

## CrowdFarming und PayPal vereinfachen die Lieferkette und Zahlungen.

CrowdFarming.com wurde 2017 in Valencia, Spanien, gegründet, nachdem die Brüder Gabriel und Gonzalo Úrculo den verlassenen Orangenhain ihrer Großeltern geerbt hatten. Dieser Hain trug Früchte und inspirierte sie zu einem neuen Modell des Direktverkaufs.

Um die Bäume wieder anzupflanzen, baten sie Familie und Freunde, eine Baumpatenschaft zu übernehmen. Diese Idee einer Verbindung zu einem Baum und der eigenen Ernte erwies sich als Grundlage für CrowdFarming.

Die Brüder schlossen sich mit Juliette Simonin und Moisés Calviño zusammen, um einen Weg zu finden, biologisch angebaute Waren direkt an die Verbraucher zu verkaufen. Dadurch wurden Zwischenhändler eliminiert, Abfall reduziert und die Kontrolle an die Landwirte zurückgegeben.

Mit diesem System erreichen die Landwirte dank der von ihnen festgesetzten Preise finanzielle Stabilität, die es ihnen ermöglicht, in nachhaltigere und effizientere Anbaumethoden zu investieren.

CrowdFarming ist sowohl inspirierend als auch sozial verantwortlich. Ihr visionäres Wirtschaftsmodell hat zu ihrem Wachstum beigetragen. Ende 2021 fügte CrowdFarming PayPal als Zahlungsmethode in ihrem Checkout-Prozess hinzu. Die weltweit bekannte und vertrauenswürdige Marke PayPal hatte sofort einen bedeutenden Einfluss auf ihr Geschäft.

Wir sprachen mit Diego Jiménez, Chief Financial Officer, und Emmeline Hess, Head of Communications bei CrowdFarming, über das Unternehmen und darüber, wie die Präferenzen der Kunden zu einer fruchtbaren Zusammenarbeit mit PayPal führten.



# PayPal als Akquise-Tool.

Die CrowdFarming-Lösung ermöglicht es Landwirten, ihre eigenen Preise festzulegen und zu sichern, während sie Bio-Produkte direkt an Verbraucher verkaufen.

Als sie ihren Marktplatz weiter ausbauten, erkannte das CrowdFarming-Team, dass eine weltweit anerkannte Marke wie PayPal bei der Konvertierung im Checkout helfen könnte. Die Kunden kauften mit größerer Wahrscheinlichkeit, weil sie PayPal vertrauten, was wiederum CrowdFarming half, Kunden zu gewinnen und zu konvertieren.

CFO Jiménez merkt an: „Vertrauen ist ein so wichtiger Faktor. Eine Plattform wie PayPal zu haben, die die Menschen kennen und der sie vertrauen, ist ein wichtiger Treiber. Die Möglichkeit, über einen Anbieter zu bezahlen, mit dem sie vertraut sind, und die Tatsache, dass sie ihre Kreditkartendaten nicht eingeben müssen, hat wirklich geholfen.“

Innerhalb von sechs Monaten nach der Integration haben die Ergebnisse die Erwartungen übertroffen: PayPal macht derzeit 25 % des Gesamtumsatzes von CrowdFarming weltweit aus.<sup>1</sup> Und 66 % dieser PayPal-Kontoinhaber sind Wiederholungskäufer.<sup>2</sup> „Wenn man eine neue Zahlungsmethode anbietet, dauert es normalerweise eine Weile, bis die Kunden sich darauf verlassen. PayPal kennt jeder, also hat es sich durchgesetzt“, berichtet Jiménez.

Die Tatsache, dass 57 % aller Netto-Neukunden PayPal wählen, zeigt deutlich, dass PayPal ein erstzunehmendes Akquise-Tool ist.<sup>1</sup> Diese 57 % erhöhen sich auf atemberaubende 72 % in Deutschland, dem größten Markt von CrowdFarming.<sup>1</sup>



„Diese 72% erkennen PayPal als einen vertrauenswürdigen Service an, auch wenn sie CrowdFarming nicht kennen. PayPal hat uns geholfen, neue Kunden und neue Verkäufe zu gewinnen“, betont Jiménez.

