

White paper Crowdfunding in de horeca



Mark Tamsma

Horeca-advies.nl

Inhoud

Deel 1.....	3
Deel 2.....	5
Deel 3.....	7
Deel 4.....	9
Deel 5.....	11
Deel 6.....	13
Contactgegevens.....	15

Deel 1

In de horeca wint crowdfunding sterk aan populariteit. Maar wat is het en wat kunt u ermee? In zes artikelen legt Mark Tamsma van Horeca-advies.nl alles uit. Het eerste deel geeft een introductie.

Wat is crowdfunding? Zoals het woord al omschrijft 'funding' via de 'crowd'. Vrij vertaald; kapitaal verkrijgen via de menigte. Men denkt weleens dat de crowd alleen particuliere investeerders betreft, maar dit kunnen ook zakelijke partijen zijn.

Onbewust al jaren oud

Crowdfunding is niet nieuw. Onbewust wordt crowdfunding al jaren toegepast. Te denken valt aan de sportvereniging die via leden geld ophaalt om een nieuw kunstgrasveld te kunnen ontwikkelen, waarbij leden een of meerdere vierkante meters kunstgras kunnen sponsoren. Andere bekende crowdfunding-initiatieven die al enige tijd bestaan zijn Sellaband.com (artiesten), Tenpages.com (auteurs). De meest bekende moderne vormen zijn constructies waarbij de crowd leningen verstrekt aan een onderneming of de mogelijkheid krijgt om aandelen in een bedrijf te kopen.

In opkomst

Crowdfunding is 'hot'. Volgens onderzoek is er over 2012 in Nederland circa 14 miljoen euro via 'bekende' crowdfunding-initiatieven gefinancierd. In 2011 was dit nog 2,5 miljoen euro. Wat er op informele wijze via de crowd aan kapitaal wordt gefinancierd, is niet bekend. De snelle groei van crowdfunding op nationaal niveau is vooral te 'danken' aan de terugtrekkende beweging van de bancaire sector en brouwerijen. Waar een horeca-ondernemer voorheen nog beroep kon doen op de bovengenoemde gebruikelijke financiers van werk- en/of startkapitaal moeten ze nu opzoek naar alternatieven om aan de gewenste en noodzakelijke liquiditeiten te komen.

Individualisering

Daarnaast vormt de consumententrend 'individualisering' en de extreem lage spaarrente een belangrijk motor voor de snelle groei van crowdfunding. Consumenten willen meer en meer betrokken raken bij een (horeca)-onderneming, 'het gevoel hebben' dat ze onderdeel zijn van een horecabedrijf. Dat is een gevolg van de consumententrend 'individualisering'. De lage rentevergoeding op spaarrekeningen (veelal lager dan de gemiddelde inflatie) motiveert consumenten (maar ook zakelijke investeerders) opzoek te gaan naar alternatieven voor de lage spaarrente. De rendementen die bedrijven bieden liggen veelal hoger dan de gemiddelde opbrengst van een spaarrekening.

Van start

Ondanks de sterke groei van crowdfunding via georganiseerde platforms, staat

crowdfunding in de horeca nog in de kinderschoenen. Zeker als het gaat om vormen waarbij risicodragend kapitaal wordt gevraagd en verstrekt. Dat is eigenlijk verwonderlijk. De horeca is tenslotte bij uitstek een sector die moeizaam via de reguliere wegen gefinancierd wordt, momenteel sterke behoefte heeft aan liquiditeiten en ook in de publieke belangstelling staat.

Branche is 'trending'

Horeca is net als crowdfunding 'hot', met dank aan de talrijke succesvolle televisieprogramma's. De horeca staat dichterbij een potentieel investeerder dan bijvoorbeeld een bouwonderneming. In de top-20 van meest succesvolle crowdfunding-projecten over 2012 staat een horecabedrijf dat in twee weken tijd 125.000 euro uit de markt haalde voor de start van een nieuwe vestiging. Onderzoek leert dat de gemiddelde horecaondernemer onvoldoende bekend is met dit nieuwe fenomeen en daarnaast zijn horecaondernemers huiverig voor het openbaar verstrekken van gegevens over de onderneming.

Crowdfunding kan een prima alternatief vormen voor het aantrekken van (extra) kapitaal.

Deel 2

Crowdfunding vormt een alternatief in tijden waarin traditionele kapitaalverstrekkers vaker 'nee' verkopen. Hoofddoel is in beide gevallen kapitaalsverschaffing, maar de weg naar realisatie verschilt sterk.

