

## CROWDFUNDING



ERWIN BLOM

# Crowdfunding

*Realiseer je droom zonder bank of subsidie*

KUNST EN CULTUUR

[zeghetintienduizendwoorden.nl](http://zeghetintienduizendwoorden.nl)

Einstein Books, Den Haag 2012



© Erwin Blom. Redactie: Leonieke Daalder, Anke Hans  
© Einstein Books, Den Haag 2012  
Omslagontwerp: Robert Adriaansen, Loudmouth  
Verzorging e-book: Michiel Niesen, ZetProducties, Haarlem

ISBN 978 90 488 1662 0 / NUR 400

[www.zeghetintienduizendwoorden.nl](http://www.zeghetintienduizendwoorden.nl)  
[www.einsteinbooks.nl](http://www.einsteinbooks.nl)  
[www.fastmovingtargets.nl](http://www.fastmovingtargets.nl)

# Inleiding

Het Nederlandse crowdfundingplatform voordekunst noteert midden 2012 een mijlpaal. Het eerste miljoen aan euro's is door kunstliefhebbers bijeengebracht om projecten in de kunst en cultuur te realiseren. Van theatervoorstelling tot literair tijdschrift tot geluidsopname wordt gefinancierd dankzij geldelijke steun van familie, fans en supporters.

In diezelfde periode staat de teller bij de 1procentclub, een online marktplaats voor kleinschalige ontwikkelingsprojecten, op 700.000 euro. Met bijvoorbeeld 633 door leden van de club bijeengebrachte euro's, wordt in Kenia een extra klaslokaal gerealiseerd en met 3000 euro komt een theaterproject in Zuid-Afrika tot stand. Ontwikkelingshulp nieuwe stijl: mensen helpen elkaar.

Het zijn maar twee van de inmiddels vele crowdfundingplatforms in Nederland. Ze laten zien dat er nieuwe financieringsvormen mogelijk zijn, ze maken duidelijk dat projecten gerealiseerd kunnen worden zonder de steun van bank of subsidie. Geen ingewikkelde bureaucratische processen, geen langdurige trajecten via commissies. Crowdfunding versnelt processen en snijdt tussenlagen weg. Het is een afspraak tussen maker en koper, tussen artiest en fan, tussen producent en consument. Van klein maar fijn tot groots en meeslepend. De een betaalt, de ander realiseert. Familie, vrienden, kennissen, klanten, fans: ze dragen een geldelijk steentje bij aan het realiseren van doelen.

Waar het eerst voornamelijk kleine bedragen betrof en het gros van de cases nog altijd over het inzamelen van duizenden dollars of euro's gaat, begint crowdfunding inmiddels in grootte een serieuze zaak te worden. In Amerika is het tegenwoordig niet uitzonderlijk als er meer dan een miljoen wordt verzameld om een game te bouwen of een iPhone-oplader in productie te nemen. Er werd zelfs al voor 10 miljoen dollar ingetekend op het Pebble-horloge, dat contact met een iPhone of Android-telefoon mogelijk maakt. Zie op je Pebble dat er een e-mail binnenkomt of hoe hard je loopt. Een enorm succes. En via Kickstarter alleen al is medio 2012 een kleine 300 miljoen dollar voor crowdfundingprojecten opgehaald. Kickstarter is een platform voor de creatieve sector: veel ontwerpers proberen daar hun producten aan de man te brengen.

Crowdfunding is in enkele jaren *serious business* geworden. En het einde van de groei is nog niet in zicht. Het is een fascinerend fenomeen dat zoveel meer is dan geld ophalen alleen. Daar gaat dit boek over. Over de mogelijkheden van crowdfunding en over de te zetten stappen om de kans op succes zo groot mogelijk te maken. Dat alles gebaseerd op de praktijk.

