



1 Inleiding

Fijn dat je de tijd neemt om Freedom en onze plannen beter te leren kennen. Graag vertellen we je meer over missiegedreven ondernemingen, in het bijzonder de missie van Freedom voor een veilig en gluurvrij internet. Op onze website, in de nieuwsbrieven en op de pagina op CrowdAboutNow heb je hierover al kunnen lezen.

In deze prospectus gaan we kort in op de voorgeschiedenis, maar laten we je vooral zien hoe we onze plannen voor een lange termijn positie van Freedom willen realiseren, zodat we daardoor verder kunnen bijdragen aan goed en veilig internetgebruik voor onze klanten. In deze prospectus worden de aspecten van de beoogde uitgifte van certificaten uiteengezet. Geïnteresseerden dienen kennis van de volledige inhoud van deze prospectus (inclusief hoofdstuk 7 - Inschrijven, prognoses en aansprakelijkheid) te nemen en zorgvuldig te overwegen of een investering voor hen passend is. Geïnteresseerden dienen zelf onderzoek te verrichten en een eigen analyse en beoordeling te maken van de propositie, de daarbij betrokken rechtspersonen en de daaraan verbonden risico's.

1.1 Freedom: het alternatief voor XS4ALL

In januari 2019 besloot KPN haar dochteronderneming XS4ALL op te heffen en het productportfolio, de technische infrastructuur en het personeel volledig in KPN te integreren. Door deze integratie ging een uniek bedrijf met een unieke propositie en bijbehorende idealen verloren. Dit leidde tot grote weerstand onder (oud-)personeel en klanten. De OR van XS4ALL verzette zich tegen deze plannen. Het actiecomité XS4ALLMoetBlijven zette tevens een media-offensief in en organiseerde vele ludieke acties om KPN te overtuigen om dit plan niet door te zetten. De petitie van het actiecomité werd door 55.000 mensen ondertekend. Helaas zonder effect. KPN bleef bij haar besluit en startte de integratie. Op 1 maart 2020 werd de vennootschap XS4ALL opgeheven.

Het actiecomité "XS4ALL moet blijven" schakelde in de tussentijd over op plan B. Een plan voor een nieuwe provider waaraan inmiddels maanden aan was gewerkt als alternatief. Op 11 november 2019 werd de naam Freedom Internet bekend gemaakt.

Om het benodigde startkapitaal te verkrijgen werd er in november 2019 een crowdfundingactie opgezet op basis van een leningsvorm. Deze crowdfunding was zeer succesvol en haalde in drie dagen € 2,5 miljoen op door ruim 3.100 crowdfunders.

Vanaf 11 november 2019 kon men zich ook aanmelden als Founding Member. Voor € 50 kreeg je het recht om als eerste een aansluiting te verkrijgen van Freedom, een Freedom emailadres en eventueel een gratis domeinnaam. Hiervoor meldden zich ruim 15.000 mensen aan.

2 De internetmarkt

De internetmarkt (ofwel de breedbandmarkt) in Nederland omvat circa 7.800.000 huishoudens die nagenoeg allemaal zijn voorzien van een aansluiting via één van de drietal verschillende technologieën: DSL (de oude koperlijnen van de telefoon), glasvezel en kabel. Voor het grootste deel is de markt verdeeld tussen twee aanbieders: KPN en ZiggoVodafone. Zij bezitten samen circa 83% van de markt. Het overige deel wordt bediend door T-Mobile, CaiWay/DeltaFiber en een aantal kleinere spelers.

De churn (het overstappen van klanten naar een andere provider) in de internetmarkt is laag en is door de pandemie vermoedelijk nog minder geworden omdat mensen meer afhankelijk zijn van hun internetverbinding thuis en vrezen voor tijdelijke uitval als ze overstappen. Jaarlijks wisselt nu circa 4% van alle particuliere aansluitingen van internetprovider. Meestal prijsgedreven en vaak aangeboden in een combinatiepakket van telefonie (vast en/of mobiel) en/of televisie.

In een *mature market* groeien productportfolio, prijzen en service naar elkaar toe en bestaat het onderscheidend vermogen bij de providers voornamelijk uit prijs. Op dienstenniveau neemt het onderscheid tussen de aanbieders af. In deze markt is Freedom actief. Er is momenteel verder geen provider in Nederland die technisch net wat verder gaat dan de grote partijen en die zich tevens inzet voor privacy, security en een hoge kwaliteit.

