

2016-02-17

PM

Ulrika Westin  
Kultur- och fritidsenheten  
KUN 2016/18-869

Kulturnämnden

## Utredning- Crowdfunding som stimulans av innovativ kultur- och finansieringsutveckling i Nacka

### Sammanfattning

Crowdfunding växer globalt som modell för att finansiera utveckling av nya idéer inom olika områden. Kulturområdet är ett av dessa och i Sverige har det under en femårsperiod genomförts ett antal projekt i regioner och kommuner som kombinerar privat och offentlig finansiering med ”crowdlogik”. En del utvecklingsarbete har delfinansierats med stöd från Innovativ kultur, som Nacka deltagit i mellan 2013 och 2015. Med ett utvecklingsprojekt inom crowdfunding i Nacka öppnas en ny möjlighet för utveckling av kulturlivet för kulturaktörer och kulturentreprenörer och de ges möjlighet pröva crowdfunding med offentligt stöd. Genom crowdfunding stimuleras kulturaktörer att utveckla sitt publikarbete, sin kommunikation och marknadsföring och parallellt ges det möjlighet för kommunen att pröva om crowdfunding kan användas för att utveckla nya former av medborgardialog.

### Bakgrund

Under de senaste åren har olika typer av crowdfundinginitiativ vuxit fram och utvecklats explosionsartat såväl här i Sverige som globalt. Nacka har under en treårsperiod mellan 2013 och 2015 ingått i den regionala samverkan runt fonden och resurscentret Innovativ kultur. Inom Innovativ Kultur prövade man under 2010 den svenska mikrofinansieringstjänsten Crowdculture och utlyste medel över den från bland annat Stiftelsen Framtidens kultur. Innovativ Kultur prövade även crowdfunding genom ett samarbete med tjänsten FundedByMe, och utlyste medel vid två tillfällen.

### Syfte och mål

Utredningen syftar till att i korthet beskriva crowdfunding som fenomen och att undersöka vilka möjligheter som finns att pröva crowdfunding för att utveckla Nackas kulturliv. Utredningen ska också ta fram förslag på ett utvecklingsprojekt inom området för 2016.

## Vad är crowdfunding?

Crowdfunding är ett i grunden engelskt begrepp som kan översättas till svenska som gräsrotsfinansiering, folkfinansiering eller massfinansiering. Crowdfunding kan beskrivas som en modern metod för att finansiera projekt eller idéer. Det sker genom att söka förskotts betalning från intresserade/konsumenter, ofta via internetbaserade system.

Crowdfunding som fenomen har vuxit från att omfatta förhållandevis små ekonomiska värden till att omfatta uppemot 300 miljarder kronor ( \$35 miljarder) globalt under 2015. Allra snabbast växer fenomenet i delar av Asien och Afrika där behoven av nya finansieringsformer och utveckling är stora. Det har resulterat i att bland annat Malaysia och Thailand är de första länder som tagit fram generell lagstiftning på crowdfunding-området. Kenya har tagit stora steg framåt när det gäller crowdfunding av jordbruksutveckling och i april 2015 gick mycket av hjälpen till Nepal i samband med jordbävningen fram med hjälp av crowdfunding. <http://www.crowdsourcing.org/editorial/2015--prosperity-through-crowdfunding-/52369>

Det finns ett stort antal typer av crowdfunding och begreppet ska snarast ses som ett paraplybegrepp som samlar ett antal olika finansierings initiativ. Enligt Almerud, Hallencreutz & Wallin (2013) som citeras i ”Många bäckar små: En extern utvärderingsrapport av offentliga satsningar på crowdfunding i Blekinge, Kronoberg och Sörmland 2012-2013”, kan crowdfunding som fenomen delas upp på följande sätt:

