coop CROWDFUNDING

Side 10

Fabeldyr blev født via crowdfunding

Idéen om at skabe trælegetøj med magneter fik liv via international crowdfundingkampagne

Side 14

Mia Wagner: Crowdfunding giver flere iværksættere succes

Med crowdfunding kan forbrugerne være med til at bestemme, hvilke projekter og idéer der overlever



Bliv klog på crowdfunding

Hvad er crowdfunding, hvordan foregår det, og hvem har glæde af det?



FOTO LINE FALCK

Invester i fremtiden

Crowdfunding handler om at gå sammen om at lykkes. Om at investere i hinanden og i dem, der kan og vil skabe fremtidens løsninger.

Danmark er et foreningsland rundet af andelsbevægelsen – at lykkes sammen er derfor en dansk grundværdi. Alligevel tøver vi, når det kommer til crowdfunding. Det er en skam, for der er stort set ingen begrænsninger, hvis vi alle – altså dig og mig – i højere grad ville investere i hinanden. De danske bankkonti bugner. Samlet har vi omtrent 1000 milliarder stående. Tænk, hvordan vi kunne forme fremtidens produkter, hvis vi investerede nogle af dem i innovative danske producenter i stedet for at lade for mange penge stå og trække negative renter. I første omgang skal vi have flere til at bruge crowdfunding. Med crowdfunding giver du noget og får noget igen. Som oftest et produkt eller en god forrentning på din investering. Samtidig er det transparent. Du ved, hvem der får pengene, og hvad de skal bruges til. Når en virksomhed crowdfunder, inviterer den forbrugeren indenfor og må gøre sig umage. Som jeg ser det, er det fremtiden: at virksomheder udvikler sig sammen med forbrugeren. Det vil give ansvarlige virksomheder, engagerede forbrugere – og bedre produkter.

Den største udfordring for crowdfunding herhjemme er det manglende kendskab. Vi er håbløst bag efter vores omverden. Det kan vi heldigvis lave om på. Derfor dette magasin, hvor vi introducerer dig for alle de fantastiske muligheder, der er inden for crowdfunding. Vi håber, du vil læse med, og at vi ser dig på Coop Crowdfundings platform, så du også kan være med til at bestemme, hvordan der skal produceres, og hvad vi skal spise i fremtiden.

Med venlig hilsen Nicolai Jæpelt, chef for Coop Crowdfunding

Hvad betyder det?

Crowdfunding er oprindeligt amerikansk, hvilket fremgår af de ord, der knytter sig til begrebet. Det kan være lidt af en tungetvister at udtale ordene, og der findes desværre ikke gode danske pendanter.

Crowdfunding
En række mennesker (crowden) går sammen om at finansiere (funde) et projekt. Typisk vil en virksomhed præsentere en idé og håbe på at få økonomisk opbakning til at realisere den.

Crowdfundingprojekt
Virksomheden præsenterer sin idé, og hvad der rejses penge til, via et 'projekt'. Projektet består af tekst, fotos, video og rewards/lånedetaljer.

Backers
Det kalder man dem, der investerer i crowdfundingprojekter.

Fuld funding
Når man crowdfunder, sætter man et beløb, man ønsker at rejse inden for en bestemt tidsperiode (typisk 1-3 måneder). Når beløbet er nået, er projektet fuldt funded eller nået i mål.

Reward
Virksomheden laver en række forskellige rewards (typisk 5-8), som varierer i pris og størrelse. Du støtter rewardprojektet ved at købe en reward. Det kan f.eks. være et produkt, en ydelse eller en oplevelse.

Ansvh. chefredaktør: Maiken Riis Friberg
Redaktør: Pia Thorsen Jacobsen
Skribenter: Louise Bech Junge, Laura Høst Mange og Henrik Saltzstein
Design og layout: Tina Zaremba
Forsidefoto: Line Falck **Styling:** Tina Zaremba
Bagsidefoto: Christel Frydkjær
Tryk: Quad/Graphics Europe

Brugt papir bør så vidt muligt afleveres til genanvendelse.

EU Ecolabel : PL/028/005

Indhold



8



16



14



6

Vidste du, at
FableWood er til pynt, men så robust, at man også kan lege med det



10

Side 4
Værd at vide om crowdfunding

Side 5
Kend de danske platforme

Side 6
Guide: Hvad er crowdfunding, hvordan foregår det, og hvem handler det om?

Side 8
Mask fra ølproduktion bliver til mel via crowdfunding

Side 10
Sådan blev legetøjsvirksomhed kickstartet

Side 12
Backer du på grund af den gode sag, det gode tilbud eller ønsket om at komme først?

Side 14
Mia Wagner: Med crowdfunding kan flere iværksættere lykkes

Side 16
Piedestalen under Frihedsgudinden var verdens første crowdfundede projekt

Side 18
Så stor er crowdfunding ude i verden

Side 19
Lånecrowdfunding skubber på de gode idéer

39%

af danskerne kender til begrebet crowdfunding, men kun 8% har selv aktivt brugt crowdfunding.



Der findes 4 typer af crowdfunding

Donation: Du støtter et projekt uden forventning om at modtage noget retur.
Reward: Du giver et bidrag og modtager et produkt, en oplevelse eller andet – hvis projektet bliver finansieret.
Lending: Du låner penge til et projekt og får renter af lånet.
Equity: Du skyder penge ind i en virksomhed mod at få en ejerandel.

