



Vlaams
Parlement

stuk **1613** (2011-2012) – Nr. 1
ingediend op 9 mei 2012 (2011-2012)

Conceptnota voor nieuwe regelgeving

van mevrouw Yamila Idrissi, de heren Philippe De Coene,
Lieven Dehandschutter, Paul Delva en Johan Verstreken en
mevrouw Danielle Godderis-T'Jonck

over crowdfunding, de volksinvestering
voor meer kunst en cultuur

1. Context

Deze nota wil het debat openen rond alternatieve financieringsvormen voor de kunst- en cultuursector en mee de klijtlijnen uittekenen. De kunst- en cultuursector in Vlaanderen heeft nood aan aanvullende financieringskanalen. Het onderzoeken van dit soort kanalen is bovendien één van de operationele doestellingen in de beleidsbrief Cultuur 2011-2012 van minister Schauvliege¹.

Het barre economische klimaat dwingt in de eerste plaats jonge creatieve ondernemers/kunstenaars om te zoeken naar andere manieren om startkapitaal te vergaren. Zowel het beleid als de sector beseffen dat subsidies alleen niet langer toereikend zijn en dat er moet worden gezocht naar alternatieve financieringsmogelijkheden. Crowdfunding of de 'volksinvestering' kan gezien worden als één van de mogelijke alternatieve vormen van financiering voor de kunst- en cultuursector. Belangrijk is te stellen dat deze nieuwe financieringsvormen moeten worden blijven gezien als aanvullende financieringsvormen op het huidige subsidiebeleid. Het debat voeren rond alternatieve financiering mag niet leiden tot het ondermijnen van de huidige subsidiepolitiek.

Vandaag de dag is het voor creatievelingen en organisaties steeds belangrijker om zelf eigen inkomsten te genereren. Vooral starters worstelen meer en meer met het vergaren van voldoende startkapitaal voor de ontwikkelingen van een idee of project. Zij hebben vaak te leiden onder de 'equity gap', wanneer het kapitaal dat vrienden en familie beschikbaar stellen niet toereikend is en de bekendheid en vertrouwen bij andere investeerders nog te beperkt is. Een van de manieren om privaat geld te genereren uit een breed netwerk is crowdfunding. Bij crowdfunding worden projecten uitgevoerd met volledige, dan wel gedeeltelijke financiering door het publiek.

Crowdfunding begon zijn opmars in de Verenigde Staten (VS) en veroverd nu ook stilaan het continent. Het principe van crowdfunding werd bij het grote publiek bekend door de campagne van Barack Obama in 2008. Hij financierde zijn presidentscampagne grotendeels via volksinvesteringen. In Nederland is crowdfunding, dankzij de talloze platforms, reeds ingeburgerd binnen verschillende sectoren. In Vlaanderen woedt, met name binnen de culturele sector, het debat volop rond de mogelijkheden van crowdfunding². Het principe van crowdfunding werd bij ons vooral bekend door de initiatieven van Bart Becks die crowdfunding introduceerde in de muziekwereld (SonicAngel), filmwereld (FilmAngel) en sinds kort ook in de modesector (FashionAngel).

2. Crowdfunding, een definitie

Crowdfunding is een onderdeel van crowdsourcing. Bij crowdsourcing wordt de kennis en kunde van een onlinegroep ingezet om mee te denken en mee te doen met bepaalde ideeën. Bij crowdsourcing ligt de focus op het verbinden van de kennis van de crowd met een probleem of dilemma van een organisatie.

Crowdfunding hanteert de principes van crowdsourcing, namelijk de open oproep naar een grote groep gebruikers maar met als hoofddoel om kapitaal 'funds' op te halen. Crowdfunding betekent 'funding' door de 'crowd', of vele kleine investeerders en belanghebbenden die bereid zijn om kleine bedragen te investeren voor bepaalde doelen waarbij ze zich betrokken voelen. Typerend voor crowdfunding is dat het vaak gaat om kleine

¹ Beleidsbrief Cultuur van Vlaams minister Schauvliege, operationele doelstelling 13 betreft alternatieve financiering (*Parl. St.* VI. Parl. 2011-12, nr. 1329/1).

