

fundwise

Kampaania käsiraamat

Sinu juhend eduka osaluspõhise
ühisrahastuskampaania läbiviimiseks

Mida leiad kampaania käsiraamatust?

Käesolev juhend on kui abimees sinu osaluspõhise ühisrahastuskampaania korraldamiseks. Järgnevatelt lehekülgedelt leiad meie nõuandeid, soovitusi ning näiteid eelnevatest kampaaniatest projekti edukaks läbiviimiseks.

SISUKORD

Enne kampaania loomist	3
Kampaania loomine	4
Viimased lihvid	12
Turundus	13
Tegevused kampaania jooksul	14
Kampaania lõpus	15
Lisainformatsioon	16
Kontakt	17



ENNE KAMPAANIA LOOMIST

Ühisrahastus on hea viis ettevõtte arengu kiirendamiseks, kuid enne kaalu, kas osaluspõhine ühisrahastus sobib just sinu ettevõtte profiiliga ning kas oled hetkel õiges staadiumis, et seda läbi viia.

Allolevad punktid aitavad sul otsustada, kas osaluspõhine ühisrahastus on sinu ettevõttele parim variant.

- Vajad investeeringut ettevõtte pikaajaliseks arendamiseks ja jätkusuutlikkuse kasvatamiseks
- Sinu ettevõtte on Eestis registreeritud osaühing (OÜ) või aktsiaselts (AS).
Juhul, kui ettevõtja on registreeritud väljaspool Eestit, on võimalik raha kaasata ka Eestis registreeritud eriotstarbelise ühingu kaudu – täpsema informatsiooni jaoks võta meiega ühendust.
- Vajad rahastust vähemalt 30 000 eurot või rohkem, kuid mitte üle 2,5 miljoni euro.
- Saad ja oled valmis pakkuma toetajatele osalust oma ettevõttes. Investorist saab osa firma eduloost ning ta teenib kasumit investeeringute pealt. Temast saab sinu ettevõtte väikeosanikust kaasomanik, kes osaleb edaspidi üldkoosolekutel ja sul on kohustus teda asjade käigust informeerida.

Kui need tingimused ühtisid sinu eesmärkidega, siis järgmistel lehekülgedelt leiad rohkem informatsiooni ja nõuandeid ühisrahastuskampaania korraldamiseks.

Kui mõni punkt millegi pärast ei kattunud sinu soovidega, siis tuleb sellega tegeleda. Võid meiega konsulteerida, ehk leiame lahenduse koos.



Peenjoogivabrik Nudisti tiim

Pilt: Peenjoogivabriku Nudisti erakogu

KAMPAANIA LOOMINE

Kirjuta meile oma ettevõttest ja raha kaasamise soovist aadressil info@fundwise.me ja räägime koostöövõimalustest kuidas saame sinu ettevõtte edule kaasa aidata. Kampaaniat saad hakata looma läbi [taotluse saatmise](#). Saadame lingi kampaania koostamiseks, kui oleme taotluse heaks kiitnud.

Tutvu samal ajal ka **tingimustega kampaania loomiseks:**

- Ettevõtte põhikiri sätestab elektroonilise hääletamise võimaluse osanikule või aktsionärile ja võimaluse suurendada aktsia-/osakapitali läbi ülekursi. Soovitame kehtestada põhikirjas ka osa või aktsia pantimise keelu ja mitterahalise sissemakse võimaluse.

Jälgi, et põhikirjas mainitud kapitali suurused vastaksid nominaalkapitalile enne/pärast kampaaniat. Juhul kui pärast kampaania lõppu on osa-/aktsiakapitali nimiväärtus suurem kui põhikirjas lubatud maksimaalne osa-/aktsiakapitali nimiväärtus, on vajalik muuta põhikirja.

Põhikirja tehtud muudatused peavad olema registreeritud enne kampaania algust.

Sõltudes valitud omanike registreerimise viisist võivad lisanduda ka teised vajalikud põhikirja punktid. Informeerime neist enne kampaania algust.

- Ettevõtte osa- või aktsiakapital on kogumalus sisse makstud.

- Kui otsustad registreerida uute investorite osad/aktsiad [Eesti Väärtpaberikeskuses \(EVK\)](#), kõigil olemasolevatel omanikel peavad olema avatud väärtpaberikontod olemasolevate osade/aktsiate registreerimiseks.

Olemasolevad osad peavad olema registreeritud EVKs hiljemalt uute investorite registreerimise hetkeks.

- Juhul kui otsustad registreerida uute investorite osad/ aktsiad [Igniumis](#), tuleb väärtpaberite emitent ja olemasolevad omanikud registreerida Igniumi süsteemi. Väärtpaberikonto olemasolu pole vajalik. Loe põhjalikumalt Igniumist meie [blogipostitusest](#).

Investorite registreerimiseks nii Igniumi kui Nasdaq annab Fundwise investorite nimekirja peale kampaaniat.

- Oled nõus avama pangas eritingimustega konto kampaania ajaks ja otstarbeks eritingimustega konto lepingus sätestatud tingimustel. Investoritelt kogutav raha seisab kuni kampaania lõpuni kinni sinu ettevõtte nimel oleval erikontol. Eriliseks teeb selle konto see, et raha ei saa enne kampaania lõppu keegi kasutada. Fundwise'il on õigus raha kanda investoritele tagasi, kui kampaania ei ole edukas või eduka kampaania korral sinu ettevõttele edasi.

Kui oleme koostöös kokku leppinud, saad alustada kampaania loomisega Fundwise'i platvormil!

