Informatie Memorandum ten behoeve van Financiering WasBundles Brugkrediet 2022-2023

Over dit document

Dit document dient als basis voor de besluitvorming omtrent de investering in de WasBundles Brugkrediet 2022-2023 obligatie. Op basis hiervan kan bepaald worden of er materiële afwijkingen zijn geweest tussen de plannen en de realisatie van de Uitgevende Instelling.
Dit document is onlosmakelijk verbonden aan de volgende andere documenten:

- ObligatieVoorwaarden: 20221205 WasBundles+Brugkrediet 2022-2023 voorwaarden final.pdf
- Liquiditeitsbegroting: 20221124 Begroting WasBundles 2022-2025
- Organigram: 20221128 Organigram Bundles

De BundlesInvest Crowd en Bundles Partners mogen dit document delen, maar het mag niet elders online of offline gepubliceerd worden.

Samenvatting

Er moet een bestaande lening afgelost worden. De verstrekker van die lening is flexibel en gunt ons de nodige tijd, maar verwacht wel een aflossing omdat hij het geld nodig heeft voor zijn eigen business. De reserves van WasBundles en moederbedrijf Bundles zijn daarvoor niet toereikend op dit moment. Daarom haalt WasBundles €150.000 tot max €300.000 euro aan nieuw brugkrediet op.

BundlesInvest wil haar verplichting aan geldverstrekkers altijd nakomen. Zonder de bestaande lening of het nieuwe brugkrediet vindt moederbedrijf Bundles de reserves van WasBundles te laag om nieuwe apparaat-obligaties te verkopen ter financiering van extra apparaten. Daardoor kan WasBundles niet zo hard groeien als ze zou willen en dat terwijl de vraag enorm aantrekt.

Als WasBundles alleen schulden heeft die gelinkt zijn aan apparaten/onderpand is dat gezonder. Het streven is dan ook om het brugkrediet binnen 30 maanden af te lossen en vanuit die positie met risicokapitaal de boel verder te versnellen. Om deze positie sneller te bereiken en de looptijd van het burgkrediet verder in te korten heeft WasBundles in de afgelopen 6 maanden een reorganisatie doorgevoerd en met succes. We hebben in die periode wel 94x ‘nee’ moeten verkopen en er staan nog 25 klanten op de wachtlijst voor een wasabonnement, maar nu ligt er een goede basis om door te groeien.

Daarom vragen we de BundlesInvest Crowd om dit brugkrediet te verstrekken. In één keer € 300.000 ophalen zal leiden tot een extra groeiversnelling, maar met in eerste instantie €150.000 is het miinimale doel al behaald.

Het is bijna 9 jaar geleden dat WasBundles haar eerste apparaten plaatste. Het is fantastisch dat Bundles en haar Partners er een winstgevend bedrijf van hebben kunnen maken, dat klaar is om de markt voor Products-as-a-Service groot te maken. Het mooie initiatief is nu nog actueler dan in de begindagen.

Inhoudsopgave

1. **Tijdslijn ontwikkeling WasBundles**
2. **Aanleiding voor Financiering**
3. **Risico vs Rendement**
4. **Belangrijkste prestatie indicatoren**
5. **Overwegingen van het management**

1. Tijdslijn WasBundles



Begin 2014 is Bundles vanuit Rockstart gestart met de verkoop van Wasbundles abonnementen. Consumenten betalen een vergoeding voor het gebruik van een Miele witgoed apparaat en bijbehorende service. Door de apparaten lang te laten draaien, veel te laten draaien en per kilo schone was te besparen op water, wasmiddel en energie wassen we de wereld schoner.

Eind 2014 zijn Stichting DOEN, Miele en nog 2 strategische investeerders overtuigd en krijgt Bundles haar eerste lening. Wasbundles groeit tussen 2015 en 2017 van 25 naar 1000 abonnementen. Na veel gepuzzel lukt het om apparaten te financieren. En met CoffeeBundles op de plank als 2e showcase overtuigen we een nieuwe Lead-Investor om een vervolginvestering te doen.

Dat was eind 2017. Eind 2018 hebben we 2000 abonnementen, maar er ontstaan zorgen over de winstgevendheid van de abonnementen en de apparaat financiering stagneert.

