

# De gulle geveer in de schijnwerpers

**Irene Start** Geld werven voor voorstellingen en concerten werd lang bijzonder onchic gevonden. Sommige gezelschappen en orkesten zijn om. Nu de rest nog. Er is geld genoeg, als je maar weet hoe je het moet vragen.

In de podiumkunsten stond men een paar maanden geleden op de achterste benen. Zoals altijd was daar niet zo veel voor nodig. Er lag een advies van de Commissie Cultuurprofijt. In opdracht van het ministerie van OCW onderzocht zij zoals bekend de mogelijkheden van het cultureel ondernemerschap in Nederland. De conclusie die zij op 31 januari 2008 presenteerde was helder: cultuurinstellingen leunen te veel op publieke inkomsten, de particuliere markt is grotendeels onontgonnen terrein. En dus moeten ze aan de bak. De commissie adviseerde minister Plasterk om van orkesten, theatergezelschappen en dansgroepen te eisen dat ze voortaan voor een kwart in plaats van vijftien procent in eigen inkomsten voorzien. Luiheid moet worden afgestraft met een subsidiekorting, succes beloond via een *matching fund*. Dat legt een euro bij iedere extra euro die de instelling zelf genereert.

Veel gezelschappen reageerden alsof hun een

oneerbaar voorstel werd gedaan. 'Belachelijke eis', was de standaardreactie, 'wij zijn toch geen Joop van den Ende'! Ook de Raad voor Cultuur vond het nodig de inhoud van het rapport meteen onderuit te halen: de gesubsidieerde kunsten zouden dat niet gaan trekken. Of, meer ambtelijk geformuleerd in de nota *Basisinfrastructuur 1.0*, 'De Raad beoordeelt de stimulans van cultureel ondernemerschap positief maar adviseert om terughoudend om te gaan met de conclusies over bezuinigingen in het rapport van de commissie (...) Bij een aantal instellingen groeit wel degelijk het bewustzijn dat zij vaak ook culturele ondernemingen zijn. Maar niet altijd blijkt een verhoging van eigen inkomsten mogelijk of verschillen die mogelijkheden per instelling. Maatwerk is en blijft geboden.'

## Geprikkelde reactie

Opmerkelijk. Waarom reageerden de podium-

kunsten zo gestoken? En waarom gooide de raad meteen een deken over het rapport? Om deze vraag goed te beantwoorden, is het nodig terug te gaan in de geschiedenis. Gesubsidieerde podiumkunst is – anders dan veel cultuurbestuurders ons willen doen geloven – geen natuurgegeven, maar een relatief jonge uitvinding. Nog niet eens zo heel lang geleden, tot aan de Tweede Wereldoorlog, werden orkesten, opera- en balletgezelschappen in Nederland financieel vooral ondersteund door vermogende particulieren. Zij maakten goede sier met hun giften. Deze ruimhartigheid werd vooral in natura beloond: dankzij de weldoeners kregen de podiumkunsten een belangrijke kwaliteitsimpuls. De symfonieorkesten en dansgezelschappen konden talenten aantrekken, met uitvoeringen op internationaal niveau als gevolg. De gulle gevers kregen er niets voor terug, behalve dan concerten van hoog niveau waar het goed netwerken was.

De overheid had met dit alles nog weinig van doen. Vanaf de eeuwwisseling stapten het Rijk en gemeenten voorzichtig in het ondersteunen van de symfonieorkesten. De elite alleen kon de kosten niet langer dragen. Structureel was die ondersteuning door de overheid nog niet. Ballet kreeg bijvoorbeeld pas in

Gesubsidieerde podiumkunst is geen natuurgegeven, maar een relatief jonge uitvinding

1954 een post op de Rijksbegroting, en dan nog onder protest van een aantal politieke partijen. Vlak daarna is er een radicale omslag geweest die tot op de dag van vandaag duurt: met het ontstaan van de sociale welvaartstaat moest cultuur van iedereen worden. Kunst riep de overheid aan als haar beschermheer. Die stak steeds meer geld in de podiumkunsten. Leidde dat tot democratisering van de kunstvorm? Nee: het theaterpubliek werd en wordt gedomineerd door toeschouwers die een kaartje best kunnen betalen. Het subsidiesysteem is een eigen leven gaan leiden, veel makers ervaren subsidie als een onvervreemdbaar recht. Een voorstelling begint meestal met een blik richting de fondsen, aan *private sponsoring* wordt niet gedacht, want dat is ‘zo ingewikkeld’. Dansgezelschappen, theatergroepen en orkesten hebben zich teruggetrokken op een berg. Men is het bijzonder onchic gaan vinden om zich met zoiets ordinairs bezig te houden als geld werven. De meeste groepen hebben nauwelijks fondsenwerfers of ander commercieel personeel in dienst. Mecenassen worden eerder geweerd dan enthousiast binnengehaald; ze zouden zich weleens met de artistieke inhoud van voorstellingen of concerten kunnen bemoeien.

