

P+

SPECIAL

Jaargang 15
week 11 | 2017

Impact Centre
Erasmus
onderzoekt



De succesfactoren van **crowdfunding**

Karen Maas en Helen Toxopeus

Succesfactoren

Crowdfunding is noodzakelijk voor het verder ontwikkelen van burgerinitiatieven. Dat stellen Helen Toxopeus en Karen Maas van het Impact Centre van de Erasmus Universiteit. Toxopeus promoveert op de vraag hoe crowdfunding kan functioneren als vorm van 'collectieve actie'. Wat zijn de succesfactoren?

Wat de meest succesvolle crowdfundingcampagnes van de laatste tijd waren? Maas en Toxopeus graven in hun geheugen. In Zeeland kon een ziekenhuis in Vlissingen open blijven door 10,6 miljoen euro, voornamelijk door Zeeuwen zelf opgebracht. De Vegetarische Slager haalde meer dan twee miljoen euro op. Met deze investering kan een eigen productiebedrijf in Breda nog beter inspelen op het terugdringen van de consumptie van vlees, een van de grootste veroorzakers van CO₂-uitstoot op aarde. Peerby haalde via Oneplanetcrowd twee miljoen euro op, om het als burgers aan elkaar uitlenen van spullen nog beter te kunnen organiseren. Minder producten, minder afval. In totaal werd in 2016 voor een bedrag van 170 miljoen euro opgehaald, een groei van 33 procent, volgens het crowdfunding bureau Douw & Koren.

"We zorgen dus wél goed voor zaken die van ons allemaal zijn"

De overeenkomsten? Karen Maas (1970), directeur van het Impact Centre van de Erasmus Universiteit: "Financieel gewin heeft niet voorop gestaan bij de crowdfunding. Maatschappelijk voordeel wel." De econome Helen Toxopeus (1980), die bij ABN Amro nog werkte aan het opzetten van een platform voor crowdfunding: "De beste crowdfundingcampagnes weten heel flexibel

in te spelen op de maatschappelijke motivatie van burgers. Banken moeten dat van bovenaf zien te organiseren."

Maas: "Banken zitten vast in hun bestaande structuren. De bewegingsruimte is vrij nauw. Crowdfunding heeft die muren weggebroken. Het investeren in duurzame ontwikkelingen is daardoor veel minder strak dan van reguliere financiële instellingen. Dat geldt met crowdfunding wordt ingezameld voor gemeenschappelijke doelen is nieuw."

Burgers die geld investeren hoeven niet altijd individuen te zijn. "Nee", zegt Toxopeus, doelend op lokale initiatieven: "Je ziet zelfs vaak dat al bestaande relatienetwerken meefinancieren. Dat kan een Lions Club zijn, een lokale buurtvereniging, een bewonersvereniging. Deze vormen van collectieve actie geven vertrouwen. Mensen weten ook van elkaar: er is niemand die er met de buit vandoor gaat. Dat doe je niet zo snel, als je weet dat je buurman later op de stoep staat om verhaal te halen."

Toxopeus promoveert, onder wetenschappelijke begeleiding van Maas, onder andere op de vraag hoe crowdfunding als vorm van 'collectieve actie' functioneert. Ze werkt als onderzoeker drie dagen per week aan haar proefschrift, dat ze eind van dit jaar gereed hoopt te hebben. In haar benadering bouwt ze verder op het werk van Elinor Ostrom



Karen Maas en Helen Toxopeus: "Veel banken beoordelen een investeringsaanvraag van een bedrijf niet op maatschappelijk nut. Crowdfunders doen dat sneller."

(1933 - 2012), de Amerikaanse politicologe, die in 2009 de Nobelprijs voor de Economie ontving. Ostrom toonde aan dat mensen collectief bezit zoals bossen, waterbronnen of meren heel goed zelf kunnen beheren, zonder markt of staat. Haar onderzoek gaf een stevige impuls aan de opkomende golf van nieuwe burgercollectieven, die gericht zijn op het samen organiseren van commons, vormen van gemeenschappelijke waarde. Ostrom bewees dat gemeenschappelijk beheer helemaal niet leidde tot overbegrazing, of andere vormen van uitputting, zoals volgens de theorie van 'The Tragedy of the Commons' zou gebeuren. In praktijk ontwikkelden vissers bijvoorbeeld roulatiesystemen, om bedreigingen als overbevissing te voorkomen. "We zorgen dus wél goed voor zaken die van ons allemaal zijn", vatten Toxopeus en Maas het werk van Ostrom handzaam samen.

