

LEVE
HET
GEVEN

VERVOLGRECEPT 2 VOOR MAKERS OM DE GEEFRELATIE MET DONATEURS TE VERSTEVIGEN

EDITIE: IK WIL NIEUWE DONATEURS, HOE VIND IK ZE

EEN GOED VERVOLGRECEPT STAAT OF VALT MET EEN DUET VAN DE SMAAKMAKERS DIE WE IN HUIS HEBBEN ÉN MEEDENKERS DIE FRISSE TOETSEN EN EEN VLEUGJE PIT TOEVOEGEN. ALLEEN SAMEN KUNNEN WE HET BASISRECEPT VERDER LADEN MET CONCRETE ACTIEPUNTEN EN SUGGESTIES. DIT IS HET TWEEDE VERVOLGRECEPT VOOR CREATIEVE MAKERS, DIE ZICH ZO VOL VERTROUWEN TEGOED KUNNEN DOEN AAN GEEFRELATIES.

Met het ‘Basisrecept voor makers om geefrelaties met donateurs te verstevigen’ hebben we in december 2020 een consistente basis gelegd om een vervolg te breien aan Leve het Geven; met concrete handvatten voor makers. Het tweede van drie Vervolgrecepten is nu een feit!

Ieder Vervolgrecept bundelt de oogst van een werksessie, waar Smaakmakers en Meedenkers geefrelaties onder de loep nemen. Het doel: borden vol ingrediënten waarmee makers vol vertrouwen nieuwe geefrelaties aan kunnen gaan of bestaande geefrelaties kunnen verdiepen en verbreden.

In het eerste Vervolgrecept stonden nieuwe manieren van geven en de uitdagingen die deze met zich meebrengen centraal. De oogst samengevat: wees trots, wees transparant, leer elkaar kennen en durf!

In dit tweede Vervolgrecept zoomen we in op hoe makers nieuwe donateurs aan zich kunnen binden. Wat blijkt: ook hier staan geloven in je waarde als maker, in de waarde van je werk en gebalanceerd tweerichtingsverkeer bovenaan het menu.

VIER VRAGEN, VIJF SPREKERS, TONNEN INSPIRATIE

Tijdens de eerste werksessie verzamelden we vragen van Smaakmakers en Meedenkers. We pikten er de meest prangende exemplaren uit en nodigden vijf sprekers uit die met hun best practices voor antwoord en extra inspiratie voor verdere kennisontwikkeling zorgden.

INGREDIËNTEN VOOR TROTS EN GELIJKWAARDIGHEID

De vraag: hoe kom je als maker voorbij de schroom om nieuwe, duurzame verbindingen aan te gaan? En hoe kunnen zowel makers als gevers met opgeheven hoofd hun deel van de relatie vervullen?

Bruno van den Elshout, kunstenaar: “Je bent gever, maar je bent bovendien de eerste gever. Je bent niet gewoon het startpunt van de beweging, jij bent de beweging.”

JIJ BENT DE EERSTE GEVER

- » Als maker ben jij degene die iets creëert wat (potentiële) gevers niet zelf kunnen maken. Je hebt elkaar allebei iets te bieden, alleen de vorm is anders.
- » Jij bent bovendien de eerste die de uitreikende beweging maakt: jij bent de eerste gever.
- » Weet waarom jij je kunst maakt en wie en wat je ermee wil bereiken. Als je dat helder hebt en achter je verhaal staat, hoeft je nergens aan te twijfelen.

Wim de Bundel, donateur: “Wetenschappelijk onderzoek toont aan dat geven een bijdrage levert aan je gezondheid, je geluk en succes. Besef dat je daar allemaal bij helpt als maker. Hoe mooi is dat?”

