

**Vrienden in voor- en tegenspoed:
De revival van vriendenkringen van culturele instellingen**

Bijlagen

Emma Johnson

0706736

emma.johnson@student.ru.nl

Masterscriptie Algemene Cultuurwetenschappen

Onder begeleiding van Mathijs Sanders

11 augustus 2014

In deze bijlage zijn de gesprekken gebundeld die ik voerde voor mijn onderzoek *Vrienden in voor- en tegenspoed. De revival van vriendenkringen van culturele instellingen*. Omdat ik in dit onderzoek ook refereer naar een aantal gesprekken die ik oorspronkelijk heb gevoerd voor mijn stageonderzoek bij Cultuur-Ondernemen, heb ik de transcripties van deze gesprekken ook opgenomen in deze bijlage. Het gaat hier om de gesprekken met Denise de Boer, Renée Steenbergen en Marischka Leenaers.

Inhoudsopgave

Aelberts, Anton	3
<i>Nederlandse Federatie Van Museumvrienden</i>	
Boer, Denise de	18
<i>Amsterdam Museum</i>	
Dijk, Anita van	30
<i>Het Gelders Orkest</i>	
Hendrikse, Marc	37
<i>Museum het Valkhof</i>	
Leenaers, Marischka	48
Linde, Katrien van de	56
<i>Stedelijk Museum</i>	
Louppen, Marian	65
<i>Het Gelders Orkest</i>	
Steenbergen, Renée	75

Interview met Anton Aelberts, voorzitter van de Nederlandse Federatie Van Museumvrienden.

Uitleg onderzoek

EJ: Kunt u misschien iets vertellen over de NFVM? Wat voor organisatie is het precies en wat zijn jullie voornaamste werkzaamheden?

AA: Nou, ik ben sinds anderhalf jaar voorzitter. Daarvoor ben ik voorzitter geweest van de Vriendenvereniging van het Valkhofmuseum hier in Nijmegen. En daarvoor van de commanderie van de Sint Jan, dat is de voorloper van het Valkhofmuseum. Toen ben ik verzeild geraakt in de NFVM. Dat is een overkoepelende organisatie voor 185 vriendenclubs van musea in Nederland. Dit zijn lang niet alle vriendenclubs want er zijn zo'n 600 á 700 musea in Nederland, inclusief oudheidkamers en hele kleine musea. Die club is een jaar of 30 geleden in het leven geroepen als een overkoepelend orgaan omdat men constateerde dat heel veel vriendenclubs wel verbonden waren aan een museum maar niet goed wisten hoe ze dat precies moesten inrichten. Mensen vroegen zich bijvoorbeeld af hoe het juridisch geregeld moest worden, hoe het zit met fiscaliteiten en schenkingen en allerlei andere zaken die zo'n vereniging tegenkomt. Een soort facilitaire organisatie dus. Dat heeft zich langzaam ontwikkeld tot een club van 185 leden, waarbij ik moet zeggen dat de vriendenkringen van de grote musea geen lid zijn. Zo zijn het Rijksmuseum en het Stedelijk Museum geen lid. Die hebben namelijk aparte vriendenclubs. Het is ook wel chic om vriend van het Rijksmuseum te worden. Bovendien hebben ze daar een aangetrouwde prinses in dienst, prinses Marilene. Zij is getrouwd met prins Maurits. Goed, door haar huwelijk is ze prinses geworden en nu is ze full-time in dienst van de vrienden van het Rijksmuseum. Het is natuurlijk heel chic als je daar dan bijhoort, dan heb je een lijntje met het Koninklijk Huis. En de organisatie van het Rijksmuseum is zo gelikt dat ze ons niet nodig hebben om vragen te beantwoorden. Maar ik probeer nu, vanuit het oogpunt van solidariteit, ook de grote musea lid te maken van de NFVM.

EJ: Zodat musea elkaar kunnen helpen als ze vragen hebben?

AA: Ja, zo kwam er laatst een vraag binnen van een museum uit het noorden van het land. Ze hadden een schenking gekregen en vroegen zich af hoe ze dat moesten regelen. Dan denk ik meteen: in iedere club zit wel een notaris, maar goed die hadden ze niet. En wij hebben wel een netwerk. Wij hebben een fiscalist en notarissen die ons gratis adviseren. Dus zo helpen wij hen. Twee keer per jaar hebben wij een vergadering. Twee weken geleden zaten we in Denekamp. Daar komt dan een man of honderd. Voor sommigen is het een uitje. De vriendenclub uit Helmond komt bijvoorbeeld ieder jaar met vier á vijf man.

EJ: Helmond, daar kom ik vandaan. Dat is dan zeker de vriendenclub van het Gemeentemuseum?

AA: Inderdaad. Een paar jaar geleden hebben we daar vergaderd. Meestal proberen we dan ook een spannende lezing te houden over dingen die belangrijk zijn voor de vriendenclubs. De afgelopen keer ging het over de Cultuurindex. Die wordt binnenkort gepresenteerd door de Boekmanstichting. Een van de onderzoekers, dr. Vinken uit Tilburg, heeft een gedeelte van wat hij gaat presenteren nu al bij ons gepresenteerd. En qua opbouw van de vrienden is het een bekend verhaal: oude leden, een afnemend bestand, weinig aanwas aan de onderkant, ect. Maar aan de andere kant zijn het toch meer dan 100.000 vrijwilligers die bij die vrienden werkzaam zijn. Dat zijn niet allemaal vrijwilligers, sommigen zijn alleen lid en betalen hun contributie. Maar een groot aantal is wel actief in het museum bezig. En dat is ook een functie van vriendenorganisaties. Ik geloof dat bijna alle museumwinkels door vrijwilligers gerund worden. Op afstand worden ze dan begeleid door een van de medewerkers van het museum, maar 80 of 90% van de mensen in zo'n winkel zijn vrijwilligers. Ik weet dat er weinig geld was toen Museum het Valkhof werd gebouwd. De vrienden hebben toen de hele museumwinkel ingericht. Ze hebben de hele inboedel gekocht. Dat soort dingen gebeuren dan.

EJ: Dus er wordt met name bij speciale gelegenheden geld ingezameld?

AA: Ja. En er zijn ook vriendenclubs die aan de collectie bijdragen. Dus die vriendenclub in Nijmegen, waar ik toevallig iets meer van weet, die heeft in de loop der jaren voor enige tonnen bijgedragen aan de zilvercollectie van het museum in Nijmegen. Onlangs was er nog bij Sotheby's een klein zilveren bekertje te koop. Het museum wilde hier op bieden, maar toen hoorden ze dat ook het Rijksmuseum van Twente erop wilde gaan bieden. Terwijl het een Nijmeegse zilversmit uit de zeventiende eeuw was die het bekertje gemaakt heeft. Wij hebben dus tegen Twente gezegd om er niet op te bieden want dat drijft de prijs alleen maar op, maar Twente hield voet bij stuk. Dus die prijs ging enorm omhoog wat natuurlijk heel dom is.

EJ: Precies, je zou als vrienden onder elkaar ook samen kunnen werken.

AA: Ja en omdat het een Nijmeegse zilversmit is lijkt mij het niet meer dan logisch dat het Valkhof hier recht op heeft. Uiteindelijk heeft Nijmegen het gewonnen.

EJ: Maar voor veel te veel geld dus eigenlijk.

AA: Ja, veel te veel geld. Iets van 20.000 pond, exclusief veilingkosten.

EJ: Dus ondanks dat beide verenigingen bij de NFMV zitten, spelen individuele belangen nog steeds een belangrijke rol.

AA: Ja, er is gewoon sprake van hebzucht in zo'n geval. Bij het Rijksmuseum Twente was een van de bestuursleden helemaal gek van zilver. Dus die vond dat het bekertje buitengewoon goed in de

collectie zou passen. In Nijmegen is er ook een olieboer die zilver spaart. Die is heel hebzuchtig en wil alles op de schoorsteenmantel zetten. Wij willen daar afspraken mee maken, dat we bijvoorbeeld om en om bieden. Maar daar wil hij niets van weten, dus dat is lastig.

EJ: Waar ik nu wel benieuwd naar ben, en waar mijn scriptie ook deels over gaat, is of er nu sprake is van een hernieuwde interesse in vriendenkringen. Zien culturele instellingen, en in uw geval dus musea, nou meer potentie in die kringen? Op de website zag ik bijvoorbeeld een citaat staan van de directeur van het Openluchtmuseum. Hij zegt dat musea vroeger maar moesten leren leven met vriendenkringen, terwijl ze er nu juist meer het belang van inzien.

AA: Dat denk ik ja. Door drakonische maatregelen van de overheid worden ze afgeknepen tot en met. Dat is trouwens niet alleen in deze tijd. Op de rijksbegroting scoort cultuur zo'n 1,5%. Dat is al minimaal. En wordt er flink in gesneden. Zijlstra is de vleesgeworden bezuiniger op cultuur. En daardoor wordt het voor musea steeds belangrijker dat ze een vriendenclub hebben die in dat gat kan springen. Ze kunnen dat nooit helemaal doen want zo veel geld levert het niet op. Als je 1000 leden hebt die allen 35 euro betalen, dan heb je 35.000 euro per jaar. Dat is één zilveren bekertje bij wijze van spreke. Je kunt nooit structureel in personeelszaken gaan investeren. Dus het zijn incidentele dingen die je kunt doen. Maar desalniettemin proberen veel musea een chic lidmaatschap op te richten. Voor 1000 euro krijgen mensen bijvoorbeeld een exclusieve voorvertoning bij een tentoonstelling, een chic diner, ect.

EJ: Is dat differentiëren van vrienden nou echt iets van deze tijd? Iets dat pakweg 20 jaar geleden minder gedaan werd?

AA: Ja, dat werd toen nog nauwelijks gedaan. Het is een beetje uit Amerika overgewaaid. Ik ben burgemeester geweest van een plaats in Gelderland en de commissaris van de Koningin organiseerde ieder jaar een bijeenkomst voor alle burgemeesters uit Gelderland. Eén jaar had hij een diner in Paleis het Loo geregeld. Er zijn heel veel mensen die dat ontzettend aardig vinden, zo'n gevoel van exclusiviteit. Dat soort dingen proberen musea daarom ook steeds meer te ontwikkelen. Aan de andere kant is het een beetje lastig voor de bestaande vriendenclubs. Zij vragen zich soms af of ze nog wel goed genoeg zijn, of dat er een aparte business club moet komen.

EJ: Dus dat speelt denk ik bij bestaande vriendenkringen die door vrienden zelf zijn opgericht.

AA: Ja.

EJ: Is het ook zo dat vriendenkringen vroeger vaker door vrienden zelf werden opgericht? En dat het nu ook vaak de musea zelf zijn die het initiëren?

AA: Jazeker. Ik denk niet dat er één museum is zonder vriendenclub.

EJ: Jawel, het Amsterdam Museum. Die heb ik toevallig geïnterviewd voor mijn stage. Maar het zijn er weinig inderdaad.

AA: Ja precies. De meeste musea zien er ook wel de meerwaarde van in. Er worden gratis han- en spandiensten verricht, zoals rondleidingen ect. Dus dan zijn de vrijwilligers de meerwaarde. En in Nijmegen zit bijvoorbeeld een vrouw die docent Klassieke Talen is. Ze ging met pensioen en was lid van de Vriendenvereniging van het Valkhof. Toen vroeg ze daar dus of ze iets voor hen kon betekenen. En dat hadden ze natuurlijk wel voor iemand die Klassieke Talen heeft gestudeerd en ook vakken in de Archeologie heeft gevolgd. Dus zij werkt nu gratis en voor niets een paar dagen per week in dat museum. Dat is ook een bijdrage die moeilijk op geld te waarderen valt. Dit gebeurt steeds vaker. Oudere mensen hebben vaak wel zin om iets erbij te doen, dus die zitten graag bij dit soort organisaties.

EJ: Het zijn inderdaad vaak oudere mensen die in vriendenkringen zitten. Natuurlijk valt dit deels te verklaren door de tijd die gepensioneerden om handen hebben. Maar heeft u nog andere verklaringen hiervoor?

AA: Nou, als ik even mijn eigen vriendenclub hier in Nijmegen bekijk: daar zitten ongeveer 1300 mensen bij. In het bestuur zitten vrij jonge mensen. Maar die hebben het wel hartstikke druk en haken na verloop van tijd ook af. Zij geven aan wel terug te komen als ze vijftig zijn. Bij de vriendenclub zit ook een kinderafdeling. Bij Het Concertgebouw in Amsterdam bestaat ook een club waar je levenslang lid van kunt worden. Er zijn speciale programma's voor alle leeftijdsgroepen. Maar daar hebben ze een budget van 4 miljoen voor en 4 beleidsmedewerkers voor in dienst. Dus dan wil het ook wel. En Het Concertgebouw is natuurlijk een prestigieuze organisatie. Ik weet nog dat als je daar vroeger 500 gulden aan gaf, je naam vermeld werd in een boek. Dat soort grappen. Maar sommige mensen vinden dat heel interessant.

EJ: Ja, dat kunnen motivaties zijn voor mensen.

AA: Ja, voor mijn broer bijvoorbeeld! Ik vind het prima dat hij 500 piek geeft, maar waarom moet zijn naam dan in een boek staan? Maar dat vond hij dan leuk.

EJ: Ja, dat is dan eigenlijk een tegenprestatie die er geboden wordt. Wat vindt u er nou van dat er vaak heel veel tegenprestaties geboden worden? U geeft zelf al aan dat de contributie vaak rond de 35 euro ligt. En hiervoor krijgen mensen gratis entree, korting in de winkel en soms ook speciale avonden. Ik heb dit voorjaar stage gelopen bij Cultuur-Ondernemen. Voor deze stage heb ik veel

interviews met musea gehouden. En hier kreeg ik vaak te horen dat musea niet heel veel geld overhouden aan vrienden. Ze moeten namelijk ook veel investeren in de vrienden. Vind u dat musea deze tegenprestaties moeten bieden?

