

Betaald door de massa

Crowdfunding groeit: steeds meer mensen zijn bereid te investeren in projecten van kunstenaars, ondernemers of wereldverbeteraars die niet op een andere manier aan geld kunnen komen. „Je wordt onderdeel van een avontuur.”

door Dewi Gigengack
illustratie Mark Reijntjens

Zo'n jaar geleden las Elly Kiestra uit het Friese Lemmer in de krant een artikel over een interessant initiatief. De startende ondernemer Lonneke Verbunt wilde een winkel voor duurzame kleding beginnen. In de vorm van het concept 'shop-in-shop' zouden eco-merken een podium krijgen. De financiering moest tot stand komen door middel van crowdfunding. „Haar idee sprak me direct aan”, vertelt Kiestra. „Jonge ondernemers die talent en goede ideeën hebben, kunnen vaak moeilijk aan startkapitaal komen. Ik dacht: als ik haar steun, kan ze haar droom waarmaken.” Kiestra investeerde 500 euro in het plan. Inmiddels is

Verbunts idee een feit met de winkel BrandMission in Haarlem. Crowdfunding is het financieren van een project (zoals een product, theatervoorstelling of voorlichtingscampagne in een ontwikkelingsland) door 'de massa'. Doordat een grote groep mensen financieel een steentje bijdraagt, kan de bedenker iets creëren wat anders niet mogelijk was. Willem des Tombe, mede-oprichter van de crowdfunding-site wekomenerwel.nl, weet uit jarenlange ervaring bij ABN Amro dat er veel startende ondernemers met goede ideeën rondlopen. „Banken mogen geen risicokapitaal uitlenen. Daardoor heb ik veel mooie plannen die prullenbak zien ingaan. Maar innovatie begint met starters. Crowdfunding zou daarom gemeengoed moeten worden.” Zo ver is het nog niet, maar crowdfunding wordt steeds bekender.

Volgens adviesbureau Douw & Koren, gespecialiseerd in crowdfunding, is in 2011 voor 2,5 miljoen euro aan inkomsten gegenereerd op de circa twintig Nederlandse crowdfundingwebsites. „Dat is inclusief de mislukte en nog lopende projecten”, nuanceert adviseur Gijsbert Koren, zelf ooit betrokken bij de oprichting van crowdfunding-site Crowdaboutnow. „Ongeveer een kwart van dat bedrag is niet besteed. Maar het geeft wel de bereidheid aan van mensen om te investeren in deze initiatieven.” Crowdfundingplatforms zijn er in allerlei varianten. Voor boeken (TenPages), films (Cinecrowd), ontwikkelingshulp (Pifworld, Akvo, Get It Done), kunst (Voorde-kunst), ondernemers (Wekomenerwel, Crowdaboutnow, mkb-crowdfunding), journalistiek (Nieuwspost), sporters (Talentboek.nl) en muziek (AfricaUnsig-

ned). „Alleen in de VS en Engeland zijn meer crowdfunding-sites”, zegt Gijsbert Koren. „Hier zijn het vooral de kunstprojecten die veel geld ophalen.” Koren verwacht dat ondernemers het komende jaar ook steeds succesvoller worden met crowdfunding.

‘Als uit je eerste ring niemand wil investeren, kun je beter stoppen’

De platforms voor crowdfunding verschillen ook in 'tegenprestaties'. Sommige sites werken met aandelen of leningen die binnen een aantal jaren met rendement worden terugbetaald. Andere sites werken met donaties of fysieke belo-

ningen zoals kaartjes voor het concert dat is mogelijk gemaakt. Toch is de tegenprestatie voor veel investeerders niet de belangrijkste reden om aan boord te springen van een project. „Vaak is het een gunfactor, zeker als je de projecteigenaar kent”, weet Koren. Dat is voor bedenkers tevens het geheim van een succesvolle crowdfundingcampagne: het inzetten van je netwerk. Vijf tot acht op de tien investeerders zijn goede of minder goede bekenden. „Je kunt zo ook peilen of je plan zal slagen”, zegt Des Tombe. „Als uit je eerste ring niemand wil investeren, kun je beter stoppen. En als ze het wél willen, geeft dat juist vertrouwen aan onbekende investeerders.” Want zeker weten dat een initiatief echt te vertrouwen is, doen zij nooit. Desondanks wordt er weinig gefraudeerd met crowdfundingpro-

‘Ik heb aan Amerikaanse sites gevraagd hoe ze ermee omgaan als iemand er met het geld vandoor gaat. Dat was nog nooit gebeurd’
Gijsbert Koren, adviseur crowdfunding



Lumine.nl



‘Laten zien dat het anders kan’

Sanne Allach uit Veldhoven, T for Change (wekomenerwel.nl): „Wij gaan T-shirts maken die schoon zijn van begin tot eind. Ge-maakt van biologisch katoen in een fabriek waar de arbeidsom-standigheden goed zijn. Jonge designers ontwerpen de shirts en krij-gen 2 euro per verkocht shirt. 20 procent van de winst gaat naar goede doelen. Er is zo weinig mode die leuk én goed is; wij willen laten zien dat het anders kan. De webshop wordt een community waarop mensen mogen stemmen op het beste ontwerp. Tot nu toe hebben we tien investeerders die samen 9.000 euro hebben geïnvesteerd. Dat zijn bekenden van ons. Mensen reageren heel enthousiast, het is fantastisch om te merken dat ze vertrouwen in ons en onze ideeën hebben. Maar nu komt het moeilijkste deel: dat ook anderen in ons gaan investeren. We hebben 25.000 euro nodig. Ik ben ervan overtuigd dat het gaat lukken.”



