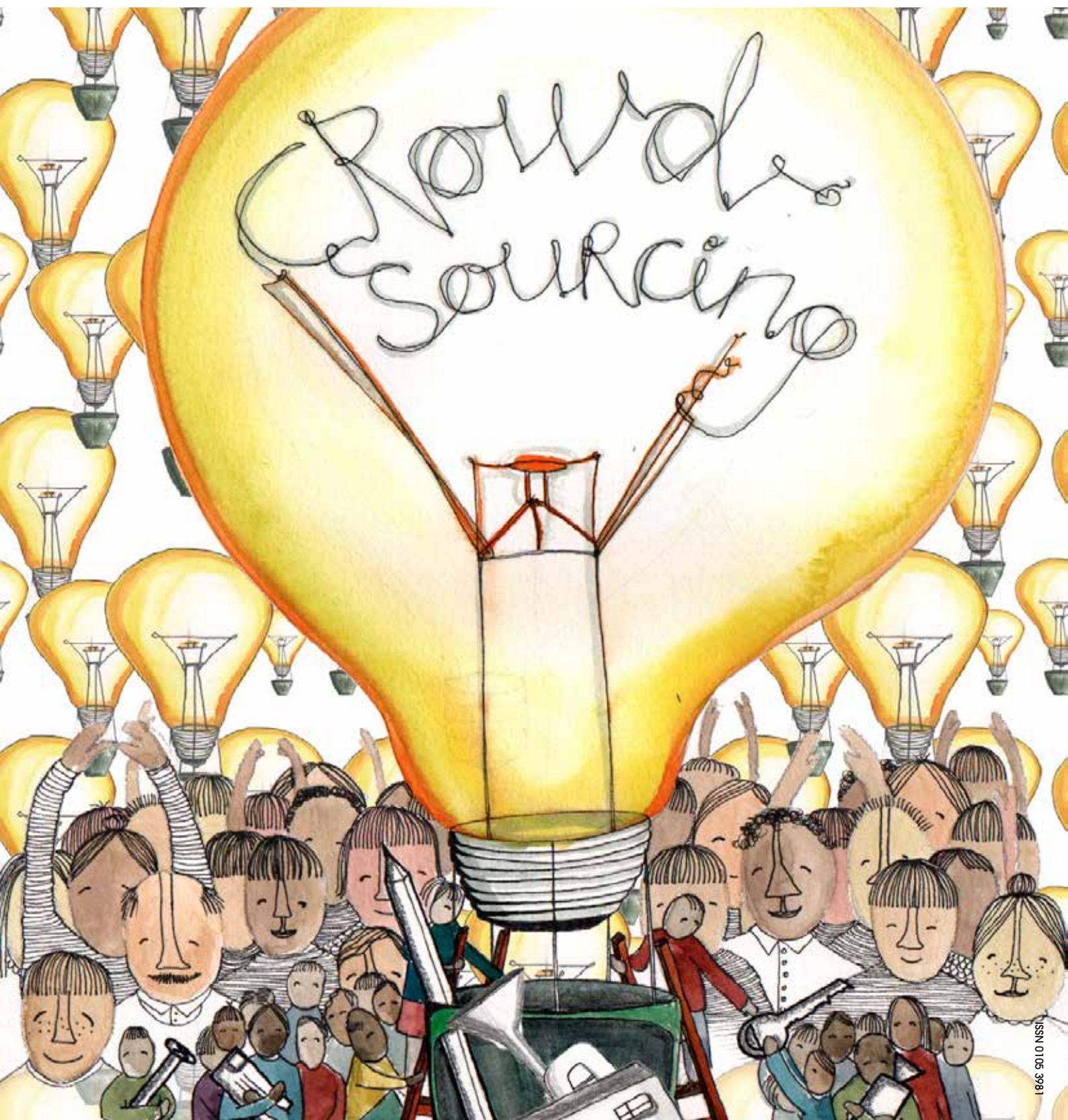


FUTURIBLERNE

– tidsskrift om samfundsforhold

Marts 2015, Årgang 43. nr. 1 • Udgivet af Selskabet for Fremtidsforskning • info@fremtidsforskning.dk



ISSN 0105 3981

Fremtider kan ikke beregnes. Fremtider kan kun vælges.

På vegne af forretningsudvalget

TUSIND TAK TIL

Clara Riis Ottosen-Støtt, cand.mag. i engelsk, fordi du sagde ja til denne opgave og hermed har gjort det muligt for første gang at publicere tidskriftet Futuriblerne både på dansk og engelsk. Clara kan kontaktes på clarariss@hotmail.com

Til **Signe Gabriel**, kunstner og illustratør, for hendes fine forside illustration. Du finder mere af Signes arbejde på <http://signegabriel.com>.

Og sidst men ikke mindst tak til vores faste bidragsyder **Ken Hommel**, grafisk designer, for dit altid professionelle arbejde. Du finder Ken på <http://hommelgrafik.dk>

Vi sætter stor pris på jeres bidrag !

Projektansvarlig, forretningsudvikler og medlem af forretningsudvalget Cand.scient.,
Jonina Nonginthirath

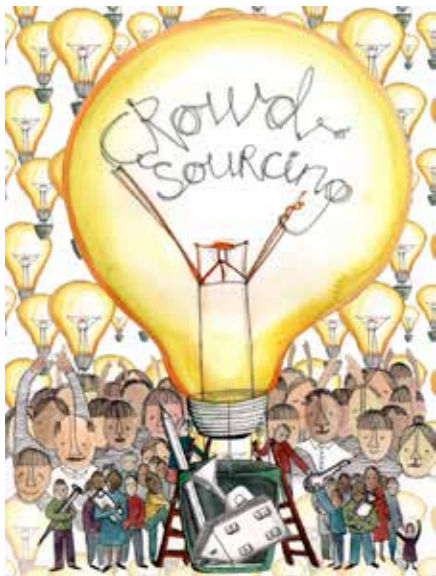
Form din fremtid her!

Futuriblerne er et tidskrift, der afspejler tidens handlinger, visioner og valg.

Vi har med denne udgivelse taget et nyt skridt i Futuriblernes historie. Futuriblerne blev første gang udgivet i 1969 med grundlæggeren af Selskabet for Fremtidsforskning Arne Sørensen som redaktør. Det var kort efter at Selskabet havde tilsluttet sig Association Internationale Futuribles og herved erhvervede rettighederne til navnet Futuriblerne. I 2009 gik Futuriblerne fra papir til online media. Med denne udgivelse bliver tidskriftet for første gang udgivet på både dansk og engelsk.