AA: Ja ik vraag me dat af. Ik ben ook lid van de museumclub van het museum in Kleve. Daar betaal ik ook 35 euro per jaar voor. Die club doet eigenlijk hetzelfde als in Nederland, alleen organiseren zij ook excursies. En zo'n museum verdient aan de meerwaarde hiervan, want dit komt allemaal bovenop de contributie. Het Valkhof organiseert ieder jaar ook een reis die betaald wordt door de vrienden. Dit kost zo'n 900 euro per persoon. Er gaan 80 mensen mee. Dus daar wint een vriendenclub €10.000 op. Het wordt allemaal door vrienden georganiseerd dus je hebt geen reisbureau nodig. En bovendien, musea bieden dan misschien gratis entree, maar al het vrijwillige werk dat door de vrienden wordt verricht levert ze eigenlijk meer op.

EJ: Ja, daar heeft het museum natuurlijk ook wel veel aan. De reden dat ik u dit vraag is eigenlijk dat ik hier eerder dit jaar met Renée Steenbergen over sprak. Zij vindt namelijk dat al die tegenprestaties erg schadelijk zijn. Maar omdat iedereen het doet, is het heel wijdverspreid. Kijk, ik snap dat zo'n reis wel wat oplevert, maar al die extra voordeeltjes die geboden worden misschien niet. Het kan aantikken al die kleine voordeeltjes.

AA: Ja, dat hangt ervan af hoe ver je daar als museum in wilt gaan. De meeste musea bieden gratis toegang. Maar de meeste leden van een vriendenkring hebben ook een Museumjaarkaart. Dus die laten ze dan ook zien. Dus dan heeft die gratis entree toch weinig zin, het museum verdient alsnog op het scannen van de Museumjaarkaart. En nu moet ik wel zeggen dat het Valkhof maar 1300 vrienden heeft en dat is akelig weinig voor een stad met 160.000 inwoners, een hogeschool en een universiteit. De helft van alle wetenschappelijke staf van het Radboud zou toch lid moeten zijn?

EJ: Maar ziet u dit nou vaak, dat een vriendenkring weinig leden heeft?

AA: Ja, absoluut. Mensen hebben het druk, komen nooit in het museum en worden zodoende ook geen lid.

EJ: Het imago speelt natuurlijk deels ook mee. Er zitten veel oudere mensen bij een vriendenkring. Ik heb zelf ook geen vrienden die lid worden van zo'n vriendenvereniging. Ja, ze zijn vriend van LUX, maar dat kost maar 5 euro en daarvoor krijgen ze veel korting. Maar bij het Valkhof zouden ze zich niet aansluiten.

AA: Ja precies. Terwijl het natuurlijk helemaal niet alleen voor oude mensen is. Dat is hetzelfde met klassieke muziek. Dan zegt men dat het voor oude mensen is. Ammehoela! Vaak is het een kwestie

van dingen van huis uit meekrijgen. Een tijd geleden was er in Nijmegen een tentoonstelling over de Romeinen. Ideaal voor kinderen, zij mochten overal aanzitten. Prachtig. En dan wordt de PR vervolgens ingezet op grootouders met kleinkinderen. De ouders worden er niet bij betrokken. En laatst was ik tijdens de herfstvakantie in het museum in Den Bosch. Nou daar stikte het van de ouders met kinderen. En de tentoonstelling was niet specifiek op kinderen gericht.

EJ: Maar dat is ook net vernieuwd dat museum.

AA: Ja, en je ziet ook dat de vriendenkring opbloeit wanneer een museum vernieuwd wordt. In Zwolle gebeurt dat ook. En destijds ging dat ook zo met het Valkhof. Maar na verloop van tijd zakt het enthousiasme een beetje weg. En je hebt te maken met mensen die overlijden. En sommige mensen hebben een lidmaatschap voor het leven. Dat kost 300 euro. Nou voor mensen van 20 een koopje! Maar we hebben liever mensen van 84 die lid voor het leven worden, haha!

EJ: Inderdaad! Nu is mijn vermoeden dat het voor instellingen niet altijd om het geld gaat. Het creëren van draagvlak is namelijk ook belangrijk. Dit is ook een van de voorwaarden waar instellingen aan moeten voldoen om subsidie te krijgen. Met een groot aantal vrienden valt dit draagvlak natuurlijk te kwantificeren. Denkt u dat dit zwaarder weegt dan de financiële voordelen?

AA: Dat zou kunnen ja. Maar ik vind het raar dat subsidiegevers van zulke 'target-achtige' eisen stellen. Ik vind dit een onjuiste subsidiegrondslag. Want als een museum het ene jaar een prachtige tentoonstelling organiseert, krijgen ze 100.000 bezoekers. Nijmegen heeft dat wel eens gehad, en Assen ook met die Chinese kunst.

EJ: Ja, met het terra cotta-leger.

AA: Ja, precies. Nou, het museum in Assen is niet een museum dat nou direct aanspreekt, hoewel het zeer fraai verbouwd is. Dat trekt gigantisch veel bezoekers. Maar het jaar daarop is de tentoonstelling er niet meer en moet je het met de vaste collectie doen. Dit heeft minder veel aantrekkingskracht. Maar zo'n gemeentebestuur wil dan ineens 110.000 bezoekers zien. Maar om dit normatieve denken gaat het toch helemaal niet?

EJ: Er wordt dan misschien te veel in jaartermijnen gedacht?

AA: Ja, er wordt dan ook geprobeerd om te middelen over een periode van 4 jaar. Dat vind zo'n gemeenteraad vaak wel goed, maar de focus blijft toch op het aantal bezoekers. Kijk het is ook niet goed als er niemand komt. Maar wat moet je anders doen met een museum? Moet je het sluiten? Moet je de kunst verkopen? Dan krijgt je eenmalig geld. Dat werkt ook niet.

EJ: Dus de overheid legt hier teveel nadruk op bij het geven van subsidies?

AA: Ja. Net zogoed als de overheid wegen aanlegt, moet zij ook zorgen voor musea en concertzalen. Die dingen kunnen nooit zelfstandig worden geëxploiteerd. En als je dan ziet wat voor gigantische bedragen er naar voetbalstadions gaan, of naar sport in het algemeen, dat staat niet in verhouding. Gisteravond zag ik toevallig in het programma De Rekenkamer wat een voetbalhooligan kost. Dat is gigantisch! Allemaal kosten aan politie en vandalisme. Eén hooligan kost tijdens zijn hele periode dat hij hooligan is in totaal €500.000.¹

EJ: Ja, als je dat dan vergelijkt met het budget voor kunst en cultuur.

AA: Ik ben ooit wethouder van cultuur en van sport geweest in Nijmegen. En ik had nog nooit aan sport gedaan. Maar ik vond het altijd belachelijk dat er subsidie werd gegeven aan NEC. Geen rechtstreekse subsidie, maar we verkochten ze bijvoorbeeld het station voor één euro. Toen NEC vervolgens een aantal jaren later in financiële problemen zat, kochten we het stadion terug voor de marktkwaarde. En dan zeggen ze dat ze NEC niet subsidiëren!

EJ: Ja, bizar hè. We hebben het daar laatst nog met een cursus over gehad, over die vergelijking met sport. Bij sport lijkt de verantwoording van de subsidie heel vanzelfsprekend, terwijl dat voor kunst niet zo is.

AA: Nee, je moet je altijd bewijzen. Ik had een collega-wethouder van dezelfde partij. Hij was een aardige man maar had totaal geen gevoel voor cultuur. En zijn mentaliteit was dat er maar een schouwburg gebouwd moest worden en dat er vervolgens wel geld mee verdiend zou worden. De investering kan wel gedaan worden, maar exploitatie breekt je de nek natuurlijk. Moet je dan zeggen dat je geen schouwburg meer gaat bouwen? Een zwembad kost ook klauwenvol geld. Als je het door zou rekenen, zou een toegangskaartje tien euro duurder zijn. En bij een schouwburg ook. Maar bij een schouwburg valt men daarover en bij een zwembad niet.

EJ: Ja dat is interessant ja. Goed, even terugkomend op die vrienden. Er zijn een aantal mensen die gespecialiseerd zijn in fondsenwerving waarmee ik heb gesproken, onder andere Marischka Leenaers. Zij heeft een eigen adviesbureau. Zij werkt vanuit het principe van de geefpiramide. Bent u bekend met dat model?

AA: Ja.

¹ NRCnext weerlegt dit.

EJ: En vrienden zitten daar ook in, helemaal onderin. Fondsenwervers streven ernaar dat die mensen meer gaan geven. Merkt u dat vrienden dit ook doen?

AA: Nee!

EJ: Nee? Oh, nou, dat strookt in ieder geval met de conclusie die ik verwacht van mijn onderzoek!

AA: Nee, vrienden die betalen die €35,- of iets dergelijks. Dat vinden ze leuk en ze zijn best bereid om af en toe nog iets extra's te betalen. Maar ze gaan geen grote bedragen geven. De Bank Giro loterij is de grote subsidiënt voor de cultuursector. Als je daar beneficiënt van bent dan krijg je geloof ik een miljoen euro over een aantal jaren. Je moet dan wel een verhalenmuseum worden. Het museum moet dus een verhaal vertellen.

EJ: Dus zo'n loterij bepaalt hoe een museum eruit moet zien?

AA: Nou nee, niet echt hoor. Maar ze vragen er wel naar. In Nijmegen heb je natuurlijk het verhaal van de Romeinse en Middeleeuwse kunst. Dit moet leuk gepresenteerd worden. Maar het Amerikaanse systeem van mensen die tonnen geven kennen we hier nauwelijks.

EJ: We hebben natuurlijk wel mecenasen, maar zij zijn niet per sé eerst vriend.

AA: En die willen het ook vaak niet weten.

EJ: Niet kenbaar maken?

AA: Precies. Ik weet niet of je Galerie Marzee kent in Nijmegen?

EJ: Nee, ken ik niet.

AA: Dat is een kapitaalpand in de benedenstad. Ze hebben er prachtige sieraden en zijn inmiddels wereldberoemd. Die vrouw heeft een mecenas op de achtergrond van wie ze de naam niet noemt. Die financiert dat gedeeltelijk. En er was ook een echtpaar in Nijmegen dat een collectie zilver had die ze wel aan het Valkhofmuseum wilden schenken. Dat is ook een vorm van mecenaat. Maar ze waren bang dat de collectie misschien verpatst zou worden zoudra er een linkse gemeenteraad zou komen die geld nodig heeft. Dus toen hebben ze er een stichting tussen geschoven. Deze valt onder de vriendenkring. Dus wij geven het dan in bruikleen aan het museum. Als er wat gebeurd, dan kan dat nooit verpatst worden. En dat vond het echtpaar wel goed. En er wordt natuurlijk wel gesponsord bij grote tentoonstellingen. In Nijmegen bestaat een hele actieve stichting voor kamermuziek. Zij geven een stuk of acht concerten per jaar. Dat wordt gesponsord door een advocatenkantoor, een notaris en boekhandel Roelants. Zij verbinden hun naam eraan. Het gaat niet

om grote bedragen, maar toch zit de Vereeniging wel vol op zo'n avond. Dat gebeurt dus wel maar meestal in de luwte. Mensen die heel rijk zijn willen dat vaak ook niet kenbaar maken. Die balen als ze in de Quote staan. Dat is bovendien een uitnodiging voor criminelen.

EJ: Typisch is dat hè, dat mensen in Nederland graag anoniem willen blijven, terwijl gevers in Amerika dat juist graag kenbaar maken.

AA: Precies, kijk maar naar het Getty Museum. Schitterend.

EJ: Dat is daar veel meer sociaal geaccepteerd.

AA: Ja, daar kun je ongegeneerd pronken met je rijkdom. Terwijl mensen met familiegeld generen zich daarvoor. Op een miljonairsbeurs zul je nooit een echte rijke familie zien. Maar wel die rijke patsers die via het voetbal bijvoorbeeld geld hebben verdiend.

EJ: Ja dat is een andere mentaliteit.

AA: Ja, en die krijg je dus ook nooit om een museum te steunen. Daar hebben ze geen affiniteit mee.

EJ: Krijgen jullie dan ook wel eens vragen hierover? Ik heb bijvoorbeeld ook een gesprek gehad bij het Scheepvaartmuseum. Zij werken ook met zo'n geefpiramide. Zijn er geen musea die naar jullie komen en vragen of er niet meer potentie in die vrienden zit?

AA: Nee. Binnen de vriendenorganisaties is er wel een contante discussie gaande over hoe ze aan meer geld kunnen komen. En ze willen ook dat het bedrijfsleven meer gaat doen voor een museum. Dan heb je vaak het probleem dat het grote bedrijfsleven allemaal in de Randstad zit. Hier zitten allemaal nevenvestigingen en zij gaan vaak niet nog een afzonderlijke regio sponsoren. En een winkelier heeft daar ook niet zo veel geld voor. We hebben in Nijmegen een keer een schilderij aangekocht van een chirurg. Dat was regelmatig duur en toen hebben we de medische staf van het Radboud Ziekenhuis gevraagd of ze wilden bijdragen. En dat viel zwaar tegen eerlijk gezegd. Terwijl medische specialisten toch niet de meest armlastige mensen in de samenleving zijn.

EJ: En waar ligt dat dan aan denkt u?

AA: Dat weet ik niet. Ik vind het ook heel curieus. Blijkbaar wordt het belang er niet van ingezien.

EJ: Ik probeer dit ook wel in mijn scriptie uit te leggen. Ik vertel ook over de geschiedenis. Hier leg ik de nadruk op drie belangrijke tijden, namelijk het einde van de negentiende eeuw. Dit is een tijd van burgerinitiatief en liberalisme. En na de Tweede Wereldoorlog zie je dat de overheid weer het heft in eigen handen gaat nemen, eigenlijk als overblijfsel van het kunstbeleid tijdens de bezetting. Naar

mijn idee is in deze tijd het idee ontstaan dat de overheid verantwoordelijk is voor kunst. En dit speelt nog steeds wel. Mensen voelen zich nog steeds niet geroepen om meer te gaan betalen voor cultuur. Hoe denkt u daarover?

