

Verslag workshop Crowdfunding door Roy Cremers

Wat is crowdfunding?

Crowdfunding = financiering van projecten door een publiek

Crowdfunding is direct en concreet: doelbedrag is helder, aantal benodigde donateurs, beschikbare tijd om doelbedrag te behalen

Crowdfunding via voordekunst.nl gaat om een donatie, tegenprestatie is in natura (en niet in geld).

Voordekunst.nl

- Ieder project heeft eigen projectpagina, met ruimte voor tekst en filmpje (verplicht), waarop maker zich introduceert en het project toelicht.
- Op de pagina staat het doelbedrag (hoeveel je op wilt halen), hoeveel van het doel is bereikt, hoeveel mensen hebben gedoneerd en hoeveel tijd het project nog open staat.
- Donateurs kunnen motiveren waarom ze hebben bijgedragen.
- De tegenprestaties staan beschreven, variërend in grootte van donatie.
- Het is mogelijk om updates te plaatsen op de projectpagina, de donateurs krijgen, indien ze dat willen, hier een melding van.
- Voordekunst checkt elk project op haalbaarheid in uitvoering en tijd.
- De tijd dat een project op de website staat, wordt in overleg met Voordekunst bepaald. Het hangt samen met de hoogte van het te werven bedrag. Gemiddeld staat een project 2 maanden op de site.
- Het doel is om 100 % van de financiering binnen te halen.
3 scenario's:
 1. 100 % of meer: project krijgt het geld en het wordt uitgevoerd. Indien donaties 100 % overschrijden, moet projectaanvrager toelichten waar extra middelen op in worden gezet.
 2. 80-99 %: projectplan wordt aangepast, donateurs mogen extra geven, hetzelfde bedrag blijft staan, of het geld terugvragen (laatste is in praktijk nog niet voorgekomen).
 3. Minder dan 80%: donateurs kunnen geld terugkrijgen of investeren in ander project, projectaanvrager kan plan toelichten en aanpassen.
- Voordekunst krijgt 5 % van het doelbedrag bij succesvolle financiering. Van het bedrag boven 100 % krijgt Voordekunst 10 %.
- Voordekunst houdt regelmatig contact met de projecthouders op de site.
- Donateurs kunnen ook 'in natura' doneren. Bijdrage wordt omgerekend naar geld en telt mee bij doelbedrag.
- Utrechtvoorcultuur.nl heeft dezelfde voorwaarden als voordekunst.nl, alleen is als extra voorwaarde bij utrechtvoorcultuur de geografische verbondenheid (alleen Utrechtse organisaties).

Facts & figures voordekunst.nl

Slagingspercentage (financiering behaald): 75 % van de projecten

Gemiddelde opbrengst: € 7.000

242 projecten zijn succesvol afgerond

14795 donateurs

€ 1.696.819 gedoneerd

Tips & trics

Crowdfunding kost veel tijd. Betrokkenheid donateurs en vergroten netwerk is belangrijker dan geld binnenhalen.

Zorg zelf voor de eerste donateurs uit je directe omgeving. Het bedrag dat zij geven, is vaak leidend voor anderen.

Crowdfunding vanuit organisaties: zorg voor één gezicht, een herkenbaar persoon. Zorg dat het project wordt gedragen binnen de organisatie (draagvlak), iedereen moet er achter staan en meewerken.

Nu veel vertegenwoordiging van podiumkunsten, film, fotografie. Er zijn minder erfgoedprojecten en traditionele beeldende kunstprojecten, hier zit een niche.

Voorwaarden voor crowdfunding bij projecten (zie ook presentatie Roy Cremer)

Concreet project:

- Wie ben je?
- Wat ga je doen? Maak concrete keuzes: niet heel festival, maar onderdeel van een festival. Publicatie, decor, verbouwing, pr etc.
- Waar?
- Waarom?
- Voor wie doe je het? Wat heeft het publiek eraan? Denk na over wat je de donateurs 'geeft' als tegenprestatie. Zorg ervoor dat mensen zich speciaal gaan voelen.

Haalbaar

- Denk na wie je doelgroep is en wat je zou kunnen vragen
 - Bepaal per doelgroep wat je kan vragen (doelgroep kinderen: ouders zijn donateurs. Doelgroep ondernemers: geven grotere bedragen)
- Bereid je 'crowdfunding actie' goed voor
 - Last minute is vaak overhaast / niet goed doordacht
 - Zorg dat je netwerk up-to-date is en mobiliseer je eigen netwerk
 - Plan 'nieuwswaardige' momenten. Blijf actief als je project online is: blijf mensen benaderen, zorg voor updates en nieuwtjes, denk na over acties rond Sinterklaas, Kerst, Valentijn etc., sluit aan bij landelijke evenementen als bv Open Monumentendag.
- Langer is niet altijd beter
 - Een korte, krachtige campagne werkt vaak beter (piekmomenten)

Persoonlijk

- Doe zelf het woord, of personifieer je project
 - In crowdfunding speelt de gunfactor een rol
- Zorg dat er één aanspreekpunt is
 - Herhaling werkt
 - Spreek mensen direct aan

Communiceer

- Zet je netwerk in
 - Zorg dat je social network up-to-date is
 - x 130
 - Ook offline! (bv papieren flyers of nieuwsbrief meenemen naar evenementen)
- Donateur = ambassadeur
 - Zorg dat je donateurs zichtbaar kunnen maken dat ze je ondersteund hebben
 - Blijf je donateurs op de hoogte houden
 - Bedank je donateurs!! Laat ze weten dat je hun bijdrage waardeert, bv via facebook, twitter of mail
- Crowdfunding = communiceren
 - De inhoud is van belang, maar vooral ook de boodschap

Durf te vragen

- Wees trots op wat je doet

- Mensen en bedrijven dragen bij aan kansrijke projecten
- Mensen hebben iets over voor jouw project
 - In Nederland wordt veel gegeven; je moet er wel om vragen!
- Zet je donateurs in als je ambassadeurs
 - Je donateurs weten waar je goed in bent; laat hen hun netwerk van jouw kwaliteiten overtuigen

Tot slot

Crowdfunding moet gezien worden als een aanvullende vorm van financiering, dus naast andere inkomsten als subsidies / sponsoring / recettes.

Geld moet niet je grootste drijfveer zijn; je moet het leuk vinden om publiek bij je project te betrekken.

Crowdfunding staat nog in de kinderschoenen. Samenwerking en positiviteit zijn van belang om het geven in Nederland verder te stimuleren.

Actie

Voordekunst.nl is actief op twitter, facebook en linkedin. Ga de pagina's 'liken' en doorsturen naar je netwerk, om zo de bekendheid te vergroten!