

# Cultuurfonds gaat gevers helpen

**Sandra Jongenelen** Het Prins Bernhard Cultuurfonds wil een onafhankelijk expertisebureau opzetten dat op landelijk niveau adviseert over het geven aan cultuur. Het zal zich gaan richten op schenkers – kleine en grote mecenasen – en gaat deze verbinden aan culturele projecten. Onder schenkers vallen particulieren, bedrijven en kleine vermogensfondsen, veelal familie-stichtingen.

Afgelopen zomer liet het Prins Bernhard Cultuurfonds een haalbaarheidsonderzoek doen naar de mogelijkheden, maar nu al is duidelijk dat het fonds zijn activiteiten zal uitbreiden. Volgens de statuten is het een goeddoelenorganisatie die geld geeft aan projecten, leningen verstrekt en beurzen toekent aan jong talent. Maar de adviestaak is niet meer tegen te houden. De kans bestaat dat daarvoor een aparte stichting wordt opgericht. Voor de advisering gaat het Cultuurfonds waarschijnlijk een rekening sturen.

Rond de deadline van dit artikel is nog niet helemaal duidelijk hoe het expertisebureau zich gaat ontwikkelen. Misschien wordt het wel een van de kernactiviteiten. Zeker is dat het initiatief moet groeien. Dat het Cultuurfonds nog deels zoekt naar de invulling, heeft te maken met de ophanden zijnde hervormingen. 'De cultuursector staat op een keerpunt. De komende jaren zal het een en ander veranderen', zegt directeur Adriana Esmeijer.

Het 72 jaar jonge fonds krijgt jaarlijks zeventuizend aanvragen en steunt in 2011 voor meer dan 30 miljoen euro 3.700 personen en projecten. Daarmee is het de grootste particuliere geveer in de culturele sector.

Wat Esmeijer opvalt, is de versnippering en veelheid aan partijen. Er zijn fondsenwerwers – soms eenpitters –, particulieren, bedrijven, culturele instellingen, stichtingen. Daardoor is onduidelijk wie met welke vraag waar terecht kan. Ook daarin kan het Cultuurfonds een rol spelen. Het gaat dus niet alleen om het adviseren en verbinden van mensen en projecten, maar ook om het toegankelijker maken van de markt. Daarvoor zal het samenwerking zoeken met andere partijen.

Esmeijer en haar medewerkers zullen geen cursussen geven. Er zijn veel trainingen voor fondsenwerving, constateert Menno Tummers, projectleider Mecenaatsdesk van het Cultuurfonds. 'Van de Erasmus Universiteit Rotterdam tot aan commerciële aanbieders. Bij de Christelijke Hogeschool Windesheim in

Zwolle bestaat nu een fondsenwervingsopleiding. Daar is vast ook aandacht voor de cultuursector.' Ook in de advertentiekolommen in de culturele sector valt de medewerker mecenaat op. 'Het is een nieuwe beroepsgroep.'

#### Bereid te geven

Twee fondsenwerfers in de culturele sector – Marischka Leenaers en Naomi Russell – juichen de komst van een Mecenaatsdesk toe. 'Een groot aantal culturele instellingen is bezig met plannen om meer inkomsten te verwerven. Er is grote behoefte aan kennis', merkt Leenaers van Leenaers Verloop, specialisten in sponsoring, fondsenwerving en mecenaat in de culturele sector. Ze werkte onder andere voor het Kröller-Müller, het IDFA, de publieke omroep en de Westergasfabriek.

Nederland kent volgens haar veel mensen met een passie voor cultuur. 'Zeker nu de subsidies wegvallen, willen ze die hartstocht omzetten in financiële ondersteuning. Ze weten alleen niet hóé. Kijk je naar internationale cijfers dan blijkt dat 10 tot 15 procent van het publiek bereid is iets extra's te geven. Afhankelijk van de geefcapaciteit en het belang van het doel varieert de bijdrage van een paar tientjes tot grote bedragen.'