Bank

Als u bij een bank een financiering aanvraagt, dan wordt deze als eerste beoordeeld op de basisvoorwaarden. De hoogte van de eigen inbreng (veelal 30% tot 40% van de totale financieringsbehoefte) en de dekkingsgraad. Bij dit laatste wordt bepaald in hoeverre het te financieren bedrag afgedekt kan worden met de waarde van bezittingen bij executieverkoop. In dit geval vraagt de bank om bijvoorbeeld verpanding van uw inventaris en/of een hypothecaire inschrijving op een eventuele beschikbare koopwoning.

Waslijst

Als u niet meer aan uw verplichtingen kan voldoen, dan gaat uw bezittingen in de verkoop. De opbrengst is dan voor de bank. Ook een 'positieve' registratie (dus negatief voor u) bij het BKR in Tiel kan aanleiding zijn om het krediet niet te verstrekken. En daarnaast laat de bank u persoonlijk garant staan (ook in geval van een bv). Kortom: een hele waslijst van eisen. De aanvraag wordt beoordeeld door een accountmanager en in een latere fase ook door een fiatteur.

Leveranciers

Bij financieringsaanvragen via groothandels/fabrikanten wordt de nadruk vooral gelegd op het beoogde afnamevolume in combinatie met te verstrekken zekerheden. De inbreng van eigen middelen speelt een minder prominente rol. U betaalt rente over het te financieren bedrag, en u krijgt veelal te maken met afnamevoorwaarden, met hogere inkooprijzen als gevolg. De aanvragen worden beoordeeld door een accountmanager en veelal ook door een daartoe aangewezen financiële afdeling.

Crowdfunding

De ervaring leert dat crowdfunding-platforms wezenlijk andere eisen hanteren ten opzichte van bovengenoemde kapitaalverschaffers. Zij beoordelen de aanvraag primair vanuit een kasstroomperspectief. Ofwel in hoeverre is de aanvrager in staat om aan de toekomstige financieringsverplichtingen te kunnen voldoen. Met realistische prognoses moet de aanvrager dit aan kunnen tonen. Als dit er positief uitziet, dan maakt de aanvrager een reële kans. Een persoonlijke garantstelling te staan is eveneens meer regel dan uitzondering. Een registratie bij het BKR wordt op zijn merites beoordeeld. Verpanding van bezittingen vindt zelden plaats en ook de hoogte van de inbreng van eigen middelen speelt veelal een ondergeschikte rol. De aanvragen worden beoordeeld door de organisatoren van het platform, maar last but not least door de crowd. Dit laatste is een wezenlijk verschil ten opzichte van de traditionele geldverschaffers.

De markt bepaalt

Bij crowdfunding wordt uw aanvraag in sterke mate door de markt beoordeeld. Dat maakt het juist interessant. Indien er geen animo is voor de aanvraag, dan zou dit een waardevol signaal kunnen zijn.

Deel 3

Crowdfunden kan via een georganiseerd platform, maar u kunt het ook zelf organiseren. Wat zijn op hoofdlijnen de voor- en nadelen van deze beide varianten? In het derde artikel in de reeks zetten we dit uiteen.

Administratieve rompslomp

Indien u zelf een crowdfunding-traject via obligaties gaat opstarten, dan komt daar nogal wat bij kijken. Zeker op administratief-/juridisch vlak.

Leningovereenkomsten dienen professioneel te zijn opgesteld en te voldoen aan de eisen die de wet stelt. Bij organisatie in eigen beheer doet u er derhalve goed aan om u te laten bijstaan door juridisch experts en/of uw accountant. De kosten voor deze ondersteuning kunnen best in de papieren lopen. Daarnaast vergt de naleving van de financieringsverplichtingen een nauwkeurige administratieve organisatie. Bij één of een paar investeerders valt dit nog mee, maar wat dacht u van enkele tientallen die verschillende bedragen investeren?

Als u het zelf organiseert dat bespaart u daarentegen op de 'bemiddelingsfee' die u via een platform veelal moet afdragen. Indien u crowdfunding via een georganiseerd platform laat verlopen, dan wordt over het algemeen de hele administratieve 'afhandeling' uit handen genomen. De organisator incasseert/int het geld van de investeerders, stelt de overeenkomsten op en zorgt voor de periodieke betalingen van de aflossings- en renteverplichtingen aan de financiers, nadat deze bij de ondernemer geïncasseerd zijn.