2.1 De markt voor Freedom

Freedom richt zich op drie doelgroepen met verschillende en deels overlappende kenmerken:

1. *De tech-savy user*. Deze doelgroep wordt ook wel nerds, techies, hackers, etc. genoemd en onderscheidt zich door een grotere kennis van het internet en de wil om daar ook vrij op te kunnen bewegen. Hiervoor gebruikt men vaak andere operating systemen dan Windows of het Apple OS, zoals bijvoorbeeld het Linux operating systeem, wil men net wat aparts bij een provider, moet het mogelijk zijn een eigen server te draaien en is een eigen vrije modemkeuze zeer belangrijk. Deze doelgroep wil graag over deze zaken communiceren met een provider die deze wensen begrijpt en meedenkt.
2. *De bewuste internetter*. Deze doelgroep kenmerkt zich door de zorg over wat er met alle persoonsgegevens gebeurt op het internet. Men heeft zijn/haar privacy hoog in het vaandel staan en maakt zich zorgen over de bemoeienis en invloed van de techreuzen (Google, Facebook etc). De bewuste internetter is bewust van wat hij/zij deelt op internet en streeft naar een open en vrij internet dat niet gedomineerd wordt door advertenties. Deze doelgroep zoekt een provider waarvan men weet dat deze goed op de gegevens van klanten past en zich daarnaast actief inzet voor een beter en veiliger internet. Deze groep voelt zich vaak niet snel thuis bij de grote corporate providers omdat deze doorgaans geen tot weinig aandacht hebben voor dit soort zaken.
3. *De zorgeloze internetter*. Een grote doelgroep van, over het algemeen wat oudere gebruikers, die een internetprovider zoeken waarvan men weet dat het technisch en op het gebied van privacy en veiligheid allemaal goed is en men kan rekenen op een uitstekende helpdesk met een persoonlijke aanpak. Het beleid dat de provider Freedom een actieve opstelling inneemt voor een beter en veiliger internet geeft dit nog extra lading. Vertrouwen in het merk speelt hierbij een belangrijke rol.

Daarnaast vallen onder deze groep ook zelfstandigen en kleine ondernemers die hoge eisen stellen aan hun verbinding en verwachten dat er bij problemen snel en direct geschakeld kan worden met een vakkundige.

Zeker de eerste 2 doelgroepen vormen samen een actieve community die ook graag meedenkt met de ontwikkeling van Freedom. De laatste groep zoekt als extra 'ontzorging' en voelt zich qua waarden en normen bij Freedom thuis zonder zelf persé activistisch te zijn.

De omvang van bovenstaande doelgroepen wordt ingeschat op ca. 500.000 huishoudens, oftewel 6,4% van de breedbandmarkt in Nederland.

2.2 Marktbenadering en marktwerking tot 2023

2.2.1 De gevolgen van COVID

Freedom heeft onder moeilijke omstandigheden een start moeten maken. Aansluitingen werden aanvankelijk voortvarend besteld maar dat wijzigde toen de pandemie uitbrak. Uit de statistieken van de bestellingen voor internetaansluitingen bleek dat na elke persconferentie met negatief COVID-19 nieuws dit direct gevolgen had op het aantal orders per dag. Veel mensen zitten in een thuiswerksituatie waardoor men erg tegen een wisseling van provider opziet vanwege de vrees om een periode zonder internet te zitten.

Voor de toekomst biedt dit echter ook weer kansen. Voor het werken vanuit huis is er extra behoefte aan een veilige en betrouwbare internetverbinding; daarbij kan Freedom van dienst zijn. Daarnaast moet het overstappen nog eenvoudiger gemaakt worden dan nu in de markt gebruikelijk is. Technisch gezien gaat een overstap in 98,4% met een onderbreking van het signaal van minder dan 5 minuten in de nacht. Belangrijk is echter de extra hulp die een provider kan bieden door zaken als inlog-accounts, mail, Wi-Fi goed over te zetten. Ook hier wil Freedom ontzorgen.

Al met al is er dus sprake van vertraging geweest in het verwachte aantal nieuwe aansluitingen ten opzichte van het businessplan zoals dat oorspronkelijk voor 2020 was gemaakt. Deels om de hierboven genoemde redenen maar ook omdat tijdens de prille start van het bedrijf de medewerkers zelf, door COVID-19, in een thuiswerksituatie terecht kwamen. Hoewel daar inmiddels een goede werkwijze voor is gevonden heeft dat zeker in de maanden van lockdown minder efficiënt gewerkt.

