CROWDFUNDING DANMARK

GUIDE TIL AT OPRETTE ET PROJEKT



CROWDFUNDING
Danmark

INTRODUKTION



Overvejer du at crowdfunde? Så er der nogle beslutninger, du skal træffe og noget materiale, der skal udarbejdes. I denne guide bliver du ført gennem hvilke overvejelser, du skal gøre dig, og hvad du skal levere for at få et projekt lanceret. I en anden guide på Crowdfunding Danmark kan du se, hvordan man markedsfører sit projekt, så det når i mål.

I bund og grund kan vi dele processen omkring at starte et crowdfundingprojekt op i to: *Beslutninger* og *indhold*.

BESLUTNINGER

Før du kan begynde arbejdet på dit crowdfundingprojekt, er der nogle ting, du skal overveje.

HVEM SKAL VÆRE PROJEKTEJER?

Det er muligt for dig at oprette et projekt enten privat eller gennem en forening eller virksomhed. Vi anbefaler dog, at dit projekt tilhører en forening eller virksomhed.

For at kunne lancere dit projekt skal formalia være i orden. Det betyder, at du og din virksomhed/forening skal være hvidvaskvalideret af Crowdfunding Danmark samt at den bankkonto, projektet skal udbetales til, skal godkendes af Crowdfunding Danmark. Det er vigtigt, at bankkontoen tilhører den person, virksomhed eller forening, der rejser pengene. Det kan du læse mere om på Crowdfunding Danmark under "Hvordan fungerer det?".

HVILKEN TYPE CROWDFUNDING?

På Crowdfunding Danmark kan du vælge mellem belønnings- og donationsprojekter - eller en kombination af de to. Hvilken type, du skal vælge, afhænger meget af, hvem du er, og hvad du skal rejse penge til.

Belønningscrowdfunding betyder, at en støtter giver dig penge og får en belønning igen. Belønningen skal nogenlunde have samme værdi, som det støtteren betaler. Koster belønningen normalt 200 kr., kan du derfor ikke tage 500 kr. for den. Er du en virksomhed, der sælger produkter, billetter eller services, er dette nok den helt rigtige type crowdfundingt for dig, men det kan også være en god ide, hvis du kommer fra en forening. Det handler egentlig mesom, hvad du kan tilbyde af belønninger.

I nogle tilfælde er det svært at prissætte dine belønninger. Hvad er værdien af en autograf, et sponsoreret link på jeres hjemmeside eller backstage-adgang til jeres koncert? Her er det en god ide at undersøge, hvilken pris dine potentielle støttere synes er fair.

Belønningscrowdfunding er reguleret

af Købeloven, hvilket betyder, at dine støttere har krav på at få deresbelønninger eller få pengene tilbage.

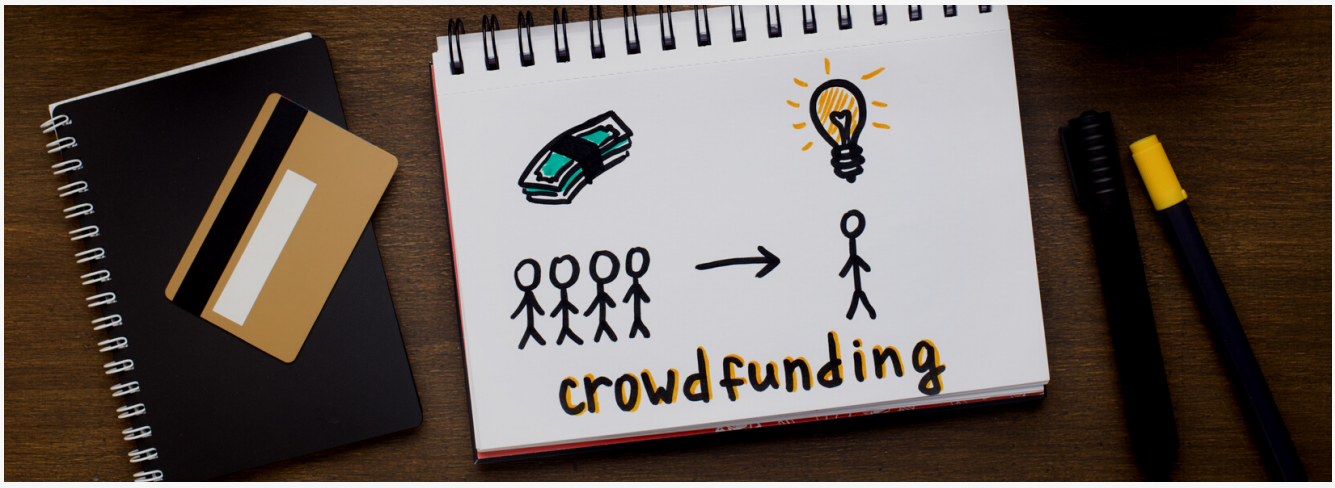
Donationscrowdfunding betyder, at en støtter giver dig penge uden en forventning om at få noget igen. Ofte kan man vælge at donere mere end de beløb, der foreslås på projektet. F.eks. kan der være sat et donationsbeløb på 50 kr., hvilket betyder, at man minimum skal støtte med 50 kr. Man kan dog godt vælge at give mere.