SPRING VAN DIE DUKPLANK

- » Als je je werk voor jezelf belangrijk genoeg maakt, wordt het makkelijker om de schroom die je nog voelt af te werpen.
- » Als jij jezelf serieus neemt, doen je gevers dat ook. Je kweekt extra gunfactor door uit te stralen hoe gepassioneerd je bent door je werk.
- » En soms moet je gewoon springen. Je hebt niets te verliezen, alleen te winnen!

SAMEN UIT, SAMEN THUIS

- » Stel jezelf nooit op als de underdog. Jij en je gevers zijn gelijkwaardig.
- » Beschouw je gevers niet gewoon als investeerders maar als mensen die samen met jou een avontuur aangaan.
- » Een gelijkwaardige geefrelatie betekent niet automatisch cocreatie. Je vertrekt samen op reis, maar jij blijft de hoofdbestuurder. De gever is je bijrijder: iemand die wel mee richting kan geven, maar zijn handen van het stuur houdt.
- » Ga ook zelf niet trekken. Benader gevers met een open houding. Maak een uitreikende beweging, koppel daar de concrete geefvraag aan, maar laat donateurs vrij in wat ze met die input doen.
- » Door het gesprek open te houden, creëer je ook voor jezelf meer ruimte. Want als iemand uiteindelijk besluit te geven, is die persoon 100% intrinsiek gemotiveerd.

INGREDIËNTEN DIE JOU HET BEST SMAKEN

De vraag: hoe en waar vind je de donateurs die je nodig hebt en vooral, de donateurs die het best bij je passen?

Charlotte Wessels, muzikante: “Ik bouw al jaren een band op met deze mensen. Een biertje drinken na een show, direct contact, ook op social media. Dat was nooit een berekende keuze, dat is gewoon wie ik ben.”

100% JIJ

- » Je moet jezelf als maker goed framen. Hoe duidelijker jouw verhaal en hoe scherper jouw vraag, hoe groter de kans dat de juiste gevers zich aan je binden.
- » Ga niet in het wilde weg op zoek naar donateurs. Wees 100% jezelf, zonder compromis. Dan trek je de mensen aan die het best bij jou passen.
- » Communiceer authentiek en persoonlijk, durf jezelf kwetsbaar op te stellen. Dat wekt vertrouwen en zorgt ervoor dat donateurs herkenning voelen.
- » Bepaal zelf via welke kanalen je in welke mate transparant bent.
- » Je kan nooit iedereen bereiken, maar dat moet je ook niet willen. Niet iedereen sluit aan bij wat jij als maker belangrijk vindt.

DELEN, DELEN EN NOG EENS DELEN

- » Wees consistent, deel op regelmatige basis content en updates.
- » Probeer telkens eens wat anders: live hangouts in je studio, Q&A's, behind the scenes video's...

HET BELANG VAN HET PROCES

- » Communiceer voor de noodzaak uit. Tegen de tijd dat je daadwerkelijk de geefvraag stelt, ben je al lang in beweging en is er al lang waardevol materiaal om te delen.
- » Neem mensen mee in de onderzoeksfase. Als je dan al begint met hen te betrekken, is de geldvraag ook gewoon een volgende vraag.
- » Beschouw geven als onderdeel van het creatief proces, zorg ervoor dat het integraal onderdeel wordt van je project.

DE OPTIES

- » Wees je bewust van de verschillende manieren van geven en kies de vorm die bij jou past: eenmalig of langlopend, een mecenas of crowdfunding, platforms als Patreon,...
- » Er is een wezenlijk verschil tussen onvoorwaardelijk geven en geven als transactie. Bepaal in welke stroom je je bevindt en wat daarin van jou verwacht wordt.

INGREDIËNTEN DOORSPEKT MET DRIJFVEREN

De vraag: als je weet wat de donateur drijft, hoe zet je dat dan in als maker?

