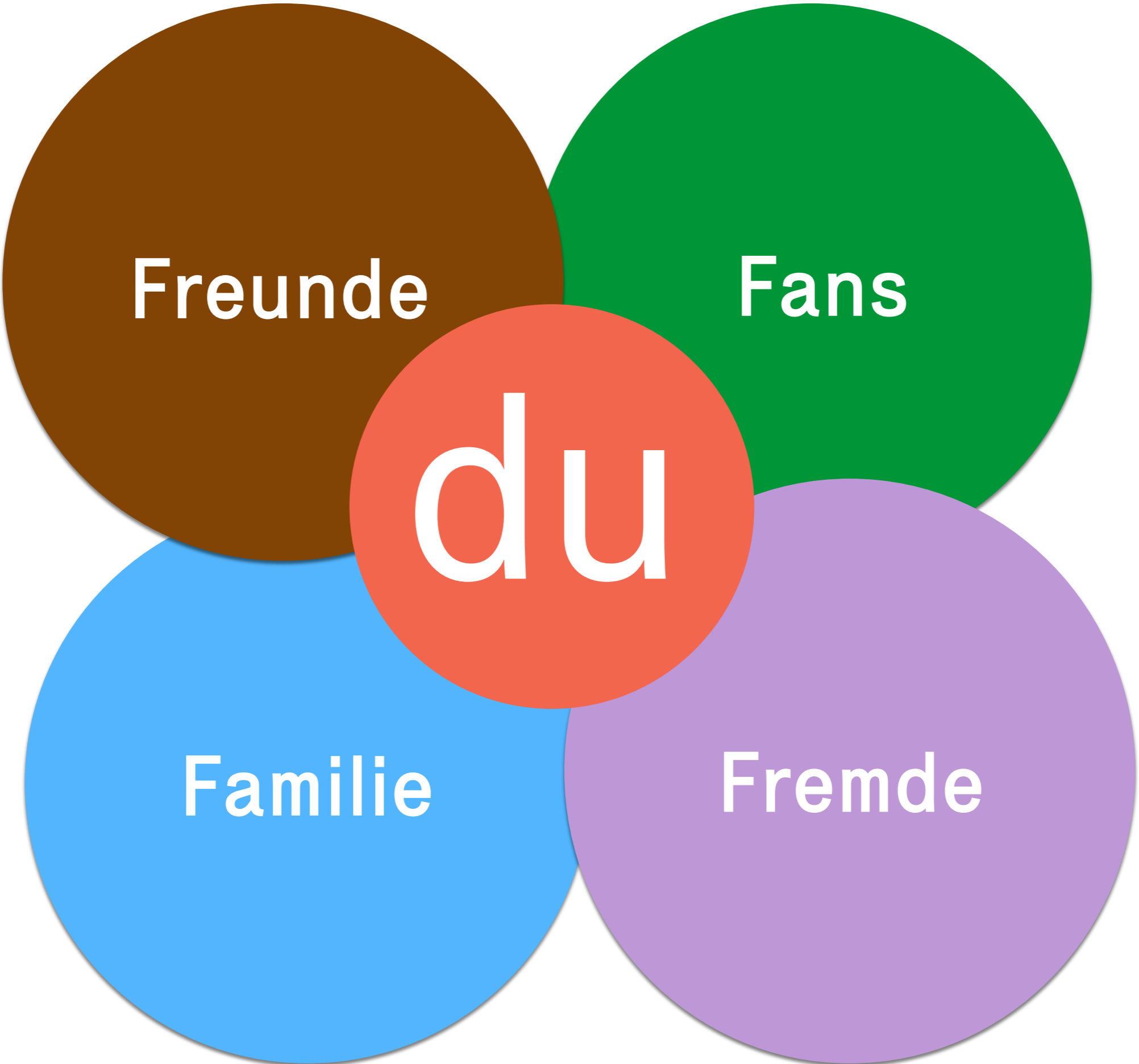
Wie funktioniert denn nun Crowdfunding?