Werk aan uw netwerk

Des te groter het netwerk des te groter de kans op een snelle en succesvolle crowdfunding-actie. Niet elke horeca-ondernemer beschikt over een direct aanspreekbaar groot netwerk. Tip: stimuleer uw gasten om een e-mailadres achter te laten bij een bezoek en/of reservering. U creëert hiermee relatief snel een groot netwerk, hetgeen u bijvoorbeeld kunt benutten bij de start van crowdfunding.

The bigger the better..!?

Crowdfunding-platforms beschikken meestal over een groot netwerk en de meer bekende platforms hebben ook relatief veel traffic op hun website. Een aanvraag zal daarmee sneller in beeld kunnen komen bij de beoogde geldverschaffers. De andere kant van de medaille zit hem in een te grote populariteit. Platforms met veel bezoekers, plaatsen meestal ook meerdere aanvragen tegelijkertijd.

Investeerders hebben dan meer keuze. In de praktijk wordt veelal voor een tussenvorm gekozen, waarbij zowel de horeca-ondernemer als het platform zelf hun netwerken informeren.

Vertrouwen en gunnen

Het succes van crowdfunding draait in sterke mate op het vertrouwen dat de

aanvrager wekt bij de potentiële investeerder en de hoogte van de gunfactor die de ondernemer krijgt. Het feit dat een derde partij (het platform) kritisch meekijkt bij de aanvraag en gedegen overeenkomsten beschikbaar heeft/stelt, draagt in positieve zin bij aan het benodigde vertrouwen. De hoge gunfactor is weer sneller te realiseren in het eigen netwerk van de ondernemer. Een hogere gunfactor kan bijdragen aan een lagere 'vergoeding' voor de verstrekte financiering.

Deel 4

Om succesvol te kunnen zijn met crowdfunding is het van belang dat de horecaondernemer zich op de juiste manier presenteert. Niet elke ondernemer is immers een geboren verkoper.

Er zijn enkele basisprincipes die de kans op een succesvol crowdfunding-traject kunnen vergroten. Wij zetten de belangrijkste voor u op een rij.

Een reële beloning

De beloning voor de investeerder dient aantrekkelijk te zijn. Investeerders, hoe groot of klein ze ook zijn, lopen risico. De beloning dient in verhouding te staan tot het risico dat een investeerder loopt. Een rentepercentage van bijvoorbeeld 4% ligt te dicht op het rendement op een 'risicoloze' investering. Maar ook een te hoge beloning is niet raadzaam. Een ondernemer die een rendement van 20% biedt of kan bieden, kan argwaan wekken. Momenteel is een rentevergoeding van circa 8% tot 10% marktconform.

Breng de kapitaalsbehoefte positief

De ervaring leert dat aanvragen die hoofdzakelijk vanuit een negatieve invalshoek worden ingestoken, minder succesvol zijn. Vermijd zaken als 'doordat consumenten niets meer uitgeven zitten we nu met de gebakken peren'. Of 'de bank heeft het krediet ingetrokken'. Natuurlijk kan de aanvrager (indien relevant) refereren naar de bancaire terughoudendheid, maar beperk dit. Leg de focus op het prachtige idee, de wens om verder te kunnen groeien et cetera. Voorbeeld: 'wij vragen een financiering aan, omdat wij ons restaurant willen verbouwen om zo nog meer in te kunnen spelen om de wensen en behoeften van onze gasten'.

To the point

Vermijd complexe termen en uitgebreide toelichtingen op uw aanvraag. Zorg voor korte en bondige zinnen, en toegankelijk taalgebruik. Voor investeerders (de grotere) die meer informatie wensen kan op verzoek een informatiepakket worden toegezonden. De ervaring leert dat te veel informatie de aandacht negatief beïnvloed.

Tastbaar

Als u geld nodig heeft voor een investering, maak dit dan zoveel mogelijk tastbaar. Combineer uw tekstuele uitleg/omschrijving van uw investeringsbehoefte met beeldmateriaal. Te denken valt aan een impressie van het beoogde nieuwe interieur. Ditzelfde geldt voor de toelichting op uw onderneming. Plaats (indien mogelijk) een aantrekkelijk filmpje.

Transparantie

Zorg ervoor dat de potentiële investeerder het gevoel heeft dat u geen aspecten of wezenlijke informatie achterhoudt. Dit betekent overigens niet dat u elk aspect moet benoemen en continu in detail moet treden. Zorg voor een gezonde balans.

