

2023

# Communicatie naar investeerders t.b.v. de ondernemershypotheek



Datum	Versie	Secties	Aangepast door	Goedgekeurd door	Aanpassingen
31-10-2023	1.0	All	DV / RK	Board	Creatie
1-11-2023	1.1.	3,4,8	DV	Board	Toevoeging NL voertaal Toevoeging SRC Toevoeging Tone of Voice
31-10-2024		All			Revisiedatum

## 1. Introductie

Dit beleid is opgesteld met inachtneming van de vereisten voor Mogelijk B.V. (hierna: Mogelijk) onder de European Crowdfunding Service Providers Directive (ECSP)<sup>1</sup> alsmede de vereisten zoals gesteld in hoofdstuk 4 van de draft EBA/RTS/2022/05<sup>2</sup>. Hierin worden eisen gesteld aan de communicatie van Mogelijk naar haar investeerders. Dit beleid geeft invulling aan deze vereisten.

## 2. Algemene regels voor communicatie aan investeerders

Mogelijk hecht er waarde aan zo transparant mogelijk te communiceren naar haar investeerders. Dit staat aan de basis van het vertrouwen dat investeerders uitspreken naar Mogelijk en dient daarom bewaakt te worden.

In al haar communicatie naar investeerders zal Mogelijk transparant communiceren en zal ervoor zorgdragen dat de verstrekte informatie volledig, actueel en niet misleidend is, ongeacht of dit gaat om algemene informatie of over een specifiek project waarin investeerders kunnen investeren.

Mogelijk hanteert hierbij het proportionaliteitsbeginsel: Hoe complexer de informatie is die Mogelijk presenteert aan de investeerder, hoe uitgebreider de toelichting is die Mogelijk hierbij verstrekt (en vice versa).

De communicatie aan de investeerders zal naast volledig, actueel en niet misleidend, ook zijn gepresenteerd op een eenvoudige en begrijpelijke manier. Met eenvoudig taalgebruik. De voertaal van Mogelijk is Nederlands.

We proberen hierbij technische termen te voorkomen. Indien het nodig is om technische termen te gebruiken, dan zal Mogelijk ervoor zorgdragen dat deze termen duidelijke worden uitgelegd, b.v. door een definitie toe te voegen of te verwijzen naar nadere uitleg in “frequently asked questions”.

---

<sup>1</sup> [L\\_2020347NL.01000101.xml \(europa.eu\)](#)

<sup>2</sup> [RTS on crowdfunding for service providers .pdf \(europa.eu\)](#)

### 3. Algemene regels voor communicatie aan investeerders

Qua tone of voice is het voor Mogelijk van groot belang dat de informatie kort, bondig en voor iedereen toegankelijk is. Geen ingewikkelde financiële terminologie, maar duidelijke taal. Zeker omdat ondernemers niet per definitie financieel onderlegd zijn – een aankoop van een bedrijfspand is immers geen dagelijkse activiteit – is Mogelijk hier zeer scherp op, in alle vormen van communicatie.

### 4. Structuur van communicatie

Mogelijk is er op gericht dat de informatiedragers goed gestructureerd zijn. De bezoeker moet gemakkelijk zijn weg vinden op de website (de belangrijkste drager). Mogelijk is compleet in de informatievoorziening en zorgt ervoor dat informatie binnen de website goed vindbaar is zodat de bezoeker de voor hem of haar relevante informatie snel beschikbaar heeft. Kort en bondig in basis en vervolgens meer uitgebreid.

### 5. Cijfermatige communicatie

Het kan waardevol zijn om cijfermatige informatie te verstrekken aan investeerders. Een voorbeeld hiervan is het leningportefeuille overzicht van Mogelijk. Toch kunnen cijfers ook misleidend zijn of juist onduidelijkheid opleveren.

Mogelijk zal daarom:

- ✓ altijd cijfermatige publicaties voorzien van een tekstuele uitleg;
- ✓ Ook zal Mogelijk altijd een publicatiedatum van de cijfers weergeven, zodat een investeerder kan controleren hoe actueel de cijfers zijn.

### 6. Tijdslijnen

Mogelijk stelt periodiek informatie beschikbaar aan investeerders. De frequentie van het aanbieden van informatie kan verschillen per onderwerp. De stelregel daarbij is: Hoe urgenter de informatie, hoe sneller dit beschikbaar moet komen voor de investeerder zolang de kwaliteit daarmee maar gewaarborgd blijft.

