

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra ekonomických teorií**



**Bakalářská práce**

**Elektronické platformy financování projektů  
(Kickstarter, Indiegogo a další)**

**Gabriela Tichá**

© 2016 ČZU v Praze

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Gabriela Tichá

Podnikání a administrativa

Název práce

**Elektronické platformy financování projektů (Kickstarter, Indiegogo a další)**

Název anglicky

**Electronic platforms for projects funding (Kickstarter, Indiegogo and others)**

---

### Cíle práce

Primárním cílem práce je realizace projektu financování davem prostřednictvím elektronických platform financování projektů.

### Metodika

Základem pro vypracování praktické části bude představení jednotlivých elektronických platform financování projektů. Z těchto platform bude vybrána vhodná platforma pro umístění vlastního projektu.

V praktické části bude realizován vlastní projekt.

Harmonogram:

Schválená literární rešerše v letním semestru 2014/2015, průběžné konzultace teoretické části práce během tohoto semestru.

Schválená praktická část práce v zimním semestru 2015/2016, průběžné konzultace praktické části práce během tohoto semestru.

Schválené závěry práce, odevzdání 2 výtisků práce, 4 kusů výtisků tezí a odevzdání elektronické podoby práce v měsíci březnu 2016.

Harmonogram tvorby práce je závazný. Harmonogram ukazuje minimální požadavky na tvorbu, dřívější realizace výstupů je možná. V případě odložení termínu odevzdání se závazné termíny posouvají.

## Doporučený rozsah práce

30 – 40 stran

## Klíčová slova

financování davem, financování projektů, crowdfunding, projekt, elektronická platforma

---

## Doporučené zdroje informací

CUNNINGHAM, William Michael. The JOBS Act: Crowdfunding for Small Businesses and Startups. 1.vyd. New York: Apress, 2012, 208 s. ISBN 978-1-4302-4755-5.

GUILLEBEAU, Chris. Startup za pakatel. Přel. P. Miklica, Brno: Jan Melvil Publishing, 2013, 308 s. ISBN 978-80-87270-59-2.

HŘEBÍK, František, SEKERKA, Bohuslav. Obecná ekonomie. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2008, 218 s. ISBN 978-807-3801-014.

LAWTON, Kevin; MAROM, Dan. The crowdfunding revolution: how to raise venture capital using social media. New York: MCGRAW-HILL Professional, 2012, 224 s. ISBN 978- 0-071-79045-1.

MANKIW, G.: Zásady ekonomie. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 1999. ISBN 978-80-7169- 891-3.

SAMUELSON, Paul. Ekonomie. Praha: NS Svoboda, 2008. 775 stran. ISBN: 80-205-0590-3.

STEINBERG, Scott; DeMARIA, Rusel. The crowdfunding Bible: How to raise money for any startups, video game, or projekt. United Kingdom: Lulu, 2012, 90 s. ISBN 978-1-105- 72628-6.

YOUNG, Thomas Elliot: The Everything Guide to Crowdfunding: Learn How to Use Social Media for Small-Business Funding, Understand Crowd Psychology, Gain an Online Presence, Create a Successful Crowdfunding Campaign, Promote Your Campaign to Reach Hidden Funding Sources . Holbrook: Adams Media Corporation, 2013, 304 s. ISBN 978-1-440-55033-1.

---

## Předběžný termín obhajoby

2015/16 LS – PEF

## Vedoucí práce

Ing. Pavel Hrdlička, Ph.D.

## Garantující pracoviště

Katedra ekonomických teorií

Elektronicky schváleno dne 29. 10. 2015

**doc. Ing. Josef Brčák, CSc.**

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 10. 11. 2015

**Ing. Martin Pelikán, Ph.D.**

Děkan

V Praze dne 09. 03. 2016

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Elektronické platformy financování projektů (Kickstarter, Indiegogo a další)" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 10.3.2016

---

### **Poděkování**

Ráda bych touto cestou poděkovala panu Ing. Pavlu Hrdličkovi, Ph.D., za odborné vedení, cenné připomínky a rady při vypracování této bakalářské práce.

# **Elektronické platformy financování projektů (Kickstarter, Indiegogo a další)**

---

## **Electronic platforms for projects funding (Kickstarter, Indiegogo and others)**

### **Souhrn**

Tato bakalářská práce nesoucí název Elektronické platformy financování projektů (Kickstarter, Indiegogo a další) je rozdělena do dvou částí, a to na část teoretickou a část praktickou. Teoretická část práce se věnuje crowdfundingu jakožto způsobu získávání finančních prostředků v oblasti financování projektů a je zaměřena na základní charakteristiku, historický vývoj a jednotlivé druhy crowdfundingu. V práci jsou dále představeny některé vybrané elektronické platformy, prostřednictvím nichž mohou autoři projektů získávat finanční prostředky potřebné pro jejich realizaci. Praktická část bakalářské práce je věnována realizaci vlastního projektu financování davem prostřednictvím vybrané elektronické platformy financování projektů. Hlavním cílem projektu je otestovat, zda by bylo možné použít crowdfunding jako jeden ze zdrojů financování vlastního podnikání. Závěr práce je věnován vyhodnocení výsledku kampaně a jejího dopadu na podnikání.

### **Summary**

This bachelor thesis “Electronic platforms for projects funding (Kickstarter, Indiegogo and others)” is divided into two parts – a theoretical part and a practical part. The theoretical part deals with crowdfunding as a way of raising financial capital for a project and is focused on basic characteristic, history and different types of crowdfunding. There will be presented some selected electronic platforms through which project developers can raise necessary funds for their project realization. The practical part of this

bachelor thesis is devoted to the realization of one's own crowdfunding project through a selected electronic platform for project funding. The main goal of the project is to test whether it would be possible to use crowdfunding as one of the financial sources of financing one's own business. The conclusion of this thesis is devoted to the evaluation of the results of the campaign and its impact on business.

**Klíčová slova:** financování davem, financování projektů, crowdfunding, projekt, elektronická platforma

**Keywords:** crowd funding, projects funding, crowdfunding, project, electronic platform

# Obsah

1	Úvod.....	12
2	Cíl a metodika.....	13
3	Crowdfunding.....	14
3.1	Historie Crowdfundingu.....	15
3.1.1	Jumpstart Our Business Startups Act.....	17
3.2	Druhy crowdfundingu.....	19
3.2.1	Donation-based crowdfunding – Dárcovský crowdfunding.....	19
3.2.2	Debt-based crowdfunding – Crowdfunding na bázi půjček.....	19
3.2.3	Equity-based crowdfunding – Podílový crowdfunding.....	20
3.2.4	Reward-based crowdfunding – Crowdfunding na bázi odměn.....	20
4	Crowdfundingové platformy.....	22
5	Vybrané zahraniční crowdfundingové platformy.....	24
5.1	Kickstarter.....	24
5.1.1	Historie Kickstarteru.....	24
5.1.2	O platformě Kickstarter.....	25
5.2	Indiegogo.....	26
5.2.1	Historie Indiegogo.....	26
5.2.2	O platformě Indiegogo.....	27
5.2.3	Generosity by Indiegogo.....	29
5.3	RocketHub.....	29
5.4	Fundable.....	31
5.5	Crowdcube.....	32
6	Vybrané české crowdfundingové platformy.....	34
6.1	Hithit.....	34



6.2	Startovač.....	35
6.3	Fundlift.....	37
7	Realizace projektu financování davem.....	38
7.1	Příprava projektu.....	39
7.1.1	Cíl projektu.....	41
7.1.1.1	Finanční cíl.....	41
7.1.2	Volba způsobu financování.....	43
7.1.3	Odměny.....	43
7.1.3.1	Poštovné.....	46
7.1.4	Délka trvání kampaně.....	46
7.2	Spuštění kampaně na platformě.....	47
7.2.1	Komunikační strategie.....	50
7.3	Skončení kampaně.....	53
7.4	Vyhodnocení finančního výsledku kampaně a dopadu kampaně na podnikání....	57
8	Závěr.....	61
9	Seznam použitých zdrojů.....	63
10	Přílohy.....	66

## Seznam obrázků

Obrázek č. 1: Video v kampani Wheels of Time.....	48
Obrázek č. 2: Fotogalerie pro kampaň Wheels of Time .....	49
Obrázek č. 3: Přehled všech odměn včetně odměn vybraných přispěvateli .....	53
Obrázek č. 4: Výše jednotlivých příspěvků v USD .....	54
Obrázek č. 5: Vypočtená suma po odečtení poplatků platformou Indiegogo.....	57
Obrázek č. 6: Výpis z účtu po obdržení finální finanční částky v CZK .....	58

## Seznam tabulek

Tabulka č. 1: Základní číselné informace o projektech spuštěných na platformě Kickstarter k 2.12.2015 .....	26
Tabulka č. 2: Základní číselné informace o projektech spuštěných na platformě Indiegogo k 2.12.2015 .....	28
Tabulka č. 3: Základní číselné informace o projektech spuštěných na platformě RocketHub k 2.12.2015 .....	31
Tabulka č. 4: Základní číselné informace o projektech spuštěných na platformě Crowdcube k 2.12.2015 .....	33
Tabulka č. 5: Základní číselné informace o projektech spuštěných na platformě Hithit k 2.12.2015 .....	35
Tabulka č. 6: Základní číselné informace o projektech spuštěných na platformě Startovač za rok 2015.....	36
Tabulka č. 7: Tabulka poplatků pro jednotlivé platební metody .....	36
Tabulka č. 8: Přehled vybraných platforem a jejich vlastností.....	39
Tabulka č. 9: Pořadí hodnot odměn, jež jsou nejpopulárnější mezi přispěvateli na platformě Indiegogo .....	44
Tabulka č. 10: Návštěvnost kampaně Wheels of Time podle zemí.....	52
Tabulka č. 11: Přehled finančních údajů týkajících se kampaně Wheels of Time .....	59

## Seznam grafů

Graf č. 1: Vývoj crowdfundingu v globálním měřítku od roku 2011 do roku 2015 .....	16
Graf č. 2: Limity pro investory, jejichž roční příjem dosahuje hodnot od 0\$ do 100,000\$ .....	18
Graf č. 3: Limity pro investory, jejichž roční příjem dosahuje hodnot od 100,000\$ do 1,000,000\$ .....	18
Graf č. 4: Návštěvnost kampaně Wheels of Time .....	51
Graf č. 5: Vybrané částky podle data.....	54
Graf č. 6: Rozložení příspěvků podle země .....	55
Graf č. 7: Zdroje, z nichž směřovaly příspěvky pro kampaň Wheels of Time .....	55
Graf č. 8: Úspěšnost projektů v kategorii fotografování na platformě Kickstarter a Indiegogo .....	56
Graf č. 9: Podíl jednotlivých poplatků ze strany platformy a americké banky na celkové získané částce.....	58

# 1 Úvod

Crowdfunding představuje revoluční a relativně nový způsob financování, jenž umožňuje autorům projektů z různých oblastí získat finance potřebné pro realizaci projektu od široké veřejnosti. Podstata crowdfundingu spočívá v tom, že autor umístí svůj projekt na některou z platforem, stanoví cílovou částku a poté se snaží oslovit co nejvíce lidí, kteří by jeho projekt finančně podpořili. K oslovení co největšího počtu lidí slouží především internet a sociální sítě. Celý proces probíhá prostřednictvím platforem určených pro tento způsob financování.

Kolébkou crowdfundingu jsou Spojené státy americké. Jednu z prvních elektronických platforem, jež v USA vznikla, založil Brian Camelio pod názvem ArtistShare. Platforma ArtistShare vznikla již v roce 2001 a slouží pro financování projektů z oblasti hudby. Poté začaly vznikat další platformy, z nichž největší a nejznámější představuje Kickstarter a Indiegogo. V České republice nemá crowdfunding tak dlouhou tradici jako ve Spojených státech. První česká crowdfundingová platforma Fondomat byla založena v roce 2011. Postupně vzniklo několik dalších platforem včetně dvou momentálně nejpoblárnějších a také nejúspěšnějších platforem, mezi které patří HitHit a Startovač.

Popularita crowdfundingu v globálním měřítku neustále roste. Stejně tak každým rokem stoupá výše financí vybraných prostřednictvím tohoto způsobu financování. V roce 2013 se prostřednictvím crowdfundingu podařilo celosvětově zainvestovat projekty ve výši 5,1 miliardy dolarů. V roce 2014 tato částka vzrostla na 16,2 miliardy dolarů. Pro rok 2015 se očekává zvýšení této částky a to až na 34,4 miliardy dolarů.

## 2 Cíl a metodika

Cílem bakalářské práce je realizace projektu financování davem prostřednictvím elektronických platforem financování projektů jako nástroje získání investičních prostředků k uskutečnění podnikatelského záměru.

Práce představí pojem crowdfunding a historii této průlomové metody financování projektů. Pozornost bude také zaměřena na zákon Jumpstart Our Business Startups Act, jenž upravuje pravidla crowdfundingu ve Spojených státech amerických. Dále bude nastíněno, jak je crowdfunding spjat s legislativou v České republice. Představeny budou jednotlivé druhy crowdfunding, mezi něž patří dárcovský crowdfunding, crowdfunding na bázi půjček, podílový crowdfunding a momentálně nejvíce rozšířený crowdfunding na bázi odměn. Práce se také zaměří na konkrétní crowdfundingové platformy a to jak na platformy zahraniční, tak i na ty, jež působí v České republice. Pozornost bude věnována dvěma největším platformám, mezi něž patří Kickstarter a Indiegogo, ale i některým ostatním vybraným zahraničním a domácím platformám.

Představení jednotlivých elektronických platforem financování projektů tvoří základ pro vypracování praktické části. Z těchto platforem bude vybrána vhodná platforma pro umístění vlastního projektu.

Praktická část bakalářské práce bude věnována realizaci vlastního projektu financování davem. Hlavním cílem projektu je otestovat, zda by bylo možné použít crowdfunding jako jeden ze zdrojů financování vlastního podnikání. V praktické části práce bude popsána přípravná fáze projektu, kdy je zapotřebí zvolit vhodnou platformu pro umístění projektu, stanovit cíl projektu, způsob financování, vytvořit odměny a určit délku jeho trvání. Rozvedeny budou klíčové faktory, které vedly k výběru konkrétní platformy. Pozornost bude věnována také samotnému spuštění kampaně na platformě Indiegogo, s čímž souvisí problematika toho, jak dát o kampani vědět rodině, přátelům, či ostatním potenciálním přispěvatelům. V závěru praktické části práce bude vyhodnocen výsledek kampaně a její dopad na podnikání.

### 3 Crowdfunding

Pojem crowdfunding pochází z angličtiny a skládá se ze slova *crowd*, což v překladu znamená dav nebo houf a slova *fundng*, jež je možné přeložit jako financování. Crowdfunding tedy v českém překladu lze interpretovat jako financování davem.

Jedná se o relativně nový způsob financování projektů za využití internetu a sociálních sítí, kdy je možné získat finanční prostředky pro určitý projekt od široké veřejnosti prostřednictvím takzvaných crowdfundingových platform. Cílová částka, kterou je třeba vybrat pro uskutečnění projektu, se sice skládá z menších finančních příspěvků, ovšem tyto příspěvky jsou poskytnuty velkým množstvím lidí.

Crowdfunding představuje revoluci oproti klasickému financování, kdy autor určitého projektu musel pro získání financí žádat o poskytnutí půjčky rodinu, přátele nebo banku. Navíc k tomu, aby půjčku u banky získal, musel splnit přísná kritéria pro poskytnutí půjčky stanovená bankou a vystavil se nebezpečí finanční ztráty, pokud jeho projekt nebyl úspěšný. V případě crowdfundingu není třeba žádat o půjčku, ale stačí umístit kreativní projekt na některou z crowdfundingových platform, stanovit množství financí, jež jsou třeba pro jeho realizaci a poté oslovit dav lidí a z tohoto davu najít co nejvíce lidí se stejnými zájmy, kteří by uskutečnění projektu podpořili. Příspěvatelé (anglicky *backers* nebo také *funders*) pro projekt lze získat za využití internetu a sociálních sítí, díky nimž je možné oslovit velké množství lidí ze všech částí světa. Na rozdíl od banky, kterou nezajímá tolik výsledek projektu, jako to, zda bude jí poskytnutá půjčka v termínu splacena, příspěvatelé na crowdfundingových portálech zajímá příběh projektu a sledují jeho průběh od začátku do konce. Navíc nebezpečí finanční ztráty v případě neúspěchu projektu je u crowdfundingu poměrně malé. (3)

Kromě výběru financí potřebných pro uskutečnění projektu umožňuje crowdfunding autorovi projektu odhadnout také zájem veřejnosti o jím nabízený produkt či službu. Autor projektu zároveň obdrží zpětnou vazbu od široké veřejnosti, což může být přínosné pro odhadnutí budoucnosti projektu po skončení kampaně. Z příspěvatelem se také může stát zákaznická základna, která je důležitá pro začátek i budoucnost podnikání, případně se z nich stane fanouškovská základna, pokud se jedná o projekt například

z hudební nebo filmové oblasti. Příspěvatelé také mohou pomoci ještě většímu rozšíření povědomí o kampani, a to tím, že o kampani informují své známé či rodinu. (2)

Pro nejvíce rozšířený druh crowdfundingu, takzvaný reward-based crowdfunding je typické, že autoři projektů nabízejí ve svých kampaních odměny (anglicky *rewards*) nebo určité výhody (anglicky *perks*), nikoliv podíly na zisku. Nabízení podílů na zisku je legální pouze u takzvaného equity-based crowdfundingu, který umožňuje nabízení podílů na základním kapitálu společnosti, ale v případě ostatních druhů crowdfundingu podíly na zisku nabízet nelze. Nejpopulárnější platformy Kickstarter a Indiegogo jsou založené na bázi odměn a tedy neumožňují jejich uživatelům nabízet podíly na zisku jako odměnu. Pro kreativní projekty, kterými se crowdfunding na bázi odměn zabývá, se ukázalo lepším nabízet klasické odměny než finanční odměny či podíly. Investoři totiž obvykle očekávají rychlou návratnost svých investic, což se v případě kreativních projektů ukázalo jako komplikované. (5)

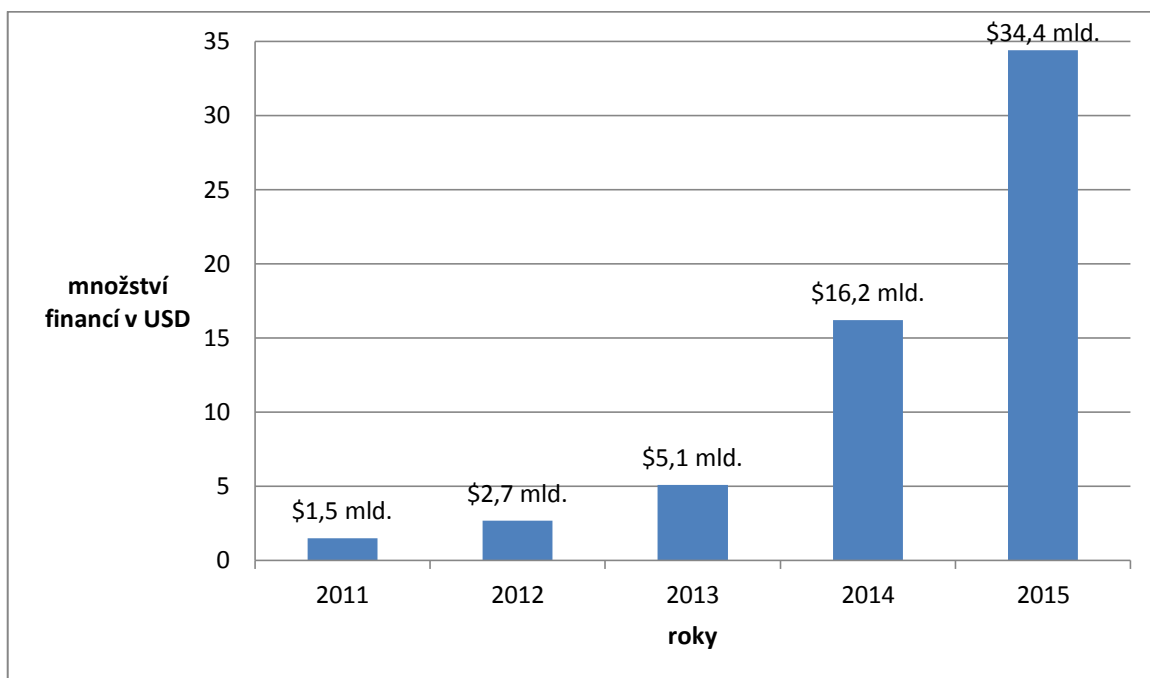
### 3.1 Historie Crowdfundingu

Na principu vybírání příspěvků od široké veřejnosti bylo již v minulosti založeno mnoho sbírek. Příkladem může být Socha Svobody, jež byla darem, který Francie věnovala Spojeným státům americkým. Prostředky na její dostavbu se ve Francii podařilo vybrat díky veřejné sbírce a loterii. Spojené státy americké zase částku 102,000\$ na dostavbu podstavce, na němž měla být socha umístěna, získaly v roce 1885 díky kampani Josepha Pulitzerera a jeho novin. Tehdy se částku 102,000\$ podařilo vybrat během šest měsíců dlouhé kampaně od 120 000 dárců. (3)

V českém prostředí může být příkladem financování výstavby Národního divadla z prostředků veřejné sbírky, která byla zahájena v roce 1851. Další sbírka byla vyhlášena poté, co v roce 1881 došlo k požáru, který zničil některé části tehdy nově otevřeného divadla. Během 47 dní se podařilo vybrat milion zlatých na opravu škod způsobených požárem. (6)

Ovšem až rozvoj moderních technologií, internetu, bankovních systémů a sociálních sítí jako je Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+ a další, umožnil crowdfundingu získat podobu takovou, jakou má dnes. (5)

**Graf č. 1: Vývoj crowdfundingu v globálním měřítku od roku 2011 do roku 2015**



Zdroj: vlastní zpracování dle (33)

Kolébku crowdfundingu jsou Spojené státy americké, o čemž svědčí také to, že dva největší a celosvětově nejrozšířenější jsou portály amerického původu Kickstarter a Indiegogo. K rozvoji crowdfundingu v USA přispěl především takzvaný JOBS Act, H.R.3606 celým názvem Jumpstart Our Business Startups Act. (4)

Mezi první projekty, na které byly vybírány finance za pomoci internetu, lze zařadit kampaň, kterou vytvořili v roce 1997 fanoušci britské rockové skupiny Marillion. Tato kampaň měla za cíl vybrat dostatek prostředků pro uskutečnění turné kapely Marillion po Severní Americe. (3)

V roce 2008 využil crowdfunding pro svou prezidentskou kampaň Barack Obama. Podařilo se mu tehdy získat rekordních 500,000,000 USD. (4)



### 3.1.1 Jumpstart Our Business Startups Act

*„The JOBS Act znamená revoluční vývoj ve světě financování startupů a malých firem. Mimo jiné, poprvé, začínající a malé podniky mohou využít sílu Internetu k získání vlastního kapitálu od investorů z celé země a z celého světa.“<sup>1</sup>*

Sněmovna reprezentantů Spojených států amerických předala Senátu finální verzi zákona H. R. 3606 – Jumpstart Our Business Startups Act (zkráceně JOBS Act) 7. března 2012. Senát jej odsouhlasil 22. března 2012 a předal k podpisu prezidentovi. Americký prezident Barack Obama poté podepsal zákon JOBS Act, který vstoupil v platnost 5. dubna 2012. Cílem tohoto zákona je především znovuotevření amerického trhu malým firmám. Tento zákon zároveň umožňuje i neakreditovaným investorům, tedy většině běžných občanů, investovat do startupů, firem či nových projektů.

