

n° 2 - 24 januari 2020  
Verschijnt tweewekelijks  
(niet in juli en augustus)

Afgiftekantoor 2800 Mechelen Mail  
Erkenningsnummer P 008588

## In dit nummer

### CROWDFUNDING

Crowdfunding voor VZW'S:  
uitleg & aanpak ..... 1

### JURIDISCH

Het UBO-register: einde  
gedoogbeleid ..... 6

### BOEKHOUDING

De impact van het WWV op  
de neerleggingsplicht van  
uw jaarrekening ..... 7

## CROWDFUNDING

### Crowdfunding voor VZW'S: uitleg & aanpak

Ludo Dhelft, Coördinator Socrowd

Wat kan crowdfunding anno 2020 voor uw organisatie betekenen? We bekijken welke platformen interessant kunnen zijn voor VZW's en dankzij een hoop tips & tricks kan u zelf een campagne in de stijgers zetten. We gaan ook dieper in op een tweetal aanbieders binnen de sociale crowdfunding: Socrowd is het eerste sociaal crowdfundingplatform in Vlaanderen en Kolect biedt platformen en oplossingen aan voor organisaties, zodat ze zelf een crowdsourcingactie op poten kunnen zetten en beheren.

#### DEEL 1: Wat kan crowdfunding voor uw organisatie betekenen?

Is crowdfunding anno 2020 over zijn hoogtepunt heen? Helemaal niet, zo blijkt na afloop van een topjaar voor de sector: een nieuwe bank NewB werd voorzien van niet minder dan 30 miljoen euro aan kapitaal via een succesvolle crowdfunding door meer dan 50.000 Belgen. Voor baby Pia werden bijna een miljoen berichtjes van twee euro gestuurd om de fondsen te verzamelen om een (te!?) duur medicijn te kunnen betalen. Ook heel wat KMO's en VZW's vonden via crowdfunding en crowdlending een oplossing voor een deel van hun financiering.

Is crowdfunding over de hype heen? Dat wel. De sector is nu al enkele jaren op kruissnelheid en de waarde van een crowdfundingcampagne geraakt stilaan goed bekend. Want crowdfunding gaat niet enkel om financiering, vaak is het ook een slimme marketingtool én een manier om uw achterban te engageren.

Fintechs springen op de kar en veel platformen zijn technisch goed uitgebouwd. Crowdfunding én winwinleningen zijn voor velen niet enkel een manier om een organisatie te steunen, het kan ook een extra onderdeel zijn van, jawel, een beleggingsportefeuille. Hiervoor hoeft u helemaal geen diepe zakken te hebben. Ook voor wie een lokaal of duurzaam project wil steunen, zijn er verschillende opties om aan civic of sociale crowdfunding te doen.

#### 1. Origine van crowdfunden:

'Fondsen' ophalen in uw 'crowd' is geen recente uitvinding. Mijnheer pastoor die tijdens de mis met de schaal rondgaat voor kleingeld zet zijn crowd in om letterlijk *funds* op te halen. Ook verschillende ngo's doen al jaren aan fondsenwerving via de verkoop van stickers, Rode neuzen, gadgets en dergelijke.

Een van de bekendste landmarks in de wereld, het Vrijheidsbeeld in New York City, werd al in de vorige eeuw deels gefinancierd via het ophalen van een of vijf dollar bij de New Yorkers. Een van de allereerste crowdfundingacties uit 1885! Zo kon men de sokkel voor het beeld (het beeld zelf was een gift van Frankrijk aan de VS) bouwen in de Grote Appel en daarom staat het beeld dus niet ergens anders. Funders kregen als tegenprestatie een miniversie van het standbeeld.

Maar wat is dan de huidige vorm van crowdfunding?

Dankzij de opkomst van het internet en de verdere digitalisering en disruptie die

dit teweeg bracht (denk maar aan het succes van AirBnB en Uber die bestaande businessmodellen helemaal onderuit halen), is crowdfunding nu een bijna uitsluitend digitaal proces: bekende platformen als Kickstarter en Indiegogo zijn heuse referenties en hebben een globale werking.

Ieder hedendaags crowdfundingproject is altijd van tijdelijke aard, het is voor de opstart van een project of een bepaald deel van een organisatie, en het gebeurt grotendeels via een online platform.

## 2. Van #Teampia naar Eddy Merckx: welke soorten crowdfunding bestaan er nu?

Met al ruim 70 verschillende platformen in België en een veelvoud daarvan wereldwijd kijken we best eerst even naar de verschillende vormen van crowdfunding. Grosso modo zijn ze in te delen in niet-financiële en financiële crowdfunding.

De eerste en meest bekende vorm is **Donaties of Donation based crowdfunding**. Hier geeft een groot aantal mensen een kleiner bedrag en krijgt daar niets voor terug, denk maar aan de twee-euroactie van #teampia die in 2019 bijna twee miljoen euro in het laatje bracht voor een medicijn.

