

LEVE
HET
GEVEN

VERVOLGRECEPT 1 VOOR MAKERS OM DE GEEFRELATIE MET DONATEURS TE VERSTEVIGEN EDITIE: NIEUWE MANIEREN VAN GEVEN

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 VERVOLGRECEPT IS EEN EERSTE STAP VERDER VOOR CREATIEVE MAKERS, DIE ZICH ZO VOL VERTROUWEN TEGOOED 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 eerste van drie Vervolgrecepten, die makers telkens verder zullen helpen om duurzamere geefrelatie aan te gaan, is nu een feit!

Ieder Vervolgrecept bundelt de oogst van de werksessies, 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 Basisrecept oogstten we destijds drie basisingrediënten: vooral het tweede, de Geefrelatie, bleek interessant voor volgend gesprek. Omdat we met Leve het Geven in de eerste

plaats makers zélf willen bekrachtigen en dit het ingrediënt bij uitstek is waar ze dan ook zélf mee aan de slag kunnen. De drie werksessies op de planning stellen in dat kader telkens een thema centraal:

- Wat zijn nieuwe manieren van geven
- Ik heb donateurs, wat moet ik ermee
- Ik wil nieuwe donateurs, hoe doe ik dat

Dit eerste Vervolgrecept zoomt in op die nieuwe manieren van geven. We durven verder te kijken dan financiële hulp en onderzoeken op welke andere manieren donateurs ook ruggesteun kunnen bieden. Denk daarbij aan platforms als Petje Af en Patreon, die voor meer structurele ondersteuning zorgen. Of aan donateurs van tijd en kennis, van expertise die soms broodnodig is. **WIJ ZEGGEN: Á TABLE!**

3 PRAKTIJKVOORBEELDEN MET BIJBEHORENDE UITDAGINGEN

In plaats van in het wilde weg met tips te strooien, delen we in dit Vervolgrecept suggesties aan de hand van drie uitdagingen. De uitdagingen komen van makers die in hun praktijk volop experimenteren met nieuwe manieren van geven.

INGREDIËNTEN VOOR DUURZAMER DONEREN

De uitdaging: Steunen op projectbasis is goed, maar steunen op de langere termijn is beter. Maar zonder eigen achterban die je kent, vertrouwt en al volgt, wordt dit lastig. Hoe kan je donateurs die je eerder steunden, bijvoorbeeld tijdens een crowdfundingcampagne, overtuigen om ook duurzamer in jou als maker te investeren?

'Om het in activistische termen te zeggen: be proud!'

- Sjoerd Feitsma,
directeur Platform ACCT

BE PROUD!

- » Werp de schaamte af!. Je hebt niet voor niets donateurs die je financieel (of anders) waarderen: jij biedt hen iets wat zij zelf niet kunnen (maken).
- » Het proces is onderdeel van het product. Laat de verwachting los dat je als maker meteen een afgewerkt product moet kunnen leveren.
- » Loonkosten zijn niet aantrekkelijk om het over te hebben, maar wel belangrijk. Een structurele donatie reikt verder dan een project, het is een extra garantie voor je bestaan als maker. Er ontstaat tijd om aan nieuwe projecten te beginnen, je netwerk uit te bouwen, fondsen aan te schrijven enzovoort. Durf te vragen!

WE KUNNEN VRIENDEN WORDEN

- » Maak van anonieme donateurs een vriend van je (werk). Investeer niet alleen in de professionele, maar ook in de persoonlijke relatie.
- » Gelijkwaardig tweerichtingsverkeer is het doel: hoe beter je je (potentiële) donateurs kent, hoe gericht je hen kan benaderen en hoe beter je de return op hun behoeftes kan afstemmen.
- » Betrek donateurs meer bij het creatieve proces. Een korte Zoom-sessie in je atelier bijvoorbeeld. Houd het in ieder geval informeel en laagdrempelig, het mag ook gewoon leuk zijn.

