Fallstudie Crowdinvesting

Farmy

Inhaltsverzeichnis

Executive Summary 3

Geschichte von Farmy 3

Warum Crowdinvesting? 4

Resultate 4

Executive Summary

Sektor	E-commerce / Online Lebensmittelhandel
Unternehmensgrösse	150 Mitarbeitende
Kapital beschafft	CHF 4’100’000
Gesamtdauer	8 Wochen

Geschichte von Farmy

Farmy ist ein Schweizer Online-Hofladen, der einen transparenten Wocheneinkauf direkt beim Produzenten ermöglicht. Das Unternehmen ist im Bereich E-Commerce/Online-Food tätig und bietet das grösste Hofladensortiment der Schweiz. Der einzigartige Verkauf von Produkten von über 1'200 Produzenten bietet maximale Transparenz und Frische.

Dank einem ausgezeichneten Logistikkonzept sind die Lebensmittel nicht nur 2-5 Tage frischer als im Supermarkt, sondern es wird auch aktiv Foodwaste vermieden. Nicht zuletzt spart der wöchentliche Einkauf den Kunden Zeit und reduziert Stress.

Roman und Tobias, Gründer und Co-CEOs von Farmy AG

Warum Crowdinvesting?

Farmy entschied sich für Crowdinvesting mit Aktionariat, um Kunden und Produzenten am Unternehmen teilhaben zu lassen und die Loyalität zu erhöhen. Laut Roman waren die schnelle Abwicklung und die Draggable-Token ausschlaggebend für diese Entscheidung. Zudem seien die Liquidität der Anteile (durch die einfache Übertragbarkeit der Token) und die Möglichkeit, schnell zu kaufen und später zu verkaufen, ein großer Vorteil für die Investoren.

Resultate

“Der Onboardiing-Prozess mit Aktionariat war einfach.”, sagt Roman Hartmann, Co-CEO und Gründer von Farmy.

Die grösste Herausforderung bestand darin, das notwendige rechtliche Konstrukt zu schaffen, um alle Interessen zu schützen. Die Partnerkanzlei von Aktionariat, LEXR sowie die externen Anwälte von WalderWyss halfen bei der Bewältigung dieser Herausforderungen.

Roman erwähnt zudem: “Das Team von Aktionariat war sehr hilfsbereit, schnell und flexibel und entwickelte einen neuen Prozess, der die Erstellung einer Wallet erst zu einem späteren Zeitpunkt erforderte, um potenzielle Investoren nicht abzuschrecken."

Letztlich war das Crowdinvesting mit Aktionariat erfolgreich und eine Chance, die Loyalität zu erhöhen. Mittlerweile beteiligen sich mehr als **1'800 Kunden** und Produzenten an dem Unternehmen. Der gesamte Prozess dauerte nur **8 Wochen** und Farmy sammelte **4'100'000 Schweizer Franken** von der Crowd ein.