

# Crowdfunding als kans voor de creatieve industrie

**Iris Loos** en **Gijsbert Koren** Voor nieuwe kunstprojecten kloppen makers meestal aan bij de overheid, een mecenas of een bedrijf. In de zoektocht naar alternatieve financieringsbronnen is er een nieuwe geldschieter gevonden: het grote publiek. Hoe kan de cultuursector *crowdfunding* optimaal gebruiken om zijn draagvlak te verbreden?

Museum het Louvre heeft een onorthodoxe stap genomen in zijn aankoopbeleid. Om het kunstwerk *De Drie Gratiën* (1531), gemaakt door de renaissanceschilder Lucas Cranach de Oudere, te kunnen verwerven, is het door hen voorgedragen als *Trésor National*, 'nationale schat'. Voor de aankoop was al 3 miljoen euro verzameld. Om het resterende gat van één miljoen te dichten, vroeg het Louvre het publiek om hulp. Via de website [www.troisgraces.fr](http://www.troisgraces.fr) werd kunstliefhebbers opgeroepen een bijdrage te leveren aan de aankoop. Binnen 35 dagen was het geld bij elkaar en kon het Louvre het schilderij aankopen dankzij de vrijgevigheid van vijfduizend donateurs.

Dit is een goed voorbeeld van het steeds populairder wordende fenomeen crowdfunding: financiering door bijdragen van een grote groep mensen, de 'crowd'. Nieuw is het niet. In feite zijn belastingen gebaseerd op een vergelijkbaar model: publieke goederen worden door de massa gefinancierd. Met de

opkomst van internet heeft crowdfunding een vlucht genomen en wordt het ingezet als nieuw ondernemingsmodel. Niet verplicht, zoals belastingen, en ook niet gebaseerd op louter altruïsme, maar als een mogelijkheid om mensen aan een onderneming te binden en hen bij te laten dragen aan de kosten.

## De kunstenaar en de crowd

Een van de voortrekkers van crowdfunding met behulp van internet was de Britse rockgroep Marillion, die in 1997 60.000 dollar bijeen wist te schrapen om een toer door Noord-Amerika te financieren. Maar ook dichterbij huis zijn er successen. De Utrechtse artiest Leon Giesen bijvoorbeeld, die optreedt onder de naam 'Mondo Leone'. Giesen is muzikant, filmmaker en verhalenverteller en combineert deze talenten in zijn producties. Samen met zijn manager Esther Willemse besloot hij Club Mondo Leone op te richten. Leden van deze 'vriendenclub' willen betrokken zijn bij wat Mondo Leone doet. De leden worden

niet alleen op de hoogte gehouden van activiteiten, maar ook uitgenodigd voor intieme bijeenkomsten, zoals kleedkamerconcerten. Ze worden geworven via de website en via mailings en persoonlijke berichten wordt het contact onderhouden. Giesen en Willemse hebben inmiddels op verschillende manieren de leden ingezet voor de financiering van een project. Het eerste project betrof de financiering van een nieuwe cd; leden die in de opname investeerden, kregen achteraf een cd met daarbij een boekje waarin de donateurs vermeld stonden. Het 'kadonateurschap' is de nieuwste uitvinding van Club Mondo Leone. Leden kunnen twee cd's kopen: één voor henzelf en één om cadeau te doen. Binnen in het boekje en op de voor- en achterkant worden de gulle gever én de ontvanger vermeld. Zo maakt de 'crowd' het mogelijk dat de cd's van Mondo Leone uitgebracht kunnen worden

Fotograaf Rob Hornstra is een van de eerste beeldend kunstenaars die het concept crowdfunding in Nederland toepaste. Samen met schrijver en filmmaker Arnold van Bruggen ontwikkelde hij *The Sochi Project*. Van 2009 tot en met 2014 documenteren Van Bruggen en Hornstra de veranderingen in het gebied rond de stad Sotsji in Rusland, waar in 2014 de Olympische

Spelen plaatsvinden. Zij volgen de metamorfose die het deels mondaine, deels verarmde gebied zal ondergaan: vluchtelingenflats en armoedige onderkomens verdwijnen, nieuwe stadions, hotels en een vernieuwde infrastructuur worden gebouwd, tijdelijke prefabwoningen voor duizenden arbeiders domineren het straatbeeld.