Kendte kampagner

Kendte danske brands som Soundboks, FableWood og MATE har alle lavet crowdfundingkampagner.



Vidste du, at

crowdfundingkampagner, der rejser 30 procent eller mere i den første uge, har størst chancer for at få succes?

340.000 kr.

til kartoffelsalat. En crowdfundingkampagne, der omhandlede en kartoffelsalat, rejste tilbage i 2014 over 340.000 danske kroner.





Crowdfundet film vandt Oscar

Filmen *Hair Love*, der i 2020 vandt en Oscar for bedste animationsfilm, blev finansieret af en crowdfundingkampagne på amerikanske Kickstarter.

Video virker

Kampagner med video rejser i gennemsnit 105% mere i finansiering end kampagner, der ikke har en video.



20 millioner

Så mange besøgende har Kickstarter hver måned. Kickstarter er den største crowdfundingplatform, inden for reward, i verden.

3 crowdfundingplatforme, du skal kende

I Danmark har vi 3 crowdfundingplatforme, der giver dig mulighed for at støtte alt fra åbningen af en ny vinbar til avancerede teknologiske opfindelser

AF **LOUISE BECH JUNGE** FOTO **COOP CROWDFUNDING, REAL RELIEF, BOOMERANG** OG **GETTY IMAGES**

De 3 crowdfundingplatforme beskæftiger sig primært med rewardbaseret crowdfunding, som er den crowdfundingform, hvor folk viser interesse for projekterne ved at købe rewards. En reward er typisk en prototype på det nye produkt, som man støtter finansieringen af. Du bliver altså en af de første, der kan smage et nyt produkt fra en fødevareproducent, eller du kan modtage et signeret eksemplar af en ny vinylplade, hvis du støtter en musiker. Platformene giver iværksættere mulighed for at afprøve, om der er opbakning til deres idé, ved at sælge rewards direkte til den brede befolkning.



1. Til madglade med omtanke for miljøet

Den mest kendte danske crowdfundingplatform er Coop Crowdfunding, som siden sin oprindelse i 2017 har været særligt kendt for sine mange fødevarekampagner, hvor du kan støtte alt fra biavlere til åbning af vinbarer. Men du kan også hjælpe havskildpadder, støtte skovlandbrug og hjælpe nye kogebøger på vej. Fælles for projekterne er et stærkt fokus på bæredygtighed. Hvis du følger projekterne, vil du opdage, at produkterne sommetider kan findes i udvalgte fysiske butikker også.



2. Til dig, der gerne vil støtte innovation og nye opfindelser

Danmarks nyeste crowdfundingplatform er IDA Crowdfunding, som ingeniørforeningen IDA står bag. Projekterne hos IDA Crowdfunding bærer præg af innovation og teknologisk udvikling. Her kan du bakke op om projekter, der leder efter løsninger på problemer. Eksempelvis rejste virksomheden Real Relief 60.500 kr. til deres superklude, som fjerner bakterier og virusser helt uden brug af sæbe og med minimal brug af vand. Et velegnet produkt til særligt udviklingslande, hvor adgang til rent vand og sæbe ofte er begrænset.



3. Til de bredt interesserede

Den ældste crowdfundingplatform herhjemme er Booomerang, og den er kendetegnet ved, at stort set alle projekter er velkomne. Her kan du finde mange kunst- og kulturprojekter, men også en masse iværksættere, der mangler finansiering for at komme videre med deres drøm.

Hvad er crowdfunding?

Guide til at forstå, hvad crowdfunding er, hvordan det foregår, og hvem det handler om

AF **LOUISE BECH JUNGE** STYLING **TINA ZAREMBA** FOTO **LINE FALCK**

Finansiering af en idé

Iværksætteren har en god idé. Med crowdfunding kan han/hun afprøve, om ideen kan blive til virkelighed via den brede befolkning. Projektet kan være næsten hvad som helst – fra at redde en truet dyreart til at åbne en butik.

Crowdfunding foregår via internettet

Via internettet kan iværksætteren nå ud til mange flere mennesker end ved at stå nede på hjørnet og fortælle forbipasserende om det projekt, han/hun er så passioneret omkring. Crowdfunding er altså en genvej til at komme i kontakt med virkelig mange potentielle bidragsydere, købere, långivere eller investorer.

Crowdfundingplatformen er mellemleddet

Crowdfundingplatformen gør det nemt for dig at finde projekter, der interesserer dig. Platformen sørger også for, at alle transaktioner foregår på lovlig og ordentlig vis.

Målet skal nås, før projektet gennemføres

I ethvert crowdfundingprojekt vil du se et finansieringsmål, som skal nås inden for en vis tidsperiode, for at projektet bliver gennemført. Det kunne eksempelvis være 50.000 kroner til at renovere et butikslokale. Såfremt kampagnen når de 50.000 kroner eller mere, får iværksætteren pengene til at renovere sit butikslokale. Hvis kampagnen ikke når de 50.000 kroner, ryger pengene tilbage til dem, der har støttet projektet.