- > Zielsumme
- > Zeitspanne
- > Gegenleistungen
- > Geldfluss



Wer sind die Initianten?

- > Privatpersonen / Künstler
- > Gastronome / Kleinproduzenten
- > Bands / Kollektive
- > Politiker
- > Studenten / Wissenschaftler
- > Institute / Gemeinden
- > Firmen / Startups
- > Vereine
- > Stiftungen



Freunde

Fans

du

Familie

Fremde



«zu Tisch.»

Projekt

News 5

Unterstützer 277

Kommentare 2



Ein Fotografie, Publikation und Küche Projekt von Anna Pearson und Anna und Catherine, Zürich.



Projektstatus

277

Unterstützer

34'642

von CHF 20'000 finanziert

173 %

Prozent erreicht



Dieses Projekt wurde am 30.4.2014 10:00 erfolgreich abgeschlossen!

we

Facts & Figures

- > 280 Unterstützer / davon 170 gekannt
- > Projekt wurde 10'000 mal angezeigt / 7'900 mal während der Laufzeit
- > Vorverkauf von 350 Büchern
- > 1. Auflage von 3000 Exemplaren war in knapp 3 Monaten ausverkauft
- > 2. Auflage erscheint nächste Woche – ca. 500 Stück sind bereits vorbestellt

make

it

we

Was ist dein kurzes Fazit zur Kampagne?

Anna Pearson: «Beim Crowdfunding geht es um mehr als nur um die Projektfinanzierung, es ist gleichzeitig Marketing – das haben wir im Verlauf der Kampagne realisiert. Dank des Crowdfundings wussten ganz viele Leute schon Monate vor Bucherscheinen von unserem Vorhaben. Und viele Unterstützer fühlen sich fast ein bisschen «mitverantwortlich» für das Projekt, betrachten es auch ein bisschen als «ihr Baby». Dementsprechend erzählen sie auch anderen davon und machen Werbung.»

make

it

we

Was war eure Kommunikationsstrategie?

Anna Pearson: « Wir haben auf Folgendes geachtet:

- sympathisch rüberkommen, sodass die Leute denken «ah, das sind aber zwei Nette, die wollen wir unterstützen»
- professionell rüberkommen – die Leute sollten sicher sein, dass wir da nicht einfach irgendein zusammengebasteltes Büchlein machen wollen, sondern dass das Buch wirklich toll werden würde.

make

it

we

Was war eure Kommunikationsstrategie?

- gute Belohnungen: die Leute sollen uns nicht nur unterstützen, weil sie denken, wir seien «noch zwei Nette», sondern weil sie schlichtweg das Buch wirklich haben wollen. Ich bin sicher, dass es die richtige Strategie war, das Buch zum effektiven Verkaufspreis anzubieten, sodass es quasi ein Vorverkauf war. Die allermeisten haben dann auch wirklich einfach 1 Buch gekauft.»

make

it

we

Über welche Kanäle habt ihr mit eurer Community kommuniziert?

Anna Pearson: «Ich habe einige Male auf FB was gepostet, einmalig ein Mail an alle meine Bekannten verschickt und dann haben wir es im Newsletter von «a tavola!» erwähnt. Und wir haben Flyer gedruckt, die wir Leuten in die Hand gedrückt haben und an ganz wenigen Orten auflegen konnten.»

make

it

Zürich

Zwei Schwestern, ein Schwein, ein Kochbuch

Die Wohnung von Anna und Catherine Pearson war jahrelang regelmässig Gaststube für eine Tavolata. Aus dem Projekt entsteht nun ein Kochbuch nach der Philosophie von Slow Food.