Kohustuslikud kampaania osad

Enamus kampaania materjalidest on täitmiseks kohustuslikud ning ilma nendeta ei saa me kampaaniat avaldada.

Kampaania pealkiri võiks olla sinu ettevõtte nimi ning **sloganiks** kutsuv lööklause, millesse koondatud ettevõtte või kampaania sisuks oleva toote või teenuse olemus.

Tutvustuses esita enda ettevõtet ja kampaaniat kirglikult ja kaasatõmbavalt, kuid samas jää realistlikuks ja usaldusväärseks.

Platvormil oleva teksti struktuur on sarnane äriplaani struktuuriga, kuid platvormi tekst peab olema lakoonilisem võrreldes äriplaaniga. See tekst on ainus info, mis otsimootoritele ja anonüümsetele külalistele kuvatakse, seepärast veendu, et see esitab selgelt ja atraktiivselt kampaania sisu.

Soovitame täiendada kampaaniateksti ka piltidega. Iga alapeatüki alla saab lisada ühe pildi

Mõtle sellele, mis võiks potentsiaalseid investoreid huvitada ja too esile see, miks peaksid nad just sinu ettevõttesse investeerima.

Mitmekeelsusest

Fundwise on kasutatav eesti ja inglise keelsena. Vastava valiku saab veebiküllastaja teha lehe päisest.

Kampaania sisestamisel on osade vormide ees keele valik, mis määrab sisestatava materjali keele. Nii saab täita kampaania nii eesti kui inglise keelset pealkirja, sloganit, video linki kui ka tutvustavaid tekste. Täites mõne välja ainult ühes keeles, kuvatakse seda välja veebi mõlemas keeleversioonis.

Soovitame esmalt luua kampaania ühes keeles ning alles siis alustada teise valitud keelde tõlkimist. Juhul kui pole soovi tõlkida kogu sisu, võib tõlkida ainult mõningaid osi või avaldada kampaania ainult ühes keeles. Näiteks eestikeelsele sihtrühmale suunatud kampaania puhul täita kogu materjal eestikeelsena, kuid lisada teiste riikide investoreid ja otsimootoreid arvestades ka ingliskeelse pealkirja ja lühitutvustuse.

KEELE SEADISTAMINE

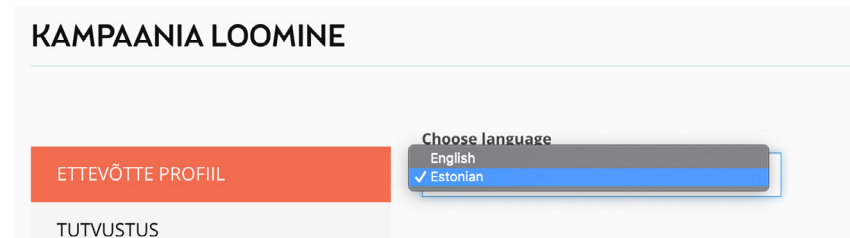
- 1 Eestikeelse kampaania sisestamiseks märgi kõigepealt lehekülje keeleks eesti keel. Valiku leiad paremalt nurgast.



- 2 Kampaania lehel klikka üleval vasakul nurgas "Muuda".



- 3 Ettevõtte profiili menüüst leiad valiku "Choose language" ning vali sealt eesti keel.



Kampaania sisu



LÜHITUTVUSTUS

Seda osa kasuta oma firma tegevusala kirjeldamiseks, probleemi püstitamiseks ning kampaania eesmärgi esitamiseks. Kindlasti too välja ka investorite väärtuspakkumine – millist kasu investorid võivad oodata. Vaata lühitutvustust kui kokkuvõtet kõikidest järgnevatest alapeatükkidest.



PROBLEEM JA LAHENDUS

Antud osa kujutab ühiskonnas ja/või turul esinevate probleemide välja toomist, mis kulmineerub oma ettevõtte pakutava lahendusega. Tugevda oma argumente tõstatatud probleemidele konkreetsete faktidega (nt statistika Eurostatist, Eesti Pangast jm). Samas, esita probleeme nii, et need kõnetaksid potentsiaalseid investoreid ja nende olulisus oleks lugejale tabatav.



TOOTE/TEENUSE KIRJELDUS

Milliseid tooteid või teenuseid sinu ettevõtte turul pakub ja kellele need suunatud on.



ÄRIMUDEL

Kirjelda, kuidas ettevõtte teenib või plaanib teenida raha. Koostööpartnerite olemasolul tuleb kindlasti kasuks nende välja toomine. Kirjelda ka oma toote või teenuse terviklikku väärtusahelat. Antud alapeatüki täitmisel võib abiks olla [Business Model Canvas](#) ehk ärimudeli lõuendi kondikavaks kasutamine.



TURG

Kui sinu ettevõttel on konkurente, siis see on ainult hea märk, st turul on nõudlus. Kindlasti nimeta oma konkurendid ja too välja enda konkurentsieelised. Võimalusel täpsusta, kui suur on ettevõtte praegune turuosa ja milline on turul laienemise plaan. Maini ka, kuidas plaanite eesmärki saavutada. Samuti lisa informatsiooni üldiste turutrendide kohta antud valdkonnas või kui plaanite laiendada teistele turgudele, siis turuosa prognoos. Jällegi tuleb kasuks esile tuua statistikat, viidates usaldusväärsetele allikatele.



