



Europese  
Commissie



# Crowdfunding uitgelegd

Een gids voor kmo's/het MKB



# Inhoud

<b>Wat is crowdfunding?</b>	<b>4</b>
- Crowdfunding uitgelegd	6
- Meer dan alleen geld	9
- Wat zijn de risico's?	10
<b>De verschillende verschijningsvormen</b>	<b>12</b>
- Crowdfunding via leningen ('peer-to-peer'-leningen)	14
- Crowdfunding door aandelenparticipaties	15
- Op niet-financiële tegenprestaties gebaseerde crowdfunding	16
- Is het iets voor mij?	17
<b>Hoe je het aanpakt</b>	<b>18</b>
- Crowdfunding via leningen ('peer-to-peer'-leningen)	20
- Casestudy betreffende crowdfunding via leningen	22
- Crowdfunding door aandelenparticipaties ('equity crowdfunding')	24
- Casestudy betreffende crowdfunding door aandelenparticipatie	26
- Op niet-financiële tegenprestaties gebaseerde ('rewards-based') crowdfunding	28
- Casestudy betreffende 'rewards-based' crowdfunding	30
<b>Volgende stappen</b>	<b>32</b>



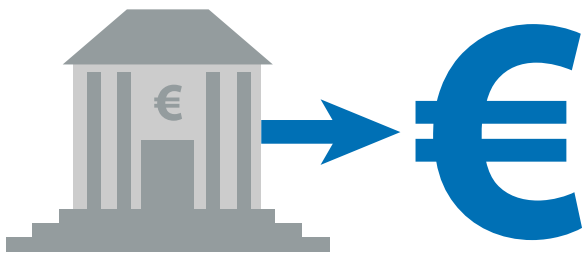
# Wat is crowdfunding?



# Crowdfunding uitgelegd

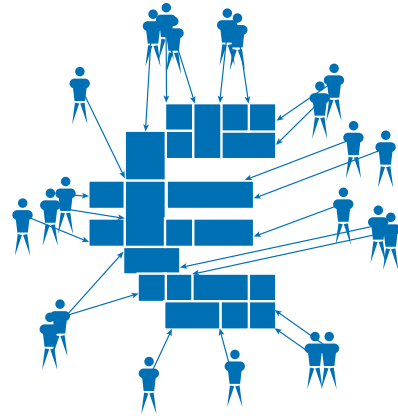
Crowdfunding is een manier om geld aan te trekken voor het financieren van een project of bedrijf. Fundraisers kunnen hierdoor via onlineplatforms geld ophalen bij een groot aantal mensen.

## traditionele financiering



Grote bedragen van één of een paar bronnen

## crowdfunding



Veel kleine bedragen van een groot aantal personen

Crowdfunding wordt met name gebruikt door startende en snelgroeiende ondernemingen om toegang te krijgen tot alternatieve financiering en biedt zo een innovatieve manier voor het aantrekken van geld voor nieuwe projecten, bedrijven of ideeën.

Crowdfunding kan ook een manier zijn voor het creëren van een publiek voor uw product. Door gebruik te maken van de kracht van de onlinegemeenschap kunt u ook **nuttige marktinzichten verwerven en toegang tot nieuwe klanten krijgen**.

Deze handleiding is bedoeld voor **ondernemers, zakenmensen en bedrijven, in het bijzonder** in het midden- en kleinbedrijf. Als u nadenkt over manieren om een nieuw bedrijf of idee te financieren of hebt gehoord over crowdfunding en er meer over wilt weten, dan kan deze handleiding nuttig blijken.

## Hoe werkt crowdfunding?

Crowdfundingplatforms zijn websites die de interactie tussen fundraisers en het publiek ('crowd') faciliteren. Via een crowdfundingplatform kunnen financiële toezegingen worden gedaan en verzameld.

Als de fundraisingcampagne succesvol is, moeten fundraisers gewoonlijk een vergoeding aan het platform betalen. In ruil daarvoor wordt van het platform verwacht dat het een **veilige en gebruiksvriendelijke** dienst aanbiedt.

Veel platforms werken met een alles-of-niets financieringsmodel. Dat houdt in dat als het doelbedrag wordt gehaald, de fundraiser het geld krijgt, en als het niet wordt gehaald, iedereen zijn geld terugkrijgt – geen geruzie en geen financieel verlies.

Er zijn een aantal vormen van crowdfunding die in onderstaande tabel worden uitgelegd. In deze handleiding wordt onbevooroordeeld advies gegeven over de drie vormen van crowdfunding die het meest door commerciële middelgrote en kleine bedrijven en beginnende ondernemingen worden gebruikt: **crowdfunding via leningen ('peer-to-peer'-leningen)**, **crowdfunding door aandelenparticipaties ('equity crowdfunding')** en **crowdfunding die op een niet-financiële tegenprestatie is gebaseerd ('rewards-based crowdfunding')**.

## Belangrijkste vormen van crowdfunding

### **Crowdfunding via leningen**

Het publiek leent geld aan een onderneming onder de afspraak dat het geld met rente wordt terugbetaald. Dit is vergelijkbaar met een traditionele banklening, met het verschil dat van een groot aantal personen wordt geleend.

### **Crowdfunding door aandelenparticipaties**

Verkoop van een aandeel in een bedrijf aan een groot aantal investeerders in ruil voor een investering in het bedrijf. Dit is vergelijkbaar met het kopen en verkopen van gewone aandelen op een aandelenbeurs of met risicokapitaal.

### **Op niet-financiële tegenprestaties gebaseerde crowdfunding**

Individuele personen geven geld aan een project of bedrijf in de verwachting dat ze in een later stadium in ruil voor hun bijdrage een niet-financiële tegenprestatie ontvangen, zoals goederen of diensten.

### **Crowdfunding via donaties**

Individuele personen geven een klein bedrag om te voorzien in de financieringsbehoefte van een concreet liefdadigheidsproject zonder financiële of materiële tegenprestatie.

### **Winstdeling/inkomstendeling**

Bedrijven delen toekomstige winsten of inkomsten met het publiek in ruil voor financiering nu.

### **Crowdfunding via schuldinstrumenten**

Individuele personen investeren in een door een onderneming uitgegeven schuldinstrument, zoals een obligatie.

### **Hybride modellen**

Bij platforms die werken met hybride modellen hebben bedrijven de mogelijkheid om elementen van meerdere vormen van crowdfunding te combineren.





# Meer dan alleen geld

Crowdfunding biedt meer dan alleen financiële voordelen. U krijgt namelijk toegang tot een groot aantal mensen die mogelijk geïnteresseerd zijn in uw project of bedrijf en die u bovendien waardevolle inzichten en informatie kunnen verschaffen.