Voor *Crowdfunding: realiseer je droom zonder bank of subsidie* werd de top van de Nederlandse crowdfunding geïnterviewd. De kennis van Roy Cremers (voordekunst, kunst en cultuur), Anna Chojnacka (1procentclub, ontwikkelingsprojecten), Ronald Kleverlaan (WEBclusive, bouwer van o.a. voordekunst en 1procentclub), Roel van de Weijer (CineCrowd, film), Gijsbregt Brouwer (Sportnext.nl, sport) en Pim Betist (Africa Unsigned, muziek) vond haar weg in deze publicatie. En 25 praktijkcases werden nauwgezet bestudeerd.

Natuurlijk deden we zelf ook mee. Niet alleen als supporter, maar ook als crowdfunder zelf. 'We' is in deze Fast Moving Targets, het platform over innovatie op het gebied

van media, communicatie en technologie dat deze uitgave samen met Einstein Books verzorgt. De voor de videostudio van Fast Moving Targets benodigde 15.000 euro werd door supporters bij elkaar gebracht. En we brachten daarbij de lessen in de praktijk die in dit boek aan de orde komen. We zijn zelf het bewijs dat het kan!

*Crowdfunding: realiseer je droom zonder bank of subsidie* verschijnt in meerdere vormen. Naast een uitgebreide papieren editie, is er een serie handzame e-books waarin de hoofdlijnen in tienduizend woorden worden geschetst en per onderwerp een aantal cases worden besproken. Per uitgave wordt op een ander terrein ingezoomd: business, kunst en cultuur, media en sport.

Erwin Blom, auteur van *Handboek Communities* en *De Realtime Revolutie*, schreef dit boek, Leonieke Daalder en Anke Hans verzorgden de interviews en de cases.

Voor meer actuele informatie over crowdfunding en presentaties of training, bezoek de site van Fast Moving Targets.

# Wat is crowdfunding?

Het begrip crowdfunding is relatief nieuw. Maar het fenomeen waar het woord voor staat – dat een groep mensen een project financieel mogelijk maakt – is zo oud als de kerk. Sinds jaar en dag wordt dat instituut immers gefinancierd door de gelovigen. Zij brengen het geld bijeen om hun gebedsruimte en bijbehorend personeel te financieren. De *crowd*, het publiek, verzorgt de fondsen die nodig zijn om de organisatie van de kerk te laten draaien. De collectebus gaat wekelijks rond. Ook kennen we al sinds mensenheugenis de goede doelen waar via deur, telefoon of website geld voor wordt geworven. *De Volkskrant* becijferde dat in 2011 743 miljoen euro binnenkwam bij organisaties als KWF Kankerbestrijding, Unicef en Rode Kruis – organisaties met brede doelstellingen.

Bij crowdfunding zoals dat sinds begin deze eeuw opmars maakt, ligt de focus niet op brede doelen en financiering door banken of subsidiegevers, maar op de realisatie van concrete projecten die door het publiek financieel mogelijk worden gemaakt. Dat mensen geld bij elkaar brengen voor projecten, doelen en idealen is zoals gezegd niet nieuw. Maar de manier waarop het geld nu bij elkaar gebracht kan worden, was er vroeger niet. Deze manier van crowdfunding sluit aan bij de trend dat de digitalisering voor de democratisering van media en middelen zorgt.

Dankzij internet is het eenvoudiger geworden om verhalen te vertellen. Een blog is zo begonnen, op Twitter of Facebook is een bericht snel geplaatst. Dankzij internet is het makkelijker geworden om mensen bij elkaar te brengen rondom een gezamenlijke passie, een gedeeld probleem of een overeenkomend doel. Sociale media maken het simpeler om mensen te bereiken en om verhalen te verspreiden. Want wie iets opmerkelijks of waardevols ziet, kan dat gelijk doorvertellen aan zijn vrienden.

