

Denne fil er hentet fra Handelshøyskolen BIs åpne institusjonelle arkiv BI Brage
<http://brage.bibsys.no/bi>

Folkefinansiering

Tarjei Alvær Heggernes
Handelshøyskolen BI

Magma, 19(2016)6:20-24

Magma utgis av Fagbokforlaget i samarbeid med Econa.

Etter avtale med utgiver kan artikkelen slik den er publisert i tidsskriftets papirutgave legges i BI Brage. Forlagets e-utgave er tilgjengelig fra www.magma.no

FOLKEFINANSIERING R



TARJEI ALVÆR HEGGERNES er utdannet cand.merc. ved Norges Handelshøyskole (NHH). Han har siden 2000 undervist innenfor fagfeltet strategisk bruk av IT og IS på høyskolenivå blant annet på NITH, Høgskolen i Bergen og på BI, der han i dag jobber som høgskolelektor. Han er også lidenskapelig opptatt av å bruke det digitale som verktøy i sin egen undervisning. Han har skrevet flere bøker innenfor temaet. Han er fagredaktør for Magma 0616.

SAMMENDRAG

Folkefinansiering kan sees på som et nytt fenomen, men det har sin opprinnelse langt tilbake, og er en form av den kjente norske aktiviteten dugnad. Tilgangen på gode, digitale plattformer har effektivisert denne typen finansiering, samt at man får en bonus i engasjement hos investorene og spredning av investeringsobjektet i nettverkene til de som er med på prosjektet. Plattformene genererer i tillegg mye nyttig informasjon om både

investorene og investeringsobjektene. Her i landet er det belønningsbasert folkefinansiering som er mest fremtredende, men på verdensbasis ser vi at folkefinansiert utlån er størst i omfang. Dagens plattformer, samt direkte involvering fra de som investerer, kan legge til rette for en fremtid der organisasjoner er drevet av algoritmer og maskinlæring, noe som organisasjonen The DAO er et eksempel på.

1997 VAR det britiske bandet Marillion blakke. For å få råd til å turnere i USA henvendte de seg til fansen, som svarte med å samle inn 39 000 pund, som var nok til å sende bandet på turné. Det kommende albumet ble finansiert ved å henvende seg til fansen via e-post med et spørsmål om de var interessert i å forhåndsbetale for albumet. 12 000 av fansen svarte ja, og slik ble albumet «Anoraknophobia» finansiert. Samtidig ble også grunnlaget for en ny finansieringsmodell lagt, fenomenet *crowdsourcing*, eller på norsk, folkefinansiering.

Eller ble det egentlig det? Tilfellet over har mye til felles med dugnad. Nasjonalt har fenomenet dugnad stått sterkt både i det tidlige bondesamfunnet og under gjenoppbyggingen etter krigen (Lorentzen og Dugstad 2011), dugnad ble til og med stemt frem til Norges nasjonalord i 2004 i NRK-programmet «Typisk norsk». For-

skjellen er at en i en dugnad bidrar med arbeidskraft for å oppnå et felles gode som ryddige fellesområder, mens man i folkefinansiering bidrar med kapital for at et bestemt prosjekt skal bli gjennomført. Det er også tradisjoner helt tilbake til den industrielle revolusjonen for at bedrifter er finansiert og styrt av de ansatte i bedriften, et fenomen Gunnar Magne Økland tar opp i dette nummeret av Magma.

I en moderne folkefinansiering er det tre typer aktører: de som finansierer, de som blir finansiert, og plattformen som administrerer finansieringen. Senere i dette nummeret går Arne Krokan i dybden og ser på de ulike finansieringsplattformene. Eksempler på disse er Kickstarter, New Jelly, FundedByMe, Indiegogo og PledgeMusic. De som blir finansiert, velger denne finansieringsmetoden av ulike årsaker, men hovedsakelig selvsagt for å skaffe finansiering. Plattformene tilbyr

trygghet for dem som tilbyr finansiering, og har som forretningsmodell å ta betalt for tjenesten de tilbyr, gjennom faste avgifter eller prosenter av finansiert beløp.

Finansieringen kan ta mange ulike former, og det argumenteres for to ulike typer folkefinansiering: forhåndskjøp og overskuddsdeling (Belleflamme, Lambert et al. 2014). Ved forhåndskjøp kjøper man et produkt før det er produsert, der produktet vanligvis er presentert ved hjelp av en video på en av de ovennevnte plattformene. Overskuddsdeling innebærer at man får et eierskap i et selskap, og dermed potensielt kan være med på å dele et fremtidig overskudd, men like viktig er at man kan ta del i en forventet verdiøkning.