2.2.2 Van Start-Up naar Scale-Up!

De start van Freedom met de succesvolle crowdfunding campagne gaf het startkapitaal om daadwerkelijk een bedrijf op te starten. In minder dan 1 jaar tijd is het gelukt om een provider neer te zetten, ondanks de beschreven COVID-19 impact, waarbij verbindingen over koper en glasvezel kunnen worden geleverd over verschillende netwerken. Tevens kan er televisie en vast bellen (VoIP) aangevraagd worden. Inmiddels zijn er naast de Founding Members vele duizenden nieuwe klanten aangesloten op internet door Freedom.

Tevens is Freedom in mei 2021 officieel gecertificeerd voor ISO 27001 (normering voor informatiebeveiliging) en NEN-7510 (Informatiebeveiliging in de zorg).

Dat betekent dat we nu in de tweede fase terecht zijn gekomen: groeien en verder uitbouwen. Om sneller en kwalitatief te kunnen groeien, ook wel de 'scale-up fase' genoemd, is er extra geld nodig om te investeren. Hiermee willen we het volgende realiseren:

- **Meer klanten sneller aansluiten.** Elke aansluiting die wordt opgeleverd heeft een investering van Freedom nodig. Denk hierbij aan realisatie van de aansluiting zelf, het leveren van een modem en de kosten van een monteur. Om deze aansluitkosten terug te verdienen is ca. 18 maanden nodig. Dat betekent dat hoe meer klanten we aansluiten, hoe meer kapitaal als initiële investering benodigd is.
- **Productontwikkeling.** Freedom heeft de ambitie om op korte en langere termijn nieuwe diensten te ontwikkelen. Dit kan een zelf ontwikkelde dienst zijn of eventueel nieuwe diensten die in samenwerking met een partner worden gerealiseerd die de waarden van Freedom onderschrijft. Voor een aantal van deze diensten is de ontwikkeling reeds gestart:
 - Open-Source Cloud Storage: we vinden het belangrijk dat alle klanten van Freedom de beschikking kunnen krijgen over cloud-opslag voor bestanden waarbij de opslag in Nederlandse datacenters plaatsvindt en de software volledig open-source is.
 - Shared Web-Hosting: voor veel (klein)zakelijke bedrijven is een website onontbeerlijk. Er is extra veel vraag naar deze dienst nu XS4ALL/KPN bekend heeft gemaakt dat zij deze dienst volledig zullen stoppen per 1 oktober 2021. Er zijn in Nederland verder weinig onafhankelijke providers meer die deze dienst aanbieden.
 - Managed Hosting: deze dienst is speciaal voor bedrijven die behoefte hebben aan een website voor veel bezoekers en met een hoge beschikbaarheid. Hiermee zijn we reeds gestart in samenwerking met onze partner Procolix en hebben hiermee het ministerie van VWS als eerste grote klant aan ons weten te binden. Gezien de toenemende vraag willen dit verder uitbouwen.
 - Colocation: deze dienst wordt eveneens in samenwerking met onze partner Procolix ontwikkeld. Hierbij wordt ruimte in een datacenter aangeboden zodat klanten daar hun eigen servers kunnen plaatsen. Momenteel zijn hiervoor drie locaties mogelijk: Amsterdam, IJsselstein en Wormer.
 - Mobiele diensten. Freedom heeft de ambitie om in 2022 ook mobiele diensten als MVNO (Mobile Virtual Network Operator) toe te voegen aan het aanbod. In eerste instantie mobiel internet, daarna ook mobiele telefonie. Hierbij wordt ook gekeken naar mobiele dataverbindingen als backupverbinding voor het MKB. Dat biedt de mogelijkheid om actief te zijn op de markt voor triple of quadruple play (bundelkortingen).
- **Uitbreiden leveringsgebied.** Naast het netwerk van KPN wil Freedom graag ook over andere netwerken haar diensten aanbieden. Inmiddels is dat reeds mogelijk op het

netwerk van E-Fiber, T-Mobile Den Haag, De Wolden en RE-NET. Dat betekent echter dat er nog circa 40 andere netwerken in Nederland gekoppeld moeten worden. Elke koppeling vergt tijd en geld.

