

BESLISBOOM

Is het zinvol om crowdfunding in te zetten voor de verduurzaming van erfgoed?

Kunnen we erfgoed behouden op een manier die ook recht doet aan de maatschappelijke opdracht tot verduurzaming? En welke rol kunnen burgers daarin spelen? Steeds meer erfgoedorganisaties gaan deze uitdaging aan en overwegen daarbij crowdfunding, waarbij burgers (een deel van) het bedrag inbrengen dat benodigd is om een verduurzamingsmaatregel te treffen met betrekking tot het erfgoed in kwestie. Maar wanneer is crowdfunding een zinvol instrument en wanneer niet? Deze beslisboom gidst u langs de overwegingen die bepalen of crowdfunding voor uw project om erfgoed te verduurzamen zinvol is.

Vraag 1

Heeft u besloten om het erfgoed object waaraan u bent verbonden te verduurzamen, bijvoorbeeld middels duurzame energieopwekking of -besparing?

JA



Nee

Deze beslisboom betreft specifiek de inzet van crowdfunding voor het verduurzamen van erfgoed. Overweegt u crowdfunding in te zetten voor een ander project gerelateerd aan erfgoed? Raadpleeg dan het handboek [Crowdfunding voor Erfgoed](http://www.noord-holland.nl/handboekcrowdfundingerfgoed) via www.noord-holland.nl/handboekcrowdfundingerfgoed. Heeft u nog geen beslissing genomen over verduurzamingsmaatregelen? Raadpleeg dan <https://www.degroenemenukaart.nl/>.



Vraag 2

Is uw verduurzamingsmaatregel concreet, begrijpelijk en tastbaar te omschrijven voor het grote publiek? En spreekt uw maatregel tot de verbeelding?

JA



Nee

Crowdfunding vergt van u dat u burgers inspireert en meeneemt in uw plannen. Hoe concreter en aansprekender uw verduurzamingsmaatregel te omschrijven is, hoe beter crowdfunding past. Kunt u uw maatregel niet tastbaar en inspirerend omschrijven? Dan is crowdfunding alleen zinvol indien er geen voordeliger financieringsmogelijkheid voor de maatregel beschikbaar is én u burgers een interessant financieel rendement in het vooruitzicht kunt stellen.



Vraag 3

Zoekt u voor uw verduurzamingsmaatregel nog (een deel van) de financiering?

JA



Nee

Crowdfunding betreft per definitie het laten doneren, lenen of investeren van burgers ten behoeve van de realisatie van uw project. Is uw maatregel al gefinancierd, maar wilt u burgers inhoudelijk bij het project betrekken, dan is crowdfunding daarvoor niet het instrument.



Vraag 4

Kan de verduurzamingsmaatregel na het moment van financieren binnen 1-2 jaar worden gerealiseerd?

JA



Nee

De spanningsboog van burgers is vaak korter dan die van professionele financiers. Burgers dragen niet snel bij aan projecten die langer dan 1-2 jaar vergen voor realisatie.



Vraag 5

Is duurzaamheid een essentieel thema binnen dit erfgoed object en/of uw organisatie? Bent u voornemens om waar mogelijk komende jaren bewust naar dit thema te handelen?

JA



Nee

Door burgers uit te nodigen om via crowdfunding te participeren in de verduurzaming van het erfgoed object, geeft u het signaal erfgoed en verduurzaming belangrijk te vinden: samen met burgers gaat u deze uitdaging aan. Crowdfundende burgers mogen dan verwachten dat u ook in de (nabije) toekomst conform deze waarden handelt. Daarnaast vergt crowdfunding in eerste instantie tijd en energie: het inzetten ervan voor verduurzaming is daarom doorgaans enkel effectief als verduurzaming een van de essentiële thema's is waarmee u zich wilt profileren.



Vraag 6

Is er een andere vorm van financiering voor uw verduurzamingsmaatregel beschikbaar die minder dan 4% kost van de investering die nodig is om uw maatregel te financieren, bijvoorbeeld door een subsidie of laag rentende lening?

Nee



JA

Crowdfunding kost tijd en energie van uw organisatie. Wilt u crowdfunding uitsluitend inzetten met oog op korte termijn financiering, maar heeft u een voordelig financieringsinstrument voor handen dat kan voorzien in de volledige financiering van uw verduurzamingsmaatregel, dan is crowdfunding voor u geen effectief instrument. Crowdfunding wordt voor u pas zinvol als u waarde hecht aan het betrekken van burgers (zie de volgende vraag) of een donatie-gebaseerde crowdfunding campagne kunt doen binnen een al bestaand, donatie-bereid netwerk van burgers.



Vraag 7

Maakt de crowd - het betrekken van burgers - onderdeel uit van uw lange termijn strategische doelen of wensen? Hecht uw organisatie veel waarde aan (meer) bezoekers, zichtbaarheid, maatschappelijk draagvlak, vrijwilligers of ideeën van burgers?

JA



Nee

Crowdfunding vraagt dat u met positieve energie en aandacht, veelal online en offline, intensief in contact treedt met (in potentie) geïnteresseerde burgers, zowel voor, tijdens, als na uw campagne. Dit vraagt van uw organisatie een langere termijn commitment om met burgers samen te werken. Organisaties die dit commitment met succes aangaan, merken dat crowdfunding kan leiden tot een zeer betrokken groep 'fans' die een unieke en kwantificeerbare bijdrage aan uw organisatie kunnen leveren in termen van bezoekers, zichtbaarheid, vrijwilligers, draagvlak of ideeën.



