

**Let op! U belegt buiten AFM-toezicht.
Geen prospectusplicht voor deze activiteit.**



PROSPECTUS

**Freedom Internet B.V.
Crowdfunding 2022**

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 en speciaal over 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 en laten we je zien hoe we onze plannen voor een lange termijn positie van Freedom willen realiseren. Daarmee willen we 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 XS4ALL Moet Blijven zette ook 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 zijn besluit en startte de sluipende en langdurende integratie. Op 1 maart 2020 werd de vennootschap XS4ALL opgeven.

Het actiecomité 'XS4ALL Moet Blijven' schakelde in de tussentijd over op 'Plan B'. Een plan voor een nieuwe provider waar inmiddels maanden aan gewerkt was als alternatief. Op 11 november 2019 werd de naam Freedom Internet bekendgemaakt.

Om het benodigde startkapitaal te verkrijgen werd er in november 2019 een crowdfundingactie opgezet op basis van een leningsvorm. Deze crowdfunding was zeer succesvol. We haalden in drie dagen 2,5 miljoen euro op dankzij 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. Ook ontving je een Freedom e-mailadres en eventueel een gratis .NL domeinnaam. Ruim 15.000 mensen meldden zich hiervoor aan.

2 De internetmarkt en de positie van Freedom

De internetmarkt in Nederland bestaat uit 7.800.000 huishoudens die nagenoeg allemaal zijn voorzien van een aansluiting via één van de drie verschillende technologieën: DSL (de

oude koperlijnen van de telefoon), glasvezel en kabel. Het grootste deel van de markt is verdeeld tussen twee aanbieders: KPN en Ziggo Vodafone. Zij bezitten samen circa 83% van de markt. Het overige marktaandeel is verspreid over T-Mobile, CaiWay/DELTA Fiber en een aantal kleinere spelers.

De churn (het overstappen van klanten naar een andere provider) in de internetmarkt is laag en is in eerste instantie, vermoedelijk door de pandemie, nog minder geworden. Meer mensen waren afhankelijk van hun internetverbinding thuis en vreesden voor tijdelijke uitval als ze zouden overstappen. Het afgelopen jaar is daar verandering in gekomen en lijkt er juist sprake te zijn van meer overstappers. Dit is met name te verklaren door de verdere verglazing van Nederland. Jaarlijks wisselt nu ca. 8% van alle particuliere klanten van internetprovider. Meestal stapt men over vanwege de prijs, maar vaak ook vanwege het aangeboden combinatiepakket van internet, telefonie (vast en/of mobiel) en/of televisie.

In deze ‘mature market’ groeien productportfolio, prijzen en service naar elkaar toe en bestaat het onderscheidend vermogen bij de providers voornamelijk uit prijs.

Hier ligt het vacuüm waar Freedom zich in de markt beweegt. Er is momenteel namelijk verder geen provider in Nederland die technisch net wat verder gaat dan de grote providers en die zich tevens inzet voor privacy, security en een hoge kwaliteit van dienstverlening.

2.1 Strategie van Freedom

We maken gebruik van de kansen die de verglazing van Nederland biedt. Wanneer er in een nieuw gebied glasvezel wordt aangelegd, is dit een natuurlijk moment om je internetvoorziening nog eens goed te bekijken en eventueel te switchen naar een provider die beter bij je past. In ons geval gaat het om mensen die privacy, security en online vrijheid van meningsuiting belangrijk vinden. Zowel oudere als jongere generaties zijn zich steeds meer bewust van de datahonger van Big Tech bedrijven en zoeken naar veilige en lokale bedrijven die de privacy van hun klanten wel serieus nemen. Deze combinatie - meer bewustzijn in de maatschappij over het belang van privacy en meer controle over je eigen data, in combinatie met het natuurlijke overstapmoment naar een glasvezelverbinding - biedt Freedom de kans om een stevige uitgangspositie te bouwen. Door waar mogelijk gebruik te maken van open source en door samen te werken met strategische partners, ontwikkelen we (gezamenlijk) diensten die het gebruik van Big Tech oplossingen uiteindelijk overbodig maken voor consumenten en (klein)zakelijke gebruikers.