AA: Nou de overheid trekt zich voortdurend terug op allerlei gebieden in de samenleving, maar ik denk ook dat het een soort golfbeweging is. En ik snap ook wel dat iemand die in de bijstand zit geen geld uit gaat geven aan een museum. Dat is heel legitiem. Maar interessant is wel dat Duitsland na de Tweede Wereldoorlog helemaal in puin lag. Alles moest heropgebouwd worden en de deelstaten begonnen vaak bij de concertzalen en schouwburgen. Want dat vonden ze ook belangrijk. Dat mensen zich temidden van alle elende toch af en toe konden ontspannen in een schouwburg. Daar heb ik een aantal boeken over gelezen en dat vond ik toch buitengewoon interessant. Dat men de moed had om nog even te wachten met de aanleg van wegen omdat er ook ruimte moest zijn voor de geestelijke ontwikkeling. En aan de andere kant is het zo dat kunst toch tegen de klippen op groeit. Ook zonder de steun van de overheid gebeurt het. En wat is nou belangrijk? Je kunt best zonder een schouwburg leven, maar het is wel de icing on the cake natuurlijk. Maar daar ben ik niet geheel objectief in.

EJ: Ja dat is de vraag natuurlijk. Maar goed, u zegt dus over miljonairs van nu dat ze vaak wel naar een miljonairsbeurs gaan maar dan vervolgens geen geld geven aan cultuur. Dit kan er natuurlijk ook aan liggen dat ze verwachten dat de overheid hier geld aan geeft. In Amerika zijn mensen daar misschien wel aan gewend maar hier niet.

AA: Ja, nou kijk toen de Nederlandse Bank zoveel jaar bestond bood de toenmalige voorzitter, mijnheer Wellink, de samenleving een schilderij van Mondriaan aan. Dit schilderij kostte 5 miljoen euro. Half Nederland viel over die man heen. Belachelijk vonden mensen het. Inmiddels hangt het in het Stedelijk, het gaat om een hele bekende Mondriaan. Hij kreeg de wind van voren. Hoe haalde hij het in zijn hoofd om geld van de Nederlandse Bank zomaar in de samenleving te stoppen? Aan de andere kant, als je een programma zoals Tussen kunst en kitch ziet, daar komen honderden mensen op af. Allemaal in de hoop dat ze een geweldig mooi schilderij hebben. En dan zegt zo'n kunstkenner dat het prachtige kitch is en dat als de eigenaar het mooi vindt, die het vooral aan de muur moet hangen. Maar dat was geen antwoord op de vraag geloof ik.

EJ: Haha, nou nee, niet helemaal inderdaad. Waar ik op doel is dat mensen er vaak vanuit gaan dat er overheidssteun gegeven wordt.

AA: Maar dat is niet zo. Want de overheid zorgt ook voor een culturele infrastructuur. Zij zetten de gebouwen neer. Ik denk dat bijna alle gebouwen, behalve het Scheringa Museum, door de overheid zijn neergezet. Een enkeling heeft een privémuseum.

EJ: Ja die zijn er meerdere.

AA: Dan kun je denken: dat is prima, laat de overheid dat maar doen. De gemeente en provincies hebben in de loop der jaren ook veel kunst verzameld, voor hun eigen gebouwen en hun gemeentehuizen. Prima, stop dat maar in een museum, maar laat de burgerij het maar voor de rest doen. Maar zo kom je er natuurlijk niet. Kijk maar naar de personeelskosten. Er zijn musea geweest die stukken van hun collectie verkocht hebben om geld te krijgen. Nou daar kun je eenmalig iets mee doen en dan is het ook op. Dus dat vind ik ook niet zo verstandig. Kijk, er zijn in de kunstverkoop natuurlijk ook wat uitwassen geweest. Denk bijvoorbeeld aan de BKR-regeling. Die is na de oorlog in het leven geroepen om de individuele kunstenaar te ondersteunen. Die schilderde op zijn zolderkamertje, maar had geen inkomen als hij niets verkocht. Dus die kreeg een minimum inkomen. Deze regeling is ook door de Duitse bezetter ontstaan. Maar die kunstenaar moest dan wel een keer in de maand laten zien dat hij gewerkt had. En ik weet nog dat iedere gemeente de BKR-regeling moest uitvoeren. En op maandagochtend was in Nijmegen dan de BKR-toetsing en dan kwamen er kunstenaars met kletsnatte olieverfjes aanzetten!

EJ: Moesten ze dat inleveren of alleen maar laten zien?

AA: Laten zien. En dan moesten ze het verkopen, maar ja, niemand kocht het. Later heeft het ministerie van Cultuur veel opgekocht en dat wordt nu allemaal verkocht.

EJ: Ja. Nou we hadden tot voor kort nog een uitkering voor kunstenaars.

AA: Ja, de WIK.

EJ: Ja, dat is nu allemaal opgedoekt.

AA: Ja de BKR is toen afgeschaft en daar is de WIK voor in de plaats gekomen en dat is nu dus weer van de baan. Dus de overheid heeft altijd wel een zekere verantwoordelijkheid gehad en in financieel goede tijden dan praat men daar niet over. En als het dan te krap wordt, gaan ze er in snijden. Als je uitrekent om wat voor bedragen het gaat, dan kom je overigens op afrondingsverschillen. Nominaal zijn het wel forse bedragen maar op de begroting is het helemaal niets.

EJ: Klopt, vaak maakt met de vergelijking met de Joint Strike Fighters. Als je kijkt wat zoiets kost, dan is dit echt niets natuurlijk. Ik zou graag nog even terug willen komen op een vraag die ik eerder

vergeten ben te stellen. Waarom worden mensen nou eigenlijk vriend volgens u? Wat is hun motivatie?

AA: Ik denk omdat ze dan denken dat ze het museum daarmee ondersteunen. En de faciliteiten die je krijgt, zoals gratis toegang, komt op de tweede plaats. De leeftijd van de gemiddelde vriend is hoog, maar het gemiddelde financiële potentieel ook. Die kunnen het allemaal goed doen, die €35,- daar talen ze niet om. Als het volgend jaar ineens €45,- is dan haken ze echt niet af. Ze vinden het gewoon aardig om een museum door middel van hun lidmaatschap te ondersteunen. En ze hebben natuurlijk enige affiniteit met musea. Het gaat niet om gratis toegang want 90% heeft er een Museumjaarkaart naast.

EJ: Ik kan me wel voorstellen dat het netwerk, of het sociale aspect, ook een belangrijke rol kan spelen.

AA: Ja. Bij een jaarvergadering van de vrienden in Nijmegen kwamen altijd rond de 100 van de 1300 vrienden. We hadden altijd een leuk programma. Een lezing, een verhaal over de gang van zaken, een lunch en dan de drie conservatoren die een lezing houden. Altijd buitengewoon interessant. Maar er komen maar 100 man.

EJ: Dus er bestaat een soort harde kern?

AA: Ja, en daarnaast een hoop mensen die daarnaast ook een hoop andere dingen steunen. En dat is niet alleen hier in Nijmegen, in Kleve kwam er ook altijd een man of 100. En iedere vriendenclub kampt met dezelfde problemen. Hoe gaan we om met ons oude bestand en hoe krijgen we meer vrienden?

EJ: Ja vaak zijn vrienden wel wat ouder he. Dit kan wel van alle tijden zijn. Er komen natuurlijk ook altijd weer nieuwe ouderen bij.

AA: Klopt. En we vergrijzen, dus dat is een goede toekomst voor de vrienden! Al die oudjes komen er nog aan!

EJ: Ja, daar passen musea op dit moment ook hun beleid op aan.

AA: Maar goed, desalniettemin zou het ook wel aardig zijn om wat frisse veertigers, dertigers en twintigers erbij te hebben. Maar ik snap ook best dat die het heel druk hebben met vanalles en nog wat.

EJ: Ja. Ik denk ook dat bij jongeren de voordelen wat belangrijker zijn. Mijn vrienden zijn bijvoorbeeld allemaal wel vriend van LUX. Maar de reden van de vriendschap is dat ze €5 betalen en vervolgens veel korting krijgen. Ik vind het soms wel gek dat ze zoveel korting geven.

AA: Ja, maar musea bieden ook vaak gratis toegang aan jongeren onder de 18. En je hebt studentenkortingen en dergelijke.

EJ: Dus misschien meer vanuit het idee dat deze jongeren enthousiast worden en later ook vaker zullen gaan.

AA: Eigenlijk raar dat er ook vaak korting geboden wordt aan 65+ers. Ik ben dat ook en daar profiteer ik van. Maar wat een onzin want ik kan het goed zelf betalen.

EJ: Ja, voor mensen met een uitkering misschien?

AA: Ja, inderdaad. Goed. Heb je nog meer vragen?

EJ: Ja hier nog. Over de verhouding tussen vrienden en musea. Was dat nou vroeger anders? Ik las op de website dat dit af en toe wel eens als een last gezien werd.

AA: Ik denk het wel ja.

EJ: Over welk vroeger hebben we het dan?

AA: Tja welk vroeger. Al die bemoeienis werd lastig gevonden.

EJ: Dus in de tijd dat er veel subsidies geboden werden?

AA: Ja. Bij de Commanderie van St. Jan is pas heel laat een vriendenclub ontstaan. Ik ben daar jaren voorzitter van geweest. En in Kleve hebben de vrienden een dominantere positie dan in Nijmegen. Als er een nieuwe tentoonstelling is, dan spreekt eerst de burgemeester en dan de voorzitter van de vrienden. En dan pas de directeur. En de vrienden geven zelf de catalogus in eigen beheer uit. In Duitsland is het ook heel chic om lid te zijn van een vriendenclub. Zo'n upper-middle class idee. Dat is in Nederland toch een stuk minder moet ik zeggen.

EJ: Ja, het gaat natuurlijk ook om de manier waarop het gebracht wordt. Hier staat op iedere website vermeld wat een vriendenlidmaatschap inhoudt en hoeveel het kost. Het heeft niet zo'n hoog aanzien als het gewoon een formuliertje is dat je online invult.

AA: Ja, in Duitsland is men toch altijd een stuk formeler.

EJ: Ja. U doelt toch op het Kurhaus denk ik in Kleve?

AA: Ja het Kurhaus. Schitterend verbouwd. Ze hebben ook een Nederlandse directeur gehad die er een schitterend museum van heeft gemaakt. Maar goed.

EJ: Oke. Ik denk dat ik het meeste wel heb! Dankuwel voor uw tijd.

AA: Geen dank.

Interview Denise de Boer, manager fondsenwerving en sponsoring bij het Amsterdam Museum.

EJ: Fijn dat je tijd wilt vrijmaken voor het deelnemen aan mijn onderzoek.

DB: Geen probleem, ik werk graag mee!

EJ: Dat is mooi. Mijn onderzoek gaat over particulier geld in de culturele sector, hierbij richt ik me met name op musea. Nu musea steeds minder subsidie krijgen van de overheid, moeten ze steeds meer aan de slag met fondsenwerving. Ze moeten bekijken wat mensen aantrekt. Ik ben met name geïnteresseerd in de tegenprestaties, dus wat bieden musea hier tegenover. Is er überhaupt behoefte aan en wat werkt nou het beste voor musea.

DB: En met privaat geld, bedoel je daarmee zowel bedrijven als particulieren of alleen particulieren?

EJ: Nee ook bedrijven, en ook vriendenkringen.

DB: Oke.

EJ: Dan begin ik met de eerste vraag. De overheid trekt de laatste jaren steeds meer subsidie in, en daardoor moeten jullie steeds meer particuliere gevers trekken. De overheid heeft allerlei middelen, waaronder de Geefwet, om dit particuliere geven te stimuleren. Mijn eerste vraag is of jullie al particuliere giften ontvingen vóór 2010.

DB: Ja, maar ik moet daar bij zeggen dat we tot 2008 een gemeentelijke instelling waren. Dus daardoor was bij ons de noodzaak nooit heel hoog om particuliere gelden aan te boren. En daarnaast is het heel moeilijk om als gemeentelijke instelling aantrekkelijk te zijn voor bedrijven of particulieren om geld in te stoppen want dan komt het toch in de grote pot. Er was toen al wel een stichting en die stond apart van de exploitatie van het museum en daar zaten een aantal bedrijfsbegunstigers bij. En ik geloof dat er daar een stuk of 20-25 van in zaten, dus we kregen al wel wat gelden. Maar, als ik kijk naar 2010, dan is dat fors toegenomen, absoluut. Ik werd ruim 2,5 jaar geleden aangenomen om die tak op te richten, 'fondsenwerving-sponsoring', dat was er toen nog niet. Dat werd door iedereen in het museum een beetje gedaan. Sinds de tak er is, zie je dat de fondsenwerving fors is toegenomen. Ik heb nu 2 werknemers ook erbij, we zijn nu met z'n drieën. Dat heeft ook deels te maken met hoe wij nu intern georganiseerd zijn, het is te zien dat de giften nu veel groter zijn. Aan de andere kant is die noodzaak er ook en daarom hebben wij het intern natuurlijk veranderd. Dus het is een wisselwerking met het feit dat er inderdaad subsidie is verminderd. Ook hier bij het museum voor 15% dus dat is wel veel. En wij zijn voor ongeveer 75% tot 80% afhankelijk van subsidie op dit moment. Dan is dat een fors bedrag wanneer je daar 15% vanaf haalt.

EJ: Ja want jullie waren volledig afhankelijk van subsidie.

DB: Ja. Dat komt omdat wij de stadscollectie beheren en dat zijn 80.000 objecten. En dit pand moet onderhouden worden. Dus daar gaat eigenlijk al 80% van de subsidie aan op. Dus onderhoud, de collectie en het gebouw. En dan moet je nog exposities etcetera gaan organiseren en voor educatie zorgen. En daar haal ik dus geld voor op.

EJ: Dus alleen voor die specifieke doeleinden?

DB: Precies. Voor alle extra's. Zonder extra's kunnen we enkel beheren en behouden. Maar dit particuliere geld is er om vernieuwing in het museum aan te kunnen brengen. Om die extra projecten te kunnen doen. Daar is geld voor nodig. Daar haal ik het geld voor op.