Leenaers beroept zich op gegevens van twee jaar geleden uit Groot-Brittannië die nog altijd actueel zijn. Daaruit blijkt dat culturele instellingen het meeste geld krijgen van particulieren: 55 procent, gevolgd door bedrijven (24 procent) en stichtingen (21 procent). Ook Russell constateert dat veel mensen willen geven. 'Hoewel een meerderheid van de bevolking aangeeft de plannen van staatssecretaris Zijlstra (VVD) van Cultuur te steunen, zeggen Nederlanders ook dat ze het kunst- en cultuurklimaat zeer waarderen. En daar hebben ze wat voor over.'

De Britse Russell studeerde aan het conservatorium en werkte als fondsenwerfer

bij onder andere de Royal Opera House. Zes jaar geleden richtte ze haar eigen adviesbureau op, inmiddels omgedoopt tot Wonderbird. De managing director werkt zowel in het filiaal in Amsterdam als dat in Londen. Nederlandse instellingen kunnen volgens haar veel leren van hun Britse collega's. 'In de jaren tachtig bevond het land zich onder premier Thatcher in eenzelfde situatie als de Nederlandse cultuursector op dit moment.' Ze legt uit dat vooraanstaande personen uit de cultuursector terugkijkend aangeven dat de heftige oppositie in de kunstscene tegen het beleid paradoxaal genoeg een injectie heeft gegeven. Meer dan twintig jaar later bestaat 35 procent van het budget van door de overheid gesteunde instellingen uit subsidie.

Russell: 'In 2009 schreef Andrew Clements, de klassieke muziekcriticus van *The Guardian*: "Alhoewel wij ons er op dat moment niet van bewust waren, lijkt het erop dat het Thatcher-tijdperk uiteindelijk een gouden tijd is geweest voor het Britse muzikale leven. De topjaren van de English National Opera begonnen onder Thatcher.'"¹

#### Relatief rooskleurig

In het licht daarvan ziet Russell de toekomst van de Nederlandse cultuursector relatief rooskleurig in. De art consultant is goed ingevoerd in de Nederlandse situatie. Het afgelopen jaar maakten zeven Nederlandse culturele instellingen van haar diensten gebruik, waaronder het Holland Festival, het Nationale Toneel en het Theater Instituut Nederland.

Uit haar koker komt ook het project *The Dutch Masters*, een samenwerking van het Concertgebouworkest, het Nederlands Danstheater en het Mauritshuis met als doel donateurs te werven in Groot-Brittannië. Het is voor het eerst dat Nederlandse culturele instellingen in het buitenland financiers aantrekken.

Sinds de oprichting in december telt het fonds 25 leden, voornamelijk Nederlanders die in Londen wonen. In ruil voor een minimale jaarlijkse bijdrage van 5000 pond krijgen ze uitnodigingen voor exclusieve kleinschalige bijeenkomsten van de drie instellingen.

Russell en Leenaers zijn betrekkelijk positief over de mogelijkheden van fondsenwerving voor de cultuursector. Wel zijn er bijspijkerlessen nodig. Zo moeten culturele instellingen allereerst leren vragen. Russell: 'Waarom missen websites een geefbutton voor directe actie?'

Ze vertelt over theatergroep mugmetdegoudentand die vorig jaar zijn 25ste verjaardag vierde. Het gezelschap had een ambitieus programma en wilde ter markering van de mijlpaal een speciale brochure samenstellen. Via een directmailactie werden alle mensen op de mailinglijst gevraagd daarvoor geld te doneren. In ruil voor een bijdrage van tussen de 10 en 1000 euro kregen ze een vermelding in de brochure. Hoe hoger de bijdrage des te groter de naam. Bij de mug waren ze onzeker of ze zo'n 'bedelbrief' wel konden sturen, maar die ongerustheid bleek nergens voor nodig. De actie leverde 10.000 euro op. 'Als ze er niet om hadden gevraagd, zouden ze het geld niet hebben gekregen.'

