

Creative Industry Forum
Grösslingova 63
811 09 Bratislava
Slovakia
www.CIForum.sk
CIForum@CIForum.sk
☎ +421- (0)2 - 52 63 42 03
📠 +421- (0)2 - 52 63 42 02

ZÁZNAM

z okrúhleho stola

o podmienkach slovenského crowdfundingu a slovenských projektoch financovaných prostredníctvom crowdfundingu.

26. 3. 2014, KONTAKT, Ventúrska 12, Bratislava

Crowdfunding v slovenských podmienkach

Crowdfunding je forma financovania, ktorá je postavená na platformách priameho spojenia/prepojenia tých, ktorí chcú svoje prostriedky investovať alebo darovať a tých, ktoré tieto prostriedky potrebujú na priame financovanie. Zapájanie verejnosti do financovania viac či menej, či vôbec verejne prospešných projektov nie je novodobým nápadom, avšak internet umožnil v tejto oblasti výnimočný rozvoj. Druhým momentom rozvoja bola finančná kríza, ktorá sťažila prístup k tradičným modelom úverových bankových aktivít. Crowdfunding má mnoho podôb od jednoduchého darovania po rôzne formy investícií do vlastného kapitálu. V roku 2012 dosiahol objem prostriedkom investovaných prostredníctvom crowdfundingu v Európe 735 miliónov EUR, čo predstavuje odhadovaný nárast 65% v porovnaní s rokom 2011. Aktuálne jeden z najznámejších crowdfundingových portálov Kickstarter, ktorý vznikol v roku 2009 prekročil 3. marca 2014 hranicu 1 miliardy investovaných dolárov. V poslednom štvrtroku 2013 Európska Komisia vyhlásila verejnú konzultáciu o crowdfundingu, ktorej cieľom je nájsť pridanú hodnotu opatrení EÚ na podporu európskeho crowdfundingu – vyhodnotenie konzultácií sa očakáva v prvom polroku 2014.

Projekt Crowdfunding realizuje CIF na základe spolupráce s Aspen Institute Prague o.p.s. a ďalšími partnermi v rámci V4 a je financovaný z International Visegrad Fund.

Cieľom projektu je získanie informácií o situáciách a skúsenostiach na Slovensku, a to tak zo strany investorov/darcov alebo vytvorených platforiem ako aj subjektov, ktoré takýmto spôsobom financujú/majú záujem financovať svoje projekty. Ďalším cieľom je tieto skúsenosti komparovať s partnermi v rámci V4 a výstupy ďalej prezentovať.

V úvode okrúhleho stola Milan Zubíček, ASPEN Institute predstavil celý projekt, ktorého výsledky by mali byť prezentované v Prahe na jeseň 2014; cieľom projektu je vypracovanie analýzy, akým spôsobom by bolo vhodné využiť potenciál crowdfundingu v krajinách V4 aby došlo k podpore a rozvoju tejto formy financovania a či a akým spôsobom ho previazať napr. aj na Medzinárodný višegrádsky fond.

Nasledovala stručná prezentácia základných informácií k téme crowdfunding z pohľadu slovenskej legislatívy, vrátane informácií o novo pripravenom návrhu zákona o verejných zbierkach. Prezentácia je v prílohe.

JUDr. Dušan Šveda z Ministerstva vnútra SR doplnil informácie o pripravenom návrhu zákona. Spomenul pozitíva novo zavedeného registra a zvýšenia kvalitatívnej úrovne regulácie verejných zbierok a posilnenie ich transparentnosti. Tiež navrhnuté inštitúty zlepšia využiteľnosť pre jednotlivé dotačné politiky.