## Niet-financiële voordelen van crowdfunding

- **'Proof of concept' en validatie:** Crowdfunding geeft u een indruk van de haalbaarheid van uw project of idee. U ziet of anderen uw vertrouwen in het project delen en net als u overtuigd zijn van de waarde ervan. Als mensen bereid zijn om financieel bij te dragen aan de realisering ervan, is dat een sterke indicatie dat er een markt voor is.
- **Gemakkelijker toegang tot andere financieringsvormen:** Een succesvolle crowdfundingcampagne is niet alleen bewijs van de haalbaarheid van uw project, maar laat ook zien dat er een markt voor is en dat mensen geloven in uw bedrijf. Dat is erg nuttige informatie als u daarna op zoek gaat naar aanvullende financiering van meer traditionele financiers, zoals banken, verschafters van risicokapitaal en 'business angels', omdat een investering in uw project daardoor minder riskant lijkt en u daardoor betere financieringsvoorwaarden kunt krijgen.
- **Toegang tot het publiek:** U richt zich tot een enorme groep mensen, waarvan sommige mogelijk waardevolle expertise en inzichten hebben. Crowdfunding stelt u doorgaans in staat om op een nieuwe manier te interageren met deze groep, die u zonder kosten waardevolle feedback zal geven.
- **Krachtig marketinginstrument:** Crowdfunding door aandelenparticipaties en op een niet-financiële tegenprestatie gebaseerde crowdfunding kunnen een effectieve manier zijn voor het presenteren van een nieuw product, een nieuw bedrijf of een uitbreiding, omdat u zich rechtstreeks tot potentiële klanten richt. U kunt aandacht creëren en interesse opwekken nog voordat het product de fabriek heeft verlaten.

Maar crowdfunding is geen toverstaf. Net als iedere andere onderneming vraagt ook crowdfunding om inzet en hard werk.

# Wat zijn de risico's?

Crowdfunding heeft veel voordelen, maar er zijn ook risico's aan verbonden. In dit hoofdstuk laten we u zien op welke valkuilen u bedacht moet zijn en hoe u die valkuilen kunt ontwijken.

## Er is geen garantie dat het doelbedrag wordt gehaald

Net als iedere andere onderneming kan ook een crowdfundingcampagne mislukken. Als u het doelbedrag niet haalt, wordt het geld dat tijdens de campagne is verzameld, teruggegeven.

**Advies:** *Analyseer zorgvuldig alle mogelijke manieren waarop uw crowdfundingcampagne zou kunnen slagen. Als de campagne mislukt, probeer het dan opnieuw: aan enkele van de grootste succescampagnes gingen verscheidene mislukte campagnes vooraf en het duurde een paar campagnes voordat men de 'winnende formule' had gevonden. Contractuele afspraken dienen duidelijkheid te verschaffen over de rechten en plichten van partijen voor het geval dat het doelbedrag niet wordt gehaald.*

## Uw intellectuele eigendom wordt openbaar

Uw ideeën gaan online en worden aan veel mensen bekend, waardoor het risico bestaat dat iemand ze kopieert.

**Advies:** *Vraag de platforms waar u zich wilt inschrijven om advies over de bescherming van intellectuele-eigendomsrechten. Ook de lokale kamer van koophandel of een overheidsinstantie kan u wellicht helpen. Als u twijfelt, doet u er goed aan om onafhankelijk advies in te winnen.*

## Onderschatting van de kosten

In de regel wordt onderschat hoeveel tijd en middelen crowdfunding vraagt. Sommige vormen van crowdfunding kunnen nog aanvullende kosten met zich meebrengen. Bij crowdfunding op basis van aandelenparticipaties, bijvoorbeeld, kunnen de administratieve kosten bij elke aandelenuitgifte hoger worden. Het kan zijn dat u onvoldoende capaciteit hebt voor nieuwe investeerders, voor het doorlopend verstrekken van actuele informatie over het project of voor het verwerken van de vennootschappelijke rechten van aandeelhouders.

**Advies:** *Wees u bewust van de verschillende stappen die u moet nemen, reserveer voldoende tijd en stel een plan op dat voldoende ruimte laat voor fouten en vertragingen. Denk eraan dat u middelen moet reserveren voor de periode vóór, tijdens en ná de campagne. Denk ook aan de kosten van een juridisch adviseur.*

## Reputatieschade

De markt is nu behoorlijk competitief en waarschijnlijk hebt u al potentiële investeerders naar uw propositie zien kijken. Iedere onzorgvuldigheid of fout en alles wat erop wijst dat u onvoldoende bent voorbereid, zal het aanzien van uw project of bedrijf schaden.

**Advies:** *Doe gedegen onderzoek. In het hoofdstuk "Volgende stappen" vindt u nuttige links.*

**Advies:** *Denk eraan dat dit een ander soort onderneming is. Als u zich richt op mensen die niet bekend zijn met uw sector, moet u uw aanpak mogelijk aanpassen en afstemmen op die groep.*

**Advies:** *Zorg ervoor dat u volledig begrijpt hoe het crowdfundingproces werkt voordat u zich verbindt, zodat u zeker weet dat u uw beloftes kunt nakomen.*

## Openbaarmakings- en andere wettelijke vereisten

*Advies: Controleer altijd bij het platform en de lokale toezichthouder welke documenten u moet verstrekken en wat de kosten zijn van het naleven van de relevante voorschriften. Neem deze kosten op in uw kostenplan. Mogelijk moeten complexe juridische kwesties worden afgehandeld waarmee aanzienlijke kosten zijn gemoeid. U doet er dus verstandig aan om zich tot een juridisch adviseur te wenden.*

## Overtreding van de wet

Het wettelijk kader van crowdfunding is nog steeds in ontwikkeling en daarom voor veel mensen nog onbekend terrein. Als u zich niet vertrouwd maakt met de toepasselijke nationale en EU-wetgeving, begaat u mogelijk zonder het te weten een overtreding van die wetgeving.

*Advies: Stel u altijd op de hoogte van wettelijke en andere vereisten. De platforms verstrekken doorgaans algemeen advies en zeggen waar u terecht kunt voor meer gespecialiseerd advies, zoals de lokale kamer van koophandel, de lokale toezichthoudende autoriteit of een overheidsdienst.*

## Problemen met het platform

Er bestaat het risico van malafide platforms.

*Advies: Maak alleen gebruik van platforms die een goede naam en staat van dienst hebben en waar niets duidt op mogelijke problemen. Kies voor platforms die functioneren binnen een goed regelgevingskader waarmee u bekend bent en die vallen onder een rechtsgebied waarvan u weet dat daar uw rechten zullen worden gehandhaafd.*

## Verantwoordelijkheden jegens investeerders en dynamiek onder investeerders

Binnen een grote en diverse groep geldschietters bestaan uiteenlopende verwachtingen en eisen en zo'n diverse groep brengt ook een verscheidenheid aan problemen met zich mee. Onbekend zijn met de rechten van geldschietters, klachtenafhandeling of handhavingsmechanismen kan leiden tot problemen, zeker bij crowdfunding op basis van aandelenparticipaties, wat een zeker verlies aan zeggenschap over uw bedrijf met zich meebrengt.

*Advies: Onderzoek de mogelijke implicaties en onderhoud actief contact met het platform zodat u volledig begrijpt wat uw verantwoordelijkheden zijn. Kijk op welke punten het platform u kan helpen en wat de rol van het platform is.*

*Advies: Voordat u aan crowdfunding op basis van aandelenparticipaties gaat doen, moet u zorgvuldig nadenken over kwesties die in een later stadium aan de orde kunnen komen. Om uw project aantrekkelijk te maken, zult u investeerders bepaalde rechten moeten aanbieden. Verzeker u ervan dat u precies weet welke verantwoordelijkheden voor u uit die rechten voortvloeien.*

*Advies: Bij het opzetten van de corporate-governancestructuur en -mechanismen dient u steeds volledig op de hoogte te zijn van de relevante eisen en verplichtingen. Die eisen en verplichtingen kunnen complex zijn. U doet er dus verstandig aan om zo nodig een gekwalificeerde deskundige te raadplegen.*

## Investeerders willen uit het project stappen

Er kan een moment komen dat een investeerder zijn aandelen wil verkopen en er zullen dagen zijn dat zich nieuwe investeerders bij uw project willen aansluiten.