#### **Klein beginnen**

De cultuursector is bij uitstek geschikt voor fondsenwerving. Leenaers: 'Bijdragen aan een project van Artsen zonder Grenzen vinden mensen belangrijk, maar het prettige bij cultuur is dat je donateurs echt kunt betrekken door ze uit te nodigen voor première, kijkjes achter de schermen, rondleidingen. Ze kunnen hun goede doel aanraken. Heb je als culturele instelling de relatie eenmaal opgebouwd, dan kun je vragen meer te doen.' Dat is les twee voor culturele instellingen: '*Fundraising is friendraising.*'

Om inzicht te krijgen in het geefgedrag trekt de consultant een vergelijking met

daten, waarbij het huwelijk staat voor een grote donatie. 'Bij het eerste afspraakje tast je elkaar een beetje af. Dan begin je natuurlijk niet over trouwen. Zo mijd je in eerste instantie ook de vraag om een grote gift.'

Russell: 'Ik ken een schenker die het eerste jaar 500 pond bijdroeg. Vijf jaar later stortte ze 50.000 pond. Als ik dat het eerste jaar had gevraagd, had ze het resoluut van de hand gewezen en was ze nooit donateur geworden, vertelde ze me later. Daarom: begin klein en investeer in de relatie.'

#### **Roodgloeiend**

Terwijl het Prins Bernhard Cultuurfonds een ster is in geld weggeven, stond de telefoon de afgelopen maanden roodgloeiend vanwege heel andere vragen. Waar het op neerkwam was: 'Vertel alsjeblieft, hoe doen jullie dat, zoveel geld werven? Is dat een kopieerbaar recept?' De vragen waren ook basaler: 'Op wat voor rekening moet je donaties storten?' En: 'Hoe ziet een notariële akte eruit?' Tot dusver kregen de medewerkers dergelijke telefoontjes wel uit andere sectoren: de sportwereld of van organisaties als Greenpeace. Voor het eerst roerde de kunst- en cultuurwereld zich.

De bellers waren vertegenwoordigers van culturele instellingen en gemeenten die de broekriem moeten aanhalen, maar ook bezorgde burgers die iets voor cultuur willen doen. Aan de andere kant namen bedrijven en vermogende families contact op. Zij informeerden in hoeverre het Cultuurfonds kon helpen bij de zoektocht naar een passend project ter financiering.

De vragen zijn aangewakkerd door de politieke wind vanuit Den Haag, bevestigen Esmeyjer en Tummers. Nu de overheid 200 miljoen euro op de sector bezuinigt, proberen culturele instellingen nieuwe inkomstenbronnen aan te boren, waardoor het mecenaat – vermogende burgers – in het vizier komt. Staatssecretaris Zijlstra had daar al op

aangedrongen. Hij bepleitte de komst van een onafhankelijke intermediair tussen culturele instellingen en potentiële donateurs.

In het redactioneel van *NRC Handelsblad* daarover las Esmeijer dat zo 'n onafhankelijk adviescentrum voor mecenasen helemaal niet nodig was. We hebben het Prins Bernhard Cultuurfonds toch al? Nadat ze zich achter de oren had gekrabd, besepte ze hoe raak die opmerking was. 'Mensen hebben het gevoel dat wij goed met hun geld omgaan.'

Vriend en vijand zijn het eens over de onbesproken signatuur van het Cultuurfonds. Het dekt vanwege de regionale spreiding heel Nederland en kent vierhonderd pro deo adviseurs, ook in andere branches als de juridische sector. De kennis, expertise, deskundigheid, knowhow of hoe je het ook noemt, is ruimschoots aanwezig.

#### **Fonds op Naam**

Ervaring putte het Cultuurfonds uit de Fondsen op Naam, die het twintig, dertig jaar geleden introduceerde. Particulieren, bedrijven en stichtingen kunnen op die manier geld geven aan een specifiek doel: een geormerkte schenking voorzien van een eigen doelstelling en naam. Dat kan ook anoniem. De inleg is minimaal 50.000 euro, eventueel te verspreiden over vijf jaar.

Besteding uit de fondsen vindt plaats op basis van advies van de experts van het fonds. Een fonds kan blijven bestaan of binnen een bepaalde periode worden opgemaakt. Inmiddels zijn er meer dan 265 Fondsen op Naam voor uiteenlopende doelen. Sommige steunen de restauratie van een instrument of monument. Andere helpen talentvolle jonge musici, beginnende wetenschappers of financieren architectuurprojecten.