Zora Jaurová v rozhovore s Martinom Šutovcom (Shooty) pomenovali pozitíva ale aj negatíva najväčšej náhodnej slovenskej spontánnej iniciatívy z roku 2010. Darmi sa vyzbieralo viac ako 80tis. eur, a to na základe výzvy na darovanie prostriedkov na nákup billboardu, z čoho bola nakoniec billboardova antikampaň voči politickej strane SMER. Išlo o náhodnú iniciatívu, ktorá ale zafungovala na základe známosti a dôveryhodnosti Shootyho. Základné otázky, ktoré bolo potrebné vyriešiť, bola otázka transparentnosti, otázka použitia peňazí, ktoré sa vyzbierali nad potrebné náklady, otázka ako výzvu zastaviť. Základným dôvodom úspešnosti tejto kampane bolo „čaro okamihu“ – ponuka možnosti zúčastniť sa aj finančne na konkrétnej kampani a vysoký stupeň dôvery a snahy o maximálnu transparentnosť voči darcom aj verejnosti.

Igor Polakovič z Centrum pre filantropiu (prezentácia v prílohe) odprezentoval vývoj crowdfundingu z pohľadu neziskového sektora, ktorý de facto crowdfunding vynašiel. V prezentácii spomenul prvý známy prípad financovania dokumentu od Roberta Pucherta, ktorý úspešne využil crowdfundingový portál Kickstarter v roku 2012. Nasledovali

a snahy o maximálnu transparentnosť voči darcom aj verejnosti.

Igor Polakovič z Centrum pre filantropiu (prezentácia v prílohe) odprezentoval vývoj crowdfundingu z pohľadu neziskového sektora, ktorý de facto crowdfunding vynašiel. V prezentácii spomenul prvý známy prípad financovania dokumentu od Roberta Pucherta, ktorý úspešne využil crowdfundingový portál Kickstarter v roku 2012. Nasledovali príklady – Antverpy; most s menami darcov, Bratislava; lavička pre ľudí.

Predstavil darcovský portál Ľudia ľuďom, ktorý umožňuje získať zdroje na financovanie rôznych projektov. Na portáli majú výzvy na podporu umelci, záujmové združenia, aktivisti, školy, samosprávy ale aj jednotlivci, ktorí sa ocitli v núdzi.

Príklady: Zuzana Piusi; od Fica do Fica (vyzbievalo sa 4500eur na ďalšiu tvorbu – dokument o ťažbe kremnického zlata), Nitrianska komunitná nadácia, Kmotričky, Žilina – Kunsthalle. Projekt Dobrý anjel (zanedbáva potenciál internetu).

V rámci neziskového sektora crowdfunding funguje – tri najväčšie darcovské portáli sú dakujeme.sme, Ľudia ľuďom a Dobrá krajina. Tieto fungujú na princípe primárnej informácie koľko na akú aktivitu je potrebné vyzbierať.

Otázka je, či má byť/bude rozbehnutý slovenský investičný portál. Tajomstvom úspechu takéhoto financovania je dobrý nápad a chcenie oslovených ľudí byť súčasťou tohto nápadu prostredníctvom rôznych platobných nástrojov za rôzne formy protihodnoty.

V roku 2014 vznikol na Slovensku portál ideas starter <http://ideasstarter.com/>, jeho úspešnosť a životaschopnosť sa zatiaľ nedá posúdiť.

Eduard Marček so Slovenského centra fundrisingu poukázal na rozdiel medzi crowdfundingom a fundrisingom – tento videl najmä v konkrétnej hmotnej protihodnote pri crowdfundingu – budúci nákup výrobku, prístup k filmu, drobné predmety, podiel na zisku a pod.

Marek Adamov predstavil projekt Novej synagógy od Petra Behrensa <http://www.novasynagoga.sk/>, ktorú rekonštruujú aj z verejnej zbierky. Pozitívnym momentom bola profesionálna reklamná a mediálna kampaň „Kúpte si nesmrteľnosť“. Od júna 2012 sa vyzbievalo cca 70tis. eur. Sprievodné aktivity – podpora reštaurácie, futbalového klubu, realitnej kancelárie.. Malé zbierky postupne našťartovali aj veľkých donorov ako aj rôzne match-fundingové schémy (Nadácia TA3, Nadácia VÚB). V súčasnosti ide o cca 1500 ľudí, ktorí sú ambasádori projektu

