

ZO MAAKT U HET VERSCHIL MET CROWDFUNDING

Crowdfunding voor ondernemers

Crowdfunding is momenteel voor de ondernemer een goed alternatief om een zakelijke financiering te realiseren. Banken zijn terughoudend in het verstrekken van kredieten aan het MKB en bepaalde branches. Geld ophalen met crowdfunding biedt daarom zeker mogelijkheden.

Bij crowdfunding investeert een grote groep investeerders (de crowd) ieder een bedrag wat leidt tot het behalen van een groot doel: de financiering. Ondernemers hoeven op deze manier hun financieringsbehoefte, voor bijvoorbeeld groeikapitaal, niet via een financiële intermediair

zoals een bank te regelen, maar ontvangen de financiering via de crowd.

De ondernemer biedt zijn plan aan op een platform zoals Kapitaal Lokaal. Hierbij vermeldt hij het doelbedrag, het verhaal achter de financiering en diverse financiële gegevens. Vervolgens kunnen particuliere en zakelijke investeerders geld investeren in het project. Wanneer het doelbedrag gehaald is, wordt de lening uitgekeerd aan de ondernemer en ontvangen de investeerders een vooraf toegezegde tegenprestatie.

Crowdfunding is met een grote groep mensen (de crowd) samen iets mogelijk maken.



Vormen van crowdfunding

Investeren via crowdfunding kan op veel verschillende manieren. In de basis is het overal hetzelfde. Crowdfunding is een financieringsvorm waarbij er door een grote groep mensen (de crowd) geld bijeen wordt gebracht voor de realisatie van een project. De verschillen zitten in de tegenprestatie die men biedt in ruil voor de investering. Het kan hierbij

gaan om een beloning in de natura of een financiële tegenprestatie. De vier meest voorkomende vormen van crowdfunding zijn: donatie, rewards, aandelen en leningen. Wij lichten deze graag kort toe. Kapitaal Lokaal werkt uitsluitend loan based, mogelijk aangevuld met rewards.



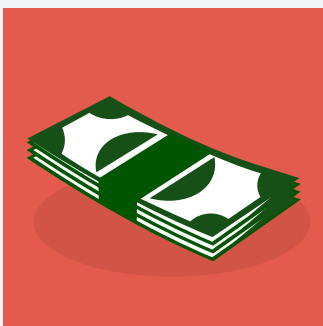
Doneren

De investeerder doneert geld aan de ondernemer en krijgt hier niks tastbaars voor terug. Het gaat hierbij om liefdadigheid. Het gaat hierbij om het goede gevoel wat men ervan krijgt. Vaak gaat het om sociale projecten waarbij de collectebus is vervangen door een online platform.



Rewards

De investeerder krijgt een niet-financiële beloning (een tegenprestatie) voor zijn investering. Het kan hierbij gaan om bijvoorbeeld naamsvermelding, kortingsbonnen of een product of dienst. Vaak wordt deze vorm ingezet als voorverkoop van nieuwe (nog te ontwikkelen) producten.



Lenen (Loan based)

De crowd investeert geld in een project in ruil voor rente en aflossing. Wanneer men €100,- investeert ontvangt men deze €100,- terug plus een vooraf bepaalde rente als tegenprestatie. Het gaat hierbij om een investering in het vreemd vermogen van de onderneming.



Aandelen (Equity based)

De crowd investeert geld in een project in ruil voor aandelen van de onderneming. Het gaat hierbij om een investering in het eigen vermogen.

Marketing voordelen

Bij crowdfunding gaat het niet alleen om de financiering. Crowdfunding wordt steeds vaker ingezet als marketingmiddel. Slimme marketeers zetten crowdfundingmarketing in om hun doelen te behalen. Hier leest u de zes belangrijkste marketingvoordelen bij crowdfunding.

1. Publiciteit

De media zullen elke dag weer met nieuws moeten komen. Ze zijn op zoek naar nieuws maar zullen niet graag uw dienst of product promoten. Crowdfunding daarentegen wordt door de media gezien als een sympathiek, nieuw, hip en sexy onderwerp om over te schrijven. Hierdoor is het voor u veel makkelijker om gratis publiciteit te creëren.