Todelingen i avsnittet over er ganske grov, flere kategorier diskuteres blant annet av Mollick (2014). For eksempel kan en gruppe mesenater (velgjørere) donere penger til et formål, uten å forvente noe tilbake enn muligens god samvittighet. Dette gjøres blant annet på plattformen Causes¹. Denne typen finansiering kjenner vi gjennom dugnader og innsamlingsaksjoner.

En annen form er folkefinansiert utlånsvirksomhet, også kalt lån mellom privatpersoner, representert ved plattformen LendingClub², en plattform som folkefinansierer utlånskapitalen sin. Det finnes tilbud til både bedrifter og privatpersoner, og det er ingen tvil om at disse tjenestene øker tilgjengeligheten av finansiering for mindre bedrifter. Denne kategoriseringen støttes også av flere (Fleming og Sorenson 2016), og i statistisk analyse av folkefinansiering³ brukes også en kategorisering av folkefinansiering som er i tråd med definisjonene over: *veldedighet, lånevirkosomhet, investering i bedrifter, og belønninger*.

HVA SLAGS BEDRIFTER ER DET SOM BLIR FINANSIERT?

I den delen av finansieringen som i teksten over er definert som forhåndskjøp, er det i stor grad produkter eller prosjekter som blir finansiert. Mange kjente eksempler i denne kategorien kommer fra kulturlivet, for eksempel finansiering av artister og bandprosjekter. Dette er også noe jeg selv har personlig erfaring med. I 2007 var jeg med på å finansiere en plateinnspilling for bandet «Electric Eel Shock». Den nødvendige kapitalen, 50 000

amerikanske dollar, ble samlet inn i løpet av åtte uker (Heggernes 2008). I 2012 lanserte artisten Ginger Wildheart et prosjekt som det tok seks timer å fullfinansiere, og prosjektet endte med å samle inn nesten seks ganger den kapitalen som måtte til for at innspillingen skulle bli en realitet. Det neste prosjektet til den samme artisten ble fullfinansiert i løpet av 90 minutter, inkludert 60 minutter der serverne til finansieringsplattformen PledgeMusic brøt sammen på grunn av pågangen av fans som ville finansiere utgivelsen.

Det er også verd å nevne dataspillet «Star Citizen», som per august 2016 har skaffet en finansiering på over 118 millioner amerikanske dollar. Investorene i dette prosjektet er privatpersoner som ønsker at spillet forblir en realitet, og at spillet skal fortsette å ekspandere i omfang, noe det gjør for hver gang en milepæl med hensyn til finansiering nås. Bak spillet står Chris Roberts, en allerede kjent spillutvikler.

I tillegg til kulturprodukter fins det mange eksempler på folkefinansiering av produkter i kategorien dingser eller *gadgets*. En av de største internasjonale plattformene for denne typen finansiering er Kickstarter. Smartklokken «Pebble» var en av de tidlige suksessene på plattformen. Kampanjen for å få denne klokken produsert ble lansert den 11. april 2012, og den oppnådde et finansieringsbeløp på 1 million dollar etter 28 timer. Firmaet lever fremdeles i beste velgående, og den siste kampanjen for produktet Pebble Time nådde 1 million amerikanske dollar finansiering på ett minutt, og endte med over 20 millioner dollar i finansiering før fristen for å delta gikk ut. I underkant av 80 000 personer støttet kampanjen.

Over har vi også introdusert begrepet *peer-to-peer*-utlån, som i praksis er en bank som er folkefinansiert. Noe overraskende for oss her til lands er det kanskje at den folkefinansierte plattformen som har hentet inn mest kapital, med stor margin, er nettopp en slik utlånsplattform: Lending Club. Med sine 13 milliarder euro i folkefinansiert kapital⁴ står de i særstilling. Det er derimot interessant å merke seg at ikke all kapitalen er folkefinansiert. Google investerte for eksempel 110 millioner euro i plattformen i 2013.⁵ Kan dette markere et skifte i hvordan disse tjenestene opererer?

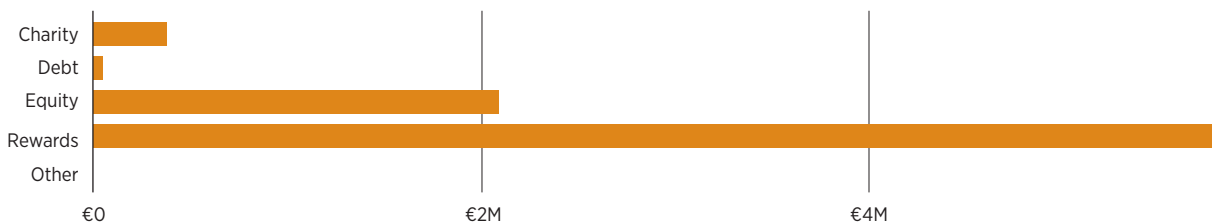
1. <https://www.causes.com/> (lesedato 9. juni 2015).