JOBS Act se skládá celkem ze sedmi hlav, z nichž hlava třetí je věnována právě crowdfundingu. Tato část zákona je zaměřena na crowdfundingové portály a ostatní prostředníky figurující v crowdfundingovém procesu. Dále se zaměřuje na společnosti či jedince shánějící finance prostřednictvím crowdfundingu a zároveň i na investory. Pouze registrované portály, obchodníci či makléři mohou fungovat jako prostředníci v crowdfundingovém procesu. Zákon také stanovuje konkrétní povinnosti, které musí dodržovat. Příkladem jedné z těchto povinností je povinnost informovat investory o rizicích souvisejících s investicemi do startupů, malých podniků a teprve rozvíjejících se firem.

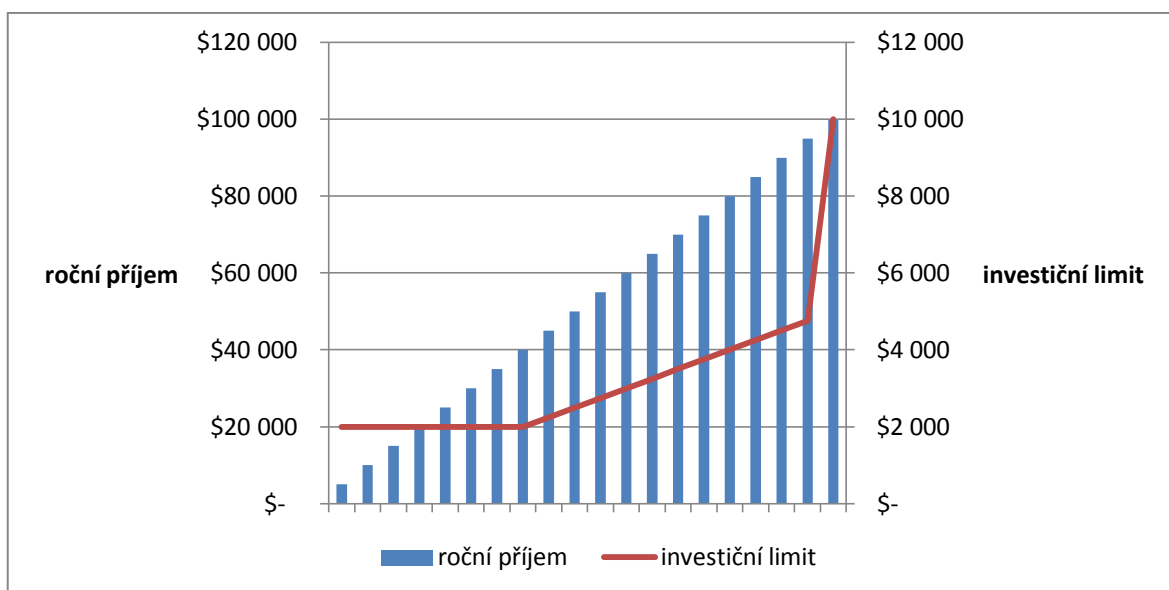
Společnosti či jedinci využívající crowdfunding pro financování svého projektu nesmějí během období trvajícího 12 měsíců žádat částku vyšší než je 1,000,000\$.

V zákoně JOBS Act jsou stanoveny také finanční limity pro investory. Investor, jehož roční příjem je menší než 100,000\$, nemůže přispět více než 2,000\$ nebo více než 5% svého ročního příjmu. Investor, jehož roční příjem je roven nebo větší než 100,000\$, nemůže přispět více než 10% svého ročního příjmu nebo více než 100,000\$. (4)

---

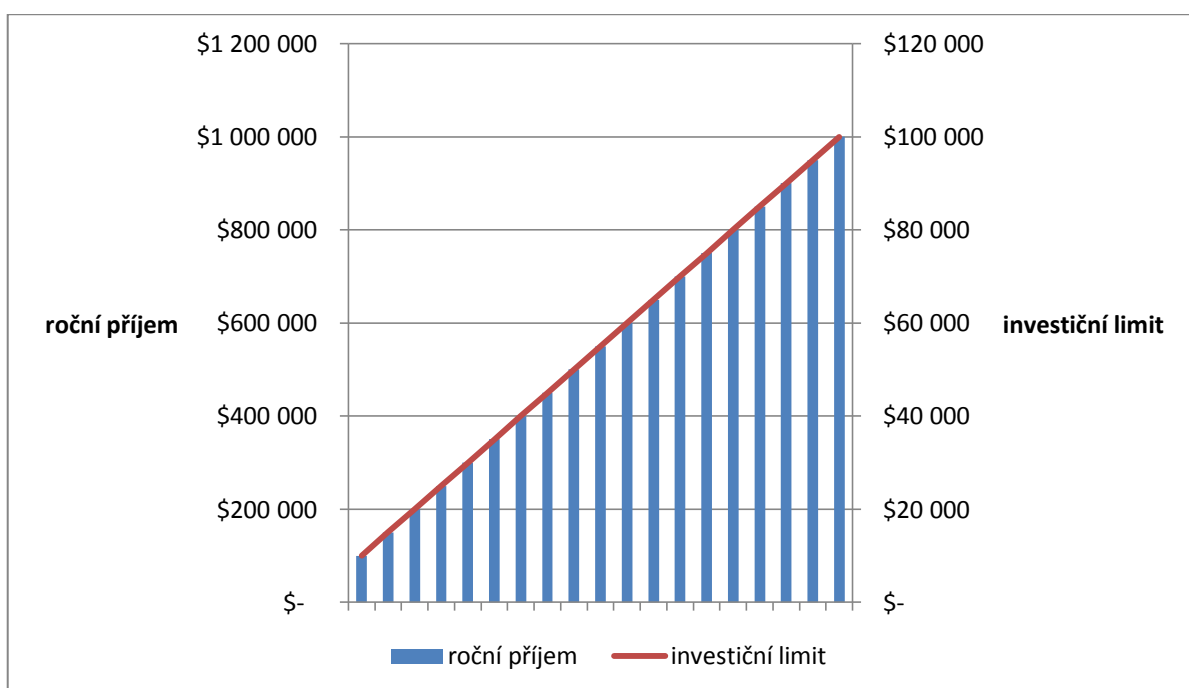
<sup>1</sup> CUNNINGHAM, William Michael. *The JOBS Act: Crowdfunding for Small Businesses and Startups*. 1.vyd. New York: Apress, 2012, 208 s. ISBN 978-1-4302-4755-5.

**Graf č. 2: Limity pro investory, jejichž roční příjem dosahuje hodnot od 0\$ do 100,000\$**



Zdroj: vlastní zpracování dle (4)

**Graf č. 3: Limity pro investory, jejichž roční příjem dosahuje hodnot od 100,000\$ do 1,000,000\$**



Zdroj: vlastní zpracování dle (4)

V České republice se přímo ke crowdfundingu žádný konkrétní zákon nevztahuje. Česká legislativa dovoluje právnické osobě, jež je v České Republice registrovaná, vytvořit crowdfundingovou platformu. Tato platforma, její činnost a její obsah nesmí odporovat platným zákonům jako je například Zákon o ochraně osobních údajů, Zákon o daních z příjmů, nebo Zákon o ochraně spotřebitele. Nejčastějšími vlastníky crowdfundingových platform jsou u nás společnosti s ručením omezeným a provoz těchto platform má obvykle obchodní charakter. Platformy v podstatě fungují jako zprostředkovatelé prodeje mezi vlastníkem či vlastníky projektu a mezi příznivci projektu. (24)

## **3.2 Druhy crowdfundingu**

### **3.2.1 Donation-based crowdfunding – Dárcovský crowdfunding**

Jedná se o druh crowdfundingu při kterém přispěvatelé za věnovanou sumu obvykle neobdrží hmotnou odměnu. Jedná se tedy o příspěvky, které mají formu daru, a přispěvatel neočekává, že za darovanou částku obdrží nějakou odměnu. Tento způsob získávání financí je vhodný především pro charitativně zaměřené projekty, sbírky pro dobročinné účely, nebo také může být použit pro financování politické kampaně. Příkladem platformy, která umožňuje dárcovský crowdfunding, je Generosity. (3)

### **3.2.2 Debt-based crowdfunding – Crowdfunding na bázi půjček**

Debt-based crowdfunding nebo také peer-to-peer lending je založen na principu poskytování půjček. Jedná se o způsob získávání financí, kdy větší množství věřitelů půjčí jednotlivci finanční prostředky a on se tak stane jejich dlužníkem. Věřitelům se poté vrátí jejich investice navýšené o úrok.

Takto poskytované půjčky mohou být buďto přímé nebo nepřímé. V případě přímých půjček si věřitel může vybrat, komu poskytne půjčku. U nepřímých půjček dojde k poskytnutí půjčky od více věřitelů, čímž je minimalizováno riziko možné ztráty, které se tak stane menším než je tomu v případě přímých půjček. Dále je možné rozlišit půjčky se zárukou a půjčky bez záruky. U půjček se zárukou se dlužník musí věřiteli něčím zaručit a riziko pro věřitele se tak zmenší. Půjčky bez záruky jsou pro věřitele riskantnější a dlužník

musí obvykle platit vyšší úroky. Tyto transakce mezi věřiteli a dlužníky pomáhají zprostředkovat servery k tomu zřízené. Jedním z takovýchto serverů je například Zopa. (3)

### **3.2.3 Equity-based crowdfunding – Podílový crowdfunding**

*„Podílový crowdfunding je pravděpodobně nejsilnějším ze všech druhů crowdfundingu. Koncept je jednoduchý. Na rozdíl od čistého darování nebo přijímání odměn nebo návratnosti úvěrů, podílový crowdfunding nabízí davu možnost si skutečně koupit část podnikání.“<sup>2</sup>*

Investor má v případě podílového crowdfundingu možnost vložit své peníze do firmy nebo společnosti a za to v ní poté získá určitý podíl v podobě cenných papírů. Výhodou tohoto typu crowdfundingu je, že pokud se firmě bude dařit a stane se úspěšnou, pak se hodnota podílu, který investor na počátku získal, může mnohonásobně zvýšit a přinést investorovi značný zisk. Příkladem platformy fungující na tomto principu může být Crowdcube. (3)

### **3.2.4 Reward-based crowdfunding – Crowdfunding na bázi odměn**

Crowdfunding na bázi odměn je založen na principu, kdy přispěvatelé mohou přispět určitou částkou na uskutečnění konkrétního kreativního projektu, za což poté získají hmotnou nebo nehmotnou odměnu. V současné době jde o nejrozšířenější z těchto čtyř druhů crowdfundingu. Ve své bakalářské práci se budu věnovat především tomuto druhu crowdfundingu, neboť většina největších crowdfundingových platform je založena právě na crowdfundingu na bázi odměn.

Odměny mohou mít jak hmotnou, tak i nehmotnou podobu. Příkladem hmotné odměny může být nové CD hudební skupiny, na jehož vydání se v projektu vybírají finance. Oproti tomu poděkování nebo nějaký druh zážitku patří mezi odměny nehmotné. Tyto výhody, nebo odměny, jsou nabízeny přispěvatelům za věnování určité finanční částky na projekt. Čím vyšší částku pak věnují, tím je i odměna, kterou mohou získat,

---

<sup>2</sup> YOUNG, Thomas Elliot. *The Everything Guide to Crowdfunding: Learn How to Use Social Media for Small-Business Funding, Understand Crowd Psychology, Gain an Online Presence, Create a Successful Crowdfunding Campaign, Promote Your Campaign to Reach Hidden Funding Sources*. Holbrook: Adams Media Corporation, 2013, 304 s. ISBN 978-1-440-55033-1.

obvykle větší. Autoři projektů se snaží vytvořit odměny takové, aby byly pro přispěvatele co nejatraktivnější. Také je důležité nastavit ceny odměn tak, aby přispěvatelům nepřipadaly příliš drahé. Ovšem zároveň je třeba, aby autor projektu měl z každé odměny i nějaký zisk.

Autor projektu si musí při umístění projektu na některou z crowdfundingových platforem stanovit částku, kterou se bude snažit vybrat. Tuto částku poté v průběhu své kampaně nemůže měnit. Při stanovení výše částky musí brát ohled jak na částku, kterou potřebuje pro uskutečnění projektu, tak i na částku, kterou bude muset vložit do odměn pro jednotlivé přispěvatele. Také musí počítat s poplatky platformě a s případnými bankovními poplatky. Proto je třeba mít připravený finanční plán ještě před zveřejněním projektu na některé z platforem.

Pro získání co největšího počtu přispěvatelů slouží v dnešní době především internet, který prostřednictvím sociálních sítí umožňuje velmi rychlé rozšíření kampaně. Příkladem platforem, které umožňují crowdfunding na bázi odměn, mohou být Kickstarter, Indiegogo či RocketHub. (3)

## 4 Crowdfundingové platformy

Crowdfundingové platformy mají roli zprostředkovatele mezi autory projektů, kteří na jejich web mohou umístit svůj projekt a přispěvateli, kteří jsou ochotni podpořit tyto projekty svými financemi. Jejich prostřednictvím tedy probíhá celý crowdfundingový proces od umístění projektu, získávání příspěvků, až po odeslání vybraných financí autorovi projektu. Umožňují také komunikaci mezi autorem projektu a potencionálními nebo aktuálními přispěvateli. Zároveň mají povinnost chránit osobní data svých uživatelů a také musejí informovat investory o možnosti ztráty jejich investice a musí se ujistit, že investor si takovou ztrátu může dovolit. V zákoně JOBS Act jsou také stanoveny limity, kolik finančních prostředků investor může investovat. Tyto limity se řídí podle ročního příjmu investora. (4)

Většina crowdfundingových platform si neúčtuje nic za umístění projektu na svůj web. Obvykle platformy vydělávají na tom, že si ponechají určité procento z celkové hodnoty příspěvků, které projekt získá, pokud je úspěšný. V případě nezískání dostatku financí pro uskutečnění projektu jsou peníze vráceny přispěvatelům a platforma si žádné poplatky z neúspěšného projektu nenárokuje. U jednotlivých crowdfundingových platform se výše těchto procent může mírně lišit. Například platforma RocketHub si ponechá 4 – 8% z celkové vybrané sumy. Platformy Kickstarter a Indiegogo si po skončení každého projektu, který dosáhl svého finančního cíle, ponechají 5% z vybrané sumy. (3)

Crowdfundingové platformy nejčastěji slouží pro umístění projektů zaměřených na umění, kulturu, vzdělání, technologie nebo i charitativní projekty. Stále častější jsou také projekty z oblasti mikrobyznysu. V poslední době došlo k poměrně prudkému nárůstu počtu malých firem, které vede jeden člověk. Chris Guillebeau tento jev ve své knize Startup za pakatel nazývá mikrobyznysovou revolucí. Nárůst počtu takovýchto firem je způsoben především tím, že roste počet podnikatelských příležitostí a technologie se stávají pro uživatele více dostupnými. Pro začínajícího podnikatele, který chce založit vlastní firmu, může být složité získat finance potřebné pro zahájení činnosti, pokud mu na to nestačí vlastní úspory. Jestliže podnikatel nemá dostatek vlastních úspor na rozjezd firmy, může požádat o půjčku v bance. Půjčku ovšem dostat nemusí a v případě, že ji získá, tak se zadluží na několik let. V takovýchto případech je crowdfunding možností, jak

získat finance potřebné pro zahájení či rozvoj činnosti firmy bez zadlužení. Podnikatel zároveň získá možnost otestovat životaschopnost svého podnikání ihned a na širokém okruhu lidí. (1)

Některé z platform jsou otevřeny projektům z celého světa. Jiné jsou zase určeny pro konkrétní zemi či země. Například platforma Indiegogo umožňuje na svůj web umístit projekt autorům z celého světa. Oproti tomu Kickstarter je určen pouze pro projekty občanů USA, Velké Británie, Kanady, Austrálie, Nového Zélandu, Nizozemska, Dánska, Irska, Norska, Švédska, Německa, Francie, Španělska, Itálie, Rakouska, Belgie, Lucemburska a Švýcarska. Ovšem přispěvatelé na projekty z těchto zemí mohou pocházet z celého světa. (7)

V současné době existuje velké množství platform, které umožňují financování různých projektů. Pro autora projektu je důležité mezi tímto množstvím platform vybrat tu, která by nejlépe odpovídala druhu či zaměření projektu. Například platforma Kickstarter je zaměřená hlavně na umělecké projekty a projekty týkající se rozvoje podnikání nebo technologií. Platforma GoFundMe je zase zaměřena především na charitativní projekty. Dalším důležitým faktorem jsou poplatky, které si jednotlivé platformy účtují. Tyto poplatky se obvykle pohybují v rozmezí od 4% do 9% z celkové vybrané částky. Výše těchto poplatků se může také lišit podle druhu financování, jenž si autor projektu vybere jako nejvhodnější. Důležitá je také popularita a všeobecné povědomí o určité platformě. Mezi celosvětově nejznámější a největší platformy patří Kickstarter a Indiegogo. (4)

## 5 Vybrané zahraniční crowdfundingové platformy

Jednu z prvních elektronických crowdfundingových platform založil ve Spojených státech v roce 2001 Brian Camelio a to pod názvem ArtistShare. Tato platforma je zaměřena na hudební projekty. Poté začaly vznikat další platformy jako v roce 2006 SellaBand, v roce 2008 Indiegogo, v roce 2009 Kickstarter a mnoho dalších. (3)

### 5.1 Kickstarter

*„Kickstarter je živá komunita lidí, kteří pracují společně, aby přivedli nové věci k životu.“<sup>3</sup>*

#### 5.1.1 Historie Kickstarteru

Kickstarter vytvořili v USA Perry Chen, Yancey Strickler a Charles Adler. Prvotní nápad pro vytvoření platformy pro financování kreativních projektů přišel od Perryho Chena, který chtěl přivést hudební duo Kruder & Dorfmeister, aby zahráli na akci Jazz Fest, která se konala v New Orleans, v roce 2002. Bohužel se mu ale nepodařilo získat dostatek prostředků pro uskutečnění svého nápadu.

Právě tento neúspěch ho ale přiměl začít přemýšlet nad tím, jak by se dal jeho nápad oznámit s předstihem a zjistit kolik lidí by tento nápad mohlo podpořit. Začal tedy s tvorbou webové stránky, na které by bylo možné zveřejnit určitý projekt, zjistit zájem veřejnosti o tento projekt a začít získávat finance pro jeho realizaci. V případě, že by byl sehnán dostatek financí, došlo by k uskutečnění tohoto projektu.

V roce 2005 se odstěhoval zpět do New Yorku, odkud pochází a zde se seznámil s Yancey Stricklerem. Perry Chen mu řekl o svém nápadu a na tvorbě Kickstarteru začali pracovat společně. Poté do jejich týmu přibyl ještě třetí ze spoluzakladatelů Kickstarteru

---

<sup>3</sup> Kickstarter. *Learn* [online]. [cit. 2015-04-26]. Dostupné z: [https://www.kickstarter.com/learn?ref=home\\_start](https://www.kickstarter.com/learn?ref=home_start)



Charles Adler. 28. dubna 2009 byl Kickstarter spuštěn. Od té doby začal být stále více využíván pro různé kreativní projekty a počet přispěvatelů na tyto projekty také vzrůstal.