2. Klanten vinden

Crowdfunding dwingt u om goed na te denken over uw marketingstrategie. Wie zijn uw doelgroepen? Wat zijn hun behoeften en op welke wijze kunt u hen het beste bereiken? Kapitaal Lokaal zoekt samen met u naar de meest geschikte strategie om uw klanten zo goed mogelijk te vinden. Hierdoor komt u in contact met nieuwe potentiële klanten en kunt u aan de hand van klantprofielen uw klantenbestand nog meer laten groeien. Tevens zullen investeerders geloven in u en uw plannen. Hierbij gaat het om gekwalificeerde leads die echt geïnteresseerd zijn in uw product of dienst.

3. Ambassadeurs creëren

Crowdfunding maakt niet alleen van uw klanten echte ambassadeurs. U zult niet alleen publiciteit via de krant en uw eigen communicatiemiddelen krijgen, maar ook via mond-tot-mondreclame. Een project gaat pas door wanneer het totale doelbedrag is gehaald. Hierdoor hebben investeerders baat bij een succesvol project. Zij zullen u meehelpen bij het succesvol maken van uw project door er over te praten met anderen. Een gemotiveerd verkoopteam van oneindige omvang dat kosteloos voor u werkt. Welke ondernemer wil dat nu niet?

Ook na de campagne zal deze doelgroep uw bedrijf promoten binnen hun eigen kringen. Zij zullen berichten delen, positief over uw bedrijf praten en nieuwe klanten aandragen.

4. Marktonderzoek

Crowdfunding is een ideaal middel om te onderzoeken of er genoeg vraag naar uw product of dienst is. Stel u bent ondernemer en start een crowdfundingcampagne voor een bioscoop in uw eigen woonplaats. Wanneer het project moeizaam verloopt en investeringen uitblijven, zult u zich moeten afvragen of er wel vraag is naar een bioscoop in deze bepaalde regio. Misschien is uw eigen woonplaats minder geschikt en kunt u het beter in een andere stad proberen. Daarnaast heeft u de mogelijkheid feedback te verzamelen gedurende de campagne om uw plannen beter te laten aansluiten bij de vraag vanuit de markt. Hierdoor hoeft u geen kostbaar marktonderzoek te verrichten en uw potentiële klanten lastig te vallen met ongevraagde enquêtes.



5. Imago verbeteren

Crowdfunding wordt niet snel gezien als 'commercieel'. Als ondernemer kunt u hier gebruik van maken door op een sympathieke manier aan uw imago te werken. Hierdoor verhoogt u de goodwill bij uw klanten. U kunt aan uw merkwaarde bouwen en werken aan een innovatief imago.

6. Klanten binden

Tevreden klanten zijn potentiële weglopers. Klanten die uw bedrijf met een 7 beoordelen zullen gemakkelijk overstappen naar één van uw concurrenten. Daarom wilt u de relatie met uw klanten zo verbeteren dat zij loyaal aan uw onderneming worden: echte ambassadeurs. Crowdfunding realiseert dit voor u. Personen die geld investeren in de bakker om de hoek zullen ook daar hun brood kopen. Wanneer het goed gaat met de bakker biedt dat de investeerders meer zekerheid van het nakomen van de financiële verplichtingen.

Bind niet alleen klanten aan uw organisatie, maar ook uw leveranciers, vrienden, familieleden en omwonenden. Dit zal het bedrijf aan alle kanten ten goede komen.

Het is niet voor niets dat Philips, Vodafone, Domino's Pizza, en Google het afgelopen jaar allemaal actief waren op crowdfundingplatformen. Financieel hebben zij het niet nodig. Voor deze bedrijven gaat het puur om de marketingmogelijkheden van crowdfunding.



Crowdfunding in Nederland

78% van de ondernemers was in 2015 al bekend met crowdfunding, toch maakte men hier vandaag de dag nog weinig gebruik van. Dit bleek uit onderzoek van de Hogeschool Utrecht en de Kamer van Koophandel. Slechts 1% van de ondernemers in Nederland gaf aan gebruik te maken van crowdfunding.

