



# Crowdfunding

voor  
**dummies**<sup>®</sup>

**Martijn Arets  
Koen van Vliet**



**BBNC**  
uitgevers

**Amersfoort, 2017**

# Inhoud in vogelvlucht

<b>Inleiding</b> .....	1
<b>Deel 1: Basisprincipes</b> .....	5
HOOFDSTUK 1: Korte inleiding .....	7
HOOFDSTUK 2: Waarvoor zou ik crowdfunding gebruiken? .....	19
HOOFDSTUK 3: Wanneer zou ik voor crowdfunding kiezen? .....	31
HOOFDSTUK 4: Wat zijn de nadelen van crowdfunding? .....	37
HOOFDSTUK 5: Platformen .....	41
<b>Deel 2: Soorten crowdfunding</b> .....	51
HOOFDSTUK 6: Crowdfunding zonder financiële tegenprestaties .....	53
HOOFDSTUK 7: Crowdfunding met financiële tegenprestaties .....	63
<b>Deel 3: Voorbereiding</b> .....	71
HOOFDSTUK 8: Welk type crowdfunding kies je? .....	73
HOOFDSTUK 9: Jouw verhaal .....	83
HOOFDSTUK 10: Je netwerk .....	97
HOOFDSTUK 11: Je kosten en doelbedrag .....	111
HOOFDSTUK 12: Zorg voor een goed team .....	127
HOOFDSTUK 13: Je tegenprestaties en voorgestelde bedragen .....	135
<b>Deel 4: Je campagne</b> .....	143
HOOFDSTUK 14: Planning en voorbereiding .....	145
HOOFDSTUK 15: Campagne voeren .....	155
HOOFDSTUK 16: Gehaald, en nu? .....	161
<b>Deel 5: Het deel van de tientallen</b> .....	171
HOOFDSTUK 17: De tien meest gemaakte fouten .....	173
HOOFDSTUK 18: Tien zaken om in de gaten te houden .....	177
HOOFDSTUK 19: De tien belangrijkste platformen in Nederland .....	181
HOOFDSTUK 20: Tien voordelen van het gebruikmaken van een bestaand platform .....	185
<b>Deel 6: Bijlagen</b> .....	189
BIJLAGE A: Verklarende woordenlijst .....	191
BIJLAGE B: Platformen actief op de Nederlandse markt .....	197
<b>Index</b> .....	203

# Inleiding

**D**oor de opkomst van internet, sociale media en online marktplaatsen raken we er steeds meer aan gewend om onze zaken zelf te regelen, buiten de bestaande instituties om en veelal in samenwerking met anderen. Zo heeft iedereen met een videocamera en een internetverbinding toegang tot een miljardenpubliek via YouTube en kan iedereen zijn huis of kamer aanbieden aan de miljoenen gebruikers van Airbnb.

In de wereld waarin we leven was het een kwestie van tijd dat we ook voor onze financiële behoeften het internet als toegangspoort tot de wereld zouden gaan gebruiken. Vanaf 2011 vinden dan ook steeds meer mensen die geld nodig hebben om hun droom te realiseren de weg naar de 'crowd'. Crowdfunding, het fenomeen waar geldvragers en geldaanbieders elkaar weten te vinden middels een online platform, maakte de afgelopen jaren een spectaculaire groei door. Op een crowdfundingplatform als Kickstarter brachten sinds de start in 2009 ruim 13 miljoen supporters ruim 3 miljard dollar bijeen om 130.000 projecten te financieren.

Waar crowdfundingondernemers en -supporters zich in het begin nog in een soort van 'wilde westen van de financieringswereld' bevonden, zien we de laatste jaren dat de markt steeds volwassener wordt. En daarmee een steeds serieuzer wordende financieringsvorm. Of het nu gaat om de financiering van een toneelstuk, een hippe gadget of de financiering van de groei van jouw bedrijf.

We wensen je veel leesplezier en heten je welkom in de wereld van crowdfunding! Want ondanks alle keuzes en kanttekeningen die er gemaakt moeten worden, is het een veelbelovend instrument dat jou als ondernemer of ondernemend persoon helpt je ambities te verwezenlijken.

Martijn Arets en Koen van Vliet

# Over dit boek

In dit boek nemen we je letterlijk mee in de wereld van crowdfunding. We laten je zien wat crowdfunding nu werkelijk is, wegen de voor- en nadelen voor je af, laten je zien wanneer crowdfunding voor jou mogelijk interessant is en ook: wanneer niet.

Vervolgens begeleiden we je in het maken van de juiste keuzes voor jouw crowdfundingcampagne. Welke vorm kies je? Welke voorbereidingen moet je doen? Wat zijn de ingrediënten voor een succesvolle campagne? Hoe ga je om met tegenvallers? En wat te doen als de campagne voorbij is?