Některé projekty začaly dosahovat zisků v řádech tisíců až statisíců dolarů. Postupem času se začaly objevovat dokonce projekty, kterým se podařilo vybrat i více než milion dolarů. V roce 2007 se tým lidí podílejících se na fungování Kickstarteru rozšířil na 7, v roce 2014 na 70 a nyní činí již okolo 112 lidí. Dnes je Kickstarter největší a nejpopulárnější platformou pro financování kreativních projektů. (8)

### **5.1.2 O platformě Kickstarter**

Jak zde již bylo zmíněno, přispěvatelé mohou pocházet ze zemí z celého světa, ale umístit projekt na Kickstarter mohou pouze občané USA, Velké Británie, Kanady, Austrálie, Nového Zélandu, Nizozemska, Dánska, Irska, Norska, Švédska, Německa, Francie, Španělska, Itálie, Rakouska, Belgie, Lucemburska a Švýcarska. Projekt vždy musí spadat do některé z patnácti kategorií. Mezi tyto kategorie, jež jsou zaměřeny na kreativní projekty, patří kategorie Umění, Komiks, Řemesla, Tanec, Design, Móda, Film & video, Jídlo, Hry, Žurnalistika, Hudba, Fotografování, Vydavatelství, Technologie a Divadlo. (7)

Platforma Kickstarter funguje na principu „všechno nebo nic“. Tento princip spočívá v tom, že pokud projekt dosáhne svého stanoveného cíle, nebo pokud ho překročí, získá veškeré vybrané finance. Kickstarter si ponechá poplatek 5% z vybrané sumy. Z celkové sumy bude také stržen poplatek za zpracování platby, který se pohybuje od 3% do 5%. V případě, že ale projekt na vytyčený cíl nedosáhne, nezíská nic a pokud získal méně než je jeho cíl, tyto peníze budou vráceny zpět přispěvatelům. Pokud projekt nebude úspěšný, nebudou muset být uhrazeny žádné poplatky. (2)

Projekty mohou být umístěné na platformě Kickstarter od jednoho do šedesáti dní. Kickstarter umožňuje autorovi nahrát ke svému projektu i video, které poté mohou shlédnout potenciální přispěvatelé. Právě projekty, které obsahují i video získají v průměru až o 112% více financí než projekty bez něj. Kickstarter také umožňuje přímé sdílení projektů. U každého projektu je na stránce odkaz, pomocí kterého lze projekt přímo sdílet na sociálních sítích jako je Facebook, Twitter a Tumblr. (3)

**Tabulka č. 1: Základní číselné informace o projektech spuštěných na platformě Kickstarter k 2.12.2015**

Momentálně spuštěné projekty	5,975
Procento úspěšných projektů	37%
Procento neúspěšných projektů	63%
Úspěšně zafinancované projekty	96,984
Neúspěšně zafinancované projekty	168,161
Množství vybraných dolarů celkem	2,110,791,893\$
Množství příspěvků	27,077,412
Množství spuštěných projektů	271,120

Zdroj: (9)

## 5.2 Indiegogo

*„Indiegogo je způsob pro lidi z celého světa, aby spojili své síly a umožnili nápadům stát se skutečností. Od roku 2008, miliony přispěvatelů podpořili stovky tisíc vynálezců, hudebníků, dobrovolníků, filmových tvůrců a ostatních průkopníků nových nápadů, aby se jejich velké sny mohly proměnit ve skutečnost.“<sup>4</sup>*

### 5.2.1 Historie Indiegogo

Platforma Indiegogo byla založena v USA, konkrétně v San Franciscu. Mezi její zakladatele patří Danae Ringelmann, Slava Rubin a Eric Schell. Danae Ringelmann působila jako analytička na Wall Street a také pracovala s nezávislými filmaři a divadelními producenty. Jeden z těchto filmařů, se kterými spolupracovala, jí požádal, zda by mu nepomohla zafinancovat jeden z jeho filmů. Danae Ringelmann se rozhodla

---

<sup>4</sup> Indiegogo. *About us* [online]. [cit. 2015-04-26]. Dostupné z: <https://www.indiegogo.com/about/our-story>

nastoupit na Haas School of Business a začala přemýšlet jak by mohla demokratizovat a rozvinout fundraising, který by jí pomohl získat finance pro podporu filmu. Na této škole se seznámila s Ericem Schellem a Slavou Rubin. Eric Schell spolupracoval s divadelní společností The House Theater Company v Chicagu a Slava Rubin zase spolupracovala s charitou, jež se zabývala výzkumem rakoviny. Každý z nich se tedy snažil na něco získat finance. Danae Ringelmann chtěla získat finance pro film, Eric Schell pro divadelní společnost a Slava Rubin zase pro charitativní organizaci. A právě to bylo impulzem, aby společně vytvořili platformu Indiegogo. Její činnost byla oficiálně zahájena na filmovém festivalu Sundance, který se konal v lednu roku 2008. (10)

Za nedlouho poté, co platforma Indiegogo zahájila svou činnost, začala spolupracovat s MTV New Media. Společně vytvořili program, díky němuž mohly nově vzniklé televizní projekty využít crowdfunding pro zahájení své činnosti a poté mohly získat také podporu od MTV New Media.

V dubnu 2011 byla platforma Indiegogo vybrána, aby se stala členem Startup America Partnership. Startup America Partnership je podporována Bílým Domem a jedná se o podnikatelskou iniciativu vytvořenou ze strany soukromého sektoru. Indiegogo na základě tohoto partnerství souhlasilo s nabídnutím členům Startup America Partnership získat 30 milionů dolarů s 50% slevou na poplatcích, které se ke kampani vztahují. (3)

## **5.2.2 O platformě Indiegogo**

Indiegogo je jednou z největších a nejpobulárnějších platform pro financování projektů. Příspěvatelé mohou pocházet ze zemí z celého světa. Na rozdíl od Kickstarteru nabízí možnost umístit projekt na svůj web lidem s novými nápady z více než 200 zemí světa. Pro projekty je na Indiegogo vytvořeno 24 kategorií. Oproti Kickstarteru na Indiegogo mohou být umístěny nejen projekty z oblasti kreativní kultury, ale také charitativní projekty, projekty zaměřené na životní prostředí nebo takové projekty, kdy lidé, kteří se ocitnou v obtížné životní situaci, žádají o pomoc veřejnost.

Platforma Indiegogo funguje na rozdíl od Kickstarteru na dvou principech získávání financí. První je stejný jako u Kickstarteru a to „všechno nebo nic“, které se na Indiegogo nazývá fixní financování. V případě fixního financování autor projektu buďto

požadovanou sumu vybere, a pokud ne, tak peníze budou vráceny přispěvatelům a projekt se ukončí, aniž by z něj musel platit nějaké poplatky. Druhý princip je takzvané flexibilní financování, jehož podstata spočívá v tom, že autor projektu si stanoví cíl, který chce vybrat, ale pokud ho celý nevybere, může si ponechat to, co získal. (2)

V případě fixního financování si Indiegogo ponechá poplatek 5% z vybrané sumy. Pokud projekt nebude úspěšný, jeho autor nemusí platit žádné poplatky. U flexibilního financování si Indiegogo ponechá poplatek ve výši 5%, pokud svého cíle dosáhne a pokud cíle nedosáhne, poplatek činí také 5%. V minulosti byl ovšem poplatek u flexibilního financování, v případě kdy kampaň na vytyčený cíl nedosáhne, vyšší a činil 9%. Momentálně jsou ale všechny poplatky u Indiegogo 5%. Autor projektu musí také počítat s poplatky třetím stranám. Poplatek za zpracování platby se pohybuje od 3% do 5%. Pokud je kampaň spuštěna mimo USA, ale finance na ni jsou vybírány v dolarech, je třeba počítat ještě s poplatkem 25 USD za převod peněz na bankovní účet mimo USA. (12)

Projekty mohou být umístěné na platformě Indiegogo od jednoho do 60 dnů. Indiegogo stejně jako Kickstarter dovoluje autorovi nahrát ke svému projektu i video. Indiegogo také umožňuje přímé sdílení projektů na sociálních sítích jako je Facebook, Twitter a Google+ a nebo také prostřednictvím Gmailu a Yahoo Mail. (11), (38)

**Tabulka č. 2: Základní číselné informace o projektech spuštěných na platformě Indiegogo k 2.12.2015**

Momentálně spuštěné projekty	5,901
Procento úspěšných projektů	7%
Procento neúspěšných projektů	93%
Úspěšně zafinancované projekty	28,525
Neúspěšně zafinancované projekty	362,583

Zdroj: (35)

### 5.2.3 Generosity by Indiegogo

V prosinci 2014 představila Danae Ringelmann na blogu portálu Indiegogo zcela novou službu s názvem Indiegogo Life. V říjnu 2015 došlo ke změně názvu platformy z Indiegogo Life na Generosity. Tato platforma nepatří mezi klasické crowdfundingové platformy, ale je zaměřena místo crowdfundingu na fundraising. Indiegogo Life se od Indiegogo odlišuje tím, že zatímco Indiegogo pomáhá lidem uskutečnit jejich nové, kreativní nápady, Generosity je portál zaměřený na lidi, kteří potřebují nějakým způsobem finančně podpořit, či shánějí podporu pro své blízké, nebo někoho ze svého okolí. Často jsou to lidé, kteří se ocitli v určité životní situaci, kdy shánějí finanční podporu. Například potřebují pomoc se zaplacením léčebných výloh, školného, veterinárních výloh pro svého domácího mazlíčka, nebo shání finance na uskutečnění narozeninové oslavy nebo svatby. Dalším rozdílem oproti Indiegogo je, že portál Generosity si neúčtuje žádné poplatky a autoři kampaní si tedy mohou nechat celou konečnou hodnotu financí, které získají. (13)

## 5.3 RocketHub

Crowdfundingová platforma RocketHub zahájila svou činnost v roce 2010. Počtem svých uživatelů se může zařadit společně s Kickstarterem a Indiegogo mezi tři největší crowdfundingové platformy. Jejimi zakladateli byli Brian Meece, Jed Cohen a Vladimír Vukicevič. Když společně v roce 2010 zakládali tuto platformu, byla každému z nich blízká jiná oblast umění. Brian Meece se pohyboval v oblasti hudby, jelikož byl zpěvák a skladatel. Jed Cohen oproti tomu pracoval jako herec a producent. Vladimír Vukicevič se živil jako technolog a spisovatel a proto mu byla blízká oblast technologií a literatury. (3)

*RocketHub je mezinárodní, průkopnická, otevřená komunita, která pomáhá tisícům umělců, vědců, podnikatelů a sociálních lídrů získat miliony dolarů. Součástí poslání RocketHub je vzdělávat veřejnost o síle crowdfundingového modelu.<sup>5</sup>*

Platforma RocketHub je otevřena širokému spektru projektů nejen z oblasti kreativní kultury, ale také z oblasti vědy, sociální sféry či podnikatelským projektům. Svůj

---

<sup>5</sup> RocketHub. Press Kit [online]. (PDF). [cit. 2015-07-26]. Dostupné z: <https://rockethub.com/news>

projekt mohou na platformu umisťovat lidé z jakékoliv země světa. RocketHub se zároveň snaží vzdělávat veřejnost a upozornit tak lidi na možnosti a příležitosti, jež jim crowdfunding může nabídnout. (14)

Projekty musejí spadat do jedné ze čtyř kategorií, mezi něž patří kategorie Umění, Podnikání, Věda a Sociálně zaměřené projekty. Kromě kategorií jsou projekty pro větší přehlednost řazené ještě do podkategorií, kterých je celkem 32. (15)

RocketHub umožňuje stejně jako ostatní crowdfundingové platformy umístit kreativní projekt na svůj web a začít vybírat finance pro jeho uskutečnění. Kromě této obvyklé služby ale RocketHub nabízí svým uživatelům navíc zcela mimořádnou službu, která je pro RocketHub v porovnání s ostatními crowdfundingovými portály unikátní a nese název LaunchPad Opportunities. Tato služba spočívá v tom, že autor nejprve poskytne svoji kampaň skupině lidí z RocketHub, nikoliv široké veřejnosti. Tito lidé se poté ke kampani vyjádří. Služba LaunchPad Opportunities nabízí možnost získat okamžitě velmi cennou zpětnou vazbu od týmu lidí, kteří se k projektu vyjádří. Pokud kampaň tým lidí z RocketHub zaujme, naskytnou se tak autorovi kampaně zcela nové příležitosti. Jednak získá publicitu a také mu to pomůže s propagací projektu. (2)

Další věcí, která odlišuje RocketHub od některých crowdfundingových platform, je způsob získávání financí. Oproti platformám, jež fungují na principu „all or nothing“, RocketHub využívá principu „keep what you raise“, tedy že si autor projektu nechá peníze, které získal bez ohledu na to, zda dosáhl jím vytyčeného finančního cíle. Tento způsob je v podstatě to samé, jako flexibilní financování u Indiegogo.

RocketHub si stejně jako ostatní crowdfundingové platformy z konečné sumy, která je vybraná, ponechá určité procento. Výše těchto procent se liší podle toho, zda byla suma uvedená autorem u projektu dosažena či nikoliv. Pokud je projekt úspěšný a podaří se na něj vybrat finance, které požaduje pro jeho uskutečnění autor, poté si RocketHub ponechá 4% z celkové sumy. Dále je z celkové sumy stržen manipulační poplatek, jehož výše činí 4%. V případě, kdy projekt nezíská vytyčenou sumu, ale získá alespoň nějaký finanční příspěvek, poté si RocketHub ponechá 8%. Manipulační poplatek je stejný, jako když projekt svého finančního cíle dosáhne a jeho výše činí 4%. Stejně jako Kickstarter

a Indiegogo, tak i RocketHub umožňuje propagaci projektů prostřednictvím sociálních sítí, mezi něž patří Facebook, Twitter a další. (14)

**Tabulka č. 3: Základní číselné informace o projektech spuštěných na platformě RocketHub k 2.12.2015**

Procento úspěšných projektů	14%
Procento neúspěšných projektů	86%
Úspěšně zafinancované projekty	1,173
Neúspěšně zafinancované projekty	7,283

Zdroj: (35)

## 5.4 Fundable

*„Podnikatelé vytvoří každý rok ve Spojených státech přes 6,000,000 nových podniků a přitom jen zlomek z nich získá finanční prostředky. My jsme se vydali toto změnit vytvořením obchodní crowdfundingové platformy, která umožňuje firmám získat kapitál od investorů, zákazníků a přátel.“<sup>6</sup>*

V roce 2012 založili podnikatelé Wil Schröter a Eric Corl crowdfundingovou platformu Fundable. Cílem této platformy je pomoci podnikatelům se získáváním financí potřebných pro růst a rozvoj jejich podnikání. Tato platforma umožňuje podnikatelům získávat finance prostřednictvím dvou crowdfundingových modelů. Prvním modelem je reward-based crowdfunding, tedy crowdfunding na bázi odměn, kdy přispěvatelé přispějí určitou částku na kampaň a za tento příspěvek obdrží poté odměnu. Druhým modelem je takzvaný equity-based crowdfunding, kdy podnikatel nabízí investorům podíl ve své firmě v podobě cenných papírů. (16)

Crowdfunding na bázi odměn je podle Fundable výhodný pro podnikatele, kteří mají finanční cíl, jehož chtějí dosáhnout v rozmezí od 1,000\$ do 50,000\$ a jejich

---

<sup>6</sup> Fundable. *About* [online]. [cit. 2015-09-26]. Dostupné z: <https://www.fundable.com/about>

podnikání je zaměřeno na poskytování prodeje určitého zboží či služeb přímo zákazníkům. Oproti tomu využití podílového crowdfundingu je dobré pro podnikatele, kteří mají stanovený finanční cíl od 50,000\$ do 1,000,000\$ a jejichž podnikání funguje na principu business-to-business. (17)

Platforma Fundable patří mezi nejvýznamnější platformy zaměřené na obchodní crowdfunding. Fundable se snaží pomoci podnikatelům se získáním znalostí o fundraisingu a se zahájením financování jejich kampaní. Firmy tak mohou prostřednictvím této platformy získat kapitál potřebný pro své podnikání od investorů, zákazníků, přátel či rodiny. (18)

Fundable umožňuje svým uživatelům vytvořit zdarma profil pro svou společnost ještě před zahájením kampaně, prostřednictvím níž začnou získávat finance. Jakmile je kampaň zahájena, její autor musí počítat s měsíčním poplatkem ve výši 179\$. Podnikatel si po skončení své kampaně ponechá celou vybranou částku. Pokud podnikatel používá crowdfundingový model na bázi odměn, musí počítat s poplatkem za zpracování platby. Tento poplatek se pohybuje ve výši 3,5% + 30 centů z každé provedené transakce. (19)

## 5.5 Crowdcube

*„Crowdcube patří mezi přední světové investiční crowdfundingové platformy. Umožňujeme komukoli investovat spolu s profesionálními investory do start-upů, raných fází a růstů podniků prostřednictvím akcií, dluhopisů a investičních finančních možností“.*<sup>7</sup>

Crowdfundingová platforma Crowdcube byla založena v únoru roku 2011 ve Velké Británii. Mezi její zakladatele patří Darren Westlake a Luke Lang. Tato platforma je otevřena především podnikatelům, jež shání finance pro rozjezd či růst svého podnikání. Crowdcube poskytuje veřejnosti on-line přístup k investičním příležitostem v malých a rozvíjejících se podnicích ve Velké Británii. Autoři jednotlivých projektů umístěných na platformě shání finance výměnou za akcie. Crowdcube tedy pracuje na bázi podílového crowdfundingu. (20)

---

<sup>7</sup> Crowdcube. *Invest in innovative British businesses* [online]. [cit. 2015-04-26]. Dostupné z: <https://www.crowdcube.com>



V roce 2011 požádal portál Crowdcube o autorizaci Financial Services Authority, jež ve Velké Británii drží dohled nad finančním trhem. Tuto autorizace byla portálu udělena v roce 2013 a učinila z Crowdcube crowdfundingovou platformou, jež umožňuje investorům stát se přímými akcionáři podniků Spojeného království. Dále obdržení autorizace pomohlo Crowdcube zvýšit ochranu investorů a tím i spokojenost a důvěru. (21)

Projekty umístěné na platformě Crowdcube jsou rozděleny do několika sekcí podle témat, kterých se týkají. Mezi pět nejpopulárnějších sekcí patří sekce Technologie, Jídlo a nápoje, Osobní a obchodní služby, Internetový obchod a Maloobchod. Podnikatelé, kteří na platformu umísťují své projekty jsou z 86% muži a pouze ze 14% ženy. V posledním roce činila úspěšnost projektů 52%. (22)

Stejně jako u ostatních crowdfundingových portálů je i u Crowdcube strháván poplatek z každého úspěšného projektu. Pokud projekt dosáhne svého cíle, je z konečné částky strženo 6,5%. Mezi další poplatky, které si Crowdcube účtuje, se řadí administrativní poplatek, jehož výše činí 1,250 £ a poplatek za podnikové služby, který činí taktéž 1,250 £. Hodnota obou poplatků je uvedena bez DPH. Autoři projektů musí také počítat s poplatkem za zpracování platby, jehož výše závisí na zemi, ve které je platební karta zapsána. Tento poplatek se pohybuje od 0,5% pro Velkou Británii, 1% pro státy Evropy a 2,9% pro ostatní státy světa. (23)

**Tabulka č. 4: Základní číselné informace o projektech spuštěných na platformě Crowdcube k 2.12.2015**

Procento úspěšných projektů za poslední rok	52%
Procento neúspěšných projektů za poslední rok	48%
Úspěšně zafinancované projekty	327
Množství vybraných liber celkem	122,157,567 £
Množství investorů	234,010

Zdroj: (22)

## 6 Vybrané české crowdfundingové platformy

V červenci roku 2011 došlo ke vzniku první crowdfundingové platformy na území České republiky. Tato platforma měla název Fondomat. Jejími zakladateli byli Joe Wakeford a Conrad Watts, dva britští umělci žijící v Praze. Tento portál už ovšem není funkční, protože se jeho zakladatelé rozhodli přesunout své podnikání do Anglie. Další platformou, která vznikla v roce 2011 je platforma Nakopni.mě. Poté začaly vznikat další platformy jako HitHit, Startovač, Everfund a další. (24)

### 6.1 Hithit

Provoz crowdfundingové platformy Hithit byl zahájen v roce 2012. Cílem zakladatelů společnosti Hithit s.r.o. bylo umožnit autorům projektů především z oblasti kreativní kultury začít získávat finance prostřednictvím crowdfundingu. Hithit se snaží spojit lidi, kteří mají kreativní nápady s těmi, kteří by realizaci těchto nápadů chtěli podpořit. (25)

Momentálně tým lidí, kteří se starají o činnost platformy Hithit, tvoří producent a reklamní advisor Aleš Burger, bývalý novinář a majitel komunikační agentury Pavel Eichler, ředitel softwarové společnosti Norbert Nagy, softwarový architekt Pavel Müller, zakladatelka galerie na lavičkách Jana Ecksteinová a hudební produkční Jonáš Herza. (26)

Pro projekty je na platformě Hithit vytvořeno celkem 15 kategorií, mezi něž patří kategorie Technologie, Design, Tanec, Hry, Komunita, Hudba, Divadlo, Jídlo, Literatura, Fotografie, Film, Umění, Sport, Móda a Vzdělávání. Některé projekty mohou také spadat pod nadaci Vodafone, s níž portál Hithit spolupracuje. (27)

Platforma Hithit funguje na principu všechno nebo nic. Pokud projekt cílovou částku potřebnou pro realizaci získá, obdrží vybrané finance. Jestliže vybraná částka je menší než cílová, pak budou příspěvky vrácené zpět přispěvatelům. Maximum dní, během kterých může být projekt umístěn na portálu Hithit spuštěn činí 45 dní. (25)

Pokud projekt bude úspěšný, musí jeho autor počítat s poplatky. Výše těchto poplatků činí 9% pokud je základní provize pro projekt do částky 200,000 Kč. V případě,

že je částka nad 200,000 Kč, Hithit se s autory domluví na individuálních podmínkách. Dále je třeba počítat s poplatkem ve výši od 1,5% do 2,5% za bankovní poplatky a DPH. (28)

**Tabulka č. 5: Základní číselné informace o projektech spuštěných na platformě Hithit k 2.12.2015**

Množství spuštěných projektů	859
Úspěšně zafinancované projekty	377
Neúspěšně zafinancované projekty	482
Procento úspěšných projektů	44%
Procento neúspěšných projektů	56%

Zdroj: (33)

## 6.2 Startovač

Platforma Startovač zahájila svoji činnost v roce 2013. Její hlavní heslo zní: „Vypusťte to do světa“<sup>8</sup>. Tuto platformu provozuje společnost Army of Darkness s.r.o. Tým lidí, který stojí za Startovačem tvoří Jakub Červinka, Slávek Rejthar, Martin Brykner a Karel Roubal. (29)

Projekty umístěné na Startovači musejí spadat do jedné z kategorií, které jsou zde pro ně vytvořené. Mezi ně patří kategorie Knihy & Komiks, Film, Hudba, Hry & Apps, Věda & technika, Umění, Podnikání a Ostatní projekty, které ovšem nemohou být charitativně zaměřené, nemohou mít za cíl financování osobního života a jakékoliv jiné projekty, jež by svým obsahem odporovaly zákonům platným v České republice. Crowdfundingová platforma Startovač je založena na principu všechno nebo nic a jednotlivé projekty mohou být na platformě umístěny od 15 do 60 dnů.