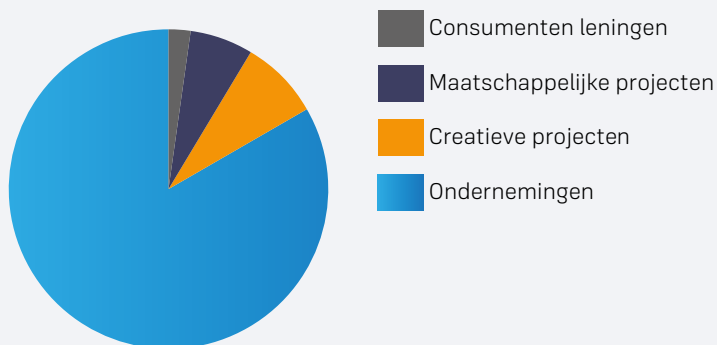
Douw&Koren brengt sinds 2011 de status en ontwikkeling van crowdfunding in Nederland in kaart. Deze cijfers geven gebruikers en stakeholders inzicht in de markt. Douw&Koren verzamelt data van alle

Nederlandse crowdfundingplatformen maar ook de data van Nederlandse projecten die gebruik maken van internationale crowdfunding platforms of een eigen crowdfunding tool of website gebruiken.

Om een beeld te geven over de crowdfundingmarkt in Nederland, delen wij deze gegevens graag. De cijfers in dit artikel komen uit het rapport Crowdfunding in Nederland 2016 van Douw&Koren - januari 2017.

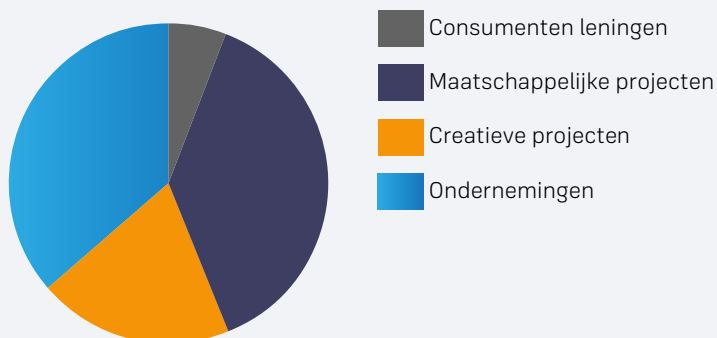
Crowdfunding per categorie in €

In 2016 is er in totaal 170 miljoen euro gecrowdfund in Nederland. Dit houdt een groei in van 33% ten opzichte van 2015.



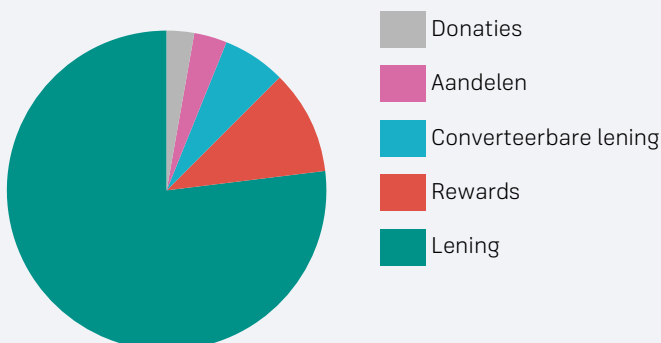
Aantal projecten per categorie

In 2016 zijn er in Nederland 4.827 projecten succesvol gefinancierd middels crowdfunding. In 2015 ging het om ruim 3.500 succesvolle projecten.



