

# Betaald door de massa

Crowdfunding groeit: steeds meer mensen zijn bereid te investeren in projecten van kunstenaars, ondernemers of wereldverbeteraars die niet op een andere manier aan geld kunnen komen. „Je wordt onderdeel van een avontuur.”

door Dewi Gigengack  
Illustratie Mark Reijntjens

**Z**o'n jaar geleden las Elly Kiestra uit het Friese Lemmer in de krant een artikel over een interessant initiatief. De startende ondernemer Lonneke Verbunt wilde een winkel voor duurzame kleding beginnen. In de vorm van het concept 'shop-in-shop' zouden eco-merken een podium krijgen. De financiering moet tot stand komen door middel van crowdfunding. „Haar idee sprak me direct aan”, vertelt Kiestra. „Jonge ondernemers die talent en goede ideeën hebben, kunnen vaak moeilijk aan startkapitaal komen. Ik dacht: als ik haar steun, kan ze haar droom waarmaken.” Kiestra investeerde 500 euro in het plan. Inmiddels is

Verbunts idee een feit met de winnend BrandMission in Haarlem. Crowdfunding is het financieren van een project (zoals een product, theatervoorstelling of voorlichtingscampagne in een ontwikkelingsland) door 'de massa'. Door dat een grote groep mensen financieel een steentje bijdraagt, kan de bedenker iets creëren wat anders niet mogelijk was.

Willem des Tombe, mede-oprichter van de crowdfundingsite wekomenerwel.nl, weet uit jarenlange ervaring bij ABN Amro dat er veel startende ondernemers met goede ideeën rondlopen. „Banken mogen geen risicokapitaal uittelen. Daardoor heb ik veel mooie plannen de prullenbak zien ingaan. Maar innovatie begint met starters. Crowdfunding zou daarom gezien goed moeten worden.” Zo ver is het nog niet, maar crowdfunding wordt steeds bekender.

**'Als uit je eerste ring niemand wil investeren, kun je beter stoppen'**

De platforms voor crowdfunding verschillen ook in 'tegenprestaties'. Sommige sites werken met aandelen of leningen die binnen een aantal jaren met rendement worden terugbetaald. Andere sites werken met donaties of fysieke belo-

ningen zoals kaartjes voor het concert dat is mogelijk gemaakt. Toch is de tegenprestatie voor veel investeerders niet de belangrijkste reden om aan boord te springen van een project. „Vaak is het een gunfactor, zeker als je de projecteigenaar bent”, weet Koren.

Daarbij is voor bedenkers tevens het geheim van een succesvolle crowdfundingcampagne: het inzetten van je netwerk. Vijf tot acht op de tien investeerders zijn goede of minder goede bekenden. „Je kunt zo ook peilen of je plan zal slagen”, zegt Des Tombe. „Als uit je eerste ring niemand wil investeren, kun je beter stoppen. En als ze het wel willen, geeft dat juist vertrouwen aan onbekende investeerders.” Want zeker weten dat een initiatief echt te vertrouwen is, doen zij nooit.

Desondanks wordt er weinig gefraudeerd met crowdfundingpro-

jecten, stelt Gijsbert Koren. „Ik heb aan Amerikaanse sites gevraagd hoe ze ermee omgaan als iemand er met het geld vandoor gaat. Gek genoeg was dat nog nooit gebeurd. Waarschijnlijk komt het doordat het zo'n sociaal fenomeen is. Je eigen vrienden en familie belaagt je niet snel. En veel projecteigenaren maken een pitch-filmpje en gebruiken Twitter en Facebook voor promotie. Ze zijn dus heel zichtbaar.”

Omdat crowdfunding een relatief nieuw fenomeen is, is er nog geen specifieke regelgeving voor.

De Nederlandse Bank en de Autoriteit Financiële Markten letten sinds voorjaar wel extra op crowdfundingsites.

Er mag geen geld van particu-

lieren worden geleend met de toe-

zegging dat het geld wordt terugbetaald.

Want in de praktijk kan die

belofte niet altijd worden waarge-

maakt. Vorig jaar hebben drie par-

tijen die met crowdfunding wer-

ken een waarschuwing gekregen.

Gijsbert Koren geeft regelmatig geld aan crowdfundingprojecten.

„Het risico bestaat dat het niet

lukt, maar dat is juist het leuke.”

Je wordt onderdeel van een avon-

tuur. Zo heb ik geïnvesteerd in een

iPad-pen op de Amerikaanse site

Kickstarter. Maandenlang kreeg ik

nieuwsbrieven over hoe moei-

zaam de ontwikkeling ging. Ik

dacht dat ze het niet zouden ha-

len. Maar uiteindelijk kwam die

pen er.”

Kiestra was aanwezig bij de ope-

ning van de proefwinkel Brand-

Mission. „Het resultaat was fantas-

isch. Ik ben blij dat ik Lonneke

heb gesteund, anders was zo'n

winkel er niet gekomen. Boven-

dien helpt zij andere ondernemers,

het is een domino-effect. Al-

leen dan niet met omvallen, maar

met opbouwen.”



