

Crowdfunding in de openbare ruimte

AUTEUR Ellen van Holstein

FOTOGRAFIE Ellen van Holstein, Ossip van Duivenbode & SLA
Architecten

Crowdfunding is in. Waar de methode eerst werd gebruikt in de kunstwereld, wordt het nu ook ingezet voor de financiering van projecten in de openbare ruimte. Dat lijkt handig, want net nu de budgetten van overheden slinken, is het hip als burgers gezamenlijk de zorg voor ruimtelijke kwaliteit op zich nemen. Is crowdfunding een sleutel tot een sterkere gemeenschap?

Stedenbouwkundigen Jeroen Leemans en Dominic Tegelbeckers van HKB Urban Producers gingen in gesprek over de mogelijkheden en risico's van de nieuwe trend crowdfunding met stadsantropoloog Chiara Camponeschi, auteur van *The Enabling City*. Omdat opdrachten door de recessie afnemen, werken Leemans en Tegelbeckers sinds een jaar niet enkel meer naar aanleiding van opdrachten. Zij zagen dat ruimtelijke vraagstukken bleven liggen en ontwikkelden alternatieven om stedelijke projecten te financieren. De stedenbouwkundigen begonnen onder de naam Urban Producers met crowdfunding. Zij lanceerden een website waar mensen nieuwe projecten kunnen aandragen en projecten van anderen met geld of materiaal kunnen steunen. Leemans en Tegelbeckers hebben nu een jaar ervaren wat de mogelijkheden en de valkuilen van deze methode zijn. Chiara Camponeschi staat niet achter de commerciële kant van deze aanpak. Ze begon aan de universiteit van Toronto aan haar onderzoek naar strategieën zoals crowdfunding omdat ze zich verbaasde over wat ze zag gebeuren. "Toen ik aan mijn onderzoek begon zag ik overal om mij heen dat consumentisme werd verward met activisme, CO2 reductie met omgevingsbewustzijn en groei met innovatie. Nergens in de alledaagse praktijk zag ik de principes van zelforganisatie, gemeenschappelijk draagvlak en interactie. In plaats daarvan worden burgers zoals ikzelf aangemoedigd om 'groen' te kopen en geld te doneren aan verre oorden vanuit de comfortabele thuisomgeving." Volgens Camponeschi kan crowdfunding veel meer

zijn dan een financiële bijdrage aan een project. "Het leuke van crowdfunding is dat je er mensen een stem mee kan geven en met anderen in gesprek kan laten gaan." Daarom zet ze zich ervoor in om bewoners bij lokale projecten te betrekken.

De methode crowdfunding

Crowdfunding houdt in dat publiek wordt gevraagd om een bijdrage te leveren aan een project. Tot voor kort werd crowdfunding vooral ingezet door muzikanten en kunstenaars om geld in te zamelen voor de productie van een droomplaat of een schilderij. Het project was dan bedoeld voor een heel specifiek publiek dat graag wilde investeren in die artistieke ontwikkeling. Bij dergelijke culturele initiatieven kunnen donateurs, afhankelijk van hun bijdrage vaak rekenen op beloningen zoals een gesignde tekening of toegang tot concerten. Inmiddels is crowdfunding in de culturele sector een gevestigde methode en internetsites zoals wecomenerwel.nl, voordkunst.nl en crowdaboutnow.com helpen ondernemers hun project te presenteren en binnenkomende geldstromen te beheren.

Crowdfunding in de openbare ruimte is echter nieuw. De risico's en de grenzen van de mogelijkheden worden nog afgetast. Dat de openbare ruimte geen strak afgebakende doelgroep heeft is één van de uitdagingen. Daarnaast speelt de morele vraag wie over de openbare ruimte beslist, want de projecten die met crowdfunding tot stand komen raken ook de mensen die niet mee doen. Om deze redenen is het interessant de ervaringen van Camponeschi en stedenbouwkundigen Leemans en Tegelbeckers uit te diepen. Wanneer is crowdfunding volgens hen een gepaste methode, wat is de meerwaarde en waar vinden zij dat de verantwoordelijkheid moet liggen voor de openbare ruimte?

Crowdfunding zet mensen er toe om na te denken over hun omgeving

Tussen publieke zaak en privaat belang

Crowdfunding in de openbare ruimte, hoe pak je dat aan? "Een stad is geen pen", zo opent Leemans het gesprek. "Een stad is geen product waarin je investeert, dat je vervolgens produceert en uiteindelijk op de markt brengt om winst te maken." Omdat er geen winst wordt behaald zijn projecten niet interessant voor investeerders. Daarom is crowdfunding meer geschikt voor projecten in de openbare ruimte dan een financieringsconstructie op basis van investeringen.