2. <https://www.lendingclub.com/> (lesedato 9. juni 2015).

3. <https://www.crowdsurfer.com/info/> (lesedato 9. juni 2015).

4. Kilde: Crowdsurfer

5. <http://blogs.wsj.com/digits/2013/05/02/google-makes-strategic-investment-in-lending-club/> (lesedato 9. juni 2015).

FIGUR 1 Total folkefinansiert kapital, hele verden. Kilde: Crowdsurfer**Funding categories**Showing data from funded campaigns
Total raised**FIGUR 2** Total folkefinansiert kapital i Europa. Kilde: Crowdsurfer**Funding categories**Showing data from funded campaigns
Total raised**FIGUR 3** Total folkefinansiert kapital i Norge. Kilde: Crowdsurfer**Funding categories**Showing data from funded campaigns
Total raised

Innenfor finansiering finnes det også flere eksempler på investeringer i bedrifter som ikke er notert på noen børs (kjent som aktiv kapital, eller *private equity*). Den engelske plattformen Crowdcube har knappe 300 000 investorer og har finansiert over 400 bedrifter med et kapitalbehov på til sammen over 200 millioner euro.⁶ Denne typen investeringer er tradisjonelt organisert

som fond som forvalter en portefølje, og plattformer som nettopp Crowdcube og svenske FundedByMe⁷ gjør det enkelt for private investorer å selv velge ut bedriftene til sin private portefølje.

En ting som det er verdt å legge merke til, er at det i to av tilfellene ser ut til at suksess i tidligere finansieringsprosjekter har en positiv innvirkning på påføl-

6. <https://www.crowdcube.com/> (lesedato 9. juni 2015).

7. <https://www.fundedbyme.com/> (lesedato 9. juni 2015).

gende prosjekter. Ginger Wildheart gikk fra seks timer til 90 minutter for å fullfinansiere et prosjekt nummer 2, og Pebble gikk fra 28 timer til 1 minutt for sitt andre prosjekt. Vellykkede prosjekter ser ut til å skape en interesse for fremtidige prosjekter.

Om ikke folkefinansiering passer direkte for alle bedrifter, kan de fleste folkefinansieres på én eller annen måte. Enten ved forhåndssalg, finansiering av private investorer eller folkefinansierte fond, eller ved å låne folkefinansiert kapital. Hvilken størrelsesorden snakker vi da om her, og hvordan fordeles det på de ulike typene folkefinansiering?

Vi ser at på verdensbasis er det folkefinansierte lånetjenester som troner på toppen. Som sagt er Lending Club blitt en enorm plattform for utlån.

I Europa ser vi samme trenden. Her ser vi at investering i private selskaper er litt større enn folkefinansierte utlån.

I Norge ser vi at situasjonen er en helt annen. Her er det belønningsbasert folkefinansiering som har samlet inn mest, mens folkefinansiert utlån er relativt ukjent. Ettersom dette er stort både i Europa og på verdensbasis, er det grunn til å vente at det også blir et fenomen her i landet.

Så hva er egentlig nytt her? Den største plattformen for folkefinansiert utlån er finansiert av Google, en av verdens største bedrifter. Ifølge en artikkel i magasinet Forbes er folkefinansiering på vei til å bli større enn risikovillig kapital (*venture capital*).⁸ Ifølge artikkelen legger risikokapitaleiere inn investeringer gjennom folkefinansieringsplattformene i sin investeringsstrategi. Folkefinansieringsplattformene på sin side lager fond på lik linje med venture- eller såkorn-fond. Hoteller og profesjonelle utleiere bruker Airbnb-plattformen for å leie ut eiendommene sine. På samme måten som e-handel gikk over til å bli handel, vil også deleøkonomien gå over til å bli en hverdagslig ting, og begrepet folkefinansiering vil bli «bare» finansiering igjen.

Det vi sitter igjen med av verdi her på sikt, er tre ting: For det første en hel del *plattformer* som gjør samhandling mellom ulike aktører enklere og mer effektivt. Transaksjonskostnaden ved å finne et investeringsobjekt eller en prototype på et produkt du er interessert

i, er lavere enn ved mer tradisjonelle prosesser. For bedriftene er kostnaden ved å finne finansiering i en ukjent folkemengde mye lavere, og tilgangen på finansieringskilder større.