Lumine.nl

**'Ik heb aan Amerikaanse sites gevraagd hoe ze ermee omgaan als iemand er met het geld vandoor gaat. Dat was nog nooit gebeurd'**

Gijsbert Koren, adviseur crowdfunding



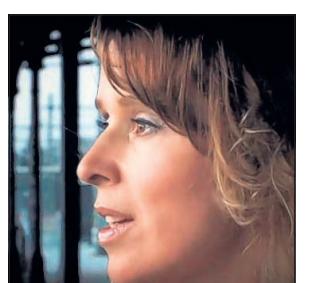
**'Laten zien dat het anders kan'**

Sanne Allach uit Veldhoven, T for Change (wekomenerwel.nl): „Wij gaan T-shirts maken die schoon zijn van begin tot eind. Gemaakt van biologisch katoen in een fabriek waar de arbeidsomstandigheden goed zijn. Jonge designers ontwerpen de shirts en krijgen 2 euro per verkocht shirt. 20 procent van de winst gaat naar goede doelen. Er is zo weinig mode die leuk én goed is; wij willen laten zien dat het anders kan. De webshop wordt een community waarop mensen mogen stemmen op het beste ontwerp. Tot nu toe hebben we tien investeerders die samen 9.000 euro hebben geïnvesteerd. Dat zijn bekenden van ons. Mensen reageren heel enthousiast, het is fantastisch om te merken dat ze vertrouwen in ons en onze ideeën hebben. Maar nu komt het moeilijkste deel: dat ook anderen in ons gaan investeren. We hebben 25.000 euro nodig. Ik ben ervan overtuigd dat het gaat lukken.”



**'Desnoods huis-aan-huis langs'**

Wouter Stoter uit Amsterdam, film 'Feestje' (cinecrowd.nl): „We willen mensen zelf zover krijgen om aan onze film bij te dragen. Het verhaal is herkenbaar. Ik ging op IJburg wonen, een Vinex-wijk in Amsterdam. Ik was bang dat vrienden niet meer op mijn feestjes zouden komen – dat alleen je buren komen. Feestje is een combinatie van verschillende avonden: het gaat over een stel dat uitgenodigd wordt door hun buuren voor een feestje. Het wordt een disillusionerende avond. Financiering door het Filmfonds is moeilijk: je kunt maar één keer per jaar een voorstel doen, en er zijn 200 inzendingen. Ik ken wel mensen die ons gratis willen helpen, maar we missen nog een essentieel bedrag. Vooral voor zaken als locatie, camera's en eten. 3.300 euro hebben we nu binnen, komende weken beginnen we het echte offensief. Die overige 6.700 euro gaat lukken. Desnoods gaan we huis-aan-huis langs!”



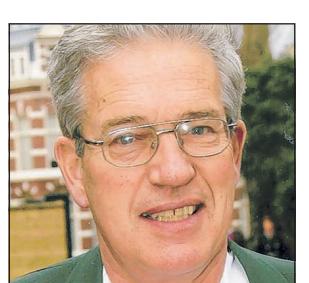
**'Mensen betrokken krijgen'**

Judith Scholte uit Rotterdam, 'Notes on Hopper' (voordekunst.nl): „De schilderijen van Edward Hopper vormen altijd het begin van een verhaal. Ik ben zangeres en heb daar teksten bij geschreven. De muziek is van Paul van Brugge en we werken samen met documentairemaker Jan Louter. Notes on Hopper wordt een concert met filmbeelden. We hadden 7.000 euro nodig en hebben dat op het nippertje gered. Crowdfunding is niet de enige manier om dit concert te financieren, maar het is een goede manier om mensen betrokken te krijgen bij kunst. Bezuinigingen zie je nu al, we krijgen minder subsidie en minder speelplekken. Maar er zit ook een positieve kant aan: kunstenaars worden uitgedaagd om te laten zien hoe belangrijk kunst is. Nederland heeft een koopmansmentaliteit, wij denken al snel 'wat levert het op'. Maar kunst heeft een maatschappelijke waarde.”



**'De top bereiken is duur'**

Koen Wiggemans uit Monnickendam, tenniscarrière (talenboek.nl): „Ik ben 15 jaar en wil de internationale tennisstop bereiken. Het gaat al heel goed, ik ben derde van Nederland in mijn leeftijdscategorie en heb een 'belofte-status' bij NOC\*NSF. Ik ga naar een middebare school voor topsporttalent. De top bereiken is duur. Om je te kunnen meten met internationaal talent, moet je naar toernooien in het buitenland. Als je bond je stuurt, wordt het betaald. Maar als je op eigen initiatief gaat niet. Het punt is, zonder die extra toernooien is de kans dat je de top bereikt een stuk kleiner. Op Talentboek kunnen sporters met een NOC\*NSF-status zich inschrijven om sponsors te zoeken. Ik heb 2.000 euro nodig voor de reiskosten naar het buitenland, nieuwe tennisschoenen en snaren voor mijn racket. Het geld inzamelen gaat alleen nog helemaal niet goed. Ik hoop dat het lukt voor deze zomer.”



**'Er zijn veel idioten zoals ik'**

Dam Backer uit Lelystad, 'Slag om Mariahorst' (tenpages.com): „Er zijn ontzettend veel idioten zoals ik, die denken dat ze een best-seller hebben geschreven. Ik had al een aantal boeken in eigen beheer uitgegeven en mijn laatste uitgever ging failliet, dus ik moet weer de markt op. Iemand attendeerde mij op Ten Pages, waarop je manuscript kunt zetten. Na ruim twee weken was er voor 10.000 euro aan aandelen verkocht, tot mijn stomme verbazing. Half november is mijn thriller, die gaat over drie neven en drie nichten die strijdend om de erfenis van een landgoed, uitgebracht. Ik heb geen flauw idee hoe het verkoopt. Met de uitgever ben ik niet tevreden, het is mij onduidelijk of en hoe mijn boek wordt gepromoot. Dus ben ik weer op zoek. Wel kreeg ik een brief van een wildvreemde meneer uit Gouda, die het een hartstikke goed boek vond. Het zou zo verfilmd kunnen worden, zei hij.”