---

<sup>8</sup> Startovač. Kontakt [online]. [cit. 2015-09-26]. Dostupné z: <https://www.startovac.cz/kontakt/>

Pokud projekt dosáhne svého vytyčeného finančního cíle, stane se úspěšným a jeho autor získá vybranou částku zmenšenou o povinné poplatky. Výše těchto poplatků se liší podle toho, kolik peněz se podaří vybrat. Pokud je vybraná cílová částka vyšší nebo rovna 500,000 Kč nebo 20,000 EUR, výše poplatku včetně DPH činí 5%. V případě, že vybraná cílová částka je vyšší nebo rovna 50,000 Kč nebo 2,000 EUR, bude výše poplatku včetně DPH 7%. Jestliže bude vybraná cílová částka menší než 50,000 Kč nebo 2,000 EUR, výše poplatku včetně DPH bude činit 9%. S použitím různých platebních metod jsou spojeny poplatky v různé výši podle toho, která platební metoda je použita. (30)

**Tabulka č. 6: Základní číselné informace o projektech spuštěných na platformě Startovač za rok 2015**

Úspěšnost projektů	57 – 59%
Neúspěšnost projektů	41 – 43%

Zdroj: (37)

**Tabulka č. 7: Tabulka poplatků pro jednotlivé platební metody**

Transakční poplatek při platbě kartou na úspěšný projekt	2 % z příspěvku
Transakční poplatek při platbě PayPal na úspěšný projekt	3,4 % – 4,9% z příspěvku + 10 Kč, resp. 0,35 EUR z příspěvku
Transakční poplatek při SMS platbě přes síť T-Mobile CZ	10,89 %
Transakční poplatek při SMS platbě přes síť Vodafone CZ	15,25 %
Transakční poplatek při SMS platbě přes síť Telefónica CZ	15,73 %
Transakční poplatek při SMS platbě přes síť U:fon	19,36 %

Zdroj: (30)

## 6.3 Fundlift

*„Díky platformě Fundlift může kdokoliv zhodnotit své prostředky investicí do nadějných firem a zajímavé projekty dostávají možnost, jak získat další financování a dát o sobě vědět.“<sup>9</sup>*

Provoz nové crowdfundingové platformy Fundlift nebyl zatím ještě zahájen, ale už nyní je jasné, že v českém prostředí bude tato platforma zcela unikátní. Bude se totiž jednat o první českou crowdfundingovou platformu fungující na principu podílového crowdfundingu. Na jejím vzniku a spuštění spolupracuje investiční skupina Rockaway, jejímž zakladatelem je Jan Klenor a finanční skupina Roklen v jejímž čele stojí Jakub Havrlant. (31)

Hlavním cílem platformy Fundlift je poskytnout podnikatelům příležitost získat potřebné finanční prostředky pro rozvoj podnikání a investorům příležitost vložit kapitál do českých firem a podpořit tak jejich růst. Pokud se investor rozhodne vložit svůj kapitál do určitého podniku, získá tak obchodní podíl, akcie, nebo případně jiné cenné papíry tohoto podniku. (32)

Již nyní mají zájemci možnost na webové stránce fundlift.cz zaregistrovat svůj projekt. Veškeré zaregistrované projekty budou nejprve posouzeny a vybrány budou takové projekty, u nichž bude předpokládána šance na úspěch vysoká. Z počátku by se mělo jednat především o projekty z oblasti internetu a technologií. Později bude prostor poskytnut i projektům z ostatních oblastí. (34)

---

<sup>9</sup> Fundlift. *Fundlift* [online]. [cit. 2015-09-26]. Dostupné z: <http://fundlift.cz>

## 7 Realizace projektu financování davem

V praktické části práce bude realizován vlastní projekt financování davem. Tento projekt nese název Wheels of Time a na platformě Indiegogo byl spuštěn 2.10.2015. Jedná se o fotografický projekt tematicky zaměřený na hodinky.

Cílem tohoto projektu je otestovat, zda by bylo možné použít crowdfunding jako zdroj pro financování vlastního podnikání. Podnikání v oblasti oprav hodin, hodinek a klenotnických výrobků je od počátku, tedy od ledna 2015 financováno převážně z vlastních zdrojů. Na základě výsledku projektu bude zjištěno, zda by crowdfunding mohl pomoci jako další zdroj financování v začátcích podnikání.

V této části práce bude popsán celý proces, jímž musí autor crowdfundingové kampaně projít. Bude zde rozvedeno, jak probíhala příprava kampaně a co všechno je třeba v přípravné fázi promyslet a vyřešit. Dále bude uvedeno, proč byla vybrána právě platforma Indiegogo pro umístění vlastního projektu a budou představeny klíčové faktory, jež ovlivnily výběr této platformy. Popsán zde bude cíl projektu a také to, jaký způsob financování byl zvolen vzhledem k tomu, že Indiegogo nabízí dva způsoby financování, a to fixní nebo flexibilní. Pozornost bude věnována i odměnám a nákladům na jejich zaslání, jež jsou právě s odměnami úzce spjaty. Před spuštěním projektu je dobré promyslet i optimální délku trvání kampaně.

Praktická část práce se věnuje také samotnému spuštění kampaně na platformě Indiegogo. Se spuštěním kampaně souvisí problematika komunikační strategie, tedy jak dát o kampani vědět rodině, přátelům a ostatním. Zde budou popsány různé způsoby, prostřednictvím nichž lze o kampani informovat. Zmíněny budou sociální sítě či jiné webové stránky, které byly používány pro sdílení v průběhu kampaně.

Pozornost bude věnována také výsledku kampaně. Zmíněno bude finální množství financí, které se prostřednictvím kampaně Wheels of Time podařilo získat. Představeny budou dále některé statistiky týkající se kampaně Wheels of Time, jako například statistika týkající se aktivity kampaně či příspěvků. Kromě finančního výsledku kampaně bude popsán i dopad, jež měla kampaň na podnikání.

## 7.1 Příprava projektu

Na počátku přípravné fáze je třeba, aby se autor projektu zaměřil na výběr vhodné platformy. Z nabídky domácích i zahraničních platform sloužících pro financování projektů byla vybrána platforma Indiegogo. Výběr této platformy ovlivnilo hned několik faktorů. Pro možnost lepšího srovnání a větší přehlednosti byly nejdůležitější z těchto faktorů uspořádány do tabulky následujícím způsobem.

**Tabulka č. 8: Přehled vybraných platform a jejich vlastností**

	Platforma může být použita občany ČR	Velikost platformy	Platforma umožňuje umístění fotografického projektu	Úspěšnost projektů	Fixní poplatky	Možnost flexibilního financování
Kickstarter	ne	velká	ano	37%	5%	ne
Indiegogo	ano	velká	ano	7%	5% + 25USD	ano
RocketHub	ano	střední	ano	14%	4 – 8%	ano
Fundable	ano	střední	ne	-	179USD	ano
Crowdcube	ne	střední	ne	52%	6,5% + 1,250 £ + 1,250 £	ne
Hithit	ano	malá	ano	44%	9%	ne
Startovač	ano	malá	ano	57 – 59%	5 – 7%	ne

Zdroj: (2), (9), (12), (14), (19), (22), (23), (28), (33), (30), (37), (35)

Při rozhodování mezi jednotlivými platformami bylo důležité, aby platforma mohla být použita občany České republiky. Tento požadavek nesplňovaly platforma Kickstarter a Crowdcube a proto nemohly být pro umístění kampaně použity.

Druhým faktorem, jenž ovlivnil finální rozhodnutí, byla velikost platformy. Indiegogo představuje druhou největší platformu určenou pro financování projektů na světě. Každý den se zde objevují nové projekty a v jednotlivých kategoriích jsou umístěny desítky či stovky projektů. Na jednotlivých českých platformách je počet umístěných projektů výrazně menší. Zatímco na platformě Indiegogo byly v době přípravy kampaně spuštěny stovky až tisíce projektů, na českých platformách byly spuštěny desítky projektů. Díky tomu, že je Indiegogo velmi živou platformou s velkým množstvím uživatelů, existuje i více míst, kde je možné projekty umístěné na této platformě sdílet. Ke sdílení lze použít skupiny vytvořené pro sdílení Indiegogo projektů na Facebooku. Stejně tak na sociální síti Google+ existují komunity určené pro sdílení Indiegogo projektů. Pokud na Twitteru nebo na Instagramu bude příspěvek označen #indiegogo, existuje větší pravděpodobnost, že se na tento příspěvek podívá více lidí, než když bude označen například #hithit. Vzhledem k tomu, že Indiegogo je otevřeno projektům i přispěvatelům z mnoha zemí, je šance, že se o projektu dozvědí nejen přátelé a rodina, ale i lidé z jiných zemí. (35)

Dalším z požadavků při výběru vhodné platformy bylo, aby umožňovala umístění fotografického projektu, což bylo vzhledem k povaze projektu velmi důležité. Platforma Indiegogo tento požadavek splňovala.

Z hlediska úspěšnosti projektů umístěných na jednotlivých platformách představuje Indiegogo platformu s relativně nízkou úspěšností. Ovšem tuto nízkou úspěšnost projektů překonaly ostatní přednosti platformy Indiegogo.

Výše fixních poplatků obsahujících poplatek platformě, případně další poplatky, jejichž hodnota je neměnná, představuje v případě platformy Indiegogo 5% + 25USD.

Na rozdíl od většiny ostatních platform, jež umožňují získávání financí pouze prostřednictvím fixního financování, Indiegogo nabízí možnost i flexibilního financování. To, že Indiegogo nabízí tuto možnost financování, také pomohlo v rozhodování mezi



jednotlivými platformami. Proč byl zvolen právě tento způsob financování, bude rozvedeno dále v práci.

Dalším faktorem, jenž ovlivnil výběr právě platformy Indiegogo byl i celkový subjektivní dojem z této platformy. Platforma Indiegogo působila na první pohled jako přehledná a uživatelsky přívětivá platforma. Indiegogo se snaží svým uživatelům představit, jak vlastně funguje a jak probíhá crowdfundingový proces. Zároveň poskytuje mnoho užitečných informací, rad a tipů vztahujících se ke spuštění, průběhu i ukončení kampaně. To, že Indiegogo nenabízí pouze možnost umístit projekt, ale zároveň nabízí cenné informace a rady pro své uživatele, výrazně přispělo k nabytí dobrého dojmu z této platformy. Přehledně a detailně jsou zde také popsány všechny poplatky. Před spuštěním kampaně na platformě je vždy velmi důležité seznámit se s jejími obchodními podmínkami.

### **7.1.1 Cíl projektu**

Cíl projektu je nutné nastavit tak, aby byl jasně daný, srozumitelný a realistický. Toto platí jak pro cíl, který bude představen v kampani slovně, tak i pro finanční cíl, jenž představuje finanční částku potřebnou pro realizaci tohoto slovně vyjádřeného cíle. Cílem projektu Wheels of Time, jenž byl uveden i v kampani spuštěné na Indiegogo bylo získat finanční prostředky pro rozvoj vlastního podnikání. Konkrétně tedy financí pro nákup základního pracovního vybavení.

#### **7.1.1.1 Finanční cíl**

Pokud má autor již definovaný konkrétní cíl projektu, musí si vypočítat, kolik finančních prostředků potřebuje pro jeho realizaci. Stanovené množství finančních prostředků musí být takové, aby pokrylo veškeré náklady spojené s projektem. Cílová finanční částka se skládá z několika položek, z nichž největší obvykle tvoří náklady na realizaci cíle projektu. V případě kampaně Wheels of Time tvořily největší položku náklady na nákup základního hodinářského vybavení. Dále je třeba počítat s náklady na vytvoření odměn a s náklady na poštovné při jejich odesílání.

Autor projektu musí brát v potaz i náklady spojené s umístěním projektu na platformu. Konkrétně se jedná o tři poplatky. Prvním z nich je poplatek platformě, jenž

v případě platformy Indiegogo činí 5% z vybrané částky. Druhý poplatek je ve výši 3% + 0,30 USD za zpracování platby kreditní kartou a je stržen z každého příspěvku. Třetí poplatek je účtován pouze v případě, že kampaň je spuštěna občanem státu mimo USA a vybraná finanční částka po ukončení kampaně půjde na účet jiné než některé z amerických bank. Tento poplatek činí 25 USD. (12)

Finanční cíl kampaně Wheels of Time byl stanoven ve výši 500 USD. Poplatek za převod vybrané částky na účet české banky činil 25 USD. Poplatek platformě Indiegogo byl vypočítán také na 25 USD. Po odečtení těchto neměnných poplatků zůstala částka ve výši 450 USD. Poplatky za zpracování platby kreditní kartou nelze přesně spočítat předem. Z 500 USD lze vypočítat pouze 3% sazbu, tedy 15 USD, ovšem 0,3 USD za každou platbu spočítat předem nelze vzhledem k tomu, že není možné zjistit počet přispěvatelů ještě před zahájením kampaně. Dále je třeba počítat s náklady na poštovné u jednotlivých odměn. Jejich finální výše bude záviset na tom, které odměny si přispěvatelé vyberou. U nehmotných odměn, jako je například poděkování, mohou být náklady i nulové. Pokud se ale jedná o odměny hmotné, vznikají náklady jak na jejich pořízení, tak i náklady spojené s jejich odesláním. Zde může nastat problém, pokud jsou přispěvatelé z různých zemí, tak se výše poštovného může zásadně lišit v závislosti na zemi, do níž je odměna zasílána. (12)

Přibližná výše nákladů byla odhadnuta na částku 500 USD následovně:

- Náklady na pořízení základního hodinářského vybavení: 350 USD
- Poplatek za převod vybrané částky na účet české banky: 25 USD
- 5% Poplatek platformě Indiegogo: 25 USD
- 3% Poplatek za zpracování platby: 15 USD
- Přibližné náklady na vytvoření odměn a poštovné: 20 – 60 USD (v závislosti na počtu vybraných odměn)
- Rezerva na další výdaje: 25 – 65 USD (tato rezerva by mohla být popřípadě využita i pro nákup dalšího hodinářského vybavení v případě, že by nebyla vyčerpána celá)

### **7.1.2 Volba způsobu financování**

Indiegogo nabízí dva způsoby financování, mezi nimiž se autor projektu musí rozhodnout. Prvním způsobem je fixní financování a druhým flexibilní. Jak tyto dva způsoby fungují, již bylo popsáno v teoretické části práce. Vždy je zcela na autorovi projektu, aby se rozhodl, který způsob financování pro něj bude výhodnější a který chce použít. (2)

V případě kampaně Wheels of Time byl zvolen flexibilní způsob financování. Flexibilní způsob financování bylo možné použít také proto, že i v případě nedosažení cílové finanční částky může vybraná finanční částka posloužit jako jeden z finančních zdrojů pro rozjezd vlastního podnikání. Částka i v malé výši podnikání podpoří. Pokud by finance získané prostřednictvím kampaně měly být hlavním zdrojem financování podnikání, nebylo by možné flexibilní způsob financování použít.

Jedním z faktorů, jež ovlivnily výběr právě tohoto způsobu financování, bylo také to, že v případě fixního financování není možné přijímat platby prostřednictvím kreditních karet na bankovní účet. Platby je možné přijímat pouze prostřednictvím internetového platebního systému PayPal. Vzhledem k tomu, že způsob financování není možné po spuštění kampaně měnit, je třeba důkladně zvážit výhody i nevýhody obou způsobů financování předem.

### **7.1.3 Odměny**

Jednotlivé odměny je nutné nastavit tak, aby byly pro přispěvatele co možná nejvíce atraktivní. Cílem odměn je motivovat potenciální přispěvatele k tomu, aby se rozhodli přispět. Finanční částky, za něž budou odměny nabízeny, je důležité nastavit tak, aby byly pro přispěvatele stále zajímavé, nepřipadaly mu přehnané a zároveň aby přinášely autorovi kampaně zisk i po odečtení veškerých vynaložených nákladů a poplatků.

Odměny mohou mít hmotnou i nehmotnou podobu. V kampani Wheels of Time byly nabízeny převážně hmotné odměny. Vzhledem k tomu, že se jednalo o fotografický projekt, měly odměny podobu fotografií v různých formátech či počtu v závislosti na výši příspěvku. Většina odměn měla hmotnou podobu. Jen jedna odměna byla ve formě elektronické knihy.

**Tabulka č. 9: Pořadí hodnot odměn, jež jsou nejpoblárnější mezi přispěvateli na platformě Indiegogo**

1.	\$ 10
2.	\$ 25
3.	\$ 5
4.	\$ 50
5.	\$ 100
6.	\$ 20
7.	\$ 15
8.	\$ 40
9.	\$ 1
10.	\$ 30

Zdroj: (41)

Nejpoblárnější odměnu představuje odměna v hodnotě 10\$. Hodnotu odměny v této výši volí přispěvatelé při přispívání na projekty spuštěné na platformě Indiegogo nejčastěji. Na druhém místě se umístila odměna v hodnotě 25\$ a na třetím místě odměna v hodnotě 5\$. (41)

Ve většině případů je pro přispěvatele zajímavá taková kampaň, v níž budou nabízeny odměny, které pro něj budou finančně výhodné. Například při příspěvku 100\$ bude odměnou produkt, jenž bude později nabízen na trhu za vyšší částku než je 100\$.

Platforma Indiegogo umožňuje přispěvatelům provést příspěvek i bez vybrání odměny. Pokud se někdo rozhodne, že chce na projekt přispět bez vybrání odměny, pak existuje i tato možnost. V případě kampaně Wheels of Time se polovina přispěvatelů rozhodla, že projekt podpoří svým příspěvkem, bez toho, aniž by si vybrali odměnu.

Hierarchie odměn podle výše příspěvku:

**5\$** – Pohlednice – Pohlednice vytvořená z jedné fotografie z projektu s poděkováním.

**10\$** – Jedna 10x15cm fotografie – Obdržíte jednu 10x15cm fotografii dle vlastního výběru. Můžete si vybrat jakoukoliv fotografii z kampaně. Pokud si vyberete fotografii s příběhem, tento příběh bude k fotografii přiložen.

**15\$** – Dvě 10x15cm fotografie – Obdržíte dvě 10x15cm fotografie dle vlastního výběru. Můžete si vybrat jakékoliv fotografie z kampaně. Pokud si vyberete fotografii s příběhem, tento příběh bude k fotografii přiložen.

**25\$** – Pět 10x15cm fotografií – Obdržíte pět 10x15cm fotografií dle vlastního výběru. Můžete si vybrat jakékoliv fotografie z kampaně. Pokud si vyberete fotografii s příběhem, tento příběh bude k fotografii přiložen.

**35\$** – Jedna 21x30cm fotografie – Obdržíte jednu 21x30cm fotografii dle vlastního výběru. Můžete si vybrat jakoukoliv fotografii z kampaně. Pokud si vyberete fotografii s příběhem, tento příběh bude na zadní straně fotografie.

**50\$** – Tři 21x30cm fotografie – Obdržíte tři 21x30cm fotografie dle vlastního výběru. Můžete si vybrat jakékoliv fotografie z kampaně. Pokud si vyberete fotografii s příběhem, tento příběh bude na zadní straně fotografie.

**80\$** – Série deseti speciálních fotografií – Obdržíte deset 15x21cm fotografií ze speciální série. Příběhy vztahující se k fotografiím budou uvedeny na zadní straně fotografie.