In dit boek hebben we geprobeerd om je op een nuchtere en open manier mee te nemen in de wereld van crowdfunding. We behandelen niet alleen de successen, maar ook de negatieve kanten van het crowdfunden. Met als doel om jou te helpen een goed onderbouwde en afgewogen keuze te maken in jouw mogelijke crowdfundingavontuur.

Onze dank gaat uit naar iedereen die een bijdrage aan dit boek heeft geleverd. Dankzij het enthousiasme, de verhalen en de feedback die we hebben gekregen, hebben we kans gezien het boek nog meer diepgang en scherpte te geven.

We willen via deze weg graag nog een aantal mensen bedanken voor hun bijdrage in de realisatie van dit boek. Ten eerste natuurlijk Robin Meeuwisse, onze uitgever bij BBNC Uitgevers voor de kans die je ons gaf dit boek te schrijven en Barbara Stuart voor de eindredactie. Daarnaast Erik Jansen en Francine Daemen van Poelmann van den Broek advocaten, klankbord Ronald Kleverlaan en fiscaal adviseur Bram Faber van Schuiteman Accountants en Adviseurs. En natuurlijk, hoe cliché kan het zijn, onze levenspartners Anne en Jannette voor de ruimte die jullie ons hebben gegeven dit boek te schrijven.

## Indeling van het boek

Dit boek kent vijf delen. Elk met een eigen karakter en invalshoek.

### Deel 1: Basisprincipes

In deel 1 krijg je een introductie in de wereld van crowdfunding. Na een korte algemene introductie waarin je alvast kennismaakt met alle facet-

ten van crowdfunding, wegen we de voor- en nadelen van crowdfunding tegen elkaar af en laten we je zien waar je crowdfunding allemaal kunt gebruiken. Inclusief enkele levendige praktijkvoorbeelden.

## **Deel 2: Soorten crowdfunding**

In deel 2 behandelen we de verschillende soorten smaken crowdfunding waar je uit kunt kiezen. Want wie dacht dat je alle crowdfundingvarianten op één hoop kunt gooien, die heeft het mis. Kennis van de verschillende soorten crowdfunding waar je uit kunt kiezen is misschien wel een van de belangrijkste voorbereidingen in het starten van je eigen campagne.

## **Deel 3: Voorbereiding**

In deel 3 begeleiden we je in het treffen van de voorbereidingen voor jouw crowdfundingcampagne. Want wie denkt dat een crowdfundingcampagne een kwestie is van jouw idee online zetten en rustig achterover geleund afwachten tot het geld binnenkomt, die komt er bekaaid vanaf. Het succes van crowdfunding valt of staat met een goede voorbereiding. En daar helpen we jou in dit hoofdstuk graag mee.

## **Deel 4: Je campagne**

In deel 4 geven we praktisch advies in de keuzes die je moet maken voor jouw campagne. Zowel voor, tijdens als na de campagne. Dit ook omdat een crowdfundingcampagne niet ophoudt op het moment dat je jouw doelbedrag hebt behaald en het geld op jouw rekening staat.

## **Deel 5: Het deel van de tientallen**

Het deel van de tientallen is een vast onderdeel van de *Voor Dummies*-reeks. We hebben voor dit deel de in onze ogen vier belangrijkste tientallen op een rij gezet, namelijk: de tien meest gemaakte fouten in een campagne, de tien belangrijkste platformen in Nederland, de tien voordelen van het gebruikmaken van een bestaand platform en tot slot de tien dingen die je in de gaten moet houden voor de toekomst van crowdfunding.

## Deel 6: Bijlagen

In dit deel vind je een verklarende woordenlijst. Ook hebben we een handig en uitgebreid overzicht gemaakt van (zo goed als) alle crowdfundingplatformen waar Nederlandse projecteigenaren toegang tot hebben. Zowel lokaal, nationaal als internationaal. Per platform vind je hier naast de naam van het platform ook de URL van de website, het type crowdfunding dat dit platform faciliteert en of het platform nog een speciale (lokale) focus heeft.

### De pictogrammen



BELANGRIJK

Dit pictogram verwijst naar belangrijke informatie die je nodig hebt om crowdfunding goed in te zetten.



VOORBEELD

Na dit pictogram volgt een voorbeeld om de tekst beter te begrijpen. Je zult merken dat we veel gebruik maken van voorbeelden. Dat doen we omdat we van mening zijn dat we met voorbeelden kunnen laten zien hoe crowdfunding in de praktijk werkt.



TIP

Bij dit pictogram staan tips om het gebruik van crowdfunding gemakkelijker te maken. Doe er je voordeel mee.



TECHNISCHE  
INFO

Dit pictogram geeft aan dat we dieper ingaan op de werking van crowdfunding. De informatie die je bij dit pictogram treft zal niet voor iedereen van toepassing zijn.