Fremtider kan ikke beregnes. Fremtider kan kun vælges.

Redaktionelt forord



Den dialog vi nu har på internettets sociale platforme, former fremtiden hurtigere end vi før har kendt. Crowdsourcing giver os hver især mulighed for at komme i kontakt med mennesker verden over inden for et hav af interesseområder. Det udfordrer de kendte måder at handle, udforske idéer, kreere, investere, opsøge og skabe ny viden på. Det giver også nye muligheder for at sætte rammer for vores hverdag og sociale kontakter.

Historisk set har udvikling og udbredelse af kommunikationsværktøjer været afgørende for at samfundssystemer er blevet ændret. Udviklingen og udbredelsen af internettet har givet en direkte og hurtig adgang til mennesker på tværs af sted i verden, som vi ikke før har kendt.

Vi har set en udvikling gennem de sidste 10 år hvor internettets kommunikationsplatforme, Facebook, Twitter, YouTube osv., bliver brugt politisk. Enkelt personer bruger internettet til at påvirke andre med personlige sendte beretninger, billeder, videoer og tekster, som er svære at kontrollere. Mennesker påvirker nu andre med meget personlige direkte online fortællinger via mobiltelefoner i et omfang som vi ikke har kendt før. Crowdsourcing er nu almindeligt brugt i nyhedsstrømmene.

FUTURIBLERNE lyser i denne udgave på en række crowdsourcing tiltag, der hver især ændrer på "normale" måder at gøre ting på:

Pia Pinkowski og **Susanne Rubæk** fører os ind i hvordan crowdsourcing udmønter sig i Danmark og deler deres erfaringer med at arbejde med åben innovation. Vi bliver taget med på rejsen for at skabe og udgive den første danske businessbog om crowdsourcing: CROWDinnovation.

Tom Britton forbinder via SyndicateRoom små investorer, Business Angels og iværksættere, der har brug for kapital til at udvikle deres forretning via equity crowdfunding. Jeg har interviewet ham om de muligheder som equity crowdfunding giver.

Samia Sarwar fortæller om hvordan unge i Bangladesh får uddannelse, mentorprogram og arbejder som online freelance IT konsulenter, der løser kodningsopgaver for virksomheder via CodersTrust.

Som en ramme til de konkrete måder at udføre crowdsourcing på, deler **Andreas D. Christiansen** sine refleksioner over, hvordan vores opførsel via digitale sociale platforme får betydning for andres opfattelser af os når vi er en del af crowdsourcing.

Ved at arbejde med dette nummer af *FUTURIBLERNE* er jeg blevet mødt med en af de stærkeste positive kræfter i crowdsourcing: tilliden til at vi ønsker at hjælpe hinanden ved at dele vores viden og arbejdsindsats, og sammen arbejde for at udbrede kendskabet til mulighederne i crowdsourcing. Det er sket på trods af at vi ikke har holdt fysiske møder og kun har talt sammen via e-mails og andre sociale medier. Stor tak til alle jer der har bidraget.

Tina Baltzer, redaktør

Indholdsfortegnelse

Tina Baltzer	Redaktionelt forord	3
Pia Pinkowsky & Susanne Rubæk	Åben Innovation og Crowdsourcing på dansk	5
Tina Baltzer	Equity Crowdfunding giver nye finansieringsmuligheder for startups.....	11
Samia Sarwar	Freelance kodere	15
Andreas D. Christiansen	Du er den, jeg siger du er	18





Af Pia Pinkowsky & Susanne Rubæk

Åben Innovation og Crowdsourcing på dansk

Fænomenet crowdsourcing er ikke en ny måde at samarbejde på. Invitationen via "open calls" til andre om at bidrage enten i form af viden, arbejdskraft eller økonomi er ikke ny – i crowdmiljøet tales der f.eks. om den nye andelsbevægelse. Men crowd-begrebet har udviklet sig voldsomt med tilblivelsen af en online verden, fordi det i www-tidsalderen er blevet meget nemmere at invitere ikke kun lokalsamfundet, men hele verden med i arbejdet.

Hensigten med denne artikel er at give dig et overblik over udviklingen mere generelt via to konkrete danske cases. Crowdsourcing af bogen CrowdInnovation og den danske platform "InnovationsBørsen".

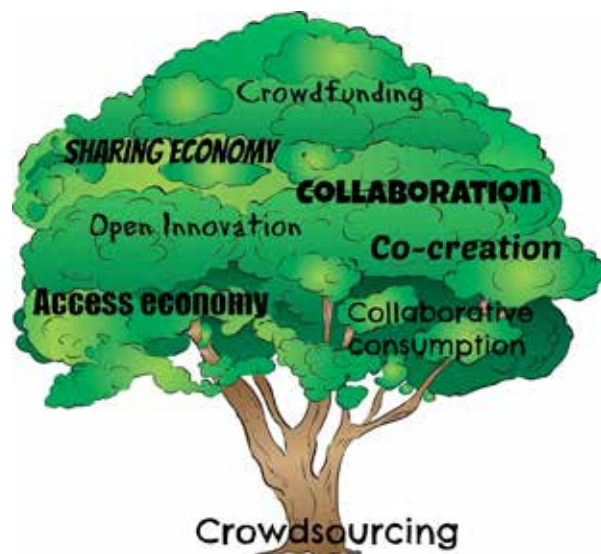
Crowdsourcing er det nye sort

Begrebet Crowdsourcing er nemlig en måde at tænke forretning på og en alternativ metode til løsning af konkrete problemer eller udfordringer. Crowdsourcing er et redskab til at skabe åben innovation og løse konkrete problemstillinger med.

Crowdsourcing som begreb kan derfor ses som et overbegreb til en række andre begreber som: crowdfunding, sharing economy, collaboration, open innovation, access economy, co-creation, collaborative consumption m.v. Kendetegnet for dem alle er at individer, virksomheder eller organisationer mødes online og bringes sammen via en henvendelse – et "open call", hvor nogen uden for ens eget netværk hjælper med at finde den rigtige løsning.

Disse open calls kan have forskellige hensigter. De løsninger som vi søger via platformene, kan umiddelbart opdeles i følgende tre hovedkategorier:

- a) Deleplatformene
- b) Ydelsesplatformene
- c) Udviklingsplatformene



I Danmark begynder der at være en række platforme som materialiserer disse begreber. For så vidt angår deleplatformene er der f.eks. minbildinbil.dk, airbandb.com, bemyeyes.dk, enjoylocally.com. Dertil kommer ydelsesplatformene der spænder fra at du kan definere et håndværkerbehov til dit hus, din bil eller...? og få 3 tilbud den anden vej, og så kan du tage det, som bedst dækker dit behov. For at virksomheder og organisationer kan få løst konkrete opgaver, kan vi f.eks. nævne danske Crowdio, som bruger crowden som "chat"-specialister på hjemmesider.