- **Productverbetering.** Freedom streeft naar een hoog niveau van dienstverlening wat op veel punten reeds gelukt is. Dit wordt bevestigd door de verkiezing als Beste Alles-In-1 Provider April 2021 door de consumentenbond. Dat wil niet zeggen dat er geen zaken zijn die voor verbetering vatbaar zijn zoals ons TV aanbod. Wij werken er hard aan om binnen afzienbare termijn verbeteringen door te voeren.
- **Public Affairs.** Freedom speelt een actieve rol in de strijd voor digitale burgerrechten en tegen het profileren van internetgebruikers. Daarnaast zetten we ons ook in voor een eerlijke en betaalbare toegang voor iedereen tot het internet. Helaas zien we dat hiervoor door de grotere telecom-operators in Nederland veel drempels worden opgeworpen, vooral door het hanteren van disproportionele tarieven. Om deze strijd actief te kunnen voeren zullen extra investeringen benodigd zijn om ons geluid nog sterker te laten horen.
- **Marketing.** Om Freedom als merknaam bekender te krijgen bij een groter publiek en voldoende klanten te kunnen werven is een ruimer marketingbudget benodigd. Tot op heden is hier nog weinig geld aan besteed maar marketing zal een belangrijk onderdeel worden van onze investeringen in de komende jaren. Zeker de grootste van de drie doelgroepen; de 'zorgeloze internetter', moet de komende periode beter bereikt en overtuigd worden om ook over te stappen naar Freedom. Zoals je van ons mag verwachten adverteren wij vanzelfsprekend met respect voor jouw privacy.

Voor 2021 en 2022 zijn in de verdere marktontwikkeling een aantal speerpunten opgenomen:

1. **Glasvezelgebieden:** Freedom wil uiteindelijk overal kunnen leveren waar een glasvezelverbinding mogelijk is. Dit is een vrij complexe operatie door het versnipperde landschap van netwerkleveranciers.
2. **Uitbreiding standaard dienst-portfolio:** o.a. de reeds genoemde cloud-opslag.
3. **MKB-aanbod:** naast de particuliere markt is er belangstelling vanuit het klein zakelijke segment. Hiervoor wordt het standaard aanbod uitgebreid met zakelijke telefonie, hosting, uitbreiding emailplatform en adviesdiensten op het gebied van privacy en security.

3 De businesscase van Freedom

3.1 De weg naar 'we are here to stay!'

Om een internetprovider winstgevend, dus met een positieve EBITDA (Earnings Before Income Taxes Depreciation Amortization – Winst voor belastingen en afschrijving), te laten draaien zijn ca. 15.000 klanten met een internetaansluiting nodig. Dat is het minimale doel.

De ambitie ligt momenteel op 21.000 klanten aan het eind van 2023. Hiermee wordt dan een positieve kasstroom gerealiseerd.

De eerstkomende periode investeren we in productontwikkeling en groei en zullen we nog geen winst maken.

De snelheid en groei is afhankelijk van de logistieke processen, techniek en een verantwoorde marketingaanpak. Qua logistiek en techniek is Freedom inmiddels ingericht en zetten we vanaf nu vol in op marketing en verdere productontwikkeling. De snelheid realiseren we doordat een deel van de dienstverlening (onder strikte voorwaarden) wordt ingekocht bij derden. Bij voldoende middelen kan er besloten worden om ingekochte diensten in eigen beheer te nemen of zelf te ontwikkelen.

De hoofdpunten van onze plannen zijn:

- Eind 2023 wil Freedom Internet winstgevend zijn. Dit is inclusief de aflossingen van de eerste crowdfunding ronde.
- Freedom omzetten naar een “bvm” constructie: een sociale bv met een maatschappelijk (de m in bvm) doel zodra dit wettelijk mogelijk wordt.
- Cruciale onderdelen van de dienstverlening die nu bij leveranciers worden ingekocht in eigen beheer nemen en/of ontwikkelen.
- Businessplan:
 - o Eind 2021 circa 7.500 internetverbindingen
 - o Eind 2023 circa 21.000 internetverbindingen
- Prognose in een tegenvallend scenario: eind 2021 circa 6.500 klanten

Verdere cijfermatige onderbouwing staat in hoofdstuk 7.

3.2 Freedom als missiegedreven bedrijf

Freedom kiest er bewust voor een “missiegedreven” bedrijf te zijn. Hierbij stellen we onze toegevoegde waarde voor de maatschappij boven winst maken ten koste van alles. Steeds meer mensen en ook investeerders kijken kritisch naar de missie en handelswijze van bedrijven. En dat vinden wij alleen maar prettig. Met Freedom willen we juist dat consumenten bewuste keuzes maken, ook als het gaat om de handelswijze van bedrijven. Het gebeurt steeds vaker dat bedrijven hun missie vooropstellen en op basis daarvan de strategie van het bedrijf bepalen. Een goed voorbeeld hiervan is Tony Chocolonely, het chocolademerkt dat de productie 100% slaafvrij wil maken. Ook andere gevestigde namen als het Duitse Bosch en Zeiss hebben hun structuur zo gedefinieerd dat ze geen prooi kunnen worden van aandeelhouders die hun winst willen maximaliseren. Een ander voorbeeld is Danone dat in haar nieuwe statuten stelt dat duurzaamheid, gezondheid en diversiteit vooropstaan. Winstmaximalisatie is niet langer het leidende beginsel. KPMG richt zich de laatste tijd meer en meer op de platformindustrie en kijkt naar startups met een maatschappelijke missie.