Halverwege 2019 worstelt het team hier te veel mee en het valt grotendeels uit elkaar. Na een fixe reorganisatie lanceren we Eind 2019 BundlesInvest en met succes. CoffeeBundles groeit hard, mede door de opkomst van het Coronavirus. De markt voor WasBundles abonnementen wordt echter hard geraakt. We hebben 2021 gebruikt om de operatie en de tarieven verder te finetunen, maar de vaste kosten bleven grotendeels doorlopen, dus raakten de reserves op.

Eind 2021 haalt CoffeeBundles € 250.000 euro aan groeikapitaal op en wordt CoffeeBundles een apart bedrijf, met Bundles nog wel als belangrijke leverancier. Zij kunnen weer doorstomen. De stilstand (100 apparaten op de piek) van Wasbundles was en is nog steeds weggewerkt.

Begin 2022 is het Coronavirus weer weg en slaan de nieuwe Campagnes van CoffeeBundles niet meer aan. De orders voor nieuwe Wasmachines worden niet uitgeleverd omdat Miele een productieachterstand heeft. In Mei besluiten we om geen nieuwe BundlesInvest obligaties voor CoffeeBundles en WasBundles meer uit te geven omdat blijkt dat er een brugkrediet dat in 2017 is verstrekt afgelost moet gaan worden voor het einde van het jaar en we niet hard genoeg groeien om dat te realiseren.

Op 1 oktober 2022 is de reorganisatie afgerond: andere afspraken met CoffeeBundles, minder personeel op de administratie/debiteurenbeheer, uitfasering van oudere, minder winstgevende tarieven voor WasBundles en een plan om de dure Bundles Buddy Software te vervangen.

Op 8 november 2022 geven de aandeelhouders van Bundles akkoord om het WasBundles Brugkrediet op te halen via een nieuwe eigen fundingsite: invest.bundles.nl.

2. Aanleiding voor de financiering

Het brugkrediet, dat in 2017 is verstrekt om een extra boost te geven aan de apparaat financiering, zou terugbetaald moeten worden na 5 jaar. Maar zoals je net hebt kunnen lezen is het begrote resultaat nog niet behaald. Als de lening verstrekker het geld nu niet ergens anders voor nodig had gehad, was er geen probleem geweest, maar het verzoek tot terugbetaling willen we graag inwilligen.

Bundles heeft sinds eind 2019 de focus volledig op het winstgevend maken van WasBundles en CoffeeBundles gelegd. De systemen waren nog niet volwassen genoeg om in meer verschillende categorieën actief te worden en bovendien is het dan maar de vraag hoeveel schaal er in een nieuwe categorie behaalt kan worden. Gevolg is wel dat moederbedrijf Bundles niet de reserves heeft opgebouwd om de bestaande WasBundles lening over te nemen. De winst komt momenteel uit Wasbundles en daarom hebben we ervoor gekozen om het nieuwe brugkrediet door Wasbundles op te laten halen, zodat de daar opgebouwde reserves eerst gebruikt kunnen worden om dit brugkrediet af te lossen.

3. Risico versus Rendement

Zoals je in de Begroting Wasbundles 2022-2025 kunt zien loopt de winst van WasBundles momenteel op. Een deel van de winst wordt weer geïnvesteerd in de groei van het abonnementenportfolio. En de rente op de lening loopt natuurlijk nog een paar jaar door, maar we doen realistische aannames als het gaat over groei, acquisitiekosten, bruto marge of oninbare debiteuren.

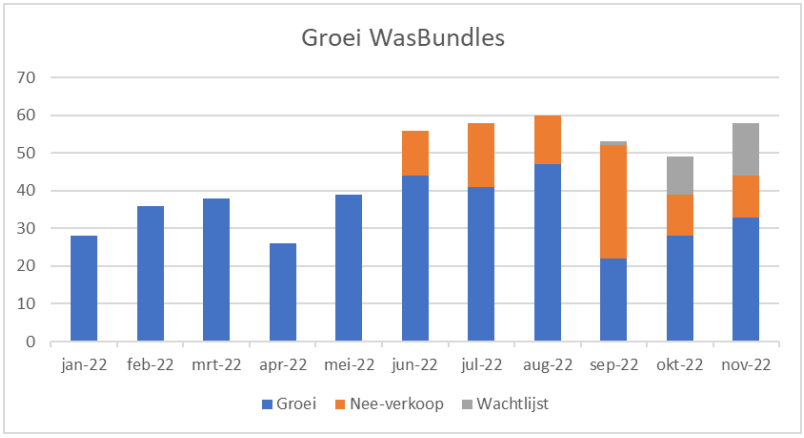
Het rendement op de obligatie hebben we vastgesteld op 6,5%. Dit is evenveel als het rendement op de bestaande lening. Het is een lening zonder onderpand, maar zoals je in de begroting kunt zien groeit de afloscapaciteit de afgelopen jaren en zal deze als gevolg van de aanpassingen die zijn doorgevoerd nog verder oplopen.