I den tredje kategori, udviklingsplatformene, er der f.eks. tagdel.dk, serviceplatformen.dk, KEA's uddannelsesplatform eller InnovationsBørsen, der præsenteres nedenfor. På disse platforme tages der udgangspunkt i en konkret problemformulering som du ikke "bare" kan løse via en halv times googlesøgning. Derfor vil dit open call i stedet gå mod at afgrænse en konkret problemstilling eller udfordring som du søger en løsning på.

Der arbejdes ud fra følgende kriterier når du søger hjælp til en konkret opgave, problemstilling eller udfordring på disse platforme:

- "Open calls" er specifikke, detaljerede og handlingsorienterede
- "Open calls" skal formuleres, prioriteres og deles
- "Open calls" skal evalueres, bedømmes og belønnes
- "Open calls" må ikke stride imod andres rettigheder, og de sikrer dine egne

Lad os gennem nedenstående historie bruge tilblivelsen af bogen CROWDinnovation som et eksempel på hvordan man kan crowdsource en opgave og bruge en udviklingsplatform for at få et resultat som én eller få personer ikke kunne have skabt lige så godt.

Historien om at crowdsource en bog

Der findes mange, især internationale, bøger på markedet om crowdsourcing. Alle som én skrevet af én eller max to forfattere. Tænk lige over den. En bog om crowdsourcing med kun én eller to bidragsydere, selvom crowdsourcing netop handler om at inddrage mange input og megen viden fra mange mennesker.

Derfor skal der selvfølgelig udkomme en bog om crowdsourcing på dansk og engelsk der rent faktisk er crowdsourcet! Og sådan begynder historien om den crowdsourcede bog CROWDinnovation.

Ambitionen med bogen er da også helt klar fra start: "Meningen er at forsyne læseren med de redskaber og den indsigt der skal til for at kunne favne den næste innovationsbølge - crowdsourcingbølgen. Formålet er at nyfortolke det mindset mange af os har om innovation, det at drive virksomhed, og hvad viden er. Læseren indføres gennem en række eksempler og cases i hvordan nye former for fællesskaber vil blive afgørende i forhold til hvordan vi fremadrettet vil bedrive virksomhed og innovation. Ligeledes sættes der fokus på det traditionelle vidensbegreb, som bogen udfordrer. Samtidig vil de typiske grunde til at man ikke opnår succes med crowdsourcing, og de typiske grunde til at man gør, blive udkrystalliseret. Bogen oplister således do's and don'ts baseret best practice erfaringer fra bogens bidragsydere".

Lad det være sagt med det samme - at crowdsource en bog har været en spændende rejse, men ikke en hurtig rejse, og slet ikke en rejse uden bump på vejen. Men det har været en sjov rejse, og resultatet er uovertruffet.

Fra luftig drøm til rigtig bog

Til at inddrage den nyeste viden, de bedste idéer og de virkelig gode løsninger, er crowdsourcingmetoden suveræn. Også når det gælder det at skrive en bog om emnet. Og opskriften burde være klar og ligetil. Det er da bare at formulere en tekst, og måske endda producere en lille lækker videobid der opfordrer folk fra nær og fjern til at bidrage med input til bogen. Ikke?

Men ønsker man sig en bog der udkommer i fysisk form, bliver markedsført og omtalt i medier mv., og som man ikke selv skal bekoste udgivelsen af, starter rejsen et helt andet sted. Nemlig hos et forlag. Eller ved mange forlag hvis man ikke tidligere har udgivet bøger, og er kendt hos et forlag. For det er nu engang stadig sådan at de fleste der gerne vil have deres bog ud over rampen, fortsat ser de største fordele ved at et forlag udgiver deres værk. Ligesom de fleste musikere også ønsker sig at et pladeselskab udgiver deres musik. Uagtet at verden er i hastig forandring, og at dette nok også ændres på sigt. Og i stald hos et forlag kom bogen da også. Så langt så godt.

Platformsuniverset

Nu skulle sagen være klar. Nu burde vi kunne komme i gang med at crowdsource! En fængende tekst og måske et videoklip der på bedste vis beskriver udfordringen med at ville indsamle bidrag/crowdsource bogens indhold, og op på en platform med det. Eller hvad?

Der findes rigtig mange typer af platforme for crowdsourcete løsninger, der alle er kendetegnede ved at de er specialiserede inden for et bestemt område eller tema. F.eks. amerikanske Innocentive, der arbejder som en to-sidet platform. Firmaer lægger teknologiske eller videnskabelige udfordringer op som specialister byder ind med løsninger på. Hvordan får vi fx indsamlet og opbevaret prøver på Mars og transporteret dem sikkert hjem igen? En udfordring NASA fx har lagt op på platformen.

Amazons Mechanical Turk er en helt anden slags platform. Nemlig en markedsplads hvor opgavegiver og opgavetager kan mødes om små og store arbejdsopgaver - alt fra mindre oversættelsesopgaver til flere måneders projektansættelse. Her kan du crowdsource den arbejdskraft du mangler til små eller større opgaver. En slags arbejdsformidling mellem virksomheder og det vi i dag kalder for freelancere, men som fremadrettet vil udgøre en større og større del af arbejdsstyrken.

For at finde den rette platform og dermed nå ud til det rette crowd for bogen CROWDinnovation, skulle der derfor kigges på mange platforme. Heldigvis et arbejde der kan lattes, idet der findes sites med temaindelte oversigter over eksisterende platforme. Men ak og ve - selvom der findes internationale platforme der omfatter kunst og kultur, og herunder bøger, passede en businessbog som denne ikke rigtigt ind.

Heldet tilsmilede dog vor hårdtprøvede bog, da danske InnovationsBørsen netop blev lanceret på samme tid. Udfordringen i form af et "open call" efter bidrag til bogen kunne passe ind her. Og det gav flere henvendelser om mulige bidrag til bogen.

Mange bække små...

Henvendelserne via platformen rakte dog ikke til en hel bog. Der skal mere til. Indsamlingen af bidrag til bogen skulle derfor ske gennem flere kanaler på samme tid.