#### 6.1. Informatie ten aanzien van projecten

Elke dinsdag publiceert Mogelijk de projecten waar in geïnvesteerd kan worden. Projecten worden pas gepubliceerd indien alle noodzakelijke informatie beschikbaar is en kan worden gegeven aan investeerders. Mogelijk zal dit altijd doen via het informatiememorandum. Indien er nog informatie ontbreekt, maar dit geen essentiële informatie is voor publicatie, dan neemt Mogelijk dit ook op in het informatiememorandum.

#### 6.2. Leningportefeuille

Mogelijk publiceert ten minste jaarlijks een overzicht van de leningportefeuille op haar website. Hierin wordt onder meer de verzuimgraad vermeld. Mogelijk streeft er naar om deze frequentie te verhogen naar eens per kwartaal. Indien er sprake is van publicatie van onjuiste informatie, dan zal Mogelijk deze informatie zo spoedig mogelijk na ontdekking herstellen.

## 7. Rollen bij opstellen en valideren van informatie

Medewerkers met verschillende rollen hebben een deelverantwoordelijkheid binnen het informatieproces. Hieronder volgt een korte beschrijving van de verschillende rollen en hun onderdeel in het informatieproces:

- Vastgoedspecialist: De vastgoedspecialist verzamelt relevante informatie om een goede validatie van de waarde van een object te uitvoeren. Informatie wordt aangeleverd door de projecteigenaar en verzameld uit externe bronnen. Indien er aanvullende informatie beschikbaar komt gedurende het aanvraagproces, dan valideert de vastgoedspecialist ook deze informatie;
- Accountmanager: De accountmanager voert het gesprek met de projecteigenaar. De accountmanager legt alle informatie vast in 'Portal' en verzamelt daarna, waar nodig, aanvullende informatie om de opgegeven informatie van de projecteigenaar te valideren;
- Interne Accountmanager: De interne accountmanager verzamelt alle benodigde documentatie van de projecteigenaar en externe bronnen. De interne accountmanager is de poortwachter voor de validatie van informatie en controleert de compleetheid van de informatie. De interne accountmanager stuurt de accountmanager aan als gegevens ontbreken, of haalt de informatie pro-actief op bij de projecteigenaar. Op basis van deze informatie stelt de interne accountmanager het informatiememorandum op.  
Nadat de interne accountmanager heeft gevalideerd dat alle informatie volledig en compleet is en het informatiememorandum klopt, wordt het project aangeboden aan het management voor review;
- Management: Elke aanvraag moet langs het management voor een managementreview. Het management controleert wederom of de informatie compleet en accuraat is. Indien dit het geval is, mag het project worden gepubliceerd.

## 8. Stichting Reclame Code (SRC)

De Stichting Reclame Code (SRC) houdt zich bezig met het zelfreguleringssysteem van reclame in Nederland. Zelfregulering houdt in dat de reclamebranche (adverteerders, reclamebureaus en de media) in samenwerking met de Consumentenbond (CB) de regels formuleert waaraan reclame moet voldoen. Zowel de reclamebranche als de consumenten zijn vertegenwoordigd in het bestuur van SRC (consumenten door de Consumentenbond) en in de Reclame Code Commissie en de Raad van Beroep.

De reclameregels zijn te vinden in de Reclame Code. (<https://www.reclamecode.nl/english/>). De sales & marketing activiteiten van Mogelijk BV zullen altijd volgens deze code zijn. Daarnaast passen wij ook de AFM Leidraad Informatieverstrekking en eventuele nadere richtlijnen van de AFM toe voor al onze uitingen.

## 9. Communication Approval Process (CAP)

Voor alle externe communicatie, dat niet direct te maken heeft met projecten, is er een 'Communication Approval Process' ingericht. De bedoeling van dit proces om alle externe communicatie te beoordelen vanuit verschillende disciplines, voordat de communicatie daadwerkelijk wordt geuit.

De CEO en CFRO en het hoofd marketing zijn vaste leden van de CAP vergadering. Afhankelijk van het type communicatie, kunnen de managers commercie, operations en risk & compliance eveneens aansluiten bij dit proces.

De vaste leden zijn tevens verantwoordelijk voor het bijhouden en goedkeuren van het beleid. Zo vaak als nodig, zal dit beleid worden aangepast. Tevens is de CAP verantwoordelijk voor het borgen van de verplichte meldingen die Mogelijk moet doen bij haar reclameuitingen.