*Advies: Denk vanaf het begin goed na over de mogelijke gevolgen voor uw onderneming van de komst van nieuwe of het vertrek van bestaande investeerders en vraag eventueel nog vóór het aanbieden van aandelen om juridisch advies.*

*Advies: De vraag van het wel of niet aanvaarden van nieuwe investeerders is onder meer van belang omdat de komst van nieuwe investeerders de aandelen van de oorspronkelijke investeerders in waarde doet dalen.*



# De verschillende verschijningsvormen



# Crowdfunding via leningen ('peer-to-peer'-leningen)

## Beschrijving

'Peer-to-peer'-lenen (ook wel 'crowdlending' genoemd), is een **direct alternatief voor een banklening**, met het verschil dat niet van een enkele bron maar **rechtstreeks van tientallen en soms wel honderden personen wordt geleend**. Vaak wordt een voorstel voor een rentepercentage gedaan waartegen men bereid is om een som geld uit te lenen. De leningnemer aanvaardt vervolgens het bod met het laagste rentepercentage. Op internetplatforms worden leninggevers en leningnemers bij elkaar gebracht. Elke leningaanvraag moet zorgvuldig worden onderzocht, omdat crowdfundingplatforms verplicht zijn om zowel de belangen van geldvragers als de belangen van geldgevers te beschermen. **Platforms vragen doorgaans een jaarrekening en een overzicht van eerdere handelstransacties ('track record')**.

## Belangrijkste kenmerken

- **Grotere flexibiliteit met betrekking tot rentepercentages:** Als uw campagne populair is, zullen geldschieters met elkaar wedijveren om aan uw onderneming te mogen lenen en zullen ze betere rentepercentages aanbieden.
- U kunt een lening krijgen als u niet terecht kunt bij een bank.
- **De leningbedragen kunnen aanzienlijk in grootte variëren, zodat aan een grote verscheidenheid aan financieringsbehoeften kan worden voldaan. Het minimumbedrag dat kan worden uitgeleend, is erg klein, waardoor ook kleinere geldschieters kunnen deelnemen.**
- **De lening wordt terugbetaald door automatische overboeking van het aflossingsbedrag op een rekening van het platform, dat het bedrag aan de geldschieters uitkeert.**
- **De openbaarmakingsvereisten zijn vergelijkbaar met die van een bank.** Maar in tegenstelling tot een bank moet u de betreffende informatie aan alle geldschieters bekend maken.
- Net als bij een traditionele banklening **bent u wettelijk verplicht om de lening terug te betalen.**

# Crowdfunding door aandelenparticipaties

## Beschrijving

Crowdfunding door aandelenparticipaties behelst de **verkoop van een belang in een bedrijf aan een aantal investeerders in ruil voor een investering in dat bedrijf**. Deze vorm van crowdfunding is feitelijk niets nieuws: particuliere deelnemingen, het verschaffen van risicokapitaal en investeringen door 'business angels' spelen al lange tijd een rol bij het ontwikkelen van ondernemingen. Het belangrijkste verschil tussen crowdfunding door aandelenparticipaties en deze meer traditionele financieringsvormen is dat geen één-op-één relatie tot stand komt, maar dat een voorstel wordt gedaan aan een breed scala aan potentiële investeerders, **waarvan sommige ook (potentiële) klanten zijn**. Bij 'equity crowdfunding' worden ondernemingen en 'business angels' bij elkaar gebracht via een internetplatform.

## Belangrijkste kenmerken

- **U stelt de voorwaarden** en bepaalt hoeveel u wilt verkopen en tegen welke prijs en hoe de investeerders worden beloond. Voor het waarderen van een onderneming is veel expertise nodig.
- **De verschuldigde vergoedingen** voor het aantrekken van aandelenfinanciering zijn in de regel een resultaatvergoeding en vergoedingen voor juridische en administratieve kosten. Mogelijk worden ook aanvullende vergoedingen voor juridische en advieskosten in rekening gebracht.
- **Er kunnen veel mensen investeren**, dus u krijgt veel kleine in plaats van een paar grote mede-eigenaren. Het is doorgaans minder kostbaar dan een notering op de aandelenbeurs.
- U moet aantonen dat uw onderneming 'investment-ready' is. U moet dus een ondernemingsplan en financiële prognoses opstellen. U moet ook een goede **communicatiestrategie** hebben. De belangrijkste informatie over uw onderneming moet voor potentiële investeerders gemakkelijk beschikbaar zijn en in begrijpelijke taal.
- Het platform doet in de regel een **beperkt onderzoek** naar uw onderneming en stelt investeerders in de gelegenheid om **aanvullende informatie te vragen**. Ook als daar voor u aanvullende kosten mee zijn gemoeid, doet u er verstandig aan om die informatie te verstrekken.
- Aan deze vorm van crowdfunding zitten belangrijke **juridische aspecten**, die aanzienlijke kosten met zich kunnen meebrengen, zoals de openbaarmaking van informatie, het opstellen van juridische documenten, het jaarlijks organiseren van de aandeelhoudersvergadering, het verwerken van vennootschapsrechten, het opstellen van jaarverslagen en het opzetten van besluitvormingsprocedures.
- **Niet alle investeerders hebben dezelfde rechten**. Aandeelhouders hebben in de regel stemrecht over cruciale kwesties in verband met de bedrijfsvoering, de uitgifte van aandelen, enz. U moet nadenken over de vraag hoeveel zeggenschap over uw onderneming u bereid bent op te geven aan externe aandeelhouders. Wat vergoedingen betreft, moet u zich ervan bewust zijn dat investeerders een vergoeding mogen vorderen voor geleden schade, bijvoorbeeld in geval van contractbreuk.

# Op niet-financiële tegenprestaties gebaseerde crowdfunding

## Beschrijving

Op niet-financiële tegenprestaties gebaseerde crowdfunding behelst **het geven van geld door individuele personen aan een project of bedrijf in de verwachting dat men in een later stadium in ruil voor die bijdrage een niet-financiële tegenprestatie ontvangt**, zoals goederen of diensten. Gebruikelijk is het aanbieden van een unieke dienst (reward) of een nieuw product (voorverkoop) in ruil voor een investering. Deze vorm van crowdfunding stelt ondernemingen in staat om met een volle orderportefeuille en voldoende liquide middelen (een groot probleem voor nieuwe ondernemingen) een product te lanceren en al voor de lancering verzekerd te zijn van een publiek.

## Belangrijkste kenmerken

- **De verstrekte gelden hoeven niet terug te worden betaald:** u levert gewoon de beloofde producten of diensten.
- Nog voordat het product wordt gelanceerd, bent u verzekerd van orders, en met de crowdfundingcampagne **trekt u niet alleen kapitaal aan maar bouwt u ook een klantenbestand op.**
- U bent **verplicht om uw beloftes op tijd na te komen.**
- Het is een **populaire optie voor ondernemers en met name starters**, omdat het een manier is om de lancering van een nieuwe onderneming of een nieuw product te financieren.
- Het is **met name geschikt voor producten en diensten die innovatief zijn** of veel aandacht zullen trekken.
- **Complexe ideeën of producten zijn minder geëigend** voor op niet-financiële tegenprestaties gebaseerde crowdfunding.