EJ: En je ziet dus wel dat gevers meer bereid zijn om te betalen voor deze concrete projecten. En minder gauw overheadkosten willen betalen. Het is aantrekkelijker wanneer duidelijk is hoeveel geld er precies voor nodig is.

DB: Zeker. Transparantie is heel erg belangrijk bij private donateurs. Absoluut.

EJ: Op mijn vragenlijst staat nog de vraag: Hebben jullie van strategie moeten veranderen door de overheidsmaatregelen? Nouja, jullie hebben dus meer werknemers aangenomen.

DB: We hebben zeker onze strategie aangepast.

EJ: En ook die evenementen die jullie hebben zijn onderdeel van die nieuwe strategie toch? We hadden op 4 april tijdens de infodag 'Alles over geld' al even gesproken over de geefpilaar die jullie een tijd geleden hadden.

DB: Ja, klopt. Er was eerst geen strategie. Die is twee jaar geleden ontwikkeld. En dat hebben mijn toenmalige collega en ik gedaan samen met de directeur en een adviesgroep en die strategie die volg ik nu nog steeds. En daar zijn drie clubs uit voortgekomen. Één club is twee jaar geleden opgericht voor verzamelaars. Wij proberen nu actief verzamelaars bij het museum te betrekken. Voor hun kennis en kunde, netwerk, en op ten duur schenkingen en nalaten. Die mensen organiseren we door middel van verschillende tafels. Dus we hebben een zilvertafel, een moderne kunsttafel. We hebben er in totaal zes en daar komen er binnenkort twee bij. En in die club zitten ongeveer nu zo'n 100 verzamelaars. Dat is best veel. En vorig jaar hebben we een grote zilverschenking gekregen van één van die verzamelaars en dit jaar hebben we ook al weer drie schenkingen ontvangen. Dat gaat heel snel. En daarnaast zijn vorig jaar twee clubs opgericht. Een daarvan is voor het bedrijfsleven van Amsterdam, die heet Het Fundament. En eentje heet Het Vergezicht op Amsterdam. Die is opgericht

voor vermogende particulieren. Het Fundamenten zetten we echt heel erg laagdrempelig neer. We hebben gemerkt dat grote jongens, dus de grote corporate sponsors zoals ING en Deutsche Bank, dat die vooral gaan voor de grote instituten zoals het Rijksmuseum, het Concertgebouw, de Hermitage. Wij zijn het Amsterdam Museum, wij zitten net een laag daaronder. Ons imago is laagdrempelig, toegankelijk, Amsterdams en dat trekt een ander slag sponsors. Sponsors die niet gewend zijn om sponsor te zijn. En die moeten we eerst binnenhalen. Met het Fundament hebben we besloten dat het laagdrempelig moet zijn, maar ook interessant en van kwaliteit. Maar die kennismaking die moet in het begin vrijblijvend zijn. Dus geen normale businessclub dat je 1000 euro betaalt en daar dan iets voor terugkrijgt. Nee. Wij organiseren vier avonden per jaar die meestal in het museumcafé plaatsvinden. Hierbij nodigen we Amsterdamse ondernemers en bedrijven uit om vrijblijvend langs te komen. Op de avond zelf vragen we hun om een bijdrage te doen.

EJ: Oke, dus jullie vragen al bij de eerste kennismaking om een bijdrage?

DB: Ja, die is vrijblijvend. Als mensen dat niet willen doen dan doen ze het niet en als ze het wel willen doen dan is dat natuurlijk hartstikke fijn. Dat hebben we toen inderdaad voor de eerste keer gedaan met die funderingspaal die we hadden opgesneden en als die funderingspaal op zou zijn dan hadden we het auditorium bij elkaar. En dat is toen ook gelukt.

EJ: In één avond?

DB: Nee, uiteindelijk in drie avonden. Met deze club hebben we vorig jaar netto ik geloof iets van 35.000 euro opgehaald. Dus dat vind ik heel mooi voor een club die niet bestond.

EJ: Ja, absoluut.

DB: Dus die lijn zetten we nu voort. We hebben nu zo'n 400 bedrijven op bezoek gehad, waarvan ongeveer 75% nieuw was voor het museum. Dus dat is een hele mooie prestatie. In zekere zin is het fijn dat er heel veel businessclubs zijn omdat die concurrentie ook best wel groot is. Maar door er juist een andere twist aan te geven hoopten we dat we net even een andere propositie bieden. Zodat je sneller zo'n grote kring om je heen creëert.

EJ: Ik denk nu meteen aan allerlei modellen zoals bijvoorbeeld de Geefcarroussel. De Geefcarroussel werkt met mensen van buitenaf die eens worden uitgenodigd voor een vrijblijvende avond.

DB: Ja, wij maken bij onze strategie een vergelijking met een vriendschap. Als jij vrienden wordt met iemand, of je denkt vrienden te willen gaan worden met iemand, dan wil je eerst iemand leren kennen. Je gaat nooit zomaar je persoonlijke verhalen vertellen aan iemand die je niet kent. Of dingen geven aan iemand die je niet kent. Je wilt eerst een band opbouwen met die persoon. En

vervolgens wordt die band geïntensiveerd. En ga je zaken uitwisselen met elkaar, ga je elkaar leuk vinden, aardig vinden en vervolgens ontstaat er ook iets uit. En voordat je die band hebt kun je niet direct gaan vragen. En heel veel van die ondernemers kenden het Amsterdam Museum nog niet eens. Dus wij hadden dat we eerst mensen kennis moesten laten maken met het museum en ze daarna pas te interesseren voor sponsorschap.

EJ: En dat in één avond.

DB: En dat allemaal in één avond! Ja dat was best wel ambitieus maar het is ons wel gelukt! En wij zien het fundament echt als een kweekvijver voor de grote sponsors. Dus wij hebben nu zo'n 400 bedrijven op bezoek gehad. En dan zul je zien dat 1 of 2 bedrijven uiteindelijk zeggen: wij willen met jullie verder. En dat is voor ons het fundament. En het woord zegt het ook zo mooi, het fundament. Het bedrijfsleven is het fundament van de stad maar ook voor dit museum. En zo brengen we het ook heel erg. Het vergezicht daarentegen is een heel ander verhaal. Daarbij vragen we wel een lidmaatschap. Wij vragen de leden om €2500,- per jaar en leggen dit via een notariële acte vast voor vijf jaar. Overigens noemen we hen geen leden om belastingtechnische redenen. Dan kunnen ze hun gift namelijk niet aftrekken. En met hun organiseren we minstens vier exclusieve bijeenkomsten per jaar. En dan gaan we echt met hun de diepte in over de geschiedenis van Amsterdam. 16 mei hebben we bijvoorbeeld weer een bijeenkomst in het oude stadhuis van Amsterdam. Dan gaan we het verhaal vertellen over de historische zalen waar wij nog steeds het beheer en behoud voor doen. We laten zien, de directeur gaat daar een praatje over houden en vervolgens hebben we nog een speciale spreker uitgenodigd die iets gaat vertellen over vrijdenken in Amsterdam. Hij heeft een manuscript geschreven hierover dat in september uitkomt en onze leden hebben de primeur.

EJ: Dus dat zijn ook eigenlijk een beetje de tegenprestaties.

DB: Precies, dat zijn de tegenprestaties. Deze mensen krijgen net die extra verdieping die zij wensen. Want zij zijn geïnteresseerd in kunst en de geschiedenis van Amsterdam. Ze betalen hier eigenlijk zelf voor, maar zo noemen we het niet. Het is gewoon een donatie, en wij als museum organiseren gewoon bijeenkomsten voor hun.

EJ: En hoeveel mensen zitten nu bij deze club?

DB: Er zitten nu 9 mensen in. Deze club is in september opgericht en wij hopen hier uiteindelijk een club van 50 mensen bij elkaar te krijgen. Niet meer, omdat het wel behapbaar moet zijn en een exclusieve kring moet blijven. Mensen moeten het gevoel hebben dat het een persoonlijke kring is, dus persoonlijke aandacht is heel erg belangrijk. Mijn directeur kent iedere naam, evenals ikzelf en de voorzitter. Dus reken maar uit: 50 mensen die vijf jaar lang 2500 per jaar geven. Dan heb je een

heel mooi bedrag bij elkaar. Dus dat bedrag gaat voor 85% ook weer naar projecten in het Amsterdam Museum.

EJ: En de overige 15%?

DB: Die is voor de tegenprestaties.

EJ: En stimuleren jullie ook dat die leden nieuwe leden aandragen?

DB: Ja. Voor 16 mei mogen ze allemaal een introducé meenemen. En dat werkt heel goed.

EJ: Oké. Ik ga even verder met mijn volgende vraag. We hadden het net al even over de overheid. Dat contact verloopt vaak heel onpersoonlijk. Van de overheid krijg je gewoon geld, maar een mecenas heeft een gezicht. Nu is mijn vraag: waaruit bestaat een goede samenwerking tussen een museum en een mecenas?

DB: Het moet echt een relatie zijn. Dus een relatie waar beide partijen iets uithalen. Wij hanteren absoluut niet dat wij ons handje ophouden en dan geld vragen. Wij bieden echt iets aan. Dat is voor bedrijven anders dan voor particulieren. Particulieren die hebben echt een interesse in wat wij doen en dat intensiveren wij met hen. Bijvoorbeeld bij Het Vergezicht. Door hun interesse gaan we die relatie met hen opbouwen en het is nooit zo dat wij hen het gevoel willen geven dat we afhankelijk van hen zijn. Wij zijn heel erg dankbaar voor hun gift, maar we geven er ook echt daadwerkelijk wat voor terug. Het bestaansrecht van het museum kunnen we hiermee funderen. Met bedrijven is het anders. Bedrijven hebben, naast een sociaal-maatschappelijke reden, ook een bedrijfs-economische reden om het museum te sponsoren. Dat heeft ermee te maken dat ze bijvoorbeeld ontvangsten hier willen houden, of onze expertise willen inzetten en in zo'n geval ga ik eerst met een bedrijf zitten en laat ik ze vertellen over het bedrijf. Ik vraag ze wat ze voor ons zouden kunnen doen, wat hun band met Amsterdam is en wat hun behoefte is. Vervolgens ga ik kijken waar we op in kunnen haken. En dat kan inderdaad puur ontvangsten organiseren zijn met onze conservator. Maar het kan ook zo zijn dat we gezamenlijk een restauratieproject oppakken. Als tegenprestatie kan het stuk dan een tijdje in hun kantoor komen te hangen.

EJ: Dat is dus heel erg veel maatwerk.

DB: Ja het is heel erg op maat. Bij Het Fundament ligt het iets anders. Bij Het Fundament standaardiseren we de tegenprestaties meer. Hier zeggen we dat als je boven een bepaald bedrag doneerd, je er dit voor terug krijgt. Als je een grote groep bedrijven aanspreekt, dan kun je niet voor een paar tientjes allerlei op maat gemaakte tegenprestaties gaan verzinnen. Dat werkt niet. Maar als je het hebt over aanzienlijke bedragen, dus boven de 1000 euro, dan kan ik wel gaan kijken wat

iemand wil. Wat ik bijvoorbeeld heb gemerkt is dat mensen terugkomen zodra je een persoonlijk gesprek hebt over wat hier allemaal mogelijk is. Want ze voelen zich dan echt onderdeel van dit museum. En dat is wat je wilt. Dus wat heel erg belangrijk is, is het gesprek aangaan. En die relatie opbouwen.

EJ: Ja, dat klinkt ook heel vanzelfsprekend.

DB: Het klinkt heel vanzelfsprekend, maar dat is het eigenlijk niet. Ik heb heel veel gepraat met adviseurs op dit gebied, en met mijn collega's en een aantal doen in inderdaad op maat werken, en een aantal hebben gewoon standaardpakketten.

EJ: Andere musea bedoel je?

DB: Ja. En het verschilt ook gewoon. Het is makkelijker om standaard-tegenprestaties te bieden. Dan hoef je er niet vanaf te wijken en als iemand het niet wil dan is het klaar. Je weet dan zeker wat je kunt aanbieden. Als iemand bij mij met wensen komt, dan moet ik dat natuurlijk eerst intern gaan bespreken. En moet je het voor jezelf bedenken dat het meer tijd kost. Maar ik heb gemerkt dat dit beter werkt. In ieder geval voor dit museum. Ik weet niet of dat voor ieder instituut zo is, maar voor dit museum werkt het wel.

EJ: En wat is voor jou de grens? Wat zijn wensen van gevers waarvan jij vindt dat ze inhoudelijk te ver gaan of dat ze te veel kosten? Heb jij voor jezelf duidelijk wat je wel en niet kunt bieden?

DB: Ja, ik hanteer ongeveer 10 tot 15% van het sponsorbedrag als bedrag dat ik mag besteden aan tegenprestaties. Daar kan ik iets vanaf wijken als ik denk dat bijvoorbeeld een bedrijf de intentie heeft om voor meerdere jaren iets te doen. Dan kan ik eenmalig wel iets meer investeren, met de hoop dat hij dan voor meerdere jaren bij gaat tekenen. Als dat niet het geval is doe ik dat niet. Wij zullen nooit iets doen als museum wat niet bij onze kerntaken hoort. Dus wij gaan niet hier optredens verzorgen, ik zeg maar wat. Wij blijven bij onze kerntaken. We zijn een museum, we zijn een sociaal-maatschappelijk instituut en wij hebben een culturele missie. Dus wij gaan hier niet een party-centrum worden bijvoorbeeld. In het weekend is het museumcafé overdag niet te huur. We zijn er echt ook voor de bezoeker. Die afweging gaat altijd naar de bezoeker toe. Wat wij ook niet doen is ons associëren met merken die geen goed imago hebben. Wij zijn een keer benaderd door Red Bull om een expositie hier te verzorgen met hun blikjes. De bedoeling was om daar kunst van te maken. We wilden dit alleen doen als wij daar een sociaal maatschappelijke twist aan konden geven en dat wilden zij per se niet. Zij wilden gewoon een expositie op onze binnenplaats met hun blikjes en daar zouden we dan een bepaald bedrag voor krijgen. Maar dan ben je jezelf dus aan het uitventen als gallerie en dat hebben we niet gedaan. Ook omdat Red Bull geen goede naam heeft op

het gebied van gezondheid hebben we besloten om het niet te doen. Dus die keuze is lastig. Als ik twijfel stem ik het altijd af met mijn directeur. En als de directeur ook twijfelt dan leggen we het voor aan het bestuur.