2.2 De markt voor Freedom

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

1. *De tech-savvy user.* Onder deze doelgroep vallen bijvoorbeeld nerds, techies, hackers, et cetera. De doelgroep 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 Apple OS, zoals bijvoorbeeld operating systeem Linux. Deze doelgroep verwacht net wat andere dingen van een

provider. Zo willen ze dat het mogelijk is een eigen server te draaien en is een eigen vrije modemkeuze zeer belangrijk. De doelgroep wil graag over deze zaken communiceren met hun provider en verwacht dat deze hun wensen begrijpt en met ze meedenkt.

2. *De bewuste internetter.* Deze doelgroep maakt zich zorgen over wat er met alle persoonsgegevens gebeurt op het internet. Men heeft zijn/haar privacy hoog in het vaandel staan en maakt zich zorgen om de bemoeienis en invloed van de techreuzen zoals Google, Facebook et cetera. De bewuste internetter is bewust van wat hij/zij deelt op het 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. De groep voelt zich niet snel thuis bij de grote corporate providers, omdat deze vaak weinig tot geen aandacht hebben voor dit soort zaken.
3. *De zorgeloze internetter.* Deze doelgroep zoekt een internetprovider die kwalitatieve diensten biedt en een uitstekende helpdesk met persoonlijke aanpak heeft. De doelgroep bestaat over het algemeen uit wat oudere gebruikers. Men kan het extra waarderen wanneer de provider een actieve opstelling inneemt voor een beter en veiliger internet.

De eerste twee doelgroepen vormen samen een actieve community die ook graag meedenkt met de ontwikkelingen binnen Freedom. De laatste groep zoekt extra 'ontzorging'.

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

2.3 Marktbenadering en marktwerking tot 2023

2.3.1 De kans: nationale glasvezel uitrol

Momenteel wordt Nederland in hoog tempo verglaasd en is de verwachting dat in 2026 meer dan 90% van de huishoudens in het bezit is van, of mogelijkheid heeft tot, een glasvezelaansluiting. Hierbij faseert KPN haar kopernetwerk langzaam uit.

Het landschap van glasvezel is echter wezenlijk anders dan de klassieke situatie, waarbij de markt werd verdeeld door een landelijk dekkend kopernetwerk (KPN) en een landelijk dekkend coaxnetwerk (Vodafone Ziggo). Bij de glasvezel uitrol zijn meerdere spelers betrokken. Je hebt namelijk te maken met zowel een netwerkleverancier die eigenaar is van de kabels als een partij die de belichting verzorgt en er daarmee de lijn naar het huis actief maakt. Dat betekent dat je als provider op meerdere netwerken actief moet zijn om landelijk diensten te kunnen aanbieden. Dit vraagt een andere werkwijze bij een provider en zorgt voor de nodige extra eisen die aan bijvoorbeeld de helpdesk van Freedom worden gesteld.

Freedom is momenteel actief op de volgende netwerken:

- KPN
- Glaspoort
- E-Fiber
- De Wolden
- Glasvezel Helmond
- ViberQ
- Zuiderveld
- RE-NET Hoogeveen
- KTWaalre
- Glasdraad

Het komende jaar is het plan om daar de volgende netwerken aan toe te voegen:

- DELTA Fiber
- Open Dutch Fiber (in fases)
- Midden-Brabant Glas
- Glasweb Venray
- Glasvezel Noord

Doordat Freedom op veel netwerken actief is, heeft Freedom in korte tijd een groot bereik en unieke en stevige positie in de markt verkregen. Geen enkele andere provider biedt klanten zoveel keuze in netwerken en bijbehorende technieken. Freedom maakt hiermee bovendien de wirwar van netwerken en prijsstellingen transparant voor haar klanten.

Huishoudens die toegang tot glasvezel krijgen overwegen in hogere mate een overstap naar een nieuwe provider, dit noemen we ook wel een ‘natuurlijk overstap moment’. Dit biedt Freedom, mede ook dankzij het grote bereik, een goede mogelijkheid om verder door te groeien naar voldoende volume. Hiermee maken we onze strijd voor een veilig en vrij internet sterker.