Ook de online encyclopedie Wikipedia vraagt via hun website af en toe een bijdrage van enkele dollars, zo kunnen ze hun werking blijven verderzetten.

Een tweede vorm is **Belonings- of Reward based crowdfunding** die vaak wordt ingezet voor de voorfinanciering van een boek, een plaat of een ander product, al dan niet klassiek of innovatief. Met de inbreng van de verschillende crowdfunders worden de rewards of beloningen voorgefinancierd.

Dit zijn meestal verschillende soorten rewards gaande van bv. enkele euro's voor een bedankingskaartje tot grotere bedragen voor een boek, een bepaalde beleving of een item. De funders krijgen altijd iets terug voor hun inbreng.

Leuke voorbeelden zijn het Brussels Beer Project en de Nederlandse sociale onderneming Waka Waka. Het Brussels Beer Project financierde hun eerste bierproductie op voorhand via een crowdfunding. In ruil kregen de funders levenslang enkele biertjes van de brouwerij.

Waka Waka bedacht een innovatief zaklampje op zonne-energie. Zij werken volgens het *buy-one, give-one principe*: per lichtje dat aan een crowdfunder wordt opgestuurd, bezorgt Waka Waka een gratis exemplaar in een derdewereldland, een vluchtelingenkamp, een afgelegen school, ... Kortom: bij mensen met minder middelen voor wie een gratis lichtbron een enorme verbetering aan levenskwaliteit betekent.

Bij de financiële vormen van crowdfunding kijken we vooreerst naar de **Leningen, of Lending based crowdfunding**: funders lenen hier een bepaald bedrag uit aan

een bedrijf of organisatie en krijgen dit terugbetaald met een bepaalde intrest.

De platformen zorgen voor een analyse van het bedrijf en geven een risicoscore mee. Zo is de potentiële belegger op de hoogte van het risico dat hij loopt. Ook hier geldt de regel: hoe meer risico u bereid bent te lopen, hoe hoger het potentieel rendement.

Recent haalde Belgium Cycling Factory, de fabrikant van de bekende Eddy Merckx koersfietsen nog 500.000 euro op in slechts enkele minuten tijd! Dit via een obligatie op vier jaar, die jaarlijks een bruto rendement van zes procent biedt. Vadertje Staat gaat wel lopen met een deel roerende voorheffing op het rendement.

Maar waarom zou een bedrijf niet gewoon een lening aangaan bij de bank? Vaak is de lening die via crowdfunding wordt uitgegeven een lening zonder borg of garantie, iets wat de bank wel altijd verlangt als u een bancaire lening aangaat. Vandaar dat bedrijven bereid zijn om iets meer rendement te bieden aan hun crowdfunders dan dat ze intrest moeten betalen op een banklening.

*Lending based crowdfunding is veruit de grootste vorm van crowdfunding en er wordt het grootste volume aan bedragen mee verzameld.*

En ten slotte is er het crowdfunderen van **Aandelen, of Equity Based Crowdfunding**. Hier krijgen de funders de kans om rechtstreeks te investeren in een organisatie, door een of meerdere aandelen aan te kopen.

Het bekendste voorbeeld is uiteraard de coöperatieve bank NewB die de ambitie heeft om in 2020 een 100% ethische bank te worden en die eigendom is van ruim 70.000 coöperanten, zowel particulieren als organisaties.

## 3. Overzicht van de twaalf meest van toepassing zijnde crowdfundingplatformen voor VZW's

Specifiek voor VZW's geven we hier een aantal platformen mee, zowel lokaal als internationaal. Om het juiste platform te kiezen, stelt u als organisatie best op voorhand een aantal vragen:

- Wil je enkel geld of donaties ontvangen?
- Wil je iets verkopen of pré-financieren, zoals een boek, een toegangsticket, een nieuw product?
- Of wil je liever enkel leen of andere financiering ophalen?

Het antwoord op deze vragen zal al een duidelijke indicatie zijn over het soort platform dat u best kiest. Dit zijn alvast twaalf Belgische referenties voor VZW's:

- **Socrowd.be (BE)**: platform dat renteloze leningen verschaft aan sociale projecten, waar altijd een deel van de lening wordt opgehaald via crowdfunding bij de achterban van het project.
- **Kisskissbankbank.com (FR)**: internationaal platform dat zowel creatieve, ondernemende als sociale projecten steunt, via zowel donaties als rewards.

