

Crowdfunding voor de lokale economie: kansen en uitdagingen

Tijdens Kerst 2011 bedacht Petra de Boevere een plan. Ze wilde een nieuw pand in Sluis (Zeeland) betrekken met haar slijterij, waarvoor ze 100.000 euro voorfinanciering nodig had. De banken waren niet happig. Ze besloot daarom al haar klanten aan te schrijven om voor €1000 een VIP-pakket te kopen t.w.v. €1200 aan cadeaubonnen voor haar winkel. Het was een groot succes. Ze ontving niet alleen 126 klant-investeerders maar ook schilderhulp voor haar winkel, een nieuw logo, en veel media-aandacht (“het slijterijmeisje”). Hier lieten de Zeeuwen het niet bij. In 2015 haalde het Admiraal de Ruyter ziekenhuis meer dan €10 miljoen via crowdfunding op, waarbij 70% van de crowdfunders uit de eigen regio kwam.

In de afgelopen jaren heeft crowdfunding zijn weg naar de mainstream financiële sector gevonden. Met crowdfunding wordt project- of ondernemersfinanciering door een groot aantal, vaak particuliere, investeerders bij elkaar gebracht. Door online netwerken en lage transactiekosten kan iedereen vanaf een klein bedrag investeren waardoor het een concreet alternatief aan het worden is voor bancaire financiering.

De groei van crowdfunding gaat behalve met enthousiasme ook met argwaan gepaard. Aan de ene kant kan lokaal, relationeel vertrouwen gebruikt worden als aanvullende motivatie en onderbouwing van een investeringsbeslissing wanneer harde cijfers of onderpand niet voldoende zekerheid bieden. Aan de andere kant kunnen slecht geïnformeerde crowdfunders meer risico op zich nemen dan ze van plan waren, met onvoorziene verliezen tot gevolg. Wat zijn de kansen en uitdagingen van crowdfunding voor de lokale economie?

Om deze vraag te beantwoorden gebruiken we resultaten uit het recent uitgevoerde Nationale Crowdfunding Onderzoek 2016 waar we de relaties tussen crowdfunders en het project waar ze in investeren hebben onderzocht. Daarnaast onderscheiden we professionele en amateur investeerders om zo tot vier typen crowdfunders te komen.

Crowdfunding: relatie of transactie

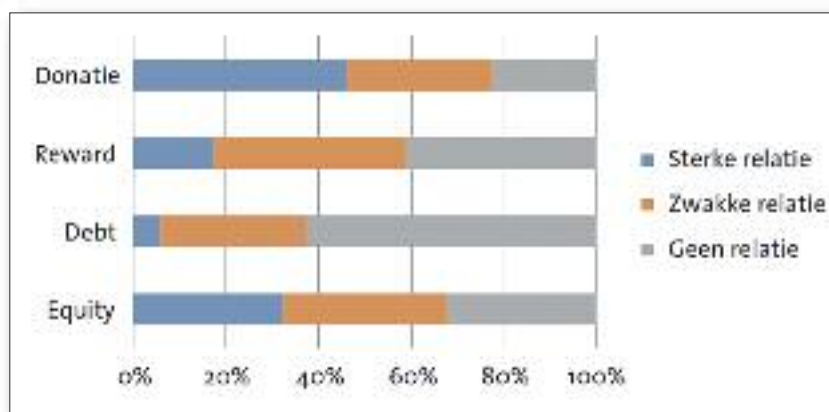
Vaak liggen aan crowdfunding beslissingen persoonlijke, zakelijke of klantrelaties ten grondslag die de investering een lokaal karakter geven. Onder de respondenten van het Nationaal Crowdfunding Onderzoek 2016 had 65% van de crowdfunders een bestaande relatie met het project, ondernemer of onderneming vóórdat ze hun financiering toezeg-

den, met grote verschillen tussen de diverse vormen van crowdfunding.

Bij donatie (geen tegenprestatie) en aandelen crowdfunding (mede-eigenaar met winstdeling) zien we de grootste rol weggelegd voor familie, vrienden, zakelijke relaties en bestaande investeerders ('sterke relaties'). Het aandeel kennissen, fans, klanten, bezoekers ('zwakke relaties') is bij de verschillende soorten crowdfunding nagenoeg gelijk, al lijkt er een groeiend aantal klanten in te stappen bij reward crowdfunding (product als tegenprestatie). Bij crowdfunding leningen (rente als tegenprestatie) is de rol van sterke relaties het kleinst (zie figuur 1).