**100\$** – E-Book – Kniha v elektronické podobě, kde najdete všechny fotografie z tohoto projektu. Kniha bude obsahovat také 10 fotografií včetně jejich příběhů.

### **7.1.3.1 Poštovné**

S odměnami je úzce spjato i poštovné. Pokud si přispěvatel vybere odměnu, je třeba mu ji prostřednictvím některé z poštovních společností zaslat. Vzhledem k tomu, že platforma Indiegogo umožňuje přispěvatelům z celého světa si za svůj příspěvek vybrat odměnu, výše poštovného se bude lišit v závislosti na zemi, do níž bude odměna putovat. A právě zde může nastat problém s náklady, které mohou být náhle vyšší, než se očekávalo. Ceny za služby se u jednotlivých poštovních společností liší a cenu poštovného může výrazně ovlivnit i to, do jaké země je odměna odesílána.

Odměna z kampaně Wheels of Time přispěvateli z České republiky byla odeslána prostřednictvím České pošty stejně jako odměna, jež byla zaslána na Nový Zéland. Vzhledem k tomu, že se nejednalo o odměny vysoké hodnoty, bylo možné je poslat formou dopisu a bez pojištění. Během kampaně se ovšem ozval zájemce z Kanady s dotazem, zda by nebyly na prodej kapesní hodinky Omega, které byly na některých z fotografií. A právě v tomto případě došlo k problému s poštovným. Vzhledem ke stavu hodinek byla domluvena předběžná cena na 300 USD + poštovné. A zde nastal zmiňovaný problém. Prostřednictvím České pošty, jež má sazby poštovného nejvýhodnější, by nebylo možné hodinky v takové hodnotě zaslat. Česká pošta totiž neumožňuje zaslání cenné zásilky do Kanady a vzhledem k hodnotě hodinek by nebylo možné hodinky poslat jako obyčejnou zásilku. Po srovnání nabídek několika poštovních společností bylo zjištěno, že nejvýhodnější nabídky poštovného do Kanady včetně pojištění zásilky se pohybují od 2500 Kč a výše. Vzhledem k tomu, že by zboží putovalo mimo EU, musel by příjemce zaplatit ještě clo a DPH. Zájemci by se tedy nákup hodinek výrazně prodražil a koupí hodinek si proto rozmyslel. Pokud by hodinky byly nabízeny přímo v kampani jako odměna, bylo by složité stanovit hodnotu poštovného u takové odměny vzhledem k tomu, že nelze předpokládat, do které země bude odeslána.

### **7.1.4 Délka trvání kampaně**

Doba, po kterou bude kampaň na platformě probíhat, může být pro různé projekty odlišná. Autor projektu si vždy musí sám rozhodnout, jak dlouho chce mít projekt na platformě spuštěný. Jak již bylo v práci zmíněno, počet dní, během nichž může být kampaň na platformě Indiegogo spuštěna, se může pohybovat v rozmezí od jednoho do 60 dnů, což

představuje horní hranici doby, po kterou může být kampaň na platformě Indiegogo umístěna. Kampaň Wheels of Time trvala od 2.10.2015 do 11.11.2015, tedy celkem po dobu 41 dnů. (38)

## 7.2 Spuštění kampaně na platformě

Platforma Indiegogo umožňuje umístění kampaně ještě před jejím samotným zahájením. Autor tak může svou kampaň připravovat a upravovat, aniž by byla viditelná pro veřejnost. Při umístění kampaně na platformu je nutné nejprve vyplnit název kampaně, stát, město a zvolit množství financí potřebných pro realizaci projektu včetně měny, v níž budou finance vybírány. Dále musí autor zadat základní informace týkající se kampaně jako například zařazení kampaně do konkrétní kategorie, nahrání úvodní fotografie, vyplnění stručného popisu kampaně, nebo zvolení počtu dní, po které bude kampaň na platformě spuštěna. V dalším kroku má autor možnost ke kampani nahrát video a napsat úvodní řeč. Poté je třeba, aby autor zadal jednotlivé odměny včetně předpokládaného data jejich doručení. Některé informace jsou povinné, jiné dobrovolné. Mezi povinné informace patří například údaje o autorovi či způsob financování, zatímco nahrání videa či vytvoření fotogalerie je dobrovolné.

Vytvoření fotogalerie či videa může být velmi dobrý způsob, jak kampaň představit a zároveň zaujmou přispěvatele. Kampaně obsahující video jsou až o 100% úspěšnější oproti těm, které video neobsahují. (3)

Platforma Indiegogo umožňuje ke kampani nahrát video ze serveru Youtube nebo Vimeo. V případě kampaně Wheels of Time bylo video nejprve nahráno na server Youtube a poté vloženo do kampaně. Pro úpravu videa je možné použít různé editory. Například server Youtube nabízí jednoduchý editor svým uživatelům zdarma. Při tvorbě kampaně Wheels of Time byl použit program CyberLink PowerDirector 13. Video je v kampani umístěné vždy ve vrchní části stránky, která se zobrazí každému, kdo se na kampaň podívá. Důležité proto je, aby video dokázalo zaujmout a vytvořilo dobrý první dojem v člověku, který kampaň navštíví.

Autor kampaně si musí dát pozor, aby video, audiosoubory a veškeré fotografie umístěné v kampani neodporovaly autorským právům. Nejjednodušší způsob jak se

vyhnout problémům s autorskými právy je vytvořit obsah osobně. Ne vždy je to ovšem možné. Při tvorbě videa pro kampaň Wheels of Time bylo zapotřebí sehnat doprovodnou hudbu k videu, jejíž použití by neodporovalo autorským právům. Jako nejsnadnější způsob se ukázalo použití hudby přímo ze serveru Youtube, jenž nabízí zvukovou knihovnu obsahující skladby, které je možné použít zdarma v libovolném videu. Problematika autorských práv je velmi široká a autor kampaně se s ní musí seznámit, aby se vyhnul možným sankcím v případě dopuštění se porušení autorských práv.

Obrázek č. 1: Video v kampani Wheels of Time

The image shows a crowdfunding campaign page for 'Wheels of Time' on a platform like PledgeMusic. The campaign is for a photography project in Prague, Czech Republic. The video player shows a scene with a watch and a camera lens, with the text: 'In 1960 I was received by one man. I was a birthday gift from his colleagues and friends ...'. The campaign has raised \$175 USD in one month, which is 35% of the \$500 USD goal. The campaign is closed, having ended on November 11, 2015. A perk of \$5 USD is offered, which is a handwritten thank you postcard with one of the creator's photos. The creator is Gabriela Tichá, an email-verified member of the Photography team.

## Wheels of Time

Prague, Czech Republic   Photography

Story   Updates 9   Comments 1   Backers 4   Gallery 24

239   Tweet   Email   Embed   Link   Follow

*In 1960 I was received by one man. I was a birthday gift from his colleagues and friends ...*

**\$175 USD**  
raised in 1 month

35% funded   No time left

**\$500 USD goal**  
Flexible Funding

**CAMPAIGN CLOSED**  
This campaign ended on November 11, 2015

### Select a Perk

**\$5 USD**

**Postcard**  
A handwritten thank you postcard with one of my photos.

0 claimed  
**Estimated delivery:** December 2015  
**Ships Worldwide**

**Photography project showing the world hidden between wheels of time.**

**Gabriela Tichá**  
Email Verified

**Photography**  
Prague  
Czech Republic  
1 team member



Zdroj: (38)



Obrázek č. 2: Fotogalerie pro kampaň Wheels of Time

Story | Updates 9 | Comments 1 | Backers 4 | **Gallery 24**

### Image Gallery Edit



**\$175 USD**  
raised in 1 month

35% funded No time left

**\$500 USD goal**  
Flexible Funding

**CAMPAIGN CLOSED**  
This campaign ended on November 11, 2015

### Select a Perk

**\$5 USD**

**Postcard**  
A handwritten thank you postcard with one of my photos.

0 claimed  
Estimated delivery: December 2015  
Ships Worldwide

Zdroj: (38)

Pokud jsou vyplněny všechny povinné informace a kampaň neodporuje obchodním podmínkám platformy, Indiegogo umožní kampaň spustit. (39)

Ve chvíli, kdy je kampaň spuštěna již nemá autor možnost některé zadané informace měnit. Změnit nelze výši požadované finanční částky, měnu, v níž je vyjádřena tato částka, způsob financování, nebo odměny, které již byly vybrány některým z přispěvatelů. Většinu ostatních informací je možné měnit i v průběhu kampaně. Například je možné přidávat nové odměny nebo upravovat ještě nevybrané odměny, přidávat fotografie do fotogalerie, nahrávat videa, měnit úvodní řeč nebo přidávat odkazy na webové stránky a profily na sociálních sítích.

V okamžiku spuštění kampaně nastává velmi náročná fáze, kdy se autor kampaně snaží oslovit co největší množství lidí, kteří by probíhající kampaň mohli finančně

podpořit. Oslovování a komunikace s potencionálními přispěvateli probíhá nejčastěji v online prostředí za pomoci sociálních sítí.

### **7.2.1 Komunikační strategie**

Způsobů, jimiž lze o kampani informovat rodinu, přátele či širokou veřejnost existuje několik. Ideální je představit projekt ještě před jeho samotným spuštěním na platformě. Autor kampaně může podávat informace a oslovovat potencionální přispěvatele prostřednictvím vlastní webové stránky, blogu, médií či placené reklamy. Představit projekt osobně, může být dalším ze způsobů, jak o něm informovat. Osobní představení projektu je výhodné především v případě oslovení rodiny či blízkých přátel. Pro oslovení většího počtu lidí ovšem tento způsob není příliš vhodný. Komunikace může probíhat i prostřednictvím e-mailů. Efektivním a nejčastěji používaným způsobem komunikace je v případě crowdfundingu komunikace prostřednictvím sociálních sítí.

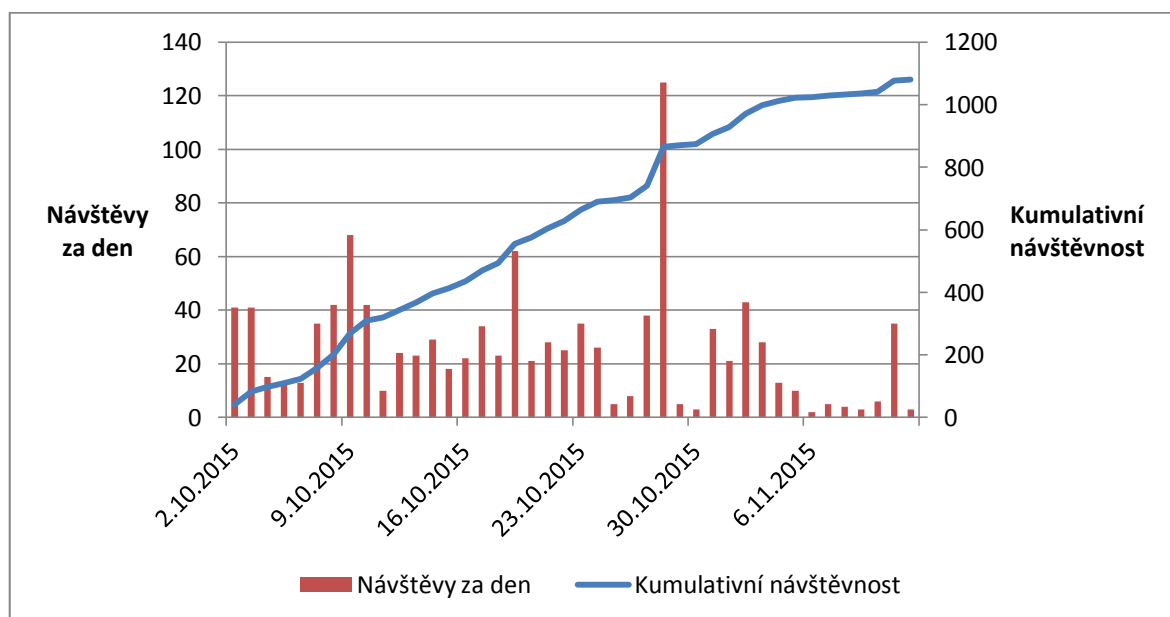
Mezi sociální sítě, jež byly využívány v případě kampaně Wheels of Time, patřil především Facebook, Twitter, Instagram a Google+. Tyto sociální sítě byly využívány pro komunikaci nejvíce. Výhodou těchto sítí je, že umožňují sdílet obsah nejen s přáteli, ale i s širokou veřejností. Pro sdílení obsahu s veřejností napomáhají v případě těchto sítí takzvané hashtagy vztahující se k jednotlivým příspěvkům. Facebook a Google+ navíc umožňují sdílení obsahu v různých komunitách. Vzhledem k povaze kampaně byly pro sdílení využívány vhodné komunity zaměřené na crowdfunding, fotografování či hodinky. Facebook také umožňuje svým uživatelům vytvořit si vlastní stránku. Pro kampaň Wheels of Time byla na Facebooku vytvořena stejnojmenná stránka, na níž byly umístěny některé fotografie. Pro kampaň bylo vytvořeno deset speciálních fotografií hodinek, u nichž byl dostupný i jejich příběh. Jelikož se nejednalo pouze o fotografie, ale jejich součástí byl i text, byly tyto příběhy příliš dlouhé na to, aby mohly být umístěny přímo v kampani či jako popis u fotografie ve fotogalerii. Přímo do kampaně byly uvedeny odkazy na tuto stránku a stránka byla nastavena tak, aby byl její obsah veřejně dostupný a to i bez přihlášení na Facebook. Pro sdílení kampaně byly kromě výše uvedených sociálních sítí použity stránky, mezi něž patří CrowdFundingForum, Reddit či Pinterest a také internetový server Youtube, na němž bylo umístěno i úvodní video pro kampaň.

Indiegogo nabízí pro přímé sdílení projektů sadu nástrojů pro sdílení, které se objeví v levé části obrazovky při otevření konkrétní kampaně z nabídky všech kampaní v dané kategorii. Prostřednictvím těchto nástrojů lze sdílet kampaň na sociálních sítích Facebook a Twitter, nebo také prostřednictvím Gmailu a Yahoo Mailu. Tyto nástroje dále umožňují snadné umístění odkazu na kampaň na blog či internetovou stránku. (38)

Pro komunikaci s přispěvateli byla využívána převážně e-mailová komunikace a to především díky jejímu osobnějším charakteru. Když se někdo rozhodne kampaň podpořit příspěvkem, je vhodné mu za příspěvek poděkovat. V průběhu kampaně bylo přispěvatelům poděkováno jak veřejně prostřednictvím sociálních sítí, tak i odesláním osobního e-mailu.

Sdílení kampaně prostřednictvím sociálních sítí ovlivňuje i takzvaný gogofaktor, díky kterému může být kampaň na portálu Inidegogo více viditelná. Kampaně, které budou mít vyšší gogofaktor, budou umístěny na vyšších místech v seznamu kampaní spuštěných v určité kategorii na platformě. Čím delší dobu je kampaň na platformě spuštěna, tím složitější je i udržet její návštěvnost a sdílení. (40)

**Graf č. 4: Návštěvnost kampaně Wheels of Time**



Zdroj: vlastní zpracování dle (38)

**Tabulka č. 10: Návštěvnost kampaně Wheels of Time podle zemí**

Země	Počet návštěv	Země	Počet návštěv
Spojené státy americké	380	Srbsko	3
Česká republika	182	Švýcarsko	3
Singapur	153	Uruguay	3
Slovensko	86	Brazílie	2
Německo	70	Kolumbie	2
Francie	43	Litva	2
Irsko	28	Lucembursko	2
Španělsko	22	Nepál	2
Kanada	21	Norsko	2
Nový Zéland	21	Slovinsko	2
Japonsko	19	Turecko	2
Spojené království	20	Ukajina	2
Nizozemsko	13	Vietnam	2
Indie	9	Argentina	1
Bulharsko	8	Černá Hora	1
Filipíny	8	Čína	1
Švédsko	7	Estonsko	1
Austrálie	6	Guam	1
Itálie	6	Guatemala	1
Belgie	5	Chile	1
Hongkong	5	Chorvatsko	1
Rusko	5	Jižní Korea	1
Thajsko	5	Madagaskar	1
Egypt	4	Makedonie	1
Rakousko	4	Maroko	1
Spojené arabské emiráty	4	Mexiko	1
Dánsko	3	Mongolsko	1
Maďarsko	3	Pákistán	1
Polsko	3	Rumunsko	1
Portugalsko	3	Súdán	1
Řecko	3	Anonymní server	2

Zdroj: (38)

## 7.3 Skončení kampaně

Po skončení kampaně na platformě je vhodné poděkovat za podporu a dále musí autor kampaně přispěvatelům odeslat jimi zvolené odměny. V případě kampaně Wheels of Time byly odměny odeslány již v průběhu kampaně, aby na ně přispěvatelé nemuseli čekat. Vhodné může být také ujistit se, že odměny dorazily k přispěvatelům v pořádku.

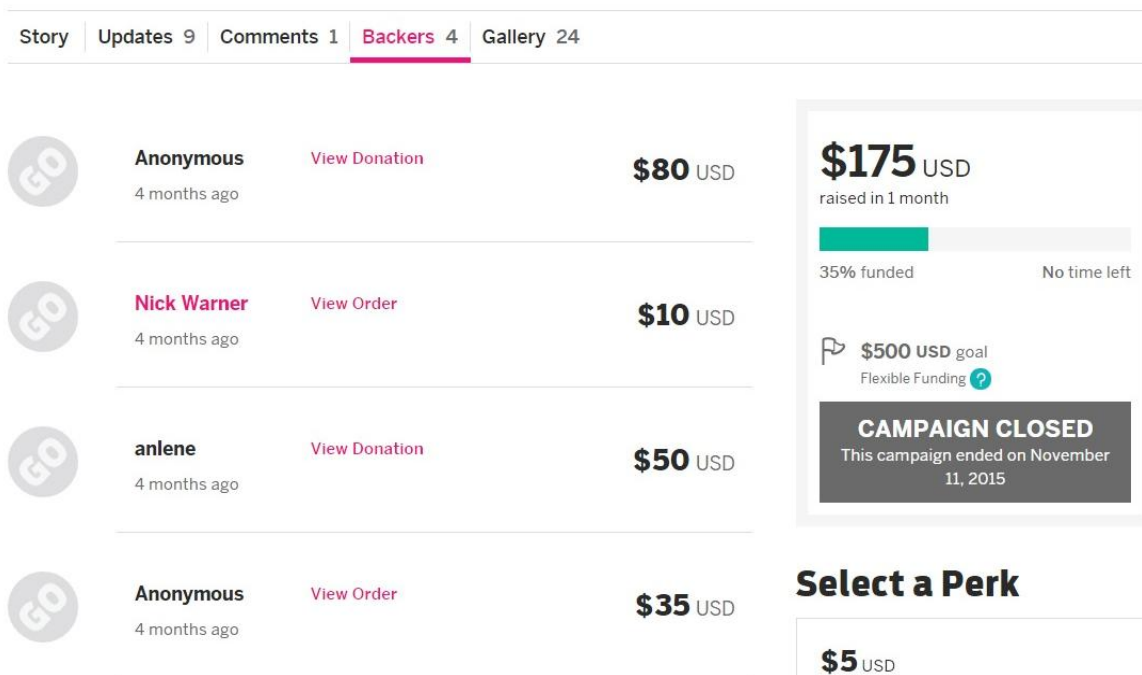
**Obrázek č. 3: Přehled všech odměn včetně odměn vybraných přispěvateli**

Perks <span style="float: right;">Last updated less than a minute ago</span>			
All Perks			<a href="#">Export as CSV</a>
Perk ^	Number Claimed	Amount	Total Raised
<b>10 Special Photos Edition</b> You will receive ten 15x21 cm size prints from special photo edition. Stories of those watches will be on the back side of the photo.	0	\$80	\$0
<b>E-Book</b> E-Book where you will find all photos from this project. There will be also included 10 photos with their full stories.	0	\$100	\$0
<b>Five 10x15 Photographs</b> You will receive five 10x15 cm prints of your choice. You can choose from any of my photos. If you choose photo which has story, this story will be attached to your photo.	0	\$25	\$0
<b>One 10x15 Photograph</b> You will receive one 10x15 cm print of your choice. You can choose from any of my photos. If you choose photo which has story, this story will be attached to your photo.	1	\$10	\$10
<b>One 21x30 Photograph</b> You will receive one 21x30 cm print of your choice. You can choose from any of my photos. If you choose photo which has story, this story will be on the back side of your photo.	1	\$35	\$35
<b>Postcard</b> A handwritten thank you postcard with one of my photos.	0	\$5	\$0
<b>Three 21x30 Photographs</b> You will receive three 21x30 cm prints of your choice. You can choose from any of my photos. If you choose photo which has story, this story will be on the back side of your photo.	0	\$50	\$0
<b>Two 10x15 Photographs</b> You will receive two 10x15 cm prints of your choice. You can choose from any of my photos. If you choose photo which has story, this story will be attached to your photo.	0	\$15	\$0

Zdroj: (38)

Přispěvateli byly vybrány dvě odměny. První z nich byla jedna 10x15cm fotografie a druhou představovala jedna 21x30cm fotografie. Obě odměny byly přispěvatelům odeslány prostřednictvím České pošty. Fotografie o rozměru 10x15cm byla zaslána na Nový Zéland a cena poštovního činila 25 Kč. Fotografie o rozměru 21x30cm byla zaslána přispěvateli z České republiky a výše poštovního činila 13 Kč. Celkem se prostřednictvím odměn podařilo vybrat 45\$.