Viktor Reviliak a Jozef Žemľa z CulCharg <http://www.culcharge.com/> prezentovali projekt mini USB nabíjačky, ktorý financovali prostredníctvom crowdfundingového portálu Indigogo. Špecifikom bolo, že najprv si spravili analýzu toho, čo ľudia podporiť chcú resp. podporujú, definovali target market a vytvorili nápad, ktorý by mohol byť vhodnou ponukou pre najväčší dopyt. Vyzbievali za 40 dní 94tis. dolárov zo 71 krajín sveta (49% z USA), a to na rozbehnutie projektu, prípravu manufaktúry v Číne, právny servis, účasť na súťažiach a výstavách (získali cenu Startup awards SK). Úspešnosť kampane je aj v tom, že napriek tomu, že kampaň skončila v auguste stále sa distribútori ozývajú sami – vedie to k zmene produkčného plánu, navyšovaniu kapacít. Donori/investori získajú zľavu na produkte 30%-40%.

Diana Fabianová ako producentka a Lenka Gondol ako produkčná prostredníctvom portálu Indigogo <https://www.indiegogo.com/projects/monthlies> úspešne vyzbievali 33tisíc eur z 31 krajín sveta na film "Mesičky: Mesiac v nás pre tínedžerov". Vzdelávací film o menštruácii pre tínedžerov. Ako protihodnotu ponúkali zberateľské dvojitévedečko, licenciu na verejné použitie, drobné darčeky – náušnice, trička. Museli sa vysporiadať s právnymi, účtovnými a daňovými súvislosťami.

Lívia Filusová sa prostredníctvom portálu Kickstarter.Com rozhodla financovať postprodukciiu filmu Denník Agáty Schindlerovej o tragických osudoch židovských hudobníkov <https://www.kickstarter.com/projects/1922818838/mrsschindlers-diary>

Kickstarter.com je crowdfundingová platforma na podporu tvorivých projektov a keďže zaregistrovať sa na ňom môže fyzická alebo právnická osoba s trvalým pobytom v USA spolupracovala s blízkym človekom z Los Angeles, čím jej odpadli komplikácie ohľadom účtovania prostriedkov. Rozpočet filmu je 380tisíc eur, pričom na kickstarter.com sa žiadala pomoc pri postprodukcii, pričom cieľová suma bola 10tisíc dolárov, ktorú úspešne dosiahla.

Všetci zúčastnení, ktorí mali vlastnú skúsenosť s financovaním projektov prostredníctvom investičných crowdfundingových portálov sa zhodli, že bez viacmesačnej prípravy projektu, cielenej a koordinovanej marketingovej a informačnej kampane pred a počas samotnej zbierky je úspešnosť zverejneného projektu minimálna. Pri väčších investíciách ide skôr o nástroj na našťartovanie financovania. Účasť projektu na takomto spôsobe financovania je však zároveň vhodným spotrebiteľským testom.

Debata bola ukončená s tým, že crowdfunding je téma, ktorá má veľmi široký záber, rovnako ako aj potenciál pre slovenské projekty. V rámci projektu sa preto CIF v spolupráci s ASPEN Institute pokúsia zorganizovať pokračovanie debaty na festivale Pohoda, prípadne budú s témou ako aj spracovanou analýzou v rámci V4 ďalej spolupracovať a tému ako takú popularizovať.

Debata bola ukončená s tým, že crowdfunding je téma, ktorá má veľmi široký záber, rovnako ako aj potenciál pre slovenské projekty. V rámci projektu sa preto CIF v spolupráci s ASPEN Institute pokúsia zorganizovať pokračovanie debaty na festivale Pohoda, prípadne budú s témou ako aj spracovanou analýzou v rámci V4 ďalej spolupracovať a tému ako takú popularizovať.

Na záver si dovoľím poďakovať všetkým zúčastneným za spoluvytváranie obrazu o slovenských podmienkach crowdfundingu ako aj skúsenostiach s financovaním slovenských projektov, ktoré obstáli v medzinárodnej konkurencii.

Slavomíra Salajová