2.3.2 Van startup naar scaleup!

Er is in tweeënhalf jaar mede dankzij twee succesvolle crowdfundingcampagnes startkapitaal en groeikapitaal opgehaald. Daarmee konden we in korte tijd een provider opbouwen en een positie verwerven in de Nederlandse breedbandmarkt. In juli 2022 werd Freedom voor de tweede keer door de Consumentenbond verkozen tot de ‘Beste Alles-in-1 provider’. De tijd is nu aangebroken om van startup naar scaleup te gaan.

Om nog succesvoller te worden en ook meer tijd en geld aan onze missie te kunnen besteden, zullen we harder en sneller moeten groeien. Dat willen we onder andere doen door meer klanten aan ons te binden. Hierbij blijft de kwaliteit voorop staan. Groeien kost veel geld aangezien de meeste kosten bij een nieuwe klant vooruit gefinancierd dienen te worden. Met het extra geld dat we willen ophalen tijdens de nieuwe crowdfunding willen we het volgende realiseren:

- **Meer klanten sneller aansluiten.** Elke aansluiting die wordt opgeleverd vraagt om een investering van Freedom. Denk hierbij aan de realisatie van de aansluiting zelf,

het leveren van een modem en de kosten van een monteur. Deze aansluitkosten worden in ca. 18 maanden terugverdiend. Dat betekent dat hoe meer klanten we aansluiten, hoe meer kapitaal als initiële investering benodigd is.

- **Overname.** Er is in Nederland een aantal kleinere providers met klanten die goed bij Freedom passen. Een aantal van deze providers heeft het zelfstandig moeilijk om verder te groeien. Met één van deze providers zijn wij in gesprek over een mogelijke overname. Hiermee creëren we een grotere groep bestaande klanten en daarmee kom je sneller tot een positief bedrijfsresultaat. Ook ontstaat er een grotere achterban. Dit samen maakt onze strijd voor een veilig en open internet een stuk sterker.
- **Betaalbaarder internet.** Momenteel wordt door een aantal netwerken zeer hoge toegangstarieven gerekend aan derden zoals Freedom. Dit geeft een ‘unlevel playing field’ waar de consument uiteindelijk de dupe van is, omdat zij teveel betaalt voor een internetverbinding. De maandlasten voor internet in Nederland zijn daarom een van de hoogste in Europa. De Autoriteit Consument en Markt (ACM) is wel in discussie met providers en de netwerkeigenaren, maar de uitkomst hiervan is teleurstellend. Freedom wil meer armslag om deze strijd te kunnen voeren.
- **Productontwikkeling.** Freedom heeft de ambitie om op korte en lange termijn nieuwe diensten te ontwikkelen. Dit kan een zelfontwikkelde dienst zijn of kunnen eventueel nieuwe diensten zijn, die in samenwerking met partners worden gerealiseerd en de waarden van Freedom onderschrijven. Voor een aantal van deze diensten is de ontwikkeling inmiddels 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 open-source is.
 - Klein-zakelijk aanbod: Vanuit de klein-zakelijke markt is er veel vraag naar alternatieven voor diensten die Big Tech bedrijven aanbieden. Hiervoor willen we eventueel met partners een compleet pakket aan gaan bieden, waarbij bijvoorbeeld mail, hosting, groupware, cloudopslag, telefonie, videoconferencing en aanvullende oplossingen mogelijk worden. Alles moet bovendien gehost worden in Nederland!
- **Uitbreiden leveringsgebied.** Zoals eerder gemeld willen we ook in 2023 weer een aantal nieuwe netwerken koppelen aan het leveringsgebied van Freedom. Het vergt tijd en geld om deze koppelingen te realiseren.
- **Productverbetering.** Freedom streeft naar een hoog niveau van dienstverlening. Dit is op veel punten al gelukt. Dat wordt mede bevestigd dankzij het feit dat we al twee keer door de Consumentenbond zijn uitgeroepen tot ‘Beste Alles-In-1 Provider’. Dat wil niet zeggen dat er geen zaken zijn die voor verbetering vatbaar zijn. 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. Zo strijden we onder andere onder de naam Freedom of Information Coalition (FOIC) samen met gelijkgestemde internetproviders tegen censuur op internet. Hierin worden we ondersteund door onder andere de Nederlandse Vereniging van Journalisten en Bits of Freedom. In maart 2022 spanden we samen met de FOIC een zaak aan bij het Europese Hof tegen de blokkade van een aantal websites van Russische staatsmedia. Dit deden we niet vanwege de inhoud van die sites, maar vanwege het principe van vrije toegang tot informatie en de manier waarop er d.m.v. een verordening van twee A4tjes door de Europese Raad, werd besloten over welke informatie we in Europa wel en niet via internet mogen bekijken. In augustus dienden we samen met FOIC een aanvullend verzoekschrift in, in verband met de lopende rechtszaak, omdat de EU op 3 juni met een pennenstreek wederom drie websites had toegevoegd aan het lijstje te blokkeren sites. Deze zaak loopt op dit moment nog steeds.