Crowdfunders die vanuit bestaande relaties bijdragen aan een project of onderneming lijken ander soort afwegingen te maken. In de bancaire sector

**Helen Toxopeus,
Ronald Kleverlaan
en Friedemann
Polzin**



Figuur 1: Rol van relaties per soort crowdfunding

is het verschil in besluitvorming tussen relatie- en transactiegericht bankieren reeds aangetoond (Berger & Udell, 2006; Boot, 2000; Brancati, 2014). Uit eigen onderzoek op basis van het Nationaal Crowdfunding Onderzoek 2013 blijkt dat crowdfunders met een bestaande relatie tot de ondernemer bijvoorbeeld meer belang hechten aan informatie over de ondernemer zelf, versus crowdfunders die de ondernemer niet kennen (Polzin et al., 2016). In zekere zin is crowdfunding op basis van lokale netwerken een nieuwe vorm van relatiebankieren: het lokale vertrouwen wordt ingezet om investeringsbeslissingen te faciliteren, door middel van kennis over de ondernemer en doordat de ondernemer zijn eigen netwerk niet snel zal teleurstellen.

Ons onderzoek laat ook zien dat niet alle crowdfundingbeslissingen vanuit een relatie worden genomen. Met name reward- en crowdfunding leningen zijn over het algemeen transactiegericht gesteld. Uit ons eigen onderzoek zien we dat lening- en aandeel crowdfunders een groter belang hechten aan informatie over financiële planning en risico's wanneer ze geen relatie hebben met de ondernemer (Polzin et al., 2016).

Crowdfunding: professional of amateur

De tweede as waarlangs we crowdfunders onderscheiden is de mate van financiële kennis en ervaring die zij hebben om te begrijpen of crowdfunders financiële risico's in kunnen schatten en begrijpen waar ze in investeren. In ons onderzoek hebben we onder andere gekeken naar risicoperceptie en -aversie, financiële geletterdheid en ervaring met verschillende investeringsvormen, zoals beleggen en crowdfunding.

Vier typen crowdfunders: kansen en uitdagingen
Wanneer we bovenstaande assen (relatie/transactie en professional/amateur) tegen elkaar afzetten komen we op vier soorten crowdfunders (tabel 1) die we hieronder kort beschrijven.

	Professional	Amateur
Relatie	Relatie crowdfunder	Van crowdfunder
Transactie	Markt crowdfunder	Opportunistic crowdfunder

Tabel 1: Vier typen crowdfunders

1. Relatie crowdfunder

Wanneer crowdfunders ervaren zijn op het gebied van financiële besluitvorming, vanwege opleiding of werk en daarnaast verbonden zijn aan het lokale netwerk van de ondernemers waaraan ze bijdragen, is dit te vergelijken met relatiebankieren. Het vertrouwen in een project of onderneming ontstaat uit een combinatie van het kennen van de ondernemer, zijn plek in de lokale economie en inzicht in de onderliggende financiële projecties (Boot, 2000; Brancati, 2014). De crowdfunder die deel uitmaakt van het lokale netwerk waarin de ondernemer zich bevindt en daarnaast investeringskennis en/of ervaring heeft, kan 'het beste van twee werelden' gebruiken om tot een weloverwogen beslissing te komen en kan daarnaast via zijn relatie de ondernemer monitoren en coachen.

2. Markt crowdfunder

De opkomst van online leenplatformen met strikte beoordelingscriteria, gebaseerd op financiële resultaten uit het verleden en cash-flow prognoses voor de toekomst, heeft gezorgd voor een eenduidige risicobeoordeling van projecten waardoor investeerders zonder kennis van de onderneming een investeringsbeslissing kunnen maken op basis van de beschreven risicokwalificatie door het platform.

Door de eenduidige beoordeling is het ook mogelijk om institutionele investeerders te laten investeren in (delen van) de lening. In het Verenigd Koninkrijk en Amerika zien we al dat banken en andere institutionele investeerders een steeds grotere rol gaan spelen in deze sector. We hebben het dan ook wel over marketplace lending.

