

## **Crowdfunding: vele kleintjes maken één grote**

### **Welke vormen van crowdfunding bestaan er?**

Er zijn 4 categorieën te onderscheiden:

- 1) Doneren: als investeerder leg je geld in, maar je krijgt er een sociale verplichting voor terug. Als het doel niet gehaald wordt, dan krijg je het geld terug (maar dus zonder rente).
- 2) Rewards: Geen financiële tegenprestatie, maar wel even veel waard. Is eigenlijk een koop in natura, dus ook met een verplichting. Er is een leververplichting, dus het moet wel doorgaan, anders krijgt men zijn geld terug. Zie bijvoorbeeld [www.sellaband.nl](http://www.sellaband.nl)
- 3) Lenen: Aanbieden van een financieel product. Dan komt de AFM en De Nederlandse Bank om de hoek kijken. Zie bijvoorbeeld [www.geldvoorelkaar.nl](http://www.geldvoorelkaar.nl). Met de huidige terughoudendheid van banken om geld uit te lenen, wordt deze vorm ook steeds populairder om bijvoorbeeld woningen mee te financieren.
- 4) Aandeel: Risico is dat de inleg verloren kan gaan.(resultaten uit het verleden...) Zie bijvoorbeeld [www.greencrowd.nl](http://www.greencrowd.nl) Ook is een zorgvuldige communicatie nodig in verband met juridische risico's. Hou het simpel naar de klant toe. Zo concreet mogelijk.

### **Wanneer weet men of crowdfunding interessant is?**

Stap 1) is er een duidelijke en herkenbare initiatiefnemer? Een persoon is het beste. Niet alleen als boegbeeld maar ook als projectrekker.

Stap 2) "Start with the why": Waarom doe je dit project? Dit spreekt aan op emoties en waarde, is krachtiger dan "wat" (is functioneel). Dus niet beschrijven wat het project inhoudt, maar eerder welk effect probeer je ermee te bereiken. (dus niet: "lamp op zonne-energie", maar "kinderen zonder verlichting kunnen huiswerk maken en slagen op school")

Stap 3) is concreet project, concreet doel. Dus wat is het bedrag dat opgehaald moet worden, wanneer is het een succes?

Stap 4) Community: building and management. Zonder crowd, geen funding.

Doseer je publiciteit en je boodschap: drie fasen: 1) intimi (10 tot 20% van je doelbereik), 2) spamfase (breed verspreiden), 3) crowd fase inclusief persbericht etc. (bij 50% doelbereik).

### **Hoe bepaal je een "redelijke" vergoeding voor de crowdfunders? (dus rente etc.)**

Dit doe je in interactie met de crowdfunders zelf. Dus vragen wat zij zouden willen ontvangen of hoe hoog het rentepercentage moet zijn. Zo heeft de Windcentrale een jaar van tevoren een website gestart om wensen te inventariseren. Rentepercentages kunnen gestaffeld worden per looptijd bijvoorbeeld of zelfs als gift (dus 0% rente).

Gebruik de crowd ook om je propositie aan te scherpen (crowd sourcing): zit men wel op jouw dienst of product te wachten? Ook wanneer de crowdfunding campagne niet loopt, zijn er belangrijke lessen te leren! Is het wel de juiste doelgroep? Is het verhaal wel aansprekend genoeg? Ben je geloofwaardig en authentiek?

### **Waarom gebruik maken van een crowdfunding platform?**

Er zijn ongeveer 60 crowdfunding platforms actief in Nederland. Kijk voor een uitgebreid overzicht op de site van specialisten Douw en Koren: <http://www.douwenkoren.nl/crowdfunding-in-nederland/> inclusief dienst en doelgroep.

De verschillende platforms zijn vaak toegespitst op een bepaald product of dienst. De meerwaarde van deze platforms zit in hun AFM vergunning. Zij nemen ook de administratie voor hun rekening. Crowdfunding gaat vaak over een groot aantal kleine bedragen, dus veel administratie . De mogelijkheid tot betaling via iDeal is bijna een noodzakelijke voorwaarde. Probeer ook zelf eens het platform uit. Kijk ook naar de gebruiksvriendelijkheid. Platform an sich is niet interessant, is slechts de infrastructuur voor de financiering. De platforms doen soms zelf ook aan communicatie, maar daarmee haal je max. 20% van de benodigde financiering op. Het platform is niet belangrijk, is het sluitstuk.

### **Wat is de gemiddelde looptijd van een crowdfunding campagne?**

De effectieve looptijd van een crowdfunding campagne is meestal 2 maanden. Eerst moet een community ( betrokken crowd) gebouwd worden.

Vraag: Als het crowdfunding doel niet gehaald wordt, is dan een plan B mogelijk?

Antwoord: Meeste platforms hebben als eis alles of niets, het hele doel moet worden behaald.

Eerlijke communicatie naar de crowdfunders toe is belangrijk, ook als doel niet gehaald wordt of dreigt te worden. Daarom is het belangrijk om van tevoren een duidelijk doel te stellen: wanneer is het project geslaagd? Je kan niet halverwege het doel naar beneden bijstellen.

De betrokkenheid van de crowd is meestal groot: als het niet lukt, zullen zij je vergeven. Geef van tevoren wel duidelijk aan wat je gaat doen: hoe ga je de crowd betrekken, etc. De crowd is het allerbelangrijkst, zij moeten voorop staan in de communicatie.

### **Wat is het verschil tussen het kopen van een lidmaatschap in de coöperatie en het kopen van een aandeel?**

Een lidmaatschap van een coöperatie is anders dan een aandeel, want wordt in besloten kring aangeboden: namelijk alleen aan leden. De fiscale regels (en het financiële toezicht) zijn dan minder streng, omdat het om een besloten kring gaat. In Engeland is een fonds opgezet om in de aanloopfase naar een project de vergunning- en onderzoeksfase te kunnen financieren: energy 4 all . Wellicht ook interessant voor energiecoöperaties in Nederland. Een alternatief zou kunnen zijn om met behulp van crowdfunding juist de investeringsfase te financieren. Nu wordt dat nog gedaan met risicodragende aandelen.

[www.duurzaaminvesteren.nl](http://www.duurzaaminvesteren.nl) en [www.greencrowd.nl](http://www.greencrowd.nl) lijken het meest geschikt voor de financiering van windenergie projecten.