Crowden er os alle sammen

Crowdfunding er ikke en eksklusiv klub. Tværtimod. Hele idéen bag crowdfunding er, at vi hver især har mulighed for at bidrage økonomisk til de projekter, der giver mening for os individuelt. Om det så er mere klimavenlig mad eller et lokalt kunstprojekt.

Lidt som at shoppe på nettet

Crowdfunding kan minde om at shoppe på nettet. På en crowdfundingplatform opdager du et interessant produkt, du kunne tænke dig at købe, og når I er nok, der vil have fingre i produktet, sættes det i produktion. Du modtager sammen med de andre backere det nye produkt, som du på den måde er med til at sikre en plads i markedet.

Projekter inden for bøger, magasiner og tegneserier udgør den største gruppe, der har rejst kapital via reward-crowdfunding i perioden 2019-2020

KILDE: VÆKSTFONDEN





Aviaja Riemann-Andersen (t.v.) og Karin Beukel arbejder nu på at bruge al den overskydende væske fra masken til et drikkeprodukt.

Kvinder med krummer i

Mask fra ølproduktion er næringsrig, men langt det meste mask bliver brugt som foder til dyr i stedet for mad til mennesker. Det har de 2 kvinder bag virksomheden Agrain sat sig for at ændre på, så de udnytter masken fra bryggerier til at lave mel, der er særligt rigt på fibre og protein

AF **LAURA HØST MANGE** FOTO **LARS ANDREAS KRISTIANSEN** OG **AGRAIN**

»Det her er en kæmpe-tørretumbler, hvor der er monteret en støvsuger i bunden,« forklarer stifter af virksomheden Agrain, Aviaja Riemann-Andersen, og peger på en af de 3 store, skinnende maskiner, der står foran os.

Hun fortæller ivrigt, hvordan maskinerne forvandler den våde mask fra øl- og whiskyproduktionen til mel på Agrains fabrik i den lille by Bjæverskov på Østsjælland.

4 dage om ugen modtager Agrain 3 tons dampende mask i store, bleggule kar fra 5 forskellige bryggerier. Masken får lokalerne på fabrikken til at dufte af varmt og nyhøstet korn. Masken består af vand og korn, som bryggerierne bruger til at lave den urt, de gærer øllen på. De opblødte, havregrødslignende korn, der er tilbage, kan bryggerierne ikke bruge, så en del går til dyrefoder, mens resten ender på forbrændingen.

»På verdensplan går omkring 40 millioner tons mask til spilde, og det er jo vanvittigt, når der samtidig er mangel på mad,« siger Aviaja.

Derfor var der heller ikke tvivl om potentialet, da medstifter Karin Beukel blev præsenteret for idéen om at lade masken indgå i et nyt produkt. Hun var specialevejleder på Københavns Universitet, da en af eleverne, Emil Buhl Krøll, fortalte om projektet.

»Jeg har vejledt hundredvis af elever på innovations- og entreprenørskabsuddannelserne, men det er meget få gange, jeg er stødt på en idé, jeg virkelig kunne se perspektivet i,« siger Karin Beukel.

8 tons stål. Karin og Emil kunne ikke slippe idéen og ringede til Aviaja for at få hende med ombord. Emil er siden trådt ud af virksomheden, fordi han flyttede til udlandet, men de 3 stiftede sammen Agrain i sommeren 2018, da Aviaja efter 15 år i kosmetikbranchen valgte at sige sit job op. Men fordi virksomheden er en af de eneste på verdensplan, har processen været lang, og vejen lidt kringlet.

»Har du malkekvæg, kan du bede om den samme malkemaskine, som naboen har, men vi har ikke bare kunnet bede om de samme maskiner, som andre har, for der er stort set ikke andre, der gør det, vi gør,« siger Karin.

Maskinerne skulle produceres i Kina og finjusteres, så de passede til at forvandle mask til mel. Knap et år efter stiftelsen ankom en lastbil med 8 tons stål til fabrikken: en maskine til at sortere vandet fra masken, en til at tørre masken og en til at male kornene.

Crowdfunding var startskuddet. Red lager står der på den ene af de store, hvide sække med tørret mask i midt i fabrikslokalet. Whisky står der på den ved siden af. Sammen med små bunker af fint, mørkt mel på gulvet vidner de om, at produktionen nu er i fuld gang. Men selvom man selv synes, man har verdens bedste produkt, er det ikke ensbetydende med, at nogen vil købe det.

Agrain ønskede at skyde produktion i gang med et brag, og derfor valgte de for to år siden at starte et crowdfundingprojekt for at få penge til en maskine, der gjorde pakningen af melet lettere, selvom de ikke havde nogen produktion endnu.

»Vi havde ikke engang puttet mel i poserne, da vi skød videoen til projektet. Vi havde ingenting ud over maskinerne, så de poser, vi tog ned fra butikshylderne i filmen, var lidt snyd,« forklarer Karin.

Projektet gik i luften på Coop Crowdfundings platform i vinteren 2019, og efter blot 5 dage nåede de deres mål på 50.000 kr. Da projektet udløb, havde de 2 kvinder samlet knap 80.000 kr. ind. De første poser mel, der blev pakket og sendt af sted fra fabrikken i Bjæverskov, var til de mere end 210 mennesker, der havde støttet projektet. Siden har Agrain kastet sig over andet end mel og har nu også udviklet både granola, crackers og chips, der alle er lavet på masken. Desuden har de landet en aftale med Irma, hvor de får lov til at sælge deres produkter.