- **Growfunding.be (BE):** Belgisch platform dat focust op buurtprojecten in Brussel, maar met een steeds bredere focus op gans Vlaanderen binnenkort. Werkt met rewards.
- **Koalect.com (BE):** Belgische bouwer van verschillende soorten *crowdsourcing tools*, zoals voor fundraising, crowdvoting, donation, ...
- **Winwinner.be (BE):** platform voor ondernemers en investeerders dat via winwinleningen (= een onderlinge, achtergestelde lening) starters en groeiers ondersteunt.
- **Ulule.be (FR):** internationaal platform voor *reward based crowdfunding*, in België ondersteund vanuit Hello Bank, de online bank van BNP Paribas Fortis.
- **Kickstarter.com (US):** zowat de pionier van het nieuwe crowdfunding. Het breedste aanbod met een plethora aan creatieve en ondernemende projecten, *reward based*.
- **Gofundme.com (US):** wereldwijd zowat het grootste donatieplatform. Van natuurrampen tot persoonlijke noodsituaties tot ngo's vinden hier globaal funders.
- **LITA.co (FR):** Frans platform dat zowel leningen als participaties aanbiedt in organisaties met een bewezen *track record*, altijd met een duurzaam doel.
- **Gingo.community (BE):** Belgisch platform voor collectieve filantropie gestart vanuit Bank Petercam Degroof, zoekt naar een samenwerking tussen kleine initiatieven en een *matching fund*.
- **Voorjebuurt.be (NL):** Nederlands platform waar lokale initiatieven zowel donaties als andere hulp kunnen zoeken. Werkt vaak samen met steden en gemeenten.
- **Goededoelen.be (BE):** een initiatief van de Koning Boudewijnstichting. Verzamelt duizenden Belgische goede doelen met een duurzaam doel en sociaal karakter. Ze kunnen zo vrijwilligers of donateurs aantrekken.

In deel twee gaan we verder in op twee aanbieders, Socrowd en Koalect.

#### 4. De Wet van Sinterklaas en andere praktische tips voor uw campagne

Een goede crowdfundingactie staat of valt met een goed plan. Het is belangrijk om een **positieve boodschap** te brengen en mensen warm te maken: 'Doe mee' of 'We gaan hier samen een mooi verhaal schrijven'. Liever zo dan dat u als organisatie het boetekleed aantrekt: 'We zitten in de miserie, help ons'. Het is leuker om mee te werken aan een positief verhaal dan om iemand uit de put te moeten halen.

Verder is het nodig aandacht te besteden aan deze twee onderdelen van uw boodschap:

- Wie bent u?/Wie is uw organisatie?/Wat doen jullie precies?
- Wat is het probleem dat jullie aanpakken, en hoe gaan jullie dit doen?

De praktische info over hoe mensen het project kunnen

steunen, volgt vaak vanuit het platform zelf.

Een goede campagne wordt best ook vanuit **een team** gestuurd, niet enkel vanuit een persoon. Hier is een plus een altijd meer dan twee. Maar hou het overzichtelijk. Met een team van zes kan er misschien vlotter gewerkt worden dan met een team van vijftien personen.

Kijk eens goed rond in uw organisatie, want u bent rijker dan u denkt: is er iemand met marketingervaring die de campagnetekst kan bewerken? Een financieel specialist die een makkelijke voorstelling kan maken van de nodige investering? Wie zijn de netwerkers die de juiste mensen kunnen aanspreken en warm maken? Is er iemand met fotografische kennis die de beelden kan maken of bewerken (foto's met mensen op werken sowieso beter – mensen willen mensen ondersteunen)?

Een goede campagne loopt **niet alleen online**. Het is ideaal om de start of einde van een campagne samen met een publiek moment van de organisatie te plannen, zoals een opendeurdag, receptie, voorstelling, ...

Weet dat men uw project eerder zal steunen omdat ze u kennen en omdat u hen de vraag heeft gesteld. Dit werkt beter dan de best gepolijste email. Al zijn beide kanalen absoluut nodig.

Een **crowdmapping** helpt altijd om netjes in kaart te brengen aan wie u wat kan vragen: lijst op wie er allemaal in de 'familie' zit. U zal versteld staan van de verschillende soorten 'crowd': leden, personeel, bestuurders, ouders, klanten, leveranciers, burens, collega-organisaties, ...

Met iedereen in uw crowd hebt u een ander soort relatie, betekenen jullie iets anders voor elkaar. Schrijf naast iedere soort 'crowd' op wat jullie relatie is en wat jullie uit die relatie halen (*What's in it for us? What's in it for them?*). Zo schrijft u al inhoud neer voor de mailing of communicatie die u later gaat uitsturen.

Aan bepaalde stakeholders kan u meer inbreng vragen dan aan anderen. Sommigen zullen nuttig zijn voor een financiële inbreng, aan anderen kan u vragen om hun communicatiekanalen te gebruiken.

Misschien kent u via via wel een bekend persoon of referentiepersoon uit de sector die op eenvoudige manier de aandacht kan vestigen op jullie campagne binnen zijn of haar netwerk.

We wijzen ook vaak op de **Wet van Sinterklaas**. "Als je niet vraagt wat je wil, krijg je iets anders." Dit gebruiken wij om mensen aan te sporen om heel gericht te vragen. Aan grote organisaties kan u eventueel een bijdrage van enkele duizenden euro's vragen, aan anderen kan u maar 50 of 100 euro vragen.