EJ: Dus jullie overwegen het wel heel goed.

DB: Ja, zeker.

EJ: En zijn er ook wel eens vermogende particulieren die zeggen dat ze wel veel geld willen geven maar dan ook in de raad van bestuur willen?

DB: Die vraag heb ik nog nooit gehad. Voor onze raad van toezicht hebben wij een profiel waar hij of zij aan moet voldoen. Het moet een mooie mix zijn qua achtergrond, qua persoonlijkheid en als iemand daarin past, dan is het prima. Maar zijn gift zal nooit bepalend zijn bij het al dan niet toetreden tot de raad. Het is wel zo dat eigenlijk alle leden van onze raad van bestuur al wel eens een donatie hebben gedaan. Maar daar hebben we nooit om gevraagd. Dat is dus puur uit hun gevoel van betrokkenheid dat zij een donatie aan het museum hebben gedaan. Tijdens een fundamentavond. En iemand is ook lid van het Vergezicht. Dat gaat dus vanzelf. Maar dat is niet dat wij daar om vragen. En ik denk niet dat dat zomaar kan nee. Gezien we die profielen hebben en we daar aan vast moeten houden.

EJ: We hadden het net al even over de tegenprestaties. Op de website las ik dat jullie geen tegenprestaties bieden bij giften aan de renovatie van de Damessalon. Je kunt wel aandelen kopen voor 25 euro.

DB: Oja. Dat is een soort van crowdfunding actie. Maar het is meer een manier waarmee we mensen erop wijzen op de mogelijkheid tot doneren. We hebben vaak mensen die een kleine gift willen doen, maar we hebben geen vriendenclub. Daar hebben we bewust voor gekozen omdat een vriendenclub heel veel organisatie vereist en eigenlijk bijna nooit winstgevend is. Of geen positief resultaat heeft. Er zijn denk ik maar 3 of 4 vriendenclubs die dat wel hebben. En mijn directeur heeft daarom besloten om nu geen vriendenclub op te richten. Omdat we ons nu eerst gaan richten op de grote geldstroom. Maar je wilt de particulieren die iets kleins willen doen wel iets bieden. En dat komt nu ten goede van de Damessalon. 1,5 jaar geleden was dat de restauratie van Napoleon. Maar inderdaad, voor 25 euro kun je een aandeel kopen in de restauratie. Het enige wat je daarvoor terugkrijgt is een donatiecertificaat. Dus die gift is geheel aftrekbaar van de belasting.

EJ: Maar jullie maken dit dus opzettelijk heel concreet. Wat is de gedachte hierachter?

DB: Ik werk hier nu 2,5 jaar en ik merk dat mensen heel erg belangrijk vinden dat ze weten wat er gebeurt met hun gift. En dat ze eigenlijk zelf willen beslissen waar de gift naartoe gaat. Kijk, als je het hebt over 1000 euro of meer dan kun je in gesprek gaan en opties noemen. Maar ik kan mijn tijd niet besteden aan donaties van 25 euro. Dus dan is dit heel mooi. Bij dit restauratieproject kunnen mensen uit 8 opties kiezen, dat wat hun aanspreekt. En ze krijgen er een heel mooi donatiecertificaat voor terug. En ze worden op de hoogte gehouden en dat vinden mensen ook heel erg belangrijk. Zo weten ze wat er met hun gift gebeurt. Dus wij gaan volgende maand een start maken met de gordijnen. De mensen die een donatie hebben gedaan voor de gordijnen krijgen dan ook een email met informatie, bijvoorbeeld dat we de stof hebben gekocht. Onze medewerkers onderhouden het contact met de donateurs. We hebben gemerkt dat dat heel erg goed werkt. Zo blijft het heel behapbaar. Je kunt een hele grote groep mensen bedienen en ze ook blijven interesseren voor het museum. Dat is heel belangrijk. Want als je dan een nieuw project hebt, dat ze dan denken 'ik vond het zo leuk de vorige keer, ik doe nu weer mee'. Dus dat is de insteek. Dat is de reden dat we iedere keer een project zo publiekelijk op de site gezet wordt zodat er iets mee gedaan kan worden.

EJ: Ja het blijft wel hangen. Ik las dus dat stuk in Het Financiële Dagblad over de funderingspaal. Dit is een heel erg concreet voorbeeld. Maar ook bij de aandelen. Wanneer het benodigde geld is opgehaald, zit het gewoon vol.

DB: Ja, dat klopt inderdaad, dat was bij Napoleon ook het geval. Dan Twitterden we inderdaad 'het paard is bijna uitverkocht' en binnen no-time was 'ie ook uitverkocht, omdat mensen denken van 'oh, maar ik wilde ook het paard'. Dus het spelelement werkt heel goed. Mensen vinden het leuk en dat werkte ook goed bij die funderingspaal. Hier buiten stond die funderingspaal met die vent die dat ding zaagde en mensen kregen gewoon letterlijk hun stuk funderingspaal mee naar huis. Als een soort van presse papier. Ik kom regelmatig bij sponsors op kantoor en dan zie je dat ding ook vaak liggen op hun bureau. Hartstikke leuk natuurlijk. Er staat zelfs een stempel van het museum op gebrandmerkt.

EJ: Dat maakt het heel fysiek.

DB: Dat maakt het heel fysiek.

EJ: Ik zat net nog te denken over die vriendenkring. Je zegt: 'We willen ons meer richten op de grote gevers'. Maar is het ook niet zo dat een vriendenkring vaak juist wordt opgericht met het idee van 'hier trekken we mensen mee aan'? Die vrienden worden misschien wel ooit grote gevers. Maar jullie doen dat dus meer via die andere avonden?

DB: Ja, via het bedrijfsleven doen we dat. Ik ben het helemaal met je eens hoor. Andere musea doen dit vaak wel, omdat ze er rekening mee houden dat er altijd een aantal leden tussen zitten die een grote schenking zullen doen. Dat is helemaal waar. Maar wij hebben echt de keuze gemaakt om het nu niet te doen. Ik hoop zelf dat het er ooit wel komt, maar dan wil ik het weer op een hele andere manier doen dan wat er nu allemaal is. Dus niet 25 euro en dan zus en zo. Nee, ik wil dan ook weer een spelelement erin. Dus iets met nieuwe technieken. Dat mensen bijvoorbeeld kunnen inloggen in het museum en daar dan punten mee kunnen sparen. Ik heb daar wel over nagedacht, alleen op dit moment moet ik me echt concentreren op een aantal grote geldschietters. Daarna kan ik weer doorgaan met het ontwikkelen van nieuwe clubs. Maar goed, drie clubs is al een hele hoop om te organiseren. Maar nogmaals, het is een keuze. Ik denk dat je minimaal één fulltimer op zo'n vriendenclub moet zetten. En bij het Scheepvaartmuseum werken iets van 6 of 7 medewerkers op het gebied van fondsenwerving. En bij het Rijksmuseum iets van 12. En daar gaan natuurlijk ook grotere bedragen in om. Dan heb je ook de mankracht om zo'n vriendenkring te kunnen behappen. Maar ik ben het helemaal met je eens. Het is inderdaad een kweekvijvertje.

EJ: Maargoed, jullie hebben dus heel veel opties. Op de website kun je ook gewoon donaties geven. Wordt hier wel eens gebruik van gemaakt?

DB: Nee, dat wordt niet veel gebruikt. We willen die optie beschikbaar hebben voor mensen die zo een donatie willen doen, maar in de praktijk gebeurt het niet veel. Vaak gaat het om een paar tientjes, maar er is ook wel eens honderd euro op gegeven. Dan sturen we wel altijd een bedankmailtje. Maar al met al levert het dus niet zo veel geld op.

EJ: Nou dan zie je maar he, dat het echt werkt om andere projecten te organiseren. Goed, ondertussen hebben we al een hoop vragen beantwoord. Maar ik was nog benieuwd naar jouw doelstellingen. Heb jij concrete doelen, dingen die je wilt bereiken. Bijvoorbeeld een vriendenkring? Wat zijn nou dingen waarvan jij zegt: 'dit wil ik echt nog voor elkaar krijgen hier bij het Amsterdam Museum?

DB: Nou het streven voor het vergezicht is 50 leden. Voor het Fundament willen we 4 bijeenkomsten per jaar organiseren waarbij we 100 aanwezigen hebben en waarbij we voor dit jaar 10.000 euro per evenement op willen halen. Dat willen we ook verhogen uiteindelijk. Voor de vernieuwing van het museum hebben we een bedrag staan dat uiteindelijk opgehaald moet worden. En daarnaast hebben we de projecten waar gewoon geld voor moet worden opgehaald. Dat doe ik deels ook door fondsen, hier hebben we het nog niet echt over gehad, sponsorwerving en door particulieren. Dus ik heb inderdaad gewoon een jaarplanning waar ik me aan houd. Hier komen natuurlijk altijd weer extra dingetjes bij. Dat noemen wij dan 'opportunities'. Soms komen we bijvoorbeeld mensen tegen die

wel iets met het Amsterdam Museum willen doen, maar die niet bij een van de lopende projecten passen. Met zulke mensen kun je dan bijvoorbeeld een extra restauratieproject ondernemen. Dat stond dan niet op mijn planning, maar zo'n kans laat ik absoluut niet voorbij gaan.

EJ: Dan wil ik het nog even hebben over die fondsen. Je zei net al dat we hier nog niet echt over gesproken hebben. Kun je daar misschien nog wat over vertellen?

DB: Wij schrijven ook heel actief fondsen aan. Met name projectmatig, want fondsen zijn met name geïnteresseerd in projecten en niet in exploitatie. Als ik bijvoorbeeld kijk naar onze Gouden Eeuw-expositie, daarvan is ongeveer de helft door mij opgehaald bij fondsen. Fondsengeld is voor nu dan ook een goede bron om financiering te regelen. Alleen zie je wel dan veel meer musea en instellingen fondsen hebben gevonden en daar ook actief naar schrijven. Dus het is heel erg belangrijk dat je je daarin onderscheidt.

EJ: Maar goed, jullie zijn een gevestigd museum. Er schrijven ook heel veel particuliere kunstenaars die nog niet echt gevestigd zijn. Ik denk dat jullie wat dat betreft wel meer kans op een subsidie hebben.

DB: Ja absoluut. Je moet op een bepaalde manier naar fondsen schrijven. Je moet gewoon goed weten hoe je dat moet doen. Als je dat eenmaal door hebt, dan lukt het een stuk beter. Je moet niet zomaar lukraak fondsen gaan aanschrijven, je moet eerst kijken of een project bij het fonds past. Anders is het zonde van je energie. Je moet ook echt tijd investeren in vooronderzoek. Dus fondsen zijn ook een heel mooi alternatief voor subsidie.

EJ: Ja, wij hebben ook college gehad van een vrouw van het Amsterdams Fonds voor de Kunsten. Dat lijkt me een ideaal fonds voor jullie.

DB: Ja, alleen geven zij met name aan kunst en wij hebben niet altijd kunstexposities of -projecten. Maar wat ik bijvoorbeeld met het AFK gedaan heb is 'Kunstkoppen'. Als je in onze entreehal kijkt dan zie je een hele muur met portretten van Amsterdamse cultuurmakers. En dat is jong en oud, Nederlands en niet-Nederlands; echt vanalles. Het is een heel mooi overzicht.

EJ: Ik zag het denk ik toen ik bij de kassa stond. Daar hangt het toch achter?

DB: Ja precies, dat is mede mogelijk gemaakt door het Amsterdams Fonds voor de Kunsten. Michiel van Nieuwkerk heeft die foto's gemaakt en wij konden hem betalen door een bijdrage van dat fonds. Dat is een heel mooi project dat ik met hun heb gedaan. De Gouden Eeuw-tentoonstelling is bijvoorbeeld niet geschikt voor hen. Dan moet ik echt naar landelijke fondsen schrijven. Zo heb je een hele rits aan fondsen in je bestand die je dan zoekt.

EJ: Oke. Ten slotte ben ik nog benieuwd naar projecten van andere instellingen die jou hebben geïnspireerd. Dit kunnen zowel Nederlandse als buitenlandse instellingen zijn.

DB: We hebben natuurlijk, zeker in het begin, heel erg gekeken naar wat onze collega's doen. De vriendenclub van Tate is heel inspirerend. Hoe zij dat doen is gewoon heel erg mooi en heel erg goed. Wat ik ook heel mooi en ook nieuw vind is de fundraisingparty van het Emma Kinderziekenhuis. Dat is een jaarlijks feest. Dat is recentelijk geweest, ik ben er nu twee keer geweest. En het is eigenlijk best plat. Het is gewoon een feest waarbij mensen tafels kopen voor een hoog bedrag. En hun vriendjes zitten ook aan de tafel. Er worden veilingen gehouden en de beste artiesten treden op. Belangrijk is dat er heel veel BN-ers zijn. Dus echt een high-society dingetje.

EJ: Doet George Clooney dat ook niet?

DB: Zou best kunnen.

EJ: Volgens mij is het in ieder geval een Amerikaans concept.

DB: Het is inderdaad heel Amerikaans. Zij richten zich heel erg op de nieuwe rijken. Vaak is fundraising gericht op oud geld. Maar in dit geval zijn het jonge mensen, begin 30 begin 40, die doorgaans helemaal niet worden aangesproken maar wel verleid worden om bij zo'n feest aanwezig te zijn. Want het is echt zien en gezien worden. Je kunt daar je mening over hebben want het is vrij plat. Maar zo'n Emma Kinderziekenhuis haalt daar gewoon een paar miljoen mee op. Het is echt weer een hele nieuwe manier van mensen aanspreken. Want dit zijn absoluut niet de mensen die doorgaans een kinderziekenhuis zouden sponsoren. Absoluut niet. Maar door zo'n feest wel.

