

Kulturnämnden

Utvecklingsprojekt med crowdfunding för finansiering av kulturprojekt

Förslag till beslut

1. Kulturnämnden beslutar att genomföra ett utvecklingsprojekt med crowdfunding på plattformen Crowdculture under 2016.
2. Kulturnämnden beslutar att fördela 200 000 kr i en Nackafond på Crowdculture under 2016.
3. Kulturnämnden beslutar att köpa en årslicens för fördelning av medel i en Nackafond på plattformen Crowdculture om 15 000 kr.
4. Kulturnämnden beslutar att fördela medel från Nackafonden på Crowdculture enligt följande kriterier:
 - Kulturprojekt ska genomföras i Nacka och vara till gagn för medborgarna.
 - Medel får inte gå till ordinarie verksamhet.
 - Projektägaren ska bedriva en kampanj för att hitta medlemmar som stödjer projektet.
 - Nacka kommuns logotyp ska vara synlig på slutprodukten.

Sammanfattning

Finansiering till det fria kulturlivet i Nacka sker idag via kulturbidrag som kulturaktörer ansöker om till kommunen. Under senare år har en ny metod att fördela kommunala kulturbidrag uppkommit, genom crowdfunding. Det finns idag en digitalplattform, Crowdculture, som har ett system att fördela både privata donationer och offentliga medel. Nacka vill fördela en del av årets kulturbidrag genom crowdfunding, på plattformen Crowdculture.

Crowdfunding är ett samlingsbegrepp för olika sätt att finansiera utveckling och växer globalt som modell för att finansiera nya idéer inom så skilda områden som tekniska innovationer som insamling av katastrofbistånd vid jordbävningar. På kulturens område har man genom crowdfunding genomfört projekt för att utveckla formerna för kulturbidrag i flera regioner och kommuner i Sverige. Ett utvecklingsprojekt på plattformen Crowdculture i Nacka öppnar en ny möjlighet för utveckling av kulturlivet i Nacka. Samtidigt får kulturaktörer och kulturentreprenörer möjlighet att pröva crowdfunding som metod för finansiering med delfinansiering från kulturnämnden. Att fördela medel i en fond på

Crowdculture kostar 15 000 kronor i årslicens. Kulturnämnden föreslås fördela 200 000 kronor i en Nackafond via Crowdculture i enlighet med följande kriterier:

- Kulturprojekt ska genomföras i Nacka och vara till gagn för medborgarna.
- Medel får inte gå till ordinarie verksamhet.
- Projektägaren ska bedriva en kampanj för att hitta medlemmar som stödjer projektet.
- Nacka kommuns logotyp ska vara synlig på slutprodukten.

Ärendet

Bakgrund

Crowdfunding är ett samlingsbegrepp för olika sätt att finansiera utveckling och är ett fenomen på framväxt såväl globalt som i Sverige och inom så skilda områden som tekniska innovationer och insamling av katastrofbistånd vid jordbävningar. Nacka har under en treårsperiod mellan 2013 och 2015 ingått i den regionala samverkan runt fonden och resurscentret Innovativ kultur där man bland annat prövat och delfinansierat utvecklingsprojekt inom crowdfunding. Finansiering till det fria kulturlivet i Nacka och i de flesta andra regioner och kommuner sker idag via kulturbidrag som kulturaktörer ansöker om till kommunen. Handläggning och tilldelning görs av kommunens tjänstemän efter riktlinjer för kulturbidrag som antagits av kulturnämnden. Under senare år har möjligheter att använda nya metod att fördela kommunala kulturbidrag och privata donationer uppkommit, genom bland annat crowdfunding.

