

Speelplekken financieren met crowdfunding



Een dertien-in-een-dozijn-project zal niet genoeg aandacht trekken van donateurs.

Auteur: Nick Althuisen

Budgetten voor speelplekken lopen terug door bezuinigingen. Tegelijkertijd schuift de verantwoordelijkheid voor speelplekken op van overheid naar bewoners. Dit laatste gebeurt vooral wanneer speelplekken niet goed aansluiten bij de behoeften van de omwonenden. Maar deze vorm van burgerparticipatie is nog niet voor iedereen gewoon. Wanneer de budgetten krap zijn, vraagt dit om creativiteit en crowdfunding sluit hierbij goed aan.

Uit onderzoek door SICURO Modulaire Speeltoestellen in samenwerking met de Radboud Universiteit in Nijmegen kwam naar voren dat crowdfunding wel degelijk geschikt is voor de (co-)financiering van zowel openbare als semi openbare speelplekken. Hierbij zijn echter wel enkele aspecten van belang voor het slagen van de campagne. Zo moet er om te beginnen een duidelijk onderscheid worden gemaakt tussen het nieuw realiseren van een speelplek en het onderhouden hiervan.

Nieuwe speelplekken

Nieuwe speelplekken of toestellen spreken meer tot de verbeelding van betrokkenen en zijn een 'sexyer' onderwerp, waardoor mensen sneller bereid zijn hier door middel van crowdfunding aan bij te dragen, mits er voldoende draagvlak is, en het project goed wordt uitgewerkt, verbeeld en gepromoot. Dit is bij het onderhouden van een speelplek lastig. Hier biedt het gezamenlijk met vrijwilligers uitvoeren van de werkzaamheden een uitkomst om de kosten te verlagen. Verder zal er naar meer duurzame bronnen van inkomsten moeten worden gezocht, om – wanneer nodig – de inkomsten uit subsidie (wanneer nog van toepassing) en periodieke sponsoring en donaties, aan te vullen.

Voorwaarden crowdfunding

Uit het onderzoek van SICURO zijn de volgende voorwaarden naar voren gekomen:

- concreet
- "sexy"
- urgent
- haalbaar
- betrouwbaar.

Allereerst dient een project concreet te zijn. Het project is goed uitgewerkt waarbij de inhoud met het ontwerp en de toegevoegde waarden van de speelplek meteen duidelijk zijn. De tweede voorwaarde is dat de inhoud mogelijke donateurs moet aanspreken, het moet bijzonder (of "sexy") en urgent genoeg zijn om de aandacht te trekken en het moet passen bij hun behoeften en interesses. Een dertien-in-een-dozijn project of de financiering van onderhoud en beheer zullen niet snel genoeg aandacht trekken.

De derde voorwaarde is dat het project haalbaar moet zijn. Te hoge doelen en te weinig vooruitgang in een project schrikken af. Houdt daarom het doelbedrag laag of faseer het project. Hoe hoog het doelbedrag van een tussendoel dan dient te zijn is afhankelijk van de hoogte van de benodigde financiering.

Als vierde voorwaarde moet een project betrouwbaar zijn, wat men veelal beoordeelt aan de hand van de opzet van het project (is het volledig en zorgvuldig uitgewerkt) en of men de persoon of organisatie achter het project vertrouwt. Zo doneert men sneller aan een bekende of een stichting.

Motivaties tot doneren

Wanneer aan de genoemde voorwaarden is voldaan, zijn mensen bereid om te doneren. De lijn tussen voorwaarden en motivatiefactoren is daarbij redelijk dun. Zo kan de afstand tot een project voor de ene een voorwaarde zijn om te doneren. Voor de ander is het eerder een motivatie als een speelplek dichtbij is. Waar dit onder valt, ligt vaak aan de interesses van een persoon en wat de toegevoegde waarde van deze speelplek is voor die persoon. Daarbij kun je denken aan een veilige, gezonde speelplek voor de kinderen, een plek voor samenkomst van mensen in de buurt, of gewoon een mooie woonomgeving. Het gaat dus om andere belangen dan financieel gewin zoals bij andere crowdfunding projecten nogal eens het geval is (winst door rente-inkomsten).

De promotie van je campagne

Goede en regelmatige promotie en communicatie zijn essentieel bij een crowdfunding project. Het is vooral van belang dat men ongedwongen, vriendelijk en bescheiden wordt benaderd. Zorg voor brede promotie, waarbij mensen het project regelmatig tegen komen op het internet en in de omgeving. Een goed uitgewerkte projectwebsite, social media, advertenties, flyers en posters kunnen daar aan bijdragen. Bij buurtgerelateerde projecten werkt persoonlijk contact nog het beste, zowel direct als per brief of mail. Regelmatige communicatie werkt ook goed om nieuwe donateurs te motiveren, dit door het tonen van de gemaakte progressie en het tonen van gedrevenheid.

SICURO en voorjebuurt.nl bieden samen handreikingen voor het crowdfunderen van je speelplek, die zijn te vinden op de websites.

Hoogte bedragen

Het platform voorjebuurt.nl, waar SICURO mee samenwerkt, geeft aan dat de meeste donaties via hun website tussen de € 5,- en € 50,- liggen. De respondenten uit het onderzoek van SICURO gaven aan dat er voornamelijk eenmalige donaties worden gedaan van tussen de € 10,- en € 25,-. Faseren is daarom een goede optie om sneller succes te boeken. Wanneer er aan de start al een redelijk percentage van het doelbedrag binnen is, stimuleert dit tot doneren. Succes trekt succes aan! Het laat zien dat er voldoende draagvlak is voor het project wat ook vertrouwen schept.