SENISED SAAVUTUSED

Siinkohal too esile kõik oma brändi saavutused, mis on avaliku tähelepanu alla sattunud. Kajasta ka firmasiseseid märkimisväärseid saavutusi – nt tootmisproduktiivsuse arendus, innovaatilised kasutuselevõetud tehnoloogiad jm. Samas ära unusta – meeskond on kui ettevõtte nägu, mistõttu on see hea koht ka tiimiliikmete saavutuste esile toomiseks.



KUIDAS ME ERISTUME

Selles osas saad lähemalt kirjutada “Turg” alapeatükis välja toodud konkurentsieelistest. Oluline on säilitada lugeja tähelepanu, kuid samal ajal mitte liiga üleolevalt subjektiivseid arvamusi oma toote/teenuse kohta esitada.



RAHAKASUTUS JA AJAKAVA

Lühi- ja pikaajaline visioon – räägi sellest, mis on plaanis teha kaasatava rahaga ning samas kirjelda ka laiemat fookust. St mis on plaanis lühikeses, keskmises ja pikas plaanis. Samuti kirjelda, kuidas plaanite kasutada raha nii minimaalse kui ka maksimaalse summa kogumisel.



LUBADUSED INVESTORILE, KASUMI JAOTAMINE

Kirjelda seda, mis ootab investoreid ees lähi ja pikemas tulevikus ning kuidas saavad nad oma investeeringust kasu. Lubadusteks võivad olla kasumi jaotamine ja investeeringust väljumise võimalused nagu teatud käibe juures lubadus osalus tagasi osta, dividendi maksmine teatud kasumi saavutamisel, plaan teatud aja jooksul kaasata lisainvesteeringuid, ettevõtte ühinemise või üleostmise võimalus jms. Soovi korral on sul võimalus osanikevahelises lepingus kokku leppida ka näiteks osade tagasiostmine konkreetsel kuupäeval ja kokkulepitud tootlikkusega. Igal juhul, mida konkreetsemad on lubadused, seda atraktiivsem on kampaania investoritele.

Lisaks eeltoodule on suurepärane mõte pakkuda oma investoritele lisaboonuseid nagu näiteks vastavalt investeeringu suurusele võimalus omandada teie toode/teenus soodushinnaga, auhinnad, firmakingitused, VIP kliendi pakkumised jms. Siin pole fantaasial limiite, mõtle piiridest välja ja kujutle, mis võiks sinu investoreid huvitada ning millest nad rõõmu ja uhkust tunneksid.



RISKID JA MAANDAMINE

Riskide alapeatükis kirjuta nii firmaga seonduvatest potentsiaalsetest ohtudest (nt tooraine hinnatõus; vähene likviidsus) kui ka laiemast perspektiivist – nt konkurentide turule sisenemine. Oluline on ka välja tuua kuidas ettevõtte nende mõju leevendab.



MEESKOND

Meeskonda kirjeldades too välja kõikide tiimiliikmete tugevused, säravaimad saavutused ja taust (loogiline seos sinu ettevõtte valdkonnaga). Võid ka mainida püsivaid koostööpartnereid.

Lisa kindlasti ka fotod ja LinkedIn lingid, veebilehed jm lisainfo. Kui teil on väljapaistev *lead investor* (juht-investor) lisage kindlasti temagi oma meeskonna liikmeteks.

MEESKOND



Margus Potisepp
Kaasasutaja

Margus on pühendunud jätkusuutliku tuleviku edendaja. Keskkoolis lõi Margus õpilasfirma nimega Roheline Jälg, mis pakkus teenusena CO2 jalajälje neutraliseerimist läbi puude istutamise (ing k carbon offsetting). Taastuvenergeetika põhitõed omandas ta Šotimaal Edinburgi ülikoolis ning viimase 4 aasta vältel on olnud fookus päikeseenergial Eesti Energias töötades. Samuti aitab Margus kaasa elektriautode leviku edendamisele, olles üks Eleporti (www.eleport.ee) asutajatest.

[Vaata lisaks](#)

NÄIDE

Sunmilli meeskonna kirjeldus



Andrus Raudsepp
Kaasasutaja

Andruse kirk on teenusedisaini. Viimased paar aastat disainis ta Londonis kogukondlikke elamuid ning enne seda õppis Oxfordis politoloogiat ja majandusteadust. Eestis on ta andnud panuse Ülemiste City ja Tallinna Lennujaama arengusse ning propageerib keskkonnateadlikku poliitikaloomet.

[Vaata lisaks](#)



VIDEO

Video puhul suhtu sellesse kui *elevator pitch* (lühiesitlusse), milles annad maksimum 3 minutiga kaasahaaraval ja usaldusväärsel viisil edasi info.

