

Ondernemer Jacob Beeker schakelt consument in voor kalfsvleesproductie

Geld van de grote massa

Na vette jaren houden banken steeds meer de hand op de knip. Hoe komt een veehouder in de toekomst aan voldoende financiering? Crowdfunding heeft de toekomst, maar investeerders blijvend aan je binden vergt wel inspanning.

tekst **Jorieke van Cappellen**

Zeven miljoen euro. Dat bedrag werd vorig jaar door 5500 mensen gezamenlijk geïnvesteerd in twee Groningse windmolens. Sinds januari 2013 wekken ze daarmee hun eigen energie op, zonder tussenkomst van grote energiebedrijven. Het project 'Winddelen' is een voorbeeld van een succesverhaal door crowdfunding. Crowdfunding betekent letterlijk het laten financieren van een particulier initiatief door 'het grote publiek'. Het fenomeen is hot. Crowdfunding-websites, waarop particulieren hun project én het benodigde eindbedrag

ervoor plaatsen, schieten als paddenstoelen uit de grond.

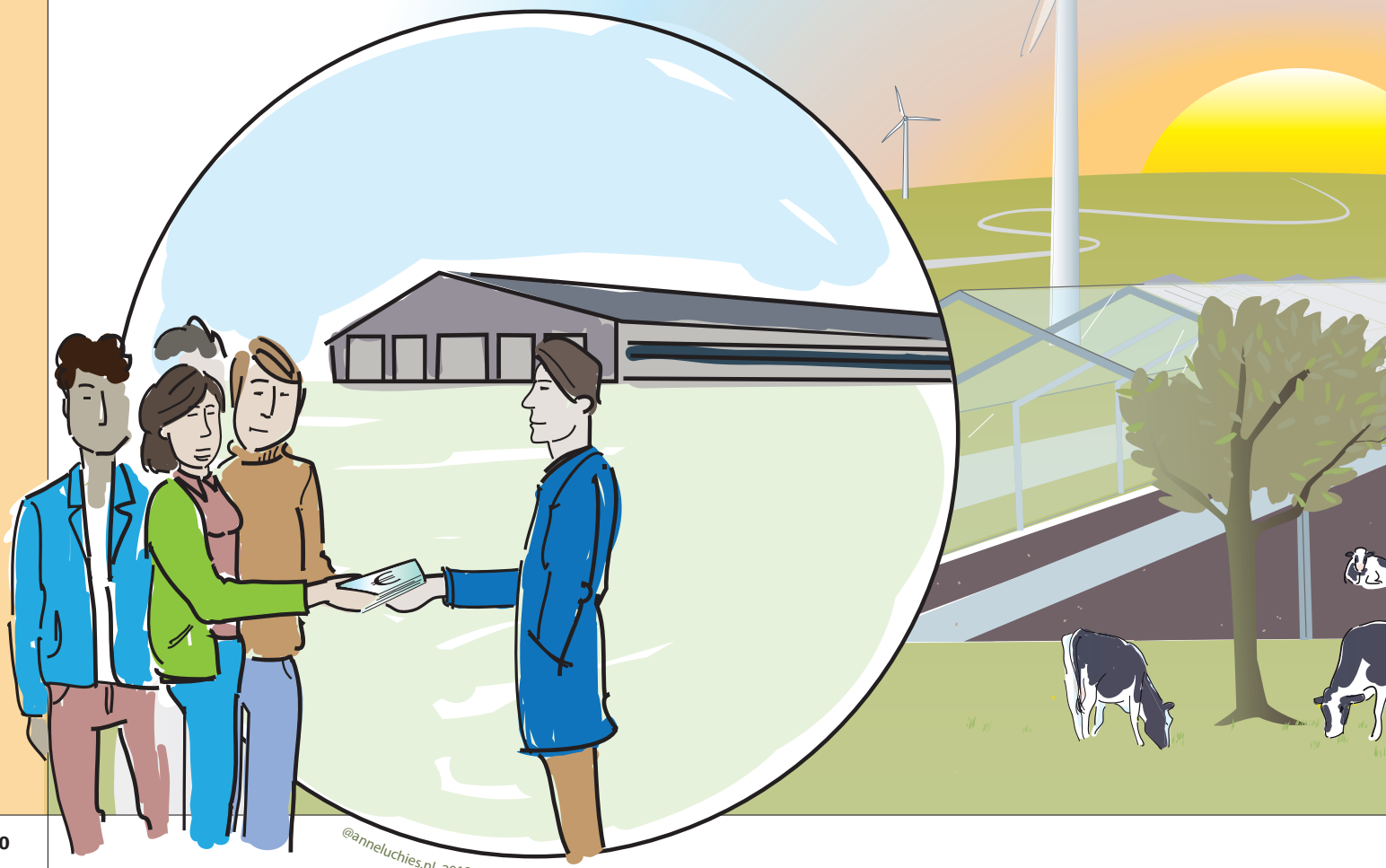
Enige research laat zien dat de succesverhalen in de melkveehouderij nog niet dik gezaaid zijn, maar kleinschalige initiatieven zijn er wel degelijk. Zo zet ondernemer Jacob Beeker crowdfunding in voor zijn opfokbedrijf van jerseykalveren. Beeker koopt de veelal als waardeloos beschouwde jerseytierkalveren van melkveebedrijven op, fokt ze op en verkoopt het kwaliteitsvlees. Mensen die zijn initiatief willen ondersteunen, vraagt Beeker een bedrag van 100 euro. 'Het jaar erop krijgen ze een jerseyvleespakket ter waar-

de van 125 euro terug', stelt Beeker als tegenprestatie. Inmiddels steunen ongeveer 90 crowdfunders Beekers initiatief.

