

Kulturnämnden

Crowdfunding

Förslag till beslut

Kulturnämnden noterar informationen till protokollet.

Sammanfattning

Kulturnämnden beslutade under våren 2016 att genomföra ett utvecklingsprojekt med crowdfunding på plattformen Crowdculture, drivet av Fabel kommunikation AB. Inför projektet genomfördes ett antal utbildningstillfällen i kommunikation och crowdfunding. Utbildningarna var uppskattade och besöktes av ett 40-tal aktörer. Fördelning av medel via plattformen Crowdculture öppnade i början av hösten 2016 och när första aktören lanserade sin kampanj visade det sig att plattformen led av flertal tekniska problem. Då dessa problem inte kunde åtgärdas avbröts fördelningen av medel via plattformen och medlen överfördes till kulturnämndens kulturstöd. Kulturstöden fick en förlängd ansökningsperiod och de avsatta medlen för crowdfunding fördelades via det ordinarie kulturstödet.

Ärendet

Kulturnämnden beslutade under våren 2016 enligt KUN 2016/18-869 att genomföra utvecklingsprojektet med crowdfunding på plattformen Crowdculture. Totalt skulle 200 000 kronor fördelas som kulturstöd via crowdfunding. Crowdculture valdes som plattform då det var den enda plattformen som arbetade med fördelning av offentliga medel med inslag av crowdfunding. Crowdculture drivs av Fabel kommunikation AB. I Sverige hade ett tiotal regioner och kommuner sedan 2011 använt sig av plattformen Crowdculture. Vid beslutstillfället fanns utlysningar och fonder, öppna på plattformen från region Kronoberg och Gävleborg.

Inför lanseringen av fonden gavs flera utbildningstillfällen i grunderna för crowdfunding och kommunikation för kulturaktörer i Nacka. Det hölls utbildningar om grunderna i crowdfunding och om hur man driver en marknadsföringskampanj med fokus på digital media. Undervisningen omfattade kommunikationsplanering, målgruppsanalys, lokalisering av kommunikationsvägar och formspråk.

I Sverige idag tillbringar människor allt mer tid i det digitala landskapet och i det konstanta bruset av budskap. Att hantera de digitala kommunikationsvägarna har blivit en viktig ingrediens för att nå fram till sin publik och en källa till att hitta alternativa finansieringsvägar, allt från att utöka sina nätverk till att engagera sin publik under projektets gång. En engagerad publik har större benägenhet att föra vidare information om projektet i sina nätverk, än en passiv. Detta är en viktig faktor i ett samhälle där sociala medier har ett stort utrymme och svenskarnas köpvänor i hög grad har förflyttas till internet. Utbildningarna inom marknadsföring och kommunikation var uppskattade och ett 40-tal kulturaktörer deltog vid utbildningstillfällena. Flera aktörer som tidigare mottagit kulturstöd från kommunen men också helt nya aktörer deltog i utbildningarna och var nyfikna på crowdfunding.

Fonden öppnade i början av hösten 2016, den första aktören lade upp en kampanj strax efter lanseringen. När kulturaktören publicerade sin kampanj uppenbarades ett flertal tekniska fel på plattformen.

Felen resulterade främst i att:

- Fördelningen av medel från privatpersoner och Nacka fonden inte fungerade.
- Informationen om projektets ekonomiska kalkyl och privata donatorer var missvisande.
- Sökfunktionen på plattformen fungerade inte.

De tekniska bristerna gjorde att kulturaktören inte kunde fortsätta bedriva sin kampanj och engagera sin publik. Då plattformen inte kunde garantera att kulturaktörernas kampanjer skulle fungera som det var tänkt och att kulturnämndens medel skulle fördelas effektivt till kulturlivet beslutades att avsluta samarbetet med Fabel kommunikation. För att kunna ge Nackas kulturliv möjlighet att ta del av medlen som var avsatta i fonden för crowdfunding omfördes fondens medel till kulturnämndens ordinarie kulturstöd. Det utlystes en ny ansökningsperiod och samtliga kulturaktörer som varit inblandad i Crowdculture fick möjlighet att ansöka via nämndens ordinarie kulturstöd vilket också flera gjorde.

Enhetens bedömning

Slutsatsen är att det idag inte finns en teknisk fungerande plattform för att fördela offentliga medel via crowdfunding. Intresset för crowdfunding som fenomen kvarstår dock. En indikation på detta är att regeringskansliet tillsatt en utredning om gräsrotsfinansiering, vilket är den svenska benämningen på crowdfunding. Utredningen ska bland annat analysera deltagarnas och plattformarnas roll, om det behövs en ny näringsrättslig lagreglering, samt göra en kartläggning av befintliga plattformar. Utredningen beräknas vara klar i slutet av 2017. Enheten kommer att följa utvecklingen och omvärldsspana inom området crowdfunding, och fördelning av offentliga medel. Om de tekniska förutsättningarna förbättras är det intressant att återigen titta på möjligheten för kulturnämnden att pröva crowdfunding som metod att fördela kulturstöd.



Inom utvecklingsprojektet med crowdfunding har kulturnämnden gett ett 40-tal kulturaktörer en kompetensutvecklande utbildning i att hitta alternativa vägar för att finansiera projekt, utveckla sina marknadsföringsmetoder och engagera sin publik. Medlen som var avsatta för finansiering via crowdfunding har gått till ett flertal kulturaktörer och projekt via ordinarie kulturstödet och på så vis kommit Nackas medborgare och kulturliv till godo.

Ekonomiska konsekvenser

Ärendet har inga ekonomiska konsekvenser. De 200 000 kronor som var avsatta i Nackas fond för crowdfunding fördelades inom riktlinjerna för det ordinarie kulturstödet. Övriga kostnader för kompetenshöjande insatser för kulturaktörerna hanterades inom kulturnämndens budgetram 2016.

Konsekvenser för barn

Crowdfunding har i tidigare projekt gynnat mindre och oetablerade aktörer med digital vana vilket också visade sig vara fallet i Nacka. Av de nya aktörerna som deltog i utbildningarna om crowdfunding var ett flertal unga vuxna som såg möjligheten att genom sina digitala färdigheter marknadsföra och finansiera sina projekt. Att använda sig av ny media istället för traditionella kanaler gav unga en ingång att ta del av kulturstöden.

Nadia Izzat
Enhetschef
Kultur- och fritidsenheten

Petra Huisman
Föreningsstrateg
Kultur- och fritidsenheten