LAAT HET BUZZEN

- » Verenig je in een soort community van makers en donateurs, waar iedereen contact met elkaar kan hebben. Zo beginnen projecten echt te leven en gaan meerdere mensen voor elkaars werk lopen.
- » Vier op nagenoeg vriendschappelijke basis je fandom. Organiseer bijvoorbeeld regelmatig een borrel of maak een wandeling in kleinere, telkens andere groepjes. Alles voor het groepsgevoel!

INGREDIËNTEN VOOR AMBASSADEURS IN DE DOP

De uitdaging: makers zijn gebaat bij financiële ondersteuning, maar óók bij ondersteuning in de vorm van tijd en kennis. Maar zelf elke keer vanaf nul beginnen om donateurs van tijd en kennis te vinden, kost kostbare tijd. Hoe kan je donateurs die je al steunen en die je vertrouwen ook inzetten als ‘ambassadeurs’ die weer nieuwe donateurs van tijd en kennis opleveren?

» DURF TE VRAGEN

- Laat je vooroordelen over wat ambassadeurs kunnen missen los. Durf te vragen naar wat iemand te bieden heeft en vraag door wanneer iemand je niet financieel kan ondersteunen.
- Durf actief te vragen naar het uitnodigen van of verbinden met interessante vrienden.

» TRANSPARANTIE

- Als je een idee hebt van wat je achterban wil/kan bijdragen, kan je hen vanuit die hoek veel persoonlijker en gericht benaderen.
- Wees transparant in hoe mensen je kunnen helpen, wees meteen eerlijk in je vraag.
- Benoem je donateurs ook in hun rol als ambassadeur: geef hen die status, die verdienen ze

» COMMUNICATIE

- Baken de vraag aan je ambassadeurs goed af. Hoe duidelijker de boodschap in het begin, hoe sneller zij geneigd zijn die boodschap te delen.
- Maak werk van gestructureerde, gestroomlijnde communicatie. Met een nieuwsbrief bijvoorbeeld kan je op gezette tijden, volgens een vast stramien, updates delen.
- Zorg ervoor dat je ambassadeurs die informatie gewoon kunnen copy-pasten. Of voorzie een share button voor verschillende kanalen, die doen wonderen.
- De kracht van herhaling: ga er niet van uit dat iedereen altijd alles wat je deelt, meekrijgt. Iemand ergens aan herinneren of je boodschap herhalen, kan net voor het juiste zetje zorgen.

» KRACHTEN BUNDELEN

- Trek op met andere makers. Zo kunnen donateurs meteen kennismaken met meerdere initiatieven en heb je hen meer te bieden.
- Beschouw elkaar niet alleen als ‘concurrent’ maar ook als bondgenoot.
- Zoek verbinding met andere culturele instellingen of organisaties om je krachten ook op grotere schaal te bundelen.

INGREDIËNTEN VOOR ‘DE GEEFKRING’

De Geefkring is een initiatief van Smaakmaker filmmaakster Colinda Bongers. Alles begon met de gedachte: “Hoe leuk zou het zijn als je met een groep kunstenaars bent waar je als donateur op kan inzoomen!”. Colinda en collega’s zijn ondertussen volop doelen en richtlijnen aan het formuleren, gesprekken met potentiële donateurs zijn gaande en het streven is om dit jaar een pilot te lanceren.

DE EERSTE CONTOUREN VAN DE GEEFKRING:

- » Verschillende makers en donateurs vinden elkaar in een community
- » Het bedrag dat makers standaard ontvangen, wordt op voorhand bepaald, afhankelijk van het aantal donateurs. Komen er donateurs bij, dan ontstaat er ruimte voor nieuwe makers. Het bedrag per maker stijgt niet.
- » Makers doen één jaar mee.