Crowdfunding är ett i grunden engelskt begrepp som kan översättas till svenska som till exempel gräsrotsfinansiering, folkfinansiering eller massfinansiering. På engelska finns ett antal olika begrepp som kan kategoriseras under det breda begreppet crowdfunding och det som är gemensamt är följande:

- Insamlingen är internetbaserad
- Det är sällan enbart en fråga om finansiering - ofta vädjar man till finansiärernas hjärta snarare än hjärna
- Finansieringsmöjligheterna riktar sig oftare till nya och ”omeriterade” kreatörer och entreprenörer än de som är etablerade

Crowdfunding på kulturområdet i Sverige

I Myndigheten för kulturanalys rapport konstaterar man att följande förutsättningar är bra att ha med sig för att man som kulturaktör ska lyckas väl med att finansiera sin idé/sitt projekt med en crowdfundingkampanj:

- Kommunikationsvana - Kommunikativa och teknikvana kulturaktörer har lättare att lyckas få finansiering.
- Digitalvana- En crowdfundingkampanj är svårare att lyckas med för grupper som är ovana internetanvändare.
- Vana vid aktivt publikarbete- Kulturaktörer som är vana vid att aktivt kommunicera med sin publik om sina projekt lyckas bättre.



- Kompetens inom nätverkande och sociala medier- Stora sociala nätverk, digitala och reella är viktiga tillgångar för att lyckas med en crowdfundingkampanj.

Då digitala betalningssätt används mer och mer har crowdfunding som finansieringsform med små donationer från privata aktörer till kultur möjlighet att utvecklas. I kölvattnen av detta ökar möjligheterna för medborgare att stötta utveckling av ett kulturliv som matchar egna preferenser och önskemål om kulturutbud. En trend som kan anas är att en växande delfinansiering av utvecklingen av Nackas kulturliv kommer från privata stöd från exempelvis bygg- och fastighetsföretag. Ett utvecklingsprojekt med crowdfunding öppnar upp för mer samfinansiering mellan privat och offentlig sektor av kulturen i Nacka. Detta kan i sin tur locka nya kulturaktörer att etablera sig i Nacka. Crowdfunding ger även medborgarna större inflytande över hur kulturbidragen fördelas och på så vis även möjlighet att påverka utbudet.

Kultur-och fritidsenhetens förslag till utvecklingsprojekt inom crowdfunding

I utredning (bilaga 1) framgår att det i nuläget finns två alternativa plattformar som är i funktion för crowdfunding inom kulturområdet i Sverige, Kickstarter och Crowdculture.

- Kickstarter är en traditionell insamlingsplattform för privata donationer till idéer och projekt.
- Crowdculture är en insamlingsplattform för privata donationer i kombination med fördelning av offentliga medel, men kan även användas enbart för insamling av privata donationer.

Crowdculture är den enda plattformen idag för att fördela offentliga medel med inslag av crowdfunding i Sverige. Genom att fördela en mindre del av Nackas budgeterade kulturbidrag via Crowdculture skapar Nacka en möjlighet för kulturaktörer att närma sig crowdfunding och möjliggör en utveckling av kunskaper om hur man kan bredda sin finansiering utanför de traditionella sätten att finansiera kulturprojekt. Nacka öppnar också upp för medborgare att gå in och aktivt stödja kulturprojekt och på så sätt påverka kulturutbudet.

Oavsett plattform är det centralt att notera att finansiering genom crowdfunding på olika sätt utmanar kulturaktörer och potentiella stödjare att tänka nytt och agera på ett annat sätt än vid traditionell kulturbidragsfinansiering. Det är därför nödvändigt att kombinera information, marknadsföring och kompetensutbildning inom utvecklingsprojektet. Med detta utvecklingsprojekt finns möjligheter att stimulera kulturlivets aktörer att pröva nya sätt att bredda finansieringen av Nackas kulturliv och genom kompetensutveckling förbättra förutsättningarna för utveckling.

I Sverige har ett 10-tal olika regioner och kommuner sedan 2011 prövat Crowdculture. På plattformen finns i nuläget utlysningar, fonder, öppna i region Kronoberg, Gävleborg och kommande under året är Västragötalandsregionen.