Von Thomas Zemp

Ennetbürgen - Mit beiden Händen reisst Stefan Mathis den Unter- und den Oberkiefer des Wollschweinkopfs auseinander. Es tönt, als würde er eine Freitag-Tasche aufreissen. Dann liegen die beiden Kopfteile vor dem Metzger auf dem Tisch. Mathis löst mit seinem kurzen Ausbeinmesser die Zunge aus, die beiden Bäckchen und die kleinen, festen Muskeln der Nase. Für ihn und seine Ennetbürger Firma Holzen Fleisch sind das nicht etwa Abfallstücke, sondern Delikatessen. Auf dem Tisch vor ihm liegt noch mehr Fleisch: die ausgelösten Stücke einer halben Wollsau. Von Filet über Haxe und Koteletts an einem Stück bis zu einem grossen Brustspeck. Und je ein Haufen mit Fett und Schwarten.

Das Ausbeinen der Tierhälfte beobachtet und dokumentiert haben die beiden Zürcher Schwestern Anna und Catherine Pearson. Sie arbeiten seit eineinhalb Jahren an einem Kochbuch, das im Herbst unter dem Titel «Zu Tisch» erscheinen wird. Im Buch porträtieren sie den Nidwaldner Metzger; seine Arbeit und seine Philosophie. Stefan Mathis setzt auf eine natürliche Produktion von Qualitätsfleisch. Er arbeitet nur mit ausgewählten Bauern zusammen. Sie halten und füttern die Tiere stressfrei nach seinen Vorgaben. Stressfrei soll auch das Schlachten der Wollschweine, Angusrinder, Kälber und Lämmer sein. Nur sie und keine anderen Tiere werden mittwochs in einem Innerschweizer Betrieb geschlachtet.

Stefan Mathis repräsentiert als Produzent genau das, was die 32-jährige Köchin und Autorin Anna sowie die 30-jährige Polygräfin und Fotografin Catherine suchten: einen Kleinbetrieb mit viel Wissen über seine Produkte, aber auch Respekt vor den Tieren.



An 34 Abenden 340 Gäste zu Hause bewirbt: Die Zürcher Schwestern Catherine und Anna (r.) Pearson vor einer zerlegten Wollschwein-Hälfte. Foto: Reto Oeschger

Zehn Gäste am Tisch

Fleisch von Metzger Stefan Mathis haben die Pearsons bei ihrer Genussreihe «a tavola!» im September vergangenen Jahres aufgetischt, die unter dem Motto «Schnörri und Schwänzli» stand. Den zehn Gästen - damals vor allem Foodblogger und Gastronomen - haben sie Presskopf und Rilletes und eine in Apfelcidre geschmorte Schweinsbrust mit saftigem Fleisch und krachender Kruste serviert.

«A tavola!» steht ganz im Zentrum des Buchs. Anna Pearson betrieb die Genussreihe vier Jahre lang in der gemeinsamen Wohnung beim Lochergut, sie kreierte die fünfzügigen Menüs und kochte, ihre Schwester half ihr beim Rüsten und Servieren. An den 34 Abenden bewirteten sie 340 Gäste - darunter auch eine Prinzessin aus dem nahen Ausland, die am Abend selber anonym geblieben ist. Das Geköch für jeweils zehn Gäste nahm gut und gern bis zu zwei Tage in Anspruch.

Die zwölf Sonntagabende des letzten

son nun im Buch ab, samt den Rezepten. Die Tavolata-Abende waren jeweils einem Thema gewidmet: Bei «Wintergarten» lag vor allem Gemüse aus dem eigenen Zürcher Schrebergarten auf den Tellern, bei «Hausgemacht» im Wok geräucherte Forelle und selbst gemachter Frischkäse. Oder die beiden Frauen stellten eine Region in den Fokus: Mit «Happy 4th of July» huldigten sie der Heimat ihres Vaters, mit «Ticino - mio amore!» der Küche ihrer Tante, die in der Südschweiz bis vor zwei Jahren ein Restaurant betrieb. Bei ihr hatte Anna Pearson ein Praktikum gemacht - und einige Ideen mitgenommen. Zum Beispiel: Den Gästen nicht endlos viele Speisen auf einer Karte anzubieten, sondern nur ein einziges Menü mit fünf Gängen.