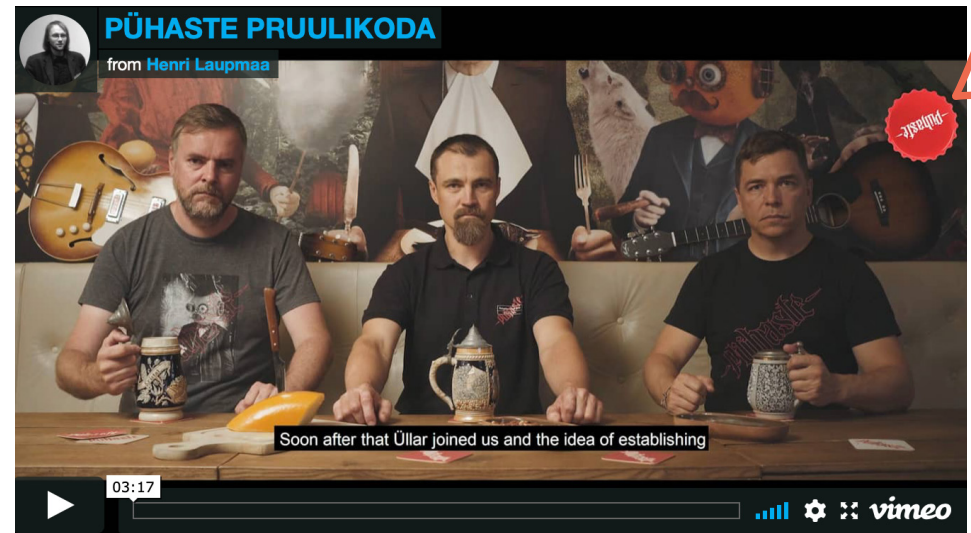
- mis ettevõttega on tegemist, mida see pakub ja mille poolest on see eriline;
- kes on sinu ettevõtte kliendid ja mis on sinu äriplaani;
- reeglina inimesed investeerivad inimestesse ja meeskond on investeerimisotsuse tegemisel Top 3 kriteeriumi hulgas. Seepärast näita videos enda ettevõttega seotud võtmeisikuid ja tutvusta meeskonda, see on usaldusväärse loomisel oluline. Parim, kui teie meeskond või vähemasti teie peamine kõneisik videos ka sõna võtab;
- tutvusta investoritele, milleks kasutate kampaania käigus kogutavat raha ja mis saab edasi ehk millised on ettevõtte järgmised sammud, tutvusta kindlasti ettevõtte suurt plaani, visiooni ja äri skaleeritavust;
- kui video on tehtud ainult ühes keeles, siis lisa juurde ka teises keeles subtiitrid, et suurendada kampaania sõnumi jõudmist suuremale hulgale;
- ole loominguiline ja kasuta eelneva näitlikustamiseks materjale, mis seda kõike aitaks paremini investoriteni tuua – näita oma toodet või teenust kasutuses; lisa klippe tootmisportsessist või -hoonest;
- kui kasutate videos muusikat, siis veendu, et oled tasunud vajalikud autoritasud.

Kui video on valmis, saada meile link ning laadime selle kampaanialehele ise üles. Nii tagame, et video on platvormil nähtav ka pärast kampaania lõppu.

Kui video tootmiseks sinu enda meeskonnal oskusi napib kasuta selleks professionaalide abi. Anna meile märku, kui saame sulle nende leidmisel abiks olla.

Professionaalselt toodetud kvaliteetsesse videosse tasub investeerida, eriti kui mõtled strateegiliselt ja kasutad seda edaspidi nutikalt ka ettevõtte turundusmaterjalina.

Täiesti tasuta on suurepärase võimalus õppida õnnestunud kampaaniate tegijatelt ning vaadata üle nende videod nii Fundwise'i platvormil kui ka mõnel suuremal rahvusvahelisel platvormil nt [FundedByMe](#), [Invesdor](#) jt.



Pühaste kampaaniavideo

Klikka videole, et näha, millise video Pühaste Pruulikoda valmistas

Dokumendid ja lepingud

LEPINGUD

Sisesta kampaania vormile osanike-/aktsionäride vaheline leping (digiallkirjastatuna) ja eeltäidetud liitumisleping, millega uus investor osanike-/aktsionäride vahelise lepinguga liitub.

Osanike-/aktsionäride vahelise lepinguga reguleeri osanike- või aktsionäride vaheline suhtlus, juhtimisprintsiibid ning osanike/aktsionäride õigused ja kohustused, et suudaksid efektiivselt pärast kampaaniat edasi toimetada. Kui otsustad kasutada meie poolt välja pakutud lepingute näidiseid, muganda neid nii, et need vastaksid sinu ettevõtte vajadustele. Lisaks sisesta küsitud andmed (märgitud värvilisega, võta märgistus maha) ja kustuta dokumendist Fundwise'i *disclaimer* ehk lahtiütlus.

Kui arvad, et potentsiaalsed investorid on valdavalt eesti keelt kõnelevad, siis piisab ainult eestikeelsest versioonist.

Meie näidised on vaid minimaalne võimalik regulatsioon ning seega soovitame lepingute ettevalmistamisel kasutada professionaalset õigusabi. Anna meile märku, kui saame sulle selle leidmisel abiks olla.

MUUD DOKUMENDID

Sisesta kampaania vormile äriplaan, rahavoogude prognoos vähemalt viie järgneva aasta kohta ning bilanss ja kasumiaruanne, mis ei ole vanem kui 1 kuu. Saadame vajadusel dokumentide põhjad.

Ettevõtte põhikirja, äriregistri väljavõtte ja viimased majandusaasta aruanded lisame kampaania vormile ise.

Pane tähele, et kõik dokumendid ja lepingud on kasutajatele nähtavad kampaania profiilil oleval "Dokumendid" vahelehel.

NÄIDE

Handies Solutions OÜ dokumentide ülevaade Fundwise'i lehel

KIRJELDUS	DOKUMENDID	SUHTLUS 48	INVESTORID 116
-----------	------------	-------------------------	-----------------------------

DOKUMENDID

- Äriplaan
- Rahavoogude prognoos
- Põhikirja
- Äriregistri väljavõtte
- Bilanss/balance sheet (31.08.2020)
- Kasumiaruanne/income statement (01.01.2020-31.08.2020)
- Majandusaasta aruanne/Annual report, 2018
- Majandusaasta aruanne/Annual report, 2019

LEPINGUD

- Osanikevaheline leping
- Liitumisleping

Enamik meie kliente on siiani korraldanud otseinvesteeringis-kampaaniaid: st investorid omandasid otseosaluse kampaaniat korraldanud firmades. See on kõige kiirem ja läbipaistvam osaluspõhise ühisrahastuse viis.