Qua risico's hebben we in de afgelopen jaren veel geleerd. Veel kapitaal van Bundles is geïnvesteerd in groeicampagnes en in nieuwe categorieën. Dat waren risico-investeringen waarbij het heel moeilijk te voorspellen was wat het rendement zou gaan worden. Aangezien het platform Bundles nu winstgevend kan draaien met alleen Wasbundles en er geen risico-investeringen meer gedaan hoeven te worden, liggen de risico's alleen nog maar bij de exploitatie van de wasmachines, drogers en vaatwassers. Deze risico's zijn beperkt, kunnen we stellen op basis van de opgedane ervaring. Ze zijn hieronder verder uitgewerkt.

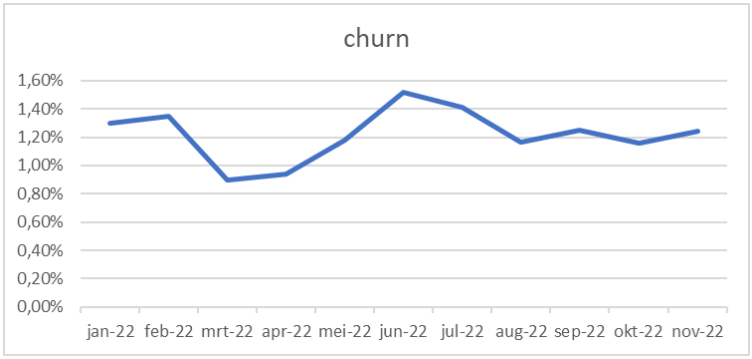
a. Groei

In bijgaande grafieken zie je de ontwikkeling van de nieuwe contracten, het percentage opzeggers en de acquisitiekosten per contract. Het risico dat we niet kunnen groeien is beperkt en lijkt op het moment vooral af te hangen van de beschikbaarheid van apparaten.

Voor de afgelopen maanden is bij de groei ook het aantal ‘nee’ verkopen en de wachtlijst opgeteld om een reëel beeld te scheppen van hoe hard we gegroeid waren als we voldoende apparaten hadden gehad. Per 1 oktober zijn de advertenties uitgezet en staat er op de website “tijdelijk beperkt beschikbaar”.

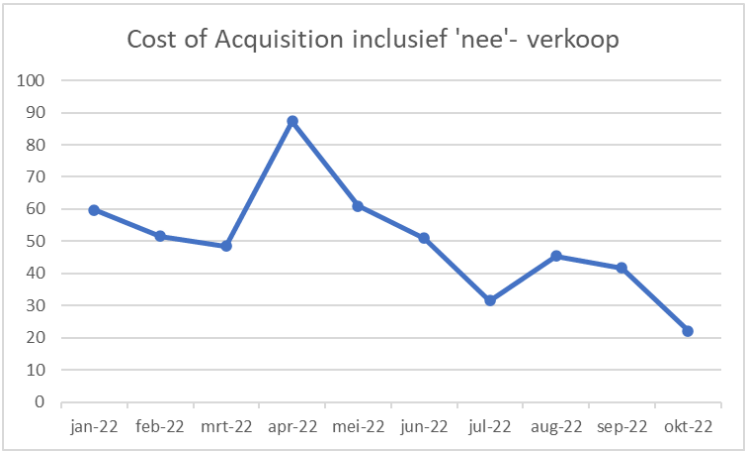


Inmiddels zijn de leveringsproblemen bij Miele opgelost en kunnen we na de verkoop van nieuwe apparaat-obligaties weer gewoon doorgroeien.