Enterprises à mission (missie-gedreven ondernemingen) komen in rap tempo op in heel Europa. Freedom zal aansluiten bij de nieuwe rechtsvorm die het kabinet van plan is te introduceren, de Besloten Vennootschap met een Maatschappelijk doel. Zo’n sociale

onderneming mag zich “bvm” noemen. Uitgangspunt is daarbij dat de onderneming zijn product of dienst levert primair om bij te dragen aan een maatschappelijk doel dat is vastgelegd in de statuten in plaats van vanuit een winstdoelstelling.

Hieruit is de productvisie van Freedom ontstaan: uitstekende technische platforms en service (zowel in sales als in helpdesk) met zoveel mogelijk in de techniek ingebakken bescherming van privacy, security en bevordering van gluurvrij gebruik van internet. Winst maken is natuurlijk noodzakelijk om verder te kunnen groeien en te innoveren maar mag niet ten koste gaan van de missie.

3.3 De missie van Freedom

Freedom staat voor een vrij, open en toegankelijk internet voor iedereen, waarbij veiligheid, privacy, gluurvrij en kwaliteit onze kernwaarden zijn. Op de website van Freedom is uitgebreid beschreven waar Freedom voor staat:

- **Vrijheid:** we staan voor een vrij en open internet. Dat doen we door ons in het maatschappelijk debat te mengen en actief op te komen voor digitale burgerrechten. Niet alleen voor onze leden/klanten, maar voor alle internetgebruikers.
- **Privacy:** we gebruiken onze technische expertise om onze diensten zo in te richten dat ze de privacy waarborgen. Dat doen we ook en vooral met onze eigen IT-systemen die de bedrijfsvoering ondersteunen. Onze diensten beschermen je “online leven” en verbeteren je privacy.
- **Kwaliteit:** tevreden klanten en blije medewerkers zijn de basis van een gezond bedrijf. Het belang van klanten en medewerkers staat altijd voorop. Dat is maatschappelijk verantwoord en zuiver ondernemen. Zo kunnen we de beste service leveren.
- **Geen winstmaximalisatie:** niet winst is onze primaire drijfveer, maar het leveren van echt goede diensten, zowel technisch als maatschappelijk. We willen en gaan het anders doen dan ‘de techreuzen’, die vooral (ook stiekem) veel data over hun klanten verzamelen, om zo steeds meer aan ze te verdienen. Wij verzamelen geen data, niet anders dan om een factuur te sturen of een klant te kunnen helpen als deze belt met een vraag of probleem. Het betekent niet dat we geen winst willen maken, want dat hoort nu eenmaal bij een gezonde bedrijfsvoering. Maar winst maken is geen doel op zich, het doel is om verder te innoveren, te optimaliseren en bij te dragen aan maatschappelijk nut. Daartoe herinvesteren we de winst deels in het bedrijf. Uitgekeerd dividend wordt door de grootaandeelhouder Stichting Appeltaart besteed aan maatschappelijke doelen rond het verbeteren van internet. De overige certificaathouders ontvangen hun winstdeel.

