



Europeiska
kommissionen



Gräsrotsfinansiering i korta drag

En handbok för små och
medelstora företag

Innehåll

Vad är gräsrotsfinansiering?	4
- Gräsrotsfinansiering i korta drag	6
- Mer än bara pengar	9
- Vilka risker finns det?	10
De olika typerna	12
- Person-till-person-lån	14
- Andelsbaserad gräsrotsfinansiering	15
- Belöningsbaserad gräsrotsfinansiering	16
- Är det här något för mig?	17
Hur gör jag?	18
- Person-till-person-lån	20
- Fallstudie om person-till-personbaserad gräsrotsfinansiering:	22
- Andelsbaserad gräsrotsfinansiering	24
- Fallstudie om andelsbaserad gräsrotsfinansiering:	26
- Belöningsbaserad gräsrotsfinansiering	28
- Fallstudie om belöningsbaserad gräsrotsfinansiering:	30
Nästa steg	32



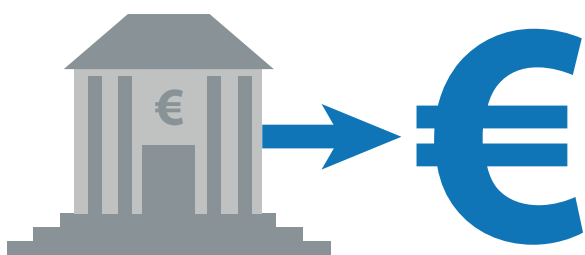
Vad är gräsrotsfinansiering?



Gräsrotsfinansiering i korta drag

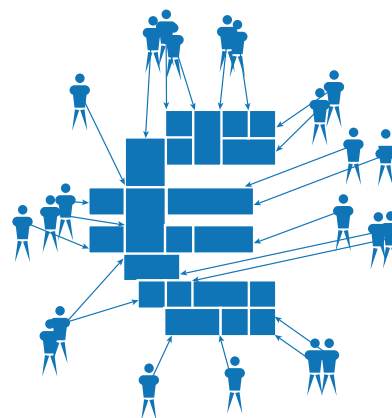
Gräsrotsfinansiering är ett sätt att skaffa fram pengar för att finansiera projekt och verksamheter. Genom gräsrotsfinansiering kan insamlare **samla in pengar från ett stort antal personer via plattformar på internet.**

traditionell finansiering



stora belopp från en eller ett fåtal källor

gräsrotsfinansiering



många små belopp från en stor grupp personer

Gräsrotsfinansiering används oftast av nystartade eller växande företag som ett sätt att få tillgång till alternativa medel. Det är ett innovativt sätt att skaffa finansiering för nya projekt, verksamheter eller idéer.

Det kan också vara ett sätt att skapa en nätgemenskap kring ditt erbjudande. Med hjälp av nätgemenskapens inneboende kraft kan man också få **användbara marknadskunskaper och tillgång till nya kunder.**

Denna handbok vänder sig till **entreprenörer, näringsidkare och företag, i synnerhet små och medelstora företag.** Om du funderar på olika sätt att finansiera ett nytt företag eller en idé, eller har hört talas om gräsrotsfinansiering och vill veta mer, kan du ha nytta av denna handbok.

Hur fungerar gräsrotsfinansiering?

Plattformarna för gräsrotsfinansiering är webbplatser där insamlare och gräsrotter kan samverka. Ekonomiska åtaganden kan ingås och samlas in via plattformen.

Plattformarna tar ofta ut en avgift av insamlarna om insamlingskampanjen har varit framgångsrik. I gengäld **förväntas plattformarna tillhandahålla en säker och lättanvänd tjänst.**

Många plattformar fungerar enligt en allt-eller-ingen modell. Det betyder att om du når ditt mål får du pengarna och om inte får alla sina pengar tillbaka – inga diskussioner och ingen ekonomisk förlust.

Det finns ett antal gräsrotsfinansieringsformer som beskrivs i tabellen nedan. Denna handbok innehåller objektiva råd som hjälper dig att förstå de tre vanligaste gräsrotsfinansieringsformerna som används av vinstdrivande små och medelstora företag och nystartade företag - **person-till-person, andelsbaserad och belöningsbaserad gräsrotsfinansiering.**

Huvudsakliga gräsrotsfinansieringsformer

Person-till-person-lån

Gräsrotterna lånar ut pengar till ett bolag, på villkoret att pengarna kommer att återbetalas med ränta. Det påminner mycket om traditionella banklån, men skillnaden är att man lånar från flera investerare.

Andelsbaserad gräsrotsfinansiering

Försäljning av andelar i ett företag till ett antal investerare i utbyte mot investeringen. Principen påminner mycket om hur aktier köps eller säljs på börsen, eller om riskkapital.

Belöningsbaserad gräsrotsfinansiering

Enskilda personer skänker pengar till ett projekt eller en verksamhet med förväntningar om att i ett senare skede få icke-ekonomisk belöning, såsom varor eller tjänster, i utbyte mot sitt bidrag.

Donationsbaserad gräsrotsfinansiering

Enskilda personer skänker små belopp till en mer omfattande finansiering av ett visst välgörenhetsprojekt utan att få vare sig finansiell eller materiell ersättning.

Vinstdelning/inkomstdelning

Företag kan dela framtida vinster eller intäkter med gräsrotterna i utbyte mot finansiering i nuläget.

Skuldbaserad gräsrotsfinansiering

Enskilda personer investerar i en skuldförbindelse som utfärdas av företaget, t.ex. en obligation.

Hybridmodeller

Ger företagen möjlighet att kombinera delar från mer än en typ av gräsrotsfinansiering.

Mer än bara pengar

Gräsrotsfinansiering kan erbjuda mer än bara ekonomiska fördelar. Den kan göra att du kommer i kontakt med ett stort antal personer som kan vara intresserade av ditt projekt eller företag och som dessutom skulle kunna ge dig värdefull kunskap och information.