Derfor blev der udsendt direkte invitationer til mulige bidragsydere (folk i ind og udland der ved noget om emnet crowd-sourcing) sammen med en opfordring til at de igen spredte budskabet i deres netværk. Via foreningen Danish Crowdsourcings nyhedsbreve og på de sociale medier blev budskabet om bogens åbne "call" også spredt. Der blev således søgt efter idéer og bidrag til denne bog fra mange kanter. Og der kom henvendelser fra en række mulige bidragsydere. Mange bidrag sandsynliggør at bogen indeholder den nyeste viden og de bedste input. Bidrag der ikke i nær samme grad kunne være indsamlet via traditionelle vidensindsamlingsmetoder, som en enkelt forfatter havde stået for.

Og heldigvis var henvendelserne om at bidrage meget forskelligartede. Det er en af de helt store styrker ved crowd-sourcing. Der kom således henvendelser fra folk der ønskede at bidrage med specialiseret viden inden for et bestemt hjørne af crowdsourcingverdenen, og der kom henvendelser fra folk der ønskede at bidrage med det brede perspektiv. Dette på samme tid brede og mere snævre perspektiv fra bidragsyderne kunne dels sikre en grundig indføring i begrebet crowdsourcing og dets facetter, og dels crowdsourcings historiske udvikling og betydning samt bud på fremtidsudsigterne for denne næste innovationsbølge.

Samtidig kom der også bidragsydere til med helt konkrete casehistorier. Herved kunne det sikres at bogen også blev krydret med en række praktiske cases, og derved en helt konkret indføring i hvordan der kan arbejdes med crowd-sourcing i store som små, og offentlige såvel som private organisationer.

Revl og krat

Ikke alle bidrag eller forslag til bidrag dur. En sandhed mange synes at glemme når vi taler crowdsourcing. Der skal ofte mange idéer og megen input og viden til før vi finder de idéer eller de bidrag der samlet set skaber det bedste resultat.



Trods et forsøg på at beskrive udfordringen med at bidrage til bogen meget konkret, kom der henvendelser der ikke levede op til den standard som bogen skulle have, eller bidrag der faldt uden for bogens emne. Det var altså ikke præcist nok når der i beskrivelsen på platformen, i nyhedsbreve og i invitationer stod:

"Målgruppen for bogen vil være såvel store som små virksomheder - offentlige som private. Fremtidens innovationspilleregler for at inddrage crowden kan nemlig omsættes til enhver virksomhed eller organisation. Du kan for eksempel skrive om et eller flere af disse emner:

- *Hvad er crowdsourcing, og hvordan gribes det bedst an?*
- *Hvordan kan crowdsourcing skabe mere og bedre innovation?*
- *Hvad er fremtiden for crowdsourcing?*
- *Hvordan matches udfordring og crowd?*
- *Hvad er de vigtigste do's and don'ts? – gerne med udgangspunkt i konkrete cases"*

Det var bare ikke præcist nok for nogle af budskabets modtagere. I bagklogskabens klare lys, skulle der kun have været ét punkt, det skulle have været meget præcist formuleret, men gerne uddybet i en tilhørende tekst eller video. Har du flere spørgsmål du gerne vil have svar på, så spørg crowden flere gange, men ikke på samme tid.

Dog skal det påpeges at det altid vil være en balancegang. For hvis vi omvendt ikke får alle mulige bidragsydere på banen, risikerer vi at afskære os fra den anderledes og uforudsete idé. Der kom nemlig også idéer og bidrag ind, som var så gode, og som ingen havde set komme, at de skulle med uanset at bidragsyder måske ikke var et skrivende menneske der selv kunne formidle budskabet. Dette skete så i samarbejde med bogens redaktør så de vigtige budskaber fik en stemme i bogen på lige fod med de bidrag der var velskrevne.

Fiks og færdig

I skrivende stund kan der sendes et (næsten) færdigt manuskript til forlaget, og bogen CROWDinnovation forventes at udkomme i sommeren 2015, om alt går vel. For her skal der også mange mennesker ind over, selvom arbejdskraften vist endnu ikke crowdsources hos de danske forlag. Da en del af bogens bidragsydere er engelsksprogede, forligger store dele af bogen allerede på engelsk, og der laves således også en co-publishingaftale med et engelsksproget forlag.

Resultatet af crowdsourcingrejsen er blevet en bog der aldrig var blevet så god, hvis den kun var skrevet af én eller to forfattere. For ingen enkeltperson kan i dag vide alt eller nok om et emne i en tid hvor ny viden produceres med eksponentiel hastighed i en globaliseret verden. Og hvis en eller få personer fordyber sig for meget, risikerer vi også at tankegange ikke bliver udfordret af anderledes tænkende og nye indfaldsvinkler på emnet. Uanset om det er en bog eller et nyt produkt, en service eller måske måden vi organiserer vores arbejde på som vi skal udvikle.

Hensigten bag en platform på dansk!

Bogen CROWDinnovation er som nævnt bl.a. blevet til via bidrag fra den danske platform InnovationsBørsen. En af grundene til at en fagbog som denne passer ind på InnovationsBørsen som platform, er bl.a. at hensigten med at skabe en dansksproget platform netop har været en platform hvor du har adgang til mennesker fra vidt forskellige faglige felter.

Modsat f.eks. den amerikanske platform Innocentive, er der ikke forventninger om at deltagerne er specialister med en master inden for deres felt. På InnovationsBørsen er hensigten til gengæld at personerne har en fælles interesse for innovation og crowdsourcing.

Teoretisk set skabes innovation i krydsfelter mellem fagspecifik viden. Undersøgelser med udgangspunkt i den længst eksisterende platform, innocentive.com i USA, viser at de endelige løsninger findes i krydsfeltet mellem fagområder. Det viser sig at det er de færreste løsninger der er skabt af personer der er specialister inden for det fagområde hvor udfordringen eller invitationen til samarbejde er formuleret. Altså har de personer eller teams som er kommet med løsningsforslagene, fagligt set befundet sig i periferien, har haft perifert kendskab til området eller har gjort sig den udefrakommendes iagttagelser af fagområdet eller problemet.

Derved har ikke-fagpersoner iagttaget "noget", som specialisterne ikke har bidt mærke i, men som specialisterne er i stand til at arbejde videre med når iagttagelsen bliver italesat for dem.