Kliendi soovi korral saame pakkuda kampaania tegemise läbi eriotstarbelise ühingu (ingl k *special purpose vehicle*). Selliste kampaaniate ettevalmistamine on ajamahukam, sest peab asutama eraldi ettevõtte, vormistama rohkem dokumente ja üheks nõudeks on ka juhtinvestori (ingl k *lead investor*) olemasolu.

Pakume ka konverteeritavatel laenudel põhinevate kampaaniate korraldamist. Täiendava info saamiseks võta meiega ühendust.

Finantsandmed

Kampaania vormil täidetavad finantsandmed on:

- Praegune osa- või aktsiakapital;
- Ettevõtte turuväärtus enne tehingut;
- Vähim pakutav osalus kokku kõigile investoritele. St kampaania põrand ehk vähim summa, mida vajad kampaania õnnestumiseks. Vähim osalus peab olema ühest küljest (finantsiliselt) saavutatav, aga teisest küljest peab võimaldama sinu ettevõttel teha olulist arengusammu. St ei ole soovitatav panna liiga madalat summat, mis ei too sisulisi muudatusi;
- Suurim pakutav osalus kokku kõigile investoritele. St kampaania lagi ehk suurim summa, mida saad kampaania käigus koguda;
- Väikseim pakutav osalus investori kohta ehk minimaalne summa, millega investeerida saab;
- Suurim pakutav osalus investori kohta ehk maksimaalne summa, millega investeerida saab. Tuleb arvestada Äriseadustiku paragrahvidega, mis sätestavad osanike ja aktsionäride õigusi. St firmaomanikud, kellel on suuremad osalused, võivad omada lisaõigusi;
- Investeeringu suuruse samm.

Ettevõtte väärtuse hindamine

Eelkõige oled sina see, kes saab otsustada oma ettevõtte väärtuse üle, kuid seejuures soovitame tutvuda erinevate hindamismeetoditega ning konsulteerida ka teiste ettevõtete ja ekspertidega.

Ettevõtte väärtust mõjutavad nii majanduslik olukord, turu-potentsiaal, meeskond kui ka konkurentide rohkus või vähesus, põhivara, lepingute kindlus ja tingimused jms.

Sinu potentsiaalseid investoreid huvitab sinu ettevõtte väärtus väga ja see on oluline aspekt investeerimisotsuse tegemisel.

Seepärast lisa kindlasti kampaania tutvustusse (näiteks alajaotusse Lubadused investorile ja/või Äriplaani) selgitus, kuidas määrasid ettevõtte praeguse väärtuse. Soovitame lugeda ka meie [blogi-postitust](#) antud teemal.

Pea meeles, et ettevõtte väärtus võiks olla võimalikult konservatiivne, et jääks rohkem võimalusi väärtuse kasvatamiseks järgmiste voorude jooksul.

Kui väärtust pole otstarbekas vähendada, saab osa-/aktsiakapitali tõsta kas omakapitali arvelt või läbi täiendava osa-/aktsiakapitali sissemakse.

Suurim pakutav summa kokku kõigile investoritele

Üle kampaaniale seatud maksimaalse summa koguda ei saa ning välja lubatud ettevõtte väärtus ja ettevõtte osaluse protsent ei muutu kampaania käigus. Seepärast soovitame oma raha kaasamise soovi väga põhjalikult läbi mõelda. Samuti arvesta kogutava summa arvestamisel ka Fundwise'i teenustasuga.

Minimaalne summa investori kohta

Soovitame hoida väikseima pakutava osaluse investori kohta ehk minimaalse summa, millega investeerida saab võimalikult madalal, sest sellega suurendad oluliselt kampaania edukuse võimalust.

Statistika Fundwise'i ühisrahastuskampaaniate põhjal näitab, et keskmine minimaalne investeering, mida kampaania autorid lubavad, jääb vahemikku 100-250 eurot.

Minimaalne summa investori kohta võib võrduda ühe või mitme 1-eur nimiväärtusega osa/aktsia turuväärtusega.

Lisamaterjalid

Lisaks eelmainitud kohustuslikele kampaania materjalidele on teretulnud ka lisamaterjalid, mis annavad sinu ettevõtte ja kampaania kohta rohkem infot ning lisavad atraktiivsust sinu tulevaste investorite jaoks.

Kaalu täiendavate asjakohaste dokumentide lisamist näiteks intellektuaalomandi kohta (domeenid, kaubamärgid, patendid, disainilahendused jne), kinnistusraamatu väljavõte jms.