> *»På verdensplan går omkring 40 millioner tons mask til spilde, og det er jo vanvittigt, når der samtidig er mangel på mad*

Aviaja og Karin var overvældede og enormt glade for den store opbakning, de modtog. Pengene brugte de til en pakkemaskine, så de ikke længere skal klipse alle poserne med mel sammen i hånden. Knap et år senere lavede de endnu et projekt, men pengene er ikke det bedste, de får med sig fra projekterne.

»Det vigtigste er den anerkendelse, vi får gennem crowdfunding. Vi får en helt anden type ambassadører for vores produkter, når folk støtter os. Kunderne tror meget mere på det, når deres venner eller familie roser vores produkter, frem for når jeg gør, eller når det står i en reklame,« siger Aviaja. CC

Fakta om Agrain

- Begge Agrains crowdfundingprojekter har været reward-crowdfunding, hvor man som backer har fået produkter igen som tak for støtten.
- Coops bagere, BrødCooperativet, har siden maj måned brugt melet fra Agrain i en del af deres brød.
- Maskmelet indeholder 20 procent protein og 50 procent fibre.



Fabeldyrene fra Fyn er mere end bare **legetøj**

Udfordringer ved at samle Legoklodser satte gang i idéen om magnetisk legetøj. Mød de to iværksættere bag FableWood, som kickstartede virksomheden ved hjælp af crowdfunding

AF **LAURA HØST MANGE** FOTO **KARINA BAK** OG **FABLEWOOD**





Kristian Sidelmann (t.v.) og Rasmus Fiil Svarrer kender hinanden fra design- og innovationsstudiet på Københavns Universitet.

Alle FableWoods 4 crowdfundingprojekter har været reward-crowdfunding, hvor man som backer har fået produkter for de penge, man har støttet med.



Klik ... klik ... klonk. De små trædele falder næsten automatisk på plads, når Kristian Sidelmann med øvede hænder bytter rundt på delene. På bordet foran ham ligger en håndfuld små træfigurer, der alle forestiller forskellige dyr. Nogle er fuldstændige og står op, mens andre mangler et hoved eller måske et ben.

Kristian er designeren bag de små trædyr, og sammen med vennen, Rasmus Fiil Svarrer, etablerede han for 4 år siden virksomheden FableWood.

»Jeg var blevet far og kunne se, at det ikke helt lykkedes min datter at lege med Lego, fordi klodserne var for svære at få samlet,« fortæller Kristian.

Det fik idéen om legetøj med magneter til at spire, og da han skulle fremstille et produkt i et designfag på universitetet, gik han i værkstedet med en håndfuld skitser af sjove, magnetiske trædyr, der kunne samles på kryds og tværs. Inden han afleverede prototyperne til eksamen, viste han figurerne til Rasmus Fiil Svarrer, og samme aften tikkede en besked ind på hans telefon:

»Det her er fedt. Det skal vi!«

I pendulfart til posthuset. Nu står der et udsnit af de 20 trædyr, som de 2 venner har fået fremstillet og solgt, på bordet i det kontorfællesskab, de er en del af i Odense.

Da de blev færdiguddannede som civilingeniører i design og innovation i 2017, stod de med en god idé, en enorm iver efter at komme i gang og helt tomme lommer. Derfor valgte de at lave et crowdfundingprojekt på den internationale platform Kickstarter.

»Vi var fuldstændig afhængige af, at projektet kom i mål, for ellers havde vi ikke penge til at få produceret noget,« siger Rasmus.

Der var dog ingen grund til bekymring, for da projektet var færdigt, var Rasmus og Kristian på en måned blevet 400.000 kr. rigere, mod at de leverede træfigurer til dem, der havde støttet projektet. Ordren på dyrene blev sendt af sted til fabrikken i Vietnam, og 10 måneder senere ankom de første pakker.

»Jeg var lige flyttet i hus, så vi havde lager i min garage. Vi pakkede alt i hånden og kørte i pendulfart til posthuset for at få sendt figurerne af sted til folk i hele verden,« fortæller Rasmus.

Omkring et halvt år efter crowdfundingsuccesen pitchede de deres koncept for en række investorer, og pludselig var der rift om at få del i fabeldyrsfabrikken.

»Flere investorer var interesserede, og det tror jeg aldrig var sket, hvis ikke vi havde haft crowdfundingprojektet. Det var jo et kæmpe bevis på, at der fandtes folk derude, som gerne ville købe produktet,« siger Rasmus.

Legetøj til børn eller pynt til voksne? De allerførste dyr blev lavet i krydsfiner. Nu bliver de lavet i nordamerikansk valnød og ask, og det kan være svært at vurdere, om trædyrene er legetøj til børn eller pyntegenstande til stuen – og det er lige præcis det, de 2 mænd bag FableWood ønsker. Målet er at lave et stykke legetøj, du gerne vil have stående fremme, men som børnene faktisk må tage ned af hylderne og pille ved med deres fedtede fingre.

Siden dagene på lageret i garagen er der kommet flere dyr til, og det lille FableWood-univers består nu af så mange, at det kun er fantasien, der sætter grænser for, om dit fabeldyr skal være en struds med et næsehorn, en giraf med et næb eller en krokodille med gorillaarme.