Casen omkring InnovationsBørsen er derfor baseret på fire grundlæggende ting:

- a) En dansksproget platform til at afprøve det at arbejde med crowdsourcing som redskab til at skabe åben innovation, inden man som person, virksomhed eller organisation bevæger sig ud på det globale marked.
- b) En platform til at øge den dansksprogede viden og netværk omkring crowdsourcing som redskab til innovation.
- c) En platform som ikke kun er fagspecifik eller specialistbaseret, men bevidst arbejder på at skabe flere innovative krydsfelter på tværs af uddannelsesniveau og fagområde.
- d) Sidst, men ikke mindst, for at løse konkrete problemstillinger.

Et par afsluttende tips...

Vil du crowdfund en løsning på en udfordring du har, - om det er en bog, et logo, et stykke software, eller om du skal transportere planetstøv fra Mars - så følger her tre gyldne råd til, hvad du med fordel kan gribe og gøre i:

1. Forbered dig grundigt - crowdsourcing er ikke en nem genvej, men blot en anden arbejdsmetode.
2. Keep it simple - spørg ikke crowden om alt muligt på en gang, så vil svarene enten udeblive eller stritte i for mange retninger.
3. Vælg din platform og din crowd med omhu for at kunne nå ud til mange af den type mennesker du ønsker at sprede dit budskab til, uden samtidig at afskære dig fra input fra uventet kant.

Pia Pinkowsky

Cand.scient.pol. Stifter af InnovationsBørsen, et dansk crowdsourcing site og konsulenthus.

Du kan kontakte Pia Pinkowski på pia@innovationsboersen.dk.

Susanne Rubæk

Cand.scient. adm. Forfatter, foredragsholder og næstformand i Dansk Crowdsourcing Forening.

Du kan kontakte Susanne Rubæk på susanne@danishcrowdsourcing.org

Equity crowdfunding giver nye finansieringsmuligheder for startups



Interview med Tom Britton, medstifter og teknisk chef hos SyndicateRoom

Af Tina Baltzer



SyndicateRoom er en equity crowdfunding platform (aktie crowdfunding platform), der hører hjemme i Storbritannien. I Storbritannien medvirker equity crowdfunding til at udvide paletten af investeringsmuligheder. Equity crowdfunding er blevet hjulpet på vej af regelændringer på området i de senere år.

SyndicateRoom er den første platform for equity crowdfunding, der giver mindre investorer mulighed for at investere i firmaer fra £1000, der samtidig støttes af professionelle investorer, også kaldt Business Angels. Tom Britton fortæller i interviewet om fordelene og mulighederne ved equity crowdfunding.

1. Hvordan har crowdfunding udviklet sig – dvs. historien bag begrebet samfinansiering/'the crowd' brugt i finansiel sammenhæng?

Begrebet crowdfunding dukker op for første gang i 2006, men de underliggende principper har rødder tilbage til 1700-tallet. Men den moderne forståelse af crowdfunding stammer fra 1970'erne, hvor Muhammad Yunus grundlagde Grameen Bank.

2. Crowdfunding i dag – hvad er det crowdfunding kan som traditionelle investeringsformer ikke kan?

Crowdfunding udfylder et stort sort hul der har været i mulighederne for at opnå finansiering af helt nyopstartede virksomheder som ikke har adgang til traditionelle finansieringsformer.

Bankerne har strammet op på hvem de låner penge til, så der er mange nye, spændende virksomheder som ikke får en chance, selvom de fortjener den. Fra investorens synspunkt giver crowdfunding adgang til en alternativ investeringsmulighed som – indtil for få år siden – kun var åben for en lille, lukket gruppe mennesker.

3. Hvad er det unikke ved den investeringsmodel som SyndicateRoom tilbyder?

Vi tilbyder vores investornetværk muligheden for at investere i projekter ledet af erfarne investorer og investornetværk. Kort sagt, så skal en investeringsmulighed – før den kan blive registreret på vores side – først have en hovedinvestor eller -investorgruppe der er klar til at investere i den investeringsrunde. Vi synes selv at det er en perfekt løsning med den erfarne hovedinvestor der fører an i runden, og at resten så udgøres af kapital fra 'crowden'.

4. Hvordan ser udviklingen ud lige nu – fremkomsten af crowdfunding. Hvad er dine erfaringer med at kombinere investeringer fra Business Angels og små investorer ('the crowd')?

Det vil sige: Hvordan er din investeringsmodel en fordel for hhv.:

Opstartsvirksomhederne der har brug for finansiering? Vores plan sikrer at opstartsvirksomhederne har erfarne investorer og mentorer i ryggen, samtidig med at de får adgang til at rejse midler fra en større kapitalpulje.

Business Angels? Business Angels kan godt lide at sprede deres risiko ved at investere i en portefølje af virksomheder, så som udgangspunkt dækker de ikke selv en hel investeringsrunde. Vores model hjælper dem med at sikre sig at deres første investering bakkes op af en bredere kreds af investorer, og den hjælper med at lukke investeringsrunden hurtigere end hvis de selv havde skullet gå ud og opsøge de øvrige investorer.

De små investorer? De mindre investorer nyder godt af hovedinvestorernes erfaring og får den tryghed det er at vide at nogen der har været på markedet i lang tid, selv skyder penge i investeringsrunden, modsat en kapitalforvalter der investerer på andres vegne.

Finansmarkedet? Vi mener selv at vores model sender mere intelligent kapital ud på markedet. Vi hjælper opstartsvirksomheder der fortjener at opnå finansiering med at få den finansiering.

Den generelle konkurrence på markedet? Der er forskellige modeller for de forskellige stadier af en virksomheds livscyklus, og når vi lægger os i selen, så kan du være sikker på at vores konkurrenter vil være tvunget til at gøre det samme.

Iværksætermiljøet i Storbritannien? Små og mellemstore virksomheder skaber jobs og tilføjer værdi til økonomien. Ved at hjælpe disse firmaer komme godt fra start og holde sig i gang, gør vi vores til at støtte iværksætermiljøet.

Desuden er London blevet kendt som verdens fintech-hovedstad. Hvis vi kan blive ved med at innovere, så mener jeg at vi være medvirkende til at det bliver ved med at være sådan, selv hvis loven Title III of the JOBS Act bliver vedtaget i USA.

Kan du nævne nogle af faldgruberne? Lige meget hvilken platform man investerer i, er der altid en risiko for at tabe penge, præcis ligesom på aktiemarkedet. Den største faldgrube er muligheden for at miste hele sin investering, især fordi det er et relativt nyt område, og der er mange der måske kommer uforberedte ind på markedet.

5. Hvordan har bankerne og de store investeringsfonde reageret på de ændringer i det finansielle marked som crowdfunding har medført?