Actieve benadering

Zorg voor een snelle bekendheid van uw aanvraag. Verspreid (positieve) berichten over de aanvraag via social media, informeer uw gasten, netwerk, leveranciers, enzovoorts.

Deel 5

Indien u overweegt om crowdfunding in te zetten voor het aantrekken van kapitaal, dan dient u uiteraard ook aan uw verplichtingen te kunnen voldoen. Hoe kunt u zelf berekenen wat een dergelijke actie u kost?

Rekenvoorbeeld

Stel u wilt 50.000 euro aantrekken via crowdfunding. U kiest voor een vorm waarbij de investeerders u een lening verstrekken tegen een rente van 8% met een looptijd van 5 jaar. De rente wordt uitgekeerd over het gemiddelde saldo achteraf en u lost ook af aan het einde van het jaar.

De lening

De jaarlijkse aflossing bedraagt 10.000 per jaar (50.000 euro/5 jaar). Uw financieringsverplichtingen zien er dan als volgt uit:

	Jaar 1	Jaar 2	Jaar 3	Jaar 4	Jaar 5
Begin saldo lening (1 januari)	€ 50.000	€ 40.000	€ 30.000	€ 20.000	€ 10.000
Aflossing lening (31 december)	€ 10.000	€ 10.000	€ 10.000	€ 10.000	€ 10.000
Gemiddeld uitstaand saldo	€ 50.000	€ 40.000	€ 30.000	€ 20.000	€ 10.000
Rente (8%)	€ 4.000	€ 3.200	€ 2.400	€ 1.600	€ 800
Totaal rente en aflossing	€ 14.000	€ 13.200	€ 12.400	€ 11.600	€ 10.800

Let op: omdat u op jaarbasis aflost dient u aan het einde van het jaar voldoende kapitaal te hebben opgebouwd om aan uw aflossings- en renteverplichtingen te kunnen voldoen. *Tip:* zet maandelijks een bedrag opzij zodat u aan het einde van het jaar niet voor verrassingen komt te staan. Doe dit op een spaarrekening zodat u nog een deel van de te betalen rente gecompenseerd krijgt.

Controleren

Bij georganiseerde platforms wordt het totale leningbedrag inclusief de rente veelal omgezet in een maandelijks 'annuïteit'. Deze annuïteit bestaat uit een rente -en aflossingscomponent. Dit zijn ingewikkelde berekeningen. *Tip:* laat uw financieel adviseur deze annuïteit controleren.

'Secundaire voorwaarden'

Naast de lening wilt u graag uw investeerders een extraatje bieden om ze te stimuleren ook uw zaak te bezoeken (extra omzet...). U biedt investeerders jaarlijkse een éénmalige 25% korting op de rekening. Als u honderd investeerders heeft gevonden die jaarlijks gebruik maken van deze aanbieding, en die dan een gemiddelde rekening van €100 hebben, dan kunt u deze kosten ook in beeld brengen.

Berekening voor kortingsactie	Jaar 1	Jaar 2	Jaar 3	Jaar 4	Jaar 5
Gemiddelde rekening incl. BTW	€ 100	€ 100	€ 100	€ 100	€ 100
Rekening excl. BTW (gem. BTW tarief 10%)	€ 91	€ 91	€ 91	€ 91	€ 91
Kostprijs rekening (30%)	€ 27	€ 27	€ 27	€ 27	€ 27
Normale brutowinst per bezoek	€ 64	€ 64	€ 64	€ 64	€ 64
Berekening na kortingsactie	Jaar 1	Jaar 2	Jaar 3	Jaar 4	Jaar 5
Gemiddelde rekening incl. BTW	€ 100	€ 100	€ 100	€ 100	€ 100
Korting (25%)	€ 25	€ 25	€ 25	€ 25	€ 25
Rekening na korting incl. BTW	€ 75	€ 75	€ 75	€ 75	€ 75
Rekening excl. BTW (gem. BTW tarief 10%)	€ 68	€ 68	€ 68	€ 68	€ 68
Kostprijs rekening (30%)	€ 27	€ 27	€ 27	€ 27	€ 27
Brutowinst per bezoek na kortingsactie	€ 41	€ 41	€ 41	€ 41	€ 41
Verschil brutowinst per bezoek	€ 23	€ 23	€ 23	€ 23	€ 23

Het verschil in brutowinst per bezoek bedraagt €23. Op jaarbasis bij 100 investeerders is dat dus gemiddeld €2.300 per jaar. Indien u investeerders heeft gevonden die normaliter niet uw horecabedrijf bezoeken, dan levert dit bezoek uiteraard extra brutowinst op. Stel dat alle 100 investeerders onbekend zijn met uw bedrijf maar wel gebruik maken van de kortingsactie, dan is er sprake van een extra gerealiseerde brutowinst van €4.100 per jaar ($€41 \times 100$)!