² 'The fan in financing' door Mediadesk Vlaanderen op 9 dec 2011 in Stuk Leuven – *Cultural Mindfood* Crowdfunding 'van mijn idee tot ons project' door Vlaams parlementslid Yamila Idrissi (sp.a) op 7 februari 2012 in KVS – *Crowdfunding: zwaktebod of toverwoord* door De Buren op 10 april 2012 in Beursschouwburg.

bijdragen. Particulieren investeren naar keuze, gaande van tien euro tot duizenden euro's. In ruil hiervoor kunnen ze rekenen op een tegenprestatie.

Globaal kunnen we twee soorten crowdfunding onderscheiden: equity based en incentive based crowdfunding. In de eerste vorm ontvangt de donateur of investeerder een financiële tegenprestatie voor zijn investering. De tweede vorm van crowdfunding is meer gebaseerd op donaties aan organisaties en projecten. Hierbij ontvangen donateurs vaak geen of kleine financiële tegenprestaties, maar gaat het om materiële en immateriële tegenprestaties. In de kunst- en cultuursector wordt vooral met de laatste vorm gewerkt³.

Crowdfunding verloopt zonder financiële intermediairs, maar zorgt voor direct contact tussen investeerders en ondernemers. Belangrijk is te stellen dat het geïnvesteerde geld niet direct naar het project toe gaat. De eigenaar van het project ontvangt het geld pas als (ten minste) 100% van het bedrag binnen is. Indien deze 100% niet wordt behaald krijgen de investeerders hun geld terug of worden toegezegde investeringen niet geïncasseerd.

Hoewel elke crowdfunder en/of platform op zijn eigen manier tewerkgaat, is de algemene procedure, in het geval van creatieve projecten, als volgt:

- de artiest maakt een klein stukje van zijn repertoire beschikbaar op het internet, al dan niet via een platform;
- supporters kunnen het werk ontdekken en kiezen of ze al dan niet willen storten;
- het geld dat gestort is voor een bepaald project wordt door de beheerders (projecteigenaar of platformbeheerders) bewaard. Zodra het bedrag volledig binnen is krijgt de artiest toegang tot het bedrag;
- de artiest gebruikt het bedrag om zijn project te ontwikkelen;
- de supporters krijgen een beloning van de artiest.

Het succes en de opmars van crowdfunding gaan samen met de opmars van sociale netwerken (facebook, twitter, linkedin enzovoort). Het internet en in het bijzonder die sociale netwerken zijn een effectieve manier gebleken om grote groepen mensen te benaderen. Ze fungeren als prima spreekbuis om projecten bekend te maken bij potentiële funders en in dialoog te treden. Dit rechtstreekse contact tussen donateur en projecthouder is eveneens typerend voor crowdfunding. Crowdfunding beperkt zich niet alleen tot het ophalen van geld, het maakt het ook mogelijk voor de projecthouders om een dialoog aan te gaan met hun publiek en investeerders. Crowdfunding is een uitgelezen manier om aandacht en feedback te genereren en draagvlak te creëren over een project.

Ondanks het feit dat crowdfunding gebruikmaakt van de laatste nieuwste technologieën binnen de sociale media grijpt het in wezen terug naar de aloude principes van de coöperaties, die vooral in de 19de eeuw een belangrijk rol speelde in het Vlaamse middenveld en verenigingsleven.

3. Crowdfundingplatforms

Verschillende organisaties zijn in de traditie van crowdsourcing gestart met de ontwikkeling van crowdfundingplatforms. Uit een onderzoek van Lambert en Schienbacher blijkt dat 80% van deze platforms na 2007 zijn ontstaan. In de VS ontstonden Kickstarter, Kiva en Indiegogo en vanuit Groot-Brittannië opereert onder meer Sponsume. Terwijl crowdfundingplatforms in Vlaanderen nog vrij schaars zijn telt Nederland tal van platforms die zich elk richten tot een specifieke markt. Cinecrowd (film), voordekunst (kunstprojecten) en TenPages (boeken) richten zich bijvoorbeeld specifiek op de Nederlandse kunst- en cultuursector, terwijl Crowdfunder en Symbid zich op de volle breedte van het ondernemerschap richten⁴.

³ Koen van Vliet. Crowdfunding, waarom doen we het?. p. 13.

⁴ Koen van Vliet. Crowdfunding: Waarom doen we mee? p. 11.

Overkoepelende platforms zijn geen absolute vereiste voor het succesvol hanteren van crowdfunding. Toch bieden ze tal van voordelen bij het promoten van crowdfunding als techniek en bij het succesvol realiseren van projecten.