EJ: Het is ook wel een beetje de groepsdruk in zo'n zaal die mensen over de streep trekt.

DB: Het is absoluut de groepsdruk. Want je weet dat Pietje gaat en Pietje heeft een tafel gekocht met z'n vriendjes en dan denk jij: shit, ik moet ook een tafel kopen. Zo gaat het echt. En op die avond verkopen ze bijvoorbeeld ook hangertjes met een leuk dingetje er aan. En zo'n hele tafel vrouwen krijgt dan een hangertje. Het gaat echt zo. Maar ze halen daar wel heel veel geld mee op. Het werkt blijkbare. Ik wil niet zeggen dat ik het dan op die manier zou doen. Maar het geeft wel aan dat je soms ook even buiten je kaders moet denken. En dat is volgens mij met Tate ook wel heel erg. Zij hebben zo goed nagedacht over hun doelgroep. Ze zijn ook heel erg laagdrempelig. Terwijl het Rijksmuseum bijvoorbeeld veel formeler is omdat ze een hele andere doelgroep hebben.

EJ: Precies. Nou ik zie in ieder geval dat het een evenement hier ook wel lijkt te werken.

DB: Ja precies. Wij zoeken heel erg de je- en jij-vorm bij het Fundament. Bij het Vergezicht is het weer U, maar daardoor kun je weer segmenteren. Je kunt verschillende doelgroepen aanspreken. Wat trouwens qua community-building ook heel goed is, is het Brooklyn Museum. Die hebben een hele grote community om zich heen gecreëerd. Zij hebben zich goed geprofileerd als stadsmuseum. En in Nederland vind ik dat de Hermitage het qua vrienden heel goed gedaan hebben. Meteen in het eerste jaar al zo veel vrienden ophalen met een vriendenkamer. Ik ben heel erg benieuwd hoe het de komende tijd voor hun zal zijn.

EJ: Ja, zij hebben ook maar één keer subsidie aangevraagd hé.

DB: Ja. Ze hebben wel een aantal vaste sponsors, maar goed. Die termijnen gaan aflopen dus ik ben heel benieuwd hoe het met hen verder gaat. Zij moeten nu echt weer een volgende stap gaan zetten.

EJ: Oke. Nou, ik denk dat het door dit gesprek voor mij een stuk helderder is geworden hoe het precies zit bij het Amsterdam Museum.

DB: Mooi!

EJ: Hartelijk bedankt voor uw tijd en moeite.

Interview Anita van Dijk, medewerker fondsenwerving en relatiebeheer bij Het Gelders Orkest.

EJ: Goed, ik schrijf mijn scriptie dus over vriendenkringen. Daarbij bekijk ik welke rol ze in de loop der jaren hebben gespeeld. Dus vanaf de oprichting tot aan nu. Ik heb zelf het idee dat die verhouding tussen de instelling en de vriendenkring aan het veranderen is omdat er veel bezuinigingen zijn. Ik denk dat instellingen opnieuw gaan kijken wat de potentie van hun vriendenkring is.

AD: Ja, misschien is dat wel zo.

EJ: Nouja, dat is dus mijn vermoeden. Allereerst wil ik het graag hebben over de bezuinigingen. In hoeverre zijn die van invloed geweest op het Gelders Orkest?

AD: Ja, er is 43% van onze subsidie afgegaan. Dus dat is behoorlijk.

EJ: En wat doen jullie eraan om dat op te vangen?

AD: We hebben een vrij uitvoerig businessplan geschreven. De kern daarvan is dat we aan de ene kant gaan werken aan het vergroten van de inkomsten en aan de andere kant de kosten naar beneden brengen. Dat is logisch natuurlijk, dat zijn altijd de twee dingen die je doet als je gaat bezuinigen. Waar het op neerkomt is dat we dit heel concreet hebben ingevuld. Het businessplan is helemaal uitgewerkt. Dat hebben we ook getoetst bij bedrijven die buiten de kunstsector vallen en bedrijven in de sector. En om de transitie mogelijk te maken naar het orkest dat we in 2017 willen zijn, hebben we een beroep gedaan op de provincie. Die heeft geld beschikbaar gesteld, met de nadrukkelijke mededeling dat het geld voor de transitie is en dus niet om alles te kunnen blijven doen zoals we het deden. Want dan hebben we een enorm gat in 2017. Wat de kostenbesparing betreft zijn de musici allemaal teruggegaan naar een dienstverband van maximaal 60%. En dat is behoorlijk heftig. Hier op kantoor zijn een aantal functies vervallen, maar er zijn tegelijkertijd ook een aantal nieuwe functies bijgekomen om de transitie mogelijk te maken. Zo is de marketingafdeling helemaal vernieuwd en uitgebreid, want je zult het moeten hebben van marketing om zo veel mogelijk mensen in de zaal te krijgen. Dus dat zijn een paar dingen die we gedaan hebben. Daarnaast is er een fondsenwervingsplan opgesteld. Het bedrag aan fondsenwerving moet meer dan verdubbelen in de komende jaren om tot de inkomstenstroom te komen die we in 2017 nodig hebben. Dit is een behoorlijke uitdaging.

EJ: Inderdaad. Nou, zoals ik al zei ben ik voornamelijk met de vriendenkring bezig. Ik zie in fondsenwervingstheoriën vaak dat vrienden als een soort beginnende mecenasen worden gezien. Eventueel kunnen zij later meer geld gaan geven.

AD: Ja dat speelt wel mee, maar vrienden zijn eigenlijk een verhaal apart. Vrienden zijn er vooral om je draagvlak te laten zien. Vrienden dragen eigenlijk maar een klein bedrag bij, maar alles bij elkaar is dit toch een aanzienlijk bedrag. Daarnaast zijn vrienden ook mensen die bereid zijn om wat meer te geven. Dat zijn geen hele hoge bedragen maar ze zitten er wel in. En inderdaad, je mecenasen haal je in de eerste instantie uit de vriendenkring, want dat zijn de mensen die het dichtst bij het orkest staan. Dus toen wij begonnen met het mecenaat hebben wij gekeken of er bij onze vrienden mensen zaten die mogelijk mecenas wilden worden. En dat bleek ook inderdaad het geval te zijn. Daarna ga je breder kijken. Er zijn namelijk ook abonneementhouders die om welke reden dan ook geen vriend zijn. Maar misschien willen ze het orkest wel duurzaam steunen door het mecenaat. Dus dat breidt uit.

EJ: Door middel van de kring die het Gelders Orkest al om zich heen heeft eigenlijk. En bij vrienden draait het daarnaast ook vaak om draagvlak.

AD: Precies. Heel vaak is het zo dat vrienden inderdaad een bijdrage leveren, maar ook een tegenprestatie krijgen. Heel vaak is het zo dat deze tegenprestatie ongeveer gelijk is aan de contributie die ze betalen. Wij hebben al een paar jaar geleden bedacht dat dit nooit de bedoeling kan zijn. Eigenlijk steunden ze het orkest eerst niet en lieten ze alleen het draagvlak zien. En we willen nou juist dat een vriendenkring voor twee doelen wordt ingezet, namelijk het vergroten van je draagvlak en het vergroten van je inkomsten. Dan kan het dus niet zo zijn dat de tegenprestaties evenveel waard zijn als de contributie. Dat werkt niet. We hebben dus al een paar jaar geleden die tegenprestaties wat teruggebracht. We zijn meer immateriële zaken gaan bieden. Vrienden hebben bepaalde voorrechten, maar daar betalen ze wel voor. Onze vereniging organiseert een aantal dingen speciaal voor vrienden. Dat is goed voor de band. Dat zijn altijd dingen die met het orkest te maken hebben, maar die dingen zijn wel kostendekkend. De vrienden betalen daarvoor. Natuurlijk mogen ook mensen van buiten daaraan meedoen. Die betalen dan €5 meer. Maar de basis is dat de activiteit kostendekkend moet zijn. Dit komt dus bovenop de contributie. We hebben bijvoorbeeld vriendentafels. Het is een vrij simpel concept, maar wel heel leuk. Voor het concert gaan mensen met elkaar eten. Ze zoeken een restaurant in de buurt, meestal zo een waar mensen met een beperking werken. Dat vinden de meesten erg leuk. Een paar musici eten dan gezellig mee. Mensen vinden dat fantastisch om met een orkestlid te praten. Ze betalen voor het eten en voor het eten van de musici. Maar het kost de vriendenvereniging geen geld. Dus de contributie blijft intact. En zo zijn er meer activiteiten die de vrienden organiseren om de vrienden betrokken te houden zonder dat het geld kost.

EJ: Wat goed. U zegt dat het dus een aantal jaar geleden is teruggedraaid. Weet u nog welk jaar dit was?

AD: Dat was al voor de bezuinigingen, zo rond 2008 of 2009. We zijn ons toen gaan realiseren dat er iets niet klopt aan het plaatje. Bij sponsors let je altijd heel goed op dat de materiële tegenprestatie niet te groot is. Daar zit namelijk ook altijd nog een immateriële tegenprestatie aan vast.

Naamsvermelding is namelijk niet in geld uit te drukken. En die sponsor krijgt ook vrijkaarten. En die sponsor krijgt nooit meer dan een bepaald percentage van zijn sponsorbedrag. Anders heb je niets aan de sponsoring. Dus waarom doen we dat daar wel en bij de vriendenkring niet? We zijn tot de conclusie gekomen dat dat niet klopt. De vrienden zelf hadden het gevoel dat ze wel veel gaven. Ze gaven dan misschien maar €35 per persoon, maar omdat ze met 2000 mensen zijn dachten ze toch nog een aardig bedrag te geven. Maar eigenlijk is dat helemaal niet zo, dat is een beetje uit z'n verband gegaan. Gelukkig heeft dit inzicht ons geen vrienden gekost. Het is niet zo dat mensen massaal gingen opzeggen omdat ze het idee hadden dat ze niets meer terugkregen. Het is eigenlijk ook gek dat je het vriendschap noemt. Iets waar je helemaal voor betaalt is eigenlijk geen vriendschap. Onze vrienden zijn daar blijkbaar ook heel ontvankelijk voor, die vinden dat ook.

EJ: Dat is wel interessant. Ik verdiep me voor mijn scriptie ook in geeftheorieën. In een artikel worden acht motieven om te geven uitgelegd en één daarvan is de noodzaak inzien van de steun. Wel bijzonder om te zien dat vrienden voorheen ook dachten dat ze het orkest steunden terwijl het orkest in feit niet veel overhield aan hun contributiegelden.

AD: Ja, en dan wordt er eigenlijk alleen gewerkt aan de verbreding van het draagvlak. En daar is overigens ook niets mis mee hoor. Als het financieel kan, dan moet je dat ook zeker doen. Maar op het moment dat je als orkest geld nodig hebt en je constateert dat het geld dat vrienden betalen eigenlijk helemaal naar henzelf terugvloeit, dan klopt er iets niet.

EJ: Dan hebben ze misschien ook minder snel de neiging om meer geld te gaan geven.

AD: Nou, veel vrienden zien dat wel. Er zijn veel vrienden die bovenop hun contributie een extra bedrag aan het orkest geven.

EJ: Oh, dat is mooi. Ik wou het graag nog even hebben over het draagvlak. Dat is natuurlijk altijd goed om te hebben. Maar het is ook een vereiste van de regering om subsidie te krijgen.

AD: Ja dat heeft het vorige kabinet geïntroduceerd he? Het draagvlak heeft voor ons altijd wel meegespeeld.

EJ: En kwantificeren jullie dat draagvlak dan ook?

AD: Ja, je kunt laten zien dat je zoveel bezoekers hebt, zoveel vrienden, enzovoort. Dat zegt iets over het draagvlak.

EJ: Precies. Zijn die vrienden soms ook vrijwilligers?

AD: Soms. Wij hebben een ploeg van vrijwilligers die wij inzetten rondom de concerten. Die fungeren als gastheren en gastvrouwen. Ze verkopen ook merchandise, wat overigens niet hetzelfde is als bij voetbal bijvoorbeeld! Cd's en stropdassen, dat soort dingen eerder. Dit is een ploeg van zo'n 25 mensen die bij alle concerten aanwezig zijn. En dat zijn vrienden. Want als je zo'n oproep doet, krijg je geen wildvreemde mensen. Je krijgt mensen die al iets met het Gelders Orkest hebben.

EJ: Dat is ook wel logisch ja. Wat doen jullie zoal om vrienden te werven?

AD: We delen flyers uit tijdens concerten. In het verleden werden er ook wel eens mailings gedaan naar bepaalde wijken. Dat waren wijken waar we al veel vrienden hadden en waarvan we dachten dat de burens misschien ook lid wilden worden. Maar dat hebben we de laatste paar jaar eigenlijk niet meer gedaan. De laatste paar jaar doen we het voornamelijk rondom concerten. Dus we proberen bezoekers te verleiden om vriend te worden.

EJ: Dat zijn de mensen waarbij jullie waarschijnlijk de meeste kans maken.

AD: Precies. Als je in de Albert Heijn bent vraag je ook niet aan iemand om vrienden te worden. Dat vraag je aan iemand die je al kent. Wij zien het ook echt als vriendschap. Dat betekent dat je dus geen koude groep kunt benaderen. Je kunt wel een koude groep mensen benaderen om naar een concert te komen. Vervolgens kun je die mensen inderdaad benaderen om vriend te worden. Wij hebben bijvoorbeeld ook een project met amateurs. Een paar keer per jaar dagen we amateurmusici uit Gelderland uit om met ons orkest te komen spelen. Die mensen krijgen masterclasses en gezamenlijke repetitiedagen aangeboden. Voorafgaand aan een concert mogen ze dan optreden voor het publiek. Dat is niet alleen het reguliere publiek, maar ook mensen die een instrument spelen, in Gelderland wonen, maar het Gelders Orkest eigenlijk nog niet kennen. Nou, op de laatste repetitiedag gaat de voorzitter van de vriendenvereniging naar hen toe en houdt een praatje over de vrienden van het orkest. En daar komen inderdaad nieuwe vrienden uit. Dat zijn mensen die het geweldig vinden om met zo'n project mee te doen en die krijg je ook wel mee.