Donationscrowdfunding kræver, at du er godkendt af Indsamlingsnævnet til at modtage donationer. Det er dit ansvar som projektejer at søge om tilladelse til at modtage indsamlinger. Det koster 1.200 kr. at søge til en specifik indsamlinger (2022-takster), hvilket kan gøres her.

Den gennemsnitlige behandlingstid er på 14 dage.

Kombination af de to betyder, at man som støtter køber en belønning, hvor prisen nogenlunde matcher værdien - men med muligheden for at give ekstra. På den måde kan man f.eks. sælge en billet til normalpris, og så kan dem, der vil støtte projektet mere, lægge lidt ekstra oveni. Det er en rigtig god løsning, hvis du både kan tilbyde belønninger og samtidig har en god sag, som folk gerne vil støtte op om. En potentiel støtter vil måske gerne give 1.000 kroner, men har ikke behov for mere end én nøglering og én t-shirt.

Vælger du denne løsning, skal du stadig have en tilladelse fra Indsamlingsnævnet, og en støtters køb er beskyttet af købeloven.



HVAD SKAL MIT MÅL VÆRE?

Det kan være svært at fastsætte et mål for hvor mange penge, der skal rejses. Sætter du målet for lavt, virker det ikke seriøst, og måske får du ikke nok penge til faktisk at føre formålet med projektet ud i livet. Sætter du målet for højt, virker det uoverskueligt for dem, der ønsker at støtte projektet: Hvad nytter mine 100 kr., hvis projektet skal rejse 500.000 kr.?



Tænk derfor grundigt over, hvad pengene skal bruges til, og hvem i dit netværk du kan trække på.

Nogle kommuner vil også stille krav til, at der sættes både et minimums- og et maksimumsmål for projektet. Det betyder, at projektet minimum skal indsamle f.eks. 20.000 kr. for at nå i mål men maksimalt kan indsamle f.eks. 50.000 kr. Indsamler projektet kun 18.000 kr. inden deadline, bliver pengene betalt tilbage til jeres støttere. Indsamler projektet 50.000 kr., lukker projektet - også selvom der er tid tilbage inden deadline.

HVOR LÆNGE SKAL MIT PROJEKT LØBE?

Vi anbefaler, at projektet løber i 30 til 90 dage. Vores erfaring viser, at 45 til 60 dage er det optimale, da det giver dig tid til at promovere projektet vidt og bredt men uden at køre helt træt i det.

INDHOLD

Et crowdfundingprojekt kan deles op i fire dele: Tekst, billeder, video og belønninger. Alle fire dele er med til at sælge dit projekt.

TEKST

Dit crowdfundingprojekt har tre tekstdele:

Overskrift

Overskriften ses på projektkortet og på sociale medier, når nogen deler dit projekt. Den skal sammen med din pitch og dit projektbillede få folk til at klikke ind på projektet, så en god overskrift er guld værd.

Hold din overskrift kort (25-30 tegn) og fokuseret på dit projekt. Undgå ord som "Hjælp os med at", "Støt op om" osv. - det har du ikke plads til. Eksempler kan være "Ny gadefestival til Tranbjerg", "Bring blomsterne tilbage til storbyen" og "Giv mad til de hjemløse".

"Pitch"/Kort beskrivelse

Her beskriver du på 1-2 sætninger, hvad dit projekt går ud på. "Hjælp os med/Støt op om/Bliv en del" af er gode sætninger at bruge her. "Vi vil gerne" er også en god måde at starte din pitch.