3. Fan crowdfunder

De fan crowdfunder is allereerst gemotiveerd om de initiatiefnemer achter het project of de onderneming te steunen en gaat ervan uit dat deze alles in het werk stelt om een goed resultaat te behalen. Het financiële eindresultaat is doorgaans niet het primaire doel, deze kan de investeerder niet goed inschatten. Het risico is dat deze groep te grote risico's neemt; goede voorlichting is cruciaal. Aan de andere kant verschaft dit type crowdfunders een nieuwe bron van financiering aan lokale initiatieven of bedrijven. Hieronder vallen ook klanten van lokale ondernemers. In het Nationaal Crowdfunding Onderzoek 2016 waren 15,6% van de crowdfunders klant van het bedrijf waar ze in hadden geïnvesteerd (in 2013 waren dit er nog maar 3,5%).

4. Opportunistische crowdfunder

Onze laatste categorie crowdfunders hebben geen financiële kennis en ook geen relatie met de ondernemer. We verwachten dat een deel van deze crowdfunders gelukzoekers zijn, op zoek naar snel rendement. Bij deze groep is een gevaar aanwezig van 'herding', waarbij investeerders te optimistisch instappen in een project wat snel volloopt of gehypt wordt, zonder stil te staan bij de risico's. Deze groep zal tegen zichzelf beschermd moeten worden om het risico op onverantwoorde investeringen te verkleinen.

Conclusie

Binnen deze vier typen zien we een aantal kansen voor de lokale economie. Relatie crowdfunders, die ingebed zijn in de lokale economie én daarnaast goed op de hoogte van het maken van investeringsbeslissingen, kunnen door middel van hun kennis en netwerk een unieke rol kunnen vervullen binnen het lokale financieringslandschap. Hun beslissing is op meerdere bronnen gebaseerd, en ze hebben over het algemeen een langere termijn visie waardoor ze anders naar risico's kunnen kijken en vaak ook inhoudelijk de ondernemer verder kunnen helpen in de lokale economie. Wanneer de relatie aanwezig is maar de expertise niet, kunnen crowdfunders nog steeds een belangrijke rol spelen voor lokale bedrijvigheid, mits financieel rendement niet het hoofddoel is maar bijvoorbeeld de relatie of het nastreven van concrete doelen, zoals het behoud van de lokale bakker of ziekenhuis.

Ook zonder relaties kan crowdfunding de lokale economie ten goede komen. Het risicokapitaal van



'markt crowdfunders' is te vergelijken met traditionele financiële markten, maar door online platformen en lagere transactiekosten worden investeringen in lokale bedrijven aantrekkelijker. Er zijn ook uitdagingen, zoals het voorkomen van ongefundeerde crowdfunding-beslissingen door onervaren investeerders wanneer projecten te rooskleurig worden voorgesteld of in de markt worden gezet onder ongunstige voorwaarden. Het beschermen van opportunistische crowdfunders kan door middel van voorlichting over het nemen van risico's, adequate

regelgeving en goede communicatie-eisen van projecten aan potentiële investeerders. Wanneer dit soort bescherming in acht wordt genomen zien wij een grote potentie voor met name relatie-gedreven crowdfunding in de lokale economie.

Meer weten? Het Nationaal Crowdfunding Onderzoek 2016 is een samenwerking tussen CrowdfundingHub, Hogeschool van Amsterdam, Sustainable Finance Lab en Impact Centre Erasmus en kan gratis gedownload worden op www.crowdfundingonderzoek.nl.

Referenties

Berger, A.N., Udell, G.F., 2006. A more complete conceptual framework for SME finance. J. Bank. Finance 30, 2945–2966.

Boot, A.W.A., 2000. Relationship Banking: What Do We Know? J. Financ. Intermediation 9, 7–25.

Brancati, E., 2014. Innovation financing and the role of relationship lending for SMEs. Small Bus. Econ. 44, 449–473.

Polzin, F., Toxopeus, H., Stam, E., 2016. The wisdom of the crowd in funding: information heterogeneity and social networks of crowdfunders.

Vecon

**Vind jij ook dat de Vecon zich meer moet inzetten voor het MBO/HBO?
Dan zijn wij op zoek naar jou!**

Voor de MBO/HBO docenten willen wij diverse activiteiten organiseren zoals:

- **Studiedagen gerelateerd aan het MBO en/of HBO**
- **Examenbesprekingen**
- **Meedenken bij vernieuwingen van de kwalificatiedossiers**

**Wil je meedenken of wil je extra informatie?
Neem contact op met Thomas Oosterkamp via
sectiembo@vecon.nl of 06 54 29 38 90**

VECON Vereniging van leraren in de economisch/maatschappelijke vakken. www.vecon.nl