

## Crowdfunding ook voor akkerbouwbedrijf interessant

# Financieren via de menigte

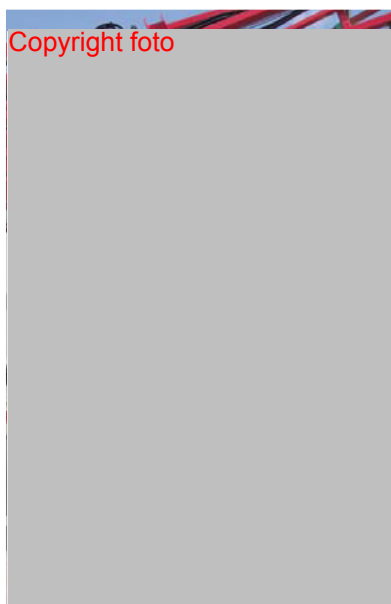
Crowdfunding raakt steeds meer in zwang. In de landbouw zijn er echter maar weinig bedrijven die het publiek als financieringsbron gebruiken. Toch denken crowdfunding-experts Gijsbert Koren en Edwin Adams dat de methode ook daar perspectief biedt.

Een groot bedrag bij elkaar sprokkelen met behulp van veel mensen die allemaal een klein beetje investeren. Dat is crowdfunding. En het is in. Steeds meer bedrijven financieren hun projecten op die manier. De tijd is er ook rijp voor. Sinds de bankencrisis worden banken gewantrouwd en houden investeerders liever zelf in de gaten wat er met hun spaargeld gebeurt. Daarnaast kunnen bedrijven mede dankzij internet veel investeerders tegelijk te bereiken. Edwin Adams, mede-eigenaar van crowdfundingplatform 'Geld voor Elkaar', ziet twee

redenen waarom mensen geld in crowdfundingprojecten steken. Aan de ene kant is er het sociale aspect, meent hij. Als mensen hun geld op de bank zetten, weten ze niet wat de bank ermee doet. „Met crowdfunding bepalen ze zelf welke projecten ze financieren en kunnen ze de wereld wat beter maken. Ze voelen zich dan ook betrokken bij die projecten.” De andere reden is het rendement: crowdfundingprojecten geven een betere beloning dan de rente die ze bij de bank over hun spaargeld ontvangen. Al ligt dat per project verschillend.

Dat betekent trouwens niet dat de lener zijn investeerders altijd in geld terugbetaalt. „Integendeel”, zegt Gijsbert Koren, crowdfunding consultant bij Douw&Koren. Hij ziet juist veel in projecten waarbij investeerders worden terugbetaald in natura. „Kijk bijvoorbeeld naar de actie 'Adopteer een kip' van Bionext”, zegt hij. „Mensen investeren daarbij een klein bedrag in een biologische pluimveehouderij en krijgen daarvoor eieren terug.” Zowel Adams als Koren stellen dat crowdfunding ook voor akkerbouwbedrijven kansen

## Productie Wingsprayer opschalen via crowdfunding



Copyright foto

Akkerbouwer en loonspuitser Harrie Hoeben uit Maarheeze heeft de afgelopen jaren zijn ziel en zaligheid plus enkele tonnen geld gestopt in de ontwikkeling van de Wingsprayer. Dat is een innovatieve spuitboom die met behulp van een flexibele vleugel zorgt voor een driftreductie van 99,8 procent en tot wel 40 procent middelbesparing kan opleveren. Het spuitsysteem is inmiddels volledig praktijkrijp. Hoeben zet de Wingsprayers momenteel nog met de hand in elkaar in zijn werkplaats, maar nu de vraag uit de markt steeds meer toeneemt, wil hij de assemblage van de spuitbomen naar een professionele schaal tillen en ook een vertegenwoordiger kunnen aannemen. „De centen zijn echter op en de banken staan niet te springen om te investeren in een nieuw, innovatief bedrijf. Die zijn nu drukker met het redden van hun eigen zekerheden”, aldus Hoeben. Daarom is hij eind januari met een crowdfunding-initiatief gestart. Belangstellenden worden uitgenodigd om voor minimaal duizend euro te investeren. Voor dat bedrag krijgen ze aandelen in de Wingsprayer coöperatie. Het geïnvesteerde bedrag kunnen ze na drie jaar terugkrijgen met 12 procent rente, of men kan ervoor kiezen om de aandelen te laten staan. De kans dat de aandelen van een nieuw bedrijf in waarde toenemen, lokt in deze tijd ook voor veel investeerders, weet Hoeben.