Participeren op een platform brengt een groot voordeel voor projecthouders met zich mee. Het gebruik van sociale media en het inzetten van het sociaal netwerk is een van de belangrijkste succesfactoren in een crowdfundingcampagne. Gezien het vaak lokaal georiënteerd karakter van het sociale netwerk blijft de reikwijdte van het eigen netwerk in eerste instantie vaak beperkt. Door aan te haken bij een bestaand netwerk (platform) krijgt men de kans het eigen netwerk uit te breiden. Dankzij het platform kan men gebruikmaken van netwerken waar je tot op heden geen toegang tot had. Andere succesvol gefinancierde projecten op het platform zullen zo ook een positief effect hebben op de slaagkansen van andere projecten.

Daarnaast bieden platforms ook zekerheid aan de donateurs. In veel gevallen zijn binnen de platforms constructies bedacht die ervoor zorgen dat de projecthouder het geld pas ontvangt, indien hij een bepaald percentage of soms het volledige bedrag bij elkaar heeft weten te halen. Indien dit niet het geval is, krijgt de donateur zijn geld terug⁵.

We kunnen stellen dat de komst van de overkoepelende platforms een positief gegeven is voor zowel projecthouders als donateurs. De platforms helpen de projectindieners bij de promotie en het zoeken naar potentiële donateurs. Die donateurs krijgen op hun beurt de zekerheid dat ze binnen een veilige omgeving geld kunnen doneren volgens duidelijke en transparante regels.

Tot slot dient te worden aangegeven dat platforms in de meeste gevallen ook fungeren als een soort gatekeeper die een eerste selectie doorvoeren in aangeboden projecten.

4. Zwaktebod of toverwoord voor culturele sector

Het belangrijkste kenmerk van crowdfunding blijft het aanleveren van private middelen voor projecten, maar crowdfunding genereert ook andere gunstige effecten. Het is namelijk ook een belangrijk instrument voor marketingdoeleinden en/of het versterken van de band met een publiek. De wisselwerking tussen projecteigenaar en publiek, die typerend is voor crowdfunding, zorgt eveneens voor een versterking van het maatschappelijk draagvlak voor kunst en cultuur. Deze toegankelijke vorm van participatie geeft kunstliefhebbers een democratische stem waarmee zij het kunst- en cultuuraanbod in hun directe omgeving mede bepalen en helpen realiseren⁶.

De aanwezigheid van overkoepelende platforms vergroot dit draagvlak alleen maar meer omdat zij als uitstalraam of megafoon in staat zijn om een grotere groep aan te spreken. Op die manier zorgen we er voor dat meer mensen kunnen bijdragen aan de creatieve industrie en het sociaal-maatschappelijke belang daarvan voor de samenleving.

De rechtstreekse dialoog tussen projecteigenaar en publiek versterkt ook de kritische houding van de projecteigenaar ten opzichte van zijn/haar project. Aangezien het in crowdfunding draait om een zo groot mogelijk publiek te overtuigen van de meerwaarde van een project is het van belang dat de projecteigenaar vooraf voldoende kritisch nadenkt over de inhoud, vorm en communicatie van het project. We kunnen stellen dat crowdfunding als het ware een kritische toetsing van het werk met zich mee brengt. Projecten die via crowdfunding worden gerealiseerd hebben deze toets dan ook succesvol doorstaan en kunnen rekenen op een overtuigd publiek.

⁵ Koen van Vliet. Crowdfunding, waarom doen we het? p. 12.

⁶ Website Voordekunst (www.voordekunst.nl).

5. Case study ‘Voordekunst’⁷

Voordekunst is een Nederlandse website waarop kunstprojecten in wording op zoek zijn naar aanvullende financiering door particulieren en bedrijven. Medio 2009 besliste het Amsterdams Fonds voor de Kunst om een instrument te ontwikkelen om het maatschappelijk draagvlak voor kunstprojecten te vergroten en het ondernemerschap bij kunstenaars te stimuleren. Het fonds heeft vervolgens in samenwerking met SellaBand het voordekunst-voorstel ingediend bij de Innovatieregeling Cultuuruitingen van OCW. Deze aanvraag werd gehonoreerd en de website kon gebouwd worden. In februari 2010 is de samenwerking tussen het fonds en SellaBand beëindigd en heeft het fonds het platform verder ontwikkeld met Studio Parkers/WEBclusive.