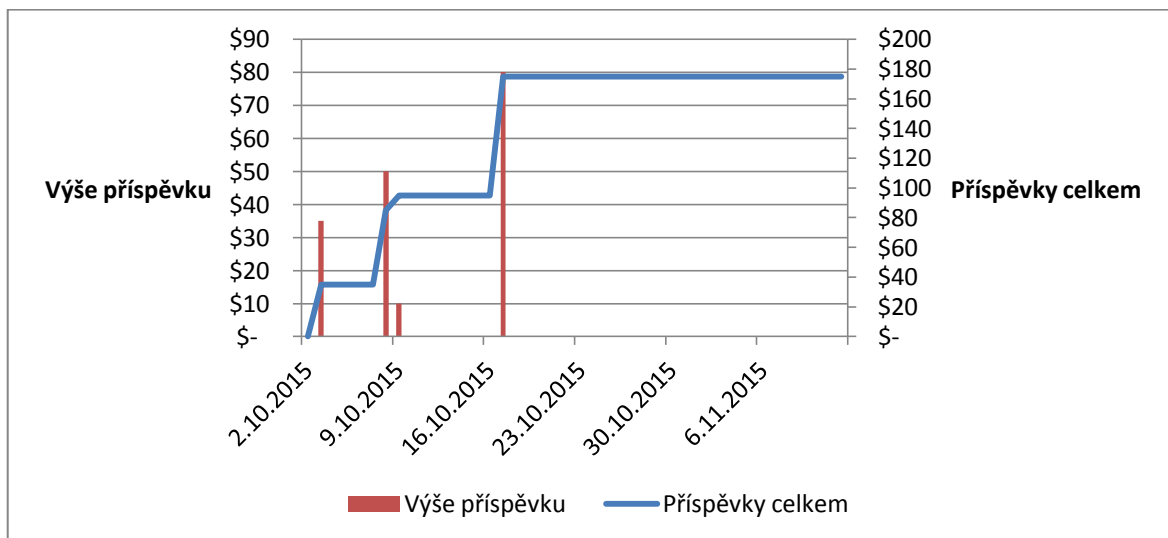
**Obrázek č. 4: Výše jednotlivých příspěvků v USD**



Zdroj: (38)

Kampaň Wheels of Time získala čtyři příspěvky a to ve výši 80\$, 10\$, 50\$ a 35\$.

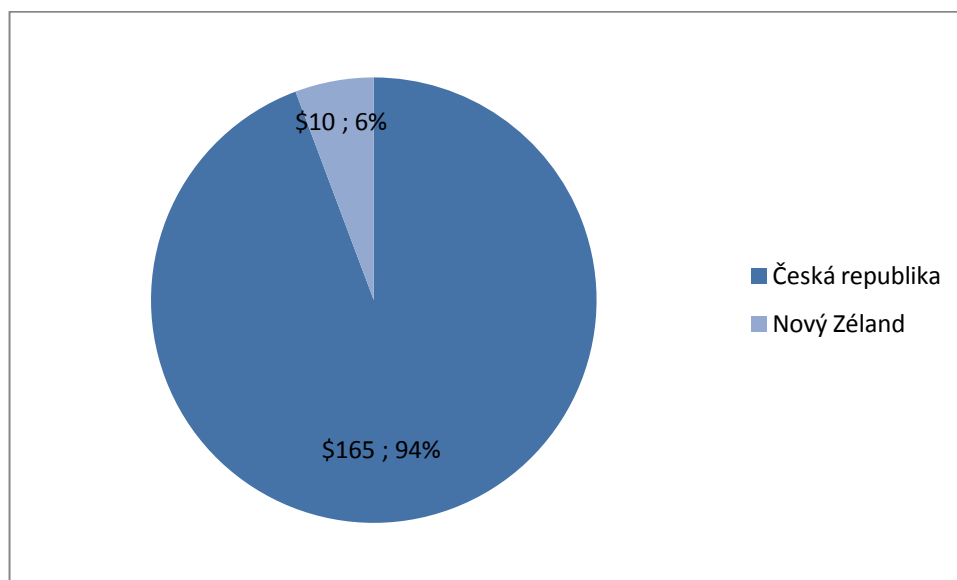
**Graf č. 5: Vybrané částky podle data**



Zdroj: vlastní zpracování dle (38)

První příspěvek kampaň získala 3.10.2015, tedy druhý den od spuštění na platformě a poslední příspěvek získala 17.10.2015.

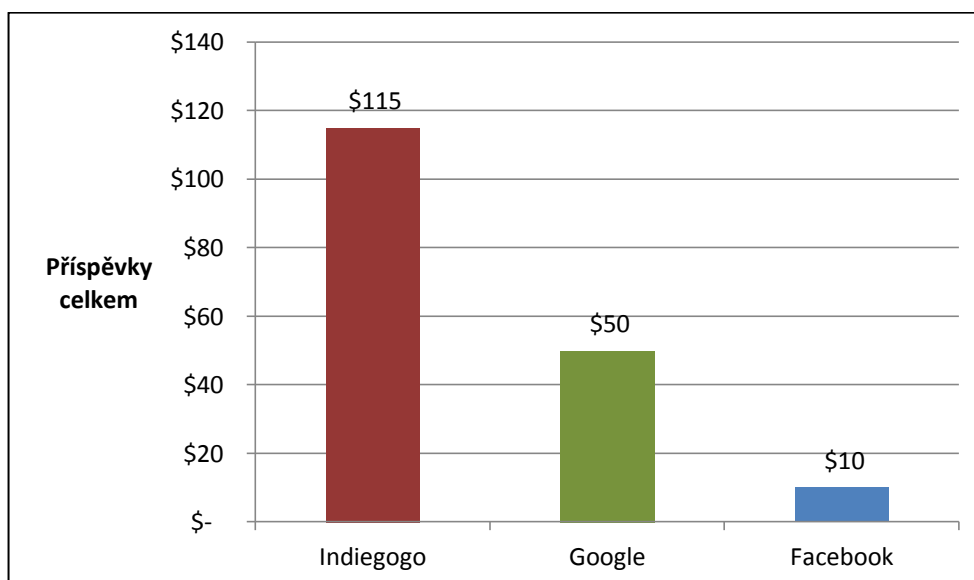
**Graf č. 6: Rozložení příspěvků podle země**



Zdroj: vlastní zpracování dle (38)

Celkem 94% všech příspěvků pocházelo od přispěvatelů z České republiky. Příspěvek od přispěvatele z Nového Zélandu měl 6% podíl.

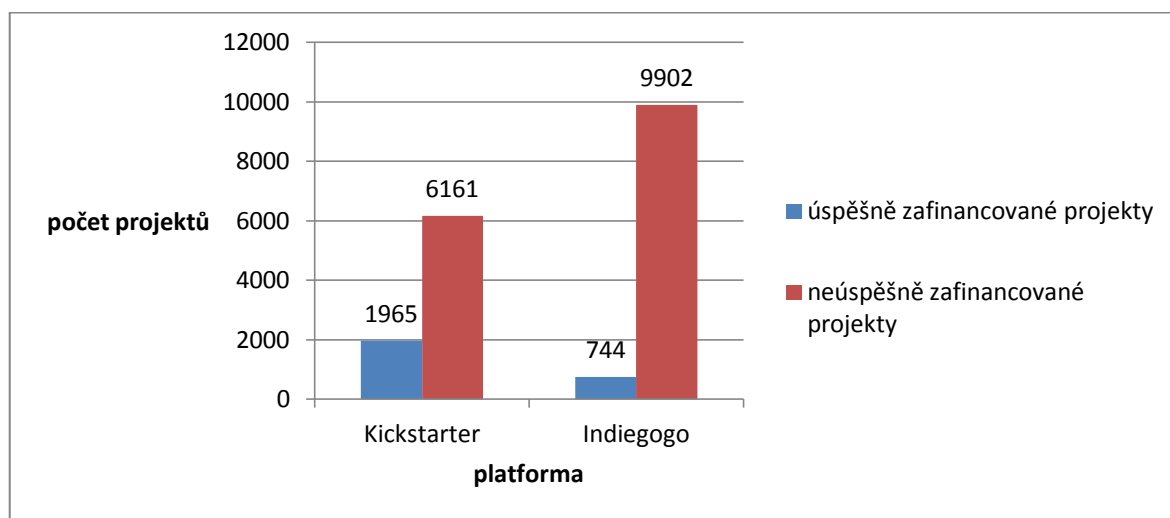
**Graf č. 7: Zdroje, z nichž směřovaly příspěvky pro kampaň Wheels of Time**



Zdroj: vlastní zpracování dle (38)

Platforma Indiegogo patřila mezi zdroj, jenž navedl největší množství financí pro kampaň, a to 115\$. Druhým zdrojem byl Google, jenž navedl finance ve výši 50\$ a třetím zdrojem byl Facebook, jenž navedl finance ve výši 10\$.

**Graf č. 8: Úspěšnost projektů v kategorii fotografování na platformě Kickstarter a Indiegogo**



Zdroj: vlastní zpracování dle (35)

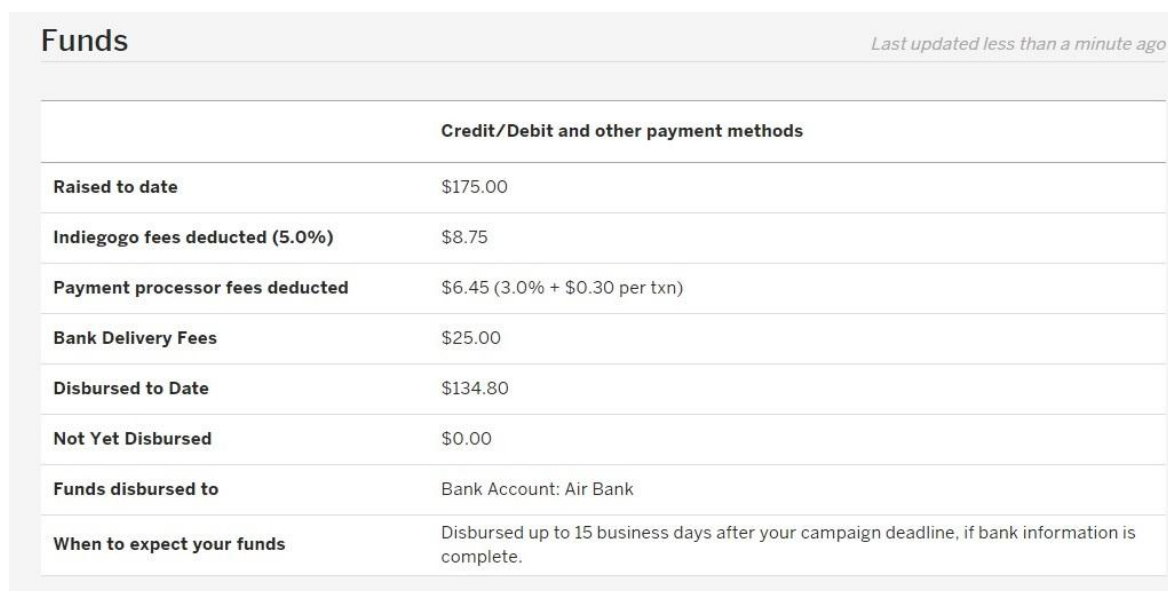
V případě platformy Kickstarter činí množství úspěšně zafinancovaných projektů v kategorii fotografování 1965 projektů a počet neúspěšně zafinancovaných projektů činí 6161 projektů. Množství úspěšně zafinancovaných projektů umístěných na platformě Indiegogo představuje 744 projektů a počet neúspěšně zafinancovaných projektů představuje 9902 projektů.



## 7.4 Vyhodnocení finančního výsledku kampaně a dopadu kampaně na podnikání

Vybraná finanční částka byla po skončení kampaně snížena o veškeré poplatky a poté odeslána na účet autora kampaně. V případě kampaně Wheels of Time činila výše vybraných financí 175\$, tedy 35% z původní požadované částky. (38)

Obrázek č. 5: Vypočtená suma po odečtení poplatků platformou Indiegogo



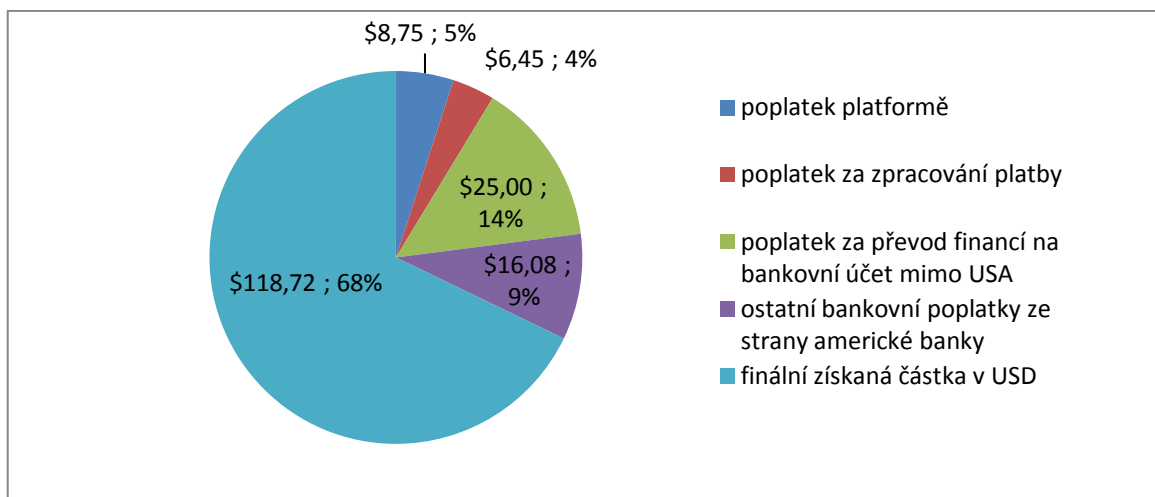
Funds		<small>Last updated less than a minute ago</small>
Credit/Debit and other payment methods		
<b>Raised to date</b>	\$175.00	
<b>Indiegogo fees deducted (5.0%)</b>	\$8.75	
<b>Payment processor fees deducted</b>	\$6.45 (3.0% + \$0.30 per txn)	
<b>Bank Delivery Fees</b>	\$25.00	
<b>Disbursed to Date</b>	\$134.80	
<b>Not Yet Disbursed</b>	\$0.00	
<b>Funds disbursed to</b>	Bank Account: Air Bank	
<b>When to expect your funds</b>	Disbursed up to 15 business days after your campaign deadline, if bank information is complete.	

Zdroj: (38)

Získaná finanční částka ve výši 175\$ byla nejprve snížena o tři poplatky a to poplatek platformě ve výši 8,75\$, poplatek za zpracování platby ve výši 6,45\$ a poplatek za převod financí na bankovní účet mimo USA ve výši 25\$. Po odečtení těchto tří poplatků zůstala částka ve výši 134,80\$. Souhrnná výše těchto tří poplatků činila 40,20\$, což představuje 22,97% z celkové vybrané částky. Platforma Indiegogo uvádí, že peníze by měly být po skončení kampaně odeslány na účet autora kampaně do 15 pracovních dnů. (38)

Částka 134,80\$ byla dále snížena o poplatky v hodnotě 16,08\$, jež byly strženy ze strany americké banky, prostřednictvím níž byly převáděny finance na účet v české bance. Výše získané částky tak činila o 16,08\$ méně a to 118,72\$. Souhrnná výše poplatků tedy činila 56,28\$, což představuje 32,16% z celkové vybrané částky.

**Graf č. 9: Podíl jednotlivých poplatků ze strany platformy a americké banky na celkové získané částce**



Zdroj: vlastní zpracování dle (38)

**Obrázek č. 6: Výpis z účtu po obdržení finální finanční částky v CZK**

Zaúčtování Provedení	Typ Kód transakce	Název Číslo účtu / karty	Detaily	Částka CZK	Poplatky
19.11.2015	Zahraniční platba	INDIEGOGO, INC.	WELLS FARGO BANK, N.A. / USA	2 940,69	-100,00
19.11.2015	8818252252	000004122253826 / WFBUIUS6SXXX	118,72 USD, kurz: 24,770 CZK/USD, SHA Indiegogo Disbursement Disbursement 193508 1468255		

Zdroj: vlastní zpracování

Částka, jež byla připsána na účet při směnném kurzu 1 USD = 24,77 CZK činila 2940,69 CZK. Česká banka poté ještě strhla poplatek za příchozí zahraniční platbu ve výši 100 CZK. Finální získaná finanční částka po odečtení veškerých poplatků a při stanoveném směnném kurzu činila 2840,69 CZK. Tato částka byla připsána na účet dne 19.11.2015, tedy 8 dní po skončení kampaně.

**Tabulka č. 11: Přehled finančních údajů týkajících se kampaně Wheels of Time**

Finance získané prostřednictvím kampaně	175\$
Poplatek platformě (5%)	8,75\$
Poplatek za zpracování platby	6,45\$
Poplatek za převod financí na bankovní účet mimo USA	25\$
Ostatní bankovní poplatky	16,08\$
Získaná částka v USD	118,72\$
Poplatek za příchozí zahraniční platbu	100 CZK
Získaná částka v CZK	2840,69 CZK
Náklady na tvorbu odměn	60 CZK
Náklady na poštovné	38 CZK
Finální získaná finanční částka po odečtení nákladů	2742,69 CZK

Zdroj: (38)

Náklady na tvorbu odměn činily 60 CZK. S odměnami byly ještě spojené náklady na poštovné. Jak již bylo v práci zmíněno, odměny byly odeslány prostřednictvím České pošty a náklady na poštovné činily ve výsledku 38 CZK. Po odečtení veškerých nákladů zůstala finální finanční částka v hodnotě 2742,69 CZK. Tato částka byla poté použita na nákup pracovního vybavení.

Kampaň měla přímý finanční dopad na podnikání. Finální získaná peněžní částka ve výši 2742,69 CZK mohla být použita jako jeden ze zdrojů pro financování vlastního podnikání. Vzhledem k tomu, že podnikání bylo zahájeno v lednu roku 2015 a kampaň byla spuštěna 2.10.2015, bylo podnikání v době příprav a poté spuštění kampaně již

zahájeno, ovšem stále ještě se nacházelo v začátcích. Díky částce získané v kampani bylo možné nakoupit potřebné vybavení dříve, než by na něj bylo našetřeno na základě výnosů z podnikání.

V průběhu a po skončení kampaně Wheels of Time byla zpětná vazba jak od přispěvatelů, tak i od některých lidí, kteří se na projekt podívali pozitivní. Kromě finanční podpory podnikání kampaň zafungovala velmi dobře i jako způsob, jak představit především přátelům vlastní podnikání a vzbudit v nich zájem o něj, na základě čehož se firmě rozrostla zákaznická základna.

## 8 Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo realizovat projekt financování davem prostřednictvím elektronických platforem financování projektů jako nástroje získání investičních prostředků k uskutečnění podnikatelského záměru.

Crowdfunding představuje způsob financování projektů, kdy finanční prostředky potřebné pro realizaci projektu jsou získávány na základě většího počtu příspěvků od široké veřejnosti prostřednictvím elektronických platforem. Komunikace mezi autorem projektu a veřejností probíhá převážně v online prostředí a značný význam je přikládán sociálním sítím, jež umožňují rychlé šíření informací. Díky crowdfundingu mohou podnikatelé získat cizí kapitál potřebný pro zahájení či rozvoj podnikatelské činnosti od individuálních – drobných přispěvatelů, investorů nebo dárců. Kromě kapitálu získají podnikatelé i zpětnou vazbu od široké veřejnosti vypovídající o ekonomickém potenciálu projektu.

Crowdfundingová kampaň byla spuštěna na jedné z dostupných elektronických platforem – platformě Indiegogo pod názvem Wheels of Time od 2.10.2015 do 11.11.2015, tedy celkem po dobu 41 dnů. Ekonomickým cílem kampaně Wheels of Time bylo získat finanční prostředky pro rozvoj vlastního podnikání. Konkrétně tedy financí pro nákup základního pracovního vybavení. Získané finanční prostředky byly použity na nákup hodinářského nářadí (vlásková pinzeta, snímač ruček, univerzální klíč na otevírání závitových pouzder hodinek). Protihodnotou za příspěvky byly odměny zmíněné výše. Jeden přispěvatel za svůj příspěvek ve výši 10\$ obdržel jako odměnu fotografii 10x15cm s příběhem hodinek vyobrazených na fotografii. Dalšímu přispěvateli za příspěvek ve výši 35\$ náležela jako odměna fotografie 21x30cm s příběhem hodinek vyobrazených na fotografii. Dva přispěvatelé se rozhodli projekt podpořit finanční částkou, aniž by si vybrali některou z odměn.

Kampaň Wheels of Time získala během svého působení čtyři příspěvky a to ve výši 10\$, 35\$, 50\$ a 80\$. Souhrnná výše příspěvků tak činila 175\$. Přispěvatelé pocházeli ze dvou zemí a to z České republiky a Nového Zélandu. Mezi zdroje, z nichž směřovaly

příspěvky pro kampaň Wheels of Time patřila přímo platforma Indiegogo a posléze ještě Google a sociální síť Facebook.