EJ: Oké, dus jullie zoeken eigenlijk heel gericht naar nieuwe doelgroepen.

AD: Ja, zodra we nieuwe projecten bedenken dan kijken de vrienden altijd of zij er ook iets mee kunnen. En dit is ook weer goed voor het orkest.

EJ: Precies. Waarom denkt u dat mensen vriend worden van het Gelders Orkest?

AD: Omdat ze de muziek mooi vinden, omdat ze vinden dat het concert moet blijven bestaan of omdat ze emotioneel zijn nadat ze een concert hebben gehoord. Je merkt ook dat mensen een concertzaal uitkomen, een cd kopen en meteen het formuliertje van de vriendenkring invullen. Dat is de emotie van het moment. En dan is het de kunst om die mensen vast te houden.

EJ: Mensen schrijven zich vaak direct na een concert in?

AD: Ja, na ieder concert komen er altijd wel een paar formuliertjes bij mij binnen.

EJ: Interessant. Ik merk zelf dat vriendenkringen vaak een relatief oud ledenbestand hebben. Geldt dat ook voor jullie?

AD: Ja, concertbezoekers zijn gemiddeld ouder, dus hebben we ook wat oudere vrienden. Er zitten ook wel wat jongere mensen tussen hoor. We hebben toevallig niet zo heel lang geleden onze leden geanalyseerd en inderdaad: een groot deel van onze leden is boven de 50. Of zelfs wel boven de 55.

EJ: En dat is representatief voor de concertbezoekers?

AD: Ja, dat denk ik wel.

EJ: Maar zetten jullie ook in op jonge vrienden?

AD: Ja, we zetten in op jonge vrienden, we zetten ook in op jongere bezoekers. Het Gelders Orkest heeft ook een aantal producties die speciaal voor de jongere doelgroep zijn. Die concerten beginnen wat later, zijn wat korter en hebben een borrel na afloop. We hopen daar ook vrienden uit te halen. Maar dat heb je niet van de ene dag op de andere.

EJ: Het ligt natuurlijk ook aan de beeldvorming van vriendenkringen. Als jongere mensen het idee hebben dat er alleen ouderen bij zo'n vriendenkring zitten dan komen ze er zelf misschien minder gauw bij. Er worden dus nog geen vriendenactiviteiten voor jongere mensen georganiseerd?

AD: Bij de vrienden nog niet, maar er is ook een zekere massa voor nodig. Wanneer je iets organiseert, moet je ook weten of er voldoende mensen op af komen. Hier heb je dus eerst wat meer jongere vrienden voor nodig.

EJ: Ja. Goed, jullie hebben dus minder tegenprestaties dan voorheen. Maar hoe bepalen jullie eigenlijk wat de tegenprestaties zijn? Bepalen jullie ze, of denken de vrienden zelf ook mee?

AD: Uiteindelijk bepalen wij dat, maar wel in nauwe samenspraak met de vrienden. We hebben gesprekken over wat de vrienden krijgen in ruil voor hun vriendschap.

EJ: Oké. En ik ben nog vergeten te vragen: hoe is de vriendenkring eigenlijk ontstaan? Hebben vrienden dit zelf opgericht?

AD: Ja. 55 jaar geleden zijn er mensen geweest die bedachten dat ze een vriendenvereniging voor het Gelders Orkest gingen oprichten. De directie vond dat toen een fantastisch idee want ook toen al wilde je alles doen om publiek aan je te binden. Vriendschap is een uitstekend middel daarvoor.

EJ: Ja. Bij het Concertgebouw hebben burgers ook een rol gespeeld bij de oprichting. Is dit bij het Gelders Orkest ook het geval?

AD: Dat geloof ik niet. Ik kan je een boek meegeven, daar staat van alles in over de oprichting.

EJ: Dat zou heel handig zijn ja, dankjewel. Goed, even kijken, we hebben al best wat besproken. O ja, ik vroeg me nog af of jullie ook bepaalde rekenmodellen hanteren bij het vaststellen van de waarde van de tegenprestaties.

AD: Doorgaans houd ik voor de sponsors en andere geldgevers een grens van 25% aan. En soms is dat 26%, of 23%, maar meer moet het niet worden. Dan is het geen sponsorrelatie, maar gewoon een handel.

EJ: En voor vrienden geldt dit percentage ook?

AD: Ja, om en nabij. Bij vrienden zijn we iets minder streng.

EJ: Blijven mensen lang vriend?

AD: Ja, ik kijk daar regelmatig naar want we houden dit ook bij in onze database. We hebben ook veel mensen die vriend zijn geweest, op hebben gezegd en één of twee seizoenen later toch weer vriend worden. Dat houd ik apart bij, zodat ik kan zien met wie we een knipperlichtrelatie hebben! Mensen die stoppen met de vriendschap stuur ik altijd een briefje om ze te bedanken voor de steun die ze hebben geleverd. Af en toe sta ik ervan te kijken hoe lang mensen vriend zijn geweest. En ook al besluiten ze nu dan om te stoppen, ze hebben het wel al die jaren gedaan.

EJ: Ja. De vriendenkring kan ook fungeren als een soort sociaal netwerk, bijvoorbeeld met die etentjes en dergelijke. Is dit een groot deel van de vrienden die hieraan meedoet?

AD: Nee, dat is maar een klein deel. En het is per speelplaats anders. Hier in Arnhem hebben we zo'n 50 mensen bij een etentje, in Nijmegen wel eens 70, maar in Apeldoorn is het al weer minder. In

Doetinchem krijgen we het niet eens kostendekkend. Het is per plaats en jaar verschillend. Maar in Arnhem en Nijmegen loop het goed. Maar als je bedenkt dat we 2000 vrienden hebben, dan is het toch slechts een relatief klein deel. Dat heb je eigenlijk altijd wel met dit soort verenigingen. Een groot deel van de mensen doet niet mee aan de activiteiten. En eigenlijk krijgen die mensen geen tegenprestaties, anders dan het cd'tje dat ze ieder jaar krijgen. Vanaf dit jaar sturen we die cd ook gewoon naar alle vrienden. Vroeger konden mensen die ophalen bij de balie, maar nu sturen we het op. We hebben natuurlijk ook vrienden die te oud zijn en niet meer naar concerten kunnen komen. Die mensen wil je wel koesteren. Die maak je heel erg blij met zo'n cd.

EJ: Welke tegenprestaties krijgen vrienden dan zoal? Want die etentjes betalen ze dus zelf.

AD: Ze krijgen korting op familieconcerten. En eigenlijk is het dat. Ja, ze kunnen dus tegen een vriendentarif deelnemen aan de activiteiten. En ze krijgen de cd.

EJ: Dat is wel goed denk ik. Tijdens mijn stage kwam ik dat wel regelmatig tegen dat organisaties soms veel meer aan hun vrienden gaven dan dat ze terug kregen.

AD: Dan kost het geld. Dat is heel leuk, maar volgens mij is dat ook niet de bedoeling van die mensen. Die doe je daarmee ook tekort.

EJ: Ik denk ook niet dat het altijd bewust zo gaat.

AD: Nee, dat is zo gegroeid. Dat was bij ons eerst ook zo. Op een gegeven moment hebben we het tegen het licht gehouden. Toen zagen we dat we in de loop der jaren steeds meer zijn gaan weggeven. Dat is zonde.

EJ: Dat is ook zo, maar ik kan me voorstellen dat het in sommige gevallen gebeurt, enkel om maar vrienden te binden. En als ik kijk naar fondsenwervingtheorieën, dan snap ik dat ook wel. Die spreken over een geefpiramide. Vrienden geven misschien in het begin niet zo veel geld, maar kunnen wel een band op bouwen met een organisatie, waardoor ze later misschien geneigd zijn om meer te gaan geven.

AD: Inderdaad.

EJ: Bedankt voor uw tijd.

Interview Marc Hendrikse, medewerker secretariaat bij Museum het Valkhof.

Uitleg onderzoek

EJ: Even voor de duidelijkheid: bent u in dienst van de vriendenvereniging of van het museum?

MH: Nee, ik werk voor Museum het Valkhof. In 1984 hebben ze de vriendenvereniging opgericht in de Commanderie van de Sint Jan (de voorganger van Museum het Valkhof) samen met museum G.M. Kam. Vroeger ging dit allemaal samen. Het maakte niet uit of je nou voor de vrienden of voor het museum werkte, maar op een gegeven moment werd alles commerciëler. Alles moest financieel verantwoord worden. En er gaan in dit werk best veel uren zitten en toen was het de vraag wie dit zou betalen. Uiteindelijk maakt het natuurlijk niet veel uit want wat van de vrienden is, is ook van het museum. Maar je moet het allemaal verantwoorden. Toen werd er gezegd dat ik een aantal uur per week voor de vrienden zou werken en dan betalen de vrienden mijn uren. En daar zit dus ook vakantiegeld et cetera bij. Dit is gedaan om een formele scheiding tussen de vrienden en het museum te maken. In de praktijk maakt het niet uit, maar zo is het wat professioneler. Je kunt er natuurlijk ook een vrijwilliger neerzetten die eens in de twee weken werkt.

EJ: Maar dat zou te vrijblijvend zijn.

MH: Precies.

EJ: Kunt u misschien iets meer vertellen over de fusie van de twee musea?

MH: Ja, vroeger had je dus het museum G. M. Kam. Deze archeologische verzameling ontstond al in de jaren '20 van de vorige eeuw. Meneer Kam verzamelde objecten die iets verdelde over de Romeinse geschiedenis van Nijmegen. En je had een museum voor moderne kunst, de commanderie van de Sint Jan. Dit was echt een gemeentemuseum. Langzamerhand zijn deze twee dus samengevoegd tot één museum. De twee musea pasten qua karakter eigenlijk niet zo goed bij elkaar, maar vanwege praktische redenen, financiën et cetera, zijn de twee toch gefuseerd. De gemeente wilde ook iets groters hebben. Eigenlijk bestaat het museum nu uit drie onderdelen. Je hebt archeologie, de oude kunst en de moderne kunst. We willen ook nieuwe kunstenaars de kans geven. Zo krijgen we binnenkort een tentoonstelling van Gelderse kunstenaars. Goed, in ieder geval die musea namen beiden hun eigen vriendenvereniging mee. Ze hadden beiden andere belangen en een andere achterban. Echte archeologen zijn eigenlijk hele aparte mensen! Maar goed, dat is dus samen gegaan en dat ging goed.

EJ: Wat zijn die andere belangen dan precies?

MH: Archeologen zijn meer op één ding gericht. Het zijn er niet zo veel, maar ze hebben wel een hele specifieke interesse. En de Commanderie is juist stedelijk. De samenhang was dus niet zo groot. Bovendien was de Commanderie specifiek voor Nijmegen, terwijl de archeologen juist uit heel Nederland kwamen.

EJ: Dus die hadden ook niet per sé die binding met Nijmegen.

MH: Nee, precies.

EJ: Of met elkaar, gezien ze uit heel Nederland komen.

MH: Ja klopt. En dat had de Commanderie dan weer wel. Dit waren allemaal mensen die vonden dat Nijmegen echt een museum voor moderne kunst nodig heeft. Dat heeft ook wel iets chauvenistisch. En omdat de musea zijn samengegaan, zijn ook de vriendenverenigingen samen gegaan.

EJ: En hoe ging dit?

MH: We hadden er toen wel een hard hoofd in. Die archeologen zijn toch aparte mensen. Ik kom dus duidelijk van de Commanderiekant! Die twee besturen vonden het wel moeilijk. Vergaderingen van de Commanderie eindigden meestal met een fles wijn op tafel, terwijl de vergadering van het Kam juist uren en uren kon duren.

EJ: Was u zelf voorheen dus vriend van de Commanderie?

MH: Nee, toen zat ik ook al in het bestuur. Al 13 jaar!

EJ: Is er tegenwoordig nog iets te merken van de tweedeling?

MH: Nee, tegenwoordig niet meer. Bij het personeel was er vanaf het begin af aan geen tweedeling, iedereen was vrij snel aan elkaar gewend. Maar binnen de vriendenkring maakte het wel uit of je Com of Kam was.

EJ: Maar vrienden die er nu bij komen hebben dat gevoel niet.

MH: Nee, op een gegeven ogenblik is dat onderscheid verwaterd. Bij de vrienden duurde dat wel langer dan bij het personeel, maar de mensen die nu lid worden zijn echt vrienden van het Valkhof. Die hebben niets meer met die oude musea te maken. Maar je moet dit niet zo scherp zien hoor! Zo verheven is het allemaal niet.

EJ: Ik begrijp het. En ik ben ook benieuwd naar de redenen waarom mensen lid worden. Op de website heb ik gezien dat jullie allerlei voordelen bieden aan vrienden.

MH: Ja, ik denk dat mensen pas lid worden wanneer ze er voordeel van hebben. Als je niet kunt voetballen dan word je geen lid van een voetbalclub. Als je dit voorheen wel hebt gedaan en je stopt ermee, dan kun je wel lid blijven. Maar in de eerste plaats word je pas ergens lid van wanneer je er zelf voordeel van hebt.

EJ: Ja, nou daar kijk ik dus ook in mijn onderzoek naar. Waarom worden mensen eigenlijk lid? In de eerste plaats moeten ze natuurlijk affiniteit hebben met de instelling. Dat is een voorwaarde.

MH: Precies, natuurlijk. Het is een combinatie. Punt één: je moet er affiniteit mee hebben. Als jij niet van voetbal houdt dan word je geen donateur. Maar als je regelmatig in een museum komt dan wil je dat misschien wel ondersteunen. Ik denk dat je dit bovenaan moet zetten. Punt twee is het voordeel. Ik weet niet of dit punt twee is, maar het is wel belangrijk. Ook het bedrag dat je moet betalen speelt een rol. Het eigenbelang speelt toch ook een rol. En tegenwoordig steeds meer. Mensen worden bijvoorbeeld minder vaak lid van een vriendenvereniging wanneer ze ook een Museumjaarkaart hebben. Dan komen ze namelijk al gratis binnen.

