

LEVE  
HET  
GEVEN

# BASISRECEPT VOOR MAKERS OM DE GEEFRELATIE MET DONATEURS TE VERSTEVIGEN

EEN GOED BASISRECEPT STAAT OF VALT MET EEN DUET VAN SMAAKMAKERS EN EEN HELDER OMSCHREVEN METHODE. GEEN SNUFJES HIER OF EEN HANDVOL DAAR, MAAR CONCRETE AANWIJZINGEN DIE VOOR EEN CONSISTENTE BASIS ZORGEN WAAR JE TELKENS WEER OP KAN BOUWEN. DAT BETEKEN: EEN GOED BASISRECEPT BIEDT HET PERFECTE VERTREKpunt VOOR CREATIEVE MANOEUVRES ALLERHANDE.

## LEVE HET GEVEN: VAN INZICHTEN TOT HANDVATTEN EN MEER

“Hoe kunnen we het particulier geven aan individuele makers in Nederland optimaliseren?” Die vraag stond centraal in het onderzoekstraject Leve het Geven, dat Stichting voordekunst en Van Dooren Advies sinds januari 2020 hebben uitgevoerd. Dat onderzoek leverde vooral inzichten op over hoe de sector makers kan helpen om makkelijker in contact te komen met donateurs. Bijvoorbeeld door het verder uitbouwen van bestaande platforms of het opstarten van nieuwe platforms. Maar wat kunnen makers vervolgens zélf doen? Hoe zorgen we ervoor dat ze zélf vol vertrouwen op donateurs af kunnen stappen? Welke (verandering van) mindset en wat voor handvatten zijn daarvoor nodig? Dat zijn de vragen die richting geven aan dit vervolg van Leve het Geven.

Dit document vormt het basisrecept voor de pilot die we op 2 december van start laten gaan, de eerste bijeenkomst van een reeks van vier, die we in 2021 verderzetten. Verwelkomen we graag aan tafel: pilotgroep de Smaakmakers, een selectie makers die door voordekunst en CineCrowd het komende jaar begeleid zullen worden en die in hun praktijk verder geur en kleur zullen geven aan dit recept. En een hoop mee-denkers om het smakenpallet te vervolledigen.

### À TABLE!

EEN CONSISTENTE BASIS, verder te laden met nieuwe inzichten, dat is precies waar Leve het Geven met dit Basisrecept voor Makers voor gaat. Dit document is een werkdocument dat al wat we tot dit punt leerden uit eerdere onderzoeksfases verbindt met inzichten die we het komende jaar graag bij inspirerende tafelgenoten komen oogsten. Na collectieve doorontwikkeling van al deze inzichten ligt eind 2021 hopelijk een berg nieuwe ingrediënten op tafel waarmee makers vol vertrouwen aan de slag kunnen met het opbouwen én onderhouden van geefrelaties met donateurs.

## EEN BLIK IN DE KEUKEN VAN DE DONATEURS

**Voor we aanschuiven om met elkaar in gesprek te gaan, is het belangrijk om een idee te hebben van wie je tafelgenoten zijn en wat hen in de eerste plaats aan tafel heeft gelokt.**

**Het onderzoekstraject Leve het Geven biedt een inkijk in de beweegredenen van de donateurs.**

Op basis van wat donateurs ons vertelden, onderscheiden we de volgende (onderliggende) beweegredenen:

- » **Persoonlijke nabijheid en betrokkenheid**  
“Ik ken de maker persoonlijk of was al bekend met het werk van de maker”  
“Het project vindt plaats / de maker is actief bij mij in de buurt”
- » **Culturele en persoonlijke zingeving en waardering**  
“Zo stimuleer ik kunst en cultuur in het algemeen of projecten/makers in een bepaalde discipline”  
“Het project/het werk van de maker is maatschappelijk relevant”
- » **Exclusief en eervol recht op inzicht in, kennis van en nabijheid tot creatieve proces**  
“Ik vind het leuk om onderdeel te worden van een kunstproject of artistieke praktijk”

## EEN BLIK IN DE KEUKEN VAN DE MAKERS IN RUIL

We reserveren graag een stoel apart vooreenbeweegredendie vaak over het hoofd wordt gezien: de tegenprestatie of 'tegengift' (fysiek, maar zeker ook symbolisch). Mecenaat is immers geen eenrichtingsverkeer waarbij de ene partij vraagt en de ander geeft. Er moet aandacht zijn voor de behoeftes en ideeën van zowel maker als donateur om van een gezonde relatie te kunnen spreken. Dat komt het creatieve proces uiteindelijk alleen maar ten goede.