Icke-ekonomiska fördelar med gräsrotsfinansiering

- **Koncepttest och bekräftelse:** Gräsrotsfinansiering innebär en verklighetskontroll – du kan se om andra delar din uppfattning om och värdering av ditt projekt eller koncept. Om de är villiga att bidra är det en tydlig bekräftelse från din marknad
- **Hjälp med andra finansieringsformer:** En framgångsrik kampanj behöver inte bara vara en bekräftelse på ditt koncept, utan visar också att det finns en marknad för ditt företag som folk tror på. Detta är mycket värdefullt när man letar efter kompletterande finansiering från andra finansiärer som t.ex. banker, riskkapitalbolag och affärsänglar, eftersom du kan uppfattas som mindre riskfylld, eller få bättre villkor.
- **Tillgång till gräsrotter:** Du vänder dig till en oerhört stor målgrupp där vissa kan ha värdefulla expertkunskaper och insikter. Generellt ger gräsrotsfinansiering dig möjlighet att samverka med dessa personer på ett nytt sätt som ger dig värdefull återkoppling utan några kostnader.
- **Kraftfullt marknadsföringsverktyg:** Andels- och belöningsbaserad gräsrotsfinansiering kan vara ett effektivt sätt att presentera en ny produkt, ett nytt företag eller en expansion, genom att vända sig direkt till de personer som kan bli kunder. Du kan skapa rykte och intresse redan innan produkten har börjat tillverkas.

Du bör dock vara medveten om att gräsrotsfinansiering inte är något trollspö. Som med alla andra affärssatsningar krävs fokuserade kraftanstängningar och hårt arbete.

Vilka risker finns det?

Det finns många fördelar med gräsrotsfinansiering, men det finns också potentiella risker som man bör känna till. Detta avsnitt kommer att hjälpa dig att förstå och klara dig undan de potentiella fallgroparna i samband med gräsrotsfinansiering.

Det finns inga garantier för att du kommer att nå ditt mål

Precis som med alla andra affärssatsningar finns det en risk att misslyckas. Om du inte når ditt insamlingsmål måste de pengar som samlats in under kampanjen återlämnas till investerarna.

Råd: *Analysera noggrant alla tänkbara sätt som din insamlingskampanj skulle kunna lyckas på. Om du misslyckas kan du alltid försöka igen. Några av de som lyckats allra bäst fick försöka flera gånger innan de kom fram till det vinnande konceptet. Avtalsvillkoren bör ge klarhet beträffande de inblandade parternas rättigheter och skyldigheter om målet inte nås.*

Dina immateriella rättigheter blir kända för allmänheten

Dina idéer finns ute på nätet så många kan ta del av dem och det finns risk att någon kopierar ditt förslag.

Råd: *Fråga hos den plattform som du tänker använda. De kan ge dig generella råd om hur du skyddar dina immateriella rättigheter. Lokala handelskamrar eller myndigheter kan också hjälpa till, men om du är tveksam bör du skaffa dig oberoende rådgivning.*

Underskattning av kostnaderna

Det är vanligt att man underskattar hur mycket tid och resurser gräsrotsfinansieringen kräver. Vissa gräsrotsfinansieringsformer kan ge upphov till ytterligare kostnader. När det gäller andelsbaserad gräsrotsfinansiering kan de administrativa kostnaderna t.ex. öka med varje aktieemission. Du kanske inte har tillräcklig kapacitet för att hantera nya investerare, lämna löpande information om projektet eller hantera aktieägarnas rättigheter.

Råd: *Tänk på de olika åtgärder som måste vidtas, avsätt tillräckligt med tid och utarbeta en plan som har marginaler för misstag och förseningar. Kom ihåg att avsätta resurser före, under och efter kampanjen. Du kanske ska söka juridisk rådgivning om de rättsliga aspekterna i samband med gräsrotsfinansiering.*

Skadat anseende

Marknaden är i dag mycket konkurrensutsatt och erfarna investerare kommer sannolikt att titta närmare på ditt erbjudande. Slarv, fel eller bristande förberedelser kommer att slå tillbaka på dig, ditt projekt eller din verksamhet.

Råd: *Se till att du har varit noggrann med din bakgrundsundersökning. Ytterligare resurser hittar du i avsnittet "Nästa steg" i denna handbok.*

Råd: *Kom ihåg att detta är en helt annan typ av affärssatsning. Du kan behöva skraddarsy din strategi så att den passar människor som kanske inte känner till din bransch.*

Råd: *Se till att vara helt och hållet införstådd med gräsrotsfinansieringsprocessen innan du binder dig, så att du är säker på att du kan hålla vad du lovar.*

Informationskrav och rättsliga krav

Råd: *Kontrollera alltid med plattformen och den lokala tillsynsmyndigheten vilka handlingar du måste lämna och vad kostnaderna blir för att uppfylla kraven, och ta med detta i din kostnadsplan. Det kan finnas komplexa frågeställningar som du måste ta itu med och som kan innebära betydande kostnader, så det kan vara bra att kontakta en advokat.*

Lagöverträdelser

Lagstiftningen om gräsrotsfinansiering är fortfarande under utveckling, så många kanske inte känner till den. Om du inte skaffar dig kunskap om gällande EU-lagstiftning och nationella lagar kan du komma att bryta mot dem utan att veta om det.

Råd: *Kontrollera alltid lagstiftning och krav. Plattformen ger ofta allmänna råd och visar var du kan hitta mer specialiserad vägledning, t.ex. lokal handelskammare, tillsynsmyndighet eller lämpligt regeringsdepartement.*

Problem med plattformen

Det kan finnas risk för falska plattformar.

Råd: *Se till att välja etablerade och ansedda plattformar som har gott rykte och inte visar några tecken på problem. Vänd dig till plattformar i väl reglerade miljöer där du är förtrogen med lagstiftningen och kan vara säker på att du kan hävda dina rättigheter.*

Frågor om ansvar gentemot investerare och investerardynamik

När man har att göra med en stor och kanske mångskiftande mängd finansiärer uppstår olika frågor, förväntningar och krav. Att inte känna till en bidragsgivares rättigheter, hur man hanterar klagomål eller verkställighetsmekanismer kan skapa problem, i synnerhet när det gäller andelsbaserad gräsrotsfinansiering. Du riskerar då att i viss mån förlora kontrollen över din verksamhet.