Om hun project te financieren, werd de hulp van de massa ingeroepen. Hornstra en Van Bruggen formuleerden drie categorieën

## Crowdfunding via internet is een transparante manier van financieren

van betrokkenheid. Bronzen leden doneren 10 euro per jaar. Daarvoor krijgen ze toegang tot het afgeschermd gedeelte van de website van het project. Daar zijn niet alleen alle artikelen, fotoseries, interviews en gepubliceerde verhalen te vinden, maar ook achtergrondinformatie over de productionele en inhoudelijke dilemma's rond *The Sochi Project*. Zilveren donateurs schenken vanaf 100 euro per jaar en ontvangen, naast toegang tot de website, alle publicaties rond *The Sochi Project*. Ze worden persoonlijk op de hoogte gehouden en kunnen evenementen gratis bijwonen. Gouden donateurs doneren 1000 euro of meer per jaar. Zij krijgen naast eerder genoemde voordelen een speciale verzamelbox, waarin elk jaar een handwerkafdruk van Hornstra en een speciaal voor dit doel bestemd epistel van Van Bruggen opgenomen wordt. Bovendien komen de kunstenaars persoonlijk bij de donateur langs om het project toe te lichten.

### Crowdfunding platforms

Langzaam maar zeker ontstaat er steeds meer enthousiasme voor deze nieuwe manier van creatief ondernemen. ‘Geen bank kan tippen aan de macht van internet’ kopte *Het Parool* in februari dit jaar. Crowdfunding via internet is een nieuwe, transparante manier van financiering waarbij de verbintenis tussen ondernemer en het publiek centraal staat en waarbij de mogelijkheden van internet ten volle kunnen worden benut.

Waar Mondo Leone en *The Sochi Project* het op eigen kracht doen, ontstaan er steeds meer online platforms die crowdfunding faciliteren. Zeven jaar geleden is het Amerikaanse *Artist-Share* gelanceerd, gebaseerd op het concept dat de organisatoren ‘fanfunding’ noemden. Fans konden via de website bekende artiesten steunen in het maken van een album.

Het Nederlandse SellaBand nam dit model in 2006 over voor onbekende artiesten die een album uit willen geven. Hoewel er veel investeerders waren gevonden en diverse successen zijn geboekt, is SellaBand in 2010 failliet gegaan. De reden voor het faillissement is volgens verschillende analyses vooral een gebrek aan focus. Het bedrijf nam zowel de productie als de marketing en distributie van albums op zich en was met een beperkt budget niet in staat in alle facetten even succesvol te zijn als de oude giganten uit de platenindustrie. Een paar dagen na het faillissement werd SellaBand overigens overgekocht door een nieuwe investeerder die heilig gelooft in de toekomst van het platform. Met de verkoop is het kantoor van SellaBand verplaatst van Amsterdam naar Duitsland. Hoewel we weinig meer van SellaBand horen, zijn er toch waardevolle lessen geleerd.

Een ander Nederlands crowdfunding-platform is het Amsterdams Fonds voor de Kunst, dat in 2009 de website *voordekunst* lanceerde. Doel van dit platform is om kunstenaars en kunstliefhebbers (oftewel

investeerders) met elkaar in contact te brengen en zo ideeën te realiseren. Op de site worden verschillende projecten getoond, met het daarvoor noodzakelijke doelbedrag, het percentage ervan dat tot dusver is binnengekomen en de tijd die nog rest om het bedrag te halen. Wanneer het lukt om een project voor 100 procent te financieren, wordt het gerealiseerd. Het fonds selecteert de projecten en draagt zo’n 40 procent bij, de crowd doet de rest. Het duo Miktör & Molf kreeg als eerste via [www.voordekunst.nl](http://www.voordekunst.nl) zijn financiering bij elkaar. Er werd 7.500 euro opgehaald voor het ‘Miktör & Molf Pool Project’: een soort sculptuur in de vorm van een leeg zwembad op de NDSM-werf in Amsterdam. Er werden 55 particulieren enthousiast voor dit idee, ze steunden Miktör & Molf met een financiële bijdrage.

Een ander voorbeeld is *TenPages*. Op deze website kunnen beginnende schrijvers tien bladzijden van hun boek plaatsen. Vervolgens worden bezoekers aangemoedigd voor 5 euro aandelen te kopen. Zijn er tweeduizend aandelen verkocht? Dan wordt het boek uitgegeven door een gerenommeerde uitgeverij.