Leve het Geven toont aan dat makers (te) vaak handvatten missen wanneer het over het voldoen van die (symbolische) tegenprestatie gaat. Met de motivaties van de donateurs goed in gedachten, zorgen we voor een voorproefje:

- » **Bied inzicht, kennis van en nabijheid tot creatieve proces**  
*Zorg voor exclusieve content of een blik achter de schermen en voorzie donateurs tijdig van updates, zodat ze zich betrokken kunnen voelen en niet achter de feiten aan moeten lopen.*
- » **Bied context over de waarde die het werk vervult in een bredere maatschappelijke context**  
*Bezorg donateurs persoonlijke inspiratiebronnen, extra achtergrondinformatie. Neem hen mee in jouw verhaal en schets een beeld van de wereld waarin jij je beweegt.*

## SAMEN KANSEN OOGSTEN EN BASISINGREDIËNTEN PROEVEN

Leve het Geven legt niet alleen gebreken bloot, maar brengt gelukkig ook kansen aan het licht. Het komende jaar zal de pilotgroep Smaakmakers experimenteren met drie basisingrediënten die tijdens het onderzoekstraject kwamen bovendrijven.

Deze ingrediënten dienen er stuk voor stuk toe om drempels weg te nemen en de relatie tussen makers en donateurs te bevorderen. Per ingrediënt haalden we uit het onderzoekstraject interessante do's en don'ts op, die de tafelgenoten het komende jaar gaandeweg verder aanvullen.

### 1. ZICHTBAARHEID

Veel 'nieuwe' makers en gevers moeten om te beginnen kennis kunnen maken met de mogelijkheid om te geven aan cultuur *an sich*, voordat er überhaupt verschillende mogelijkheden verkend kunnen worden. Het zichtbaarder maken van deze uitwisselingen beïnvloedt bovendien niet alleen de onderlinge relatie zelf, maar ook het gehele imago van mecenaat in de kunst- en cultuursector. De stap naar 'geld vragen' voelt voor veel makers nog erg groot en gevers zijn zich vaak niet bewust van het feit dat ze ook direct een maker kunnen ondersteunen.

#### SMAAKT NAAR MEER

*Dit kunnen we zelf*

- » ....
- » ....
- » ....

*Hier hebben we hulp bij nodig*

- » Versterken van ondernemerschapsonderwijs op kunstacademies
- » ....
- » ....

#### SMAAKT NAAR MINDER

- » ....
- » ....
- » ....

“DE MOGELIJKHEID DAT JE OP EEN VRIJ LAAGDREMPelige MANIER AAN KUNST EN CULTUUR KUNT GÉVEN MOET ZICHTBAAR WORDEN.” - MAKER FOTOGRAFIE

## 2. RELATIEBEHEER

Een geefrelatie is voor een groot deel afhankelijk van hoe de maker hier zelf in staat. Veel makers weten niet waar te beginnen, of ze worden afgeschrikt door het idee dat het onderhouden van dergelijke relaties veel tijd kost én dat ze wellicht een stuk van hun autonomie zouden moeten opgeven. Vooral dat laatste geeft stof tot nadenken: meer voor en met publiek werken hoeft geen afbreuk te doen aan de creatieve vrijheid. Hiervoor is wel een intrinsieke mentaliteitsverandering nodig.

De meningen hierover zijn verdeeld. Veel respondenten vinden dat relaties onderhouden niet ten koste mag gaan van artistiek werk. Anderen beschouwen relatiebeheer juist als belangrijk onderdeel van hun kunstenaarspraktijk. Wat vaststaat, is dat belangen aan beide kanten van de lijn gewaarborgd moeten worden. Uitgangspunt moet zijn: steunen om te steunen, en niet steunen om te bepalen wat de maker doet. De autonomie van de maker blijft dus cruciaal, maar de tegenprestaties voor de donateur en diens gevoel van betrokkenheid zijn dat evenzeer.

### SMAAKT NAAR MEER

*Dit kunnen we zelf*

- » ....
- » ....
- » ....

*Hier hebben we hulp bij nodig*

- » Donateurs informeren: wanneer mensen beter geïnformeerd zijn, verbetert de geefrelatie.
- » Ontmoetingen faciliteren met donateurs: geschikte derde partijen kunnen hun ondersteunende rol doorontwikkelen
- » Hulpmiddelen om een geefrelatie aan te gaan en in goede banen te leiden

### SMAAKT NAAR MEER

- » ....
- » ....
- » ....

“ALS JE TWEE KEER EEN SLECHTE ERVARING HEBT ALS DONATEUR, DAN GEEF JE GEWOON NIET MEER. ALS MAKER VERPEST JE HET DAN VOOR DE REST, ALS JE VOORGANGERS HET NIET GOED AANPAKTEN, STA JE AL 1-0 ACHTER.” - MAKER EN DONATEUR FILM

## 3. DE ROL VAN DE OVERHEID: DE KRACHT VAN MATCHFUNDING

voordekunst en CineCrowd zijn internationaal pleitbezorger en koploper wanneer het over *matchfunding* of *matched crowdfunding* gaat. Bij *matchfunding* slaan publieke en private financiers de handen in elkaar met *the crowd*.