Crowdfunding er meget mere end penge. Antallet af crowdfundingprojekter er også vokset siden første kickstart i 2018, for Rasmus og Kristian har 4 gange lanceret deres nye kollektioner af dyr gennem Kickstarter. De har efterhånden samlet over 2 millioner kroner ind fra mennesker over hele verden, og de arbejder begge fuldtid på projektet.

»Det er helt vildt mange penge, men der ligger også ekstremt meget arbejde bag hvert crowdfundingprojekt. Det er ikke bare at smide et billede og lidt tekst op og vente på, at pengene tikker ind,« forklarer Kristian.

Op til hvert projekt bruger de tid på at planlægge, skrive pressemeddelelser, tage billeder, klippe video, skrive nyhedsbreve til gamle og nye kunder, svare på spørgsmål online og sprede budskabet om deres nye projekt blandt venner og bekendte.

150.000
træer er blevet plantet via FableWoods samarbejder med Eden Reforestation Project. For hvert trædyr, der sælges, plantes der 5 træer i et uland

FableWood er ikke i tvivl om, at de vil gøre det igen, for de føler, det er blevet en del af deres DNA at lancere nye dyr gennem crowdfunding. Det handler heller ikke om pengene længere. Rasmus og Kristian har investorer i ryggen og penge nok til at få sat en produktion i gang.

»Det fællesskab og den interaktion, vi har med folk, der støtter vores projekt, får vi ikke andre steder. Det er en helt anden oplevelse for os, end når vi sælger på vores webshop eller får en ny forhandler. Crowdfunding er meget mere end penge, og det er vanvittig sjovt!« siger Kristian.



Hvilken type backer er du?

Crowdfunding er intet uden dem, der støtter alle projekterne. I fagsprog kalder man dem backers. Man kan opdele backers i 3 typer, men mange er med både på grund af den gode sag, det gode tilbud og ønsket om at komme først

AF **LOUISE BECH JUNGE** FOTO **STEVEN BICCARD** ILLUSTRATION **SLAWOMIRA BEDNARZ**

FILANTROPEN: Vil gerne støtte iværksætteren og den gode idé. Her er det i høj grad lysten og viljen til at se projekter lykkes, der er drivkraft. Filantropen støtter ofte lokale projekter.



FIRST-MOVEREN: Kan godt lide at få adgang til spændende ting før andre. Det kan være nye innovative produkter eller adgang til at se en ny film før alle andre. Det er især nysgerrigheden, der driver denne type backer.



TILBUDSJÆGEREN: Vil gerne gøre en god handel. Rewards i crowdfundingprojekter kommer ofte med en rabat, og derfor kan man altså gøre en ret god handel, når man bakker op om crowdfundingprojekter.



»Crowdfunding skærer noget af flæsket væk«

Mads Svaneklink, der er 40 år og kommunikationsrådgiver, estimerer, at han i hvert fald har støttet 20+ crowdfundingprojekter, siden han i 2012 fik øjnene op for konceptet. For Mads er det vigtigt at støtte op om især lokale projekter og ildsjæle, som gør en forskel.

»Det jeg godt kan lide ved crowdfunding, er, at det skærer noget af flæsket væk, forstået på den måde, at pengene jo går direkte til iværksætteren, og ikke til alle mulige mellemled. De penge, jeg tjener, skal sættes i værk, og så kan jeg godt lide at se mine penge blive brugt til noget godt.«

Mads har blandt andet støttet åbningen af en kaffebar i Rødovre. Det gjorde han gennem Coop Crowdfunding, hvor projektejerne, Lea og Simon, skulle rejse 65.000 kroner for at kunne renovere det lokale, de havde udset sig til kaffebaren. Crowdfunding-kampagnen blev en stor succes og rejste hele 85.575 kroner, blandt andet takket være Mads.

Da Mads en dag tilfældigt slog et smut forbi kaffebaren, der fortsat var under renovering, blev han mødt af et stort kram. Mads og 239 andre rare mennesker havde gjort drømmen til virkelighed ved at bakke op om crowdfunding-kampagnen, og den taknemmelighed blev helt tydelig den dag, han kom forbi.



»Jeg støtter de unikke produkter, man ikke finder i en butik«

Tobias Hyldeborg, der er 28 år og Digital Marketing Manager, har støttet 33 crowdfundingprojekter på amerikanske Kickstarter. Det har primært været kampagner for fysiske produkter, men Tobias har også støttet f.eks. podcasts. For Tobias er crowdfundingplatformene et rigtig godt sted at finde nogle nye, spændende produkter.

»Jeg backer typisk projekter, hvor der er et eller andet unikt ved dem – en interessant kant, som man måske ikke lige kan finde ved at handle i en fysisk butik i Danmark eller lignende. Altså hvor de har fundet på et eller andet sjovt eller spændende, som du ikke finder alle andre steder.«

Tobias har især været glad for et af de projekter, han har støttet: et par sko, som han synes er virkelig gode at gå i. Skoene er bedre og behageligere at gå i end alle andre sko, han har prøvet. På grund af begejstringen for skoene har han sidenhen støttet endnu en kampagne fra samme virksomhed – men denne gang var det en rygsæk, der skulle crowdfundes. Den venter han nu spændt på, og forventningerne er ret høje, fordi de kommer fra et brand, han stoler på.