4 Onze juridische vorm

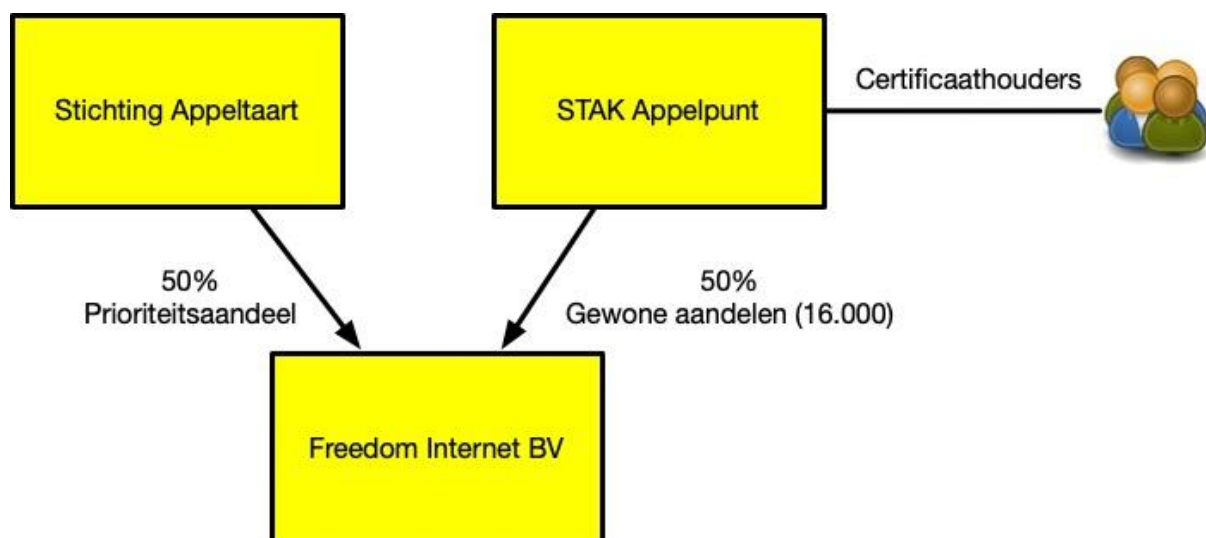
Een bedrijf oprichten is niet zo ingewikkeld: inschrijven bij de KVK, een oprichtingsakte met statuten laten opmaken en deze laten passeren bij een notaris. Dit hebben we natuurlijk ook met Freedom Internet B.V. gedaan.

Het actiecomité "XS4ALL moet blijven" heeft op 25 maart 2019 stichting Appeltaart opgericht. Stichting Appeltaart is nu nog de enig aandeelhouder van Freedom internet BV. Dat verandert natuurlijk door deze crowdfunding campagne.

Freedom Internet BV is op 7 mei 2019 opgericht en heeft zichzelf bekend gemaakt op 11 november om 11.11 uur. Stichting Appeltaart heeft een prioriteitsaandeel met een vetorecht om de missie van Freedom te beschermen. Hierdoor zijn vijandige overnames niet mogelijk. In de statuten van Freedom zijn de idealen/missie vastgelegd in het zogenaamde 'corporate charter'. Deze is terug te vinden op de site van Freedom. Stichting Appeltaart controleert of Freedom zich aan het corporate charter houdt.

Bij winst uit de onderneming Freedom zal stichting Appeltaart acteren als een fonds waaruit initiatieven voor innovatieve en/of maatschappelijke oplossingen met betrekking tot het internet gefinancierd kunnen worden.

Stichting Appeltaart heeft 50% van haar belang afgestoten aan Freedom Internet om nieuwe aandelen uit te kunnen geven die via een STAK als certificaat te koop worden aangeboden aan geïnteresseerden. Dit verloopt via een zogenaamde stichting administratiekantoor ('STAK') en in dit geval is dat de stichting administratiekantoor Appelpunt.



5 Governance

5.1 Raad van Commissarissen

Het bestuur van de stichting Appeltaart functioneert min of meer als een raad van Commissarissen; er wordt regelmatig gespard met het management en gelet op de doelstellingen en de realisatie daarvan. In het bestuur hebben zitting:

- Doke Pelleboer, voorzitter, oud-directeur xs4all;
- Sjoera Nas, privacy expert;
- Gerdien Dalmulder, marketing expert;
- Roel Elshout, ondernemer.

Het bestuur wordt permanent bijgestaan door Piet Sippens Groenewegen, advocaat.

5.2 Raad van Advies

Het management van Freedom laat zich adviseren door de Raad van Advies. De samenstelling van de Raad van Advies bestaat uit een zeer gemengde groep van experts op diverse vlakken en is terug te vinden op de website van Freedom: <https://freedom.nl/over-freedom/waar-freedom-voor-staat/raad-van-advies>

5.3 Managementteam Freedom

Het managementteam van Freedom Internet bestaat uit de volgende personen:

- Anco Scholte ter Horst, algemeen en statutair directeur;
- Twan Welboren, verantwoordelijk de dagelijkse operatie;
- Christian Fictoor, verantwoordelijk voor de marketing;
- Jochem de Ruig, verantwoordelijk voor de financiën;
- Bibi van Alphen, privacy officer en public affairs.

Naast dit Management Team heeft Freedom ook nog een Functionaris Gegevensbescherming, Arnold Roosendaal. Dit is voor een organisatie van onze omvang niet verplicht maar wij vinden het in het kader van goede controle op ons privacybeleid van groot belang.