Typer av Crowdfunding	Crowdgiving	Crowdlending	Pre-sales	Crowdequity
<b>Krav på motprestation</b>	Frivilliga, små och immateriella	Ja – förväntan på återbetalning inklusive eventuell ränta	Ja – förväntan om vara/tjänst/upplevelse enligt avtal	Ja – förväntan om övertagande av ägarandel enligt avtal
<b>Huvudsakliga regelverk</b>	Inga specifika	Ja – regelverken kring bankverksamhet kan vara aktuella	Ja – konsumentköplagen kan vara aktuell	Ja – aktiebolagslagen och regelverken kring onoterade bolag och finansmarknadsplatser kan vara aktuella

I Myndigheten Kulturanalys tematiska omvärldsanalys (Windell, 2013) analyseras medborgarfinansiering av kulturen – crowdfunding – och dess möjliga konsekvenser för kulturlivet och kulturpolitiken. Kulturanalys konstaterar att crowdfunding har fått stort genomslag runt om i världen och att vi i Sverige även sett ett ökande intresse från offentliga aktörer som har gått in med offentliga medel på crowdfundingplattformar i syfte att förnya och demokratisera kulturen. Crowdfunding kan, enligt Kulturanalys rapport definieras som, insamling av finansiella medel genom individers små bidrag till en verksamhet eller ett projekt via sociala nätverk på internet.



I Wikbergs rapport som bygger på bland annat en litteraturstudie om crowdfunding framgår att det finns många olika definitioner av begreppet crowdfunding och att även ett annat begrepp, crowdsourcing, ofta används synonymt och att det som är gemensamt för alla olika definitioner är att det handlar om mikrofinansiering via internet. Kärt barn har många namn och Wikberg förmedlar i sin rapport tre likheter som återkommer i de olika definitionerna.

- En kanske uppenbar gemensam nämnare är att insamlingen är internetbaserad.
- En annan, kanske mer överraskande gemensam nämnare sägs vara att crowdfunding sällan enbart är kommersiellt eller pekuniärt motiverad och att man förenklat uttryckt kan se tendenser till att crowdfunding i vissa stycken handlar om att man skall vädja till finansiärernas hjärta snarare än hjärna.
- En tredje gemensam nämnare för crowdfunding är enligt rapporten att crowdfunding riktar sig till de som generellt har svårt att få finansiering via traditionella finansieringskanaler, exempelvis omeriterade entreprenörer och kulturarbetare som överhuvudtaget har haft svårt att överhuvudtaget ta betalt för sina produkter och tjänster.

## **Crowdfunding i det svenska kulturlivet – en omvärldsanalys med nedslag i Nacka**

I Myndigheten för Kulturanalys omvärldsanalys första avsnitt pekas fyra samhällstrender ut som utgör ett sammanhang ur vilket crowdfundingen inom kultursektorn växer fram i Sverige: 1) ekonomiseringen av kulturen, 2) politiska vindar för breddad finansiering, 3) framväxt av givarmentalitet och 4) digitalisering av sociala nätverk. Vidare beskrivs crowdfunding som finansieringsmodell av kulturen och därefter presenteras de förhoppningar och farhågor som uttrycks kring crowdfundingens roll i kulturlivet. Avslutningsvis diskuteras fyra perspektiv eller frågor man bör ha med i arbete med att utveckla eller pröva crowdfundingplattformar inom kulturlivet. Dessa används för att undersöka frågeställningar som är viktiga att beakta i ett utvecklingsprojekt inom crowdfunding i Nacka?

- Förstärker idén om kulturutövaren som entreprenör?

För att lyckas med en crowdfundingkampanj krävs att kulturutövaren förpackar sin idé och aktivt arbetar med att attrahera finansiärer. Mer konkret innebär det att idén måste presenteras övertygande och att den måste kopplas till en tydlig budget och tidsram. Det finns därmed stora likheter med utformningen av en affärsplan i kommersiella sammanhang. Crowdfunding bygger i mångt och mycket på marknadsidéer; själva plattformen är en marknadsplats där en säljare (kulturutövaren) marknadsför en efterfrågad produkt eller tjänst till en avsedd målgrupp av köpare (kulturkonsumenterna). Det här perspektivet tydliggör att crowdfunding inte passar lika bra för alla kulturaktörer utan bäst för dem som har ett intresse av att utveckla kulturidéer i kontakt med sin publik. Ett utvecklingsprojekt i Nacka kräver ett gediget marknadsföringsarbete av möjligheter för i viss

mån nya kulturaktörer att se crowdfunding-initiativet som en möjlighet för dem att utveckla kulturlivet i Nacka

- Donationskultur i sin linda?