Crowdfunding per vorm

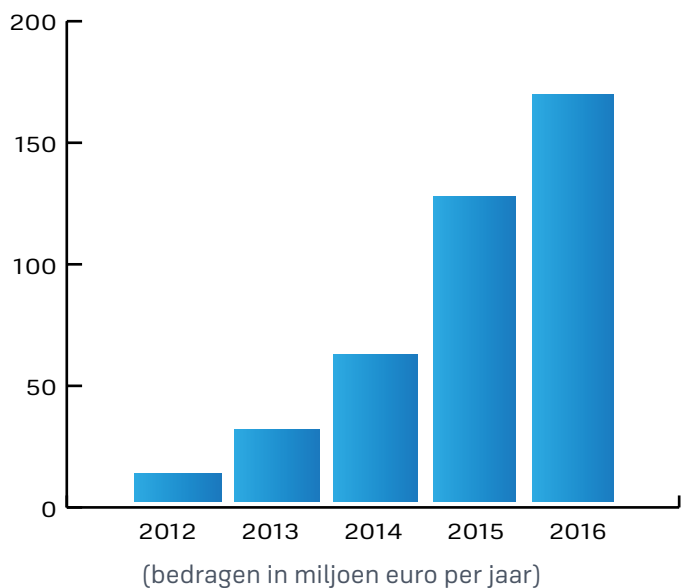
Lenen is verreweg de grootste vorm die wordt toegepast. Dit vooral door ondernemers. Sinds het eerste kwartaal van 2016 is de converteerbare lening meer terrein aan het winnen.



Door de jaren heen

Crowdfunding groeit met 33%

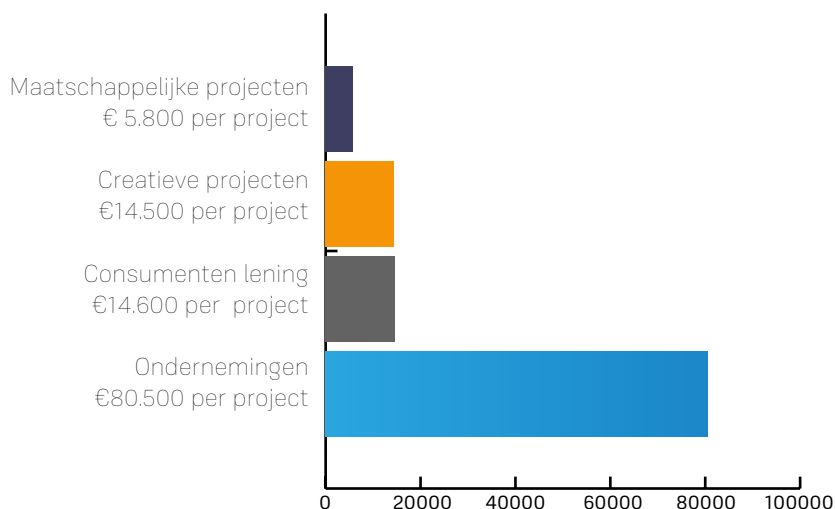
In 2016 werd in Nederland 170 miljoen euro via crowdfunding opgehaald. Dit is 33% meer dan het jaar ervoor. Het gaat hierbij om een lichte stagnatie in de groei. In totaal is in Nederland inmiddels meer dan 410 miljoen euro via crowdfunding opgehaald.



Crowdfunding per project

Gemiddeld 35.100 euro gecrowdfund per project

Een maatschappelijk project haalde gemiddeld 5.800 euro op. Ondernemingen haalden gemiddeld zo'n 80.500 euro op. Creatieve projecten haalden gemiddeld 14.500 euro op en consumenten leenden gemiddeld 14.600 euro in 2016.



Onvergetelijke campagne

Vandaag de dag horen we steeds meer succesverhalen over geslaagde crowdfundingcampagnes. Indruk maken op de doelgroep gaat voor ondernemers steeds vaker vóór de financieringsmogelijkheden van crowdfunding. Een onvergetelijke crowdfundingcampagne resulteert nu eenmaal in een groot bereik, veel aandacht van media en naamsbekendheid. Wat maakt een campagne succesvol en onvergetelijk? Wij geven u graag zeven crowdfunding tips waarmee u echt indruk kan maken bij uw doelgroep.

1. Kijk af bij anderen

U bent zeker niet de eerste die crowdfunding inzet om doelen te bereiken. Vele ondernemers gingen u voor en daar kunt u van profiteren. Bekijk de campagnes van succesvolle projecten, maar ook van de projecten die het niet gehaald hebben. Op deze manier kunt u leren van andermans fouten en de succesfactoren voor een succesvol project bepalen. U hoeft immers het wiel niet opnieuw uit te vinden. Echter, blijf altijd van uw eigen kracht uitgaan. Maak uw campagne uniek en zorg dat deze bij u past!