MARMARA STERLING

Eesti suurim ehtebrand jätkab agressiivset laienemist Euroopas!
Viimase kuu kasv 25%

99 250 € (199%)

rahastatud 50 000 - 200 000 € eesmärgist

Pakkumisel **3,45 %** kuni **12,50 %** ettevõttest
250 € min investeering

NÄIDE

**Marmara Sterlingu
finantsandmed**

Investeeringu suurus

50 000 - 200 000 €

Pakutav osalus

3,45 % kuni 12,50 %

Pakutav osalus investori kohta

250 € kuni 37 500 €

Praegune osakapital

5600 €

Ettevõtte praegune väärtus

1 400 000 €

Osakapital peale kampaaniat

5 800 - 6 400 €

Ettevõtte väärtus peale kampaaniat

1 450 000 - 1 600 000 €

1 € nimiväärtusega osa maksumus

250 €

VIIMASED LIHVID

- Kutsu kokku osanike/aktsionäride koosolek ja võta vastu otsus suurendada osa- või aktsiakapitali Fundwise'i kampaania raames uutele võimalikele investoritele ning saada enne kampaania algust meile sellest digiallkirjastatud koopja. Anna meile teada, kui soovid meie poolt välja-pakutud otsuse vormi.
- Kui sa seda veel teinud pole, siis muuda ka põhikiri kampaaniatingimustele vastavaks (vt lk 4).
- Kui sa seda veel teinud pole, siis korralda kampaania ajaks eritingimustega konto avamine. NB! Küsi meie kampaania koordinaatorilt konto avamiseks vajalikku kontakti. Kui konto on loodud, sisesta selle IBAN kampaania vormil Ettevõtte profiilile.
- Kui otsustad, et tahad kasutada [Maksekeskuse](#) pangalinke, anna meile teada. Saadame avalduse lingi ja avalduse täitmise juhendi.

Kampaania ülevaatus ja avaldamine

Kui kampaania materjalid on lõplikud ja lihvitud, saada oma kampaania Fundwise'i meeskonnale üle vaatamiseks.

Vaatame sinu projekti üle ja anname esimesel võimalusel tagasisidet täienduste tegemiseks. Küsimuste puudumisel muudame sinu kampaania avaldamist võimaldavaks. Seejärel saad ise valida, millal täpselt kampaania avaldad.

Kampaania kestuseks on üldjuhul 1-2 kuud. Nimetatud perioodi sisse ei arvestata kampaania esialgse projekti tagasisidestamist. Kampaania lõpeb kampaania viimasel päeval kell 23:59, olenemata millisel kellaajal sa selle avaldasid.



Ampler Bikes'i väärtus on pärast 2015. aasta Fundwise'i kampaaniat kasvanud iga-aastaselt rohkem kui kahekordselt

Pilt: Ampler Bikes'i erakogu



Põhjalik turunduskava ja selle järjekindel täitmine on oluline eeltingimus investeringute edukaks kaasamiseks ning uute klientide ja partnerite leidmiseks - teisisõnu sinu ettevõtte arenguks.

Valmista oma tiimiga ette turundus ja kommunikatsioonitegevused – tee seda kindlasti enne kampaania algust, et olla valmis kampaania avalikustamise esimesest hetkest sellele tähelepanu tõmbama. Vaata oma raha kaasamise kampaaniat kui turunduskampaaniat oma ettevõtte maine kujundamiseks ja toodete/teenuste jõudmiseks laiemale avalikkuseni. Mõtle vajalikud turundustegevused läbi hoolikalt ja strateegiliselt ning määra tiimis nendeks tegevusteks vastutajad ja tähtajad ning valmistuge tiimiga seatud plaani täitma.

Ole loov ja julge. Kasuta kõikvõimalikke ja võimatuid kanaleid, et oma ettevõttele ja kampaaniale tähelepanu tõmmata. Räägi oma sõprade, tuttavate, fännide ja olemasolevate klientidega ning palu neil sõnumit edasi jagada (võimalusel võid motiveerimiseks neid premeerida enda teenuste/toodete sooduspakkumiste või kliendikaardiga - vt soovituseturundus jne), püüa meedia tähelepanu, kasuta nutikalt siseturunduse võimalusi jpm.

Võimenda omakorda Fundwise'i turundustegevusi jagades näiteks sotsiaalvõrgustikes meie postitusi. Hoiame sind jooksvalt kursis, kui saame oma tegevusi sinu ettevõtmistega ühildada ja jaga meiega infot, kui sul endal on hea otsene meediakontakt või muu suurepärase turundusväljund, mida saaksime üheskoos ära kasutada.



Elektrikardi ettevõtte Blue Shock Race korraldas kardisõidu võistluse ühisrahastuskampaania puhul

Pilt: W3

Praktika on näidanud, et kampaania esimestel päevadel kogutud summad annavad palju indikatsiooni võimaliku eduka läbimise kohta, mistõttu on eriti oluline tõmmata inimeste tähelepanu juba enne kampaania alustamist

Tutvu kindlasti meie [turunduskommunikatsiooni juhendiga](#) ning vajadusel saame saata ka turundusplaani kondikava.

TEGEVUSED KAMPAANIA JOOKSUL

- ! Jälgi, et turundusplaan oleks täies hoos – see on üks olulisemaid osasid eduka kampaania läbimiseks.
- ! Kampaania ajal hoia järjepidevalt silma peal oma kampaania juures oleval lehel **Suhtlus**.
See on keskkond, kus sinu potentsiaalsed investorid saavad küsimusi esitada ja arutelusid algatada. Ära lase neil vastuseid kaua oodata, ole aktiivne ja vasta esimesel võimalusel. Samuti jaga seal oma ettevõtte ja kampaaniaga seotud uudiseid, et hoida potentsiaalseid investoreid ja juba sinu kampaaniasse investeerinud inimesi teie ettevõtte tegemistega kursis.
- ! Samuti jälgi aktiivselt LHV finantsportaali foorumit ja Finantsvabaduse gruppi Facebookis - ka nendel lehekülgedel võib tekkida diskussioon sinu kampaania kohta.
- ! Arvestades, et kampaania elemendid on terviku osad, mille põhjal investorid teevad oma investeerimisotsuse, ei saa neid kampaania kestvuse ajal muuta.
- ! Kampaania autoril on õigus mis tahes investeeringu tagasi lükata ja investeeringu investorile tagastada (Vt [Kasutus-tingimused](#))

Kampaania on edukas, kui see on kogunud vähemalt sinu seatud miinimumsumma ehk vähima pakutava osaluse kokku kõigile investoritele. Kui investeeringuid koguneb üle miinimumsumma saab sinu kampaania täituvusprotsendiks rohkem kui 100%.