## Aan een Mecenaatsdesk zitten juridische en fiscale haken en ogen

Je zou kunnen zeggen dat het Cultuurfonds met de Fondsen op Naam al als intermediair en adviseur fungeert. In die zin kwam het redactioneel commentaar van de *NRC* niet uit de lucht vallen. Na lezing dacht Esmeijer dan ook: 'Dat moeten we maar oppakken.'

Samen met Tummers boog ze zich over de statuten om er vervolgens achter te komen dat het actief aanbieden van adviezen complexer is dan gedacht. Het Cultuurfonds is een goededoelenorganisatie met CBF-keurmerk, geen art consultancy. Het fonds is vrijgesteld van btw en kan daarom geen facturen versturen voor geleverde diensten. Ook de organisatorische kant van de zaak moet goed worden uitgewerkt, vooral ook financieel.

Al snel werd duidelijk dat het niet zo gemakkelijk is op een achternamiddag een Mecenaatsdesk te openen, mede vanwege de juridische en fiscale haken en ogen. Daarbij: het Cultuurfonds wil dat de nieuwe taken zich logisch verhouden tot de bestaande werkzaam-

heden. Esmeijer: 'Anders bijt je jezelf misschien in de staart. We moeten rekening houden met de historie van het instituut en zorgvuldig omgaan met onze gevers.' Tummers: 'Straks slachten we de kip met de gouden eieren.'

### **Groeidiamant**

Afgelopen zomer gaf het Cultuurfonds daarom opdracht voor een haalbaarheidsonderzoek. Op het moment van schrijven zijn de uitkomsten van het rapport nog niet bekend, maar hoogstwaarschijnlijk is de adviesfunctie niet meer tegen te houden. 'Het is een groeidiamant die zich misschien tot kernactiviteit ontwikkelt', filosofeert Esmeijer. 'Nu doneren mensen geld en geven wij dat weer weg. Wellicht gaan we straks nadrukkelijker samenwerken met mensen die iets willen doen voor de cultuur. Dan kun je bijvoorbeeld denken aan filantropisch investeren.'

Esmeijer en Tummers praten over de toekomstige activiteiten, maar feitelijk zitten ze er middenin. De directeur vertelt over het Tiger Film Mecenaat dat het Internationaal Film Festival Rotterdam (IFFR) begin dit jaar samen met het fonds presenteerde. Het gaat om een Fonds op Naam, waarbij het filmfestival geld werft, terwijl het Cultuurfonds de expertise levert. Particulieren, bedrijven en organisaties kunnen zich met een schenking van 300 euro tot mecenas ontpoppen. Een aanzienlijk deel van hun gift krijgen ze terug van de fiscus.

Maar er zijn meer voorbeelden. In samenwerking met een anonieme schenker introduceerde het Cultuurfonds een modestipendium van jaarlijks 50.000 euro voor een jonge, talentvolle modevormgever, die al commerciële collecties heeft uitgebracht. Met de bijdrage kan de winnaar een eenmalig artistiek project doen. Begin dit jaar showde de eerste laureaat – Ilja Visser – haar couturelijn in het Rijksmuseum.

En dan is er de erfgoedinstelling met plannen voor crowdfunding, online fondsenwerving. Trekt de organisatie samen met het Cultuurfonds op, dan is er meer wervingskracht en krijgt het initiatief meer glans dankzij het 'goedkeuringsstempel' van het fonds. Bovendien bouwt het Cultuurfonds een extra prikkel in. Is de wervingsactie succesvol dan zal het bedrag worden verdubbeld.

### **Experimenteren**

Het Cultuurfonds experimenteert ook met andere financieringsvormen. Zo heeft het jaren geleden in samenwerking met het Nationaal Restauratie Fonds een fiks bedrag geïnvesteerd in negen provinciale Cultuurfondsen voor Monumenten voor het verstrekken van laagrentende leningen aan eigenaren van gemeentelijke monumenten. De investering vloeit daarna terug naar het fonds.

