



Slimme subsidie door koppeling crowdfunding

Aster van Tilburg - Voor je Buurt

30 oktober 2015





Slimme subsidie door koppeling crowdfunding

Van buurttuinen tot lokale festivals, en van activiteiten voor ouderen tot pauzelandenschappen; steeds vaker nemen burgers, verenigingen en maatschappelijke organisaties zelf het initiatief om hun buurt, dorp of stad te verbeteren. Vaak hebben deze maatschappelijke initiatieven financiering nodig en vragen zij geld aan bij fondsen en gemeenten. Maar de financiering is meestal niet bepalend voor het succes van het project. Belangrijker is of er draagvlak is, of mensen actief gebruik maken van het project en willen meehelpen. De meeste subsidie-instrumenten zorgen enkel voor financiering maar niet voor succesvolle maatschappelijke initiatieven, en dat is een gemiste kans. Crowdfunding is een financieringsinstrument wat dat wel doet. Doordat initiatiefnemers de boer op gaan om bij vrienden en buurtgenoten geld op te halen creëren ze bekendheid, eigenaarschap en actieve betrokkenheid rond het project. Ook met subsidie-instrumenten kun je hier op sturen: door subsidies op een slimme manier te koppelen aan crowdfunding.

Aster van Tilburg - civic crowdfundingadviseur bij Voor je Buurt (www.voorjebuurt.nl), het grootste crowdfundingplatform voor lokale maatschappelijke initiatieven in Nederland en expertisecentrum op het gebied van civic crowdfunding.

Crowdfunding zorgt voor betrokkenheid, eigenaarschap en bekendheid

Crowdfunding zorgt voor een totaal andere dynamiek dan het doen van een subsidieaanvraag. Een subsidieaanvraag kun je nog met zijn tweeën aan de keukentafel schrijven. Maar crowdfunding werkt alleen als je in de voorbereiding al een grote groep mensen enthousiasmeert voor het project, en hen betreft bij het voorbereidingsproces. Vervolgens lanceer je een online crowdfundingpagina (bekijk [hier](#) een voorbeeld) en voer je via social media, face-to-face, flyers en bijeenkomsten campagne om zoveel mogelijk mensen bij te laten dragen aan een project. Bij Voor je Buurt doen gemiddeld 75 mensen een bijdrage aan een crowdfundingcampagne en worden bedragen tussen de €300 en €40.000 opgehaald. Wij zien dat crowdfunding zorgt voor actief betrokken community's, bekendheid en ook voor mede-eigenaarschap. En dat is ook cruciaal voor de meeste crowdfundingprojecten: wat is een buurtfestival zonder bezoekers, een buurttuin zonder mensen die tuinieren en een glijbaan zonder buurtbewoners die een oogje in het zeil houden? Wij hebben ook onderzoek gedaan naar de impact van crowdfunding onder ruim 600 supporters van crowdfundingcampagnes. Van hen voelt 82% zich meer betrokken door de crowdfunding, 55% voelt zich mede-eigenaar en 66% wil actief meehelpen om van het initiatief een succes te maken.

Meerwaarde van matchfunding

Crowdfunding stimuleert dus een aanpak waarbij initiatiefnemers niet alleen geld inzamelen maar ook actief betrokken community's opbouwen. Ook met subsidies kun je deze aanpak stimuleren door als overheid of fonds bij te dragen aan een crowdfundingcampagne of het opgehaalde geld te verdubbelen. Dit wordt ook



wel matchfunding genoemd. Voor je Buurt heeft al veel ervaring met matchfunding. Wij werken actief samen met het VSBfonds, Fonds 1818 en verschillende lokale fondsen en gemeenten die (onder hun eigen voorwaarden) bijdragen aan crowdfundingcampagnes op ons platform. Door bij te dragen aan crowdfundingcampagnes, en dat ook vooraf bekend te maken, stimuleer je initiatiefnemers om te gaan crowdfunden. Maar waarom zou je dat doen? Elke matchfunder heeft weer een andere motivatie. Wij zetten 6 redenen om te gaan matchfunden op een rij:

1. **Het stimuleert initiatiefnemers om hun betrokken netwerk te vergroten.** Met matchfunding beloon je initiatiefnemers die een ondernemende houding hebben en campagne voeren, en daarmee hun netwerk vergroten en beter betrekken.
2. **Je weet zeker dat een initiatief draagvlak heeft.** Als 100 mensen tussen de €5 en €100 inleggen weet je zeker dat die mensen echt willen dat het project er komt. Het overmaken van geld is een veel groter commitment dan een Facebooklike of een handtekening.
3. **Je maakt transparant waar het subsidiegeld naartoe gaat.** Bij ons heeft bijvoorbeeld het VSBfonds een [pagina](#) waarop alle projecten te zien zijn waaraan zij bijdragen. In de lijst van supporters zie je ook hoe hoog die bijdrage is.
4. **Er is informele controle op de uitvoering van het project.** Geld komt bij crowdfunding bij maatschappelijke initiatieven in elk geval voor een deel uit het eigen netwerk: burens, vrienden, familie en trouwe fans. Die willen allemaal weten wat er met het geld gebeurt, en vragen om verantwoording als het project anders loopt dan vooraf beloofd.
5. **Je kunt meer initiatieven ondersteunen met hetzelfde budget.** In plaats van 20 initiatieven voor 100% te financieren kun je met matchfunding 40 initiatieven voor 50% financieren. Natuurlijk ziet de praktijk er vaak anders uit, maar doordat initiatieven gestimuleerd worden om zelf geld in te zamelen is er uiteindelijk meer geld beschikbaar.
6. **Je bereikt een nieuwe groep initiatiefnemers.** Als je de aanvraagprocedure bij matchfunding korter en simpeler maakt (daar komen we later op terug) kun je ook bijdragen aan projecten waarbij de initiatiefnemer het aanvraagformulier te ingewikkeld vindt, te veel werk voor het benodigde bedrag of snel van start wil en niet 3 maanden kan wachten op de uitslag van de aanvraag.

Vormen van matchfunding

Als je besluit om te gaan matchfunden, hoe doe je dat dan? Het belangrijkste is dat je vooraf helder communiceert over de voorwaarden en procedure waaronder je bijdraagt aan campagnes. Alleen dán werkt het als stimulans om te gaan crowdfunden. Maar vervolgens zijn er veel keuzes te maken in de manier waarop je bijdraagt aan crowdfunding en welke voorwaarden en procedure je daarbij hanteert. Wij onderscheiden vier verschillende dimensies waarop je een keuze moet maken bij het vormgeven van je matchfundingsregeling. Die keuzen zijn nooit zwart of wit, maar hebben altijd verschillende tussenvormen waarvan we een aantal zullen uitlichten.

Crowdfunding als voorwaarde voor subsidie of extra stimulans?



Koppel je al het subsidiegeld aan crowdfunding, of reserveer je een apart matchfundingsbudget en hou je bestaande regelingen in stand, dat is de keuze. De meest vergaande vorm van matchfunding is door crowdfunding als voorwaarde te stellen bij de toekenning van een subsidie. Dat doet bijvoorbeeld het Jacoba van Beierenfonds Teylingen voor aanvragen tussen €1.500 en €10.000. Maar dat kan bijvoorbeeld ook door te zeggen dat 20% van het toegekende bedrag via crowdfunding moet worden opgehaald of dat alles wat met crowdfunding wordt ingezameld tot een maximum wordt verdubbeld. Het andere uiterste is dat je alle bestaande subsidieregelingen in stand houdt, en een extra regeling introduceert om bij te dragen aan crowdfundingcampagnes. Dit is bijvoorbeeld wat het VSBfonds doet in de regeling Nieuwe Ontmoetingen bij campagnes op Voor je Buurt. In de praktijk zijn er ook veel tussenvormen en combinaties denkbaar. Fonds 1818 doet bijvoorbeeld regelmatig een reguliere bijdrage aan een project, en zegt daarnaast ook een bijdrage toe aan de crowdfundingcampagne. En die bijdrage gaat alleen naar dat project als de campagne ook slaagt.

Bijdrage binnen of buiten de crowdfundingcampagne?