Freedom is daarnaast recent lid geworden van EuroISPA. Deze pan-Europese organisatie vertegenwoordigt meer dan 2.000 providers in Europa en is de stem van Europese providers in overleg met instanties van de EU. Het gaat in die overleggen over grote thema's als netneutraliteit, vrijheid van meningsuiting, privacy en - meer in het algemeen - een open en vrij internet en communicatienetwerk. Op deze manier, en in samenwerking met gelijkgestemden in coalities, kunnen wij onze stem ook laten gelden voor een beter internet in Europa; het verstevigt onze lobby.

Verder zet Freedom zich 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 voeren van buitenproportionele tarieven. Om deze strijd verder/nog actiever te kunnen voeren, om ons geluid sterker te laten horen en om onze lobby te intensiveren, zijn extra investeringen nodig.

- **Marketing.** Om Freedom als merknaam bekender te krijgen bij een groter publiek en voldoende klanten te kunnen werven is een ruimer marketingbudget nodig. Tot op heden is hier nog weinig geld aan besteed, maar het zal een belangrijk onderdeel worden van onze investeringen in de komende jaren. Zeker de grootste van de drie doelgroepen, namelijk de 'zorgeloze internetter', moet de komende periode beter worden bereikt en overtuigd om ook over te stappen naar Freedom. Zoals je van ons mag verwachten adverteren wij vanzelfsprekend met respect voor jouw privacy.

3 De business case van Freedom

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

Om Freedom toekomstbestendig te maken willen we in 2023 naar een positieve EBITDA. Daarvoor moeten we blijven investeren in klantengroei. Dit duurt langer dan oorspronkelijk geprognostiseerd, vanwege de periode waarin COVID ervoor zorgde dat mensen minder

overstapten naar een andere provider en vanwege de vertragingen bij de glasvezeluitrol (zie paragraaf 6.2).

De eerstkomende periode investeren we verder 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. 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 zelf verder te ontwikkelen.

De groei realiseren we door vol in te zetten op het aansluiten van klanten op glasvezelnetwerken (DELTA Fiber, ODF) en door aanwezig te zijn in nieuwe gebieden waar huishoudens de mogelijkheid krijgen om over te stappen naar Freedom. Ook kijken we naar mogelijke overnames om groei te versnellen.

De cijfermatige onderbouwing vind je verderop in hoofdstuk 6.

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. Winstmaximalisatie is niet langer het leidende beginsel.

‘Enterprises à mission’ komt in rap tempo op. Zij willen wel winst maken, maar niet als doel op zich. Het is voor ‘missiegedreven ondernemingen’ belangrijker dat ze ook nuttig zijn voor de maatschappij. Niet alle winst verdwijnt in de zakken van een paar aandeelhouders, maar een (groot) deel vloeit terug naar de samenleving. Freedom zal aansluiten bij de nieuwe rechtsvorm die het kabinet van plan is te introduceren, namelijk de besloten vennootschap met een maatschappelijk doel. Zo’n sociale onderneming mag zich ‘BVM’ noemen. Uitgangspunt is daarbij dat de onderneming primair zijn product of dienst levert 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, en in de techniek ingebakken, bescherming van privacy, security en bevordering van gluurvrij gebruik van het 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 deze de privacy borgen. 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 blijde 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 kunnen verdienen. Wij verzamelen geen data, niet anders dan om een factuur te sturen of een klant te kunnen helpen wanneer deze belt met een vraag of probleem. ‘Geen winstmaximalisatie’ 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.