#### Zonnige toekomst

De huidige status-quo is ongelukkig, want als de voortekenen niet bedriegen is *private sponsoring* een groeimarkt. Nederlanders zijn gulle gevers. Nu houden ze nog hun hand op de knip wanneer het om cultuur gaat en gaat er van iedere filantropische euro maar een paar cent naar de kunsten. Maar dat kan veranderen. Zoals Theo Schuyt, hoogleraar filantropie aan de Vrije Universiteit in Amsterdam, in deze *Boekman* schrijft, is er een nieuwe gouden eeuw van schenken op komst. ‘Nederlanders geven graag. In de toekomst komt steeds meer geld beschikbaar, niet alleen omdat we met zijn allen steeds rijker worden, maar ook omdat

mensen met warme hand schenken. Ze zien graag nog tijdens hun leven wat er met hun geld gebeurt.’ Volgens de hoogleraar gaat ons land de kant van de Verenigde Staten op. Daar houden particulieren niet alleen ziekenhuizen draaiende, maar ook opera- en balletgezelschappen, orkesten en musea.

Het is een aantrekkelijk perspectief. Kredietcrisis of niet, volgens tijdschrift *The Chronicle of Philanthropy* maken fondsenwervers in de Verenigde Staten op jacht naar donaties van tien miljoen euro of meer zich ook voor dit jaar weinig zorgen. Als de vooruitzichten niet bedriegen, ziet de toekomst er in Nederland zonnig uit. Op dit moment ligt er al veel particulier geld voor cultuur klaar: in de 216 fondsen op naam zit 80 miljoen euro opgepot, en het Triodos Cultuurfonds beheert 60 miljoen euro.

Een aantal gezelschappen en orkesten heeft al ondervonden dat het mecenaat in de lift zit. Het Nationale Ballet (HNB) en het Koninklijk Concertgebouworkest (KCO) lanceerden onlangs succesvolle wervingscampagnes. HNB zat voor de remake van het ballet *Coppelia* (totale kosten 1,3 miljoen euro) met een flink gat op de begroting. Het gezelschap besloot de hulp in te roepen van het publiek. Sieb Posthuma, wiens illustraties de rode draad van de voorstelling vormden, tekende een kast, met acht deurtjes waarachter de kostuums te zien waren. Bij iedere donatie van vijfduizend euro zou er een deurtje opengaan. De kast stond het afgelopen seizoen bij iedere voorstelling midden in de ruimte, een vrijwilliger om potentiële gevers te enthousiasmeren eraan. Het streefbedrag van veertigduizend euro werd moeiteloos bereikt. De Vrienden van het gezelschap legden er zestigduizend euro bij, de VandenEnde Foundation voegde daar vijfendertigduizend euro aan toe. Donateurs van honderd euro en meer zagen hun naam vermeld in het programaboekje en kregen een speciale voorpremière van het nieuwe ballet te zien.

Het is niet de eerste succesvolle actie van HNB: eerder doneerden particulieren royaal aan een spitzfonds. Voor een tutu-actie, bedoeld om versleten kostuums te herstellen, gingen de portemonnees wijd open. In 2001, bij het veertigjarig jubileum van het gezelschap, schonken donateurs een fitnessruimte aan de dansers. ‘De instapbijdragen zijn niet heel hoog, zeker niet in vergelijking met Angelsaksische landen, waar geven aan cultuur bijna een burgerplicht is’, zegt Wouter Hos, die de acties coördineerde. ‘Maar het begint voorzichtig te komen. Mensen maken bij ons echt een geefcarrière door: particulieren die bij de ene actie nog honderd euro gaven, maken nu duizend euro over.’