Voorverkoopmodel of lening

Het 'voorverkoopmodel' van Beeker is momenteel een van de meestgebruikte manieren bij het werven van investeerders voor een project, weet Maarten de Jong, oprichter van crowdfunding-website Oneplanetcrowd.nl. Het bedrijf achter de website spits zich toe op het begeleiden van particulieren of bedrijven die geld nodig hebben om een groen, duurzaam of sociaal maatschappelijk project op te zetten. 'Crowdfunders kunnen een particulier ook een lening verstrekken. De rente op een dergelijke lening ligt tussen een spaarrente voor consumenten en een leenrente voor ondernemingen in en bedraagt zo'n 4 tot 7 procent. Een derde vorm is het onbaatzuchtig geven van geld, een echte donatie dus.'

Het belangrijkste verschil tussen een 'gewone' lening van de bank en crowdfunding is dat er bij crowdfunding een ge-



@anneluchies.nl, 2013

NAJK: crowdfunding creëert dialoog met consument

Door steeds stijgende kosten van grond en productiefactoren denken jonge agrarische ondernemers al steeds meer na over andere vormen van financiering. Dat ziet Ramon Klaassens, portefeuillehouder bedrijfsovername bij het Nederland Agrarisch Jongeren Kontakt (NAJK). In 2012 organiseerde het NAJK een discussie tussen leden over alternatieve financieringsvormen in de landbouw. Jonge agrariërs zien crowdfunding als kansrijk voor deelfinanciering, om kleinere projecten op het bedrijf zonder hulp van de bank te kunnen realiseren. 'Voor het bouwen van een nieuwe stal is crowdfunding nog geen optie. Maar

crowdfunding werkt heel goed bij een deelproject als "Boer zoekt buur", waar het Zeeuwse AJK volop mee bezig is. Hierbij investeren burgers in zonnepanelen op het dak bij een boer. De burger krijgt vervolgens energie tegen een goedkoper tarief.'

Klaassens ziet ook varianten op crowdfunding, zoals een abonnementensysteem. Een klant betaalt jaarlijks een vast bedrag aan een melkveebedrijf en krijgt daar een aantal keer een zuivelpakket voor terug. 'Je creëert als ondernemer een nieuwe financieringsbron en het zorgt voor een directe dialoog met je afnemer. Als de klant een goed gevoel

heeft bij je product, blijft hij zich aan je binden. De "crowd" geeft je een "license to produce".'

Klaassens verwacht dat de komende jaren meer gebruikgemaakt gaat worden van nieuwe financieringsvormen. 'Jongeren denken anders na over financiering. Grondgebruik bijvoorbeeld vinden zij soms belangrijker dan grondbezit. En ook accountants en adviseurs zien steeds meer de mogelijkheden van deze financieringsvormen. Bovendien merken we dat jonge ondernemers echt bereid zijn om de dialoog met de consument aan te gaan. Dat is het belangrijkste voor het succes van crowdfunding.'

meenschappelijk belang is tussen de ondernemer en degene die het geld in zijn project investeert. 'Een donateur investeert alleen in iets waar hij een goed gevoel bij heeft of iets waar hij zelf gebruik van wil maken', vertelt Arthur van der Graaf, managing director bij Seeds. Seeds is onderdeel van Dialogues Incubator, de innovatiedochter van ABN Amro, en heeft zich gespecialiseerd in het onderzoeken van de kansen van crowdfunding. Van der Graaf: 'Het bijzondere aan crowdfunding

is dat het financieel rendement van een dergelijke investering in dit geval vaak een ondergeschikte rol speelt. Een donateur kan bijvoorbeeld geld steken in een kaasmakerij waarvan hij straks zelf het eindproduct wil kopen, omdat hij het gevoel heeft dat hij dan een eerlijker, duurzamer of gezonder product koopt.' In die zin acht Van der Graaf crowdfunding kansrijk voor de melkveehouderij. 'Je ziet bij mensen meer behoefte aan regionaal geproduceerd voedsel.'

Van der Graaf ziet nu voornamelijk nog kleinschalige projecten gefinancierd worden via crowdfunding. 'Momenteel zijn projecten tot 150.000 euro haalbaar, maar inmiddels worden ook miljoenenprojecten met crowdfunding gerealiseerd.'

Goed verhaal bepaalt succes

Door het succes van crowdfundingwebsites zijn ook banken steeds meer geïnteresseerd in crowdfunding. Van der Graaf: 'Van oudsher is het altijd de bank geweest die geld aantrekt en weer uitzet. Maar ook in "de massa", dus de consument, zit geld dat men bereid is om te investeren. Bank en consument kunnen een grote rol spelen in het bij elkaar brengen van partijen.'

Wie verwacht dat het online plaatsen van een project voldoende is om het geld binnen te laten rollen, heeft het mis. Maarten de Jong: 'De "crowd" moet in je geloven en dat betekent dat je je verhaal heel goed moet brengen.' Dat geloof in de onderneming ondervond Jacob Beeker aan den lijve. 'Zeker in het begin kost het moeite om mensen over de streep te halen', vertelt hij. 'Ik verstuur maandelijks een nieuwsbrief aan ongeveer 500 personen en via Facebook en Twitter laat ik het weten als ik er weer nieuwe crowdfunders bij heb. Je moet laten blijken dat je de investering van je crowdfunders waardeert.'

'De boer moet niet alleen de drijfveer hebben om het geld binnen te halen, maar daarna ook zijn best blijven doen om zijn ideaal te behouden. Anders haken investeerders snel af', weet Van der Graaf. 'Zijn ondernemers in staat om hun investeerders blijvend aan zich te binden, dan gaat crowdfunding voor fundamentele veranderingen zorgen in het financieren van projecten.'