Het gemak van communicatie is een katalysator geweest voor het snel oprukkende succes van crowdfunding. Het is nu simpel om geïnteresseerden te bereiken en die op de hoogte te houden van je plannen en resultaten. Dankzij internet valt de beperking van locatie weg. Niet alleen mensen in de directe omgeving kunnen worden aangesproken, de wereld ligt potentieel binnen handbereik. Ook sluit crowdfunding aan op de trend dat tussenpartijen in de digitaliserende wereld worden weggesneden. Artiesten en schrijvers verkopen rechtstreeks aan hun fans of lezers; platenmaatschappijen en uitgeverijen zijn niet langer onmisbaar. Dankzij crowdfunding is geen bank of subsidie meer nodig. *Cut out the middleman*, ook hier. *Do it yourself*.

# Case 1

Auteur Seth Godin haalt in drie uur 40.000 dollar op

EEN SCHARE FANS HELPT...

## *Wat*

Bestseller auteur Seth Godin zei in juni 2012 bij het lanceren van zijn project op Kickstarter dat hij 40.000 dollar nodig had om zijn uitgever te bewegen de promotie voor zijn nieuwe boek *The Icarus Deception; Why Make Art* volop in te zetten met een grootscheepse actie in winkels. De gevraagde steun op Kickstarter moest volgens hem de potentie van zijn boek aantonen. De uitgever gebruikte zo Kickstarter als marktonderzoek en ook voor de winkelier onderstreepte het de potentie. 'Kickstarter neemt risico's weg. Het kan het bewijs leveren dat een boek een succes kan worden,' aldus Godin.

## *Hoe*

Godin zette zijn project op Kickstarter en het verhaal dat de auteur met een crowdfundingactie begon, ging als een lopend vuurtje het internet rond. Meestal wordt het platform door aanstormende talenten gebruikt, maar dat een gevestigde naam crowdfunding inzette was bijzonder. De lancering werd ondersteund met een e-mail naar de abonnees op de nieuwsbrief van Godin. Binnen drie uur was het bedrag binnen, binnen drie dagen was meer dan 200.000 dollar opgehaald. Seth Godin gaf zowel de optie om een kleine bijdrage te leveren (voor 4 dollar een digitale preview van het boek) als om een fiks bedrag te storten (voor 665 dollar een 'mysterybox' met *limited edition* gesigndeerde spellen).

## *Succesfactoren*

Het hielp dat Godin al een enorme achterban had. De man heeft fans die van zijn blogposts smullen en die zijn boeken kopen. Hij heeft een nieuwsbrief met 50.000 abonnees. Als een held zijn fans om steun vraagt, is het niet gek dat hij binnen drie uur al 500 mensen zover heeft gekregen en dan al meer dan de gewilde 40.000 dollar heeft opgehaald.

Daarnaast smeedt Godin op een slimme manier een verbond met zijn fans. Hij begint de oproep tot steun aldus: 'Help me alsjeblieft om mijn uitgever, boekenwinkels en schrijvers te laten zien dat het mogelijk is om een project te beginnen, met het bewijs van steun op Kickstarter.' We helpen dus niet alleen Godin, maar laten met zijn allen ook zien dat er een wereld aan nieuwe mogelijkheden is. Duizenden mensen geven gehoor aan zijn oproep.

En natuurlijk voegt het alles of niets element urgentie toe. Alleen als er voldoende geld binnenkomt, zo dreigt de schrijver, komt het boek uit. Zo niet, dan verdwijnt het project in de kast. Dan trekken de fans natuurlijk hun portemonnee.



### *Lessen*

Het is makkelijk om te zeggen dat Seth Godin het makkelijk had. Natuurlijk is het zo dat het voor hem relatief simpel was omdat hij al aanhang had. Maar wat door iedereen van hem te leren valt, is dat het belangrijk is om die fanbase op te bouwen. Om te zorgen dat de namen van mensen die een handje willen helpen in een database zitten, zodat ze gemobiliseerd kunnen worden wanneer het nodig is. Ook op kleine schaal is dat belangrijk.