Door persoonlijk met mensen in dialoog te gaan, kan u meer te weten komen en meer bereiken. Dit is beter dan een algemene oproep doen en vragen om te steunen.

Als alle stakeholders en hun potentieel zijn opgelijst, kan

u beginnen met plannen. Wie vraagt wat aan wie? En wanneer? Een **retroplanning** kan hier nuttig zijn.

Ook wijzen we ook telkens op de **precampagne**: het is belangrijk om voor de officiële start van de campagne al twintig à dertig procent van het doelbedrag bij de *incrowd* te hebben verzameld. De *incrowd* zijn de mensen en organisaties die dicht bij jullie staan en die sowieso steunen. In de weken voor de start kan u hen vragen om hun inbreng te doen zodat de officiële campagne kan starten met al een opgehaald deel.

Dit zijn de *first movers* die de rest van de crowd gaan mee trekken. Slechts weinigen zijn bereid een campagne te steunen als er nog maar nul of twee procent van het doelbedrag is bereikt. De grote massa volgt graag wat de *first movers* en *trendsetters* eerst doen.

Tijdens en na de campagne is het belangrijk te **blijven communiceren**: door deel te nemen aan een campagne voelen mensen zich deel van jullie organisatie.

Gebruik dit om hen als community of familie te blijven betrekken: "WIJ zijn er in geslaagd dit project te realiseren, dit zijn nu de volgende stappen". Vaak is men ook bereid een tweede keer te steunen, al dan niet tijdens dezelfde campagne. *People love to give!*

*Socrowd heeft hiervoor een Succes School opgemaakt, een document met nog meer tips voor een schitterende campagne. Die kan je makkelijk downloaden onder de tab 'Vertrouwen' op de website van Socrowd.*

## 5. Wat zegt de overheid hierover?

Voor Donaties en Beloningen is er geen specifieke wetgeving van toepassing. Het is uiteraard aangeraden om uw belofte na te komen en goed op te volgen dat iedereen tijdig krijgt waarvoor hij heeft betaald. Zo blijft het leuk voor iedereen en bewaart u het positieve karakter van crowdfunding voor alle volgende initiatieven.

Voor donaties vanaf 40 euro kan u onder bepaalde voorwaarden een **fiscaal attest** uitreiken. Dit kan niet als je een dienst of product levert zoals bij een Belonings-crowdfunding. Met andere woorden: fiscale attesten kunnen enkel voor giften, als er dus geen tegenprestatie tegenover staat.

Echter: niet iedere organisatie kan zomaar fiscale attesten uitreiken. Alleen instellingen die zijn opgenomen in de wet of die erkend zijn door de minister van Financiën mogen fiscale attesten uitreiken. In de praktijk is het voor een kleine organisatie niet haalbaar om zo'n erkenning te krijgen.

U kan eventueel samenwerken met de Koning Boudewijnstichting. Die beheert dan een projectrekening voor uw organisatie en geeft fiscale attesten voor giften boven de 40 euro. De KBS screent vooraf elk project op haalbaarheid en maatschappelijke relevantie.

Vanaf dat u via een lening of aandelen meer dan 100.000 euro verzamelt, zijn er bepaalde federale regels

van toepassing. Dat valt onder het beheer van de FSMA, de autoriteit van de financiële markten. Want als u een lening of aandelen vanaf dit bedrag in de markt zet, dan biedt u een 'beleggingsproduct aan met een openbaar karakter'.

De FSMA wil daarom dat de potentiële belegger op de hoogte is van het product waarin men investeert en van de verschillende risico's. Vaak gaat dit gepaard met het opstellen van een informatienota of een prospectus.

## DEEL 2: Socrowd en Koalect

Naast alle theorie gaan we graag wat dieper in op twee aanbieders in deze sector. Enerzijds kijken we naar Socrowd: een puur sociaal crowdfundingplatform dat initiatieven ondersteunt met renteloze leningen in verschillende sectoren. Die leningen worden deels samengebracht met een inbreng uit de crowd van het project. Zo gebruikt het project puur ethisch geld én engageert het de volledige achterban.

Anderzijds bekijken we ook het aanbod van Koalect: deze platformbouwer biedt voor VZW's en bedrijven verschillende oplossingen voor 'crowdsourcen', gaande van crowdvoting, crowdfunding tot donation based fundraising.

### 1. Socrowd: écht sociale crowdfunding met ethisch geld, bedoeld voor sociale projecten

#### Wat is Socrowd?

Socrowd is het eerste sociaal crowdfundingplatform voor Vlaanderen en Brussel en werd reeds in 2004 opgericht onder de naam Netwerk Rentevrij. Socrowd werd door Fairfin VZW opgestart met als doel het 'anders omgaan met geld'.