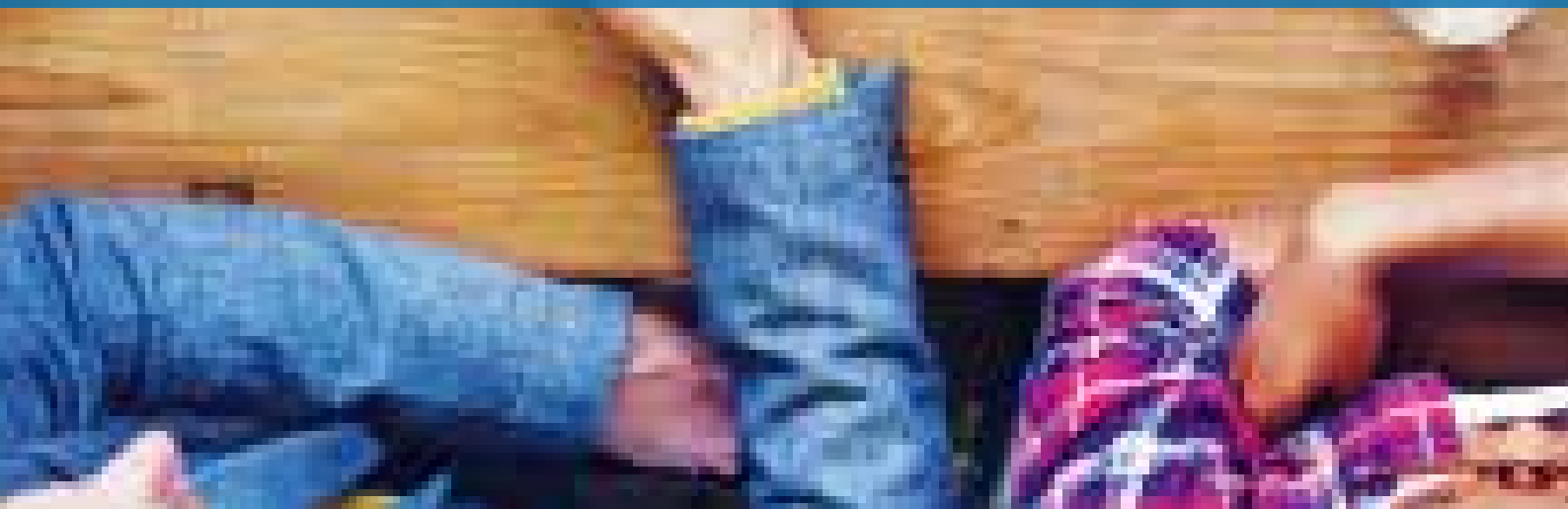


# Is het iets voor mij?

	<b>Crowdfunding door aandelenparticipaties</b>	<b>Op niet-financiële tegenprestaties gebaseerde crowdfunding</b>	<b>Crowdfunding via leningen ('peer-to-peer'-leningen)</b>
'Pre-trading'		✓	
Nog niet winstgevend	✓	✓	
Winstgevende, snelgroeiende onderneming	✓		✓
Gevestigde, gestaag groeiende onderneming	✓		✓
Gevestigde, stabiele onderneming	✓		✓
Lanceren van nieuw product/dienst/merk	✓	✓	✓
Maken van acquisities			✓
Uitbreiden naar nieuwe gebieden	✓	✓	✓
Investeren in nieuwe faciliteiten			✓
Op zoek naar herfinanciering	✓		✓
Noodzaak van kapitaalherstructurering	✓		✓



# Hoe je het aanpakt





# Crowdfunding via leningen (‘peer-to-peer’-leningen)

In dit hoofdstuk kijken we naar de belangrijkste stappen die bij ‘peer-to-peer’-lenen worden doorlopen en geven we nog wat tips en adviezen. **De beschreven stappen zijn slechts als richtsnoer bedoeld.** De complexiteit van de verschillende stappen is afhankelijk van het project, de omvang van uw team en de hoeveel tijd die u erin kunt steken.

## Vorbereiding

In de voorbereidingsfase van uw crowdfundingcampagne kijkt u eerst eens rond in de wereld van het ‘peer-to-peer’-lenen en pas dan stelt u een aanvraag op. Als onderdeel van de voorbereiding zou u het volgende moeten doen:

- **Bestudeer verschillende platforms** en kijk naar wat ze te bieden hebben.
- **Stel u op de hoogte van de regels van de platforms en de wettelijke voorschriften** die ten aanzien van de platforms gelden.
- **Lees alle handleidingen, blogs en lopende campagnes die u kunt vinden**, ter inspiratie en om te leren van de ervaringen van anderen.
- **Neem contact op met platforms die nauw aansluiten bij uw behoeften.**
- **Zorg ervoor dat u de vereiste financiële stukken op orde hebt.**

*Tip: Als u het zich kunt veroorloven, leen dan van uw eigen geld kleinere bedragen (laten we zeggen in totaal €100) aan andere ondernemingen. Zo krijgt u een goed idee van waar uw geldschieters naar op zoek zullen zijn.*

## De periode van fundraising

Het kredietbeoordelingsteam van het door u gekozen platform kijkt naar alle informatie die u verstrekt. Als uw aanvraag wordt goedgekeurd, hoort u onder welke risicocategorie u valt. Vervolgens wordt de aanvraag op het platform geplaatst en kunnen de geldschieters hun bod plaatsen. Elke geldschieder biedt een bepaald bedrag tegen een bepaald rentepercentage aan. Als het doelbedrag is gehaald, kunnen de geldschieters gewoon doorgaan met bieden. Ze zullen dan waarschijnlijk een lager rentepercentage vragen. Dus hoe populairder uw campagne, hoe gunstiger de voorwaarden waaronder u kunt lenen.

*Denk aan het volgende: In veel gevallen moet u de financiële overzichten van ten minste de laatste twee jaar en uw kredietantecedenten verstrekken. Als u niet al een accountant hebt, doet u er verstandig aan om alsnog een accountant in te schakelen. Het opstellen van financiële overzichten vraagt tijd en kan tot extra kosten leiden.*

## Na de bieding

Zodra de bieding is afgelopen, neemt het platform contact met u op om het definitieve gemiddelde rentepercentage door te geven. Het platform maakt het geld vervolgens binnen de afgesproken termijn over op uw bankrekening.

Vervolgens moet u de lening met rente terugbetalen. Dat doet u in de met het platform overeengekomen termijnen. Dit gebeurt in de regel via automatische overboeking op een rekening van het platform, dat de rente en aflossingen vervolgens op de rekeningen van de investeerders overmaakt.

Zodra de lening in zijn geheel is terugbetaald, bevestigt het platform het einde van de transactie.