De tweede keuze is of je een bijdrage doet aan de crowdfundingcampagne zelf, of dat je subsidie toekent als een crowdfundingcampagne succesvol is afgerond. Onze ervaring tot nu toe is dat bijdragen aan een crowdfundingcampagne veel stimulerender werkt. Zo wordt zichtbaar dat er al een flink bedrag is opgehaald, dat het een haalbare campagne is en soms werkt een kwaliteitsstempel van een gemeente of fonds ook positief om de crowd te overtuigen van een project. Zoals we net zagen zijn ook hier tussenvormen: bijdragen aan de campagne en nog een bonus geven achteraf als de financiering succesvol is.

Aparte aanvraagformulier en procedure of beoordeling van de campagnepagina?

Als matchfunder maak je als overheid of fonds een beslissing om wel of niet bij te dragen aan een project. Daar is dus een procedure voor nodig. De lichtste procedure is het beoordelen van een project op basis van de campagnepagina, zoals Fonds voor Oost in Amsterdam-Oost dat doet. Je kunt de procedure iets verzwaren door mensen naast de campagnepagina twee aanvullende vragen te laten beantwoorden waarin ze het project verder kunnen toelichten. Het voordeel hiervan is ook dat een campagnetekst minder snel wordt toegeschreven naar de voorwaarden van de subsidieverstrekker, dat komt de crowdfunding namelijk niet altijd ten goede. Dit is bijvoorbeeld hoe het VSBfonds werkt: zij beoordelen wekelijks campagnes en kijken naast de campagnepagina naar de antwoorden op twee aanvullende vragen over nieuwe ontmoetingen.

Tot slot kun je ook nog de normale aanvraagprocedure hanteren waarbij je een formulier moet invullen of een projectplan met aanvullende stukken opstuurt. Dit is hoe matchfunding in West-Friesland werkt via het door de gemeenten opgezette platform Hetluktons. Subsidies moeten via reguliere weg worden aangevraagd. Fonds 1818 werkt ook zo, maar wel in een op crowdfunding aangepaste vorm. De campagnetekst is meteen de projectbeschrijving in het projectplan, en de beoordeling wordt versneld als een initiatiefnemer snel van start wil met zijn of haar campagne.

Wanneer doe je een bijdrage: aan het begin of eind van de campagne?

De laatste keuze is wanneer je dan bijdraagt aan een crowdfundingcampagne. Voor alle vormen geldt: de bijdrage gaat alleen naar het project als ook de rest van het benodigde geld wordt opgehaald. Met een



startbijdrage geef je een initiatief meteen een 'kickstart', de teller is direct van de 0% af en dat wekt vertrouwen bij andere supporters. Met een startbijdrage communiceer je vooral vertrouwen in de initiatiefnemer en zijn initiatief. Je kunt ook zeggen, we willen pas bijdragen als we zien dat er draagvlak is, dus pas bij de laatste x% van de campagne. Aan het begin bijdragen heeft het meest positieve effect op het verloop van de crowdfundingcampagne, maar het is ook begrijpelijk dat je pas bijdraagt als er al een groep supporters is. Daarom kun je er ook voor kiezen om bij te dragen als er bijvoorbeeld 20% is opgehaald. Dit is vorm waar Fonds 1818 vaak voor kiest. Zo help je een campagne ook over een moeilijke crowdfundingdrempel heen: bij 20% hebben de trouwe supporters vaak al bijgedragen en moet het grotere netwerk worden aangesproken.

Geen papierwinkel maar vertrouwen op de crowd: uitgangspunten bij matchfunding

Als matchfunder van crowdfundingcampagnes, en dus ook als subsidieverstrekker, bepaal je zelf onder welke voorwaarden en na welke extra inspanningen van de initiatiefnemer je een bijdrage doet. Maar omdat wij heel veel initiatiefnemers spreken die zich met hart en ziel en vrijwillig inzetten voor hun dorp, buurt of stad willen wij wel een paar uitgangspunten meegeven. Het laatste wat wij willen is dat zij, om kans te maken op een extra bijdrage aan hun crowdfundingcampagne, ontmoedigd worden, onnodig dubbel werk moeten doen of in een trage papiermolen terecht komen. De meerwaarde van crowdfunding is juist dat je als subsidieadviseur kunt vertrouwen op het oordeel van de crowd, en niet alleen een project op papier hoeft te beoordelen. Daarom geven wij 5 uitgangspunten mee voor motiverende en stimulerende matchfunding:

- **Houd het simpel.** Constructies moeten eenvoudig te begrijpen zijn. Allerlei mitsen en maren en talloze varianten naast elkaar maken een matchingregeling er voor initiatiefnemers niet aantrekkelijker op.
- **Communiceer duidelijk en vooraf.** Niet alleen eenvoudig, maar ook heldere communicatie is nodig. Een initiatiefnemer moet vooraf weten waar hij aan toe is. En alleen bij duidelijke communicatie vooraf stimuleert matchfunding initiatiefnemers daadwerkelijk om een crowdfundingcampagne te starten.
- **Vraag geen dubbel werk.** Matchfunding betekent eigenlijk altijd dat er extra voorwaarden zijn voor de initiatiefnemer. Zijn project moet aan bepaalde criteria voldoen om voor jouw bijdrage in aanmerking te komen. Die moeten simpel zijn, duidelijk gecommuniceerd worden, en niet vereisen dat een initiatiefnemer - nadat hij zijn campagne helemaal heeft opgezet - ook een pak aanvullend papierwerk moet invullen. Dus liever een campagnepagina met aanvullende vragen en documenten, of de campagnetekst als projectbeschrijving dan een aanvraagformulier met 40 vragen.
- **Sneller is beter.** Bijdragen aan crowdfunding betekent ook dat je mee moet gaan in de dynamiek en het tempo van (de voorbereiding van) een crowdfundingcampagne. Dat hoeft niet binnen een dag, maar wel binnen een paar weken (in plaats van maanden) en ook hier is het belangrijk om vooraf te communiceren waar een initiatiefnemer op kan rekenen.
- **Maak waar wat je belooft.** Ga niet achteraf alsnog extra eisen stellen. Dat betekent ook dat je de bijdrage niet naar beneden bijstelt op het moment dat een initiatiefnemer meer geld ophaalt.



Aan de slag: opleiden en experimenteren in koplopersgroep matchfunding

Vorbereiding is het halve werk, maar met alleen een perfect uitgewerkt en uitgedacht matchfundingmodel ben je er natuurlijk nog niet. Om initiatiefnemers in jouw stad of netwerk aan het crowdfunden te krijgen moet je aan de slag. En dat kan in ieder geval op de volgende twee manieren:

Opleiden initiatiefnemers en professionals in crowdfunding

Als je wilt dat initiatiefnemers van maatschappelijke projecten vaker gaan crowdfunden is meer nodig dan alleen een financiële stimulans. Wij zien dat crowdfunding voor veel initiatiefnemers nieuw is, en dat ze begeleiding nodig hebben in het opzetten van een crowdfundingcampagne. Wij begeleiden initiatieven die bij ons crowdfunden altijd individueel, maar geven ook crowdfundingtrainingen op locatie waarin deelnemers in vier stappen een campagne opzetten. Daarnaast helpt het enorm als gebiedsmanagers, subsidieadviseurs, participatiemakelaars en andere professionals waar initiatiefnemers mee te maken hebben ook weten hoe crowdfunding werkt. Zij kunnen dan ook een eerste advies geven en een initiatiefnemer op het goede denkspoor zetten. Daarom leiden wij niet alleen initiatiefnemers, maar ook professionals bij gemeente, woningcorporaties en fondsen op in crowdfunding.

Experimenteer met matchfunding

Er is geen blauwdruk voor een succesvol matchfundingmodel, en elke lokale situatie, vraagstukken en interne organisatie vragen weer om een andere vorm. Er valt dus nog veel te leren over hoe verschillende vormen van matchfunding in de praktijk werken. De enige manier om daar achter te komen is door te experimenteren met matchfunding. Het is niet nodig om meteen het hele subsidiebeleid om te gooien, dat kan ook met een aparte regeling met een vastgesteld budget en periode. In 2016 starten wij met een koploperstraject voor fondsen en overheden. Het doel is om samen te experimenteren en te leren van elkaars ervaringen met matchfunding

Wil je meer weten over het koploperstraject, matchfunding, Voor je Buurt of de trainingen die wij geven? Neem dan contact met ons op! Dat kan via Aster@voorjebuurt.nl of 020-3377055.