Kampaania käigus saavutatud summa ja täituvusprotsent kõigub kampaania käigus.

Suhtluse rubriik

KIRJELDUS	DOKUMENDID	SUHTLUS 6	INVESTORID 82
<input type="text" value="Teema"/>			
<input type="text" value="Teade"/>			
Manus <input type="button" value="Choose File"/> no file selected			
<input type="button" value="POSTITA"/>			

St isegi, kui vahepeal võib protsendiks olla näiteks 80%, siis juhul, kui mõni investor ei ole oma investeerimisotsust lõplikult kinnitanud pangaülekandega sinu kampaania erikontole, võib vastavalt hetkel kehtiv tegelik investeeringusumma olla väiksem kui 80%.

Jooksva pangaülekannete kontrolli käigus teavitame maksega viivitanud investoreid ja anname neile võimaluse makse sooritamiseks ja sellega oma investeerimisotsuse kinnitamiseks. Kui seda ei juhtu mõistliku aja jooksul, tühistame investeeringud kampaania juures, misjärel muutub kogutud kampaania summa väiksemaks.

Seepärast, kui soovid teada kampaania käigus kogutud summa hetkeseisu, siis seda saad näha minnes oma kampaania all valikule **Töölaud**, sealt näed kinnitatud ja kinnitamata investeeringute hetkeseisu.

KAMPAANIA LÕPUS

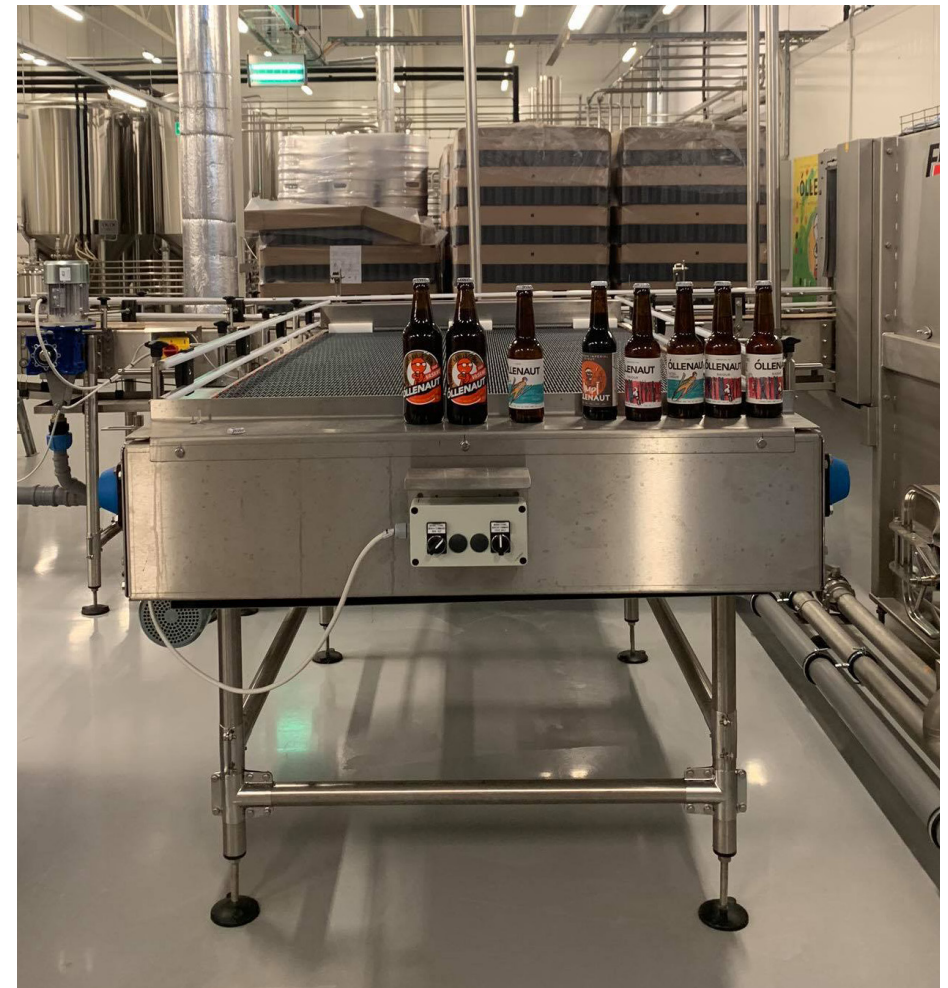
Kui kampaania on edukas, tuleb sul kutsuda kokku uus osanike/aktsionäride koosolek ja kinnitada uute investorite nimekiri, teha taotlus EVKle osa-/aktsiakapitali suurendamiseks ning seejärel avaldus äriregistrile osa-/aktsiakapitali suurendamise registreerimiseks. Juhul, kui otsustad pidada EVK-välist osanike/aktsionäride registri, pole taotlus EVK-le osa-/aktsiakapitali suurendamise osas vajalik.