Anna Pearson, die ursprünglich Design an der Zürcher Hochschule für Künste studierte, hat sich im kulinarischen Zürich mit ihrer Tavolata einen Namen gemacht, obwohl sie kaum Werbung dafür machte. Ihr Verständnis von

1000 Namen hat sie in ihrem Verzeichnis, das sie für die Einladungen nutzte. Jeweils etwa zehn Tage vor einer Tavolata verschickte sie die Einladungen und gab das Thema und die Hauptzutaten der Gerichte bekannt.

Wer kommen wollte, konnte sich anmelden. Wer sich zum ersten Mal bei ihr meldete, musste mit wenigen Worten schreiben, warum er in die Zehnerrunde aufgenommen werden sollte. Pearson wählte dann die zehn Gäste aus. Und so trafen sich immer wieder Leute, die sich nicht kannten, aber gleich von Beginn weg ein gemeinsames Gesprächsthema hatten: die Kulinarik.

Geschichten hinter dem Essen

Der Kochbuchautorin ging es an ihrer Tavolata nicht nur darum, Geniessern gut zubereitete Speisen vorzusetzen. Sie wollte auch vermitteln. Vor jedem Gang erzählte sie von den Nahrungsmitteln, wie sie die Speisen zubereitet hatte und über die Produzenten, die möglichst re-

sollten. Die Produkte waren bio und ausnahmslos saisonal. Pearson ist überzeugt, dass all diese Faktoren die Qualität eines Essens ausmachen.

Diese Philosophie deckt sich mit der Idee der Slow-Food-Bewegung, auf die Anna Pearson auf Reisen durch Italien gestossen ist. Vor drei Jahren hat sie in Zürich Slow Food Youth gegründet. «In kleinen Restaurants steht die Mutter in der Küche, verarbeitet Produkte, die ihr Mann gezogen hat. Und die Tochter trägt die Speisen auf und erzählt die Geschichte mit dem Familienrezept», sagt sie. Für sie ist das die zeitgemässe, die ehrliche Küche. Und so baut Pearson auch ihr Kochbuch auf: Die 60 Rezepte ergänzt sie mit Anekdoten.

Nach ihrem Designstudium arbeitete Anna Pearson ein Jahr lang auf dem Beruf, merkte aber bald, dass nicht der Computer ihr Arbeitswerkzeug war, sondern gusseiserne Pfannen und scharfe Messer. Sie arbeitete zwei Jahre lang als Köchin im Restaurant Italia. 2013 redu-

nicht nur das Restaurant, sondern von der Küche in den Service. Jetzt ist sie ganz selbstständig. Damit hat sie sich immer mehr Zeit geschaffen für ihre Kochprojekte - die Tavolata und das Buch. «Ich merkte, dass ich die projektbezogene Arbeit und das Kreative vermisse», sagt sie. Um finanziell über die Runden zu kommen, muss sie aber ab und an zinslose Darlehen von ihrer Schwester aufnehmen.

20 000 Franken in fünf Tagen

Nicht nur ihr Freundeskreis und die ehemaligen Gäste scheinen sich auf das Buch zu freuen. Zur Finanzierung haben Anna und Catherine Pearson am 1. März ein Crowdfunding im Internet (auf der Plattform Wemakeit.ch, Suchbegriff «Zu Tisch») gestartet, mit dem Ziel, 20 000 Franken aufzutreiben. In nur fünf Tagen haben sie die Summe bereits zugesprochen erhalten - auch von Leuten, die sie nicht kennen. Die Sammlung geht weiter, denn die Kosten sind damit noch