Bankerne er begyndt at arbejde sammen med crowdfunding-sider for at hjælpe virksomheder og personer der ikke opfylder bankernes kriterier, men som fortjener investeringen eller lånet, med at finde nogen der kan give dem det.

Jeg synes at det er et rigtig godt første skridt, men i sidste ende håber jeg at bankerne begynder at investere i virksomhederne gennem disse platforme.

6. Hvordan medvirker crowdfunding til at demokratisere det finansielle system?

Crowdfunding skaber muligheder for investorerne. Du behøver ikke længere at acceptere renten på 1 % på dit indlån i banken, nu kan du få 6 % i afkast fra en P2P-långiver. Du behøver ikke længere at betale 2,5 % om året plus et startgebyr for at sætte penge i risikable, unge virksomheder. Nu kan du gøre det gennem os. Og det samme gælder for virksomhederne. Hvis du ikke lige lever op til bankernes kriterier, så kan du nu gå andre steder hen og finde finansiering.

7. Hvad gør SyndicateRoom for at skabe opmærksomhed om (equity-) crowdfunding?

Vi deltager på så mange investeringsrelaterede konferencer som muligt, vi skriver om det for Forbes, vi har et online marketing team og vi undersøger muligheden for flere offline kommunikationskanaler. Vi er medlem af UK Crowdfunding Association og sammen med dem arbejder vi hårdt på at udbrede kendskabet.

8. Er en del af forklaringen på væksten i crowdfunding at det er et udtryk for en mistillid til de traditionelle spillere på markedet (banker/fonde) der har udviklet sig under finanskrisen?

Jeg tror egentlig ikke at det skyldes følelsen af mistillid. Crowdfunding opstod snarere på grund af et behov. Et behov for at skaffe finansiering til iværksættere der ikke havde midlerne eller den veletablerede kredit som bankerne normalt ville kræve, og med det behov opstod et behov for investorer der ønskede bedre afkast end de kunne få fra bankerne. Det var lidt af et lykketræf at begge behov opstod ud af krisen.

9. Kan crowdfunding og udviklingen af nye crowdfunding-metoder, som fx SyndicateRoom's metode, bidrage til at mindske denne mistillid til de finansielle markeder? Hvorfor/hvorfor ikke?

Jeg tror en stor del af mistilliden kommer fra en mangel på gennemsommelighed i forhold til hvad folk troede at de investerede i, og hvad det så viste sig at være. Ja, der var mange, mange tilfælde hvor folk købte katten i sækken, men der var også en tendens til at investorerne var overivrige for at skyde penge i produkter de ikke havde sat sig ordentligt ind i.

Med crowdfunding er gennemsommelighed nøglen, samt muligheden for at komme i direkte kontakt med ikke blot dem i den anden ende af investeringen, men også de andre der overvejer at foretage den investering. Når miljøet er mere åbent, kan man håbe på at sandheden kommer frem.

10. Hvordan ser fremtiden for crowdfunding ud? Du nævnte f.eks. Title III of the JOBS Act - Udover investeringer i USA, hvordan vil det påvirke mulighederne for crowdfunding verden over? Andre trends i Europa, Asien, Sydamerika, Afrika, Mellemøsten, Rusland mm.?

Før crowdfunding tager springet og bliver globalt, tror jeg at den næste store fase for crowdfunding bliver tilegnelse af viden. Jeg nævnte ovenfor at der er brug for gennemsommelighed, og en del af den gennemsommelighed vil komme fra investorer og iværksættere der har brugt tid på virkeligt at sætte sig ind i hvad det er de har givet sig i kast med.

For iværksætterne har der været meget fokus på hvordan man skaffer finansiering, men ikke ret meget på hvad der sker bagefter og hvordan man håndterer aktionærerne. For mange investorer er dette en helt ny type aktiv som opfører sig anderledes end stort set alt andet de har investeret i før.

Hvis vi vender tilbage til fremtidens trends, så er crowdfunding i vækst i Europa, og EU har et sæt regler for det. Vi har fået henvendelser fra potentielle partnere over hele Asien som gerne vil indføre crowdfunding på deres marked, og Sydamerika er også begyndt at vise mere interesse.

Det er alltsammen rigtig godt, men det virker som om at verden venter på hvad der sker i USA med Title III of the JOBS Act. Mit gæt er at der vil komme en stor vækst inden for equity crowdfunding så snart loven træder i kraft, men jeg tror ikke at den kæmpemæssige globale påvirkning som folk forventer, kommer til at finde sted, for crowdfunding er ikke længere noget helt nyt. Folk har hørt om det, og hvis de ikke allerede har investeringsbaseret crowdfunding, så efterspørger de det.

Ja, der er meget velstand i USA, så tallene for crowdfunding vil stige voldsomt, men jeg tror at vi allerede er på en støt stigende kurve i forhold til tilslutning, om ikke investeringer, og fordi Title III har været forsinket så meget, når det så endelig sker, så vil det være gavnligt, men vil ikke have den indvirkning som den ville have haft hvis den var gået igennem for et år siden. Men det er bare mit bud.

Tina Baltzer

Stifter og indehaver af Lifesparkz. Medlem af forretningsudvalget i Selskabet for Fremtidforskning.

Cand.Scient.Soc. Skribent og social trends explorer. Tina Baltzer skriver en blog og artikler om trends i erhvervslivet

og om virksomheder, der skaber social forandring. Lifesparkz er firmaet, der huser bloggen:

wordstoheartfulaction.lifesparkz.com. Du kan kontakte Tina Baltzer på tinabaltzer@lifesparkz.com.

Tom Britton

Medstifter og teknisk chef i SyndicateRoom.

Tom Britton leder udviklingen af SyndicateRooms hjemmeside og meget mere.

SyndicateRoom er en equity crowdfunding platform med base i Cambridge, Storbritanien.

Du kan kontakte Tom Britton på team@syndicatoroom.com



Freelance kodere

CodersTrust opbygger et internationalt online fællesskab af freelance kodere gennem mikro-finansiering

Dyre uddannelsessystemer og dårlige muligheder for studielån i udviklingslandene hæmmer ofte de unges muligheder for vækst og bidrager til at holde dem fast i fattigdom. Resultatet bliver at en stor mængde talent forbliver uudnyttet, og at potentiale for økonomisk og social vækst går tabt.

Gennemsnitslønnen for en ufaglært arbejder i et udviklingsland er omkring 500 dollar om måneden, og 80 % af verdens unge lever i familier der tjener mindre end 50 dollar om dagen. Det dækker kun de vigtigste behov som mad og husleje, mens der ikke er råd til videregående uddannelse eller anden oplæring. Derfor er flere end 200 millioner unge arbejdsløse eller i ufaglærte jobs uden mulighed for at uddanne sig.