2. Een goede voorbereiding is het halve werk

Het ligt misschien erg voor de hand, maar van groot belang bij een succesvolle campagne is de voorbereiding. Ondernemers die hun project volledig voorbereiden hebben vele malen meer kans op succes dan ondernemers die onvoorbereid hun project online zetten. Zorg dat u vooraf uw doelgroep in kaart heeft en weet hoe u deze kunt bereiken.

Stel een communicatieplan op waarin u vermeldt op welke momenten u welke content aan welke doelgroep beschikbaar stelt. Ga op zoek naar het raakvlak van hetgeen u wilt communiceren en hetgeen de doelgroep wil horen. De doelgroep zal uw project gemakkelijker delen binnen haar netwerk wanneer het voor haar als interessant wordt ervaren. Creëer een overtuigend verhaal ondersteund met foto's en video's van hoge kwaliteit. Een krachtige video geeft het project een gezicht en spreekt de crowd veel meer aan dan alleen een foto. In deze video van één tot twee minuten kunt u het project persoonlijk toelichten.



3. Wees eerlijk

Nog belangrijker dan overtuigend beeldmateriaal is het om altijd integer te zijn. Maak zaken niet mooier dan ze zijn. De crowd vindt het niet erg wanneer er nog uitdagingen overwonnen moeten worden. Het benoemen van uitdagingen zal de sterke punten in uw pitch eruit doen springen. De praktijk heeft al bevestigd dat dit projecten veel succesvoller maakt.

4. Het juiste product

Hoe mooi uw verhaal en netwerk ook is, wanneer de crowd geen affectie voelt met het product zal het nooit succesvol worden. De crowd houdt van knuffelbare projecten, tastbare producten en veel beleving. Zo investeert de crowd liever in een kinderdagverblijf om de hoek dan in een ondernemer die het kapitaal inzet voor schilderwerk.

5. De juiste timing

De timing van de campagne mag niet worden onderschat. Het beste moment om een campagne te starten is afhankelijk van het project. Hierbij zal er goed naar de doelgroep gekeken moeten worden. Wanneer zit deze te wachten op uw oplossing in de vorm van een dienst of product? Zo zit niemand op een hippe koelbox te wachten als het winter is en zal men in de zomer niet snel investeren in een kerstballenwinkel.

We zien dat steeds meer bedrijven gebruik maken van 'serial crowdfunding'. Hierbij zetten zij meerdere kleine campagnes achter elkaar in, waarbij ze vaker een klein bedrag ophalen en niet eenmalig het totale bedrag.

Tot slot doet u er goed aan om de doelgroep warm te maken voor de start van de campagne. Let er hierbij op dat u dit niet te vroeg doet en ga vooral niet spammen.

6. Zorg voor beleving

De crowd wordt inmiddels niet meer warm van rooskleurige bedrijfscijfers. Men wil beleving! Neem uw doelgroep mee in het verhaal en laat haar een kijkje nemen in de keuken van uw bedrijf. Kortom, betrek de crowd bij uw proces. Delen is het nieuwe vermenigvuldigen! Houd het spannend en neem uw publiek mee op avontuur. Door uw verhaal op een unieke manier over te brengen, weet u elke investeerder te boeien.

Houd de doelgroep op de hoogte en vier successen met haar. Het stopt niet op het moment dat men heeft geïnvesteerd. Houd investeerders op de hoogte, ook na een succesvolle campagne en maak echte ambassadeurs van hen.

7. Durf ervoor te gaan

Welk financieringsdoel u ook heeft, wanneer u uw campagne ook start: durf er helemaal voor te gaan. Ga er volledig voor en laat weten welke plannen u heeft en zet alle mogelijke middelen in. Stuur een bericht naar de lokale pers, familie, vrienden, leveranciers en overige bekenden. Durf te vragen of zij actief willen meewerken om het project succesvol te maken.