Till skillnad från situationen i många andra länder, där privata initiativ inom kultursfären närmast varit en självklarhet, har Sverige präglats av en tradition där kulturen framför allt varit en fråga för offentlig finansiering. Det finns tendenser till att givarmentaliteten i Sverige ökar genom att människor engagerar sig mer frivilligt och visar intresse för att ge gåvor. Forskningen har till och med talat om ett paradigmskifte till förmån för volontärskap och mecenatskap. Crowdfunding som fenomen kan ses som ett uttryck för denna givarmentalitet och bidrar också till att förstärka densamma. En ökande givarmentalitet blev synlig under hösten 2015 då de stora migrationsströmmarna började märkas i vardagen för de flesta. I takt med att digitaliseringen förenklar inbetalningar och ”impulsstöd” eller ”impulsköp”, kan crowdfunding av mindre stöd till kultur sannolikt komma att utvecklas mer och mer. Möjligheten att ”hjälpa till” med finansiering och utveckling av ett kulturliv som matchar egna preferenser kan underlätta utvecklingen av crowdfunding i Nacka.

- Nya finansieringsvägar för oetablerade kulturutövare?

Kulturutövare har vanligen många finansieringskällor för sin verksamhet, men samtidigt har många kulturutövare svårt att leva på sin konst. Över 25 procent av kulturutövarna har någon gång fått stöd från familj eller anhöriga. Crowdfunding gör det möjligt att söka stöd inte bara från familj och vänner utan också från andra privata finansiärer som besöker crowdfundingplattformarna. Crowdfunding kan därmed ses som ett komplement till annan befintlig finansiering. Crowdfunding kan även ses som en möjlighet att söka mindre finansiering för en liten del av ett större projekt. Det kan exempelvis handla om att söka stöd för distribution av en skiva eller film eller publiceringsstöd för en bok. Likaså kan crowdfunding vara en väg för oetablerade kulturskapare att skapa en publik och att marknadsföra sina projekt. I Nacka har existerande kulturbidrag i stor utsträckning sedan lång tid framförallt bidraget till kulturföreningars verksamheter och val av repertoar i Nackas kulturliv medan stöd till enskilda kulturskapare eller kulturentreprenörer inte förekommit i någon större utsträckning. En trend som kan anas är att en växande del av finansiering av Nackas kulturliv kommer från olika privata stöd från exempelvis olika bygg- och fastighetsföretag. Ett crowdfundingtest öppnar upp för möjligheter att få dessa sätt att finansiera utveckling av kulturen i Nacka att mötas och öppna upp för möjligheten att nya kulturaktörer vill pröva att etablera sig i Nacka.

- Demokratisering av kulturen?

Crowdfunding lyfts ofta fram som en modell som inte bara bidrar till finansiering av kulturlivet utan som också bidrar till att kulturen demokratiseras. Det finns en tanke om att kulturkonsumenter genom crowdfunding ges ökad delaktighet och insyn i kulturprojekt, vilket också gör att de kommer närmare kulturen. Men det handlar även om att kulturkonsumenter ges möjlighet att påverka vilken kultur som kommer till stånd genom att de själva kan bidra till finansieringen av de projekt de helst vill ta del av. Det kan ses som ett



sätt som både ger fler kulturutövare möjlighet att hitta finansiering och att medborgarna ges en möjlighet att påverka utformningen av kulturlivet i en kommun eller region genom att de indirekt deltar i beslutsfattandet om hur en del av de offentliga medlen ska fördelas. I Nacka skulle en crowdfundingmodell kunna prövas för att undersöka i vilken mån den kan vara ett sätt att genom en typ av medborgardialog möjliggöra för medborgare att påverka inriktningen av Nackas kulturliv och kulturutbud till en del. Bedömningen av möjligheterna att genom crowdfunding demokratisera kulturlivet är inte så framträdande, men att modeller av detta slag genom utveckling kan komma att fungera som ett sätt att genomföra mer dialog med medborgarna. I en förlängning av ett mer utvecklat crowdfunding arbete i Nacka kan demokratisering av kulturen bli mer uttalad och då under förutsättning att medborgarna i stora skaror intresserar sig för att delta.