Deze aanpak is ook mogelijk bij jong talent. Tummers: 'Vroeger gaven we een beurs, maar dan is het geld weg. We zouden ook laagrentende leningen kunnen verstrekken via een bancaire instelling, waarbij wij garant staan. In bijna alle gevallen wordt dat bedrag terugbetaald en kunnen we het geld opnieuw investeren. Met deze vorm van borgstelling is er daardoor meer geld beschikbaar.'

Of neem het initiatief om verwaarloosde graven van beroemde schrijvers te restaureren. Met lede ogen zag Esmeijer dat de laatste rustplaats van zowel Theo Thijssen als Anna Blaman werd geruimd. 'Een graf klaagt niet.' In 2008 meldde de Koninklijke Boekverkopersbond zich. Ter gelegenheid van het 100-jarig bestaan zochten ze een aansprekend project. In samenwerking met het Cultuurfonds werd vervolgens het fonds Perzik van Onsterfelijkheid opgericht, een verwijzing naar de gelijknamige roman van Jan Wolkers. Doel: behoud, herstel en instandhouding van grafmonumenten van Nederlandse schrijvers. Begin oktober werd op de Algemene Begraaf-

plaats in Noordwijk het eerste gerestaureerde graf opgeleverd van dichter en letterkundige Albert Verwey.

En zo zijn er meer voorbeelden; van privaat-publieke samenwerking met provincies op het gebied van monumentenzorg tot een bedrijf dat 25 jaar bestaat en 100.000 euro wil bestemmen voor een cultureel doel. 'Dat laatste is pure bemiddeling', zegt Tummers. 'Het bedrijf zoekt een landelijk project dat te maken heeft met internet en design.'

Hij merkt dat meer bedrijven in zo'n positie zitten. 'Sommigen sponsoren een museum, maar een grote groep zweeft. Beleid ontbreekt. In Duitsland zijn ze al heel ver met deze vorm van *cultural corporate responsibility*. Misschien moeten wij dat oppakken, samen met werkgeversorganisatie VNO-NCW en andere belanghebbenden.'

#### **Andere eisen**

Samenwerkingsverbanden tussen mecenasen en culturele instellingen passen in deze tijd. 'De gevers zijn veranderd. Ze zijn op zoek naar meer dan alleen giraal contact', constateert Esmeijer. 'Kregen ze vroeger een vriendelijke brief en een paar vrijkaartjes als dank, nu vragen ze betrokkenheid. Ze willen een dialoog.' Leenaers merkt hetzelfde: 'Mensen houden er niet van om als lopende portemonnee gezien te worden.

Vaak hebben ze kennis en willen ze een gesprek op niveau.'

Dat stelt eisen aan culturele organisaties. Een sponsormanagement is van belang voor het werk achter de schermen, maar het contact met potentiële donateurs dient op directieniveau te geschieden. Dat is de derde tip van de consultants. De artistiek directeur van een culturele instelling moet in staat zijn een inspirerend verhaal te vertellen. Hij moet vooral niet uit stralen: 'Wij weten het en

## 'Mensen houden er niet van om als lopende portemonnee gezien te worden'

jullie zijn de domme buitenwereld.' Eigenlijk moet hij de mecenas weten te betoveren.

Russell spreekt in dit verband over de grootste uitdaging van de Nederlandse cultuursector. 'De artistiek directeur moet zich voor de volle 100 procent gaan inzetten voor particuliere fondsenwerving. Mensen willen toegang tot zijn magie, bijvoorbeeld door mee te kijken tijdens repetities. Ze willen zweet zien. Raak mensen in het hart. Dan zal het hoofd beslissen hoeveel ze geven.'

Deze nieuwe verhouding heeft gevolgen. Esmeijer en Tummers verwachten dat donateurs invloed zullen krijgen op cultuurproducten. 'Je ziet dat culturele instellingen bang zijn voor bemoeienis, maar het kan zijn dat er van alles uit de samenwerking ontstaat', zegt Tummers. 'Bovendien levert het maatschappelijk draagvlak op. Sommige organisaties hebben misschien te lang met alleen gemeenschapsgeld voor een bepaalde groep gewerkt.'

