

Crowdfunding: met de pet rond op internet

Sam Capiou en David Coppoolse, Vlaamse Erfgoedbibliotheek vzw

Het komt de laatste tijd veel in de media als een innovatieve manier van fondsenwerving: crowdfunding is cool. Van schaatser Bart Swings tot de nieuwssite Apache.be: allemaal zoeken ze geld voor hun project bij 'de crowd'. Rondgaan met de pet is van alle tijden. In de 19e eeuw werd de sokkel van het Vrijheidsbeeld al gefinancierd met honderdduizend dollar die werd opgehaald bij gewone New Yorkers. Is 'crowdfunding' niet gewoon een hippe naam voor 'inzamelactie'?



Crowdfunding ontstond een jaar of tien geleden in de creatieve sector. Muzikanten, filmmakers en schrijvers ontdekten dat ze met financiële steun van hun fans werk konden maken zonder afhankelijk te zijn van platenmaatschappijen, studio's of uitgeverijen. Het idee sloeg al snel over naar commerciële initiatieven. Ondernemers begonnen de filosofie van 'vele kleintjes', vroeger voorbehouden aan goede doelen, te gebruiken om alternatieve financieringsbronnen aan te boren.

Traditioneel probeert een ondernemer bij een bank of grote investeerder kapitaal te vinden voor een project. Momenteel is het voor start-ups en kleine ondernemers moeilijk om op die manier aan geld te komen. Maar in de crowd, de brede massa, zit een groot potentieel aan kleine investeerders. Het is relatief gemakkelijk iemand te overtuigen om een micro-investering te doen. Het risico is immers klein. Maar hoe verzamel je genoeg van die kleintjes om aan voldoende kapitaal te komen?

TWEETEN VOOR DE POEN

Internet maakt het mogelijk om micro-investeerders op een vlotte manier te bereiken. De communicatie tussen ondernemers en mogelijke geldschietters is heel direct. En doordat

geografische beperkingen wegvallen, kun je zelfs wereldwijd op zoek naar mensen die wel een beetje geld in je project willen steken.

Wie een idee wil laten financieren, kan terecht op speciale sites als Kickstarter of Indiegogo. Je brengt daar je plan aan de man met een wervende beschrijving en een reclamefilmpje. Een teller geeft aan of je project op weg is naar het benodigde bedrag.

Via Facebook en Twitter probeer je mensen enthousiast te maken en naar je projectpagina te leiden. Wie zich laat overtuigen, kan meteen online betalen. Via je projectpagina en sociale netwerken hou je je micro-investeerders op de hoogte van de fondsenwerving. En van de uitvoering van je plannen, als de centen er eenmaal liggen.

Het innovatieve aspect van crowdfunding? Het gebruik van sociale media om betrokkenheid te creëren bij een project, op een manier zoals dat vroeger gewoon niet kon. Vandaag kun je tweeten voor de poen.

IN VELE SMAKEN

Bij commerciële crowdfunding leveren ondernemers steeds een 'harde' tegenprestatie aan de investeerders: ze krijgen het nieuwe album, het innovatieve product of een aandeel in de winst. Daarnaast is er een 'softere' vorm ontstaan, waarbij gezocht wordt naar donateurs. De gulle gevers dragen in de eerste plaats bij omdat de initiatiefnemer of het project hen nauw aan het hart ligt. Deze vorm vinden we vooral in de culturele sector. Een voorbeeld is Boekensteun, een initiatief van de Vlaamse Erfgoedbibliotheek en het Vlaams Fonds voor de Letteren.

Aan de eerste Belgische platformen zien we trouwens dat crowdfunding bestaat in vele smaken. Sommige sites zijn heel specifiek:

“INTERNET MAAKT HET MOGELIJK OM MICRO-INVESTEERDERS OP EEN VLOTTE MANIER TE BEREIKEN.”

Boekensteun geeft om boeken, AppsFunder is er voor software-ontwikkelaars, SonicAngel voor musici en Sandawe voor striptekenaars. Crowdfunding/BXL probeert inspirerende stadsprojecten in Brussel te financieren.

Andere initiatieven gaan breder: Look&Fin richt zich op jonge, innoverende bedrijven, Angel.me op de creatieve sector. MyMicroInvest mikt op een mix van crowdfunding en professionele investeerders. Bij CroFun kan je dan weer met allerlei projecten terecht: zakelijk, creatief of voor het goede doel.

TREND OF HYPE?

Is crowdfunding een kortstondige hype of een langdurige trend? In Nederland is de groei alvast explosief: in 2012 werd 2,5 miljoen euro opgehaald, in 2013 al 32 miljoen. Ook bij ons begint de crowdfundingindustrie zich te ontwikkelen. Hoe duurzaam die ontwikkeling is, zal blijken als het nieuwtje er vanaf is. ■