Råd: *Undersök tänkbara konsekvenser och håll kontakten med plattformen så att du är helt klar över ditt ansvar. Se efter var plattformen kan hjälpa dig och vad den har för roll.*

Råd: *Innan du ger dig in på andelsbaserad gräsrotsfinansiering måste du alltid noga fundera över eventuella problem som kan uppstå i senare skeden. Du kommer att behöva erbjuda investerarna vissa rättigheter för att investeringen ska bli attraktiv. Se till att du vet vilket ansvar dessa investerarrättigheter innebär för din del.*

Råd: *Bygg alltid upp företagsledningsstrukturen och mekanismerna med full vetskap om vilka krav och skyldigheter som gäller. Detta är komplexa frågor, så rådfråga experter vid behov.*

Investerare som vill träda ut

En dag kanske dina investerare vill sälja sin andel, eller så kanske nya investerare vill gå in.

Råd: *Fundera redan från början mycket noga över hur en förändring kan påverka ditt företag eller om investerarna vill träda ut, och överväg att söka juridisk rådgivning redan innan du går ut med ett erbjudande till investerarna.*

Råd: *Du måste också veta hur du ska ta emot potentiella nya investerare i framtiden, eftersom detta kan späda ut värdet på dina ursprungliga investerares aktier.*

A close-up photograph of a man with a beard, wearing a light-colored shirt, pointing his right index finger upwards. He is looking directly at the camera with a neutral expression. The background is a blurred, light-colored wall.

De olika typerna



Person-till-person-lån

Beskrivning

Person-till-person-lån (eller gräsrotsutlåning), är ett direkt alternativ till banklån med skillnaden att företag, i stället för att låna från en enda långivare, kan låna direkt från tiotals, ibland hundratals, personer som är beredda att låna ut. Gräsrots långivare söker ofta låntagare genom att erbjuda en räntesats som de vill låna ut till. Låntagarna väljer sedan låneerbjudanden med den lägsta räntesatsen. Internetbaserade plattformar används för att matcha utlånare med låntagare. En granskning genomförs för varje lånebegäran, eftersom plattformar för gräsrotsfinansiering är skyldiga att skydda både företagets och investerarnas intressen. Plattformarna kräver vanligtvis in räkenskaper samt resultat från tidigare handel.

Huvuddrag

- **Större flexibilitet i fråga om räntesatser:** om kampanjen är populär kan investerarna komma att konkurrera med varandra för att låna ut pengar till din verksamhet och erbjuda bättre ränta för att säkra en överenskommelse.
- Du kan få ett lån trots att du fått avslag av en bank.
- **Storleken på lånen kan variera stort, så de flesta behov kan tillgodoses. Det minsta lånebeloppet är mycket litet, vilket uppmuntrar många olika långivare att delta.**
- **Lånet betalas tillbaka direkt till plattformen, som betalar ut dina återbetalningar till långivarna.**
- **Informationskraven är desamma som för en bank.** Till skillnad från banken lämnas de ut till samtliga utlånare.
- Som med ett traditionellt banklån är du enligt lag skyldig att betala tillbaka lånet.

Andelsbaserad gräsrotsfinansiering

Beskrivning

Andelsbaserad gräsrotsfinansiering innebär **att du säljer en andel i ditt företag till ett antal investerare i utbyte mot investering**. Principen med andelsfinansiering är väl etablerad, och privat kapital, riskkapital och affärsänglar som investerar långsiktigt är viktiga för företag under utveckling. Den stora skillnaden mellan andelsbaserad gräsrotsfinansiering och dessa traditionella modeller är att den, i stället för att etablera ett en-till-en-förhållande, erbjuds till ett stort antal potentiella investerare, **varav vissa också kan vara befintliga eller framtida kunder**. Vid andelsbaserad gräsrotsfinansiering sker detta genom att företag matchas med presumtiva affärsänglar via en internetbaserad plattform.

Huvuddrag

- Du kommer att behöva **bestämma villkoren** och hur mycket du vill sälja, priset och hur investerarna ska belönas. Det krävs expertkunskaper för att kunna värdera en satsning på rätt sätt.
- **Avgifterna** för att skaffa fram eget kapital på plattformen för gräsrotsfinansiering omfattar vanligtvis ett framgångsarvode samt juridiska eller administrativa arvoden med koppling till ärendet. Du kan behöva betala ytterligare avgifter för rättshjälp och rådgivning.
- **Många kan investera**, så du kan ha många små delägare i stället för några få stora investerare. Det kostar vanligtvis mindre än att vara noterad på börsen.
- Du måste kunna visa att **din verksamhet är investeringsklar** och behöver alltså ta fram en affärsplan och ekonomiska prognoser. Du bör också ha en god kommunikationsstrategi, där de viktigaste uppgifterna om projektet är lättillgängliga och lättbegripliga för potentiella investerare.
- **Begränsad företagsbesiktning** utförs vanligtvis av plattformen och investeraren kan få tillfälle att **be om mer information**. Du måste vara beredd att lämna ut denna information även om det innebär ytterligare kostnader för dig.
- Det finns allvarliga **rättsliga aspekter** med kostnader som du inte får bortse från, t.ex. informationskrav och rättsliga handlingar, bolagsstämmor med aktieägarna, hantering av företagsrättigheter, årsredovisningar och beslutsförfaranden.
- **Investerarnas rättigheter kan variera**. Aktieägarna har emellertid vanligtvis rätt att rösta om viktiga frågor som rör hur verksamheten ska bedrivas, nyemissioner osv. Du bör fundera över hur mycket av kontrollen över ditt företag som du är beredd att lämna över till externa aktieägare. När det gäller ersättningen bör du vara medveten om att investerare kan komma att begära skadestånd som kompensation för förluster, t.ex. till följd av avtalsbrott.