Vanuit de missie is er een belangrijke rol weggelegd voor onze Public Affairs activiteiten. Freedom speelt een actieve rol in de strijd om digitale burgerrechten te verbeteren en online profilering en tracking van internetgebruikers tegen te gaan. Daarnaast zetten we ons in voor eerlijke en betaalbare toegang tot het internet voor iedereen. Meer informatie hierover is te vinden in onderstaande berichten:

- [Freedom stapt naar de Europese rechter vanwege internet blokkade](#)
- [Het digitale onderwijs, dat moet en kan anders! Freedom is aangesloten bij Coalitie Eerlijk Digitaal Onderwijs \(CEDO\).](#)
- [Update over de rechtszaak van de Privacy Collective](#)

Achter de schermen sponsoren we ook verschillende organisaties, initiatieven en events. Voorbeelden hiervan zijn [NOYB](#) en [ETH0](#). Ook zijn we onderdeel van de [Tactical Media](#)

[Meetup](#) en betrokken bij een project dat zorgt dat minima internettoegang en hulp bij het gebruikmaken van het internet krijgen. Daarnaast zijn we lid van EurISPA, een Europese organisatie van internetproviders die actief is op Europees niveau.

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 gedaan. We werken met een reguliere BV-structuur. Op termijn opteren we er echter voor een sociale onderneming te zijn met de 'BvM' rechtsvorm.

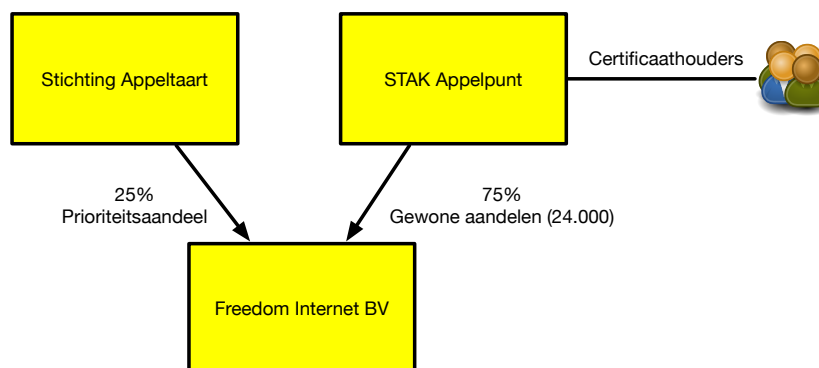
Het actiecomité 'XS4ALL Moet Blijven' heeft op 25 maart 2019 Stichting Appelkaart opgericht. Stichting Appelkaart is de aandeelhouder met het prioriteitsaandeel van Freedom internet BV van de bij deze prospectus behorende crowdfundingcampagne

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

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

Daarnaast is er Stichting Administratie Kantoor (STAK) Appelpunt dat momenteel 50% van de gewone aandelen in bezit heeft, welke via certificaten zijn uitgegeven aan de deelnemers van de crowdfundingcampagne van 2021. Daarnaast hebben de crowdfunders uit 2019 recent de mogelijkheid gekregen om hun lening om te zetten in certificaten. Een substantieel deel van de crowdfunders van het eerste uur hebben deze kans gegrepen. Hiervoor is 6,25% van het belang van Stichting Appelkaart afgestoten om nieuwe aandelen uit te geven.

Stichting Appelkaart gaat nu nogmaals 18,75% van haar belang afstoten aan Freedom Internet om nieuwe aandelen uit te geven die via de STAK als certificaat te koop worden aangeboden.