Het percentage van de abonnees dat iedere maand opzegt is al tijden stabiel. Zelfs na de prijswijziging aangekondigd eind september is de ‘churn’ stabiel. In oktober hebben we zelfs ook nog een batch abonnementen stopgezet als gevolg van wanbetaling. Het seizoen patroon is wel goed zichtbaar.

De acquisitiekosten per contract (CAC) vertonen een neergaande trend en dat terwijl het aantal verkopen stijgt. In deze cijfers zijn de ‘nee’ verkopen en wachtlijst ook meegenomen. Januari en Februari 2023 zijn altijd goede verkoopmaanden. Hopelijk kunnen we de advertenties iets opschroeven en de 100 abo’s per maand weer aantikken.

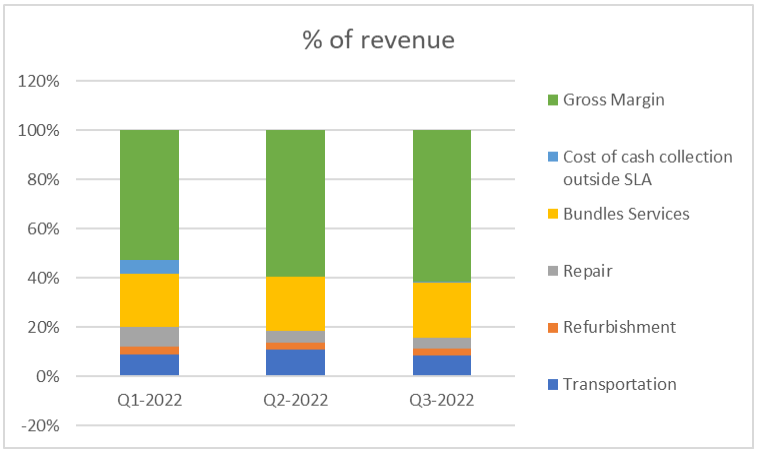


Dat BlueMovement in November weer een radio-campagne heeft gedraaid, lijkt eerder in het voordeel van WasBundles te werken, dan in het nadeel. Ook de lancering van CoolBlue abonnementen heeft eerder een positief dan een negatief effect gehad op de WasBundles verkoop.

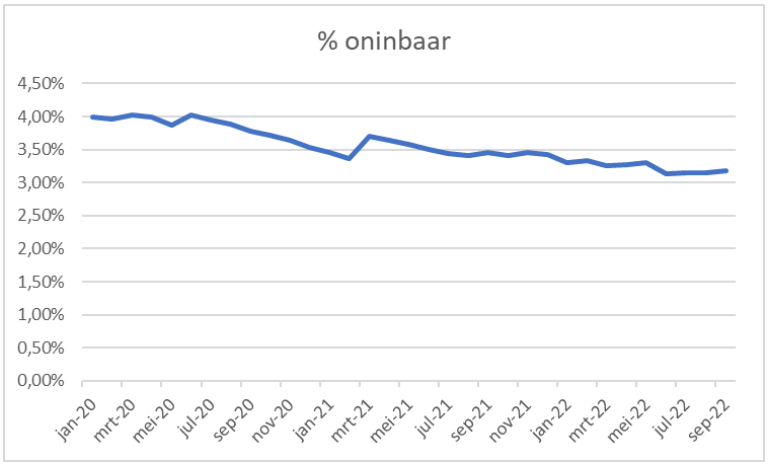
b. Bruto marge

Zoals in de liquiditeitsbegroting te zien is de Bruto Marge een optelsom van de omzet minus de kosten voor transport, refurbishment, reparatie, Bundles services en incassokosten. De marge op wasmiddelen en de verkoop van apparaten zit ook in deze bruto marge, maar deze is begroot op 0. De marge op Wasserette abonnementen zit wel in de begroting en hier ligt nog een grote kans voor WasBundles.