Vybraná finanční částka byla po skončení kampaně snížena o veškeré poplatky a poté odeslána na účet autora kampaně. Poplatky, o něž byla částka snížena, představoval 5% poplatek platformě ve výši 8,75\$, poplatek za zpracování platby ve výši 6,45\$, poplatek za převod financí na bankovní účet mimo USA ve výši 25\$ a bankovní poplatky v hodnotě 16,08\$ stržené ze strany americké banky, prostřednictvím níž byly převáděny finance na účet v české bance. Po odečtení těchto poplatků zůstala částka ve výši 118,72\$. Souhrnná výše poplatků v USD tedy činila 56,28\$, což představuje 32,16% z celkové vybrané částky 175\$. Částka připsaná na účet při směnném kurzu 1 USD = 24,77 CZK činila 2940,69 CZK. Z této částky byl poté ještě českou bankou stržen poplatek za příchozí zahraniční platbu ve výši 100 CZK. Finální získaná finanční částka po odečtení poplatku za příchozí zahraniční platbu a při stanoveném směnném kurzu činila 2840,69 CZK. Tato částka byla připsána na účet dne 19.11.2015, tedy 8 dní po skončení kampaně.

Náklady na tvorbu odměn představovaly 60 CZK. Vytvořené odměny byly zaslány příspěvatelům prostřednictvím České pošty a náklady na poštovné činily ve výsledku 38 CZK. Po odečtení veškerých nákladů spojených s tvorbou a odesláním odměn příspěvatelům zůstala finální finanční částka v hodnotě 2742,69 CZK.

Kampaň měla na podnikání přímý finanční dopad. Finální finanční částka, získaná na základě crowdfundingové kampaně, ve výši 2742,69 CZK byla použita na nákup pracovního vybavení. Lze tedy konstatovat, že crowdfunding bylo možné použít jako jeden ze zdrojů pro financování vlastního podnikání.

Větší úspěšnost kampaně by bylo možné podpořit virální komunikací kampaně pomocí sociálních sítí za využití skupin a dále reklamních kampaní v sociálních sítích. Úspěšnost kampaně by bylo možné zlepšit také nabídnutím zajímavějších odměn příspěvatelům, kdy by příspěvatelé místo fotografie obdrželi konkrétní unikátní produkt firmy. Například by si firma mohla nechat na zakázku vyrobit řadu hodinek pod vlastní značkou.

## 9 Seznam použitých zdrojů

- (1) GUILLEBEAU, Chris. Překlad Petr Miklica. *Startup za pakatel*. 1. vyd. Brno: Jan Melvil Publishing, 2013, 308 s. ISBN 978-80-87270-59-2.
- (2) STEINBERG, Scott; DeMARIA, Rusel. *The crowdfunding Bible: How to raise money for any startups, video game, or projekt*. United Kingdom: Lulu, 2012, 90 s. ISBN 978-1-105-72628-6.
- (3) YOUNG, Thomas Elliot. *The Everything Guide to Crowdfunding: Learn How to Use Social Media for Small-Business Funding, Understand Crowd Psychology, Gain an Online Presence, Create a Successful Crowdfunding Campaign, Promote Your Campaign to Reach Hidden Funding Sources*. Holbrook: Adams Media Corporation, 2013, 304 s. ISBN 978-1-440-55033-1.
- (4) CUNNINGHAM, William Michael. *The JOBS Act: Crowdfunding for Small Businesses and Startups*. 1.vyd. New York: Apress, 2012, 208 s. ISBN 978-1-4302-4755-5.
- (5) LAWTON, Kevin; MAROM, Dan. *The crowdfunding revolution: how to raise venture capital using social media*. New York: MCGRAW-HILL Professional, 2012, 224 s. ISBN 978-0-071-79045-1.
- (6) Národní divadlo. *Historie*. [online]. [cit. 2015-04-26]. Dostupné z: <http://www.narodni-divadlo.cz/cs/narodni-divadlo/historie>
- (7) Kickstarter. *Learn* [online]. [cit. 2015-04-26]. Dostupné z: [https://www.kickstarter.com/learn?ref=home\\_start](https://www.kickstarter.com/learn?ref=home_start)
- (8) Kickstarter. *A Brief History of Kickstarter* [online]. [cit. 2015-04-26]. Dostupné z: <https://www.kickstarter.com/stories/fiveyears>
- (9) Kickstarter. *Stats* [online]. [cit. 2015-04-26]. Dostupné z: <https://www.kickstarter.com/help/stats>
- (10) Crowdfundcentral. *Indiegogo* [online]. [cit. 2015-04-26]. Dostupné z: <https://crowdfundcentral.wordpress.com/top-10-crowdfunding-sites/indiegogo/comment-page-1/>
- (11) Indiegogo. *About us* [online]. [cit. 2015-04-26]. Dostupné z: <https://www.indiegogo.com/about/our-story>

- (12) Indiegogo. *Fees & Pricing* [online]. [cit. 2015-04-26]. Dostupné z: <https://support.indiegogo.com/hc/en-us/articles/204456408-Fees-Pricing>
- (13) Generosity. *Indiegogo Life in the Spotlight: AlliedCrowds' July 2015 Report* [online]. [cit. 2015-11-26]. Dostupné z: <https://www.generosity.com/blog/2015/07/alliedcrowds-crowdfunding-july-2015-report/>
- (14) RocketHub. *Press Kit* [online]. (PDF). [cit. 2015-07-26]. Dostupné z: <https://rockethub.com/news>
- (15) RocketHub. *Projects* [online]. [cit. 2015-07-26]. Dostupné z: <https://www.rockethub.com/projects>
- (16) Fundable. *The History of Crowdfunding* [online]. [cit. 2015-09-26]. Dostupné z: <https://www.fundable.com/crowdfunding101/history-of-crowdfunding>
- (17) Fundable. *Raise Capital for Your Startup Online* [online]. [cit. 2015-09-26]. Dostupné z: <https://www.fundable.com/raise-capital>
- (18) Fundable. *About* [online]. [cit. 2015-09-26]. Dostupné z: <https://www.fundable.com/about>
- (19) Fundable. *Pricing and Fees* [online]. [cit. 2015-09-26]. Dostupné z: <https://www.fundable.com/faq/pricing-and-fees>
- (20) Crowdcube blog. *Businesses raise over £2.3 million business finance through Crowdcube* [online]. [cit. 2015-09-26]. Dostupné z: <http://blog.crowdcube.com/2012/02/15/businesses-raise-over-2-3-million-business-finance-through-crowdcube/>
- (21) Crowdcube blog. *Crowdcube is authorised by the FSA* [online]. [cit. 2015-09-26]. Dostupné z: <http://blog.crowdcube.com/2013/02/04/crowdcube-fsa-authorisation/>
- (22) Crowdcube. *Crowdcube Infographic* [online]. [cit. 2015-09-26]. Dostupné z: <https://www.crowdcube.com/infographic>
- (23) Crowdcube. *Crowdcube fees* [online]. [cit. 2015-09-26]. Dostupné z: <https://www.crowdcube.com/pg/crowdcubefees-34>
- (24) ZUBÍČEK, Milan a STASZKIEWICZ, Maria. *Crowdfunding Visegrad* [online]. Praha: Aspen Institute Prague, 2014, 33 s. (PDF). [cit. 2015-09-26]. Dostupné z: [http://www.aspeninstitute.cz/images\\_upload/files/crowdfunding\\_visegrad\\_FINAL.pdf](http://www.aspeninstitute.cz/images_upload/files/crowdfunding_visegrad_FINAL.pdf)



- (25) Hithit. *Co je Hithit* [online]. [cit. 2015-09-26]. Dostupné z: <https://www.hithit.com/cs/article/whatIsHithit>
- (26) Hithit. *Kdo je za Hithit* [online]. [cit. 2015-09-26]. Dostupné z: <https://www.hithit.com/cs/article/team>
- (27) Hithit. *Všechny projekty* [online]. [cit. 2015-09-26]. Dostupné z: <https://www.hithit.com/cs/search>
- (28) Hithit. *Kolik to stojí?* [online]. [cit. 2015-09-26]. Dostupné z: <https://www.hithit.com/cs/article/howMuchDoesItCost>
- (29) Startovač. *Kontakt* [online]. [cit. 2015-09-26]. Dostupné z: <https://www.startovac.cz/kontakt/>
- (30) Startovač. *Často kladené dotazy* [online]. [cit. 2015-09-26]. Dostupné z: <https://www.startovac.cz/casto-kladene-dotazy/>
- (31) Fundlift. *Fundlift* [online]. [cit. 2015-09-26]. Dostupné z: <http://fundlift.cz>
- (32) Roklen360. *Fundlift* [online]. [cit. 2015-09-26]. Dostupné z: <http://www.roklen360.cz/fundlift>
- (33) Crowdfunder blog. *Infographic: Title IV Reg A+* [online]. [cit. 2015-09-26]. Dostupné z: <https://www.crowdfunder.com/blog/?s=infographic>
- (34) Rockway. *Fundlift: Každý se může stát investorem* [online]. [cit. 2015-12-02]. Dostupné z: <https://www.rockawaycapital.com/cs/novinky-91-fundlift-kazdy-se-muze-stat-investorem>
- (35) Krowdster. *Platform Analytics* [online]. [cit. 2015-12-02]. Dostupné z: <https://app.krowdster.co/analytics/platform>
- (36) Hithit. *Skončené projekty* [online]. [cit. 2015-12-02]. Dostupné z: <https://www.hithit.com/cs/search/finished>
- (37) Startovač. *Poprvé na Startovači* [online]. [cit. 2015-12-02]. Dostupné z: <https://www.startovac.cz/novinky/detail/1551/>
- (38) Indiegogo. *Wheels of Time* [online]. [cit. 2015-12-02]. Dostupné z: [https://www.indiegogo.com/command\\_center/wheels-of-time#/insights](https://www.indiegogo.com/command_center/wheels-of-time#/insights)
- (39) Příloha č. 1
- (40) Indiegogo Help Center. *TheGogofactor* [online]. [cit. 2015-12-02]. Dostupné z: <https://support.indiegogo.com/hc/en-us/articles/527476-The-Gogofactor>

- (41) Krowdster. *Reward Analytics* [online]. [cit. 2015-12-02]. Dostupné z: <https://app.krowdster.co/analytics/reward>

## **10 Přílohy**

Příloha č. 1: Obchodní podmínky platformy Inidegogo .....	67
---	----

## **Příloha č. 1: Obchodní podmínky platformy Indiegogo**

### **Terms of Use**

Indiegogo, Inc.

Effective September 1, 2015

These Terms of Use (The "**Terms of Use**") govern use of the websites and services (the "**Services**") of Indiegogo, Inc., a Delaware corporation (together with its affiliates, "**Indiegogo**"), in addition to any supplemental terms applicable to any particular features, content and functionality of the Services, which such supplemental terms are incorporated by reference into the Terms of Use. By using the Services, Users agree to be bound by these Terms of Use, our Privacy Policy, all applicable laws and all conditions or policies referenced here (collectively, the "**Terms**"). Indiegogo may amend the Terms at any time by posting a revised version of the Terms on our Services. Access to or continued use of the Services after the effective date of the revised Terms constitutes your acceptance of the revised Terms.

### **Definitions**

In these Terms, we refer to those raising funds as "**Campaign Owners**" and to their fundraising campaigns as "**Campaigns**." We refer to those contributing funds as "**Contributors**" and to the funds they contribute as "**Contributions**." Campaign Owners, Contributors and other visitors to the Services are referred to collectively as "**Users**."

### **Indiegogo is a Venue**

Indiegogo is an online crowdfunding venue for people and entities seeking to raise funds for their own Campaigns and to contribute to the Campaigns of others. Campaign Owners can offer gifts or rewards in the form of tangible items or intangible services (collectively, "**Perks**") to Contributors. Perks are not offered for sale. Indiegogo makes no representations about the quality, safety, morality or legality of any Campaign, Perk or Contribution or the truth or accuracy of User Content (as defined below) posted on the Services. Indiegogo does not represent that Campaign Owners will deliver Perks or that

Contributions will be used as described in the Campaign. Users use the Services at their own risk.

### **Eligibility to Use the Services**

Users under 18 years of age are not eligible to use the Services without consent. Users between the ages of 13 and 17, can use the Services with the consent and supervision of a parent or legal guardian who is at least 18 years old, provided such parent or legal guardian also agrees to be bound by the Terms and agrees to be responsible for such use of the Services. Users suspended from using the Services are not eligible to use the Services. Indiegogo reserves the right to refuse use of the Services to anyone and to reject, cancel, interrupt, remove or suspend any Campaign, Contribution, or the Services at any time for any reason without liability.

### **Prohibited Campaigns**

Campaign Owners are not permitted to create a Campaign to raise funds for illegal activities, to cause harm to people or property, or to scam others. If the Campaign is claiming to do the impossible or it's just plain phony, don't post it. Users must comply with all applicable laws and regulations in connection with their Campaigns, including offering Perks and using Contributions. Campaign Owners shall not make any false or misleading statements in connection with their Campaigns.

### **Prohibited Perks**

Campaign Owners are not permitted to offer or provide any of the following as a Perk:

- any form of "security" (as such term is defined in the Securities Act of 1933);
- any form of financial incentive or participation in any profit sharing;
- any alcoholic consumer products (vouchers or memberships offering physical delivery of alcoholic consumer products are permitted);
- any controlled substance or drug paraphernalia;
- any weapons, ammunition and related accessories;
- any form of lottery or gambling;
- any form of air transportation; or

- any items promoting hate, discrimination, personal injury, death, damage, or destruction to property; or any items (a) prohibited by applicable law to possess or distribute, (b) that would violate applicable law if distributed, or (c) that would result in infringement or violation of another person's rights if distributed.

### **Community Guidelines**

Indiegogo is not a place for hatred, abuse, discrimination, disrespect, profanity, meanness, harassment, or spam. Do not:

- use the Services to promote violence, degradation, subjugation, discrimination or hatred against individuals or groups based on race, ethnic origin, religion, disability, gender, age, veteran status, sexual orientation, or gender identity;
- post images or videos that are sexually explicit or post links to sites that contain sexually explicit material or show people or animals being hurt or degraded;
- spam the comments sections or other Users with offers of goods and services or inappropriate messages;
- engage in any activity that interferes with or disrupts the proper working of the Services or any activities conducted on the Services; or
- take any action that imposes, in Indiegogo's sole discretion, an unreasonable load on Indiegogo's infrastructure.
- represent products created by others as your own creation, or act as a reseller of other's products.

Indiegogo reserves the right to remove Campaigns and terminate User Accounts for such activities.

### **Prohibited Visual Elements in Campaign Images**

Campaign Owners are not permitted to do any of the following with Campaign images:

- incorporate Indiegogo colors and branding elements, including but not limited to logos, colored frames, borders or badges;
- include any visual element that could be interpreted to have been produced by Indiegogo, including but not limited to banners, progress bars or funding stats;

- include any visual element that communicates endorsement by Indiegogo.

### **Disputes between Campaign Owners and Contributors**

Campaign Owners are legally bound to perform on any promise and/or commitment to Contributors (including delivering any Perks). Indiegogo does not recognize any third party and/or agency affiliated with the Campaign as a Campaign Owner. If a Campaign Owner is unable to perform on any promise and/or commitment to Contributors, the Campaign Owner will work with the Contributors to reach a mutually satisfactory resolution, which may include the issuance of a refund of Contributions by the Campaign Owner. Indiegogo is under no obligation to become involved in disputes between Campaign Owners and Contributors, or Users and any third party. In addition, Indiegogo is under no obligation to become involved in disputes regarding the determination of the rightful Campaign Owner, and will not be obligated to make any changes to Campaign Owner accounts or transfer of ownership. In the event of any dispute, such as a Campaign Owner's alleged failure to comply with the Terms or alleged failure in fulfillment of a Perk, we may provide the Campaign Owner's contact information to the Contributor so that the two parties may resolve their dispute.

### **User Accounts**

All information submitted in connection with a User account on the Services (each, a “**User Account**”) must be accurate and truthful. Users agree to notify Indiegogo immediately if their User Account has been used without authorization or there has been any other breach of security of the User Account. Each User also agrees to provide additional information Indiegogo may reasonably request and to answer truthfully and completely any questions Indiegogo might ask you in order to verify such User's identity.

### **License to Users**

Indiegogo grants each User a limited, non-exclusive, non-transferable, revocable license to use the Services subject to such User's eligibility and continued compliance with the Terms.

## **Campaign Owners**

Campaign Owners are permitted to offer Perks to Contributors. Campaign Owners are legally bound to perform on any promise and/or commitment to Contributors (including delivering any Perks). This commitment includes shipping Perks to Indiegogo Contributors before fulfilling any orders received after the Campaign has ended. For Campaign Owners participating in programs with our retail partners, failure to ship orders to Indiegogo Contributors first may result in removal from such retail partnership programs. Campaign Owners will respond promptly and truthfully to all questions posed to them by Indiegogo or any Contributor. If any Campaign Owner is unable to fulfill any of its commitments to Contributors (including delivering any Perks), the Campaign Owner will work with the Contributors to reach a mutually satisfactory resolution, which may include refunding their Contributions. Campaign Owners will comply with all applicable laws and regulations in the use of Contributions and delivery of Perks. Campaign Owners are responsible for collecting and remitting any taxes on Contributions, and any taxes due in connection with Perks. Indiegogo may attempt to verify the identity and other information provided to us by Campaign Owners, and we may delay, withhold, reverse or refund any Contributions or other amounts without notice or liability in the event we are unable to verify any such information to our satisfaction. Campaign Owner eligibility is subject to Indiegogo's review of the fulfillment status of prior crowdfunding obligations. Indiegogo reserves the right to prohibit or remove a Campaign if the Campaign Owner is delayed by three months or more in fulfilling a prior crowdfunding project on Indiegogo or another platform.

## **Contributors**

Contributors are solely responsible for asking questions and investigating Campaign Owners and Campaigns to the extent they feel is necessary before making a Contribution. All Contributions are made voluntarily and at the sole discretion and risk of the Contributor. Indiegogo does not guarantee that Contributions will be used as promised, that Campaign Owners will deliver Perks, or that the Campaign will achieve its goals. Indiegogo does not endorse, guarantee, make representations, or provide warranties for or about the quality, safety, morality or legality of any Campaign, Perk or Contribution, or the truth or accuracy of User Content posted on the Services. Contributors are solely

responsible for determining how to treat their Contributions and receipt of any Perks for tax purposes. If a Contribution is returned to a Contributor, the associated Perks, if any, shall be canceled.

### **Service Fees**

Setting up an account on the Services is free. We do not charge our Service fees to Contributors. Unless otherwise expressly indicated on the Services, we do charge our Service fees to Campaign Owners as a portion of the Contributions they raise (the "**Service Fees**"). By using the Services Users agree to our Service Fees listed here <http://go.indiegogo.com/pricing-fees>. Changes to Service Fees are effective after we post notice of the changes on the Services. Updated Service Fees are applied to Campaigns launched after the notice is posted.

### **Refunds**

Contributors may request a refund from Indiegogo before the end of a Campaign. For Campaigns that have entered the InDemand program, Contributors may request a refund from Indiegogo within 10 days of the contribution. To process your refund please follow these steps.

Contributions are eligible for a refund by Indiegogo unless (a) the contribution funds have already been transferred to the Campaign Owner, (b) the Perk associated with the contribution has been fulfilled, or (c) Indiegogo determines that there has been an abuse of these Terms of Use. Indiegogo reserves the right to terminate User Accounts and remove Campaigns for any abuse of this refund policy. For Campaigns that have ended, or in situations where the contribution funds have been transferred to the Campaign Owner, Contributors should contact the Campaign Owner directly regarding refunds.

### **Taxes**

Taxing authorities may classify funds raised on the Services as taxable income to the Campaign Owner and any beneficiary who will receive funds directly from the applicable Campaign. Indiegogo will ask for the tax identification number (TIN) of Campaign Owners and any beneficiaries so that we may report taxable income to the relevant taxing



authorities. Indiegogo will provide Campaign Owners with a tax document if required by the relevant taxing authorities.

### **InDemand**

A Campaign Owner whose Campaign meets its funding goal may elect to continue raising funds after the Campaign ends by participating in the InDemand program ("**InDemand**"). More details about InDemand and how Campaign Owners can opt in can be found in the InDemand FAQ. All Indiegogo fees and payment options will remain the same; provided that, payment disbursements will be made on a four (4) week cycle. All terms and conditions that apply to Campaigns shall continue to apply once a Campaign enters InDemand. Campaign Owners that have Perks in InDemand will not link to or promote an alternative service or website for contributions or pre-orders within their InDemand pages. Indiegogo may remove a Campaign from InDemand if Perks have not been fulfilled within three (3) months after the estimated delivery date, or if the fulfillment of Perks is delayed indefinitely.

### **Generosity.com**

Generosity.com is Indiegogo's hub for Campaigns related to personal life events, nonprofits and other cause-related fundraising. Users may establish Campaigns on Generosity.com as Campaign Owners, provided that the intent of any such Campaign must be to impact the life of an individual person or charitable organization, or another cause-related initiative. Each Generosity.com Campaign Owner acknowledges and understands that Indiegogo may request additional information as reasonably necessary (as determined in the sole discretion of Indiegogo) to verify or confirm that the Campaign Owner is authorized on behalf of the applicable Generosity.com Campaign beneficiary to raise funds in connection with the applicable Generosity.com Campaign. If Indiegogo determines in its sole discretion that a Campaign does not belong on Generosity.com, then it may relocate such Campaign to Indiegogo.com, or take other action as appropriate.

## **Partners**

Users may create a "**Partner Page**" on Indiegogo's website to link their brand with one or more Campaigns. If Users create a Partner Page, Users also agree to the Partner Terms.