Belöningsbaserad gräsrotsfinansiering

Beskrivning

Belöningsbaserad gräsrotsfinansiering innebär att **enskilda personer skänker pengar till ett projekt eller en verksamhet med förhoppning om att få en icke-ekonomisk belöning**, t.ex. varor eller tjänster, i ett senare skede. Ett vanligt exempel är ett projekt eller en verksamhet som erbjuder en unik tjänst (belöning) eller en ny produkt (förhandsförsäljning) i utbyte mot investeringar. Denna form av gräsrotsfinansiering gör att företag kan startas med ineliggande beställningar och säkrat kassaflöde (viktigt för nya företag) och ha en målgrupp redan före en produktlansering.

Huvuddrag

- **Pengar som skänkts behöver inte betalas tillbaka** – det är bara att leverera utlovade tjänster eller varor.
- Beställningar är säkrade innan en ny produkt lanseras, och genom gräsrotsfinansieringskampanjen kan du **bygga upp din kundbas samtidigt som du skaffar finansiering**.
- Du är **skyldig att infria dina löften** i tid.
- Det är ett **populärt alternativ för nystartade företag och entreprenörer** eftersom det innebär ett sätt att finansiera lanseringen av nya företag eller produkter.
- Det är **särskilt lämpligt för produkter och tjänster som är innovativa** eller som i hög grad drar till sig konsumenternas uppmärksamhet.
- **Komplicerade koncept eller produkter lämpar sig mindre bra** för belöningsbaserad gräsrotsfinansiering.

Är det här något för mig?

	Andelsbaserad gräsrotsfinansiering	Belöningsbaserad gräsrotsfinansiering	Person-till-person-lån
Före handel		✓	
Före vinst	✓	✓	
Lönsamt växande företag	✓		✓
Etablerat och stadigt växande	✓		✓
Etablerat stabilt företag	✓		✓
Lansering av ny produkt/tjänst/märke	✓	✓	✓
Förvärv			✓
Expansion i nya områden	✓	✓	✓
Investering i nya anläggningar			✓
Refinansiering eftersträvas	✓		✓
Behov av kapitalomstrukturering	✓		✓



Hur gör jag?





Person-till-person-lån

I detta avsnitt beskrivs de viktigaste stegen när det gäller person-till-person-lån, och du får fler detaljerade tips och förslag. **Kom ihåg att de föreslagna stegen bara är tänkta som riktlinjer.** Du kanske uppfattar varje steg som mer eller mindre komplicerat, beroende på ditt projekt, hur stor din grupp är och den tid du kan avsätta.

Förberedelser

Till en början bör din gräsrotsfinansieringskampanj ägnas åt att lära känna branschen för person-till-person-lån och förbereda ditt erbjudande. Du bör:

- **Titta på tänkbara plattformar** och vilka funktioner de erbjuder.
- Se till att du **förstår plattformens regler och rättsliga krav.**
- **Läs alla handböcker, bloggar och pågående kampanjer du kan hitta** för att få inspiration och lära av andras erfarenheter.
- **Ta kontakt med plattformar som överensstämmer med dina behov.**
- **Förbered och kontrollera noga alla finansiella dokument** som plattformen kräver.

Tips: Om du har råd att kan du försöka låna ut små belopp av dina egna pengar (säg 100 euro) i små poster till andra företag. Då får du en mycket god uppfattning om vad dina gräsrotsutlånare kommer att leta efter.

Kapitalanskaffningsperioden

Kreditanalysgruppen hos den gräsrotsfinansieringsplattform som du har valt kommer att granska alla dina uppgifter. Om din ansökan godkänns kan du eventuellt få reda på vilken riskkategori du har placerats i. Om ditt företag blir godkänt noteras det på plattformen så att långivare kan lägga sina bud. Varje långivare lägger bud med belopp och räntesats. När du väl har nått ditt mål kan långivarna fortsätta att lägga bud och sänka räntesatserna, så ju populärare din kampanj är, desto bättre villkor kan du få.

Glöm inte: Ofta måste du tillhandahålla räkenskaper för åtminstone de senaste två åren samt din kredithistorik. Se till att få yrkesmässig hjälp om du inte redan har gjort det. Räkenskaperna tar tid att upprätta och kan medföra ökade kostnader.

Efter budgivningen

När auktionen är avslutad tar plattformen kontakt med dig för att bekräfta den slutliga genomsnittsräntan. Plattformen för sedan över pengarna till ditt bankkonto inom överenskommen tid.

Du måste sedan betala tillbaka lånebeloppet samt den ränta på avbetalningarna som du har kommit överens om med plattformen. Detta görs vanligtvis direkt till plattformen, som därefter betalar tillbaka till investerarnas konton.

När lånet är helt återbetalat bekräftar plattformen detta och förfarandet avslutas.

Tips: Se till att vara tillgänglig under hela processen eftersom ytterligare frågor från både plattformen och investerarna kan komma att behöva besvaras snabbt.

Fallstudie om person-till-person-baserad gräsrotsfinansiering:

Isabellas konditori

Bakgrund

Isabella är konditor. Hennes försäljning har ökat stadigt och hon har nyligen flyttat till större lokaler, som bl.a. omfattar en liten restaurang som nu står för 30 % av omsättningen. Detta har dock inneburit stora påfrestningar på hennes personal och kapacitet. För att fördubbla sin kapacitet måste hon köpa en ny degblandare och fler ugnar. På så sätt skulle hon kunna fördubbla sin kapacitet. Den sammanlagda kostnaden för dessa nya maskiner är 50 000 euro, och det är den summan hon ska försöka hitta. Isabella bad om ett lån i sin bank där hon redan har en checkkredit på 10 000 euro. Dessutom är det nu sista året som hon betalar av ett lån på 30 000 euro (för den ursprungliga investeringen). Banken kunde emellertid bara erbjuda henne ett lån på 30 000 euro till en ränta på 14,5 %, i stället för de 11,5 % som hon tidigare haft. Hon bestämde sig för att söka efter alternativ på internet och upptäckte person-till-person-baserad gräsrotsfinansiering.