In Nederland zijn overheden verantwoordelijk voor de inrichting en het onderhoud van straten, stoepen en pleinen. Via belastingen hebben zij daar middelen voor. Het is daarom de vraag welk soort projecten gefinancierd zal worden met crowdfunding. Volgens Leemans blijven overheden verantwoordelijk voor basisinfrastructuur zoals het verkeersnet en rioleringen: "Niemand is er bij gebaat om dat soort zaken decentraal te gaan regelen."

Leemans en Tegelbeckers vinden dat kleinere projecten met crowdfunding kunnen worden gerealiseerd. Maar anderen blijven dat



Van links naar rechts Domonic Tegelbeckers, Chiara Camponeschi en Jeroen Leemans.

de taak van gemeenten vinden. Zo liet architectuurhistoricus Wouter Vanstiphout in een interview met het Architectenweb Magazine weten het te gek voor woorden te vinden dat de initiatiefnemers van de Luchtsingel (zie kader) beter in staat zijn op te komen voor lokale belangen dan dat de Dienst Stadsontwikkeling is. En dat terwijl die dienst daarvoor verantwoordelijk is en daarvoor wordt betaald. Camponeschi: "het risico bestaat dat burgers in sommige gevallen dubbel belast in plaats van geholpen worden. Waar ik vandaan kom in Italië wordt weinig gedaan met overheidsgeld en de vraag om bij te dragen aan een publiek project zou daarom een klap in het gezicht van de belastingbetaler zijn." Volgens Camponeschi is het mooie aan crowdfunding dat het burgers een stem kan geven in bestuurlijke kwesties. Soms, zoals in het geschetste Italiaanse voorbeeld, kan dat beter worden bereikt met participatief budgetteren. Mede daarom vindt Leemans dat de overheid duidelijker moet zijn: "Het is giswerk om te zeggen welke partijen belang hebben bij welke projecten. Bij elk project liggen de verhoudingen anders. Het is bij uitstek de taak van de overheid om de verdeling van die belangen te controleren en duidelijkheid te geven over de verdeling van verantwoordelijkheden."

Hergroeperen van spelers in stadsplanning

Als het aan de stedenbouwkundigen ligt zullen zij in de toekomst tussenpersoon zijn van burgers en overheden. Zover is het volgens Leemans echter nog niet: "Wij willen graag samenwerken als een gelijkwaardige partner, maar we merken dat overheden grote moeite hebben om controle uit handen te geven." Daarom werkt Urban Producers nu vooral met bewoners en niet met overheden en investeerders zoals aanvankelijk de bedoeling was. Het nadeel daarvan is dat de projecten wat kleiner van formaat zijn. Soms heeft het project niets met stadsontwikkeling te maken, zoals de organisatie van een evenement. Maar, zo hebben de stedenbouwkundigen geleerd, "die projecten liggen wel dicht bij de harten van de mensen".

Overheden hebben tijd nodig om te wennen aan crowdfunding en aan hun rol als partner. Ondertussen experimenteert Urban Producers met kleinere projecten om bekend te raken met regelgeving. "Wanneer de grote partijen klaar zijn om uit hun toren neer te dalen en als partner in een crowdfundingproject te stappen, dan zal Urban Producers zich de rol eigen gemaakt hebben van tussenpersoon, van spin in het web, tussen overheden, private partijen en burgers", zegt Leemans.

Camponeschi ziet potentie: "Het is een unieke positie die je veel opties geeft. Jullie hebben technische en juridische kennis en jullie weten wat mogelijk is. Daar komt bij dat jullie enerzijds onderdeel uitmaken van de netwerken van investeerders en bestuurders en anderzijds in de stad staan en nauw betrokken zijn bij bewoners en projectlocaties. Je kunt een tussenpersoon zijn en een aanwakkerende kracht."

De kracht van crowdfunding

De kracht van crowdfunding is dat het een gemeenschap zelfvertrouwen en energie kan geven. "Eén succesvol project waarbij mensen zelf het initiatief hebben getoond en de uitvoering hebben georganiseerd leidt weer tot volgende projecten. Mensen raken bevlogen doordat ze erachter komen dat zij zelf dingen kunnen bereiken" zo zegt Camponeschi.