Crowdculture utgör ett komplement till traditionella finansieringsmöjligheter och är öppet för alla över 18 år och som vill genomföra ett kulturprojekt, men för att ta del av en kommunal eller regional fond på Crowdculture ska projektet uppfylla de kriterier som av utlysande part till exempel en region eller en kommun väljer. Nacka kommun bör ställa upp följande kriterier för projekt som har möjlighet att ta del av de offentliga medlen i den eventuella Nackafonden:

- Fonden är öppen för kulturprojekt som genomförs i Nacka och är till gagn för medborgarna.
- Medel får inte gå till ordinarie verksamhet.
- Projektägaren ska bedriva en kampanj för att hitta medlemmar som stödjer projektet.
- Nacka kommuns logotyp ska vara synlig på slutprodukten.

För att kunna lägga upp sitt projekt på plattformen behöver aktören bli medlem. Alla medlemmar, kan också vara stödjare, utgör en crowd, och påverka tilldelningen från den offentliga fonden. Som medlem ansluter man sig till plattformen och genom en medlemsavgift på 150 kronor för tre månader kan medlemmen lägga upp egna projekt men också vara stödjare och påverka fördelningen av medel från fonderna. Privata bidrag till en kampanj eller ett projekt som man vill stödja kan man göra utan att bli medlem.

Fakta om Crowdculture

Hur går det praktiskt till att lägga upp en kampanj?

1. Kulturaktören registrerar sig på www.crowdculture.se och lägger upp sin projektansökan. Här väljer hen också en eller flera fonder som hen vill söka stöd ifrån.
2. Hen börjar arbetet med att engagera en publik som vill vara med och stödja projektet. Minsta insatsen är 150 kronor för tre månader. När publiken/stödjarna blivit medlemmar kan de rösta på hens projekt. Medlemmarnas pengar ger en motfinansiering från de offentliga pengarna.
3. När hen, tack vare sina stödjare och den automatiska motfinansieringen, har nått sitt budgetmål får hen pengarna utbetalda. Hen måste nå det budgetmål som angivits redan i första steget. Om hen inte når sitt budgetmål inom tre månader så går insamlade pengar tillbaka till Crowdculture och delas ut till andra projekt. Eventuella direkta donationer/bidrag går tillbaka till donatorn.

Några exempel på projekt

En musikal om tentakelmyster i Västragötalands-regionen har fått 52% offentligt och 48 % privat stöd <http://www.crowdculture.se/se/projects/sound-of-darkness>

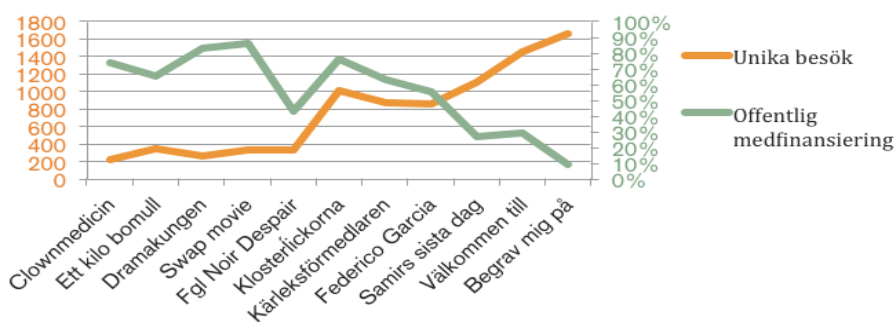
En musikal riktad till en barnpublik i Västragötalands-regionen har finansierats med 5% offentliga och 95 % privata medel <http://www.crowdculture.se/se/projects/bokstavligt-talat-en-musikal-med-kanslorna-i-alfabetisk-oordning>

Ett punkarkiv i Hälsingland i region Gävleborg har finansierats med 70% offentligt och 30% privata medel. <http://www.crowdculture.se/se/projects/forsa-blandband>

Ett stadsutvecklings- och stadodlingsprojekt i Växjö, i region Kronoberg har finansierats med 69% offentliga och 31% privata medel. <http://www.crowdculture.se/se/projects/solrosor-i-vaxjo>

Hur hänger graden av offentlig/privat finansiering av projekten och deras kommunikationsarbete ihop?