we

KOCHBUCH «ZU TISCH.» // PRESSE

Transhelvetica #27 / 2.2015

hotelrevue / 8.1.2015

Sonntags Zeitung / 21.12.2014

Sweet Home-Blog / 4.12.2014

NZZ, Nachgewuerzt-Blog / 28.11.2014

Berner Zeitung / 28.11.2014

The Ecoist / 11.2014

Tagblatt / 5.11.2014

annabelle / 4.11.2014

Züritipp / 23.10.2014

Schweizer Familie / 16.10.2014

Friday / 26.09.2014

Sonntagszeitung / 14.09.2014

Schweizer Buchhandel / 04.09.2014

Tages-Anzeiger / 13.03.2014

make

it

we

Facts & Figures

Anna Pearson: «Bei den späteren Artikeln zum Buch wurde das meistens erwähnt, dass «zu Tisch.» dank eines Crowdfundings finanziert wurde. Ich glaube, das war einfach innerhalb dieser ganzen «2 Schwestern machen von A bis Z ein Buch und publizieren es im Eigenverlag»-Geschichte noch das Tüpfli auf dem i. Oder machte diese Story erst richtig komplett. Wenn unser Buch von einem reichen Onkel finanziert worden wäre, wäre alles etwas anders gewesen.»

make

it

Crowdfunding-Movement

- > Der Konsument übernimmt Verantwortung
- > Die Community engagiert sich aktiv
- > Das Publikum beteiligt sich im Vorfeld





Monika Schärer
Moderatorin, Filmproduzentin

Sponsoring / Förderung 2.0

- > Erfolgskontrolle dank Crowd-Faktoren
- > Neue Impulse setzen
- > Den Franken der Crowd verdoppeln
- > Erschliessung neuer Zielgruppen



Match-It Programme

- > Richtlinien sind notwendig
- > Suchabo oder Call for Projects
- > Fixbetrag oder % oder beides
- > Channel = eigenes Schaufenster / direkte URL



Channel

Swisscom Music Booster

Euer Engagement für den XTRA Musikmoment von morgen. Seid jetzt dabei, wenn eure zukünftige Lieblingsband durchstartet! Swisscom unterstützt die 20 Musikprojekte, die ihr am meisten mögt.

Möchtet ihr mit eurer Band vom Swisscom Music Booster profitieren? Dann beeilt euch, es sind nur noch wenige Plätze frei. Alle Infos findet ihr [hier](#).

Weitere Channels



Musik

Moes Anthill - Oddities

Nach einem halben Jahr in Detroit und Nashville entstanden aus all den erlebten Kuriositäten, genannt Oddities, 12 Songs die als Album eingespielt werden sollen! Nun brauchen wir euch...



Musik

Undiscovered Soul goes USA

Unsere EP-Trilogie ist veröffentlicht, wir haben zahlreiche Konzerte und noch viel mehr unvergessliche Momente erlebt. Jetzt brechen wir auf zu neuen Ufern: Los Angeles!



Musik

Von guten und anderen Zeiten

So soll das Debutalbum von Singer / Songwriter Emanuel Reiter heissen. Mit eurer Unterstützung wird aus dem «soll» ein «wird». Danke für jeden kleinen & grossen Support!

Das Pirmin Baumgartner Orchester

13. Januar um 18:2

Wow! Bald eine Woche
Gesamt Betrags erreicht.

Swiss
3000
finanz
Trotz
Tage
Vom
Beloh
Darun
Unter



*** Yeeeiiah Sw
♥♥♥ HERZLICH



Was für ein Start
Von Mettiwetti, am 7.1.2015 20:47

Liebe Freunde
Heute habt Ihr drei Menschen sehr glücklich gemacht:



Merci tuusig!
Von Tellit, am 8.1.2015 12:29

Der erste Drittel ist geschafft, den zweiten hat Swisscom
gesponsert, der dritte fehlt noch – vielen, vielen Dank an
euch! ..und weiter gehts!

→ Kommentieren

Fleur mit
wemakeit

Wo ein Wille ist
Singer/Songwri
WEMAKEIT.COM

Gefällt mir · Komr

Mein drittes S
Projekt es als
Glerner Rap-

Im Web anze

«Letschi Rundi und du häsch glich nonig
gnueg»

Wir sind aber noch nicht am Ende. Damit wir das Geld
wirklich erhalten, müssen wir auf den vollen Betrag
kommen. Das heisst wir machen weiter und falls Du noch
zwei oder mehr Freunde kennst, die auch für gute
Investitionen zu haben sind, schreibe Ihnen doch einfach
kurz eine Nachricht mit dem Link und einer wärmsten
Empfehlung.