"Het is fantastisch dat je met dergelijke technologie mensen kunt betrekken die anders helemaal niet geïnteresseerd zijn in buurtwerk." Leemans is in het bijzonder erg enthousiast omdat hij er nu in slaagt om met behulp van internet met jongeren om de tafel te gaan. "Doordat ze via het internet kennismaken met het project zien ze al waar het over gaat voordat ze naar een bijeenkomst gaan. Ze zien wat ze in hun buurt kunnen veranderen en daardoor raken ze geïnteresseerd." Ook bestuurders worden enthousiast omdat zij

De Noorderparkbar

De Noorderparkbar is een project van de stichting NoorderparkKamer die culturele ontmoetingen organiseert voor de wijk Amsterdam-Noord. Omdat het goed ging met de stichting werd hun tijdelijke paviljoen te klein en werd gezocht naar een mogelijkheid om de ontmoetingsplek uit te breiden. Woningbouwcoöperatie Ymere stelde een klein budget beschikbaar dat precies voldoende zou zijn voor een container met basisfaciliteiten. De initiatiefnemers van de NoorderparkKamer wilde echter meer voor de wijk. Zij wilde een plek creëren met meer kwaliteit. Met de architecten Bureau SLA en Overtreders W werd een project opgezet waarin architectuur ontwikkeld zou worden met behulp van gerecyclede materialen die op marktplaats.nl gekocht werden. Ook de verkopers werden bij het project betrokken door hun verhalen te bundelen op hetkomtaltijdgoed.nl.

Zo werd het project op een betaalbare, sociale en bovendien duurzame manier opgezet. Het idee werd op de crowdfunding website voordekunst.nl geplaatst, waar het met de steun van 99 donateurs 10.050 euro ophaalde.



De Luchtsingel

De Luchtsingel is een project van architectenbureau ZUS in de binnenstad van Rotterdam. Met de houten voetgangersbrug probeert het bureau het centraal gelegen Hofplein weer toegankelijk en bruisend te maken. Door verkeersaders is het historische hart van de stad nu een blinde vlek. De architecten ontwikkelden het idee toen zij aan het Hofplein woonden. Hier was toen een kraakpand dat nu dienst doet als bedrijfsverzamelgebouw onder meer als werkplek van de architecten. Hierdoor kennen de architecten het plein goed en zagen zij de mogelijkheden om partijen te enthousiasmeren voor dit project.

Bij gebrek aan publieke middelen voor een infrastructureel project van het formaat van de Luchtsingel werd een crowdfundingcampagne gestart. Via de website imak Rotterdam.nl konden bezoekers een plank kopen met een zelfgekozen tekst erop die deel zou gaan uitmaken van de singel. Op deze manier zouden

(overwegend) Rotterdammers zelf de brug bekostigen.

Toevalligerwijs schreef de gemeente Rotterdam in dezelfde periode een prijsvraag uit om het beste burgerinitiatief voor de stad te kiezen en te ondersteunen met een prijzenpot van vier miljoen euro. Met de hulp van een sterke campagne won de Luchtsingel met 48 procent van de stemmen de wedstrijd. De crowdfundingstrategie werd daardoor ondermijnt; het aandeel dat werd binnengehaald met de verkoop van de planken valt weg bij het budget dat vanuit de gemeente vrijgekomen is. Het heeft wel laten zien dat met een campagne die het publiek oproept tot actie veel bereikt kan worden. Vanuit financieel oogpunt is nu zeker dat het gehele project uitgevoerd kan worden, inclusief de ontwikkeling van de openbare ruimte waar vertakkingen van de brug op uit komen.

projecten kunnen opzetten die binnen de kaders van conventionele financiering onmogelijk zijn. Zowel Camponeschi, als Tegelbeckers en Leemans noemen de energie die vrijkomt de grote waarde van de methode, maar beide partijen zien dat precies daardoor ook de risico's van overmoed, laissez-faire en nonchalance ontstaan. Crowdfunding wekt de impressie een gemakkelijk oplossing voor financieringstekorten te zijn, maar de methode vergt hard werk en kan slechts in enkele gevallen tot oplossingen leiden. Toch blijft overeind dat crowdfunding mensen samen kan brengen die normaliter niet met elkaar in gesprek zouden gaan, zoals bewoners en stedenbouwkundigen. "In de best geslaagde projecten

die ik heb gezien werkten heel verschillende groepen mensen met elkaar samen en gingen zij elkaar beter begrijpen", zegt Camponeschi. "Het belangrijke," zo is Leemans van mening, "is dat mensen worden aangemoedigd om na te denken over hun omgeving. Je geeft ze ideeën over wat kan en die plannen gaan groeien."