Sinds 2014 is het een crowdfundingplatform dat rentevrije leningen geeft aan sociaal positieve projecten. Het wil een goedkope financiering voorzien en daarbij ook het netwerk betrekken en engageren. Fairfin zorgde samen met enkele andere middenveldorganisaties voor een basiskapitaal dat wordt ingezet om de rentevrije leningen te voorzien.

Socrowd werkt in **zes verschillende sectoren**: welzijn, sociale economie, Noord-Zuid, onderwijs, ecologie en de socio-culturele sector. Bijna alle projecten die op de website van Socrowd verschijnen halen minstens 100% van hun doelbedrag én zo goed als iedereen slaagt erin om de lening correct terug te betalen.

Door een grondige screening van het project en een degelijke begeleiding via crowdmapping begeleidt Socrowd duurzame initiatieven. Want duurzaam betekent niet enkel 'groen' of 'ecologisch', het betekent ook: 'dit project zal binnen vijf à tien jaar nog gezond zijn en kunnen verder leven'.

### Wat is de werkwijze?

Tijdens de crowdfundingactie zamelt de leningnemer **een derde van het leenbedrag** in, via de verkoop van Socrowdaandelen op de website. Funders die een Socrowdproject steunen, worden dus aandeelhouder bij Socrowd gedurende de looptijd van de lening.

Als een derde van het leenbedrag is opgehaald, vermenigvuldigt Socrowd dit bedrag met drie om zo de rentevrije lening te kunnen verschaffen, dit op maximaal tien jaar. Als de volledige lening is terugbetaald, kan de crowdfunder zijn inbreng integraal terugvragen.

Voor het project betekent dit dat er maar een klein deel van de lening moet worden ingezameld. Door als crowdfunder tijdelijk minimum 100 euro in te leggen tijdens de crowdfunding kan het project driemaal zoveel lenen en bovendien kan u uw inleg als crowdfunder later nog terugvragen.

### Voorbeelden

Een recent voorbeeld van een sociocultureel project was **het Kompaanproject van Madam Fortuna**. Dit theatergezelschap uit Borgerhout bouwt al tien jaar een cultureel-inclusieve wereld met aandacht voor diversiteit, in een sfeer van vertrouwen, als een open huis.

Toen de bakkerij met atelier naast hun theaterzaal te koop werd gezet, werden snel plannen gesmeed om een gezonde economische component aan hun werking toe te voegen. Een Socrowdcampagne bracht ruim 30.000 euro in het laatje, wat een renteloze lening van 90.000 euro betekende.

Samen met een bankfinanciering werd het pand aangekocht. De appartementen op de bovenste verdiepingen worden op een sociale manier verhuurd en voor de werking in de bakkerij onder de naam 'De Kompaan oogst' worden ondertussen de volgende stappen gezet, bv. met een voedselatelier waar oogstoverschotten worden verwerkt en worden aangeboden in de buurt en met informatiesessies rond gezonde voeding.

Dit is een prachtig voorbeeld van een culturele organisatie die een bijkomende sociale werking opzet om de buurt te betrekken en te informeren, voedseloverschotten aan te pakken en daarmee ook een rendabele werking uit te bouwen.

Maar ook scholen doen aan crowdfunding. Zo werden via Socrowd de voorbije jaren verschillende methodescholen gefinancierd, zoals Freinet- en Steinerscholen. Vaak krijgen nieuwe scholen pas na enkele maanden hun eerste schijf aan werkingsmiddelen van de overheid. Voor het eerste jaar is er daarom een financieringsnood.

Door op voorhand een crowdfundingactie te organiseren bij de ouders, grootouders, stichtende leden, andere scholen, ... kan zo het nodige bedrag opgehaald worden.

Zoals bv. **Freinetschool De Kasteeltuin uit Gits** in West-

Vlaanderen: een enthousiast team zette zijn schouders onder deze kleuter- en lagere school, gesitueerd in een groene omgeving op de terreinen van Dominiek Savio.

Naast de crowdfunding en het opzetten van de schoolstructuur zette dit team zich ook in in het schoolgebouw: aanleg van de tuin, de inrichting van de klassen en zo verder. Ondertussen gaat de school zijn tweede levensjaar in en zijn er plannen voor een uitbreiding. Een prachtig bloeiend burgerinitiatief, gedragen door een breed team van ouders en sympathisanten.

Meer info: <https://socrowd.be>.

## 2. Koalect

*Daan Krauss, Communicatie & Marketing Koalect*

### Wat is Koalect?

Koalect is een Belgische onderneming dat fondsenwervende tools bouwt voor organisaties uit de social/nonprofit (VZW's, ngo's, ziekenhuizen en scholen). Deze digitale tools geven organisaties de mogelijkheid om zelf aan de slag te gaan voor de uitvoering van hun fondsenwervende strategie. Naast de tools zorgt Koalect ook voor de nodige begeleiding bij het uitwerken van deze strategieën.