Met andere woorden: traditionele fondsen financieren bijvoorbeeld 50% procent van het benodigde bedrag, op voorwaarde dat de initiatiefnemer het resterende bedrag zelf via crowdfunding ophaalt. Alleen dan wordt de bijdrage van het fonds daadwerkelijk uitgekeerd.

De meeste makers geven aan dat ondersteuning door een gerenommeerd fonds zorgt voor geloofwaardigheid naar de buitenwereld toe en een gevoel van professionele erkenning voor henzelf. Bovendien kan *matchfunding* in de cultuursector zorgen voor een mentaliteitsverandering, waarbij de kunsten in het algemeen meer als goed doel worden beschouwd, in plaats van alleen het bieden van financiële ruggesteun aan individuele makers. Win-win op beide niveaus, dus.

Een verdubbeling van de donatie staat ook bekend als een verdubbelaarsconstructie. Zo'n constructie vormt voor makers een goede prikkel om de mogelijkheden van een geefrelatie echt te gaan onderzoeken. Bij de donateurs blijkt ze vooral effectief als het over lagere donaties gaat. Grotere vermogens hechten minder aan deze stimulans.

### SMAAKT NAAR MEER

*Dit kunnen we zelf*

- » ....
- » ....
- » ....

*Hier hebben we hulp bij nodig*

- » Betere coordinatie van de timing van *matchfunding* bijdrage
- » Een manier om *matchfunding* nog bekender te maken bij donateurs, zodat het een vliegwielt wordt voor geven dat hen motiveert meer te geven.
- » De relatie tussen de *matchfunding* partners en de maker versterken zodat er een duurzame samenwerking uitgebouwd kan worden

### SMAAKT NAAR MINDER

- » ....
- » ....
- » ....

## DEFINITIES

**Makers hebben soms een ander jargon dan gevers. In dit traject hanteren we de volgende definities.**

- » **Maker**  
*Ook wel creatieve professional genoemd. Een producent van kunst. Onder kunst verstaan we: het product van creatieve menselijke uitingen*
- » **Donateur**  
*Een individu, dus geen bedrijf, dat eenmalig of regelmatig een financiële gift doet aan een creatieve professional. Ook vermogensfondsen en fondsen op naam vallen binnen deze definitie, omdat dit ook particulier (en dus niet overheids- of bedrijfsmatig) initiatief is. In de sector worden 'donateur', 'gever', 'weldoener' en ook 'mecenas' door elkaar gebruikt. Leve het Geven kiest voor het neutrale 'donateur' als hoofdterm.*
- » **Mecenaat**  
*Particuliere giften ter bevordering van de kunst en ondersteuning van de kunsten naar uit andere dan economische motieven: het beschikbaar stellen van geld voor het maken en behouden van kunst.*
- » **Filantropie**  
*Liefdadigheid, veelal in de vorm van schenkingen aan goede doelen. Een filantroop is een weldoener van initiatieven die het algemeen belang dienen.*
- » **Matchfunding**  
*Bij matchfunding slaan publieke en private financiers de handen ineen met the crowd. Met andere woorden: traditionele fondsen financieren bijvoorbeeld 50% procent van het benodigde bedrag, op voorwaarde dat de initiatiefnemer het resterende bedrag zelf via crowdfunding ophaalt.*

## COLOFON

De uitkomsten van het onderzoekstraject Leve het Geven vormen de basis voor dit document. Leve het Geven werd van januari tot november 2020 uitgevoerd door Stichting voordekunst en Van Dooren Advies, in opdracht van het Platform Arbeidsmarkt Culturele en Creatieve Toekomst (Platform ACCT). Het komende jaar worden de resultaten doorontwikkeld en in concrete volgende stappen gegoten. De focus ligt in de eerste plaats op de rol van de makers zelf. Wat kunnen makers doen om geefrelaties met donateurs zelf op te bouwen en te onderhouden?

Dit basisrecept zorgt voor een voorzet: een denkkader dat we gaandeweg verder laten met input die we ophalen bij makers en meedenkers. Zij brengen dit recept verder op smaak.

Creative consultancy Cornelis Serveert zette dit basisrecept op papier en zal Leve het Geven in 2021 verder begeleiden, met de uitbreiding van dit recept als wegwijzer. In het kader daarvan worden drie publieke bijeenkomsten georganiseerd. Houd [Levehetgeven.nl](http://Levehetgeven.nl) in de gaten om ontwikkelingen te volgen en als meedenker betrokken te blijven.

voordekunst



CREATIVE CONSULTANCY  
**CORNELIS**  
SERVEERT

**cinecrowd**  
start je eigen filmavontuur

platform  
**acct**

 PRINS BERNHARD  
**CULTUURFONDS**