Planering: dag 1–10

Isabella ägnade tid åt att undersöka allt hon kunde hitta om principen för person-till-person-baserad gräsrotsfinansiering, i synnerhet hur det fungerade, vilka webbplatser som erbjöd sådant och på vilka villkor/till vilket pris, samt vilka regler som webbplatserna hade. Hon samlade in och läste bloggar/artiklar om person-till-person-baserad gräsrotsfinansiering och tittade på andra låntagare i liknande situation och vilka avtal de hade. I slutet av den veckan kände hon att hon förstod det här med person-till-person-utlåning och visste tillräckligt mycket för att kunna ansöka. För att få veta mer om långgivarnas beteende registrerade Isabella sig hos några plattformar för person-till-person-baserad gräsrotsfinansiering och lånade ut 100 euro av sina egna pengar i små poster till andra företag som liknade hennes. På så sätt fick hon en bättre uppfattning om hur det är att vara långgivare och vad människor sannolikt kommer att fokusera på. Med denna kunskap ägnade hon tid på att sammanställa räkenskaperna och annan information som måste lämnas.

Finansieringsperioden: dag 11–20

Så snart allt var klart och noggrant kontrollerat lämnade Isabella in sina handlingar till plattformen. Plattformens kreditbedömningsgrupp följde upp med att kontrollera en del andra ekonomiska uppgifter, bl.a. kompletterande redovisningar, och man gick igenom uppgifterna tillsammans med de kreditmodeller som plattformen använde sig av. Kort därefter fick Isabella reda på att hennes företag hade klarat kreditbedömningen. Nu när företaget hade godkänts kunde det noteras på marknadsplatsen så att investerare kunde lägga bud. Vissa investerare beslutade att kontakta Isabella direkt via verktyget för frågor och svar. De ställde frågor för att få veta lite mer om hur hon tänkte använda pengarna och om företagets lönsamhet de senaste åren. De var nöjda med Isabellas svar, och hennes lån på 50 000 euro finansierades helt av investerare inom bara några dagar efter att hon blivit noterad. Hon kunde välja att godta den genomsnittsränta som erbjöds när hon nått målet, men beslöt sig för att behålla sitt lån på marknadsplatsen under hela auktionstiden på 7 dagar. Under de återstående dagarna konstaterade Isabella att räntan gick ned eftersom fler och fler investerare erbjöd sig att låna ut till henne.

Efter budgivningen

När auktionen hade avslutats tog plattformen kontakt med Isabella för att bekräfta den slutgiltiga genomsnittsränta på 10,3 % som erbjöds. Detta låg i linje med genomsnittet för hennes räntekategori (B) och låg till och med under den ursprungliga lånekostnaden från en bank (11,5 %). Plattformen informerade henne också om att hon inte skulle behöva betala några arvoden eller avgifter om hon bestämde sig för att inte acceptera lånet. Isabella bestämde sig dock för att ta lånet och pengarna fanns på hennes bank tre arbetsdagar senare. Isabella betalade tillbaka lånet och månadsräntan under en femårsperiod. Det gjordes direkt till plattformen, som sedan skötte återbetalningarna till investerarna.

Andelsbaserad gräsrotsfinansiering

I detta avsnitt beskrivs de viktigaste stegen när det gäller andelsbaserad gräsrotsfinansiering, och du får fler detaljerade tips och förslag. Kom ihåg att de föreslagna stegen bara är tänkta som riktlinjer. Du kanske uppfattar varje steg som mer eller mindre komplicerat, beroende på ditt projekt, hur stor din grupp är och den tid du kan avsätta.

Förberedelser

Till en början bör din gräsrotsfinansieringskampanj ägnas åt att titta närmare på andelsbaserad gräsrotsfinansiering och förbereda ditt erbjudande. Du bör:

- **Kolla upp tänkbara plattformar** och vilka funktioner och villkor de erbjuder.
- Se till att du **förstår de regler och rättsliga krav** som gäller för plattformen och i ditt område.
- **Lägg upp en tids- och en kostnadsplan.**
- **Lär dig förstå marknadstrender** genom att undersöka vilka säkerheter som ställs för pågående gräsrotsfinansiering och vad som förväntas i gengäld. Detta kommer att ge dig ett riktmärke för din kampanj.
- **Ta kontakt med plattformar som nära överensstämmer med dina behov.**
- **Förbered och kontrollera noga alla finansiella dokument** som plattformen kräver.
- **Börja bygga upp dina gräsrotter på sociala medier.**
- Se till att **kontrollera gällande informationskrav och rättsliga skyldigheter**. När det gäller högt värderade kampanjer kommer reviderade räkenskaper att krävas och det kan bli mycket kostsamt. Kontrollera alltid med plattformen och lokala myndigheter exakt vad som krävs och hur mycket det kommer att kosta.

Tips: Försök i möjligaste mån att hitta ett företag som har lyckats. Be dem berätta om sina erfarenheter och fråga om de skulle vilja vara din mentor eller hjälpa dig. Det kommer att spara mycket tid, och deras råd kan bidra till att förbättra din kampanj.

Planera presentationen

Om din ansökan till plattformen godkänns **bör du slutföra din affärsplan och ditt ekonomiska erbjudande**. Det är viktigt att vara förberedd. **Se till att dina siffror stämmer och att du kan styrka dina påståenden**. Se t.ex. till att du kan visa:

- Värderingen av verksamheten och tanken bakom den.
- Det ekonomiska resultatet samt prognoser.
- Hur stor del av aktiekapitalet du ger bort och varför.

Det är av avgörande betydelse att du berättar din historia på ett övertygande sätt och med lättbegripliga beskrivningar av din produkt eller tjänst och av finansieringen. En flerkanalprincip kan vara till stor hjälp, t.ex. videor, sociala nätverk, direktpresentationer. Be om återkoppling från vänner och tänkbara kunder så att du behåller rätt fokus. Det är viktigt att du:

- **Tänker på din målgrupp** och vad den kan tänkas vilja veta.
- Fattar dig kort men **ser till att dina kunskaper, din kompetens och ditt engagemang för företaget kommer fram**.
- **Klart belyser de ekonomiska omständigheterna** med länkar till var man kan hitta mer information.
- **Berättar din historia på ett visuellt behagligt och engagerande sätt.**

Skapa presentationen

Se till att du har en bra webbplats. Om den är väl utformad, informativ och tilltalande betyder det mycket för att visa investerarna att du menar allvar med ditt företag.