Of het nu gaat om de onlinewereld, de gedrukte media of om de gesprekken tijdens de verjaardagen; uw project zal het gesprek van de dag moeten worden om echt impact te maken!



Over Kapitaal Lokaal

Kapitaal Lokaal is de naam van het in 2016 opgerichte crowdfundingplatform. Een platform dat niet landelijk, maar lokaal te werk gaat. Hierdoor is het voor geldgevers meer dan een goed rendement en voor de geldvragers meer dan uitsluitend een financieringsmiddel.

Lokaal financieren is leuker door betrokkenheid bij de onderneming. Voor de geldvrager is het naast een financieringsmiddel ook een marketingmiddel dat kan bijdragen aan nieuwe lokale klanten en ambassadeurs.

In de afgelopen jaren is het voor MKB-bedrijven steeds uitdagender geworden om een krediet bij de bank te krijgen. Crowdfunding is hierdoor een serieus alternatief geworden en heeft in de afgelopen jaren een explosieve groei doorgemaakt.

Crowdfunding is het met een grote groep mensen ('de crowd') iets mogelijk maken. Kapitaal Lokaal richt zich op de financiering van gevestigde en startende ondernemers. Naast lokale betrokkenheid en een gunningsfactor, krijgen de investeerders een hoger rendement tegen verantwoorde risico's.

In de basis is crowdfunding een alternatieve wijze om een financieringsbehoefte in te vullen. Zonder bemiddeling van financiële intermediairs, maar door

middel van direct contact tussen investeerders en ondernemers dat gefaciliteerd wordt door een online platform zoals Kapitaal Lokaal. Zo bepaalt de geldgever zelf waar deze zijn of haar geld in wil investeren. Veelal wordt crowdfunding naast een bancaire financiering ingezet.

Onderscheidende strategie

De concurrenten van Kapitaal Lokaal bewandelen qua marketing en communicatiestrategie merendeels hetzelfde pad: veel succesvolle (kwalitatieve) projecten realiseren in een zo kort mogelijke doorlooptijd. De financiering staat voorop en er is nauwelijks binding/interactie tussen de geldvragers en de geldnemers.

Kapitaal Lokaal doet het anders. Veel succesvolle (kwalitatieve) projecten realiseren in een zo kort mogelijke doorlooptijd is geen kernwaarde. Door het lokale karakter en lokale aanwezigheid is de organisatie betrokken en persoonlijk gericht. Liever meer reclame, betrokken klanten en ambassadeurs en positieve reuring dan een financiering rond binnen een uur met financierders die nauwelijks betrokken zijn bij de onderneming.



Ruben Tank
Ruben@kapitaallokaal.nl



Thijs van der Heijden
Thijs@kapitaallokaal.nl

Crowdfundingsproces

1

Aanvraag indienen

Online registratie en definiëren van de kapitaalbehoefte.

2

Vrijblijvend gesprek

In een persoonlijk gesprek laten we graag zien hoe crowdfunding werkt, wat de voor- en nadelen zijn en bespreken we graag de mogelijkheden.

3

Kredietbeoordeling

Na ontvangst van aanvullende gegevens zal een onafhankelijke kredietbeoordelaar de aanvraag beoordelen. Bij goedkeuring kan de pitch worden opgesteld.

4

Pitch en Publicatie

Wanneer de pitch is opgesteld wordt deze op het platform van Kapitaal Lokaal gepubliceerd. Vervolgens kunnen lokale investeerders geld investeren.

5

Project succesvol

Wanneer het doelbedrag is gehaald ontvangt de ondernemer zijn financiering en betaalt deze maandelijks rente en aflossing. Kapitaal Lokaal verzorgt de juridische en financiële afhandeling. De ondernemer heeft niet alleen zijn financiering rond, maar ook veel (nieuwe) betrokken klanten en ambassadeurs.

