

Effekten av den geografiske avstanden mellom givere og mottakere i folkefinansieringskampanjer¹

Av Ilse Peeters (TU/e) Veiledere: Boukje Huijben (TU/e) & Natalia Mæhle (HVL)

Sammendrag

Folkefinansiering, også kjent som crowdfunding er et ukjent begrep for mange. Til tross for dette finner et økende antall entreprenører investorer via ulike folkefinansieringsplattformer. I Norge vokste folkefinansiering med 26,5 prosent i løpet av de første tre kvartilene av 2018. Denne veksten skyldes først og fremst vekst innen investeringsbasert folkefinansiering, som vokste 172 prosent sammenlignet med 2017. Denne rapporten tar for seg det voksende antallet studier på effekten av avstand mellom givere og mottakere i folkefinansiering, og hvordan dette påvirker utfallet av folkefinansieringskampanjer i Norge. Nærmere bestemt stiller rapporten spørsmålet: «*Hvordan påvirker geografisk avstand suksessraten i norske folkefinansieringskampanjer?*»

For å besvare dette spørsmålet stilles tre delspørsmål: (1) *Hva har tidligere studier funnet vedrørende effekten av avstanden mellom givere og mottakere i folkefinansieringsprosjekter?* (2) *Hvordan brukes geografi eller nærhet på ulike folkefinansieringsplattformer og i ulike folkefinansieringsprosjekter?* (3) *Hvordan skiller Norge seg fra andre land når det kommer til bruken av geografi og nærhet i folkefinansieringsprosjekter?*

Metodisk har rapporten flere innfallsvinkler. Det er gjort et litteraturstudie av annen relevant forskning på temaet, et komparativt studiet av 47 prosjekter på 19 ulike folkefinansieringsplattformer og fire semistrukturerte intervju med representanter fra norske folkefinansieringsplattformer.

Litteraturstudiet viser at geografisk nærhet har vært ulikt studert avhengig av typen folkefinansieringsplattform. For donasjons-, belønnings- og egenkapitalbaserte plattformer har geografisk avstand blitt målt som avstanden mellom byer. Det er blitt vist at effekten av geografisk nærhet på bynivå er av betydning for donasjons- og belønningsbaserte plattformer, men ikke for egenkapitalbaserte plattformer. Dette er også i tråd med funnen fra intervjuene med representantene fra norske folkefinansieringsplattformer gjennomført i forbindelse med denne rapporten. For lånebaserte plattformer ble geografisk nærhet analysert som avstanden mellom stater eller land. Her blir det vist at investorer foretrekker å investere i prosjekter i deres eget land.

Hele 97 prosent av folkefinansieringsprosjektene som analyseres i denne rapporten implementerer lokalitet via prosjektets beskrivelse eller ved bilder eller kart fra stedet der prosjektet skal foregå. Vi finner ingen direkte sammenheng mellom et høyere antall elementer som fokuserer på geografi eller nærhet og hvor vellykkede prosjektene er. Det kan derfor ikke forventes at høyt fokus på geografisk beliggenhet skal gi en mer vellykket folkefinansieringskampanje. Fra analysen av Norske crowdfundingplattformer kunne vi se at plattformen i mindre grad fokuserte på geografi og nærhet sammenlignet med plattformer i

¹ Hele rapporten kan sendes på engelsk på etterspørsel (pia.otte@rualis.no)

andre land. Plasseringen av prosjektene var imidlertid nesten alltid synlig i prosjektbeskrivelsen. Det er behov mer forskning og data for å si noe sikkert om hvilken effekt lokalitetsaspekter har på ulike folkefinansieringsprosjekter.

Samtlige av de som ble intervjuet i forbindelse med denne rapporten var enige om at det er et negativt forhold mellom geografisk nærhet og vellykkethet for belønnings- og donasjonsbaserte folkefinansieringsplattformer. Enkelte hevdet i likhet med den eksisterende litteraturen at dette forholdet ikke eksisterte for lån- og egenkapitalbaserte plattformer. Dette skyldes at slike plattformer som regel har en stabil base av investorer hvor tillit og troverdighet er viktigere enn geografisk nærhet til prosjektet. Enkelte av de intervjuede påpekte at norske investorer muligens foretrekker å investere i norske prosjekter framfor utenlandske fordi de har mer tillit til norske aktører.

Både forskere og de som er blitt intervjuet erkjenner at effekten av geografisk nærhet variere med typen folkefinansieringsplattform. Det er et negative forholdet mellom geografisk nærhet på bynivå og suksessratioen for donasjons- og belønningsbasert folkefinansiering. Videre kan det hevdes at geografisk plassering spiller en rolle på et statlig nivå for lån- og kapitalbasert folkefinansiering i Norge.