WIE HET SCHOENTJE PAST

- » Heb aandacht voor de drijfveren van donateurs en check ten eerste of het past, ten tweede hoe je daarop in kan haken.
- » Soms komen donateurs voorbij die je nog niet kent. Vraag hen hoe ze bij jouw project belandden en wat je nog meer voor hen kan betekenen.
- » Deel je donateurs op in verschillende groepen (bijvoorbeeld mensen die geven vanwege locatie, thema van het werk, discipline,...) en pas de manier waarop je met elk van die groepen communiceert aan aan hun geefmotief.

Carlie Spruijt, cabaretière:

“We boden bijvoorbeeld een lied op maat aan als tegenprestatie. Dat heeft ons nog veel meer opgeleverd dan de knaken. Het heeft ons bereik en netwerk onwijs vergroot.”

Wim de Bundel, donateur:

“Ik wil twee keer geven met hetzelfde geld. Ik hoef zelf geen lied op maat als tegenprestatie, maar zou het super vinden als jullie bijvoorbeeld optreden in een kliniek. Zo zet je de tegenprestatie ook maatschappelijk in. Je hebt zoveel te geven, besef dat.”

DRIJFVEREN VS. TEGENPRESTATIES

- » Stem de tegenprestaties die je levert goed af op de drijfveren van je donateurs. Denk niet “wat hebben wij nodig”, maar “wat zou de gever graag willen”.
- » Denk heel goed na over die tegenprestaties. Laat het niet iets zijn dat je snel aan het eind afraffelt. Vaak zijn het net die tegenprestaties die nieuwe deuren openen.
- » Sta open voor suggesties van je donateurs en laat hen kiezen welke tegenprestaties ze wel en niet wensen.

IT'S NOT ABOUT THE MONEY

- » Geld is niet je grootste drijfveer, altijd de inhoud. Je wil zelf ook geen donateurs die alleen in beweging komen voor rendement.
- » Als je sámen met je donateurs gaat bekijken hoe je je plan kan realiseren, voelt het voor niemand als geld vragen of bedelen.
- » Besef dat de waarde van je donateurs veel verder reikt dan geld. Als je hen echt raakt, brengen ze je verhaal graag onder de aandacht bij hun eigen netwerk.

Carlie Spruijt, cabaretière:

“We hadden zelf niet de wens om een cd te maken, maar voelden dat het publiek dat wilde. We dachten nooit: laat het publiek dan maar betalen. Maar wel: laten we samen met hen kijken hoe we dat voor elkaar kunnen krijgen.”

COLOFON

Basis voor dit Vervolgrecept vormt de oogst van de tweede werksessie van het vervolgtraject Leve het Geven; een onderzoek naar particulier geven aan individuele makers dat voordekunst en Cinecrowd uitvoeren in opdracht van Platform ACCT, met middelen van het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. De werksessie waarvan dit Vervolgrecept de oogst samenvat, vond online plaats op 2/6/2021 en stond in het teken van het vinden van nieuwe donateurs. cq 30 Smaakmakers en Meedenkers leverden de input. De praktijkvoorbeelden die het vertrekpunt waren voor de werksessie werden ingebracht door Bruno van den Elshout (kunstenaar), Jorinde Keesmaat (regisseur opera en klassiek), Charlotte Wessels (muzikante), Wim de Bundel (donateur) en Carlie Spruijt (cabaretière). Menno Tummers (directeur VSC) zorgde voor een samenvattende reflectie. Het Vervolgrecept pretendeert geenszins volledig te zijn. Het is aan makers zelf om de ingrediënten verder op smaak te brengen en door te vertalen naar eigen praktijk.

Creative consultancy Cornelis Serveert begeleidde de werksessie en zette dit Vervolgrecept op papier. Houd Levehetgeven.nl in de gaten om ontwikkelingen te volgen en als meedenker betrokken te blijven.

Documentdatum: 14 juni 2021

voordekunst

CREATIVE CONSULTANCY
CORNELIS
SERVEERT

cinecrowd
start je eigen filmavontuur

**platform
acct**

 **PRINS BERNHARD
CULTUURFONDS**