#### **Gouden Gilde**

Ook het Koninklijk Concertgebouworkest (KCO) merkt dat steeds guller wordt gegeven. Wouter Steijn, manager fondsenwerving, haalt per jaar gemiddeld één miljoen euro op bij particulieren. Het orkest kent een keur van mogelijkheden van doneren, van het Gouden Gilde tot de mogelijkheid van het afsluiten van fiscaal aantrekkelijke lijfrentes. Na jaren van bouwen aan een geeftraditie heeft het Gouden Gilde een eigen vermogen opgebouwd van tien miljoen euro. ‘Ons geheim is dat we giften concreet maken. Zomaar storten in een anoniem fonds vindt niemand prettig, daarom koppelen we donaties aan antieke instrumenten of aan jong muzikaal talent. Dat geeft mensen het gevoel dat ze iets blijvends realiseren en versterkt de band met ons gezelschap.’ Het KCO kent een groep zeer loyale donateurs. Volgens Steijn gaat schenken soms zelfs van generatie op generatie. ‘We zoeken intimiteit en zijn tegelijk transparant over de bestedingen van de donaties. Dat vind ik niet meer dan normaal, we zijn een topmerk en moeten ons als zodanig gedragen.’

Het Nationale Ballet en het Koninklijk Con-

certgebouworkest voorzien momenteel voor respectievelijk 28 procent en 52 procent in hun eigen inkomsten. Hun campagnes laten zien dat vermogende burgers steeds meer lol in het schenken krijgen. Het gaat nu nog veelal om tientjesleden, maar dat kan veranderen. Dit zijn grote instellingen met een apparaat dat zulke campagnes toestaat, zullen critici zeggen. Hoe zit het met de marginale, tegendraadse podiumkunsten, daar moet toch een hek omheen? Nee, daar moet juist geen hek omheen, ook deze instellingen kunnen eigen geld genereren.

Neem bijvoorbeeld *Rosie Wooff*, een maandelijkse voorstellingavond op de NDSM Werf in Amsterdam. Hier improviseren musici, dansers en choreografen iedere laatste zondag van de maand. Avontuurlijk, ook voor het publiek, dat de pont moet nemen en op een donker terrein zijn weg moet vinden naar de voorstelling. Het is een initiatief dat buiten de kaders van de officiële dans- en muziekwereld ontstond. Voor initiatiefnemer Job Cornelissen (43) zijn de avonden eigenlijk uit nood geboren: toen hij rond de 35 was droogde de stroom werk ineens op: 'Ik voelde het einde van mijn danscarrière naderen. Dat was behoorlijk schrikken ja, zeker als vader van twee kleine kinderen. Ik heb toen besloten het te zoeken in de mix: ik ben danser, docent en choreograaf. Daarnaast doe ik ook commercieel werk en begeleid ik mensen in een outplacementtraject. Vaak zitten zij niet alleen mentaal, maar ook fysiek vast. Met mijn ervaring met lichamelijke expressie kan ik uitkomst bieden.' Als kleine zelfstandige kan Cornelissen het zich niet langer veroorloven om 'te rommelen in de marge'. Tegelijk maken de inkomsten uit meer commerciële activiteiten een 'marginaal' evenement als de *Rosie Wooff*-sessies mogelijk. 'Ik heb de sessies artistiek ook heel erg nodig. Het is *jammen*, improviseren in zijn puurste vorm. Op een goede manier improviseren vereist dat je je openstelt

voor het moment, het scherpt je intuïtie als danser. Je leert er beter door met muziek om te gaan.'

### Doorstart Dogtroep

Een tweede voorbeeld van een groep die zowel bij publiek en bedrijven als bij fondsen werft, is Dogtroep. Dit collectief werd groot met voorstellingen op werven en stranden en in leegstaande panden. Het publiek moest zandhappen op Vinexlocaties, zich laten natspatten of sloeg koulleumend onder een regencape de verrichtingen van de acteurs gade. Maar de toeschouwers bleven komen, met tienduizenden. Vanaf 2004 kampte de groep met forse tegenslagen. Interne verdeeldheid over de artistieke koers (grotere of juist kleinere voorstellingen maken) werd in 2005 bestraft met een subsidiekorting van vijf ton: in plaats van 8,5 ton moest het gezelschap nu rondkomen van 3,5 ton.

Het gezelschap ging in sterk afgeslankte vorm verder. Nadat opnieuw een artistiek leider de handdoek in de ring gooide, besloot Dogtroep om eind dit jaar te stoppen. Slecht nieuws, zo lijkt het, maar volgens alle betrokkenen valt het mee: na zo veel jaren was de *spirit* uit de groep en de naam Dogtroep werd door de huidige makers als een juk ervaren. Zakelijk leider Bart Kusters: 'Dogtroep is een merknaam geworden waaraan een uitgesproken verwachtingspatroon kleeft. Dat is funest wanneer je je probeert te ontwikkelen. We worden voortdurend teruggefloten door mensen die zich hardop afvragen of wat we doen wel Dogtroep-fähig is.'