Mulighederne i online opgaveplatforme

Online arbejde åbner alternative muligheder for at nå den næste generation. Der er f.eks. Elance og oDesk, der giver freelancere i den tredje verden mulighed for at byde ind på opgaver fra hele verden. Med de vækstrater vi ser nu, forudser McKinsey Global Institute at disse portaler vil skabe 160 millioner jobs, eller 11 % af de cirka 1,46 mia jobs der vil være i servicesektoren på verdensplan i 2020. Dette falder sammen med en mangel på arbejdskraft i Vesten og en øget adgang til internettet i udviklingslande.

I dag er den globale "minimumsløn" for programmører på freelanceportaler omkring 2500 dollar om måneden, og efterspørgslen er stigende. Udfordringen er derfor at få opkvalificeret de unge så de kan byde på opgaver på freelanceportalerne. Hvis det lykkes dem at få arbejde til 2500 dollar om måneden, svarer det til en femdobling af deres månedsløn.

Hvem skal stå for oplæringen?

Nu hvor muligheden er der, er udfordringen at finde ud af hvordan man får adgang til jobmulighederne online og forbereder sig til det. En potentiel programmør kræver finansiering og oplæring så han eller hun kan blive en del af det globale jobmarked online. Der skal også afsættes nok tid og ressourcer til at få opbygget en troværdig og tillidsvækkende profil på nettet, der kan gøre dem i stand til at tjene penge online.

Traditionelt set har en statslig uddannelsesinstitution været svaret for det lokale marked. Dette fungerede under overgangen fra landbrugssamfund til industrisamfund. Men denne type uddannelsessystem er ofte dyrt og ofte også frugtesløst i udviklingslande hvor man ikke har været i stand til at sikre sig en kvalificeret arbejdsstyrke på det globale arbejdsmarked.

Løsningen

CodersTrust er en mikrofinansieringsplatform støttet af DANIDA hvor kommende programmører fra udviklingslande sættes i forbindelse med institutioner der er villige til at mikrofinansiere deres uddannelse. Derefter sammensættes ud fra CodersTrust-studieprogrammet en personligt tilpasset plan over oplæring, uddannelse og erfaring der skal optimere indtjening og fremtidig karriere.

CodersTrust tilbyder online undervisningsmaterialer og opgaver der passer til den studerendes niveau, i ét samlet uddannelsesprogram med teorilektioner, obligatoriske eksamener og freelanceopgaver.

CodersTrust-metoden

CodersTrust-studieprogrammet strækker sig over 6 måneder hvor eleverne forberedes på alt fra at håndtere grundlæggende front end webdesign til avancerede back end programmeringsopgaver. Efter tre måneder er de studerende godt klædt på til at begynde at gå ind og byde på simple webdesignopgaver på onlineportalerne. Dette gør dem i stand til at oparbejde en forståelse for markedet og hvordan man interagerer med potentielle arbejdsgivere.

CodersTrusts mentorer vælges ud fra deres tekniske, teoretiske og praktiske viden. De er erfarne programmører, der også har adskillige års erfaring som freelancere og iværksættere. De lærer ikke blot de studerende at kode, men også hvordan man på professionel måde byder på opgaver, klarer sig godt til jobsamtaler og arbejder sammen med arbejdsgiverne.

Derudover anerkender CodersTrust vigtigheden af at have gode engelskkundskaber og har udviklet programmet sådan at de studerende udvælges, ikke blot på baggrund af deres tekniske og personlige evner, men også deres sproglige færdigheder.

I de tilfælde hvor en studerende er meget lovende i forhold til tekniske og personlige evner, men mangler sproglige færdigheder har CodersTrust også opbygget et samarbejde med hjælpeorganisationen British Council, der så tilbyder gratis engelskkurser for at forbedre deres engelskkundskaber.

Kort sagt er systemet sat op så de studerende ikke blot lærer at kode, men også hvordan de bliver professionelle freelancere der kan arbejde sammen med arbejdsgivere fra hele verden!

Desuden er CodersTrusts studerende ikke kun tilknyttet programmet i de 6 måneder. De får løbende support i de følgende 2 ½ år.

Hvis det ikke lykkes dem at få succes med at byde på opgaver, vil CodersTrusts mentorer arbejde tæt sammen med dem for at identificere problemet, give dem mulighed for frivilligt at arbejde på eventuelle huller i deres færdigheder og tilbyde et forum hvor de kan få støtte.

De studerende fra CodersTrust bliver i programmet som alumner, ansatte og ambassadører for programmet under CodersTrust-paraplyen hvor de kan netværke, lære af hinanden og har mulighed for at give noget tilbage til fællesskabet.

Den sociale påvirkning

CodersTrusts samlede sociale påvirkning er markant. Hver studerende der færdiggør CodersTrust-programmet og bliver del af det online freelancemiljø, har potentielt mulighed for at tjene langt mere end de gjorde før. Det gør dem i stand til at give noget tilbage til deres familier og samfundet som helhed.

De vil kunne bruge penge på sundhedsydelser og bedre mad, og de vil have penge til at videreudanne sig, såvel som penge til uddannelse til deres børn eller andre familiemedlemmer og penge til overs til fritidsaktiviteter.

Det at kurserne foregår online, gør det muligt for mange kvinder at deltage. CodersTrust opererer i øjeblikket i Bangladesh, hvor det er almindeligt for kvinder at gå hjemme selvom de har en høj uddannelse. Problemet med at blive hjemmegående husmor er at de er nødt til helt at opgive muligheden for at tjene penge.

I disse tilfælde er det meget praktisk med et online-miljø, fordi det sætter den enkelte i stand til at lære og arbejde i deres eget tempo og bibeholde muligheden for indtjening. For at imødekomme de medlemmer der har brug for at kunne lære hjemmefra, såsom kvinder eller studerende der bor langt væk, er hele CodersTrusts studieprogram tilgængeligt online, således at ingen bliver forhindret i at udnytte deres potentiale for at uddanne sig og tjene penge!

Samia Sarwar

Udviklingschef i CodersTrust. CodersTrust tilbyder mikro-lån til studerende i Bangladesh og hjælper dem til at starte med at arbejde som freelancers gennem online platforme for jobs. Du kan kontakte Samia Sarwar på samia@coderstrust.com

Du er den, jeg siger, du er



Hvordan crowdsourcing vil komme til at forme din digitale identitet

Af Andreas D. Christiansen

Som læserne af dette blad allerede ved på nuværende tidspunkt, bruges udtrykket crowdsourcing om det at hverve en gruppe mennesker (en 'crowd') til at løse et problem defineret af ejerne af et system, i flere og flere sammenhænge.