Inmiddels is ook de bancaire wereld nieuwsgierig naar de kansen die crowdfunding kan bieden. Zo doet ABN AMRO onderzoek naar de mogelijkheden die crowdfunding kan bieden voor ondernemers. Een ander voorbeeld is het platform CrowdAboutNow. Via CrowdAboutNow kan iedereen investeerder of ondernemer worden. De ondernemer pitcht zijn of haar onderneming op de website, en investeerders kunnen voor minimaal 10 euro deelnemen. Wanneer het benodigde startkapitaal is behaald, wordt dit via CrowdAboutNow aan de ondernemer gestort, die dan aan de slag gaat. Na een afgesproken looptijd keert de ondernemer het bedrag, plus een eventueel winstpercentage, uit aan de investeerders. Die kunnen vervolgens een nieuwe onderneming steunen.

Het verschil tussen *voordekunst* en een platform als CrowdAboutNow is dat *voordekunst* is gebaseerd op een ‘geef-principe’, terwijl de investeerder bij CrowdAboutNow wanneer er winst gemaakt wordt, de investering met een vastgesteld rendement terugkrijgt.

#### **Een olievlek creëren**

Wat zijn de voordelen van crowdfunding voor de creatieve ondernemer? Het levert, in het gunstigste geval, financiering voor een (beginnende) organisatie of voor een project op. Maar dat is niet het enige. Het succes van *The Sochi Project* heeft voor de makers geleid tot nieuwe projecten. En Esther Willemse benadrukt dat crowdfunding een middel is om een publiek voor langere termijn aan je te binden. Leden fungeren als ambassadeurs, nemen hun vrienden mee naar concerten, tippen voorstellingen en brengen nieuwe leden aan. Vaak blijven ze lange tijd trouw het project steunen. Zo creëert de club een olievlek van naamsbekendheid, grotere bezoekersaantallen en financiële steun. Daarnaast komen uit de club verschillende goedbetaalde optredens voort, doordat de leden als ambassadeur voor mogelijke klanten fungeren.

Anders dan een eenmalige projectfinanciering van een fonds kan het crowdfunding-model dus op langere termijn,

ruim na het mogelijk maken van projecten en het vergroten van de bekendheid ervan, zijn vruchten afwerpen. Ook is crowdfunding, zeker door de directe vorm van communicatie van de deelnemers, flexibel. Terwijl een fonds een maker houdt aan diens originele plan, kan daar bij crowdfunding sterk van afgeweken worden. De leden van Club Mondo Leone bijvoorbeeld stellen vertrouwen in Leon Giesen, wat hem de vrijheid geeft onverwachte keuzes te maken of nieuwe wegen in te slaan.

## Met crowdfunding kun je publiek voor een langere termijn aan je binden

Ook Hornstra ervaart die artistieke vrijheid. Hij noemt crowdfunding de meest onafhankelijke vorm van financiering, omdat donateurs geen invloed uitoefenen op de inhoud. Daarnaast biedt crowdfunding voor kunstenaars de mogelijkheid om mensen aan zich te binden die expertise bezitten die zij zelf misschien niet hebben. Men kan niet alleen bijdragen door middel van het investeren van geld, maar ook door het delen van kennis of het als ambassadeur optreden voor een onderneming of project.

Crowdfunding vergroot en versterkt een netwerk: met crowdfunding spreek je een bestaand netwerk aan om betrokken te raken bij jouw onderneming of project en spreek je onbekende investeerders aan die ook mee willen doen. Het netwerk van investeerders kan op de lange termijn en op onverwachte wijze zijn vruchten afwerpen als jij ervoor zorgt dat je op positieve wijze de aandacht blijft trekken.

### Luister naar je publiek

Internet is bij uitstek de plek om dergelijke verbintenissen aan te gaan en te onderhouden. Zo vertelt social-mediagoeroe Erwin Blom op zijn blog: 'Internet is een persoonlijk medium. Maak je dienst of product en de relatie met klant, publiek of afnemer zo persoonlijk mogelijk. Dan wordt de band zo groot mogelijk.'

In de tijd van web 2.0 is het voor ondernemers meer dan ooit belangrijk om te luisteren, te leren en te delen met klanten en users: *listen, learn & share*. Dus gebruik de sociale media om contact te houden. Wanneer je net begint met werven, richt je dan in eerste instantie op familie, vrienden en kennissen. Zij zijn over het algemeen zeer bereid om steun te verlenen en kunnen als olievlek fungeren. Via hun netwerk en sociale media, en via hun enthousiasme, worden weer nieuwe investeerders aangetrokken. Gebleken is dat wanneer 25 procent van het behaalde doel (dat kan geld zijn, of een bepaald aantal betrokkenen) is behaald, het opeens snel gaat.