Några av de **effektivaste kampanjerna innehåller en mycket kort video på två minuter (eller mindre).** I den bör du klart och tydligt:

- Säga vad du vill göra och varför.
- Presentera dig och din grupp.
- Förklara utvecklingen i verksamheten.
- Visa hur du tänker använda pengarna.
- Berätta om den ekonomiska avkastningen.

Det är väsentligt att nå ut snabbt. Det har visat sig att kampanjer som når över 20 % av målsättningen under de första dagarna har mycket större möjligheter att lyckas. Du bör vara aktiv på sociala medier och börja bygga upp dina gräsrotter genom att inleda och delta i konversationer.

Insamlingsperioden

Du bör vara aktiv med gräsrotterna, både på och utanför nätet:

- **Motivera gräsrotterna**, uppmuntra dem och få dem att dela kampanjen med sina vänner.
- **Var aktiv på sociala medier** och marknadsför kampanjen för att göra den mer synlig.
- **Tala med journalister** och delta i konferenser, mässor osv.
- Svara på frågor, förslag och förfrågningar.

Efter kampanjen

Nu när kampanjen är över bör du ta itu med de administrativa uppgifterna, t.ex. registrera nya ägare och ändra bolagsform. Du bör i synnerhet:

- **Ordna med företagets nya struktur.** Du har nu skaffat dig flera investerare och affärspartner. Det innebär sannolikt att en ny ledningsstruktur och nya rutiner måste införas. Om du har frågor kan du be en sakkunnig, en advokat eller den lokala handelskammaren om hjälp.
- **Håll kontakt med investerarna.** Beroende på organisationen kan beslutsprocessen ändras, och du måste komma ihåg att hjälpa dina nya aktieägare till rätta.
- **Förbered dig för investerares utträde** Du måste ge tillbaka avkastningen till dina investerare (vinstandelar, utdelning, aktieinlösen osv.).

Fallstudie om andelsbaserad gräsrotsfinansiering:

Oscars plastfabrik

Bakgrund

Oscar äger ett stort plastföretag i Spanien, med 20 heltidsanställda i fabriken och ytterligare 10 inom försäljning och administration. Han hade funderat på att utvidga sin verksamhet till andra marknader i Europa, men för det behövde han kapital för att öka fabriken kapacitet och anställa mer personal för att hantera expansionen. Oscar beräknade att han behövde omkring 1,2 miljoner euro totalt. Oscar hade kontaktat några riskkapitalfonder. Ett par av dem var intresserade men ville ha en andel på 26 % i bolaget och medverka i de strategiska besluten, bl.a. en mycket ambitiös expansionsplan som Oscar kände skulle kunna äventyra verksamheten. Efter att ha letat efter alternativ stötte Oscar på andelsbaserad gräsrotsfinansiering. Han insåg att det skulle kunna vara ett sätt att få fram det nödvändiga kapitalet utan att behöva lämna ifrån sig så mycket av kontrollen.



Planering: dag 1–10

Oscar började med att leta efter allt han kunde hitta om andelsbaserad gräsrotsfinansiering – vad det var för något och hur det fungerade. Han undersökte också vilka webbplatser som erbjöd detta, på vilka villkor och till vilka avgifter. Han bestämde sig för att göra ett försök. Tanken var att ge bort mindre av sitt företag och mindre kontroll än vad som förväntades av riskkapitalbolagen. Oscar valde en plattform för gräsrotsfinansiering som redan hade ett stort antal investerare men med vetskapen om att han inte enbart kunde förlita sig på dem. För att fånga deras intresse och uppmärksamhet skulle han behöva ta med sig sina egna gräsrotter – de som kände till honom och hans företag skulle hjälpa till med att höja hans profil gentemot andra investerare. Han bestämde sig för att ett mål på 1,2 miljoner euro var rimligt, och på grundval av en framtida värdering skulle det vara skäligt och tillräckligt att erbjuda 20 % av företaget. Oscar visste att plattformen skulle kontrollera om hans bakomliggande siffror stämde, men att investerarna själva måste ta ställning till värderingen. Han var därför noggrann med att förklara resonemanget bakom sin värdering.

Skapa presentationen: dag 11–30

Oscar lade ner mycket tid på att komma fram till det mest direkta och relevanta sättet att presentera siffrorna. Han samarbetade nära med en rådgivare som han blivit rekommenderad av en av de plattformar han varit i kontakt med, som kunde ge värdefull och objektiv återkoppling vid varje fas i utarbetandet och finslipandet av planen. Oscar insåg att han skulle behöva inleda med en kort video på två eller tre minuter. Han anlät yrkespersoner och videon spelades in under en dag med scener från fabriksgolvet, produkter och Oscars kommentarer. Oscar kontrollerade sin kampanj om och om igen för att hitta eventuella luckor och motsägelser. Han fick också mycket bra återkoppling på sin kampanj från plattformens rådgivare, och de kunde svara på hans tekniska och rättsliga frågor. Oscar fick höra från olika människor på och utanför nätet att de var mycket intresserade av hans förslag. Han samtalade också med några nyckelpersoner som var intresserade av att investera, och när han insåg att de tillsammans skulle ge honom en flygande start på 20–30 % visste han att han var redo att inleda sin kampanj.

Kampanjen: dag 31–60

Oscar såg till att vara aktiv på sociala medier för att marknadsföra kampanjen och göra den synlig. Han konstaterade att hans försök med gräsrotsfinansiering och historierna kring den gjorde lokala journalister intresserade, och han fick också vara med i en nationell affärstidning.