*Tip: Zorg dat u tijdens het gehele proces beschikbaar bent, omdat zowel het platform als de investeerders urgente vragen kunnen hebben.*

# Casestudy betreffende crowdfunding via leningen:

## Isabella's patisserie

### Achtergrond

Isabella is een banketbakker die haar afzet gestaag heeft zien toenemen. Onlangs is ze naar een groter pand verhuisd, dat ook een klein restaurant bevat. Dit restaurant is nu goed voor 30% van haar omzet. Door de stijgende vraag kwam haar capaciteit op een gegeven moment onder druk te staan en nam ook de druk op haar personeel toe. Om haar capaciteit te verdubbelen had ze een nieuwe deegmachine nodig en extra ovens. De totale kosten daarvan bedroegen € 50 000. Isabella ging naar de lokale bank voor een lening, waar ze al een debetfaciliteit met een limiet van € 10 000 had en in het laatste aflossingsjaar van een lening van € 30 000 zat (voor de initiële investering). De bank wilde haar slechts € 30 000 lenen, en niet tegen de 11,5% rente die voor de initiële lening was gevraagd, maar tegen 14,5%. Ze besloot om op het internet naar informatie over alternatieve financiering te zoeken en stuitte toen op het begrip 'peer-to-peer crowdfunding' (crowdfunding via leningen).



### **Planning: dag 1 - dag 10**

Isabella bestudeerde enige tijd alles wat ze kon vinden over 'peer-to-peer crowdfunding', waarbij ze vooral geïnteresseerd was in hoe het werkt, welke sites het aanbieden en onder welke voorwaarden/tegen welke prijs, en welke regels de sites hanteren. Ze las en verzamelde blogs/artikelen over 'peer-to-peer crowdfunding' en keek naar de crowdfundingcampagnes van geldvragers zoals zichzelf en de afspraken die ze hadden gemaakt. Aan het einde van die week had ze het gevoel dat ze begreep hoe 'peer-to-peer' lenen functioneerde en genoeg wist voor het doen van een aanvraag. Om meer te weten te komen over het gedrag van geldschieters, schreef Isabella zich in bij een paar platforms voor 'peer-to-peer crowdfunding' en leende van haar eigen geld € 100 in kleine bedragen aan ondernemingen als de hare. Zo kreeg ze een beter idee van wat het is om geldschieter te zijn en waar (potentiële) geldschieters het meeste op letten. Met die kennis ging ze aan de slag met het samenstellen van de financiële stukken die openbaar moesten worden gemaakt en trof ze de nodige voorbereidingen om aan andere openbaarmakingsvereisten te kunnen voldoen.

### **Financieringscyclus: dag 11 - dag 20**

Toen alle stukken gereed en grondig gecontroleerd waren, diende Isabella ze bij het platform in. Het kredietbeoordelingsteam van het platform nam contact met haar op voor aanvullende financiële informatie, waaronder aanvullende verslagen over de bedrijfsvoering. Deze informatie werd naast de door het platform gebruikte kredietmodellen gelegd. Kort daarna hoorde Isabella dat de kredietbeoordeling voor haar onderneming positief was en haar aanvraag goedgekeurd. De onderneming kon toen op de onlinemarktplaats worden geplaatst zodat investeerders hun biedingen konden doen. Sommige investeerders namen rechtstreeks contact met haar op via een Q&A-functie. Ze wilden wat meer bijzonderheden weten over de geplande besteding van het geld en over de rentabiliteit van de onderneming over de laatste paar jaar. De investeerders bleken erg tevreden met haar antwoorden, getuige het feit dat het doelbedrag van € 50 000 al na een paar dagen werd gehaald. Isabella had het gemiddelde rentepercentage van de op dat moment toegezegde leningen kunnen nemen, maar ze besloot om de aanvraag voor de volle termijn van zeven dagen op de marktplaats te laten staan. De resterende dagen zag ze het rentepercentage dalen naarmate meer investeerders haar een leenbod deden.

### **Na de bieding**

Nadat de bieding was afgelopen, nam het platform contact op met haar om te bevestigen dat het definitieve gemiddelde van de aangeboden rentepercentages 10,3% was. Dit was in overeenstemming met het gemiddelde voor de ratingcategorie waarbij ze was ingedeeld (B) en zelfs nog lager dan de bank voor haar eerste lening had gevraagd (11,5%). Het platform liet haar weten dat als ze zou besluiten om af te zien van de lening, haar geen vergoeding in rekening zou worden gebracht. Maar Isabella besloot de lening op te nemen en binnen drie werkdagen had ze het geld op haar bankrekening. Isabella betaalde de lening met rente terug, in maandelijkse termijnen over een periode van vijf jaar. Rente en aflossing werden automatisch overgeboekt op een rekening van het platform, dat de bedragen vervolgens naar de rekeningen van de investeerders overmaakte.

# Crowdfunding door aandelenparticipaties ('equity crowdfunding')

In dit hoofdstuk kijken we naar de belangrijkste stappen die bij crowdfunding door aandelenparticipaties worden doorlopen en geven we nog wat tips en adviezen. **De beschreven stappen zijn slechts als richtsnoer bedoeld.** De complexiteit van de verschillende stappen is afhankelijk van het project, de omvang van uw team en de hoeveelheid tijd die u erin kunt steken.

## Vorbereiding

In de voorbereidingsfase van uw crowdfundingcampagne kijkt u eerst eens rond in de wereld van het 'equity crowdfunding' en pas dan stelt u een voorstel op. Als onderdeel van de voorbereiding zou u het volgende moeten doen:

- **Bestudeer verschillende platforms** en kijk naar wat ze te bieden hebben en welke voorwaarden ze hanteren.
- **Stel u op de hoogte van de regels van de platforms en de wettelijke voorschriften** die ten aanzien van de platforms en in uw regio gelden.
- **Maak een tijdpad en kostenbegroting.**
- **Kijk naar de ontwikkelingen op de markt:** hoeveel wordt toegezegd en wat wordt als tegenprestatie verwacht? Dit verschaft u een referentiepunt voor uw campagne.
- **Neem contact op met platforms die nauw aansluiten bij uw behoeften.**
- **Zorg ervoor dat u de vereiste financiële stukken op orde hebt.**
- **Begin met het creëren van een publiek op de sociale media.**
- **Stel u op de hoogte van de openbaarmakingsvereisten en andere wettelijke verplichtingen.** Voor campagnes die zijn gericht op het aantrekken van grotere hoeveelheden kapitaal zal om gecontroleerde jaarrekeningen worden gevraagd, die zeer kostbaar kunnen zijn. Ga altijd bij het platform en de bevoegde lokale instantie na wat precies van u wordt verlangd en wat u dat gaat kosten.

*Tip: Zoek een onderneming die deze vorm van crowdfunding succesvol heeft toegepast. Vraag naar hun ervaringen en of ze bereid zijn om u te helpen en begeleiden. Dat zal u veel tijd besparen en u helpen uw campagne te verbeteren.*

## Planning van de 'pitch'

Als het platform uw aanvraag goedkeurt, kunt u de laatste hand leggen aan het ondernemingsplan en de financiële propositie. Het is belangrijk om voorbereid te zijn: verzeker u ervan dat uw cijfers juist zijn en dat u ze kunt staven. U moet bijvoorbeeld het volgende kunnen laten zien:

- De waarde van uw onderneming en de onderbouwing daarvan.
- De financiële prestaties en prognoses.
- Het aantal aandelen dat wordt uitgegeven en waarom.