5 Governance

5.1 Bestuur Stichting Appeltaart

Het bestuur van de Stichting Appeltaart acteert als een toezichthouder. Naast de taken die in de statuten zijn genoemd houdt het bestuur zich aan de code 'Tabaksblatt'. De stichting heeft vier bestuurders:

- Doke Pelleboer (oud-directeur XS4ALL): voorzitter;
- Sjoera Nas (privacy expert): secretaris;
- Simon Besteman (internet cloud en hosting expert): bestuurslid;
- Roel Elshout (ondernemer): bestuurslid.

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 Directie Freedom

De directie van Freedom Internet bestaat uit de volgende personen:

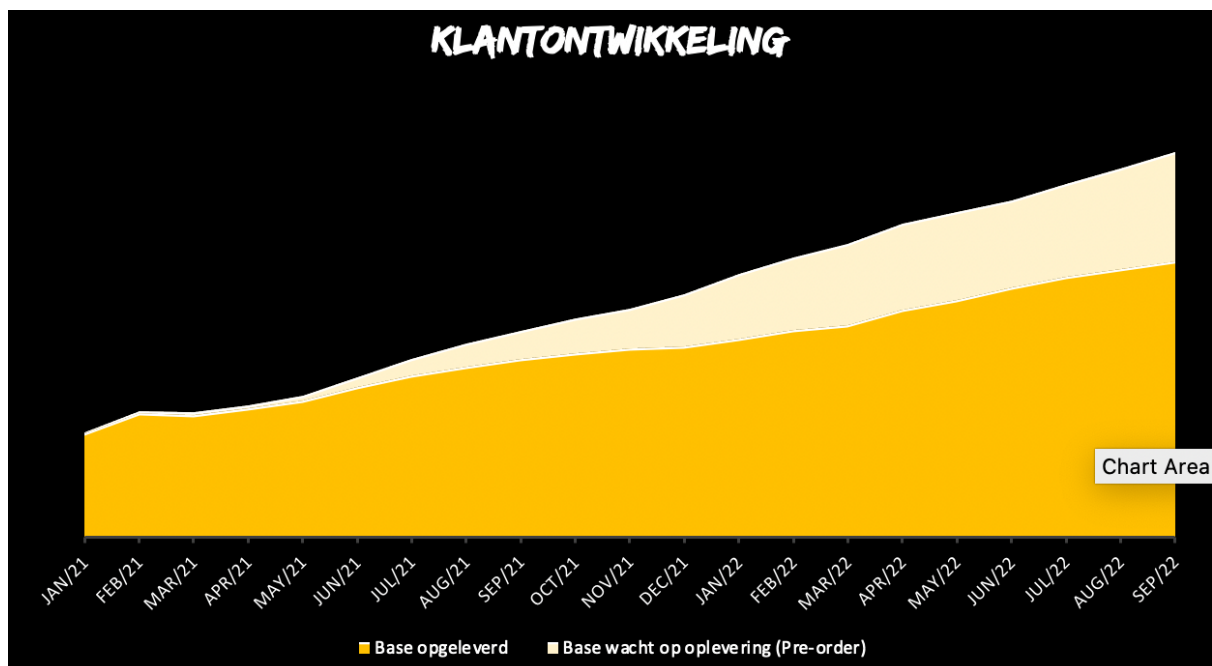
- Anco Scholte ter Horst, algemeen en statutair directeur;
- Gerdien Dalmulder, operationeel directeur;

Public Affairs Officer is Bibi van Alphen.

6 Benodigd kapitaal

6.1 Klantontwikkeling

Onderstaande trendgrafiek laat duidelijk zien dat het aantal klanten toeneemt. In verband met concurrentiegevoelige informatie staan hier geen exacte getallen in vermeld.



Opvallend is dat vanaf juni 2021 de nog op te leveren orders ook snel toeneemt. Dit wordt veroorzaakt door een verschuiving in de productmix van koper naar glasvezel en onze aanwezigheid in nieuw aan te leggen gebieden. Veel orders op glasvezel komen binnen in gebieden waar de glasvezel nog aangelegd moet worden. Dit geldt voor verschillende netwerkeigenaren waar Freedom mee samenwerkt. Er treedt veel vertraging op in het opleveren van de huisaansluitingen en de POP-centrales, doordat er een tekort is in capaciteit bij aannemers. Uiteindelijk wordt dit weer ingelopen, maar het zorgt er nu nog voor dat we voorlopen op de prognose met betrekking tot het aantal orders en achterlopen op de omzetprognose.