## Hoe nu verder?

Aan de slag! Je kunt dit boek van A tot Z lezen, maar je kunt er ook voor kiezen om alleen de voor jou relevante hoofdstukken te lezen. Daarnaast is het ook inspirerend (en vaak ook vermakelijk) om eens door de vele voorbeelden te struinen die je in de kaders vindt. Ons doel is om je te helpen aan inzichten die leiden tot een weloverwogen keuze. Vergeet dan ook nooit dat de conclusie dat crowdfunding voor jouw ambities (nog) niet de juiste keuze is ook een heel juiste en verstandige conclusie kan zijn.

1

# **Basisprincipes**

## **IN DIT DEEL . . .**

Weet je niet wat crowdfunding is en waar het voor gebruikt wordt? In dit deel van het boek nemen we je mee in de basisprincipes van crowdfunding en laten we je zien waar je crowdfunding voor kunt inzetten. Ook leggen we uit wat een crowdfundingplatform is en waar je dat platform voor kunt gebruiken. Zodat je een goede basis hebt wanneer je aan crowdfunding gaat beginnen.



## Hoofdstuk 1

# Korte inleiding

Veel mensen hebben al weleens van crowdfunding gehoord, of hebben het zelfs al ingezet voor hun projecten, organisatie of ideeën. Misschien heb je ook al weleens via crowdfunding in een project geïnvesteerd. De afgelopen jaren is crowdfunding steeds vaker in het nieuws en regelmatig verschijnen er berichten over projecten die via crowdfunding grote bedragen ophalen.

De kracht, maar ook de valkuil, van crowdfunding zit hem in de brede inzetbaarheid van het instrument. Daarom besteden we daar in dit hoofdstuk extra aandacht aan. Je zult zien dat de informatie in dit hoofdstuk ook in andere hoofdstukken terugkomt. Dat lijkt misschien dubbel, maar om de werking van crowdfunding goed te begrijpen, is het zaak jou eerst wegwijs te maken in de wereld van crowdfunding.

## Wat is crowdfunding?

Crowdfunding, eigenlijk beschrijft het woord al precies wat het is. *Funding* via de *crowd*, of in beter Nederlands: het ophalen van geld bij een grote groep mensen. Crowdfunding is het best te begrijpen als een vorm van crowdsourcing. Een begrip dat een manier van werken beschrijft waarbij de kennis en kunde van 'het publiek' wordt ingezet om tot oplossingen te komen of om producten te ontwikkelen en te verbeteren.



VOORBEELD

## WIKIPEDIA

Het bekendste voorbeeld van crowdsourcing is de website Wikipedia. Een grote groep van mensen die online een encyclopedie ontwikkelen en bijhouden. Doordat deze groep elkaar aanvult, verbetert en met elkaar in discussie gaat, is de kennis op de website vrijwel altijd actueel en wordt snel ingesprongen op de actualiteit. Zo werd de pagina met informatie over de vermoorde oud-minister Els Borst aangepast binnen een uur nadat haar moord in het nieuws was gekomen.

Ergens in de jaren negentig bedacht men dat het misschien slim was om niet alleen informatie, maar ook geld te vragen aan het publiek. Want als mensen hun tijd en energie in je wilden investeren, waarom dan niet ook geld? Waar je bij crowdsourcing vooral gebruikmaakt van de vaardigheden en informatie van anderen, richt crowdfunding zich dus op de portemonnee van de crowd.

In de praktijk betekent dit dat je in plaats van bij één partij de financiering voor je idee ophaalt, je bij crowdfunding op zoek gaat naar veel verschillende partijen. Dat kunnen zowel individuen als organisaties zijn en samen zorgen zij ervoor dat jij de financiering voor je plannen bij elkaar krijgt. De bedragen die zij investeren zijn dan ook kleiner dan de bedragen die één partij zou moeten investeren.

Waarom zou je bij 1 supporter een bedrag van 40.000 euro ophalen, als je ook bij 100 supporters een bedrag van 400 euro op kunt halen? De kans dat iemand investeert, wordt daardoor ook groter. Niet iedereen kan namelijk 40.000 euro investeren, 400 euro is veel toegankelijker.



VOORBEELD

## WAKAWAKA

Een van de meest succesvolle crowdfundingprojecten is het bedrijf WakaWaka, dat in 2017 al meer dan tien crowdfundingcampagnes heeft uitgevoerd. WakaWaka maakt duurzame lampen en telefoonladers die volledig op zonne-energie kunnen draaien. Het bedrijf heeft een sterk sociaal karakter. Onder het motto *'buy one, give one'* wordt elk verkocht artikel ook gedoneerd aan een goed doel. In 2016 haalden ze via het platform Oneplanetcrowd ruim 1,1 miljoen euro op. Dat deden ze via 890 supporters.