Het is essentieel dat u uw verhaal op een aansprekende manier vertelt, met duidelijke beschrijvingen van uw product of dienst en de financiële aspecten. Daarbij kan een 'multikanalenaanpak', die bijvoorbeeld ook het gebruik van video's, sociale netwerken en livepresentaties omvat, erg effectief zijn. Vraag om feedback van vrienden en potentiële klanten. Het is belangrijk dat u:

- **rekening houdt met de informatiebehoefte van uw publiek:** wat zouden ze graag willen weten?
- kort en bondig bent, maar **zorg ervoor dat uw kennis, vaardigheden en vastberadenheid goed tot uitdrukking komen;**
- **een duidelijke toelichting geeft op de financiële aspecten,** met verwijzingen naar aanvullende informatie;
- **op een visueel aantrekkelijke en aangename wijze uw verhaal vertelt.**



## Creëren van de 'pitch'

**Zorg voor een goede website:** Met een goed vormgegeven, informatieve en aantrekkelijke website laat u investeerders zien dat het u ernst is met uw onderneming.

Bij enkele van de meest effectieve campagnes is gebruik gemaakt van een **twee minuten of nog korter durende videopresentatie**. In zo'n videopresentatie moet u duidelijk vertellen:

- wat u hoopt te gaan doen en waarom;
- wie u bent en wie de leden van uw team zijn;
- hoe de onderneming presteert;
- hoe u het geld gaat besteden;
- wat de financiële rentabiliteit van de onderneming is.

**Het snel bereiken van de doelgroep is essentieel.** Gebleken is dat campagnes waarbij in de eerste paar dagen meer dan twintig procent van de doelgroep wordt bereikt, een veel grotere kans van slagen hebben. Wees actief op sociale media en zorg ervoor dat u zo veel mogelijk volgers krijgt door gesprekken te initiëren en deel te nemen aan de gesprekken van anderen.

## De periode van fundraising

Ga actief het gesprek aan met uw publiek, online en offline:

- **Motiveer uw publiek** en vraag ze om uw berichten met hun vrienden te delen.
- **Wees actief op sociale media**, waar u de campagne kunt promoten en meer zichtbaarheid kunt geven.
- **Praat met journalisten** en met bezoekers van conferenties, beurzen en andere plaatsen die door uw publiek worden bezocht.
- Beantwoord vragen en reageer op suggesties.

## Na afloop van de campagne

Als de campagne is afgelopen, volgen de administratieve stappen, zoals het inschrijven van de nieuwe eigenaren van de aandelen en eventueel het veranderen van de rechtsvorm van de onderneming. In deze fase is met name het volgende van belang:

- **Geef vorm aan de nieuwe structuur van de onderneming.** U hebt er nu meerdere investeerders en partners bijgekregen. Dat betekent hoogstwaarschijnlijk dat een nieuwe bestuursstructuur en nieuwe bestuursprocedures nodig zijn. Als u vragen hebt, ga dan naar een professional, een jurist of de lokale kamer van koophandel.
- **Onderhoud investeerdersrelaties.** Afhankelijk van de nieuwe structuur van de onderneming moet mogelijk het besluitvormingsproces worden veranderd. Vergeet dan niet dat de nieuwe aandeelhouders in bepaalde gevallen bij de besluitvorming moeten worden betrokken.
- **Bereid de exit van de investeerders voor.** U zult de investeerders het rendement van hun investering moeten uitbetalen (winsttaandeel, dividenden, terugkopen van aandelen, enz.).

# Casestudy betreffende crowdfunding door aandelenparticipatie:

## De kunststoffabriek van Oscar

### Achtergrond

Oscar is eigenaar van een grote onderneming voor kunststofproductie in Spanje, met 20 fabrieksarbeiders en 10 administratieve en verkoopmedewerkers in vaste dienst. Hij had al een tijdje zitten nadenken over uitbreiding van zijn activiteiten naar andere Europese markten. Maar daarvoor had hij kapitaal nodig om de capaciteit van de fabriek uit te breiden en extra personeel in dienst te nemen voor het beheer van de uitbreiding. Hij schatte dat hij ongeveer € 1,2 miljoen nodig zou hebben. Oscar benaderde eerst enkele private-equity- en risicokapitaalfondsen. Een of twee daarvan waren geïnteresseerd maar wilden een belang van 26% in de onderneming en medezeggenschap in strategische beslissingen, waaronder een zeer ambitieus uitbreidingsplan waarvan Oscar meende dat het voortbestaan van zijn onderneming in gevaar zou brengen. Bij het zoeken naar alternatieve financieringsbronnen stuitte hij op het begrip 'equity-based crowdfunding' (crowdfunding door aandelenparticipatie). Hij realiseerde zich dat hij hiermee het noodzakelijke kapitaal kon verwerven zonder al te veel zeggenschap over zijn onderneming te moeten opgeven.



### **Planning: dagen 1 - 10**

Oscar begon met alles te lezen wat hij kon vinden over 'equity-based crowdfunding', over wat het is en hoe het werkt. Hij onderzocht ook welke websites het aanbieden en onder welke voorwaarden en tegen welke vergoeding. Hij besloot om het maar eens te proberen, waarbij hij ernaar streefde om een minder groot belang in en minder zeggenschap over zijn onderneming weg te geven dan hij waarschijnlijk had moeten doen als hij met verschaffers van risicokapitaal in zee was gegaan. Oscar koos voor een platform waar zich al een groot aantal investeerders had ingeschreven. Maar hij wist dat hij niet op die investeerders alleen kon vertrouwen. Om hun aandacht te krijgen moest hij zijn eigen publiek meenemen: mensen die hem en zijn onderneming kenden zouden hem zichtbaarder voor andere investeerders maken. Een doelbedrag van € 1,2 miljoen leek hem realistisch en het aanbieden van 20% van de onderneming op basis van een waardebeoordeling op basis van de toekomstverwachting, eerlijk en voldoende. Oscar wist dat het platform de juistheid van de onderliggende cijfers zou controleren, maar dat het aan de investeerders was om de geloofwaardigheid van de waardebeoordeling zelf te beoordelen. Vandaar dat hij moeite deed om zijn waardering van de onderneming goed te onderbouwen.

### **Creëren van de 'pitch': dagen 11-30**

Oscar besteedde veel tijd aan het uitwerken van een manier waarop hij de cijfers op de meest directe en relevante wijze kon presenteren. Hij werkte nauw samen met een adviseur die hem door een van de platforms was aanbevolen, die hem in elke fase van het ontwikkelen en aanscherpen van zijn plan waardevolle en objectieve feedback gaf. Oscar realiseerde zich dat hij de campagne moest introduceren met een korte, twee of drie minuten durende videopresentatie. Voor het maken van die video huurde hij professionals in. De video werd in een dag gefilmd en bevatte beelden van de werkvloer en van producten. De voice-over werd ingesproken door Oscar, die ook in beeld verscheen. Oscar controleerde steeds weer of de campagne geen hiaten of inconsistenties bevatte. Hij kreeg ook heel goede feedback van de adviseurs van het platform, die technische en juridische vragen met betrekking tot de campagne beantwoordden. Oscar hoorde zowel on- als offline van verscheidene mensen dat ze erg geïnteresseerd waren in zijn voorstel. Hij voerde ook gesprekken met een paar sleutelfiguren heel graag in zijn onderneming wilden investeren. Toen hij zich realiseerde dat ze samen goed zouden zijn voor 20 - 30% van het doelbedrag en hem een vliegende start zouden bezorgen, was hij er klaar voor om zijn campagne te lanceren.