Sammanfattningsvis kan utifrån Kulturanalys omvärldsrapport från 2013 konstateras att:

- Det är inte nödvändigtvis den breda allmänheten som bidrar till att sätta den kulturella agendan genom sitt engagemang i crowdfunding, utan snarare en kulturintresserad minoritet.
- Teknikvana och kommunikativa kulturutövare tenderar att ha ett försteg på crowdfundingplattformar och även om färska uppgifter visar att svenskarna blir alltmer vana att använda sig av digitala tjänster på nätet finns det fortfarande grupper som är ovana internetanvändare.
- Mycket tyder på att det är kulturutövare som är vana att hantera den digitala tekniken och som är orädda att aktivt kommunicera och marknadsföra sina projekt på nätet som gynnas i crowdfundingssystemet.
- De kulturutövare som har stora sociala nätverk gynnas i crowdfundingkampanjer, då dessa bygger på en förmåga att attrahera många små finansiärer. Det ställer därmed krav på att kulturutövare som vill lyckas med sina kampanjer har kunskap, tid och resurser att sprida budskap i sociala nätverk på nätet, dels har tillgång till ett stort socialt nätverk.

## **Vilka crowdfunding plattformar finns i Sverige idag?**

I Sverige har crowdfunding som finansieringsform för kulturella och kreativa projekt framförallt förekommit på tre olika crowdfundingplattformar.

Det mest kända varumärket i världen bland crowdfundingplattformar heter Kickstarter och är baserad i New York. Under det senaste året har det gjorts vissa anpassning av systemet och numera kan svenska projekt läggas upp utan att ha en direkt koppling till ett konto eller en verksamhet i USA. För en svensk kulturproducent är den här plattformen framförallt intressant att genomföra sin kampanj på om man har ett mer avancerat eller professionellt projekt eller idé och ser sig som en spelare på en marknad som är större än Sverige och med ett internationellt perspektiv på utvecklingen. I den amerikanske crowdfundingplattformen ”Kickstarter” har ett antal svenska kulturprojekt realiserats.

Både Crowdculture och FundedByMe är svenska plattformar som lanserats och utvecklats i Sverige efter 2010. Båda plattformarna har på olika sätt varit involverade i projekt eller samarbeten med fonden/resurscentret Innovativ kultur, som Nacka deltagit fullt ut i mellan 2013-2015. Det som de båda plattformarna har gemensamt och som skiljer sig från ovan nämnda Kickstarter plattform är att de svenska plattformarna involverar offentlig medfinansiering på ett sätt som skapar en anpassning av traditionell crowdfunding som enbart involverar privat finansiering av mindre eller större aktörer.

I nuläget har FundedByMe plattformen lämnat crowdfundingscenen och inriktar sig istället mot crowd equity ( finansiering genom att upplåta framtida ägarandelar) och crowdlending ( finansiering genom lån mot ränta).

I nuläget finns alltså två möjligheter till crowdfundingplattformar för svenska kulturaktörer. Kickstarter som möjliggör finansiering genom privata medel eller Crowdculture som är en hybrid mellan svensk modell för stöd till kulturutveckling och den ursprungliga formen av crowdfunding. Crowdculture distribuerar medel enligt en ”konkurrensfördelning.” Det innebär att en algoritm (matematisk formel) tar hänsyn till hur många projekt som samtidigt riktar sig mot den offentliga fonden och hur många donationer varje projekt får av privatpersoner. Fördelningen av medel räknas om varje timme och medfinansieringens omfattning förändras hela tiden beroende på antalet projekt och antalet donationer. I Crowdculture tillförs pengar över tid på ett sätt som gör att fondens medel inte kan tömmas tidigt i utlysningensperioden utan fördelas jämnt över hela utlysningensperioden.