## **User Content**

While using the Services, Users may post photos, videos, text, graphics, logos artwork and other audio or visual materials (collectively, "**User Content**"). Users grant Indiegogo a perpetual, non-exclusive, royalty-free, transferable, sublicensable, worldwide license to use, publicly display, publicly perform, store, reproduce, modify, create derivative works, and distribute User Content of any User on or in connection with the Services and our related marketing and promotional activities. As between Users and Indiegogo, Users continue to hold all ownership interest in their User Content. Each User represents and warrants that its User Content and our use of such User Content will not infringe any third party's intellectual property rights, proprietary rights, privacy rights, confidentiality, rights of publicity or otherwise violate these Terms or applicable law.

## **Promotions**

Campaign Owners may not offer any contest, competition, giveaway, sweepstakes or similar activity (each, a "**Promotion**") on the Services without Indiegogo's prior written permission (which may be granted or withheld by Indiegogo in its sole and absolute discretion). Campaign Owners may request permission from Indiegogo by sending an email to [promotions@indiegogo.com](mailto:promotions@indiegogo.com). Subject to and upon any such permission, each Campaign Owner offering any Promotion further acknowledges and agrees that: (a) such Campaign Owner shall be solely responsible for all facets of each such Promotion; (b) such Promotion does not require any Contribution or other payment of any amount as the sole method of entry into such Promotion; and (c) the official rules for such Promotion shall include clear and conspicuous language to the effect that: (i) Indiegogo does not sponsor, endorse or administer the Promotion; (ii) each participant or entrant in the Promotion releases Indiegogo from any and all liability; and (iii) all questions concerning the Promotion must be directed to the Campaign Owner and not to Indiegogo.

### **Third-Party Websites, Advertisers or Services**

The Services may contain links to third-party websites, advertisers, or services that are not owned or controlled by Indiegogo. Access to or use of third-party sites or services are at each User's own risk. Except as otherwise expressly provided herein, Indiegogo is not responsible for any loss or damage of any sort relating to User dealings with these third-party sites or services. We encourage Users to be aware of when they leave the Services, and to read the terms and conditions and privacy policy of any third-party website or service that they visit.

### **Payment Services**

Campaigner Owners that accept PayPal and Contributors that use PayPal in connection with a Campaign acknowledge and agree to comply with PayPal's Crowdfunding and Acceptable Use Policies. Credit card payment processing services for Campaign Owners on Indiegogo are provided by Stripe, Inc. ("**Stripe**") and are subject to the Stripe Connected Account Agreement, which includes the Stripe Terms of Service (collectively, the "**Stripe Services Agreement**"). By continuing to operate as a Campaign Owner on Indiegogo, you agree to be bound by the Stripe Services Agreement, as the same may be modified by Stripe from time to time. As a condition to Indiegogo enabling credit card payment processing services through Stripe, you agree to provide Indiegogo accurate and complete information about you and your business, and you authorize Indiegogo to share any such information with Stripe, as well as transaction information related to your use of the payment processing services provided by Stripe. In all cases, standard credit card or other third party processing fees apply in addition to any Service Fees. We are not responsible for the performance of any third party credit card processing or third party payment services.

### **Indemnity**

Each User agrees to defend, indemnify and hold harmless Indiegogo, its subsidiaries and affiliated companies, and their officers, directors, employees, contractors and agents from and against any and all claims, causes of action, damages, obligations, losses, liabilities, costs or debt, and expenses (including attorneys' fees and costs) and all amounts paid in

settlement arising from or relating to use of the Services, breach of these Terms or violation of any laws. Indiegogo may assume the exclusive defense and control of any matter for which Users have agreed to indemnify Indiegogo and each User agrees to assist and cooperate with Indiegogo in the defense or settlement of any such matters.

### **No Warranty**

Indiegogo has no fiduciary duty to any User. THE SERVICES ARE PROVIDED ON AN "AS IS" AND "AS AVAILABLE" BASIS WITHOUT ANY WARRANTIES, EXPRESS OR IMPLIED, INCLUDING, WITHOUT LIMITATION, IMPLIED WARRANTIES OF MERCHANTABILITY OR FITNESS FOR A PARTICULAR PURPOSE, NONINFRINGEMENT OR COURSE OF PERFORMANCE. USE OF THE SERVICES IS AT USER'S OWN RISK.

### **Waiver and Release**

For Users in a jurisdiction that requires a specific statement regarding waiver and release then the following applies. For example, California residents must, as a condition of this Agreement, waive the applicability of California Civil Code Section 1542 for unknown claims which states: "A GENERAL RELEASE DOES NOT EXTEND TO CLAIMS WHICH THE CREDITOR DOES NOT KNOW OR SUSPECT TO EXIST IN HIS OR HER FAVOR AT THE TIME OF EXECUTING THE RELEASE, WHICH IF KNOWN BY HIM OR HER MUST HAVE MATERIALLY AFFECTED HIS OR HER SETTLEMENT WITH THE DEBTOR." Each User hereby waives this section of the California Civil Code and any similar provision in law, regulation or code that has the same effect or intent as the foregoing release.

### **Limitation of Liability**

INDIEGOGO (INCLUDING ITS AFFILIATES, DIRECTORS, OFFICERS, EMPLOYEES, AGENTS, SUBCONTRACTORS OR LICENSORS) IS NOT LIABLE FOR ANY INDIRECT, PUNITIVE, INCIDENTAL, SPECIAL, CONSEQUENTIAL OR EXEMPLARY DAMAGES OR, IN ANY EVENT, FOR DAMAGES EXCEEDING THE LESSER OF ONE HUNDRED U.S. DOLLARS (\$100.00) OR THE FEES PAID TO INDIEGOGO FOR THE TRANSACTION FROM WHICH THE CAUSE OF ACTION

AROSE. THIS LIMITATION OF LIABILITY SECTION APPLIES WHETHER THE ALLEGED LIABILITY IS BASED ON CONTRACT, TORT, NEGLIGENCE, STRICT LIABILITY, OR ANY OTHER BASIS, EVEN IF INDIEGOGO HAS BEEN ADVISED OF THE POSSIBILITY OF SUCH DAMAGE AND TO THE FULLEST EXTENT PERMITTED BY LAW IN THE APPLICABLE JURISDICTION.

For jurisdictions that do not allow Indiegogo to limit its liability: Notwithstanding any provision of the Terms, for Users in a jurisdiction that has provisions specific to waiver or liability that conflict with the foregoing, then Indiegogo's liability is limited to the smallest extent possible by law. Specifically, in those jurisdictions not allowed, Indiegogo does not disclaim liability for: (a) death or personal injury caused by its negligence or that of any of its officers, employees or agents; or (b) fraudulent misrepresentation or intentional misconduct; or (c) any liability which it is not lawful to exclude either now or in the future.

### **Assignment**

The Terms, and any rights and licenses granted hereunder, may not be transferred or assigned by any User, but may be assigned by Indiegogo without restriction or consent.

### **Termination; Survival**

Termination may result in the forfeiture and destruction of all information associated with any User Account. Users may terminate their User Account by following the instructions on the Services, but Indiegogo may retain the User Account information after termination in accordance with regulatory, accounting, and legal compliance procedures. All provisions of the Terms that by their nature should survive termination shall survive termination, including, without limitation, ownership provisions, warranty disclaimers, indemnity and limitations of liability.

### **Governing Law**

Users agree that: (a) the Services shall be deemed solely based in California (the principal place of business and corporate headquarters of Indiegogo); and (b) the Services shall be deemed a passive one that does not give rise to personal jurisdiction over Indiegogo, either specific or general, in jurisdictions other than California. This Agreement shall be

governed by the laws of the State of California, without respect to its conflict of laws principles.

### **Arbitration**

Indiegogo and User agree that any and all disputes or claims shall be resolved exclusively through final and binding arbitration, rather than in court, except that a User at its election may assert claims in small claims court, if the User's claims otherwise qualify for adjudication in that court. Indiegogo and User manifest their assent to arbitrate by providing and using the Services. Arbitrable claims are those that Indiegogo asserts against User, and that User asserts against Indiegogo, any related or affiliated entity, and the officers, directors, agents or employees of any of them. The Federal Arbitration Act governs the interpretation and enforcement of this agreement to arbitrate. If for any reason the FAA is inapplicable, the law of arbitrability of the state of User's principal place of business shall apply. To the maximum extent permitted by law, the Parties agree to arbitrate claims on an individual basis only, and they waive any right to bring, participate in, or recover under, a class, collective, consolidated or representative action. The arbitrator shall apply the Terms and the same substantive law to the dispute as a court would, and the same law of remedies. To begin an arbitration proceeding against Indiegogo or a related party, a User must send a letter requesting arbitration and describing the claim to Indiegogo's registered agent, Corporation Service Company, 2710 Gateway Oaks Drive, Suite 150N, Sacramento, California 95833-3502. The arbitration will be conducted by the American Arbitration Association (AAA) under the rules applicable to the claim asserted, including but not limited to the AAA's Supplementary Procedures for Consumer-Related Disputes. The AAA's rules are available at [www.adr.org](http://www.adr.org) or by calling 1-800-778-7879. Indiegogo will supply a printed copy of the rules upon a User's request. Payment and reimbursement of all filing, administration and arbitrator fees will be governed by the AAA's rules. San Francisco, California is the sole proper venue for arbitration; provided, however, that the arbitrator once selected shall have the authority to order the parties to arbitrate in a different venue for good cause shown, applying federal law for transferring venue on grounds of forum non conveniens. If, notwithstanding this arbitration agreement, a claim for any reason proceeds in court rather than in arbitration, the dispute shall be exclusively brought and heard in a court of competent jurisdiction

located in the City and County of San Francisco, California. Except as otherwise provided by law or the AAA's rules, the prevailing party in any arbitration will be entitled to receive from the nonprevailing party all of its reasonable attorneys' fees and costs.

### **Disclaimers**

Campaign Owners and other Users should be aware that many states impose charitable fund solicitation laws to guide direct or indirect fund solicitation activities in those states. While provisions vary state to state, these state laws typically include registration and reporting requirements. Indiegogo merely provides a technology platform to allow Campaign Owners to connect with Contributors. Users who access or use the Services do so at their own volition and are entirely responsible for compliance with applicable law.

Indiegogo makes no representations, warranties or other assertions as to the potential tax deductible status of any Contribution by a Contributor to a charitable cause or to a Campaign whose purported recipient is a recognized 501(c)(3) or other tax -advantaged organization under the Internal Revenue Code. The listing of an organization via the Services does not necessarily mean that the organization has been deemed— or remains currently deemed—a charitable or tax-advantaged organization by the Internal Revenue Service.

### **English Language**

In the event of a conflict between these the English language version of the Terms and any foreign language translation versions thereof, the English language version of the Terms shall govern and control. All disputes, claims and causes of action (and related proceedings) will be communicated in English. Unless otherwise explicitly stated, all materials found on the Services are solely directed to individuals, companies, or other entities located in the U.S.

### **Export Compliance**

Users agree to comply with all laws, restrictions and regulations relating to the export of products and information. For purposes of the U.S. Export Administration Act ("**Export Laws**"), each User states that such User is: (a) not a citizen, or otherwise located within, an

embargoed nation (including without limitation the Office of Foreign Assets Control ("OFAC") comprehensively embargoed countries of Iran, Syria, Cuba, North Korea and Sudan and certain Specially Designated Nationals listed by OFAC as updated from time to time and (b) not otherwise prohibited under the Export Laws from receiving such products and information. Funds may be frozen and/or turned over to the applicable governmental enforcement agency if a Campaign is deemed to be in violation of Export Laws.

### **Cooperation with Authorities and Police Enforcement**

We will cooperate with law enforcement authorities as required by law. We will cooperate with law enforcement agencies in any investigation of alleged illegal activity regarding the use of the Services when requested.

### **Notification Procedures**

Users agree Indiegogo may provide notifications to such User via email, written or hard copy notice, or through conspicuous posting of such notice on our website. Users may opt out of certain means of notification or to receive certain notifications.

### **Unsolicited Idea Submissions**

Consistent with our culture of open innovation, we are always pleased to hear from our user community and welcome comments or suggestions to improve the Services. However, to avoid future misunderstandings when new products, services and features developed internally by Indiegogo might be similar or even identical to a submission received by Indiegogo, the following policy applies to all third party User submissions to Indiegogo of ideas, comments, suggestions, proposals or materials: (a) all submissions shall be considered non-confidential and non-proprietary; (b) Indiegogo will have no obligation concerning the submission, contractual or otherwise (including, without limitation, confidentiality); (c) Indiegogo will not be liable for any use or disclosure of any submission; and (d) Indiegogo shall be entitled to unrestricted use of the submission for any purpose whatsoever, commercial or otherwise, without compensation to the third party submitting User.



## **Entire Agreement/Severability**

These Terms are the entire agreement between each User and Indiegogo regarding its subject matter. If any provision of these Terms are deemed invalid by a court of competent jurisdiction, the invalidity of such provision shall not affect the validity of the remaining provisions of this Agreement, which shall remain in full force and effect. Indiegogo's failure to assert any right or provision under this Agreement shall not constitute a waiver of such right or provision.

## **Changes to Terms**

Indiegogo may alter the Terms at any time, so please review them frequently. If a material change is made, Indiegogo may notify Users in the Services, by email, by means of a notice on the Services, or other places we think appropriate. A "material change" will be determined at Indiegogo's sole discretion, in good faith, and using common sense and reasonable judgment.

## **DMCA Complaints**

If any User believes that its copyrighted work has been copied in a way that constitutes copyright infringement under the Digital Millennium Copyright Act of 1998 (the "DMCA") or that any User Content infringes such User's intellectual property rights and is accessible the Services, please notify Indiegogo's Legal Department at [copyright@indiegogo.com](mailto:copyright@indiegogo.com). "Infringement" means the unauthorized or not permitted use of copyrighted material or other intellectual property rights. For such complaint to be valid, the User (the "**Complainant**") must provide the following information in writing (the "**Notice of Infringement**"):

- a physical or electronic signature of a person authorized to act on behalf of the owner of an exclusive right that is allegedly infringed.
- identification of the copyrighted work claimed to have been infringed, or, if multiple copyrighted works at a single online website are covered by a single notification, a representative list of such works at that website.

- identification of the material that is claimed to be infringing or to be the subject of infringing activity and that is to be removed or access to which is to be disabled, and information reasonably sufficient to permit Indiegogo to locate the material.
- information reasonably sufficient to permit Indiegogo to contact the Complainant, such as an address, telephone number, and, if available, an electronic mail address at which the Complainant may be contacted.
- a statement that the Complainant has a good faith belief that use of the material in the manner complained of is not authorized by the Complainant, its agent, or the law.
- a statement that the information in the notification is accurate, and under penalty of perjury, that the Complainant is authorized to act on behalf of the owner of an exclusive right that is allegedly infringed.

The above information must be submitted to the Indiegogo DMCA agent (the "**DMCA Agent**") by mail and email to the following addresses:

Indiegogo, Inc.

Attention: DMCA agent

965 Mission Street, 7th Floor

San Francisco, CA 94103-2921

Telephone & Fax: 866-641-4646

Email: [copyright@indiegogo.com](mailto:copyright@indiegogo.com)

If any User (the "**Respondent**") believes that its material has been removed or disabled by mistake or misidentification, such Respondent may file a written counter-notice (the "Counter Notice") with the DMCA Agent, including the following information within five business days from receipt of the Notice of Infringement:

- a physical or electronic signature of the Respondent;

- identification of the material that has been removed or to which access has been disabled and the location at which the material appeared before it was removed or access to it was disabled;
- a statement made under penalty of perjury that the Respondent has a good faith belief that the material was removed or disabled as a result of mistake or misidentification of the material; and
- the name, address, and telephone number of the Respondent, and a statement that the Respondent consents to the jurisdiction of the Federal District Court for the judicial district in which the address is located, or if the Respondent's address is outside of the United States, for any judicial district in which the service provider may be found, and that the Respondent will accept service of process from the Complainant or an agent of the Complainant.

Upon receipt of the Counter-Notice by the DMCA Agent, a copy of the Counter-Notice may be sent to the Complainant informing the Complainant that Indiegogo, at its discretion, may replace the removed material or cease disabling it in not less than ten, nor more than 14, business days following receipt of the Counter-Notice, unless the DMCA Agent receives written notice from the Complainant that the Complainant has filed an action seeking a court order to restrain the Respondent from engaging in infringing activity relating to the unauthorized use of the material on the Service.

**INDIEGOGO WILL TAKE NO ACTION UPON ANY FAILURE TO PROVIDE THE INFORMATION OR OTHERWISE FOLLOW THE PROCESS OUTLINED ABOVE.**

In accordance with the DMCA and other applicable laws, Indiegogo has adopted a policy of terminating, in appropriate circumstances and at Indiegogo's sole discretion, repeat infringers.

## **Subpoenas**

All subpoenas must be properly served on Indiegogo, preferably by mailing the subpoena to Corporation Service Company, our nation registered agent. Please find below the California address for Corporation Service Company:

Corporation Service Company

2710 Gateway Oaks Drive, Suite 150N

Sacramento, California 95833-3502

Attention: Indiegogo, Inc. - Subpoena

Indiegogo does not accept service via e-mail or fax and will not respond subpoenas delivered by email or fax.

## **Contact**

Indiegogo, Inc.

965 Mission Street

San Francisco, California 94103

legal@indiegogo.com

Attention: Legal Department

## **Updates To This Agreement**

January 18, 2008: We added prohibitions on false Project information in "Posting a Project," expanded and clarified the Fundraising Rules in "Project Fundraising," added the section "Funding Accounts," explained that Indiegogo is not responsible for Perks and modified the language relating to tax treatment of Contributions in "Contributing to a Project," and stated again that you must have the rights to post User Content in "User Content."

February 6, 2008: We added the following clarification to the section titled "Contributing to Projects": "You understand that making a Contribution to a Project does not give you any rights in or to that Project, including without limitation any ownership, control, or distribution rights, and that the Project Entity shall be free to solicit other funding for the Project, enter into contracts for the Project, allocate rights in or to the Project, and otherwise direct the Project in its sole discretion. You further understand that nothing in this Agreement or otherwise limits Indiegogo's right to enter into agreements or business relationships relating to Projects."

October 6, 2008: We revised the "Project Fundraising" and "Contributing to Projects" sections to state that when a Project does not meet its Campaign Goal, a contributor's options are to make the Contribution to the Project anyway, or have the Contribution returned to the Contributor's Funding Account, and to include an acknowledgment requirement for funded projects.

November 21, 2008: We revised the "Project Fundraising" and "Contributing to Projects" sections to reflect the use of a third-party payment processor to handle Contribution transactions.

May 7, 2009: We added the following clarification to "Project Fundraising" section: "Unless automated by the Processor, Project Funding will be disbursed from the Funding Account to the Project Entity's bank account according to the Project's disbursement details (set in the Funding section of the Project Profile). All necessary fund transfers will take place on the Friday immediately following the point the disbursement preference criteria are met."

August 3, 2009: We revised the "Project Fundraising" section to clarify that the funding goal did not have to be the amount of contributions the project owner is looking to raise by the service in total but rather the amount needed to cover a specific phase of the project. We also clarified that 3rd party processing fees are removed from Project Funding upon disbursement.

September 9, 2009: We revised the "Use of Our Service" section to include content creators as well as the "Project Fundraising" section to clarify a project's acknowledgement requirements if it's successful with fundraising.

April 21, 2010: We revised the "Project Fundraising" section to reflect the introduction of cash rewards for achieving campaign goals and deadlines.

May 6, 2010: We added the "You may not use the Service for activities that" statement to the "Use of Our Service" section.

March 5, 2012: We revised the "Project Fundraising" section to reflect the latest processing times for fund transfers.

July 24, 2012: We revised the "Use of Our Service" section to remove that statement that did not permit people from using our site for the sale of certain items before the seller has control or possession of the item.

Dec 11, 2012: We released a new version of the Terms of Use with major revisions to the document in its entirety.

March 5, 2013: Second Sentence of first paragraph under Limitation of Liability was replaced with "Indiegogo will not be held liable for any loss or damage due to failure to comply with the terms of this Agreement." to correct a scrivener's error and conform with the clear language of the immediately following paragraph.

February 20, 2014: We released a new version of the Terms of Use with major revisions to the document in its entirety.

May 21, 2014: We released a new version of the Terms of Use with updates to the Prohibited Perks, Community Guidelines, Contact Us, and general Terms of Use sections.

July 9, 2014: We released a new version of the Terms of Use with major revisions to the document in its entirety.

August 7, 2014: We revised the "Prohibited Perks" section to clarify alcohol related vouchers and air transportation as Perks, and made other conforming changes.

October 14, 2014: We released a new version of the Terms of Use with major revisions to the document in its entirety.

December 15, 2014: We released a new version of the Terms of Use with major revisions to the document in its entirety.

May 21, 2015: We revised the "Campaign Owners" section to clarify promotion of Perks in InDemand.

June 8, 2015: We added a "Prohibited Visual Elements" section to clarify prohibited elements in Campaign images.

June 25, 2015: We added an "InDemand" section to clarify the InDemand program.

July 1, 2015: We updated the "Payment Services" section to reflect our most current payment services practices.

September 1, 2015: We updated the "Refunds", "Disputes between Campaign Owners and Contributors", "InDemand", and "Payment Services" sections to reflect our most current practices.

December 2, 2015: We posted updated language in the "Generosity.com" section to outline Campaign Owner responsibilities.

January 12, 2016: We clarified eligibility criteria to run a campaign on Indiegogo and updated language in our refund and arbitration processes.