Waarom een project als voordekunst?

- voordekunst versterkt het maatschappelijke draagvlak voor kunst;
- in een tijd dat er vanuit de overheid almaar minder wordt besteed aan kunst en cultuur kunnen particulieren en bedrijven het verschil maken;
- toegankelijke vorm van participatie geeft kunstliefhebbers een democratische stem waarmee zij het kunst- en culturaanbod in hun directe omgeving mede bepalen;
- bij veel projecten krijg je ook iets concreets terug voor je steun;
- voordekunst is bovendien een mooi voorbeeld van maatschappelijk verantwoord ondernemerschap.

De kunstprojecten die donateurs zoeken op voordekunst komen reeds in aanmerking voor subsidie van een van de partners in dit initiatief. Momenteel is het Amsterdams Fonds voor de Kunst de hoofdpartner van voordekunst. Projecten moeten dus aan de basisvoorwaarden van dit fonds voldoen. De projecten die aan bod komen op voordekunst maken deel uit van volgende disciplines: beeldende kunst, muziek, film, video, fotografie, nieuwe media, theater, dans, letteren, installatie, mode, vormgeving, architectuur, mime, muziektheater, community art, cultuureducatie en onderzoek/ontwikkeling.

Voordekunst is een zelfstandige Stichting met inmiddels twee medewerkers, Roy Cremers en Nico Voskamp. Voordekunst wordt gedragen door de partners van voordekunst en probeert daarnaast vanaf september 2011 ook eigen inkomsten te genereren. Voordekunst rekent geen bijdrage voor het plaatsen van je project. Sinds september 2011 staat voordekunst op eigen benen. Vanaf dan rekent voordekunst voor succesvol gefinancierde projecten een bijdrage van 5% van het doelbedrag.

6. Aanbevelingen

Om de mogelijkheden van crowdfunding voor de kunst- en cultuursector in Vlaanderen verder te onderzoeken en de ontwikkeling van dit soort volksinvesteringen alle kansen te geven dringen zich enkele initiatieven op.

– Informatie

Crowdfunding is vandaag de dag nog te onbekend in Vlaanderen en mist daardoor de kansen om uit te groeien tot een mogelijk volwaardig alternatief. Zowel aan de zijde van de potentiële projecteigenaars als bij het publiek is er nood aan informatie. Een informatiecampagne naar de verschillende doelgroepen, projecteigenaars en publiek, zijn een absolute vereiste om crowdfunding in Vlaanderen voet aan de grond te laten krijgen.

⁷ Website Voordekunst (www.vordekunst.nl).

– **Proeftuinproject: Crowdfundingplatform voor de kunst- en cultuursector**

Om crowdfunding echt een kans tot slagen te geven dienen er enkele vertrouwenswekkende en faciliterende maatregelen te worden genomen. Vandaag de dag zijn projecteigenaars nog al te vaak op zichzelf aangewezen willen ze een crowdfundingcampagne opzetten. Het gebrek aan ondersteuning en kennisdeling zorgt ervoor dat het voor een individuele kunstenaar heel moeilijk is om tot een geslaagde crowdfundingcampagne te komen. Verder zorgt het ontbreken van platforms voor het feit dat het voor het publiek heel moeilijk is om in contact te komen met crowdfundingprojecten.

Daarom vragen we aan minister Schauvliege om bij wijze van proeftuinproject een overkoepelend crowdfundingplatform voor de kunst- en cultuursector in Vlaanderen op te richten. Na enige tijd dient dit project te worden geëvalueerd en kan er worden gekeken of crowdfunding al dan niet werkt voor de Vlaamse kunst- en cultuursector.

De oprichting van zo een platform zal het voor projecteigenaars makkelijker maken om beroep te doen op crowdfunding. Daarnaast biedt het potentiële donateurs de mogelijkheid om op een eenvoudige manier kennis te maken met projecten en binnen een veilige omgeving geld te doneren.

– **Invoeren van keurmerk**

Het ontwikkelen van een keurmerk voor platforms als kwaliteit- en veiligheidslabel is een absolute voorwaarde wil men het vertrouwen in crowdfunding, bij projecteigenaars en publiek, behouden en laten toenemen.

Yamila IDRISSE

Philippe DE COENE

Lieven DEHANDSCHUTTER

Paul DELVA

Johan VERSTREKEN

Danielle GODDERIS-T'JONCK