Bij veel VZW's staat digitale fondsenwerving nog in de kinderschoenen, maar is het besef van het belang ervan wel reeds aanwezig. Veel organisaties weten niet hoe ze hiermee moeten starten en hoe ze fondsenwerving op een structurele manier kunnen integreren in hun organisatie. Dat is nochtans vaak cruciaal voor de digitalisering en verdere overleving van de organisatie. Koalect beschikt over de nodige kennis om VZW's te begeleiden bij de uitwerking van een fondsenwervende strategie, ook al zijn dit maar de eerste stappen. Bovendien beschikt Koalect over de juiste tools om deze eerste stappen of reeds gevorderde strategieën op een technologische manier te vertalen.

Onze ervaring met meer dan 100 organisaties over heel België leert ons dat iedere organisatie anders is én een aanpak op maat verdient. Met Koalect proberen wij dan ook alle eigenschappen van een organisatie in kaart te brengen en vervolgens realistische doelstellingen voorop te stellen.

### Wat is de werkwijze?

Koalect wil VZW's op een structurele manier begeleiden en de verdere overleving ervan veiligstellen. Daarom is het noodzakelijk dat we ons volledig onderdompelen in het reilen en zeilen van de organisatie, vooraleer technologische aanbevelingen te doen.

Eerst zitten we rond de tafel met de organisatie in kwestie en proberen we beter inzicht te krijgen in volgende zaken: organisatiestructuur, activiteiten, stakeholders, overkoepelende doelstellingen en eventueel bestaande fondsenwervende activiteiten.

Eenmaal we dit in kaart hebben gebracht gaan we met behulp van onze workshop methodologie samen op zoek naar een fondsenwervende strategie op maat. Dit alles gieten we in een eindrapport met aanbevelingen waarin we uiteraard ook dieper ingaan op de technologische vertaling ervan. Op deze manier probeert Kolect een one-stoppartner te zijn voor VZW's.

### Voorbeelden

Ongeveer een jaar geleden klopte **het Berrefonds** aan bij Kolect. Het Berrefonds is een warme VZW met als centrale missie het ondersteunen van ouders die een kindje verliezen. Om de activiteiten van het fonds verder uit te breiden en te professionaliseren was het broodnodig om een digitale strategie voor fondsenwerving en communicatie uit te werken. Bovendien was het noodzakelijk om de overkoepelende strategie van de organisatie te onderzoeken en te analyseren hoe fondsenwerving en communicatie daarin een versterkende rol kunnen spelen.

Het strategische luik werd aangehaald in enkele workshops en vervolgens werd de digitale vertaling gemaakt onder de vorm van een fondsenwervend peer-to-peerplatform.

Dit platform geeft de community van het Berrefonds de mogelijkheid om fondsenwervende acties op te zetten en zo donaties te verzamelen binnen hun eigen netwerk. Gedurende het eerste jaar haalde het fonds maar liefst 45.000 euro op.

Meer info: <https://steun.berrefonds.be>.

Veel organisaties hebben vaak leuke fondsenwervende campagnes, maar weten niet hoe ze dit digitaal kunnen vertellen. Zo nam **Mediclowns VZW** met haar vrijwilligers al enkele jaren deel aan de New York Marathon om de nodige fondsen te verzamelen voor haar activiteiten. Samen met hen hebben we deze campagne digitaal vertaald naar een fondsenwervend peer-to-peerplatform dat de lopers toeliet donaties te verzamelen bij vrienden en familie. Dat leverde de mooie som op van 21.000 euro.

Naast de peer-to-peerplatformen heeft Kolect ook andere digitale tools die het toelaten om via uw website of via e-mailing donaties te verzamelen. Is de website van uw organisatie aan vernieuwing toe? Geen zorgen, hiervoor heeft Kolect ook de nodige expertise in huis om op een betaalbare manier uw toekomstige website te creëren.

Meer info: <http://www.kolect.com>.

## JURIDISCH

# Het UBO-register: einde gedoogbeleid

*Stefan De Plus, Senior Manager Private Wealth PwC*

In voorgaande bijdragen bespraken wij reeds de voornaamste elementen met betrekking tot de implementatie van het register van uiteindelijk begunstigden (hierna genoemd 'UBO-register'). In deze bijdrage komen wij nog even terug op de laatste stand van zaken en enkele nieuwigheden met betrekking tot (internationale) VZW's.

## 1. Stand van zaken

In het kader van de strijd tegen terrorisme en witwassen was de implementatie van het UBO-register de afgelopen maanden een veelbesproken onderwerp. Zo werd op 30 juli 2018 het koninklijk besluit inzake de werkingsmodaliteiten gepubliceerd en publiceerde de Federale Overheidsdienst Financiën (hierna genoemd 'FOD Financiën') vervolgens op 17 oktober 2018 een eerste versie van de Frequently Asked Questions (hierna genoemd 'FAQ'). Deze FAQ werd vervolgens nog enkele malen aangepast om enkele aanvullingen en voorbeelden te voorzien.

