

Sandawe: het (strip)verhaal van een mislukt crowdfunding project

Date : 13 april 2019



Het idee was aan de basis oké: je zet een systeem op van crowdfunding waarbij liefhebbers van strips en andere investeerders via crowdfunding de productie en distributie financieren van stripverhalen in België. Je bent “lean and mean” en zwemt als kleine piranha tussen de grote haaien-uitgevers. Maar nu, 9 jaar en 150 uitgegeven stripverhalen later, leggen de initiatiefnemers van Sandawe hun kop op het blok. Het verhaal is afgelopen, Fin. Het hoofdzakelijk Franstalige Sandawe slaagde er niet in een “smoel” te creëren voor hun merk, als ze al een merk waren. Daardoor haakten eerst de auteurs af, gevolgd door de distributeurs. Een moedig maar niet breed genoeg gedragen crowdfunding project.

De sector van de stripverhalen vormt nog steeds een bijzonder belangrijke pijler onder de Belgische boekensector. Zeker ook in Franstalig België waar de markt zich uitstrekt tot het veel grotere Frankrijk. Maar de concurrentie is zwaar en de marges extreem klein. Het drukken gebeurt tegen de laagste prijzen in onder meer Oost-Europa. De grootste druk komt bij de auteurs te liggen die met hun schrijf- en tekenwerk amper nog het zout op hun aardappelen verdienen.

Dat wist ook Patrick Pinchart, gewezen hoofdredacteur van het stripblad Spirou. Maar uitdagingen zijn opportuniteiten, dacht Pinchart. Met enig creatief zoekwerk zou hij de creatieve gaten opvullen die de grote uitgevers lieten liggen. De financiering zou verlopen over crowdfunding. Na een moeilijke start met een website die te traag en lomp werkte, werd Sandawe in 2010 toch gelanceerd. De

machine kwam langzaam op gang. Er werd tot meer dan 25.000 euro opgehaald voor elk nieuw stripverhaalproject. De gemiddelde “investeerder” legde 350 tot 400 euro op tafel. *(Lees verder onder de foto)*



sandawe
L'éditeur, c'est vous !

Het systeem van Sandawe leek dus een werkbare bodem te vinden. Maar dat was eerder schijn dan werkelijkheid. Het jonge bedrijf kon nooit op tegen de marketingkracht van de grote uitgevers, gekoppeld aan distributie overeenkomsten. Meer en meer bleek dat Sandawe enkel werk kreeg aangeboden dat al elders was geweigerd. De “grote” auteurs vonden geen aansluiting bij de crowdfunding en zagen die eerder als concurrentie, indringers op hun markt. Dat zorgde er voor dat de distributiesector op haar beurt haar geloof in de nieuwe uitgeverij verloor. Een stripverhaal maken, is één ding. Hem in de winkel krijgen, met getekende bestelbons, is nog iets anders. Een moedige poging waaruit ook lessen kunnen worden getrokken. Beheers elk onderdeel van je business, is er daar misschien één van.