Crowdculture fungerar både som en traditionell crowdfundingplattform och som en plattform där offentliga medel fördelas med crowdfunding-logik och fonder som utlyses där utgör oftast ett komplement till traditionell offentlig kulturfinansiering. Stödjarna (crowden) kan påverka tilldelningen från den offentliga fonden genom att ansluta sig till plattformen och genom en ”medlemsavgift/donation” om 150 kronor för tre månader. Det är också möjligt att ge privata bidrag som kanaliseras till en på plattformen upplagd kampanj eller ett projekt som finansiären vill stödja utan att gå in som ”medlem”.

## **Kultur -och fritidsenhetens utredning av potentiellt utvecklingsprojekt inom crowdfunding**

I utredningen framgår att det i nuläget finns två alternativa plattformar som är i funktion för att testa crowdfunding inom kulturområdet i Sverige. Kickstarter som möjliggör en ren form av crowdfunding av idéer eller projekt med privata donationer eller stöd och Crowdculture som möjliggör både en ren crowdfunding och en hybridmodell där offentliga medel från en fond fördelas med crowdfunding-logik.

Oavsett plattform för crowdfunding, är det centralt att notera att finansiering genom crowdfundingmodeller på olika sätt utmanar kulturaktörer och potentiella stödjare att

”tänka nytt” och agera på ett annat sätt i sina genomföranden av kulturprojekt och kreativa idéer. Det är därför nödvändigt att kombinera ett utvecklingsprojekt inom crowdfunding med olika insatser för att kommunicera möjligheten och erbjuda möjligheter till kompetensutveckling i kampanjskapande, publikarbete och skapandet av en kampanj för ett projekt.

I Sverige har ett 10-tal olika regioner och kommuner sedan 2011 valt att pröva Crowdculture som kombinerar privat och offentlig finansiering med ”crowdlogik”. På Crowdculture plattformen finns i nuläget utlysningar/fonder öppna i region Kronoberg, Gävleborg och under året öppnar även en uppföljande fond i VG-regionen. Enheten bedömer att plattformen Crowdculture är bättre lämpad som testplattform för ett utvecklingsprojekt än Kickstarter, eftersom man på Crowdculture kan öppna upp för både ren crowdfunding och för att fördela offentliga medel med inslag av crowdfunding. På Kickstarter finns endast möjligheter att genomföra kampanjer för ren crowdfunding. Vidare kan utvecklingsprojekt på Crowdculture skapa en möjlighet för kulturaktörer att närma sig crowdfunding på ett för svenska förhållanden anpassat sätt och möjliggöra en utveckling av kunskaper om hur man kan bredda sin finansiering utanför de traditionella sätten att finansiera svensk kultur.

För att kunna lägga upp sitt projekt på plattformen behöver aktören bli medlem och stödjare. Alla medlemmar/stödjare utgör en ”crowd” och var och en kan påverka tilldelningen från den offentliga fonden. Som medlem ansluter man sig till plattformen och genom en ”medlemsavgift/donation” om 150 kr för tre månader kan du lägga upp egna projekt och vara stödjare och påverka fördelningen av medel från fonderna. Det är också möjligt att ge privata bidrag som kanaliseras till en på plattformen upplagd kampanj eller ett projekt som finansören vill stödja utan att gå in som ”medlem”. Crowdculture satsningar utgör ett komplement till traditionella finansieringsmöjligheter och är öppet för alla över 18 år och som vill genomföra ett kulturprojekt. Det är en ny finansieringsform och är ett komplement till traditionella finansieringsmöjligheter. Det är öppet för alla att lägga upp projekt, men för att ta del av den kommunala eller regionala fonden på Crowdculture ska projektet uppfylla kriterier som kontrolleras och beslutas av utlysande part (till exempel region eller kommun).