I diagrammet nedan ser vi i nederkant på diagrammet titlarna på de projekt som finansierats via Crowdculture och en fond från Filmregion Stockholm Mälardalen (FRSM). Fonden löpte i 8 månader resulterade i 11 fullfinansierade projekt samt ungefär lika många som inte nådde sitt mål. Samtliga av de som visas nådde alltså upp till den budget de efterfrågade på maximalt 4 månader. På X axeln visas i vilken ordning projekten gick i mål, Clownmedicin var först i mål och Begrav mig på bakgården sist.



På höger y-axel (grön kurva) syns andelen offentlig medfinansiering. Allt eftersom fonden blir mer använd så ökar konkurrensen om medlen. Flera projekt delar på det månatliga stödet från fonden och projektägare är tvungna att få in fler privata personer som hjälper till. I det första projektet är den offentliga andelen 70% och i det sista är det 9%. I genomsnitt var den offentliga medfinansieringen cirka 50%.

På vänster y-axel (orange kurva) syns antalet unika besökare till respektive kampanj. Unika besökare betyder att en person (egentligen en IP adress) gjort ett besök på den kampanj som lagts upp på plattformen och enbart det första besöket räknas (unika besökare). Ju fler unika besökare desto fler potentiella stödare finns som har sett eller uppmärksammat kampanjen och en projektledares förmåga att nå ut (eller kommunicera) kan alltså mätas i förhållande till unika besökare. Av diagrammet framgår att desto mer konkurrens det är om pengarna desto mer måste projektägarna nå ut med sitt projekt till den tilltänkta publiken.

Sammantaget visar diagrammet i faktarutan om Crowdculture ovan ganska väl på vad crowdfunding är, hur det fungerar och vilka effekter det har. Vill man realisera sitt projekt måste man träna sig på hur man kommunicerar sitt projekt, och man måste nå ut till den tilltänkta publiken med sitt budskap. De offentliga medlen hamnar hos projektledare som har kapacitet att kommunicera och leverera sin projektidé i ett attraktivt format till den målgrupp som de valt och på grund av detta har bättre möjligheter att hitta sin publik och genomföra projektet och får möjligheter att få större budget att använda sig av. Utvecklingsprojektet bör syfta till att undersöka på vilket sätt crowdfunding kan generera utveckling av kulturlivet i Nacka, bredda finansiering av detsamma och även för att stimulera utveckling av ett mer publikorienterat arbetssätt hos kulturaktörer som verkar i Nacka.



Ekonomiska konsekvenser

Förslaget innebär kostnader motsvarande 15 000 kronor för en licens samt 200 000 kronor som skall avsättas i en Nackafond. Kostnader för marknadsföring, information och kompetensutveckling av kulturaktörer tillkommer. Förslaget som helhet rymmas inom beslutad ram för kulturnämnden 2016.

Konsekvenser för barn

Förslaget innebär fler möjligheter för kulturutövare att genomföra kulturaktiviteter i Nacka och dessa kan bereda väg för utveckling av ny kulturverksamhet riktad till barn och unga. Crowdfunding har i tidigare projekt visat sig gynna mindre och oetablerade aktörer med digital vana vilket bör locka målgruppen unga vuxna att söka finansiering via crowdfunding i större utsträckning än via det traditionella kulturbidragen.

Bilaga

Bilaga 1 PM Utredning- Crowdfunding som stimulans av innovativ kultur- och finansieringsutveckling i Nacka

Nadia Izzat
Enhetschef
Kultur- och fritidsenheten

Ulrika Westin
Utvecklingsledare
Kultur- och fritidsenheten