### **Creëren van de 'pitch': dagen 31-60**

Oscar was ook actief op sociale media, waar hij de campagne promootte en meer zichtbaarheid gaf. Hij ontdekte dat zijn crowdfundingactie en de berichten erover de belangstelling van lokale journalisten trok en er verscheen ook een artikel over hem in een nationale handelskrant.

### **Na afloop van de campagne Dagen 61 - 80**

Oscar haalde in korte tijd bijna 30% van het doelbedrag – vooral dankzij mensen die al bekend waren met hem en zijn onderneming en die vooraf al wisten van zijn campagne. Binnen drie weken had hij het volledige doelbedrag gehaald. In plaats van nog meer aandelen uit te geven – een optie die hij had overwogen en waarvoor hij ook plannen had gemaakt – besloot hij de campagne vroegtijdig te beëindigen en van het platform te halen. Het eerste wat hij vervolgens deed, was alle inschrijvers bedanken en ze als nieuwe mede-eigenaren verwelkomen. Bij de verdere afwikkeling werkte hij samen met het platform, dat beschikte over alle systemen voor het uitgeven van de aandelenbewijzen en afhandelen van de andere formaliteiten.

# Op niet-financiële tegenprestaties gebaseerde ('rewards-based') crowdfunding

In dit hoofdstuk kijken we naar de belangrijkste stappen die bij 'rewards-based' crowdfunding worden doorlopen en geven we nog wat tips en adviezen. **De beschreven stappen zijn slechts als leidraad bedoeld.** De complexiteit van de verschillende stappen is afhankelijk van het project, de omvang van uw team en de hoeveelheid tijd die u erin kunt steken.

## Vorbereiding

In de voorbereidingsfase van uw crowdfundingcampagne kijkt u eerst eens rond in de wereld van het 'rewards-based' crowdfunding en pas dan stelt u een voorstel op. Als onderdeel van de voorbereiding zou u het volgende moeten doen:

- **Bestudeer verschillende platforms** en kijk naar wat ze te bieden hebben en welke voorwaarden ze hanteren.
- **Stel u op de hoogte van de regels van de platforms en de wettelijke voorschriften** die ten aanzien van de platforms en in uw regio gelden.
- Maak een tijdspad en kostenbegroting.
- **Kijk naar de ontwikkelingen op de markt:** hoeveel wordt toegezegd en wat wordt als tegenprestatie verwacht. Dit verschaft u een referentiepunt voor uw campagne.
- Neem contact op met platforms die nauw aansluiten bij uw behoeften.
- **Zorg ervoor dat u de vereiste financiële stukken op orde hebt.**
- **Begin met het creëren van een publiek** op de sociale media.

## Creëren van de 'pitch'

Als het platform uw aanvraag goedkeurt, **verwoordt u uw verhaal op een boeiende wijze**, met begrijpelijke beschrijvingen van uw product of dienst. Maar dat is gemakkelijker gezegd dan gedaan. U hebt zeker feedback van vrienden en potentiële klanten nodig. Het is belangrijk dat uw verhaal logisch is, maar er moet wel enthousiasme uit spreken, en vertel het ook op een visueel aantrekkelijke en aangename wijze.

Bij enkele van de meest effectieve campagnes is gebruik gemaakt van een twee minuten of nog korter durende videopresentatie. In zo'n videopresentatie moet u duidelijk vertellen:

- wat u hoopt te gaan doen en waarom,
- wie u bent en wie de leden van uw team zijn,
- hoe u het geld gaat besteden, en
- voor het geval dat u meer dan het doelbedrag haalt (wat een 'stretch-target' wordt genoemd), hoe het extra geld zal worden besteed.

**Uw tegenprestaties moeten prikkelend zijn.** Ten minste een ervan moet uniek zijn, iets wat alleen uw financiers krijgen. Bestudeer andere campagnes voor het opdoen van inspiratie. **Vergeet niet dat de voorverkoop van een nieuw product op zichzelf al een aantrekkelijke tegenprestatie is.** Het bedenken van een goede tegenprestatie is moeilijker als uw onderneming geen nieuw product maar een dienst aanbiedt. Maar uiteindelijk gaat het er gewoon om dat u creatief bent en tegenprestaties bedenkt die uw publiek leuk zal vinden en zal willen hebben.

## De periode van fundraising

Tijdens de periode van fundraising moet u actief het gesprek aangaan met uw publiek, online en offline. Een campagne voor 'rewards-based' crowdfunding werkt het beste als mensen de passie zien waarmee u achter uw project staat. Ga dus vol energie en enthousiasme aan de slag.

U zou het volgende moeten doen:

- **Motiveer uw publiek**; laat ze weten dat de campagne aan de gang is. Moedig het publiek aan om deel te nemen en berichten over de campagne met hun vrienden te delen.
- **Wees actief op sociale media**, waar u de campagne kunt promoten en meer zichtbaarheid kunt geven.
- **Praat met journalisten** en met bezoekers van conferenties, beurzen en andere plaatsen die door uw publiek worden bezocht.
- Beantwoord vragen en reageer op suggesties.

## Na afloop van de campagne

Als u het doelbedrag hebt gehaald, kunt u niet gewoon het geld pakken en het verder voor gezien houden, want er is nog veel werk te verrichten. Als u het doelbedrag niet hebt gehaald, moet u vooral niet bij de pakken neerzitten. Leer van uw fouten en probeer het opnieuw.

**Vergeet niet om uw financiers te bedanken** en houd contact met mensen die geïnteresseerd zijn in uw product. Als u niet succesvol was, vraag dan om tips over hoe u het beter zou kunnen doen.

Als u wel succesvol was, **stel dan een tijdplan** op voor het leveren van de beloofde tegenprestaties, **zodat alle financiers binnen de toegezegde termijn hun tegenprestaties ontvangen**. **Vergeet tot slot niet om de vereiste administratieve taken te verrichten**.

*Denk aan het volgende: Als u van plan bent om uw product in de voorverkoop te doen, moet u zich mogelijk voor de btw laten registreren. Informeer bij het lokale kantoor van de belastingdienst.*

# Casestudy betreffende 'rewards-based' crowdfunding:

## Carla's designlampen

### Achtergrond

Carla is een in Praag gevestigde designer. Ze heeft onlangs het prototype voltooid van een designverlichting. Het betreft een ultramodern concept waarbij gebruik wordt gemaakt van gerecycleerde industriële materialen. De verlichting kreeg vorig jaar bij de designexpo in Milaan veel lof toegezwaaid. Ze heeft een fabrikant aangetrokken die de hoofdonderdelen zal fabriceren en een klein team samengesteld voor het assembleren van de onderdelen en het verzorgen van de leveringen en installaties. Carla heeft een startkapitaal van € 41 000 nodig, om de kosten van de eerste zes maanden te kunnen dekken. Aangezien de verlichtingen € 200 per stuk moeten opbrengen, moet ze er 205 verkopen om aan dit bedrag te komen. Ze overwoog in eerste instantie om naar de bank te gaan voor een lening. Maar omdat ze geen onderpand en wel een openstaande studielening had en bovendien nog maar kort ondernemer was, had ze waarschijnlijk niet aan de basisvoorwaarden voldaan. Ze besloot om het met crowdfunding te proberen.