Maar hoe deze conclusie toe te passen op crowdfunding? In een publicatie analyseerden ze drie mechanismes, die daarbij een rol spelen. Hier kort samengevat:

+ Mechanisme 1

Persoonlijke netwerken scheppen vertrouwen

Crowdfunding is vaak gebaseerd op netwerken. Dat kan bij kleine investeringen een kring van vrienden, familie, klanten of eerdere geldschietters zijn. In zulke gevallen is het vertrouwen in de bekende initiatiefnemer(s) cruciaal. De groep investeerders heeft ook vaak dezelfde kenmerken. Met kleine groepen investeerders is het gevoel 'echt het verschil te maken' groter. Naarmate groepen investeerders groeien, wordt het reputatie-aspect groter. Het netwerk wordt dan ook minder homogeen.

+ Mechanisme 2

Lokale investeerders profiteren zelf mee

Een belangrijke voorwaarde voor het succes van lokale crowdfunding is het op een juiste balans brengen van kosten en opbrengsten voor de gemeenschap. Daaruit moet duidelijk blijken wat de voordelen zijn die plaatselijke burgers kunnen behalen, door kapitaal ter beschikking te stellen. Het kan om niche-markten gaan van bepaalde producten, bijvoorbeeld door boeren geproduceerd. In dit mechanisme blijken meer burgers bereid kleinere bedragen in te leggen. OnePlanetCrowd koppelde op deze wijze al eens een autodeel-project aan een specifieke woonwijk. Lokale bestaande netwerken kunnen crowdfunding binnen dit mechanisme ondersteunen.

+ Mechanisme 3

Enthousiasme werkt aanstekelijk

Goed lopende crowdfundingprojecten werken aanstekelijk. Bij investeerders groeit het vertrouwen dat dit project succesvol kan gaan worden en investeren om die reden ook mee, vooral als dit enthousiasme al na korte tijd duidelijk is. Als je ziet dat anderen meedoen, denk je sneller: dan draag ik ook bij, ook in het vertrouwen dat daardoor ook anderen weer aansluiten. Op crowdfundingactie is deze 'conditionele samenwerking', ik doe mee als anderen ook meedoen, in principe goed toepasbaar. Zeker wanneer een groep van vroege investeerders het startsein geeft.



Toxopeus: "Als je deze mechanismes ziet, wordt al meteen het verschil met een traditionele financiële instelling duidelijk. Het gaat hier niet om investeerders die er het meeste uit willen halen. Het doel is veel breder dan dat van de klassieke, rationele investeerder, die zoekt naar een zo hoog mogelijke rente tegen een zo laag mogelijk risico. De pay-off voor crowdfunders verschilt heel erg. Het kan om een rentepercentage van 7 procent gaan, om een korting op een dienst of een product. Ze kunnen zelf kiezen hoeveel risico ze willen nemen, hoewel ze dat niet altijd goed kunnen inschatten. Maar het gaat meer in zijn algemeenheid veel meer om iets waar zoveel mogelijk mensen baat bij hebben, iets dat van de gemeenschap is."

Maas: "Anders dan veel meeste banken kunnen crowdfunders makkelijk de maatschappelijke waarde laten meewegen. Ze zeggen daarmee: Dit vind ik belangrijk. Initiatiefnemers zijn vrij om het maatschappelijke doel in te vullen."

Toxopeus: "Dat is ook een karakteristiek: de

flexibiliteit om in te spelen op de maatschappelijke motivatie van burgers. Daarnaast is het is ook een democratisering van investeringen, ook al kennen de deelnemers bij grote crowdfunding-projecten elkaar niet persoonlijk. Ze zien wel de hoogte van bedragen die het meeste worden ingelegd, vaak 100 tot 250 euro." ■

Leestip

Toxopeus, H.S. en Maas, K.E.H. "Crowdfunding sustainable enterprises as a form of collective action" in Walker, T., Kibsey, S.D. en Chrichton, R. "Designing a sustainable financial system: Development Goals and Socio-Ecological Responsibility. Palgrave MacMillan, forthcoming.

Website

Erasmus Impact Centre
www.eur.nl

+ TEKST JAN BOM

+ FOTOGRAFIE P+ PEOPLE PLANET PROFIT

+ ART DIRECTION BUREAU BOUDEWIJN BOER + STUDIO 10

+ UITGEVERIJ ATTICUS BV

+ WWW.P-PLUS.NL

Profiteer • van de planeet

DUURZAME ENERGIE LOONT



Samen met ruim 630.000 klanten stimuleren wij van ASN Bank al sinds 1960 duurzame vooruitgang. Het mooie is: daar profiteert iedereen van. In de vorm van goed geld én een mooiere wereld. Bij ASN Bank bankier je met respect voor mens, dier en natuur. Onze inzet voor bijvoorbeeld duurzame energie, maar ook voor

een rijkere natuur en betere arbeidsomstandigheden levert een leefbaardere wereld op. Duurzaam bankieren is op termijn in ons aller eigenbelang. En het levert als bonus meteen al een goed gevoel op. Meer weten? Ga naar asnbank.nl voor meer informatie of open direct een betaalrekening.

Zo maakt geld gelukkig | asn  bank