De deadline voor de registratie van de nodige informatie in het UBO-register werd meermaals uitgesteld en uiteindelijk vastgesteld op 30 september 2019.

De FOD Financiën liet echter weten dat er een gedoogbeleid zou worden gevoerd tot 31 december 2019 en

dat er bijgevolg slechts sancties zouden volgen vanaf 1 januari 2020.

Per 2 januari 2020 hadden 532.039 entiteiten minstens één uiteindelijke begunstigde aangeduid bij de registratie in het UBO-register. Op een geschat totaal van 675.000 entiteiten betekent dit dat nog ongeveer 140.000 entiteiten hun UBO-registratie in orde moeten brengen.

De entiteiten dewelke nog niemand hebben geregistreerd als uiteindelijk begunstigde, zullen volgens de FOD Financiën eerst een herinnering krijgen om de registratie alsnog in orde te brengen alvorens over te gaan tot sanctionering. Daarnaast werden in totaal 712.618 begunstigden geregistreerd, wat dus overeenstemt met gemiddeld 1,33 uiteindelijke begunstigde per entiteit.

Of de entiteiten dewelke hun registratie reeds in orde

hebben gebracht dit ook volledig correct hebben gedaan, zal nog moeten blijken van zodra de FOD Financiën de registraties meer in detail zal controleren.

## 2. Laatste nieuwigheden

Daarnaast werden ook nog enkele wijzigingen doorgevoerd aan de applicatie van het UBO-register, onder andere:

- de schrapping van de kolom met verwijzing naar het percentage in de kapitaalsrechten van de betrokken uiteindelijk begunstigde bij de (internationale) VZW's, aangezien deze entiteiten uiteraard geen aandelen uitgeven;
- de toevoeging van een organigram zodat (bepaalde) gegevens ook schematisch worden voorgesteld. Deze optie maakt het makkelijker om het overzicht te bewaren in geval van complexe structuren;
- de toevoeging van een icoon/quick link in de actiekolom om de informatie van een uiteindelijk begunstigde na te kijken en te wijzigen.

Verder worden er niet langer automatische e-mails verstuurd naar de emailadressen dewelke worden vermeld als contactgegevens voor een tussenliggende entiteit. In het verleden zorgde dit voor verwarring aangezien hierin werd vermeld dat de betrokken contactpersoon was geregistreerd als uiteindelijk begunstigde daar waar

het soms louter om een contactpersoon ging.

Voor personen zonder een Belgische identiteitskaart blijft het ook nog altijd mogelijk om een papieren mandaat te verlenen. In het verleden kampte de FOD Financiën hier met een achterstand voor het verwerken van deze mandaten, maar deze achterstand zou inmiddels zijn weggewerkt waardoor nieuwe mandaten op korte termijn kunnen worden toegekend.

## 3. Conclusie

Het UBO-register is ondertussen ten volle in werking getreden en de naleving ervan zal door de FOD Financiën worden gecontroleerd.

In eerste instantie betekent dit dat de entiteiten dewelke hun registratie nog niet in orde hebben gebracht hiervoor een herinnering zullen krijgen. Vervolgens zullen reeds uitgevoerde registraties worden gecontroleerd.

Aan alle bestuurders van een (I)VZW is het ten zeerste aan te raden om na te gaan of zij hebben voldaan aan de wettelijke verplichting van het UBO-register. Bestuurders moeten immers de informatie niet alleen inwinnen en bijhouden, maar ook tijdig aan het UBO-register meedelen én onvolledige of onjuiste informatie melden. Zoniet stellen zij zich bloot aan een administratieve geldboete van 250 tot 50.000 euro, en desgevallend bijkomende boetes van 50 tot 5.000 euro.

## BOEKHOUDING

# De impact van het WVV op de neerleggingsplicht van uw jaarrekening

*De redactie*

Het nieuwe Wetboek van Vennootschappen en Verenigingen heeft ook de neerleggingsplicht van de jaarrekening niet links laten liggen. Het WVV voorziet in nieuwe modellen van de jaarrekening (gepubliceerd in het Belgisch Staatsblad van 30 juli 2019). Of uw VZW of stichting de jaarrekening volgens het micromodel, het verkort of het volledig model moet neerleggen, hangt af van bepaalde groottecriteria. Deze groottecriteria en welk model van toepassing is, zijn aangepast.

VZW's en stichtingen die zijn opgericht sinds 1 mei 2019 en bestaande verenigingen die het nieuwe verenigingsrecht al toepassen, dienen de nieuwe regels te volgen.

Voor VZW's of stichtingen opgericht voor 1 mei 2019 die nog niet zijn 'overgestapt', gelden de nieuwe regels vanaf 1 januari 2020.

De nieuwe/aangepaste modellen zullen worden aanvaard voor de neerlegging van de jaarrekeningen, in PDF-formaat vanaf 1 januari 2021 en in gestructureerd dataformaat (XBRL) vanaf 1 april 2021.