»Det er fedt, når virksomhederne lever videre i den ånd, som der er ved crowdfunding og startup. På den måde er man lidt med på rejsen.« CC



Mia Wagner og Anne Stampe, stiftere af Nordic Female Founders, er store fortalere for crowdfunding.

Med **crowdfunding** kan flere iværksættere **lykkes**

Ifølge en undersøgelse fra Dansk Erhverv tager kun 4 procent kvinder springet som iværksættere. Det er halvt så mange som blandt mændene. Kvinder får også markant mindre kapital fra investeringsfonde – til gengæld er de gode til at crowdfunde

AF **LOUISE BECH JUNGE** FOTO **PRESSE**

Da Mia Wagner og Anne Stampe etablerede virksomheden Nordic Female Founders i 2020 efter mange år i familiekoncernen Freeway, var det for at gøre det nemmere at være og blive kvindelig iværksætter. Der er nemlig, som Mia Wagner understreger, en stor ubalance, når vi kigger på, hvordan fordelingen af f.eks. investeringer tilfalder henholdsvis mandlige og kvindelige iværksættere. Og her kommer crowdfunding ind i billedet. Crowdfunding er nemlig en rigtig god mulighed for succesfuldt at finde kapital for kvindelige iværksættere.

»Crowdfunding lider ikke under den samme skævhed, som vi ser i de traditionelle markeder for finansiering. Det er nok også derfor, at så mange kvinder lykkes med crowdfundingkampagner,« siger Mia Wagner, der også er kendt for sin rolle i tv-programmet *Løvens Hule*.

Anne Stampe peger på, at 47 procent af de succesfulde crowdfundingkampagner på den amerikanske crowdfundingplatform Indiegogo er skabt af kvinder. Også på danske Coop Crowdfunding viser tallene, at 85 procent af de projekter, der er helt eller delvist skabt af kvinder, er nået i mål, mens »blot« 73 procent af projekterne uden en kvinde på holdet er nået i mål.

Til sammenligning viser tal fra Danmark, at kun 1 procent af kapitalfondenes investeringer tilfalder kvindelige startups.

Kan du lide produktet? Men crowdfunding handler om mere end køn – det handler om, at forbrugerne kan være med til at bestemme fremtidens produkter:

»Med crowdfunding er der opstået en mulighed for, at den brede befolkning får medbestemmelse i, hvilke projekter der kommer videre på rejsen. Og her handler det jo ikke om, hvorvidt det er en god investering for dem eller ej, men i højere grad om de værdier og interesser, projektet taler ind i,« siger Anne Stampe.

»På den måde kan man jo bakke op om lige præcis de projekter, der falder i ens interesse – om det så er mad, teknologi eller musik,« siger Mia Wagner.

Med crowdfunding bliver der også plads til alle de iværksættere, der måske ikke drømmer om at blive en kæmpe virksomhed, men som bare gerne vil udleve drømmen om eksempelvis at producere en virkelig god honning. Og dem skal der også være masser af plads til, forklarer Mia Wagner.

Både Anne Stampe og Mia Wagner peger på, at crowdfunding på den måde kan give flere projekter og iværksættere finansiering tidligere, og det kan på den måde være et godt startskud til at løfte virksomhederne. Ganske enkelt takket være alle de individuelle forbrugere, der går sammen om at støtte de små iværksættere.

Investering i hudplejebrand. For nylig har Nordic Female Founders investeret i det danske hudplejebrand Lucia Care, inden virksomheden har haft en reel omsætning.

> ***»Man kan jo bakke op om lige præcis de projekter, der falder i ens interesse – om det så er mad, teknologi eller musik***
>
> MIA WAGNER

»Da vi investerede i virksomheden Lucia Care, var det første gang, vi lagde en investering i en virksomhed på et så tidligt stadie – de havde ikke solgt et eneste produkt endnu. Det gjorde vi på baggrund af en stor tiltro til produkterne og teamet bag, og med en tro på, at vi kunne bidrage med kompetencer, der kan få brandet ud over stepperne. Og takket være crowdfundingkampagnen hvor man kunne forudbestille produkter, fik vi valideret, at der i den grad er et marked for Lucia Cares produkter,« fortæller Mia Wagner.

Mia Wagner og Anne Stampe opfordrer danskerne til at støtte op om de små iværksættere – blandt andet gennem crowdfundingprojekter.



Hvor kom idéen fra?

Piedestalen under Frihedsgudinden i New York omtales som verdens første crowdfundede projekt, og nutidens forbrugere vil stadig gerne støtte på crowdfundingfacon, forklarer assisterende professor Kristian Roed Nielsen fra Copenhagen Business School, der igennem mange år har forsket i crowdfunding

AF **LOUISE BECH JUNGE** FOTO **SARAH MEDSJÖ** OG **GETTY IMAGES**



»Den største misforståelse er, at crowdfunding bare er folk, der er ude på at snyde. At det bare er en let måde at få penge på. Hvis vi kigger på fakta, så leverer næsten alle projekter det, de lover

KRISTIAN ROED NIELSEN

Hvordan er crowdfunding opstået?