Deel 6

Sommige horecaondernemers die crowdfunding willen inzetten bieden rente, deels of volledig, in natura. Hoe vertaalt een naturabeloning zich in de praktijk en levert dat iets extra's?

Voorbeeld

Een ondernemer wil 50.000 euro aantrekken via crowdfunding met een looptijd van 5 jaar en geeft hiervoor 100 leningcertificaten uit met een waarde van 500 euro per certificaat. De ondernemer overweegt een contante rente van 8% (in geld) of een rente in natura (kadobon met een waarde van 15% over het geleende bedrag). In onderstaande tabel wordt het effect van de contante rente inzichtelijk gemaakt.

Renteverplichtingen regulier

	Jaar 1	Jaar 2	Jaar 3	Jaar 4	Jaar 5
Begin saldo lening (1 januari)	€ 500	€ 400	€ 300	€ 200	€ 100
Aflossing lening (31 december)	€ 100	€ 100	€ 100	€ 100	€ 100
Gemiddeld uitstaand saldo	€ 500	€ 400	€ 300	€ 200	€ 100
Rente (8%)	€ 40	€ 32	€ 24	€ 16	€ 8

Een investeerder die 1 certificaat 'koopt' ontvangt over de gehele looptijd een totale rente van €120.

Indien de ondernemer besluit om de investeerder 15% in natura te betalen door middel van een kadobon dan ontvangt de investeerder elk jaar een kadobon van €75. Een prachtig rendement over de totale looptijd. Namelijk vijf maal €75 is €375. Op een investering van €500 totaal 75% rendement over de looptijd van 5 jaar. Ook is deze beloning €255 meer dan via de 'contante' optie (€375 min €120). Deze optie is voor zowel de ondernemer als de investeerder interessant. In onderstaande tabel wordt dit inzichtelijk gemaakt.

	Jaar 1	Jaar 2	Jaar 3	Jaar 4	Jaar 5
Waarde certificaat	€ 500	€ 500	€ 500	€ 500	€ 500
Waarde kadobon (15%)	€ 75	€ 75	€ 75	€ 75	€ 75
Netto waarde kadobon (gem. BTW tarief 10%)	€ 68	€ 68	€ 68	€ 68	€ 68
Gemiddelde inkoopwaarde v/d omzet	30%	30%	30%	30%	30%
Gemiddelde kostprijs per bon	€ 20,45	€ 20,45	€ 20,45	€ 20,45	€ 20,45

De gemiddelde inkoopwaarde van de omzet bedraagt voor de horeca-ondernemer 30%. Een kadobon met een brutowaarde van €75 heeft een netto omzetwaarde van €68 (bij een BTW-tarief van gemiddeld 10%). De kostprijs komt daarmee op €20,45 per uitgegeven kadobon. Over een periode van 5 jaar heeft de horeca-ondernemer afgerond €102 aan rente in natura betaald. Dat is toch €8 minder en bij 100 certificaten scheelt dat €800 over de gehele looptijd.

Een rente in natura over het verstrekte leningbedrag kan voor zowel de investeerder als de horecaondernemer interessant zijn.

Contactgegevens

Deze white paper is geschreven door Mark Tamsma, eigenaar van Horeca-advies.nl.

(079) 368 07 80

Copyright

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden veeelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of op enig andere wijze, in elke vorm, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

De informatie in deze uitgave is met zorg samengesteld. Redactie en uitgever kunnen niet verantwoordelijk gehouden worden voor onverhoopte fouten of onjuistheden, noch voor onvolledigheid van de informatie. Zij aanvaarden geen aansprakelijkheid voor eventuele gevolgen. Indien u foto's of ander beeldmateriaal en teksten ten behoeve van publicatie naar ons toestuurt, verklaart u daarmee dat het ons vrijstaat zonder enige beperking tot publicatie daarvan over te gaan en dat er geen rechten van derden zijn die zich daartegen verzetten. In voorkomend geval zult u Uitgeverij PS: bv vrijwaren van alle aanspraken van derden.