Pane tähele, et eraisikutest investoritel on õigus taganeda investeeringust 14 päeva jooksul, mistõttu registreerimisprotsess reeglina ei alga varem kui 15. päeval pärast kampaania lõppu.

Alles uute osanike/aktsionäride ilmumisel osanike/aktsionäride nimekirja, saad kätte kampaania kaudu kogutud investeeringu. Juhised selle kohta, mida tuleb teha enne, kui saad kogutud investeeringut kasutama hakata saadame sulle pärast kampaania lõppu.

Kui kampaania mingil põhjusel ebaõnnestub, kantakse raha investoritele tagasi ning sinu kampaania arhiveeritakse. Ebaeduka kampaania korral võid soovi korral alustada kohe uue loomisega. Sellisel juhul räägi meile oma plaanidest ja lepime uues kampaanias kokku.

Kui sinu kampaania oli edukas, saad investeeringute kaasamiseks uue kampaania algatada kasvõi kohe eeldusel, et 12 kuu jooksul avalikult kaasatavate investeeringute kogusumma jääb alla 2,5 miljoni euro.



Öllenaut rahastas oma uue pruulikoja Fundwise'is kaasatud raha abiga

Pilt: Erakogu

Lisainformatsioon

Osanikel/aktsionäridel on ka omad õigused, mis võivad mh sõltuda osaluse %-st/aktsiate arvust. Seda on oluline silmas pidada, kui määrad maksimaalse pakutava investeringu investori kohta.

OSAÜHINGUGA SEONDUVAD OSANIKE ÕIGUSED:

Kõigil osanikel on õigus osalemiseks osaühingu osanike koosolekul ning dividendidele proportsionaalselt osaluse suurusele, kui põhikirjas ei ole ette nähtud teisiti (ÄS § 157 lg 2, ÄS § 170). Samuti on osanikel õigus saada juhatuselt teavet osaühingu tegevuse kohta ja tutvuda osaühingu dokumentidega (ÄS § 166 lg 1).

Osanikud, kelle osadega on esindatud vähemalt 1/10 osakapitalist, võivad nõuda:

- osanike koosoleku kokkukutsumist (ÄS § 171 lg 2 p 3.);
- täiendavate küsimuste võtmist päevakorda (ÄS § 171¹lg 2);
- osaühingu nõukogu puudumisel nõuda mõjuval põhjusel juhatuse liikme tagasikutsumist kohtu poolt (ÄS § 184 lg 5);
- osaühingu juhtimise või varalise seisundiga seotud küsimustes erikontrolli korraldamise otsustamist ja erikontrolli läbiviija määramist osanike otsusega (ÄS §191 lg 1 p 1);
- erikontrolli korraldamist osaühingu juhtimise või varalise seisundiga seotud küsimustes (ÄS § 191 lg 2).

>**25% osalus:** osanik kuulub ettevõtte tegelike kasusaajate hulka (RahaPTS § 9 lg 2).

AKTSIASELTSIGA SEONDUVAD AKTSIONÄRIDE ÕIGUSED:

Aksia annab aktsionärile õiguse osaleda aktsionäride üldkoosolekul ning kasumi ja aktsiaseltsi lõpetamisel allesjäänud vara jaotamisel, samuti muud seaduses sätestatud ja põhikirjaga ettenähtud õigused (ÄS § 226).

Iga aksia annab eraldi hääleõiguse, kui seaduses ei ole sätestatud teisiti (ÄS § 236 lg 1);

Eelisaktsiad:

Aktsiaselts võib välja lasta hääleõiguseta aktsiaid, mis annavad eesõiguse dividendi saamisel ja aktsiaseltsi lõpetamisel alles jääva vara jaotamisel (eelisaktsia). Eelisaktsia omanikul on peale hääleõiguse kõik muud aktsionäri õigused. (ÄS § 237 lg 1).

Aktsionärid, kelle aktsiatega on esindatud vähemalt 1/10 aktsiapitalist, võivad nõuda:

- aktsionäride üldkoosolekul aktsiaseltsi juhtimise või varalise seisundiga seotud küsimustes erikontrolli korraldamise otsustamist ja erikontrolli läbiviija määramist (ÄS §330 lg 1);
- vandeaudiitori aruande andnud audiitori osalemist majandusaasta aruande kinnitamise otsustamise juures ja vandeaudiitori aruande kohta selgituste andmist, kui aktsionärid on esitanud vastava kirjaliku nõude vähemalt viis päeva enne üldkoosolekut (ÄS §334 lg 1);
- kohtupoolset likvideerija määramist (ÄS §369 lg 3);
- kohtupoolset mõjuval põhjusel juhatuse liikmest või üldkoosoleku nimetatud või põhikirjast tuleneva likvideerija tagasikutsumist ja uue likvideerija määramist (ÄS §370 lg 2);
- hagi alusel uue bilansi või vara jaotusplaani koostamist või täiendavat likvideerimist, kui bilansi või vara jaotusplaani koostamisel ei ole järgitud seaduse või põhikirja sätteid või üldkoosoleku otsuseid (ÄS §378 lg 4).

>**25% osalus:** aktsionär kuulub ettevõtte tegelike kasusaajate hulka (RahaPTS § 9 lg 2).

Kui sul on küsimusi võta meiega julgelt ühendust info@fundwise.me.



Henri Laupmaa
Tegevjuht



Jelena Žovnikova
Äriarendusjuht