Brødtekst

Din brødtekst hjælper læseren med at forstå, hvem du er, hvad du ønsker at opnå med projektet, og hvorfor man skal støtte lige præcis dig. Ved at læse din brødtekst skal læseren gerne sidde tilbage med en lyst til at støtte dig og projektet samt en fornemmelse af tryghed: De forstår, hvad pengene skal bruges til og stoler på, at du kan føre projektet ud i livet, og at de belønninger, de køber, bliver leveret.



Gør det nemt for læseren at komme igennem teksten ved at dele den op med beskrivende overskrifter.

Hvis du sørger for at besvare disse spørgsmål i din tekst, er du godt på vej:

- Hvad er dit produkt/din ide?
- Hvad rejser du penge til?
- Hvordan hjælper din ide dit lokalområde?
- Hvad får jeg som støtter?
- Hvem er du/dit team?

BILLEDER



Billeder er et godt værktøj til at underbygge budskabet i dit projekt. Der er to forskellige typer billeder i et crowdfundingprojekt: Profilbilledet og billeder i teksten.

Profilbilledet

Dette billede ses på projektkortet samt på sociale medier, hvis man deler dit projekt. Det skal få folk til at klikke ind på dit projekt, så det er vigtigt, at det er af god kvalitet. Følg gerne disse råd:

- Det er en god ide kun at have ét fokus, som er centreret i midten.
- Undgå at bruge dit logo som profilbillede, medmindre du ved, at det er genkendeligt for mange besøgende. Sæt det i stedet ind i din tekst.
- Et farvebillede er bedre end et sort-hvid billede.
- Sørg for, at billedet er i høj opløsning og gerne er taget med et godt kamera.

Billeder i teksten

I selve teksten kan du med fordel sætte billeder ind, der understøtter det, der sker i teksten. Fortæller du om dig og dit team? Sæt et billede ind af jer. Har du plantegninger, prototype-designs eller

lignende? Sæt dem ind der, hvor du fortæller om din ide. Her er nogle gode ideer til motiver:

- Dit produkt.
- Dit team/dig.
- Stemningsbilleder.
- Før/efter billeder eller prototype/design billeder.
- Eventuelle belønninger du tilbyder.
- Dit logo.

BELØNNINGER/DONATIONSNIVEAUER

Lige meget om du lancerer et belønningsprojekt, et donationsprojekt eller en kombination af de to, skal du lave nogle "varer", som dine støttere kan købe. Tilbyder du fysiske belønninger, skal du huske at tænke levering ind.

Sæt 3-5 belønninger/donationsniveauer

Generelt er det en god ide at sætte 3-5 belønninger eller donationsniveauer, så der er lidt for enhver pengepung. Det kan f.eks. være 50, 250 og 1.000 kr.

Er det et donations- eller kombinationsprojekt, kan man som støtter typisk vælge at give mere, men vores erfaring viser, at mange bare trykker på "køb" knappen. Derfor er det en god ide med flere niveauer. Så gør du det ekstra nemt for dine støttere at give større beløb.

Tilbyder du belønninger, er det en god ide at tilbyde belønninger til forskellige priser, der relaterer sig til formålet med projektet. Ønsker du for eksempel at stable en gadefestival på benene, giver det mening at sælge billetter og ølkuponer til festivalen. Driver du en frivillig forening, der skal bruge penge til at markedsføre jer, er merchandise med foreningens logo og slogan en god ide.





Det er også en god ide at lave en "stige" af belønninger, hvor der er indbygget rabatter, f.eks. så en billet koster 250 kr., mens to billetter koster 475 kr. (spar 25 kr.). Det samme kan du gøre med fysiske produkter, så man får et glas marmelade for 50 kr., men fem glas for 200 kr. Det får tilbudsjægerne ud af busken og gør det nemmere for projektet at nå i mål, da der kommer større beløb ind pr. støtter.

Levering

Har du fysiske belønninger, skal de ud til dine støttere. Du kan vælge at bruge et fragtfirma, levere selv eller arrangere, at dine støttere kommer og henter deres belønninger selv.

Hvis du tilbyder fragt af dine belønninger, skal du huske at indregne det i prisen. Koster en t-shirt normalt 200 kr. uden fragt, skal du derfor sætte prisen på en t-shirt inkl. fragt til f.eks. 239 kr.

Skal dine støttere selv komme og hente deres belønning, begrænser du dine støttere til kun at være dem, der bor i lokalområdet. Det er dog en rigtig god måde at møde dine støttere på og få dem endnu mere involveret i dit projekt.

Husk at sætte en realistisk forventet leveringsdato. Det er bedre at overraske positivt ved at levere tidligere end lovet end at blive forsinket.