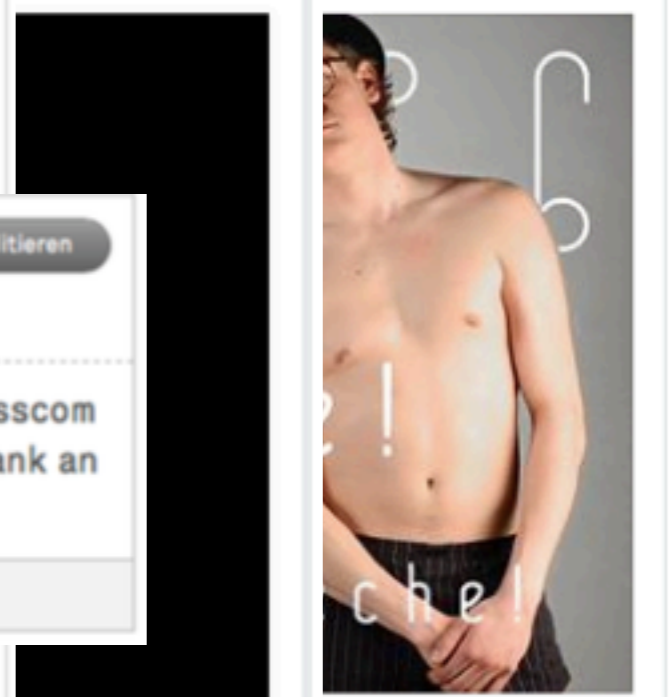
Auch wenn wir bei 100 Prozent sind, wird das Projekt
weiterlaufen, und die guten Belohnungen kann man
ebenfalls weiterhin einsacken. Also nicht nachlassen.

Danke tuusig!

→ Kommentieren

Musiker des Swisscom Music
en. Deshalb

kt!
6000.- erreicht
zeigen



auf

öt als
irosses...

rtstützung dieses
erwachsenes



ter – Death by Chocolate

is vous situez
mpagne de
Music Booster»:

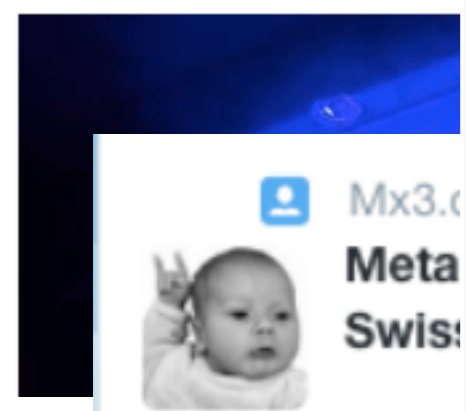
Like Page

n Swisscom
konnte.

Lift Conference

January 29 at 2:00pm

Delighted to announce that
you again some surprise m



Swiss
neuer

#Music
Toune
Packt



Der Durchbruch für dein

WWW.SWISSCOM.CH

Fragen?



we

Workshop-Case

3 Macherinnen (Grafikerin, Designerin, PR-Frau) eröffnen mitten in Basel einen Shop mit regionale Designerbrands aus den Bereichen Mode, Schmuck, Accessoires, Keramik.

Das Ladenlokal ist vorhanden, die Corporate ID steht, die ersten 20 Designerbrands sind unter Vertrag. Die Eröffnung ist für September geplant. Der Umbau ist im Sommer geplant.

Kampanenziel: 50'000 CHF als Teilfinanzierung für die Gestaltung des Ladenlokals. Kampagnenstart im Mai. Dauer 45 Tage.

make

it

Video

**Komm-
plan**

we

Partner

Rewards

Danke für die Aufmerksamkeit!

wemakeit.com

blog.wemakeit.com

Facebook und Twitter