6 Benodigd kapitaal

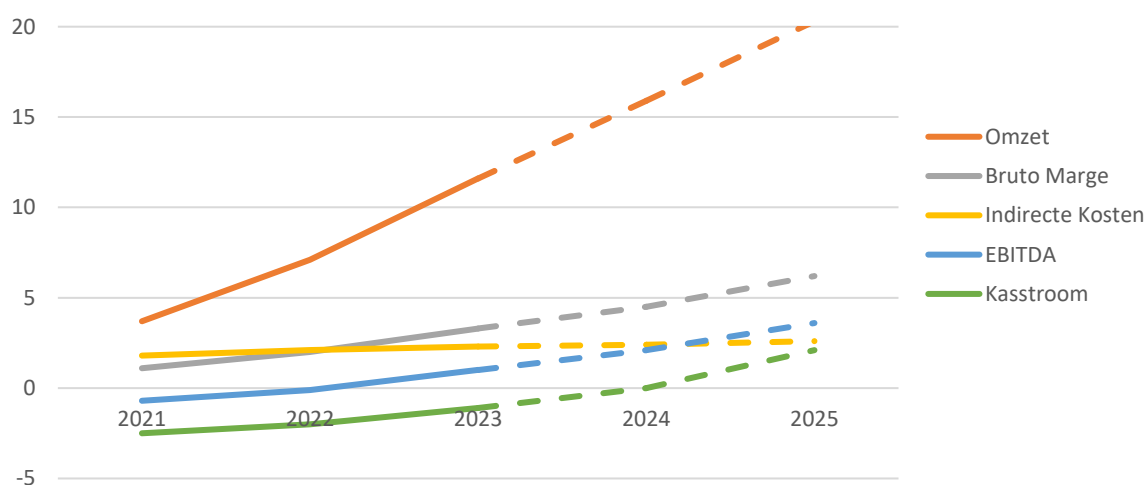
6.1 – Huidige Financiële situatie

In 2019 is Freedom gestart, met in november 2019 de succesvolle crowdfund campagne en de introductie van het Founding membership. Meer dan 15.000 founding members meldden zich in november 2019 aan wat er voor zorgde dat Freedom in 2019 een gezonde financiële uitgangspositie had. In 2020 is begonnen met het uitrollen van de dienstverlening en het aansluiten van klanten. Eerst in kleinere aantallen gefaseerd, later kon iedereen zich aanmelden. In 2020 is geïnvesteerd in zowel infrastructuur, het Freedom bestel software platform als in klantaansluitingen. Door marktomstandigheden en COVID19 waren de klanten aantallen lager dan oorspronkelijk gepland. Er is in 2020 een groei van de omzet gerealiseerd van meer dan een miljoen euro met een negatieve kasstroom, welke overigens reeds was begroot. Na alle investeringen en het opzetten van de ISP gaan we onze marketing intensiveren en productportfolio uitbreiden, verbeteren en stroomlijnen.

6.2 – Financiële prognose

Aan de hand van de groei van de verwachte aantallen klanten zal de omzet toenemen van circa € 4 miljoen in 2021 naar circa € 12 miljoen in 2023, de directe kosten zullen navenant toenemen met een verwachte brutomarge van circa 30%. De EBITDA zal de eerste 2 jaar nog negatief zijn en zal naar verwachting vanaf 2023 positief worden. De kasstroom zal voor de jaren 2021 – 2023 nog negatief zijn.

In onderstaande grafiek geven we op basis van onze huidige kennis een best effort prognose voor de financiële situatie van Freedom voor 2021 tot en met 2023. Ter indicatie zijn cijfers voor 2024 en 2025 geëxtrapoleerd op basis van de ontwikkeling 2021-2023. Het spreekt voor zich dat cijfers die betrekking hebben op een periode die verder gelegen is in de toekomst met grote terughoudendheid moeten worden beoordeeld.



6.3 Financiering

Voor de doorgroei van Freedom is er extra kapitaal nodig. Er worden 16.000 certificaten uitgegeven voor een uitgifteprijs € 250,- per certificaat. Maximaal kan via deze campagne dus € 4 miljoen worden opgehaald. Het minimum bedrag dat we willen ophalen is € 2 miljoen. Een certificaat zal 0,003125% van het aandelenkapitaal vertegenwoordigen.