»Tanken med crowdfunding og det, at mennesker går sammen om et fælles projekt, er ikke specielt nyt. Det er jo ret fundamentalt for os som mennesker, at vi kan slå os sammen om at skabe noget fælles. Nogle siger, at det første originale crowdfundingprojekt faktisk var at finansiere piedestalen til Frihedsgudinden i USA. Amerikanerne fik den her fantastiske gave af Frankrig, men manglede penge til at opføre piedestalen. En amerikansk avisejer lavede derfor en slags crowdfundingkampagne, hvor han lovede, at hvis folk donerede en dollar eller derover – som var en del penge dengang – ville de få en lille frihedsgudindemønt tilbage som en reward. Og med det initiativ rejste de den kvarte million dollars, der manglede. På den måde kan man altså sige, at finansieringen af Frihedsgudindens piedestal var det første crowdfundingprojekt.«

Hvornår begyndte crowdfunding så at tage rigtig fart?

»Med internettets opståen blev det muligt at lave crowdfunding, som vi kender det i dag. Da finanskrisen kom, fik crowdfunding virkelig plads og betydning. Der var både et behov for finansiering og en lyst til at finde alternativer til banken. Man kan sige, at krisen fik crowdfunding til for alvor at udvikle sig. På det tidspunkt begyndte det at gå rigtig hurtigt, og nu går det kun hurtigere og hurtigere.«

Hvordan ser du fremtiden for crowdfunding i Danmark?

»Det ser godt ud. Der er et folkeligt ønske om at støtte projekter – med coronakrisen har vi talt meget om at støtte lokalt, og det har man kunnet gøre på de danske crowdfundingplatforme. Men crowdfundingprojekterne er afhængige af, at der er iværksættere og idéer, og på den måde kan man måske være lidt nervøs, for vi er ikke just et iværksætterland, så vi kommer måske ikke til at kunne følge med Sverige eller England. Men hele konceptet omkring crowdfunding kommer helt sikkert til at vokse.«

Er crowdfunding bare moderne deleøkonomi?

»Det bygger rigtig nok på nogle af de samme tankegange rent teknisk med platformene, der faciliterer kontakt mellem folk, men nej, jeg ville ikke kalde crowdfunding for deleøkomoni. I crowdfunding deler man som sådan ikke noget, man er derimod mange små, der går sammen om at bakke op om et projekt.«

Er der nogle trends, der kommer til at fylde meget inden for crowdfunding?

»Ja, visse typer projekter vil vi se mange flere af. Projekter inden for den cirkulære økonomi kommer vi eksempelvis til at se mere til. Altså hvor man genanvender eller genbruger ting, vi tidligere har anset som affald, men som vi nu opdager faktisk har værdi. Og crowdfunding er jo en fantastisk måde at teste alle mulige idéer af på et potentielt publikum. Jeg tror, cirkulær økonomi kommer til at være helt central. Jeg tror også, plantebaserede projekter kommer til at fylde endnu mere. Man ser en del plantebaserede snacks og køderstatninger, og de kommer til at være en del af det voksende marked.«

Er der nogle misforståelser omkring crowdfunding, som vi bør aflive?

»Ja, den største misforståelse er, at crowdfunding bare er folk, der er ude på at snyde. At det bare er en let måde at få penge på. Hvis vi kigger på fakta, leverer næsten alle projekter det, de lover. I Danmark er det et fåtal af kampagner, hvor producenten ikke leverer. I de få tilfælde handler det ikke om, at producenten ikke prøver, men snarere at han måske ikke magter opgaven, han har sat sig for. En del af dem, der ikke kender crowdfunding, kan godt behandle fænomenet lidt, som om det er en måde at svindle penge på, men det er det langtfra. Det er personer, der beder om hjælp, og som sætter deres navn på spil.« CC

Crowdfunding i verden

Her er 4 fakta om crowdfunding på verdensplan, som du måske ikke kender – og de kan give dig en idé om, hvor stor crowdfunding faktisk er

AF **LOUISE BECH JUNGE** ILLUSTRATION **TINA ZAREMBA**

1. I hvilke lande er der størst tradition for crowdfunding?

Selvom crowdfunding bliver mere kendt og almindeligt i Danmark, så er de helt store spillere på verdensplan Kina, USA og Storbritannien. De lande gør mest brug af crowdfunding, hvilket især afspejles i de enorme pengesummer, tilsammen over 250 milliarder dollars, der hvert år ryger gennem crowdfundingplatforme i de tre lande.

2. Hvilken form for crowdfunding er mest almindelig på verdensplan?

Crowdfundingformen crowdlending er den mest populære på verdensplan, hvis vi kigger på finansiering i kroner og øre. I crowdlending låner iværksætteren penge til sit projekt af personer som dig og mig – i stedet for f.eks. at gå i banken. Men den mest kendte crowdfunding er den rewardbaserede crowdfunding. Her støtter man en producent og får noget igen – som regel en førsteudgave af det nye produkt, en ydelse eller en oplevelse.