‘Desnoods huis-aan-huis langs’

Wouter Stoter uit Amsterdam, film 'Feestje' (cinecrowd.nl): „We willen mensen zelf zover krijgen om aan onze film bij te dra-gen. Het verhaal is herkenbaar. Ik ging op IJburg wonen, een Vinex-wijk in Amsterdam. Ik was bang dat vrienden niet meer op mijn feestjes zouden komen – dat alleen je burens komen. Feestje is een combinatie van verschillende avonden: het gaat over een stel dat uitgenodigd wordt door hun bu-ren voor een feestje. Het wordt een desillusionerende avond. Financiering door het Filmfonds is moeilijk: je kunt maar één keer per jaar een voorstel doen, en er zijn 200 inzendingen. Ik ken wel mensen die ons gratis willen helpen, maar we missen nog een essentieel bedrag. Vooral voor za-ken als locatie, camera's en eten. 3.300 euro hebben we nu binnen, komende weken beginnen we het echte offensief. Die overige 6.700 euro gaat lukken. Desnoods gaan we huis-aan-huis langs!”



‘Mensen betrokken krijgen’

Judith Scholte uit Rotterdam, 'Notes on Hopper' (voordekunst.nl): „De schilderijen van Edward Hopper vormen altijd het begin van een verhaal. Ik ben zangeres en heb daar teksten bij geschreven. De muziek is van Paul van Brugge en we werken samen met docu-mentairemaker Jan Louter. Notes on Hopper wordt een concert met filmbeelden. We hadden 7.000 euro nodig en hebben dat op het nippertje gered. Crowdfun-ding is niet de enige manier om dit concert te financieren, maar het is een goede manier om men-sen betrokken te krijgen bij kunst. Bezuinigingen zie je nu al, we krijgen minder subsidie en minder speelplekken. Maar er zit ook een positieve kant aan: kunstenaars worden uitgedaagd om te laten zien hoe belangrijk kunst is. Nederland heeft een koopmansmentaliteit, wij denken al snel 'wat levert het op'. Maar kunst heeft een maatschappelijke waarde.”



‘De top bereiken is duur’

Koen Wiggemans uit Monnickendam, tennis-carrière (talentboek.nl): „Ik ben 15 jaar en wil de internationale tennistop bereiken. Het gaat al heel goed, ik ben derde van Nederland in mijn leeftijdscate-gorie en heb een 'belofte-status' bij NOC*NSF. Ik ga naar een mid-delbare school voor topsporttalent. De top bereiken is duur. Om je te kunnen meten met internationaal talent, moet je naar toernooien in het buitenland. Als de bond je stuurt, wordt het betaald. Maar als je op eigen initiatief gaat niet. Het punt is, zonder die extra toernooien is de kans dat je de top bereikt een stuk kleiner. Op Talentboek kunnen sporters met een NOC*NSF-status zich inschrijven om sponsors te zoeken. Ik heb 2.000 euro nodig voor de reiskosten naar het buitenland, nieuwe tennisschoenen en snaren voor mijn racket. Het geld in-zamelen gaat alleen nog helemaal niet goed. Ik hoop dat het lukt voor deze zomer.”



‘Er zijn veel idioten zoals ik’

Dam Backer uit Lelystad, 'Slag om Mariahorst' (tenpages.com): „Er zijn ontzettend veel idioten zoals ik, die denken dat ze een best-seller hebben geschreven. Ik had al een aantal boeken in eigen be-heer uitgegeven en mijn laatste uitgever ging failliet, dus ik moest weer de markt op. Iemand atendeerde mij op Ten Pages, waarop je je manuscript kunt zetten. Na ruim twee weken was er voor 10.000 euro aan aandelen ver-kocht, tot mijn stomme verbazing. Half november is mijn thriller, die gaat over drie neven en drie nichten die strijden om de erfenis van een landgoed, uitgebracht. Ik heb geen flauw idee hoe het verkoopt. Met de uitgever ben ik niet tevreden, het is mij onduidelijk of en hoe mijn boek wordt gepromoot. Dus ben ik weer op zoek. Wel kreeg ik een brief van een wildvreemde meneer uit Gou-da, die het een hartstikke goed boek vond. Het zou zo verfilmd kunnen worden, zei hij.”