Risico's

De bevoleging die crowdfunding tot een succes maakt is tegelijkertijd een risico. Camponeschi legt uit dat de methode een eigen leven kan gaan leiden. Mensen denken dan: "We hebben een probleem want we willen hier een project opzetten en daar is geen



Architectenbureau SLA ontwierp met de Noorderparkbar een culturele ontmoetingsplaats voor Amsterdam Noord.

geld voor. Als de menigte dat geld kan leveren, lijkt het probleem opgelost, maar dat is het niet." Volgens Camponeschi is het probleem eigenlijk niet het geld maar de inrichting van de ruimte en het gesloten bestuurlijke systeem dat het geld beheert. De wensen van burgers moeten volgens Camponeschi bespreekbaar worden gemaakt.

Zo komt een tweede risico ter sprake. Een project moet al direct populair genoeg zijn om crowdfunding op gang te brengen. Leemans herinnert zich dat voor een project de minimale drempel niet op tijd werd gehaald: "We lieten het project even liggen, maar het stond nog wel op het internetplatform. Later bleek er toch veel interesse in het project te zijn. De tijd was er nog niet rijp voor." Camponeschi waarschuwt dat niet de conclusie mag worden getrokken dat die projecten niet nodig zijn of niet voldoende draagkracht hebben. In werkelijkheid kan een gebrek aan financiële steun voor een project uiteenlopende oorzaken hebben. Hier ligt het risico dat alleen projecten die al bespreekbaar en modieus zijn gerealiseerd kunnen worden. Ook de locatie van een project is van belang. Camponeschi denkt dat mensen sneller bijdragen aan een project in een grote stad zoals Rotterdam of Amsterdam, zelfs als ze er niet wonen. "Mensen willen bijdragen omdat ze de plaats kennen en de kans bestaat dat ze het project in toekomst kunnen bezoeken." De vraag is wat dat betekent voor plaatsen die minder bekend zijn. "Ja," denkt Leemans hardop, "wat te doen in Appelscha?" De Italiaanse Camponeschi kijkt hem niet begrijpend aan. "Appelscha?" Het probleem is duidelijk. Een derde risico is dat enkel projecten slagen met mondige initiatiefnemers. Mensen die een uitgebreid netwerk hebben en dat inzetten, zullen met crowdfunding relatief gemakkelijk een project van de

grond krijgen. Wat zijn de kansen voor mensen die in een kleinere sociale kring leven? Of voor mensen die niet weten hoe ze een filmpje moeten editen en waar ze het op internet kunnen plaatsen? "Het mooie van crowdfunding", zo zegt Camponeschi, "is dat het mensen zichtbaar maakt." Dat mensen zichtbaar zijn moet dus geen voorwaarde zijn.

Concluderend blijkt dat de kansen van crowdfunding tweezijdig zijn. Enerzijds is het een goede methode om burgers een stem te geven en te betrekken bij bestuur. Daardoor draagt crowdfunding bij aan een sterkere gemeenschap. Anderzijds is het een manier om fondsen te werven voor projecten die buiten de basistaken van overheden vallen. Zo is het mogelijk om het creatieve kapitaal en de betrokkenheid van mensen in te zetten. Dat wil echter niet zeggen dat het een snelle weg naar geld is. Het risico van het grote succes van crowdfunding is dat de noodzaak van de voorwaarden onderschat wordt en het enkel wordt gezien als een snelle oplossing. In werkelijkheid hangen dergelijke financieringsvraagstukken samen met de toegankelijkheid van bestuur en met de populariteit van een project. Er moet daarom altijd eerst gekeken worden naar de context van een project voordat crowdfunding als oplossing naar voren geschoven wordt. Onder de juiste voorwaarden kan crowdfunding echter bijdragen aan sterkere sociale relaties en financieringstekorten oplossen.

Ellen van Holstein (ellenvanholstein@gmail.com) is architectuur-historicus, cultureel geograaf en redacteur van AGORA.

Literatuurselectie

Camponeschi, C. (2010) *The Enabling City* (Wiki Commons uitgave)
Griffioen, R. (2012) 'Interview Wouter Vanstiphout' AWM 48