Bovendien kunnen deelnemers die tevens een Wingsprayer willen kopen, een korting krijgen op de aanschafprijs van maximaal 24 procent. Vanwege dat laatste aspect spreekt deze vorm van crowdfunding vooral akkerbouwers aan. Maar er reageren ook gewone burgers op het initiatief. „Zo had ik een jonge moeder aan de telefoon die geld opzij wil zetten voor de toekomst van de kinderen, maar daar bij de bank nauwelijks rente op krijgt”, schetst Hoeben. Hij moet aan burgers wel duidelijk uitleggen dat de investering in een 'giftspuit' in dit geval juist sterk bijdraagt aan het verminderen van de milieubelasting. Mede daarom vindt hij de financieringsvorm via aandelen in de coöperatie ook zo waardevol; dan betrek je de investeerders direct bij het bedrijf, ze krijgen inspraak en je houdt voeling met de praktijk, geeft hij aan. Hoeben kan nu nog niet zeggen hoeveel geld de crowdfunding al heeft opgeleverd. Belangstellenden kunnen zich namelijk nog tot 26 februari aanmelden. Daarna volgt een kennismakingsbijeenkomst waarna potentiële investeerders beslissen of ze instappen en zo ja, hoeveel ze willen investeren. „Ik ben heel benieuwd hoeveel dit gaat opleveren. Maar zelfs al is het maar 100.000 euro, ik ga hoe dan ook door met de Wingsprayer.” Meer informatie: [www.wingsprayer.com](http://www.wingsprayer.com)

biedt. Financieel gezien is het zeker interessant, meent Adams. „Doordat je de bank uitschakelt, zijn je financieringskosten lager, terwijl je investeerders toch een hoger bedrag terugkrijgen. Daarnaast kun je risicodragende projecten, waar de bank geen geld in wil steken, via de crowd wel financieren.“ En als dat succes heeft, wil de bank in een volgende fase misschien wel over de brug komen, stelt hij.

Koren ziet ook andere voordelen. Voor een bedrijf dat producten rechtstreeks aan de consument verkoopt, is crowdfunding een goede manier om de klanten aan zich te binden. Als die geld in het bedrijf investeren, zijn ze daar meteen bij betrokken. Daarnaast kan het bedrijf zo zijn product bij nieuwe klanten onder de aandacht brengen, volgens Koren. „En voor bedrijven die niet aan de consument verkopen, is crowdfunding misschien een manier om dat wel te gaan doen.“

## Een goed verhaal

Crowdfunding valt of staat met de mogelijkheid om mensen te overtuigen geld in te leggen in het project. Daarom zijn niet alle

projecten geschikt. Om mensen over te halen moet je een goed verhaal hebben en dat moet niet te ingewikkeld zijn, want dan haken je investeerders af. Koren: „Kijk daarbij ook naar de markt. Duurzaam en biologisch zijn thema's die nu in zijn. Voor een investering in een dergelijk project zijn mensen wel te porren.“

Adams is het daarmee eens. Een goed duurzaam project is bijvoorbeeld het plaatsen van zonnepanelen, stelt hij. Maar het hoeft niet altijd om duurzaamheid te draaien. „Je investeerders willen uiteindelijk rendement zien. 'Ik wil een plukrobot kopen, want dan bespaar ik geld op arbeidskrachten' is ook een verhaal dat mensen overhaalt.“

Het verhaal, daar draait het om. Adams en Koren benadrukken dat allebei. Het succes van crowdfunding is voor een groot deel afhankelijk van hoe je je project presenteert aan je investeerders. Het verhaal moet duidelijk en aantrekkelijk zijn. „Vertel wat je precies wilt doen, en waarom“, adviseert Koren. „En laat je passie blijken.“

Een financiële onderbouwing van je plannen helpt ook, vult Adams aan. Daarmee laat je

zien dat je plannen haalbaar zijn en dat geeft investeerders vertrouwen.

## 'Eerst mensen overtuigen'

„Om succesvol geld binnen te halen moet je zelf de eerste mensen overtuigen“, zegt Adams. Een goede test om te kijken of een project aanslaat, is volgens de beide heren dan ook om je voorstel uit de doeken te doen binnen je netwerk. Als je de mensen in je directe omgeving niet enthousiast krijgt voor je idee, dan zul je onbekenden zeker niet kunnen overhalen om te investeren. „En als het in je eigen netwerk niet aanslaat, kun je nog bijsturen.“

Een goed crowdfundingproject heeft een sneeuwbal effect, volgens Koren. Je begint in je eigen netwerk, je overtuigt mensen die je zelf kent om geld in het project te steken. Die mensen praten weer met mensen die zij kennen, die het dan weer verder vertellen, enzovoort. Maar het is wel veel werk. Koren: „We hebben crowdfunding eens vergeleken met andere financieringsvormen en daaruit bleek dat deze methode veruit de meeste tijd kost per euro die je binnenhaalt.“ ■