### **Planning: dagen 1 - 10**

De eerste week gebruikte ze om zich te verdiepen in de materie. Ze las en verzamelde blogs en artikelen over 'rewards-based' crowdfunding en ging op zoek naar en bestudeerde interessante gevallen die vergelijkbaar waren met het hare en waarbij de crowdfundingactie succesvol was. Aan het einde van de week had ze het gevoel dat ze begreep wat crowdfunding inhield en wat ze moest doen. Carla had haar product officieel laten goedkeuren en het was gereed voor productie. Ook had ze al goed nagedacht over haar bedrijfsconcept en over de financiële aspecten. Ze kon zich nu volledig richten op het begrijpen van haar publiek, haar klanten. Met de hulp van sociale media bracht ze in kaart wie op haar terrein de 'influencers' waren: gerespecteerde personen met een vaste groep volgers die haar konden helpen haar boodschap te verspreiden. Ze praatte met deze mensen, nam deel aan online-gespreksgroepen, maakte vrienden en knoopte connecties aan, zodat ze bij de start van de campagne een groot onlinepubliek had dat haar ondersteunde. Ze koos voor een platform waarvan ze wist dat het betrouwbaar was en dat door het juiste publiek werd bezocht, maar waar ze ook een grote zichtbaarheid zou hebben.

### **Creëren van de 'pitch': dagen 11-25**

Carla wist dat de 'pitch' cruciaal was voor het succes van haar campagne en besteedde veel aandacht aan het perfectioneren van haar verhaal. Ze dacht goed na over haar verhaal en de kernboodschap en over wat ze als tegenprestatie zou geven (onder andere de designverlichting zelf, die een waarde van € 200 vertegenwoordigt). Carla wist op basis van het onderzoek dat ze had verricht, dat een korte videopresentatie essentieel is voor het vertellen van haar verhaal en om potentiële sponsors te overtuigen van de kwaliteit van haar ontwerp en te laten zien wie zij en haar team zijn en waar de onderneming voor staat. Ze maakte een film waarin te zien is hoe ze een verlichting maakt en een website waarop ze haar producten in meer detail beschrijft. Carla regelde ook een videoconferentie met de adviseur van het platform om haar te vragen haar oordeel over de campagne te geven en suggesties voor verbeteringen te doen, alsook om te controleren of aan alle in Tsjechië geldende technische of wettelijke eisen was voldaan. Drie weken lang voerde Carla gesprekken met tal van mensen, deed ze onderzoek en was ze bezig met het creëren van een publiek rond haar project. Toen ze het idee had dat ze voldoende aandacht had gegenereerd, lanceerde ze haar campagne.

### **De campagne: dagen 26-56**

Zodra de campagne was gelanceerd, begon Carla met de werkzaamheden voor de volgende fase van de crowdfunding. Carla was er elke dag mee bezig: ze praatte met haar publiek, liet ze weten dat de campagne aan de gang was en moedigde ze aan om deel te nemen en berichten over de campagne met hun vrienden te delen. Ze praatte met journalisten, waardoor haar actie en innovatieve producten veel aandacht kregen. Carla ontving vragen van geïnteresseerde mensen, maar ook opmerkingen over punten waar ze niet aan had gedacht en suggesties voor verbeteringen. Als onderdeel van haar inspanningen om haar publiek voor zich te winnen, bedankte ze iedereen voor de gemaakte opmerkingen en suggesties en beloofde ze ermee aan de slag te zullen gaan.

### **Na afloop van de campagne: dagen 56-70**

Carla's campagne werkte: met 145 verkochte verlichtingen overschreed ze zelfs haar doelstelling. Het was een groot succes: niet alleen ontving ze voldoende geld om met de productie te kunnen beginnen, haar voorraden te kunnen aanvullen en de kosten voor de eerste drie maanden te kunnen dekken, ze verkocht ook nog eens de helft van de eerste batch verlichtingen nog voordat ze de fabriek hadden verlaten. Het eerste wat Carla deed was het productieproces in gang zetten en iedereen te bedanken. Vervolgens stelde ze een productietijdschema op en liet de geldgevers weten wanneer de verlichtingen naar verwachting zouden worden geleverd. Ook begon ze met het verrichten van de administratieve werkzaamheden die nodig zijn om een bedrijf te starten. Maar daarnaast bleef Carla steeds contact houden met haar publiek. Ze gaf regelmatig voortgangsupdates en maakte gebruik van de expertise van haar publiek wanneer zich problemen voordeden. Omdat mensen enthousiast waren over haar producten, werden ze ook haar beste pleitbezorgers: ze fungeerden als een reclame- en pr-platform voor haar onderneming en hielpen haar nog meer verlichtingen te verkopen.

A close-up photograph of a person's hand clicking a black computer mouse. The hand is positioned in the center of the frame, with the index finger pressing one of the mouse buttons. The background is blurred, showing what appears to be a desk and some office equipment. A blue horizontal bar is overlaid at the bottom of the image, containing the text 'Volgende stappen' in white.

Volgende stappen





## Meer informatie over crowdfunding

- **Crowdfunding in de Europese Unie**  
[http://europa.eu/rapid/press-release\\_MEMO-14-240\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-14-240_en.htm)
- **Crowdfunding in het Verenigd Koninkrijk**  
<http://crowdingin.com/what-we-mean-crowdfunding>  
<http://www.fca.org.uk/consumers/financial-services-products/investments/...>
- **Crowdfunding in Frankrijk**  
<http://www.amf-france.org/Reglementation/Dossiers-thematiques/Epargne-et-prestataires/Financement-participatif/Plateformes-de-financement-participatif---entr-e-en-vigueur-du-dispositif-r-glementaire-le-1er-octobre-2014-.html>
- **Crowdfunding in Italië**  
<http://www.consob.it/main/trasversale/risparmiatori/investor/crowdfundin...>
- **Overzicht van crowdfunding**  
<http://www.eurocrowd.org/category/facts-and-figures/about-crowdfunding/>  
<http://www.bruegel.org/publications/publication-detail/publication/844-i...>

## Meer informatie over crowdfundingplatforms

- **Overzicht van crowdfundingplatforms in Frankrijk**  
<http://tousnosprojets.bpifrance.fr/>
- **Overzicht van crowdfundingplatforms in het Verenigd Koninkrijk**  
<http://crowdingin.com/platforms/all/all#>
- **European Crowdfunding Network**  
<http://www.eurocrowd.org>

## Europese Unie over crowdfunding

- **Europese Commissie over crowdfunding**  
[http://ec.europa.eu/finance/general-policy/crowdfunding/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/finance/general-policy/crowdfunding/index_en.htm)
- **Europees Parlement over crowdfunding**  
<http://epthinktank.eu/2014/05/08/crowdfunding-in-the-european-union/>
- **ESMA over crowdfunding**  
<http://www.esma.europa.eu/news/Press-Release-Investment-based-crowdfunding-needs-EU-wide-common-approach>
- **EBA over crowdfunding**  
<https://www.eba.europa.eu/-/eba-recommends-convergence-of-lending-based-crowdfunding-regulation-across-the-eu>

## Meer informatie over andere financieringsbronnen voor uw onderneming

- **Portaal van de Europese Commissie voor toegang tot financiering**  
[www.access2finance.eu](http://www.access2finance.eu)
- **Het Enterprise Europe Network geeft advies over EU-programma's en het vinden van partners**  
<http://een.ec.europa.eu/>