Efter kampanjen: Dag 61–80

Oscar nådde snabbt nästan 30 % av sitt mål främst från dem som redan kände till honom och hans verksamhet och som visste att hans kampanj var igång. Inom ungefär tre veckor han nått sitt mål. I stället för att satsa ytterligare aktiekapital, något som han hade funderat över och planerat för, beslutade Oscar sig för att avsluta kampanjen i förtid och ta bort den från plattformen med ett framgångsrikt resultat. Det första Oscar gjorde var att tacka alla som medverkat och välkomna dem som nya delägare i företaget. Han samarbetade med plattformen, som hade alla system på plats för att utfärda aktiebrev och hantera andra formaliteter.

Belöningsbaserad gräsrotsfinansiering

I detta avsnitt beskrivs de viktigaste stegen när det gäller belöningsbaserad gräsrotsfinansiering, och du får fler detaljerade tips och förslag. **Kom ihåg att de föreslagna stegen bara är tänkta som riktlinjer.** Du kanske uppfattar varje steg som mer eller mindre komplicerat, beroende på ditt projekt, hur stor din grupp är och den tid du kan avsätta.

Förberedelser

Till att börja med bör din gräsrotsfinansieringskampanj ägnas åt att titta på belöningsbaserad gräsrotsfinansiering och förbereda ditt erbjudande. Du bör:

- **Titta på tänkbara plattformar** och vilka funktioner och villkor de erbjuder.
- Se till att du **förstår de regler och rättsliga krav** som gäller för plattformen och i ditt område.
- Lägg upp en tids- och en kostnadsplan.
- **Lär dig förstå marknadstrenderna** genom att undersöka vilka säkerheter som ställs för pågående gräsrotsfinansiering och vad som förväntas i gengäld. Detta kommer att ge dig ett riktmärke för din kampanj.
- Ta kontakt med plattformar som överensstämmer med dina behov.
- **Förbered och kontrollera noga alla finansiella dokument** som plattformen kräver.
- **Börja bygga upp dina gräsrotter** på sociala medier.

Skapa presentationen

Om din ansökan till plattformen godkänns bör du kunna **berätta din historia på ett övertygande sätt**, med lättbegripliga beskrivningar av din produkt eller tjänst. Det är emellertid ingen lätt sak. Du kommer definitivt att behöva återkoppling från vänner och presumtiva kunder för att behålla rätt fokus. Det är viktigt att du berättar din historia på ett logiskt men engagerat sätt och gör det med ett visuellt behagligt och vinnande format.

Några av de effektivaste kampanjerna innehåller en mycket kort video på två minuter (eller mindre). I den bör du klart och tydligt:

- Säga vad du vill göra och varför.
- Presentera dig och din grupp.
- Berätta hur du tänker använda pengarna.
- Om du lyckas samla in mer pengar än du har räknat med (s.k. utsträckt målsättning) måste du kunna visa hur de extra pengarna ska användas för att ytterligare förbättra verksamheten.

Dina belöningar måste vara intressanta. Minst en av dem bör vara unik för gräsrotsfinansieringskampanjen – något som bara dina finansiärer kommer att få. Titta på andra kampanjer för att få inspiration. **Glöm inte att förhandsförsäljning av din produkt redan är en bra belöning för dina gräsrotter.** Det är svårare om ditt företag erbjuder en tjänst i stället för en ny produkt, men det handlar om att vara kreativ och hitta på belöningar som dina gräsrotter tycker om och vill ha.

Insamlingsperioden

I samband med insamlingsperioden bör du vara aktiv gentemot gräsrotterna, såväl på som utanför nätet. En belöningsbaserad gräsrotsfinansieringskampanj fungerar bäst om konsumenterna kan ana engagemang och passion bakom projektet eller verksamheten. Gå in i projektet med energi och entusiasm.

Du bör:

- **Motivera dina gräsrotter** och låt dem få reda på att kampanjen är igång. Uppmuntra dem att delta och dela den med sina vänner.
- **Var aktiv på sociala medier**, marknadsför kampanjen och gör den synligare.
- **Tala med journalister** och delta i konferenser, mässor osv.
- Svara på frågor, förslag och förfrågningar.

Efter kampanjen

Om du har lyckats samla in pengar kan du inte bara ta pengarna och gå vidare; det finns mycket mer som måste göras. Du behöver inte oroa dig om du inte har nått ditt mål. Du kan lära dig av misstagen och försöka igen.

Kom ihåg att tacka dina gräsrotter och hålla kontakten med dem som var särskilt intresserade av din produkt. Om du inte lyckades kan du be om tips på förbättringar.

Om du lyckades **måste du se till att infria dina löften** om ersättning till alla dina finansiärer inom den utlovade tiden genom att skapa ett tidsschema. Slutligen **måste du komma ihåg att sköta alla administrativa uppgifter**.

Glöm inte: Om du tänker förhandssälja din produkt kan du behöva momsregistrera dig. Hör efter med lokala myndigheter.

Fallstudie om belöningsbaserad gräsrotsfinansiering:

Carlas designlampor

Bakgrund

Carla är designer och bor i Prag. Hon har nyligen byggt klart en prototyp för sitt designbelysningsystem. Det handlar om ett ultramodernt koncept där man använder återvunnet industrimaterial. Systemet lovordades vid förra årets designmessa i Milano. Carla har anlitat en tillverkare som ska utveckla huvudbeståndsdelarna och en liten grupp som ska sätta ihop lamporna och sköta leveranser och installationer. Det betyder att Carla för att kunna sätta igång verksamheten måste få fram 41 000 euro för att täcka sina kostnader de första sex månaderna. Eftersom hon vill sälja varje lampa för 200 euro måste hon sälja 205 lampor för att täcka sina kostnader för de första sex månaderna. Hon funderade på att gå till banken och be om ett lån, men eftersom hon inte hade någon säkerhet, har obetalda studielån och inte har varit i branschen särskilt länge, insåg hon att hon inte skulle uppfylla minimikraven. Hon beslöt sig för att försöka med gräsrotsfinansiering.



