



Focussen op B2B-innovatie

Wouter Volckaert (Chief Investment Officer FOMCAP)

De Belgen Filip Coen en Wouter Volckaert startten in 2013 in Londen de venture capitalist Force Over Mass (FOMCAP) op. Zij vatten het idee op om iets te doen voor startende bedrijven die kapitaal nodig hebben. Vijf jaar later zijn ze een wereldspeler en komen ze ook naar België.

FOMCAP investeert met succes in opstartende bedrijven, aldus Chief Investment Officer Wouter Volckaert: "Ons oudste fonds heeft een overlevingsratio van 84%. Dat betekent dat meer dan acht op de tien van de jonge technologiebedrijven waarin we investeerden met Fonds I, nog fier rechtop staan. Dat is het dubbel van de markt. Bovendien hebben al onze fondsen returns van 20% per jaar en daar zijn we trots op. Natuurlijk zat de markt ons mee, maar we doen het beter dan de gemiddelde concurrent. We hebben onze eigen manier om bedrijven te sourcen, te analyseren en te ondersteunen. Dat is de basis voor onze goede returns."

B2B

FOMCAP focust op B2B-innovatie. Het kijkt naar bedrijven die technologie ontwikkeld hebben die helpt om andere bedrijven te laten groeien, kosten te besparen en een steeds veranderende wereld voor te zijn. "We investeren in nieuwe bedrijven en bedrijfsmodellen die mogelijk gemaakt zijn door technologie. Het

is belangrijk dat er sprake is van echte omzet en inkomsten voor wij instappen. Door onze inbreng kunnen deze starters sneller groeien."

Bedrijven komen in de eerste plaats naar FOMCAP voor het kapitaal, weet de CIO: "Naast het eigen kapitaal bren-

Calling London

FOMCAP screent 1200 start-ups per jaar. Maar wat als uw eigen veelbelovend en pas opgestart bedrijf wel een kapitaalsinjectie kan gebruiken? Wanneer grijpt u naar uw telefoon om de CIO zelf op te bellen?

Voor je een telefoontje naar Wouter Volckaert pleegt, moet je bedrijf al een eerste product en klant hebben, weet de CIO: "De eerste kleine bedragen die een starter krijgt, komen van *friends, family & fools*. Dan komt de zogenaamde *angel round*, waarbij vermogende mensen in bedrijven investeren. Wij komen pas aan bod in de derde ronde, de *seed round*. Een product is dan ontwikkeld en een eerste klant heeft interesse om ervoor te betalen. Een miljoen euro of meer dient nu te worden opgehaald om te groeien. We zijn ook nog actief in de daaropvolgende ronde — de *Series A* — waar een starter nog uitsluitend door professionele fondsen wordt ondersteund en van start-up naar scale-up gaat. Je mag ons dus bellen als je aan een B2B-innovatie werkt, internationale ambities hebt en een Seed of Series A investeringsronde overweegt." (PV)

gen we ook vreemd kapitaal aan. De vele internationale fondsen waar we mee samenwerken, betrekken we bij de deal in een eerste of latere fase. Onze tweede bijdrage is ons netwerk. Door de jaren heen hebben we een enorme databank opgebouwd aan potentiële klanten en partners. Door onze introducties komt een bedrijf terecht bij de juiste tegenpartijen. Tot slot zijn we een strategisch klankbord voor onze starters. Wat zij moeten opzetten, hebben wij al ontelbare keren gedaan. Wie een structuur moet opzetten om medewerkers te verlonen of naar Amerika wil trekken om zijn bedrijf te schalen, kan op ons advies en toegevoegde waarde rekenen.”

Funnel

Force Over Mass evalueert zo'n 1200 bedrijven per jaar. Daarvan komen er 400 op gesprek bij de venture capitalist. Uiteindelijk wordt in acht van hen geïnvesteerd. Volckaert licht toe: “Als je weet dat in Europa jaarlijks meer dan 30.000 bedrijven opstarten, dan moet je een goede aanpak hebben

“We merken dat de Belg een geboren ondernemer is.”

om er de juiste uit te kiezen. Daarom zoeken onze analisten constant de markt af, om te zien wat bij onze strategie past. We werken eveneens met andere fondsen samen, net als met incubators en accelerators. Ook onze investeerders leveren heel wat interessante bedrijven aan, net als eerdere start-ups en universiteiten. We zitten wekelijks samen om er de juiste uit te selecteren. Al mogen start-ups ons steeds zelf contacteren.” (zie kaderstuk pag. 18)

Bescheiden Belgen

In mei 2018 opende FOMCAP een kantoor in Antwerpen. De terugkeer naar België bevat hen ontzettend. “We merken dat de Belg een geboren ondernemer is. De families die bij ons investeren, hebben vaak als ondernemer hun vermogen opgebouwd, waardoor ze affiniteit hebben met het investeren in nieuwe ondernemers. Bovendien helpen we hen een vinger aan de pols van technologische verandering te houden, wat steeds belangrijker wordt. De hoge returns en het gunstig fiscale regime van onze fondsen helpen om Belgische investeerders aan te trekken. We zien dagelijks veelbelovende dossiers in België. De Belgische start-up is goed maar zeer bescheiden. We moeten vaak hun verhaal in positieve zin bijstellen. Bovendien zien ze niet altijd de noodzaak aan internationale groei. Nochtans moeten ze zich daarvoor zelfs niet verplaatsen. Met de technologie van vandaag zit je in een oogwenk aan de andere kant van de wereld. Hen daarbij helpen is een deel van onze rol.”

Tekst: Patrick Verhoest | Foto: GF



(iStockphoto.com)

De wereld in vakjes

Eén van de bedrijven die door de funnel van FOMCAP ging, is What3words. Wouter Volckaert en zijn kompanen belegden aan een waardering van 6,5 miljoen euro. Drie jaar later waardeert de start-up 130 miljoen euro. Het kan snel gaan in de technologiesector.

Omdat niet elke plek op de wereld nauwkeurig vast te leggen was, deelden de oprichters van What3words haar in lapjes van drie meter op drie in. Elk vakje kreeg een unieke code van drie woorden. Op die manier deelde de start-up de ganse aardbol op in blokjes van negen vierkante meter.

Veel nauwkeuriger kan niet, weet Wouter Volckaert: “Dat vonden met ons ook heel wat geïnteresseerden over de hele wereld. Mongolië adapteerde het systeem en maakte er zijn eigen postcodestelsel van. Ook Nigeria en Zuid-Afrika gebruiken het systeem. Zelfs wie in een sloppenwijk woont, kan nu aan de ziekenwagen een nauwkeurige locatie opgeven. Terwijl het systeem aantoonde dat het bezorgen van pakjes in Londen dertig procent tijds winst opleverde, gebruiken de Verenigde Naties het bij aardbevingen en rampen om mensen terug te vinden. Ook Mercedes stapte in en Pizzahut China heeft het model op zijn website. Het toont aan hoe een goed idee ineens wereldwijd verspreid kan worden.” (PV)