De neerlegging op papier van de jaarrekeningen wordt vanaf 1 januari 2020 niet meer aanvaard door de Balans-

centrale en gebeurt verplicht elektronisch.

## 1. Groottecriteria & modellen

### A. Groot

Verenigingen en stichtingen die op de balansdatum van het laatst afgesloten boekjaar meer dan één van de volgende criteria overschrijden:

- gemiddeld 50 voltijdse equivalente werknemers (VTE);
- een jaaromzet van 9 miljoen euro (exclusief btw);

- een balanstotaal van 4,5 miljoen euro.

Deze verenigingen en stichtingen dienen een volledige en dubbele boekhouding te voeren. De jaarrekening moet worden neergelegd via **het volledig model, samen met het jaarverslag** waarin zij rekenschap geven van hun beleid.

## B. Klein

Verenigingen en stichtingen die op de balansdatum van het laatst afgesloten boekjaar niet meer dan één van de volgende criteria overschrijdt:

- gemiddeld 50 voltijdse equivalente werknemers (VTE);
- een jaarmzet van 9 miljoen euro (exclusief btw);
- een balanstotaal van 4.5 miljoen euro.

Deze verenigingen en stichtingen dienen een volledige en dubbele boekhouding te voeren. De jaarrekening moet worden neergelegd via **het verkorte model**.

## C. Micro

Verenigingen en stichtingen die op de balansdatum van het laatst afgesloten boekjaar niet meer dan één van de volgende criteria overschrijdt:

- gemiddeld 10 voltijdse equivalente werknemers;
- een jaarmzet van 700.000 euro (exclusief btw);
- een balanstotaal van 350.000 euro.

Deze verenigingen en stichtingen dienen een volledige en dubbele boekhouding te voeren. De jaarrekening moet worden neergelegd via **het micromodel**.

**Let op: het micromodel zal pas in 2021 beschikbaar zijn.** Tot dan moet het verkorte model worden toegepast.

**Let op:** kleine en micro-verenigingen of stichtingen kunnen een vereenvoudigde boekhouding voeren en **een vereenvoudigd model van de jaarrekening** gebruiken, op voorwaarde dat ze op de balansdatum van het laatst afgesloten boekjaar niet meer dan één van de volgende criteria overschrijdt:

- gemiddeld 5 voltijdse equivalente werknemers (VTE);
- 334.500 euro aan andere dan niet-recurrente ontvangsten exclusief btw (voorheen 312.500 euro);
- bezittingen ter waarde van 1.337.000 euro (voorheen 1.249.000 euro);
- schuldbedrag van 1.337.000 euro.

Als een vereniging of stichting in aanmerking komt voor een vereenvoudigde boekhouding, dan mag de jaarrekening gratis worden neergelegd bij de griffie van de ondernemingsrechtbank.

Maar ook deze kleine en micro-verenigingen mogen ervoor kiezen om een dubbele boekhouding te voeren en een ander model van jaarrekening te gebruiken. In de praktijk is dit in bepaalde situaties aan te bevelen, zoals bij het voeren van een btw-boekhouding.

## 2. Tarieven

Het tarief voor het neerleggen van jaarrekeningen wordt alleen bepaald door de gebruikte drager:

- XBRL: 72,10 euro;
- PDF: 128,20 euro.

## COLOFON

### Redactieraad

Dirk AJ Coeckelbergh,  
Gust Luyckx (Vanbreda Risk & Benefits),  
Sylvia Thienpont (SBB Accountants & Adviseurs)

### Hoofdredacteur

Jeroen Léaerts  
(algemeen coördinator Procura)

### Redactiesecretaris en eindredacteur

Nathalie De Jongh  
n.dejongh@larcier.com

### Uitgever

Pascale Van Houtte  
p.vanhoutte@intersentia.be

### Verantwoordelijke uitgever

Gery Glorieux, Hoogstraat 139,  
Loft 6, B-1000 Brussel

### Service center

U kunt ons bereiken op 0800 39 067 of  
via [professional@larcier.com](mailto:professional@larcier.com) /  
[www.larcier.com](http://www.larcier.com)

© Lefebvre Sarrut Belgium nv,  
Hoogstraat 139, Loft 6, B-1000 Brussel

VZW Actueel is een uitgave  
van Larcier / Intersentia  
in samenwerking met Procura vzw

Deze nieuwsbrief verschijnt ook digitaal  
en is exclusief toegankelijk voor leden  
van Procura vzw op [www.procura.be](http://www.procura.be)  
en voor Larcierabonnees  
op [www.thematax.be](http://www.thematax.be).



Niets uit deze uitgave mag in enige vorm of op enige wijze worden overgenomen zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Deze adviesbrief is zo zorgvuldig mogelijk samengesteld. De auteurs, de redactie en de uitgever aanvaarden echter geen aansprakelijkheid voor onjuiste of onvolledige informatie.



LARCIER  
INTERSENTIA