De kosten in de afgelopen kwartalen variëren maar beperkt. De kosten voor de Bundles services staan vast. Met name de kosten van reparaties en transport bieden nog kansen, maar prijsstijgingen in deze hebben maar een beperkt effect op de bruto marge. Enige risico, wat ook terugkomt bij het volgende onderwerp is dat de kosten voor incasso kunnen gaan stijgen als gevolg van verlaging van de koopkracht



c. Oninbare debiteuren

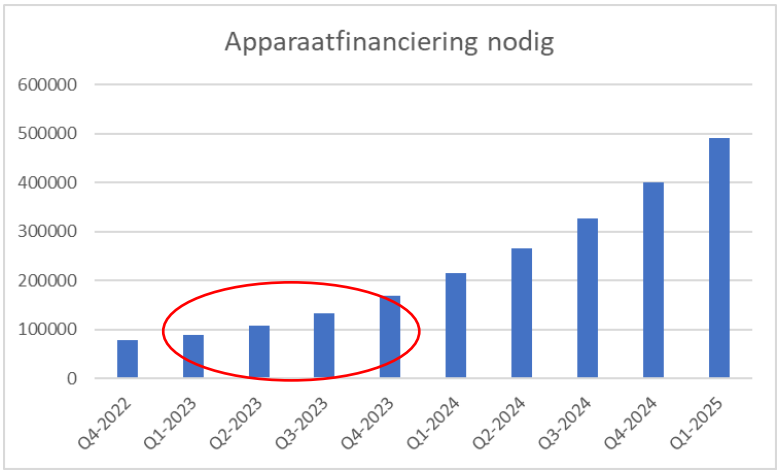


Het percentage van de omzet dat we moeten afschrijven is al bijna 3 jaar dalende. In December 2021 hebben we onze eigen FacturatieModule geïmplementeerd en deze is nog niet eens helemaal af. Het risico op wanbetaling is er dus, maar op basis van deze cijfers verwachten we niet dat het ineens gaat stijgen naar 5 of 6%.

d. Financiering

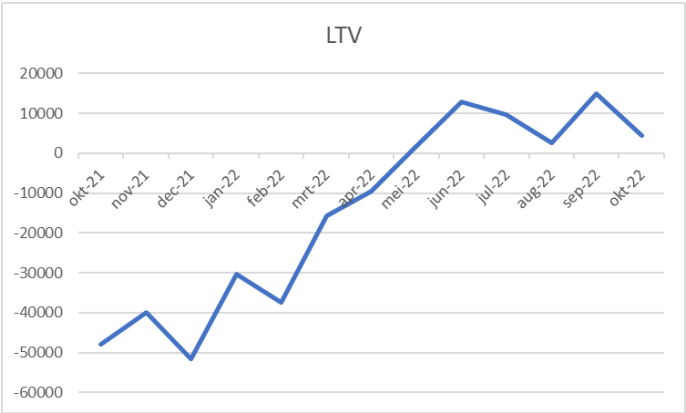
Afhankelijk van de groei moeten er meer apparaten worden ingekocht. De prijzen van de Miele apparaten gaan iets omhoog, maar dat heeft een beperkt effect; belangrijkste is dat ze weer snel leverbaar zijn. De levering van de Bundles Buddy was een uitdaging omdat we deze in grote batches moesten inkopen en dus voorfinancieren. Door gebruik te gaan maken van retour buddies van CoffeeBundles kunnen we de komende tijd nog wel vooruit zonder in één keer een grote batch te moeten inkopen. Daarnaast heeft de helft van de apparaten die we nu inkopen zelf een WiFi module.

Om de gebudgetteerde groei te financieren moeten we in 2023 een half miljoen euro aan apparaat financiering ophalen. In het eerste halfjaar van BundlesInvest haalden we € 200.000 op. De spaarrente gaat wel omhoog, maar we verwachten dat de capaciteit van BundlesInvest voldoende is om deze groei bij te benen. Als we harder groeien en meer reserves opbouwen worden de obligaties ook aantrekkelijker.



4. Belangrijkste prestatie indicatoren

WasBundles wordt gestuurd op basis van de LifeTimeValue (LTV) van een abonnement. Op basis van de historische opbrengsten, kosten en contractduur wordt berekend hoeveel een abonnement gedurende zijn looptijd gaat opleveren aan waarde. Zolang deze stijgende is gaat het goed. Er moet een voldoende stijging inzitten om het gewenste perspectief (3x zoveel waarde als dat het kost om het abonnement te acquireren) te bereiken. De LTV is gebaseerd op een discountfactor van 10%, dus een euro waarde in jaar 2 is 10% minder waard dan in jaar 1. Daarnaast wordt gerekend met afschrijving van de apparaten in 10 jaar en buddies in 5 jaar. Na 9 jaar ervaring kunnen we wel stellen dat de apparaten langer meegaan en de LTV dus een flinke boost krijgt als de eerste apparaten helemaal afgeschreven zijn.