3. Hvilke crowdfundingplatforme er de største?

Inden for den rewardbaserede crowdfunding er amerikanerne virkelig dygtige. Og det hænger nok sammen med, at de 2 største platforme på verdensplan inden for rewardcrowdfunding er amerikanske. De 2 platforme hedder Indiegogo og Kickstarter og har eksisteret siden henholdsvis 2008 og 2009. Hver eneste dag lanceres hundredvis af nye crowdfundingprojekter på de 2 platforme af iværksættere fra hele verden. Håbet for mange af disse iværksættere er at nå ud til så mange mennesker som muligt, som potentielt kan finansiere deres projekt. Med mellem 20 og 25 millioner månedlige besøgende på platformen Kickstarter er der gode chancer for at blive set.

4. Hvor mange penge bliver der rejst til crowdfundingprojekter i verden?

De 13 mest succesfulde kampagner nogensinde på amerikanske Kickstarter er fra USA. De har alle rejst mellem svimlende 48 og 124 millioner danske kroner. Blandt projekterne finder du alt fra 3D-printere til kortspil, så der er noget for enhver smag og interesse. Også danske virksomheder har gjort det rigtig godt på de amerikanske platforme. For eksempel rejste MATE Bike 44 millioner kroner på Indiegogo til den lille sammenklappelige elcykel, og LastObject, der arbejder med alternativer til engangsprodukter, rejste i deres første Kickstarterkampagne over 4,7 millioner kroner.



20 mio.

besøgende har crowdfunding-platformen Kickstarter om måneden

Skub på de gode idéer med lånecrowdfunding

Med lånecrowdfunding kan du bakke op om projekter og samtidig få et godt afkast

AF **HENRIK SALTZSTEIN** FOTO **STINE HEILMANN** OG **GETTY IMAGES**





Crowdlending, peer-to-peer lending eller bare lånecrowdfunding er forskellige termer, der dækker over det samme, nemlig at en række almindelige mennesker går sammen om at finansiere en virksomhed eller et projekt. De investerer hver især et større eller mindre beløb ud fra samme princip om forrentning og risiko, som var de en bank.

Charlotte Skovgaard, der er administrerende direktør i Merkur Andelskasse, sætter ord på, hvorfor lånecrowdfunding ikke skal ses som en trussel, men i stedet som et sundt supplement til bankerne:

»Lånecrowdfunding er et supplement og et alternativ til bankens rolle som långiver. Det er en god måde at understøtte bæredygtige projekter og virksomheder på, og samtidig er det meget demokratisk, for det giver forbrugerne mulighed for at bakke op om en idé eller et projekt, de tror på, og samtidig få et afkast.«

Selvom det lyder oplagt – særligt nu hvor mange oplever, at deres opsparing står og trækker negative renter i bankerne – halter Danmark faktisk en del efter udlandet, hvor lånecrowdfunding har været den dominerende disciplin inden for crowdfunding i årtier. Noget af forklaringen skal måske findes i den danske folkesjæl:

»Både dem, der søger finansiering, og de private, der vil investere, tøver med at benytte sig af lånecrowdfunding. Virksomhederne tænker måske, at det er mere besværligt end at gå i banken. For de private långivere kan det være svært at vurdere, om der er en fornuftig sammenhæng mellem den risiko, man løber, og det, man får i afkast,« siger Charlotte Skovgaard, der dog ikke er i tvivl om, at vi i fremtiden vil se denne finansieringsform vinde indpas:

»Jeg er helt overbevist om, at danskerne vil tage imod denne form for finansiering og investering, ligesom man har gjort det i udlandet. Stadig flere ønsker at bidrage til den grønne omstilling, og her kan lånecrowdfunding være en oplagt mulighed. Samtidig er det en måde for virksomhederne at medvirke til, at det er forbrugerne og ikke bankerne, der får chancen for at gøre en god forretning.«

> ***»Det en måde for virksomhederne at medvirke til, at det er forbrugerne og ikke bankerne, der får chancen for at gøre en god forretning***
>
> CHARLOTTE SKOVGAARD

Her bidrog forbrugerne

- **THISE MEJERI:** Lånte 1 million kroner til at udfase sojafoder. Lånet blev fuldtegnet på 1 time af 147 backers.
- **HERSLEV BRYGHUS:** Lånte 1 million kronrt til at bygge en chokoladefabrik i Herslev. Lånet blev fuldtegnet på 4 timer af 200 backers.
- **VILSUND BLUE:** Lånte 500.000 kroner til at etablere en økologisk muslingefarm. Lånet blev fuldtegnet på 31 minutter af 85 backers.

Danske låneplatforme

- **lendino.dk**
- **kameo.dk**
- **flexfunding.com**
- **crowdfunding.coop.dk**
- **makari.dk**















coop CROWDFUNDING

– LAD OS INVESTERE I HINANDEN

Coop Crowdfunding er Coops egen crowdfunding-platform, som så dagens lys i 2017. Siden da har mere end 600 seje iværksættere benyttet platformen til at realisere deres drømme – og med hjælp fra helt almindelige mennesker skabt alt fra dansk cider og håndlavet sæbe til en ny vinbar og et osteri.

Er du iværksætter, kan du gøre det samme; oprette et projekt og få din idé eller produkt testet hos forbrugerne. Er du ikke selv sprunget ud som iværksætter, men vil du gerne have indflydelse på fremtidens produkter, kan du finde dit yndlingsprojekt på platformen – med nye og spændende projekter fra hele Danmark – og blive en del af fællesskabet, der får det til at lykkes.

Læs mere på crowdfunding.coop.dk