Selvom indholdskuratering og kryptovaluta er nogle af de emner der har tiltrukket sig hovedparten af de traditionelle mediers opmærksomhed i de sidste par år, så er det anvendelsen af crowdsourcing i forbindelse med vores digitale identitet der især interesserer mig.

De fleste menneskers digitale identitet, dvs. den samlede mængde information der er tilgængelig om en person online, består mestendels af en profil på de sociale medier med informationer som personen selv har stillet til rådighed. Nogle gange indeholder profilen mange informationer, andre gange få, men det er altid ejeren af profilen der kontrollerer informationerne, og dermed vil de være ensidige.

Fortalere for privathed, eller privacy, argumenterer for at vi alle bør eje vores personlige informationer. Denne holdning er naturligvis forståelig nok når man tænker på hvor meget en usand smædekampagne på nettet kan skade en persons fremtidsudsigter, men tag ikke fejl; personlig kontrol over individets identitet har en meget høj pris. Det svarer til hvis netbutikker ikke blev anmeldt af kunderne – i vore dage er dette både utænkeligt og ineffektivt.

Jeg tror at vi om et par år vil se tilbage på 2015 og tænke: "Hvad? Brugte I ikke open peer review til at bedømme folk i jeres netværk og dem I gjorde forretninger med? Hvordan kunne I så stole på hinanden?"

Forklaringen på det er den effekt som det har at nedbryde privacy. I en given gruppe af individer vil der være nogle der besidder gode kvaliteter som ikke umiddelbart er synlige. Disse personer ville drage social eller økonomisk fordel af at kunne signalere disse kvaliteter til omverdenen på en troværdig måde.

Lad os sige at man altid kan stole på hvad jeg siger. Hvis jeg bare fortæller dig det, vil du ikke have nogen grund til at tro mig. Men hvis mit netværk bakkede op om min udtalelse om at man altid kan stole på mig, uden risiko for negative konsekvenser hvis de var uenige i den, så ville det straks være noget andet – det ville være et troværdigt signal.

Derfor vil de der mener at have noget at vinde ved åbent at lade deres netværk anmelde dem, få et negativt indtryk af dem der ikke lader deres netværk anmelde dem. Med tiden vil nedbrydningen af privacy tvinge alle til at lade deres netværk anmelde dem.

Overvej effekten af nedbrydningen af privacy i forbindelse med data om menneskelige interaktioner og personlighedsaspekter. Nogle personer ville drage fordel af at fortælle om deres viljestyrke, hvor hårdt de arbejder eller at de aldrig spilder deres tid på Facebook. Andre ville drage fordel af at fortælle om den venlighed og empati som folk omkring dem bemærker når de er sammen med dem.

Når du bookede et bord på en restaurant, ville din booking afhænge af hvor god du førhen har været til at møde op til en aftale, eller om du generelt er god til at komme til tiden. Der ville være personer som du ikke ville få lov til at kontakte, fordi de kræver at du har en vis mængde crowdsourcet social kapital før de er villige til at interagere med dig. Du bliver bedømt som kunde i løbet af dagen, og din digitale identitet bliver dermed formet af alle dine transaktioner.

Der er en række teknologiske udvikler der gør disse scenarier mulige. Den største faktor er de faldende priser på teknologi der kan crowdsource digitale identiteter, og som tillader enkeltpersoner på troværdig vis at signalere hvilken type de er.

Hvis man ser bort fra de teknologiske barrierer, så er det også en udfordring at sammenfatte og formidle dataene på en kontekstuel relevant og koncis måde, men de ovenstående scenarier er ikke helt urealistiske. Taxafirmaet Uber, for eksempel, giver deres kunder karakterer for deres opførsel, og dette praktiseres også af en række andre firmaer.

Det nye lader til at være at den bedømmelse du får, vil komme til at have mere permanente konsekvenser, og at data om dig generelt vil blive overført som udtryk for din opførsel på tværs af domæner. Du liker rappere på Facebook, derfor må du betale en højere forsikringspræmie på grund af sammenhængen mellem forsikringssvindel og det at lytte til rapmusik.

Faren ligger i at der til sidst opstår et fuldstændigt diskriminerende samfund hvor din kapital og din sociale kapital, som du – som resultat af nedbrydningen af privacy – har valgt at dele, kontrollerer dit liv. På den positive side vil du til gengæld ikke behøve at bruge tid sammen med folk du ikke kan lide eller arbejde for en chef der ikke er en god leder, for det vil være tydeligt ud fra hans digitale identitet at han ikke er en god leder.

Det firma jeg grundlagde for et år siden, Praise (prøv det på praise.com) muliggør troværdig, prisbillig signalering inden for personlighedsområdet. Det betyder at dine venner skaber din offentlige personlighedsprofil på demokratisk vis hvor alle har en stemme. Mens tanken om at blive bedømt, eller i dette tilfælde ”praised” anonymt af ens netværk virker skræmmende for nogen, så er der andre der opretter en profil uden at blinke.

Når vi – ved hjælp af crowdsourcing – kvantificerer andres personlighed og digitale identitet, er vi nødt til at være opmærksomme på konsekvenserne. Ved at skabe en digital identitet som er en autentisk gengivelse af individet og ved at bruge algoritmer til at tage beslutninger der kan ændre ens liv baseret på den identitet, så kan vi ende med at skabe en deterministisk verden der begrænser individets potentiale og kreativitet.

Jeg tror dog på at firmaer som Praice vil gøre det markant nemmere at placere de rette folk i de rette stillinger og give folk mulighed for at finde partnere, bofæller eller endda venner der passer til dem. Jeg synes at den mulighed er utroligt spændende, og jeg kan se hvordan det vil kunne skabe positiv forandring i verden, både direkte gennem den øgede effektivitet og brugbarhed og indirekte ved at nudge folk til at "opføre sig godt".

Andreas D. Christiansen

Stifter og indehaver af Praice. Praice er din troværdige sociale profil skabt af dine venner.

Andreas D. Christiansen skriver speciale på CBS om Signal Økonomi og har tidligere arbejdet med business analytics i IBM i 4 år.

Du kan kontakte Andreas D. Christiansen på andreas@praiice.com eller finde ham på praiice.com/andreas.