De acquisitiekosten per contract is daarmee de tweede belangrijke prestatie indicator. Hoeveel kost het om een abonnement te werven dat dezelfde of een hogere waarde heeft. Als je sneller wilt groeien moet je nieuwe marktsegmenten aanboren, meer uitgeven in hetzelfde marktsegment of het marktsegment zelf moet groeien. Aangezien de markt groeit kunnen we dus met dezelfde acquisitiekosten harder gaan groeien.

5. Overwegingen van het Management

Marcel Peters, oprichter van Bundles en manager van WasBundles aan het woord.

Als ik terugkijk op de afgelopen jaren zie ik veel vooruitgang. We hebben ook tegenslagen gehad waar we sterker uit zijn gekomen. De druk die op mij en op het team was soms te groot, maar ook daar weten we nu wat we wel en niet aankunnen. We zijn 'in control'. Ik ben trots op wat er nu staat en we staan er nu beter staan dan ooit. Als deze herfinanciering ook weer lukt, kunnen we maximaal van de voordelige marktsituatie gebruik te maken.

In dit memorandum is veel geschreven over risico's. De meeste risico's hebben we inmiddels leren kennen en onder controle. Dit heeft het draagvlak bij het Bundles team, de klanten, partners en investeerders vergroot en dat motiveert mij weer om lekker door te gaan. De ontwikkelingen in de wereld halen de aandacht soms weg bij de circulaire economie, maar de ontwikkelingen die nu spelen, zijn alleen maar een onderbouwing van de noodzaak om over te stappen naar deze nieuwe economische modellen.

Met betrekking tot de partners/leveranciers: We hebben in de afgelopen jaren enkele partners zien vertrekken: Procter & Gamble, Mempay, Avocado media, AgileXS. Dit hebben we allemaal goed op weten te vangen. Belangrijke partners als Miele, E-vontuur (tech development), Notilyze (analytics), Vonk (transport & refurbishment), FINC (accountant), Pimterest (Google Ads) en OnlinePaymentPlatform zijn toegewijd, geduldig en zien perspectief.

CoffeeBundles is een klant waar we erg trots op zijn, ook al groeien zij niet zo hard als ze zouden willen. Ik heb er alle vertrouwen in dat ook CoffeeBundles haar weg gaat vinden. In Oktober 2021 hebben ze hun eigen BV gekregen (spin-out uit Bundles Nederland BV). De risico's van CoffeeBundles zijn daarmee losgekoppeld van WasBundles. Zelfs als CoffeeBundles haar weg niet vindt of overstapt naar een andere partner als Bundles kan het platform Bundles doordraaien op enkel de omzet uit WasBundles.

'Google voor Spullen' is mijn grote droom. Ik heb me menig maal laten verleiden om meerdere klanten in meerdere categorieën te bedienen met Bundles om daar sneller te komen. Zoals eerder geschreven zijn we daar eind 2019 mee gestopt. Ook nu liggen er weer hele mooie kansen voor het grijpen: Nieuwe klanten waarvoor Bundles goud waard is en andersom. Na deze financiering wil ik weer 20% van mijn tijd aan dit soort kansen gaan besteden. We hebben niet de middelen om zelf nieuwe categorieën 'from scratch' op te zetten, maar kunnen onze diensten wel inzetten in andere categorieën zonder daar veel in te hoeven investeren.

Zelf heb ik inmiddels in 9 jaar, 6 jaar aan mgmt fee in Bundles geïnvesteerd. En daar komt dus het komend halfjaar nog bij. Mijn rendement is de impact die we maken, maar ik ben me ook gaan realiseren dat ik mezelf net als investeerders en medewerkers een gezond rendement moet bieden, qua impact, maar ook qua inkomsten. Het risico dat de investeerders nemen, ook weer met deze investering staat nog steeds in balans met het risico dat ik, als oprichter, zelf neem.