### **Fakta om Crowdculture**

#### Några exempel på finansierade projekt

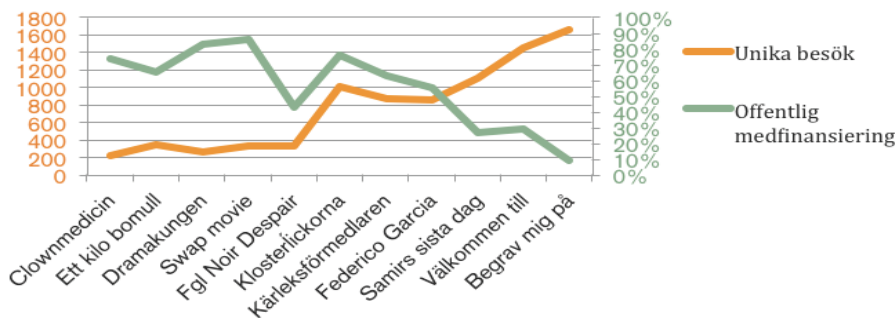
- En musikal om tentakelmyster i Västragötalands-regionen har fått 52% offentligt och 48 % privat stöd <http://www.crowdculture.se/se/projects/sound-of-darkness>
- En musikal riktad till en barnpublik i Västragötalands-regionen har finansierats med 5% offentliga och 95 % privata medel <http://www.crowdculture.se/se/projects/bokstavligt-talat-en-musikal-med-kanslorna-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 projekt 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 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. Man måste nå ut till den tilltänkta publiken med sitt budskap. De offentliga medel som utlyses på Crowdculture hamnar hos de 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, genomföra sitt projekt och får möjligheter att få större budget att använda sig av.



Sammanfattningsvis bedömer enheten att plattformen Crowdculture med sin mix av traditionell kulturfinansiering och crowdfunding är bäst lämpad som testplattform för ett utvecklingsprojekt inom crowdfunding i Nacka. 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.

## Referenser

- Almerud, M., Hallencreutz, D. & Wallin, G. (2013). *Tillväxt genom Crowdfunding?* Rapport 0156 Rev A. Stockholm: Tillväxtverket.
- Bannerman, S. "Crowdfunding Culture", *Journal of Mobile Culture*, 7:1, 2013.
- Röthler, D. & Wenzlaff, K. (2011). *Crowdfunding Schemes in Europe*. EENC Report – European Expert Network on Culture.
- Wikberg, E (2013). *Många bäckar små: En extern utvärderingsrapport av offentliga satsningar på crowdfunding i Blekinge, Kronoberg och Sörmland 2012-2013*
- Windell, K. (2013). *Jakten på medborgarfinansiering: en omvärldsanalys av crowdfunding*. Stockholm: Myndigheten för Kulturanalys.

Urval av artiklar publicerade på internet på utredningens tema

<http://computersweden.idg.se/2.2683/1.645873/eu-crowdfunding>

<http://www.driva-eget.se/nyheter/pengar/nu-oppnar-kickstarter-i-sverige>

<http://www.driva-eget.se/nyheter/pengar/4-nya-satt-att-fixa-finansiering>

<http://www.driva-eget.se/nyheter/foretag/behover-du-en-affarside-har-ar-29-superheta>

<http://www.crowdsourcing.org/editorial/2015--prosperity-through-crowdfunding-/52369>

<http://www.regeringen.se/pressmeddelanden/2015/07/finansinspektionen-ska-analysera-grasrotsfinansiering/>

[http://fi.se/upload/43\\_Utredningar/20\\_Rapporter/2015/grasrotsfinansiering\\_151215.pdf](http://fi.se/upload/43_Utredningar/20_Rapporter/2015/grasrotsfinansiering_151215.pdf)

<http://innovativkultur.se/sv/search/node/crowdfunding>

<http://innovativkultur.se/sv/search/node/crowdculture>

<http://innovativkultur.se/sv/search/node/crowd>