Geld is zeker niet de belangrijkste motivatie voor investeerders om deel te nemen aan crowdfunding, velen hebben de wens '*to participate in the exciting adventure of a start-up*'. (Schwienbacher 2010, 16) Ze willen onderdeel zijn van een

project dat ze steun toekennen. Echter, dat geld niet belangrijk is, betekent niet dat mensen niets terugwillen voor hun investering. Zeker binnen de creatieve sector kunnen moeilijk meetbare componenten als passie en idealen van belang zijn om investeerders over de streep te trekken. Die verbinding heeft een waarde die niet altijd tastbaar is, maar wel degelijk essentieel. Een bepaalde exclusiviteitswaarde, publieke erkenning, uitbreiding van

## Het kan wel even duren voordat de investering zich terugbetaalt

het eigen netwerk en het verkrijgen van kennis zijn elementen die waardevol voor investeerders kunnen zijn. Bedenk van tevoren welke waarden en tegenprestaties aantrekkelijk kunnen zijn en hoe je deze communiceert. En vergeet niet de expertise en het netwerk van de investeerders aan te spreken: sommige mensen leveren een kleine financiële bijdrage, maar kunnen veel voor je project betekenen als het bijvoorbeeld gaat om het aantrekken van een nieuwe crowd of waardevolle contacten.

### Investeren in investeerders

Genoeg voordelen én voldoende mogelijkheden voor enthousiaste creatieve ondernemers om crowdfunding voor financiering te gebruiken. Maar staat hun project op een crowdfundingplatform, dan zijn ze er nog niet. Al worden er successen behaald, het is goed dat zij zich realiseren dat het binden van publiek en het genereren van financiering niet zonder slag of stoot gaat.

**Iris Loos**

is projectleider Xpert CMKB bij de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht en adviseur en conceptontwikkelaar in de creatieve industrie

**Gijsbert Koren**

is medeoprichter van CrowdAbout-Now en coauteur van *Crowdfunding – Het Nieuwe Investeren*

Cruciaal bij crowdfunding is de ondernemer zelf. Een investeerder moet ervan overtuigd raken dat de maker de investering waard is. Het idee zelf moet aanslaan, maar minstens zo belangrijk zijn de passie, het vertrouwen, de integriteit en de kunde van de maker. Dit vraagt om veel openheid over het project en de ondernemer erachter. Dat is soms eng, maar kan ook heel enthousiasmerend werken; met een kijkje in de keuken kan iemand overtuigd worden om in een maker te investeren en misschien raakt iemand wel zo enthousiast over wat hij in de keuken ziet, dat hij ook op andere manieren bij wil dragen aan het succes. Investeerders moeten het een creatieve ondernemer gunnen om zijn plannen te realiseren. Dit betekent dat deze een verbinding met zijn investeerders aangaat die verder gaat dan alleen het zakelijke. De leden van Club Mondo Leone bijvoorbeeld vormen inmiddels een kring van kennissen. Die band is erg waardevol voor alle partijen.

Investeren in investeerders is essentieel, maar ook tijdrovend. Hornstra en Van Bruggen gaan bijvoorbeeld regelmatig koffiedrinken met de gouden donateurs. Hierdoor kan het gevoel ontstaan dat er iemand over je schouder meekijkt. Hornstra: ‘Wij zijn ons project. Ik durf geen nieuwe auto te kopen omdat ik bang ben dat mensen daar iets van gaan denken.’ De investering is intensief en het kan bovendien even duren voordat deze zich terugbetaalt. Crowdfunding is dus zeker geen gemakkelijke manier om geld te genereren. Het vergt een lange adem en slaagt misschien niet in één keer. Het is belangrijk dat een potentiële ondernemer deze manier van ondernemen aantrekkelijk vindt en het contact met de investeerders als integraal onderdeel van zijn werk beschouwt.

Staar je niet blind op crowdfunding. Het past binnen het streven van het kabinet naar meer particulier geld voor de kunsten en kan een belangrijk onderdeel van je onderneming

worden. Maar het zal vaak niet het enige middel zijn dat ingezet moet worden om ideeën te realiseren. *The Sochi Project* is bijvoorbeeld nog steeds deels afhankelijk van reguliere subsidie. De vruchten van crowdfunding betalen zich niet altijd direct terug en soms is er veel geduld nodig om tot het gewenste resultaat te komen. Voor creatieve ondernemers die een langetermijnverbintenis met investeerders aan willen gaan, biedt crowdfunding echter zeker nieuwe, vrije en uitdagende financieringsmogelijkheden die de moeite waard zijn om verder te onderzoeken.

**Literatuur**

Schwiebacher, A. & B. Larralde (2010) *Crowdfunding of small entrepreneurial ventures*, papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\_id=1699183.