IN HET KADER VAN DIT VERVOLGRECEPT EN ALLE TIPS, INZICHTEN EN VRAGEN DIE WE HIERBOVEN OOGSTTEN, LIJKT DE GEEFKRING HIER PERFECT OP Z’N PLEK. DE VOORDELEN DIE METEEN KWAMEN BOVENDRIJVEN OP EEN RIJTJE:

- » Doordat makers één jaar deelnemen, belanden ze in een snelkookpan-voor-geefrelaties. Je kan experimenteren, leunen op elkaar, je proces delen enzovoort.
- » Veel makers ervaren het als een drempel om donateurs direct te benaderen. In de Geefkring leer je al doende meer over hoe zo’n contact aanvoelt. Steun vragen wordt gewoonte in plaats van ongemak.
- » Je kan het samen hebben over geld en waardebepaling. Waar besteden makers uit andere disciplines het opgehaalde geld aan? Hoe waardeert ieder z’n werk?
- » Samen weet je echt meer!

DEFINITIES

**De uitdaging:
hoe ziet het ideale
kader, de volledige
set spelregels
voor de Geefkring
eruit?**

» **VOLWAARDIG TWEERICHTINGSVERKEER**

- Zorg voor een goede balans tussen wat een donateur geeft en wat je zelf te bieden hebt. Onderschat niet hoe bijzonder het voor donateurs is om zo'n proces van dichtbij mee te maken.
- Exclusiviteit is de smeerolie: inkijkjes in het creatieve proces, alleen bestemd voor de ogen van je donateurs, zijn het allerleukst.
- Je hoeft niet iets af te leveren dat 'af' is. Maak iemand vooral deelgenoot van je proces, net daar ligt de kracht van de Geefkring.

» **COMMUNICATIE VANBINNEN EN VANBUITEN**

- Definieer wat voor collectief je bent, creëer een identiteit waar zowel makers als donateurs zich in herkennen. Sta je bijvoorbeeld alleen voor artistieke vraagstukken, of krijgt het maatschappelijke ook een plek?
- Bepaal de bindende factor: werken jullie in dezelfde discipline, of rondom een gezamenlijk thema? Die why is een belangrijk haakje voor interne en externe communicatie.
- Verwachtingsmanagement! Wat verwacht je van jezelf, je collectief en de donateurs? Wat verwachten de donateurs van het collectief?
- Schep voor de donateurs meteen duidelijkheid in het verschil tussen doneren voor een project, voor een maker of een collectief van makers zonder specifiek project.

» **THE MANAGER**

- Makers verschillen heel erg van elkaar en bij het overleiden houden van een collectief komt heel wat kijken. Moderatie door iemand die affiniteit heeft met de sector, disciplines en met donateurs, komt dan goed van pas.
- Baken de rol van zo'n manager goed af. Heeft deze persoon bijvoorbeeld ook invloed op de selectie van de makers? Bepaalt deze mee hoe het financiële plaatje eruit ziet of

COLOFON

Basis voor dit Vervolgrecept vormt de oogst van de eerste werksessie van het vervolgtraject Leve het Geven; een onderzoek naar particulier geven aan individuele makers dat voordekunst en Cinecrowd uitvoeren in opdracht van Platform ACOT. De werksessie waarvan dit Vervolgrecept de oogst samenvat, vond online plaats op 24/3/2021 en stond in het teken van nieuwe manieren van geven. cq 30 Smaakmakers en meedenkers leverden de input. De praktijkvoorbeelden en uitdagingen die het vertrekpunt waren voor de werksessie werden ingebracht door Smaakmakers Colinda Bongers (filmmaker), Stefan van den Bosch (filmmaker), Anne Ligtenberg (social designer) Anna Nunes (kunstenares) en Martijn van de Griendt (fotograaf). 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: 15 april 2021

voordekunst

CREATIVE CONSULTANCY
CORNELIS
SERVEERT

cinecrowd
start je eigen filmavontuur

**platform
acot**

 **PRINS BERNHARD
CULTUURFONDS**