Dogtroep maakte nog een laatste voorstelling, *De Montan*, die in juni in een staalfabriek aan de rand van Dordrecht in première ging. De weg naar deze voorstelling toe verliep hobbelig, er was geen geld. Maar de groep moest en zou. Kusters sprak met de gemeente, contracteerde Schouwburg Kunstmin als coproducent en wierf tegelijk middelen bij bedrijven. Ondernemers

droegen veelal in natura bij, leverden bijvoorbeeld gratis lichttechniek. Daar stond niet veel meer tegenover dan vrijkaarten en naamsvermelding op de site van het gezelschap. De gesprekken met de gemeente Dordrecht bleken een goede langetermijninvestering: inmiddels is bekend dat de Stichting Theater van de Verbeelding, waar Dogtroep ondervalt, een doorstart maakt onder artistieke leiding van Lotte van den Berg, en met een andere naam. De gemeente Dordrecht heeft financiële ondersteuning toegezegd. Een leegstaande fabriek is al gevonden.

#### **Een band opbouwen**

Ook het Holland Festival ziet het nut van private sponsoring. Dit festival heeft al jaren een aantal grote sponsors. Tijdens de opening van de editie van 2008 was goed te zien hoe de organisatie te werk ging. De rode loper werd niet alleen uitgerold voor koningin Beatrix en haar aanhang, maar ook voor CEO's van beursgenoteerde bedrijven. Voor hen was in een foyer een aparte receptie georganiseerd. De aanwezigen daar genoten zichtbaar van het gebeuren als sociaal evenement. Artiesten die ook op het Holland Festival stukken lieten zien, liepen er 'in het wild' rond. Daar hoefde geen officiële *meet-and-*

*greet* voor te worden georganiseerd. De voorstelling, Becketts *Happy Days*, was bepaald geen gemakkelijke mainstreamvoorstelling, maar oogstte die avond toch de nodige open doekjes. De eerste kennismaking beviel kennelijk goed. Het Holland Festival deed een investering die zich lastig in harde cijfers laat uitdrukken. Hoeveel zullen deze bedrijven straks geven? Dat is niet te zeggen. Wel is zeker dat de genodigden bij het horen van de naam

## Voor kunstenaars heeft bedelen geen zin, want dan winnen de zeehondjes het

van het festival zich deze premièreavond zullen herinneren.

Mensen bij de voorstelling betrekken, een band opbouwen, dat is wat de genoemde voorbeelden delen. Ze hebben een product en zijn daar trots op, of het nu beeldend locatietheater, improvisatie of ballet is. Ze staan niet met hun rug naar de buitenwereld, maar laten zien dat ze veel te bieden hebben. Inspiratie in de vorm van voorstellingen en concerten, contacten met kunstenaars en mensen met een gelijke belangstelling. Het is werven zoals de hoogleraar filantropie het graag ziet: 'Je moet eerst enthousiasme kweken voor je product, pas daarna kun je mensen vragen naar hun portemonnee', zegt Schuyt. Arrogant vragen om het gat in de begroting te dichten heeft weinig zin. Zielig doen of bedelen al evenmin, want dan winnen de zeehondjes en het ontwikkelingswerk het.

Sommige gezelschappen en orkesten zijn om,

**Irene Start**

is dans- en theaterjournalist voor onder meer *Elsevier*, *Het Parool*, de Geassocieerde Pers Diensten en *DANS*. Deze bijdrage is een bewerking van een artikel dat in week 7 van 2008 in *Elsevier* verscheen

nu de rest nog. De Commissie Cultuurprofijs gaf een helder oordeel, dat mag niet zomaar van tafel worden geveegd. In het rapport wordt niet alleen gedreigd, er worden ook veel positieve maatregelen voorgesteld, bijvoorbeeld om geven aan cultuur fiscaal aantrekkelijk te maken. Een belangrijke voorwaarde om een en ander te laten slagen is – behalve een flinke mentaliteitsverandering – dat cultuurinstellingen hun organisatie gaan veranderen. Ze hebben bestuurders met een breed netwerk

nodig, en fondsenwerfers die in staat zijn tot het opzetten van professionele campagnes. Commissievoorzitter Martijn Sanders heeft goede hoop dat particuliere sponsoring van de podiumkunsten nu eindelijk van de grond gaat komen. 'Mits minister Plasterk onze aanbevelingen overneemt.' Zijn werk zit erop, zijn commissie heeft zichzelf opgeheven: 'We hebben de glijbaan van een heleboel zeep voorzien, nu moeten mensen er nog vanaf.'

[advertentie]



oudemuziek 08/09

19 topensembles  
40 historische locaties  
110 concerten  
[www.oudemuziek.nl](http://www.oudemuziek.nl)