In het geval dat alle certificaten worden verkocht, worden we in staat gesteld om de geplande product verbeteringen, marketing efforts en natuurlijk de invulling van onze missie in de komende jaren verder uit te bouwen. Bij een lagere opbrengst zullen we keuzes maken in onze plannen waarbij onze missie en de klant leidend zullen zijn. Als we het minimum bedrag van € 2 miljoen onverhoopt niet halen dan zullen we ons moeten beraden op andere alternatieven.

Met deze crowdfundingcampagne verbetert onze kapitaalpositie. Dit zorgt voor een gezonde financiële basis om een verdere stap te zetten in de ontwikkeling van Freedom voor de lange termijn.

6.4 Rendement

Rendement op de certificaten kan op twee wijzen verkregen worden:

1. Bij een positief resultaat van Freedom kan er besloten worden om dividend uit te keren.
2. Bij groei van de onderneming kan de waarde van het certificaat toenemen. Natuurlijk kan bij tegenvallende resultaten de waarde ook afnemen. De waarde van het certificaat wordt bepaald door de resultaten en vraag en aanbod gedurende deze verhandelbaarheidsperiode. Twee maal per jaar is een certificaat verhandelbaar.

De eerstkomende jaren zal er nog geen rendement op een certificaat worden uitgekeerd. We zullen eerst de lening van de eerste crowdfundingcampagne aflossen. Daarnaast zullen we de komende jaren het beschikbare kapitaal gebruiken om de groei van Freedom te financieren. In de jaren na 2023 verwachten we een structureel positieve EBITDA en kasstroom en zal jaarlijks door de aandeelhouders op voorstel van de directie van Freedom worden bepaald of er dividend wordt uitgekeerd en hoeveel dit dan zal zijn.

Dat betekent dat we verwachten 2025 te kunnen starten met het uitkeren van dividend.

Om de certificaathouders te informeren over de voortgang bij Freedom Internet zal er jaarlijks een leesbaar jaarverslag worden opgesteld en zal er jaarlijks, na het verschijnen van dit verslag, een informatiebijeenkomst voor certificaathouders georganiseerd worden.

7 Inschrijven, prognoses en aansprakelijkheid

Het invullen van het inschrijfformulier is een intentieverklaring tot investeren in een certificaat. Stichting Appelpunt zal vervolgens een check uitvoeren op de legitimiteit en omvang van de inschrijving. Ook kan een check worden gedaan op de identiteit van de aanmelder (zoals bijvoorbeeld het emailadres). Daarna volgt een toewijzing van één of meerdere certificaten aan de inschrijvende geïnteresseerden via een elektronische plaatsingsovereenkomst. Na elektronische bevestiging van de door de geïnteresseerde geaccepteerde plaatsingsovereenkomst en nadat de bijbehorende gelden zijn gestort, worden de dan gerechtigde certificaathouders bijgeschreven in het certificatenhoudersregister.

Stichting Appelpunt kan zonder opgave van reden een investering weigeren. Daarnaast kan zij tevens de inschrijvingsperiode verlengen, verkorten of opschorten dan wel de aanbieding en uitgifte van certificaten intrekken voorafgaande of gedurende de inschrijvingsperiode. Voor zover nodig zullen reeds betaalde gelden geheel of gedeeltelijk worden teruggestort. Stichting Appelpunt, stichting Appeltaart en Freedom Internet BV aanvaarden geen enkele aansprakelijkheid voor enige schade die in verband met de crowd funding campagne zou worden geleden.

De in deze prospectus opgenomen aannames, prognoses en inschattingen zijn gebaseerd op de ten tijde van de totstandkoming van deze prospectus geldende (markt-) omstandigheden en toepasselijke wet- en regelgeving, alsmede informatie die de opstellers van deze prospectus naar eer en geweten als betrouwbaar hebben gekwalificeerd.

Stichting Appelpunt, stichting Appeltaart en Freedom Internet BV, haar bestuurders en haar adviseurs sluiten binnen de wettelijke kaders elke vorm van aansprakelijkheid voor schade of inkomstenderving, al dan niet voorzienbaar, voortvloeiend uit hun handelen en/of nalaten uitdrukkelijk uit. Er zullen ongetwijfeld verschillen ontstaan tussen de prognoses gepresenteerd in deze prospectus en de feitelijke situatie ten tijde van en gedurende de looptijd van het project waarvoor financiering wordt gezocht. Die verschillen kunnen materieel zijn. Er wordt door Stichting Appelpunt, stichting Appeltaart noch Freedom Internet BV geen enkele garantie gegeven, ook niet op de gepresenteerde prognoses van resultaten en rendementen.