Planering: dag 1–10

Carla ägnade den första veckan åt att undersöka det här med gräsrotsfinansiering. Hon samlade på sig och läste bloggar och artiklar om belöningsbaserad gräsrotsfinansiering och hittade och undersökte intressanta exempel som påminde om hennes eget projekt och varit framgångsrika. I slutet av den veckan kände hon att hon förstod vad det hela handlade om och vad hon behövde göra. Carla fick sin produkt godkänd och var klar att sätta igång. Hon hade redan tänkt igenom sitt affärskoncept och de ekonomiska förutsättningarna, så hon övergick till att försöka förstå gräsrötterna, dvs. sina kunder. Via sociala media lyckades hon hitta påverkare inom sin bransch – respekterade personer med engagerade anhängare som skulle kunna hjälpa till att sprida hennes budskap. Hon lade ner tid på att tala med dessa personer, delta i konversationer och knyta kontakter, så när hon var redo att inleda sin kampanj hade hon redan många gräsrötter på internet som stödde henne. Hon valde en plattform som hon visste hade gott rykte och rätt sorts målgrupp, men där hon fortfarande i hög grad kunde vara synlig.

Skapa presentationen: dag 11–25

Carla visste att presentationen var livsviktig för att hon skulle lyckas, så hon var oerhört noga med att finslipa sin historia. Hon funderade länge på sin historia och sina huvudsakliga budskap och på belöningarna (en av dessa var själva designlampan, en kostnad på 200 euro). Genom sin undersökning av andra gräsrotsfinansieringsprojekt visste Carla att en kort video var viktig för att hon skulle kunna få fram sin historia och visa kvaliteten på sin design, och för att hennes finansiärer skulle få lära känna henne, hennes grupp och bolagets etiska normer. Hon gjorde en film som visar hur hon konstruerar en lampa och tog fram en webbplats för sitt företag, där hon skulle kunna lägga in sina produkter och beskriva dem närmare. Carla anordnade också en videokonferens med plattformens rådgivare för att be henne titta på kampanjen och föreslå förbättringar, samt kontrollera alla tekniska eller juridiska frågor som kan uppstå i Prag. Carla ägnade tre veckor åt att träffa och tala med många olika människor, göra undersökningar och få ihop en grupp gräsrötter kring sitt projekt. När Carla ansåg att ryktesspridningen var tillräckligt omfattande satte hon igång kampanjen.

Kampanjen: dag 26–56

Så snart kampanjen var igång började Carla med nästa två månader långa fas i gräsrotsfinansieringsprocessen. Carla ägnade sig åt sin kampanj varje dag, talade med sina gräsrötter, berättade att kampanjen var vid liv och uppmuntrade dem att medverka och dela den med sina vänner. Hon talade med journalister och förstod att det fanns ett stort intresse för hennes försök med gräsrotsfinansiering, och för hennes innovativa produkter som en följd av detta. Carla fick meddelanden med frågor från intresserade personer och även kommentarer med förslag på sådant som hon inte hade tänkt på och andra förbättringar. Hon tog till sig dessa och tackade var och en som kommit med förslag, som ett led i arbetet med att vårda sina gräsrötter.

Efter kampanjen: dag 56–70

Carlas kampanj fungerade och hon lyckade överträffa sitt mål med 145 sålda lampor! Det blev en stor framgång. Hon hade inte bara tillräckligt med medel för att sätta igång tillverkningsen, bygga upp ett lager och täcka sina kostnader för tre månader, utan lyckades också sälja hälften av sina lampor redan innan de hade kommit från fabriken. Det första Carla gjorde var att se till att produktionsprocessen kom igång och tacka alla inblandade. Därefter upprättade hon en tidsplan och meddelade sina gräsrötter när de kunde förvänta sig att deras lampor skulle levereras. Sedan var det dags att ta itu med allt det administrativa som följer med när man startar ett företag. Carla slutade emellertid inte samverka med sina gräsrötter. Hon uppdaterade dem regelbundet om hur verksamheten fortskred och utnyttjade deras expertis när frågor uppkom. Eftersom de blev entusiastiska användare av hennes produkter blev de också hennes bästa förespråkare och fungerade som en marknadsförings- och plattform för att sprida nyheten vidare och bidra till att sälja ännu fler lampor.



Nästa steg



Mer information om gräsrotsfinansiering

- **Gräsrotsfinansiering i Europeiska unionen**
http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-14-240_en.htm
- **Gräsrotsfinansiering i Storbritannien**
<http://crowdingin.com/what-we-mean-crowdfunding>
<http://www.fca.org.uk/consumers/financial-services-products/investments/...>
- **Gräsrotsfinansiering i Frankrike**
<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>
- **Gräsrotsfinansiering i Italien**
<http://www.consob.it/main/trasversale/risparmiatori/investor/crowdfundin...>
- **Översikt över gräsrotsfinansiering**
<http://www.eurocrowd.org/category/facts-and-figures/about-crowdfunding/>
<http://www.bruegel.org/publications/publication-detail/publication/844-i...>

Mer information om plattformar för gräsrotsfinansiering

- **Översikt över plattformar för gräsrotsfinansiering i Frankrike**
<http://tousnosprojets.bpifrance.fr/>
- **Översikt över plattformar för gräsrotsfinansiering i Storbritannien**
<http://crowdingin.com/platforms/all/all#>
- **European Crowdfunding Network**
<http://www.eurocrowd.org>

EU-information om gräsrotsfinansiering

- **Europeiska kommissionen om gräsrotsfinansiering**
http://ec.europa.eu/finance/general-policy/crowdfunding/index_en.htm
- **Europaparlamentet om gräsrotsfinansiering**
<http://epthinktank.eu/2014/05/08/crowdfunding-in-the-european-union/>
- **ESMA om gräsrotsfinansiering**
<http://www.esma.europa.eu/news/Press-Release-Investment-based-crowdfunding-needs-EU-wide-common-approach>
- **EBA om gräsrotsfinansiering**
<https://www.eba.europa.eu/-/eba-recommends-convergence-of-lending-based-crowdfunding-regulation-across-the-eu>

Mer information om andra finansieringskällor för ditt företag

- **Europeiska kommissionens portal för tillgång till finansiering**
http://europa.eu/youreurope/business/funding-grants/access-to-finance/index_sv.htm
- **Enterprise Europe Network ger dig råd om EU-program och hur man hittar affärspartner**
<http://een.ec.europa.eu/>