Marketingvoordelen



1. Publiciteit



4. Marktonderzoek



2. Klanten vinden



5. Imago verbeteren



3. Ambassadeurs creëren



6. Klanten binden

Kosten

Aanvragen vanaf € 25.000,-

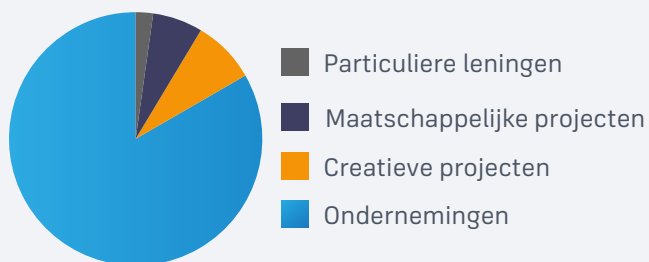
Investeren vanaf € 100,-

Aanvraag beoordelen	€ 350,-	(eenmalig)
Plaatsingskosten	€ 450,-	(eenmalig)
Succesvergoeding	1%	(per jaar looptijd lening)
Beheersvergoeding	€ 50,-	(per maand)

Alle bedragen voor de geldvrager zijn exclusief BTW

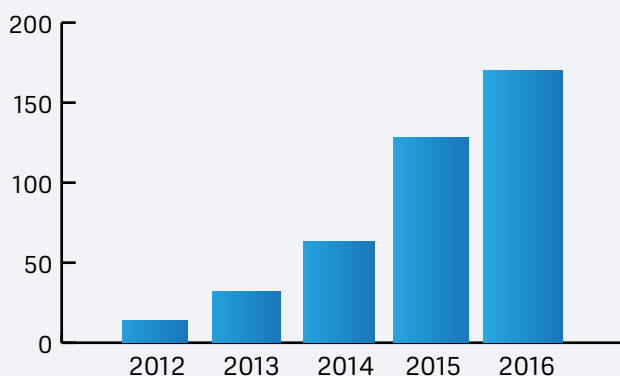
Cijfers

€ 170 miljoen gefund in 2016



Crowdfunding groeit met 33% in 2016

(bedragen in miljoen euro per jaar)



Voordelen

Geld lenen met crowdfunding bij Kapitaal Lokaal biedt ondernemers vele mogelijkheden. De meeste belangrijke voordelen voor u zijn:

- Creëer betrokkenheid en lokale ambassadeurs.
- Er wordt lokaal in uw bedrijf geïnvesteerd.
- De marketingmogelijkheden van crowdfunding.

Nadelen

Geld lenen via crowdfunding kent de volgende nadelen:

- U gaat een financiële verplichting aan wat uw flexibiliteit kan beïnvloeden.
- U zult u plannen moeten delen en presenteren op het internet.
- Uw financiering is pas rond wanneer het doelbedrag bijeen is gebracht door de crowd.

Bekijk de video

Hoe werkt crowdfunding en wat is crowdfunding precies. Beelden zeggen meer dan duizend woorden. Aan de hand van deze animatie geeft Kapitaal Lokaal graag kort antwoord op deze vragen.

Wanneer u op de onderstaande afbeelding klikken wordt u doorverwezen naar een korte uitleg over crowdfunding. Wanneer dit niet werkt vragen wij u om de volgende link te kopiëren en plakken in uw browser. <https://www.youtube.com/watch?v=ZW0z7FD0hjE>



Volg ons op Social Media

Op de hoogte blijven van de ontwikkelingen van Crowdfunding? Volg Kapitaal Lokaal op Social Media. Wij vertellen graag over crowdfunding, houden de markt in de gaten, geven u tips en tricks en maken de voor- en nadelen voor u inzichtelijk.

Schrijf u ook in voor onze nieuwsbrief en blijf op de hoogte van de laatste projecten en ontwikkelingen! Wilt u direct gebruik maken van de financiële en marketing voordelen van Kapitaal Lokaal? Registreer u vandaag nog en dien uw leningsaanvraag online bij ons in. www.kapitaallokaal.nl



INVESTEER OF LEEN BIJ U IN DE BUURT



Kapitaal Lokaal B.V.

Deken Hooijmansingel 4
7141 EC Groenlo

Info@kapitaallokaal.nl
0544-782400

Kapitaal Lokaal B.V. heeft een ontheffing ontvangen van de AFM voor het bemiddelen in opvorderbare gelden als bedoeld in artikel 4:3, vierde lid van de WFT.