6.2 Financiële prognose

Aan de hand van de groei van de verwachte aantallen klanten zal de omzet toenemen van circa **€4,5 miljoen in 2022** naar circa €8 miljoen in 2023. De directe kosten zullen navenant toenemen met een verwachte brutomarge van circa 24%. De EBITDA (Earnings Before Income Taxes Depreciation Amortization – Winst voor belastingen en afschrijving) zal naar verwachting in het vierde kwartaal 2023 positief worden. De kasstroom zal voor de jaren 2022 – 2024 nog negatief zijn.

In onderstaande tabellen geven we op basis van onze huidige kennis een best effort prognose voor de financiële situatie van Freedom voor 2022 tot en met 2026. Hieraan kunnen geen rechten ontleend worden. 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.

OMZET (x1 miljoen EUR)					
2021	2022 (prognose)	2023 (prognose)	2024 (prognose)	2025 (prognose)	2026 (prognose)
€2.9	€4.5	€8.1	€12.8	€15.2	€17.5

EBITDA (x1 miljoen EUR)					
2021	2022 (prognose)	2023 (prognose)	2024 (prognose)	2025 (prognose)	2026 (prognose)
-€2.0	-€1.8	-€0,4	€1.1	€1.8	€2.4

6.3 Financiering

Voor de doorgroei van Freedom Internet is er extra kapitaal nodig. Er worden **6.000** certificaten uitgegeven voor een uitgifteprijs van € 250,- per certificaat. Maximaal kan via deze campagne dus €1.500.000 worden opgehaald. Op basis van de huidige waardering van Freedom Internet vertegenwoordigt één certificaat 0,003125% van het aandelenkapitaal.

In het geval dat alle certificaten worden verkocht, worden we in staat gesteld om de geplande groei, productverbeteringen, marketing efforts en natuurlijk de invulling van onze missie, in de komende jaren verder uit te bouwen. Hierbij hebben we ook de mogelijkheid een eventuele overname te kunnen doen. Bij een lagere opbrengst zullen we keuzes maken in onze plannen waarbij onze missie en de klant leidend zullen zijn.

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

6.4 Rendement

Rendement op de certificaten kan op twee manieren 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 eerstkomende jaren zal er nog geen rendement op een certificaat worden uitgekeerd. We lossen eerst de lening van de eerste crowdfundingcampagne af. 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 worden bepaald door de aandeelhouders op voorstel van de directie van Freedom Internet, of er dividend wordt uitgekeerd en hoeveel dit dan zal zijn.

Dat betekent dat we verwachten na 2026 te kunnen starten met het uitkeren van dividend.

Freedom streeft ernaar om de certificaten eenvoudiger verhandelbaar te maken en vraag en aanbod beter bij elkaar te brengen. Hiervoor kijken we naar een aantal handelsplatformen met goedkeuring van de AFM om dit te realiseren. Uitwerking hiervan zal echter nog wel enige tijd in beslag nemen.

Om de certificaathouders te informeren over de voortgang bij Freedom Internet zal er jaarlijks een leesbaar jaarverslag en/of voortgangsrapportage worden opgesteld.

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. Daarna volgt een toewijzing van één of meerdere certificaten aan de inschrijvende geïnteresseerden via een elektronische plaatsingsovereenkomst. Deze is in conceptvorm raadpleegbaar via de site van CrowdAboutNow op <http://www.crowdaboutnow/freedom2022>. Na ontvangst van de getekende plaatsingsovereenkomst en nadat de bijbehorende gelden zijn gestort, worden de dan gerechtigde certificaathouders bijgeschreven in het certificatenhoudersregister.

Stichting Appelpunt kan zonder opgaaft 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 crowdfundingcampagne 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 of samenhangend met 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.