PayPal ist für CrowdFarming auch bei der Verhinderung potenzieller betrügerischer Transaktionen von Nutzen. „Der Betrugsschutz von PayPal war für die schnelle Erkennung und Lösung von Problemen von entscheidender Bedeutung. Die Verhinderung von Betrug war schon immer etwas, worauf man wirklich achten musste, und bei PayPal ist der Betrugsschutz bereits integriert“, so Jiménez.

Die leistungsstarke Mischung aus Kundenpräferenz, organischer Kundenakquise und Betrugsschutz von PayPal hat das Potenzial für noch mehr Wachstum genährt.

## ERFOLGS- METRIKEN

# 57%

aller Netto-Neukunden  
von CrowdFarming  
bezahlen mit PayPal.<sup>1</sup>

# 25%

der Gesamtverkäufe  
von CrowdFarming  
erfolgen über PayPal.<sup>1</sup>

# 66%

der PayPal-Kunden von  
CrowdFarming sind  
Wiederholungskäufer.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Data source is from CrowdFarming, December 2021 – May 2022.

<sup>2</sup> Data source is from PayPal, December 2021 – May 2022. These results may not be typical and may vary substantially by business. This content is provided for informational purposes only. You should always obtain independent business, tax, financial, and legal advice before making any business decision.



## Mit tiefgreifender Wirkung.

Dieser Satz von der CrowdFarming-Website veranschaulicht ihre Überzeugungen: „Wir haben keine Angst davor, im Unrecht zu sein; wir haben nur Angst davor, uns zurückzulehnen und nichts zu tun.“

CrowdFarming ist entschlossen, die Umwelt positiv zu verändern. In der Tat haben sie einen witzigen und informativen Podcast namens WTF (What the Field?!) ins Leben gerufen, um die Verbraucher über eine breite Palette von Nachhaltigkeitsthemen aufzuklären.

CrowdFarming ist auf Wachstumskurs und hat sich auf ganz Europa ausgedehnt, um weitere Landwirte zu gewinnen und neue Kunden zu erreichen. Viele europäische Länder produzieren eine Vielzahl von Waren, aber nicht alles ist überall leicht erhältlich. CrowdFarming löst dieses Problem durch die Schaffung eines zentralisierten Marktplatzes. Von spanischen Orangen bis zu italienischem Parmesankäse haben die Kunden von CrowdFarming direkten, einfachen Zugang zu frischen, biologischen Produkten.

Die Idee, zu wissen, woher die Lebensmittel stammen, und Abfall zu reduzieren, hat sich durchgesetzt.



**Selbst wenn die Kunden CrowdFarming nicht kennen, kennen sie PayPal. Sie vertrauen darauf, dass es sich um eine schnelle, einfache und vor allem sichere Transaktion handelt. Wir profitieren von diesem Vertrauensvorschuss, insbesondere bei neuen Kunden.**

**Diego Jiménez**

Chief Financial Officer, CrowdFarming



Jetzt hat das Team den amerikanischen Markt im Visier. „Wir wollten uns zuerst in Europa etablieren, um so viel Wissen und Erfahrung wie möglich zu sammeln, bevor wir den Fuß über den großen Teich setzen“, erklärt Emmeline Hess.

Mit dem ständig wachsenden Kundenstamm Schritt zu halten, bedeutete auch, mit den Zahlungen Schritt zu halten. Um die Reibungsverluste im Checkout zu verringern, hat das CrowdFarming-Team PayPal's Reference Transaction integriert, mit denen Kunden mit nur wenigen Klicks wiederkehrende Zahlungen tätigen können. Als Nächstes werden auch „Später bezahlen“-Optionen für Kunden eingeführt, die lieber in Raten zahlen.

Für dieses dynamische, innovative Unternehmen ist es eine Priorität, seinen Erfolg mit seinen sozialen und ökologischen Zielen in Einklang zu bringen. Mit PayPal als Teil ihrer Erfahrung wird der Erfolg von CrowdFarming sicher weiterhin Früchte tragen.