Vraag 8

Kunt u burgers iets interessants teruggeven in ruil voor hun bijdrage?

JA



Nee

Burgers doen doorgaans veel sneller mee aan crowdfunding campagnes waarbij zij ook iets terug krijgen voor hun bijdrage, zoals een unieke ervaring in/rondom het erfgoed object of een rente op hun lening. Dat maakt het ook aantrekkelijker voor hen om de campagne te verspreiden in hun netwerk: ze 'bedelen' niet om geld, maar bieden hun netwerk de kans om te participeren in een interessant verduurzamingstraject voor erfgoed.



Vraag 9

Bent u bereid om transparant te zijn over begroting, financiering, betrokken partijen en voortgang van het project, zowel voor, tijdens als na de crowdfunding campagne?

JA



Nee

Participeren burgers in uw project, dan verwachten zij ook maximale transparantie. U doet het samen!



Vraag 10

Is er al een groep burgers betrokken bij uw organisatie of erfgoed project, bijvoorbeeld als donateur, vrijwilliger, (regelmatige) bezoeker of anderszins?

JA



Nee

De kans dat uw crowdfunding campagne een succes wordt neemt aanzienlijk toe als u al beschikt over een betrokken netwerk burgers die bereid zijn (een deel van) het doelbedrag bijeen te brengen en te helpen communiceren over uw campagne. Zij vormen het eerste startpunt van uw campagne. Heeft u nog geen burgers betrokken bij uw initiatief, dan is het raadzaam in contact te treden met burgers en hen om feedback op uw mogelijke crowdfunding campagne te vragen.



Vraag 11

Is er in uw organisatie zowel op strategisch als op uitvoeringsniveau enthousiasme over de inzet van crowdfunding? Is er een adequate en integrale beslissingsstructuur van kracht in uw organisatie?

JA



Nee

Crowdfunding kan uw organisatie op veel fronten versterken, omdat het financiering, communicatie, strategie en draagvlak met elkaar verbindt, mits er breed in uw organisatie steun is voor de crowdfunding campagne en beslissingen op de diverse terreinen effectief kunnen worden genomen. Is dat draagvlak er nog niet? Overweeg dan een overleg, workshop of kennissessie met de diverse interne stakeholders.



Vraag 12

Wil uw organisatie een afgewogen risico nemen en investeren in de inzet van crowdfunding?

JA

Crowdfunding kan een unieke kans zijn om uw verduurzamingsmaatregel te financieren en gelijktijdig te werken aan de zichtbaarheid en profilering van uw organisatie, draagvlak cq. het betrekken van burgers, en de werving van leden, bezoekers, vrijwilligers of structurele donateurs.



Nee

De kosten die u maakt voor het opzetten en uitvoeren van een crowdfunding campagne kunt u opnemen in de begroting die u met de crowdfunding campagne financiert. Echter, u weet van te voren niet zeker of uw campagne slaagt. Slaagt u er niet in de benodigde financiering op te halen, dan krijgen burgers hun geld doorgaans terug.



U kunt kiezen uit de volgende twee vormen van crowdfunding die worden ingezet ten behoeve van de verduurzaming van erfgoed:

1 Reward-based crowdfunding

In natura beloning

Investerende burgers ontvangen in ruil voor hun bijdrage een in natura beloning, zoals aanwezigheid bij de feestelijk 'onthulling' van de verduurzamingsmaatregel of een fysiek presentje dat hun bijdrage aan deze ontwikkeling symboliseert. Voordeel van deze vorm van crowdfunding is dat het een financieel gunstige vorm is voor uw organisatie (u hoeft burgers niet terug te betalen, behalve de in natura beloning die vaak minder kost om uit te reiken dan de inbreng van de burger). Nadeel is dat het met deze vorm moeilijker is om grote (50.000 euro of meer) bedragen op te halen en het een zeer enthousiaste groep betrokken burgers i.c.m. een zeer aantrekkelijk project vergt.

2 Financiële crowdfunding

Financiële beloning

Burgers investeren in de realisatie van de verduurzamingsmaatregel in de vorm van een lening, converteerbare lening of investering in ruil voor een aandeel. Afhankelijk van het type project, worden rentes geboden van 2-8%, los van de overige mogelijke kosten voor uw campagne. Voordeel van deze vorm van crowdfunding is dat er vaker grotere bedragen mee kunnen worden opgehaald (50.000 euro - 2,5 miljoen euro). Nadeel van deze vorm van crowdfunding is dat u een serieuze verplichting richting de crowd aangaat om hen op termijn financieel te compenseren voor hun inleg, waarvan de vraag is of u deze kosten kunt dekken vanuit het rendement dat u maakt op uw verduurzamingsmaatregel.

Meer weten?

Wilt u meer weten over de inzet van crowdfunding voor de verduurzaming van uw erfgoed project? U leest meer over crowdfunding voor erfgoed in het Handboek Crowdfunding & Erfgoed (www.noord-holland.nl/handboekcrowdfundingierfgoed).

Deze beslisboom is gemaakt aan de hand van gesprekken met erfgoed organisaties en naar aanleiding van een reeks succesvolle crowdfunding campagnes voor erfgoed door crowdfunding bureau downsideup (www.downsideup.nl) in opdracht van Provincie Noord-Holland.