**Sandra Jongenelen**

is freelancejournalist en schrijft  
onder meer voor *Kunstbeeld* en  
*HP|De Tijd*

Maar de angst is misschien terecht, vult de directeur aan. 'Pas op voor vermogende cultuurliefhebbers die met cultuur pronken alsof het een tas is van Louis Vuitton.' Leenaers heeft de ervaring dat het zo'n vaart niet loopt. 'Mensen die een culturele instelling ondersteunen, kiezen daar bewust voor. Dat geldt ook voor de artistieke keuzes. Hoe concreter de organisatie weet wat ze wil en waarvoor ze een bijdrage zoekt, des te beter zullen de donateurs daarbij passen.'

Een van de eerste Nederlandse organisaties die de invloed van particuliere geldschieters vergrootten, is het Holland Festival, waar leden van de *Board of Governors* een adviesfunctie hebben. Deze groep particulieren komt twee keer per jaar bijeen en geeft gevraagd en ongevraagd advies. Een aantal leden volgt het nationale en internationale kunstleven intensief en denkt actief mee over het festival. (Jongenelen 2011, 20)

Ook Russell denkt op basis van haar ervaring dat het wel meevalt met de macht van mecenasen. 'De culturele sector voelt zich nu nog ongemakkelijk over de samenwerking, maar de praktijk zal uitwijzen dat die vrees ongegrond is. Het is een misverstand dat donateurs invloed zoeken. Ze willen steunen wat ze mooi vinden.'

Ze vertelt dat geldschieters vaak een ontwikkeling doormaken. 'In Londen hadden we een lokale sponsor die 40.000 pond bijdroeg omdat er een beroemdheid in een bepaald theaterstuk zat. Eerst ging hij voor de bekende naam, maar nadat hij de smaak te pakken had gekregen, steunde hij een paar jaar later een musical van een jonge, zwarte regisseur.'

**Maak geven leuk**

Daaruit volgt les vier in fondsenwervingsland. Iedere particuliere geldschieter moet worden benaderd op zijn of haar niveau. Russell verhaalt over een vermogende bankier, potentieel geïnteresseerd in hedendaags design. 'Deze man is de hele dag bezig met zijn

vak en denkt dat cultuur niet voor hem is. Toen ik hem vertelde dat Porsche en Rolex eigentijds design zijn, hadden we via auto's en horloges een ingang, van waaruit hij vervolgens hedendaagse architectuur ontdekte.'

Tip vijf ligt in het verlengde. Maak geld geven leuk en zorg voor een concreet doel. Oxfam Novib laat mensen via de website kiezen uit verschillende cadeaus. Voor 36 euro kun je online een geit schenken aan mensen in een ontwikkelingsland.

Iets vergelijkbaars doet het Jeugd Cultuurfonds, een landelijke instelling die ervoor zorgt dat kinderen in achterstandsposities aan cultuur kunnen deelnemen. Op de homepage staat een 'Geef nu'-button, waarmee je een gift kunt doen voor een concreet doel, bijvoorbeeld tien minuten schilderles. Betalen gaat met creditcard of iDEAL.<sup>2</sup> Leenaers: 'Mensen geven graag voor iets tastbaars, de aankoop van een bepaald schilderij, de kroonluchter in het theater, decorstukken of kostuums. Ze vinden het leuk om iets te adopteren. Crowdfunding is op dat principe gebaseerd en blijkt ook goed te werken.'

De Mecenaatsdesk van het Prins Bernhard Cultuurfonds lijkt hier naadloos op aan te sluiten. Het stelt gevers in staat concrete projecten te steunen die zonder hun bijdrage niet tot stand waren gekomen. Hun donatie maakt het verschil. En dat is veel bevredigender dan bankbiljetten rondstrooien zonder te weten waar ze terecht komen.

**Literatuur**

Jongenelen, S. (2011) 'Van mecenas tot minnaar'. In: *Boekman*, jrg. 23, nr. 87, 20-25.  
Russell, N. (2011) *Versterking private financiering podiumkunsten*. Amsterdam: (zonder uitgever).

**Noten**

- 1 Zie ook Russell 2011, 24.
- 2 [www.jeugdcultuurfonds.nl](http://www.jeugdcultuurfonds.nl).