For det andre har vi informasjonen som plattformene genererer. Folkefinansierte låneplattformer vil etter hvert bli svært gode til å vurdere om låntagerne er solide eller ikke, på samme måte som anmeldelser på Airbnb avslører om husverter og husvære lever opp til beskrivelsen på nettsidene. Det kan potensielt være mye å lære om finansiering og forretningsdrift generelt av disse dataene. Men åpenhet er også et toegget sverd, for eksempel kan en vellykket folkefinansieringskampanje gi leverandører et argument for å heve prisene på sine innsatsfaktorer, og dermed stikke kjepper i hjulene for gjennomføringen av prosjektet.

Til sist har de som finansierer et slikt prosjekt, et insentiv for å få flere involvert, slik at prosjektet blir fullført. Interessante prosjekter spres gjennom private nettverk, både fysiske og digitale, og fremmer på den måten prosjektet på en helt annen måte enn et prosjekt som er finansiert gjennom tradisjonelle finansieringskilder. Kort sagt gir folkefinansiering en mulighet til å bygge et samfunn av brukere eller investorer som har et engasjement for en bedrift. Lånetjenesten SoFi⁹ tilbyr alt fra *happy hour* til yogakurs, kokkekurs og karriereveiledning til sine kunder, og en dating-app er under utvikling.¹⁰

Det er viktig for bedrifter å være observante på hvordan slike prosjekter håndteres. Det fins mange eksempler på folkefinansierte prosjekter som feiler, og de verste er de som feiler etter at de er fullfinansierte og vel så det. En gjennomgang av det feilslåtte Kickstarterprosjektet Zano Drones avdekker mange problematiske forhold,¹¹ som overmot hos den som ble finansiert, et overmot som ble forsterket etter hvert som millionene rullet inn, og mangelfull kontroll fra plattformens side gitt produktets avanserte teknologi og høye overtegning. Å prøve og feile er en del av alle bedrifters hverdag, og for mindre bedrifter er det verdt

9. <https://www.sofi.com/> (lesedato 9. juni 2015).

10. <http://www.fastcompany.com/3060461/most-innovative-companies/inside-sofis-exclusive-club-for-great-people> (lesedato 9. juni 2015).

11. <https://medium.com/kickstarter/how-zano-raised-millions-on-kickstarter-and-left-backers-with-nearly-nothing-85c0abe4a6cb#.50tfyra50> (lesedato 9. juni 2015)

8. <http://www.forbes.com/sites/chancebarnett/2015/06/09/trends-show-crowdfunding-to-surpass-vc-in-2016/> (lesedato 9. juni 2015).

å vurdere om man vil feile i stillhet eller foran en stor folkemengde som allerede har betalt for et produkt en ikke makter å levere.

Allerede i dag kan vi se konturene av fremtidens folkefinansierte bedrift: The DAO – The Decentralized Autonomous Organization. Denne organisasjonen har ingen ansatte og er styrt av algoritmer. Wikipedia lister den som det høyeste folkefinansierte prosjektet noensinne. Den er basert på samme teknologi som

BitCoin bruker, *blockchain*, og den estimerte kapitalen er på over 150 millioner amerikanske dollar. Organisasjonen er opprettet for å investere i ulike prosjekter. Prosjektene blir foreslått av frivillige kuratorer, og beslutningene om å investere eller ikke blir tatt ved avstemning ved hjelp av digitale polletter som representerer den enkeltes investering. Midlene ble hacket i juli 2016, noe som gjør at organisasjonens fremtid er opp til – folket. **M**

REFERANSER

Belleflamme, P. et al. (2014). Crowdfunding: Tapping the right crowd. *Journal of Business Venturing*, 29(5), 585–609.
 Fleming, L. og O. Sorenson (2016). Financing by and for the Masses. *California Management Review*, 58(2), 5–19.
 Heggernes, T.A. (2008). Crowdsourcing. *Bergens Tidende*. (lesedato: 9. november 2008).

Lorentzen, H. og L. Dugstad (2011). *Den norske dugnaden: historie, kultur og fellesskap*. Kristiansand: Høyskoleforlaget.
 Mollick, E. (2014). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 29(1): 1–16.

Inger Stensaker og Anne Cathrin Haueng

OMSTILLING

Den uforutsigbare gjennomføringsfasen

Både private og offentlige virksomheter står overfor store endringer fremover. Ifølge nåværende regjering må norsk næringsliv omstilles. Samtidig må offentlige virksomheter forenkles, fornyes og forbedres. Dette vil kreve gjennomføringskraft.

Omstilling – Den uforutsigbare gjennomføringsfasen tar leseren med bak kulisserne i store omstillinger og drøfter en rekke vanlige utfordringer ledere og medarbeidere møter når planlagte endringer skal iverksettes, samt hvordan disse kan håndteres.

Inger Stensaker er professor ved Norges Handelshøyskole og **Anne Cathrin Haueng** er Director i Deloitte.

ISBN 978-82-450-1661-1 kr 399,-

Ny bok!



FAGBOKFORLAGET