EJ: In dat geval is ondersteuning van het museum dus niet de voornaamste reden om lid van een vriendenkring te worden.

MH: Precies. Toen Kam en Com werden opgericht, was het ondersteunen van de musea de belangrijkste doelstelling. Financieel en moreel. Ook als de gemeente zou besluiten om te bezuinigen, dan kunnen wij laten zien dat we veel leden hebben. Dat scheelde in die tijd zeker. Vertegenwoordigers waren belangrijk. Leden en bezoekers kunnen het draagvlak tonen. Ze zijn een factor om rekening mee te houden. Ik durf te wedden dat de vrienden van Kam en Com een hele belangrijke rol hebben gespeeld in de beslissing van de provincie en de gemeente om hier één museum neer te zetten. Ze mogen dan misschien niet de beslissende stem hebben, maar ze hebben wel een zekere inbreng. Ook alleen al omdat veel vrienden verbonden waren met de universiteit. Dat hoort er hier in Nijmegen toch een beetje bij, dit zijn belangrijke mensen die veel mensen kennen. Bij de vriendenvereniging van het Rijksmuseum bijvoorbeeld zitten best wel wat hoge piefen. Dit zijn mensen met connecties en geld.

EJ: Ja, dat geeft status hè.

MH: Ja, en dat is in Nijmegen misschien wat minder. Maar toch, als je je ergens op wilt beroepen dan is een lidmaatschap van een museum iets waar je mee aan kunt komen.

EJ: Anderen beschouwen een lidmaatschap bij een vriendenkring dus als iets positiefs?

MH: Ja dat denk ik zeker. Je hoeft je niet te schamen om lid te zijn van een museum of iets anders cultureels.

EJ: Merkt u dan ook dat mensen gebruik maken van het netwerk? Is het een manier om mensen te ontmoeten met dezelfde interesses of belangen?

MH: Nou, bij ons niet zozeer. Ik kan me wel voorstellen dat dit zo is bij de vriendenkring van het Rijksmuseum.

EJ: Je hebt hier ook wel speciale netwerkkringen voor. Dan wind je er geen doekjes om. Maar ik kan me voorstellen dat het toch zo kan werken af en toe ook bij een 'gewone' vriendenkring.

MH: Nou, mensen doen er wel sociale contacten op. Mensen gaan samen een dagje uit en leren elkaar zo te kennen. Ik ben nu even aan het nadenken. Ik zit namelijk ook bij de vriendenkring van het Graafs Museum. Dit is weer van een heel andere orde. Dat is zo kleinschalig dat je er wel zou kunnen netwerken. Als de één lid is, moet de ander dat ook worden.

EJ: Dan heeft het met de grootte te maken.

MH: Ja, maar ik weet niet of ik dit echt hard kan maken. Misschien gaat dit netwerken toch niet zo op voor vrienden. Bij het Concertgebouw misschien?

EJ: Nou, ik weet dat bijvoorbeeld het Scheepvaartmuseum dit wel doet. Vorig jaar heb ik daar in het kader van mijn stage een interview gehouden. Naar het oude VOC-model hebben zij zeventien kamers opgericht voor verschillende doelgroepen, zoals bankiers, zeilers, juristen et cetera. Voor hen is zo'n kring een goede gelegenheid om te netwerken. Maar dit ligt eigenlijk dichterbij het mecenaatsmodel dan bij vriendenkringen.

MH: Ja inderdaad, dat kan ik me wel voorstellen. Ik weet dat dit ook zo gaat bij het Concertgebouw, en bij het Rijksmuseum.

EJ: Die instellingen hebben hun donateurs in lagen onderverdeeld. Ik denk mensen hierdoor makkelijker kunnen netwerken.

MH: Bij ons is dit ook eens geopperd, maar we hebben dat nooit echt doorgezet.

EJ: Daar is de cultuur in dit museum ook niet naar denk ik. Wellicht dat mensen het niet op prijs stellen wanneer er onderscheid wordt gemaakt. Hoeveel vrienden hebben jullie trouwens? Om en nabij de 900, zo iets?

MH: Ja, we begonnen met 1350 lidmaatschappen.

EJ: In 1984?

MH: Nee, in 1999. Toen de twee de musea bij elkaar gevoegd werden, is er een deel afgevallen inderdaad. Ik vertelde al over die archeologen die weggingen. In 1999 hadden we de meeste leden. Dat aantal is afgenomen, niet door vergrijzing maar wegens het overlijden van een deel van de leden. Zo gaat dat nou eenmaal bij vriendenkringen. Nu zitten we op 850.

EJ: Maar er komt toch ook voordurend een nieuwe aanwas? We zitten nu met een hoop babyboomers die met pensioen gaan.

MH: Juist, maar die komen nou net niet. Dat heeft denk ik niet eens zozeer met de crisis te maken maar eerder met de interessesfeer. In 1984 was dit museum echt iets waar je bij moest horen. Het was 'ons' museum. Moreel gezien hoorde je zoiets gewoon te steunen. Vooral als je een hoge positie had. Tegenwoordig vragen mensen zich steeds meer af wat ze er voor terug krijgen. Mensen bekijken of ze wel vaak genoeg naar het museum gaan om er werkelijk profijt van te hebben of kopen in plaats daarvan een Museumjaarkaart.

EJ: Dus nieuwe leden blijven uit?

MH: Ja, mensen die nu lid worden komen voornamelijk op de activiteiten af. Het aparte is ook dat je een volle zaal kunt hebben bij een bepaalde activiteit en dan worden er foldertjes uitgedeeld met de vraag of mensen ook vriend willen worden. Mensen vinden dat leuk, maar reageren er niet op. Je zou met je onderzoek eens moeten kijken of dit bij andere verenigingen ook zo is. Je zou dit echt doelgericht aan moeten pakken. Bovendien zijn mensen al vaak lid van vanalles en nog wat, denk aan Natuurmonumenten et cetera. Soms komt het niet in mensen op om ook nog eens lid te worden van een museum.

EJ: Ik denk ook dat dit meespeelt. Jongeren sluiten zich ook veel minder bij vriendenkringen aan. En met jongeren bedoel ik eigenlijk ook 'oudere jongeren', zeg mensen onder de vijftig.

MH: Dat klopt. En waarom denk je dat?

EJ: Nou ten eerste is tijd een belangrijke factor. Mensen werken vaak en hebben minder tijd voor dit soort extraatjes. Daarnaast denk ik dat de binding met instellingen in de eigen regio minder wordt. Mensen hebben een Museumjaarkaart en gaan net zo lief een dagje naar een andere stad dan dat ze altijd naar het museum in de eigen stad gaan.

MH: Dat zou heel goed kunnen ja. Tijd is natuurlijk ook erg belangrijk. Jammer eigenlijk he? Er zitten toch 24 uren in een etmaal en dat is voor iedereen zo.

EJ: En een derde reden kan ook zijn dat het minder aantrekkelijk is voor jongeren doordat deze kringen vaak vergrijsd zijn. Tenzij er speciale kringen voor jongeren zijn. In Amsterdam zie je dit wat meer, maar in de rest van het land zie ik dit een stuk minder.

MH: Dit is bij ons ook naar voren gekomen. Als oudere kan ik me ook weer niet voorstellen wat zo'n jongerenkring precies zou moeten inhouden. Dat moet je eigenlijk ook aan de jongeren overlaten. Ik kan me moeilijk voorstellen wat jongeren precies bij ons zouden willen. Het is natuurlijk moeilijk om zoiets in te richten. In feite moet aan de kinderen van de bestuursleden vragen of ze zoiets willen ontwikkelen. Wij zouden ons er wat minder mee moeten bemoeien.

EJ: Ik weet wel dat het Van Abbemuseum ook bezig is om een jongere doelgroep te bereiken. Zij doen dit met de Young Art Night. Dit is een soort Museumnacht waarin er diverse workshops gegeven worden. Ook wordt er muziek gedraaid en is het Museum lang open. Dit is een manier om jongeren naar het museum te krijgen zonder dat ze direct gebonden zitten aan een lidmaatschap.

MH: Dat hebben we hier in Nijmegen ook, namelijk de Kunstnacht.

EJ: Ja, maar die is niet alleen voor jongeren.

MH: Ja, maar er komen wel veel jongeren op af. En we werken ook samen met de Lindenberg en andere culturele instellingen. Maar soms is het wel moeilijk om een connectie te maken, bijvoorbeeld met moderne muziek. We hebben ook wel eens een muzikant hier gehad die dan iets stond te doen en toen wist niemand er van! Want zoiets verwacht je dan weer niet in een museum. Dus je moet er af en toe een beetje mee oppassen. Maar zoiets als een Geschiedenisnacht loopt dan wel weer goed. We proberen dus wel actief de samenwerking te zoeken met andere instellingen en evenementen. Mijn collega heeft ook een speciale ladiesnight georganiseerd en dat trok ook veel vrouwen aan. Maar goed, die jongeren komen volgens mij toch wel naar het museum, alleen hoeven ze dan niet per sé lid te zijn.

EJ: Zij willen zich niet zo binden denk ik. Ze willen ook naar musea in andere steden.

MH: Je zou het kunnen doen omdat je Nijmegenaar bent. Destijds was het zo dat je je moreel verplicht voelde. Maar misschien ben je ook wel iets anders tegengekomen in je onderzoek. Ik kan me voorstellen dat de jongere generatie deze binding minder sterk voelt. Ik heb vorige week ook de resultaten van een onderzoek gelezen. Hierin stond dat musea die zojuist heropend zijn vaak een toestroom van vrienden hebben, maar dat overige vriendenkringen allemaal kampen met een vermindering van hun ledenaantal.

EJ: Oh ja, dat artikel stond in *de Volkskrant*.

MH: En er stond een museum bij en die had zo veel vrienden! Daar sloeg ik helemaal van achterover.

EJ: Ja, het Openluchtmuseum in Arnhem. Maar daar kreeg je een Museumjaarkaart bij, dus vandaar.

MH: Oh! Ze hadden ook echt iets van 15.000 leden, dus ik vond het ook al zo gek. Dan zie je maar, dat het dus weer een kwestie is van wat de tegenprestaties zijn.

EJ: Precies. Wat ik mij trouwens nog afvroeg, is of jullie de vrienden ook om grotere giften vragen. Laten jullie bijvoorbeeld weten dat grotere giften ook welkom zijn? Of kaarten jullie aan dat mensen ook geld kunnen nalaten aan het museum?

MH: Dus dit gaat puur om het financiële?

EJ: Ja.

MH: Dat proberen we en dat lukt niet. Ik denk dat we dit niet goed aanpakken. Ieder jaar, bij het innen van de contributies, kaarten we aan dat mensen natuurlijk vrij zijn om wat meer te geven. Dat wordt dan ook wel eens gedaan, maar dan hebben we het over een euro of vijf. Dat tikt dus niet aan. Het zou interessant zijn om meer aandacht te besteden aan testamenten. Want tja, praktisch gezien... dat is natuurlijk relevant bij onze vrienden.

EJ: Klopt, het is een gevoelig punt, maar het is wel zo.

MH: Zeker, en het is zeker een punt waar wij rekening mee zouden moeten houden. Want wat is nou duizend euro als je tonnen hebt om weg te geven? Kunstliefhebbers en bejaarden zijn meestal niet de armste mensen. Maar ons is dit nog niet gelukt. Je moet dit op een goede manier doen. Het moet mensen zo makkelijk mogelijk gemaakt worden. Via de e-mail moeten mensen al kunnen reageren. We zijn er mee bezig maar we hebben nog niet de goede formule gevonden. We willen mensen ook op de belastingtechnische voordelen wijzen.

EJ: Ja, waar ik het nu over heb is eigenlijk de Geefpiramide. Bent u bekend met dit model?

MH: Ik niet nee.

EJ: Dat is een fondsenwervingmodel waar veel instellingen zich nu door laten leiden. Het gaat uit van het principe dat mensen onderaan beginnen. Ze geven dan nog niet zo veel geld. Vrienden bevinden zich dus onderaan deze piramide. Hiermee zijn ze ook meteen de grootste groep. Grotere gevers zitten hoger in de piramide, met helemaal in de top de enkele mecenasen die zeer grote bedragen geven. Het idee is dat mensen onderaan in de piramide beginnen en naarmate ze meer binding krijgen met de instelling ze ook meer gaan geven en zo hoger in de piramide komen.

MH: Ah, ja.

EJ: Er zijn misschien maar een paar mecenasen, maar zij geven wel heel veel. En als je de totale bedragen van iedere laag bekijkt, dan is de piramide juist weer andersom. Die vrienden geven met z'n allen nog steeds bij lange na niet zoveel als de paar grote gevers. Het gaat erom dat mensen meer binding moeten krijgen met een instelling alvorens ze meer gaan geven. Het idee is dat fondsenwerfers hierop inspelen. Ik vroeg me af of jullie dit ook doen met de vrienden.

MH: Nee, daar heb ik niet van gehoord.

EJ: Wat levert de vriendenkring jullie eigenlijk precies op als ik vragen mag? Wat voor steun kunnen jullie geven aan Museum het Valkhof?

MH: Oke, laten we dan uit gaan van gemiddeld 1000 leden. De contributie bedraagt gemiddeld €40. Dus dat is dan €40.000 per jaar.

EJ: Maar daar moeten natuurlijk ook nog alle tegenprestaties van betaald worden en u moet ook betaald worden. Wat bieden jullie eigenlijk aan tegenprestaties?

MH: Ja, gratis entree, dit gaat via het museum. Inderdaad moet ik betaald worden en daarnaast nog een andere collega. Dat gaat dan over een paar uur, maar al met al tikt dat toch aan. Dan is het ook nog de bedoeling om iedere twee jaar een boekje uit te geven. En we maken natuurlijk kosten aan kleinere dingen, zoals een lezingen en dergelijke. We kunnen wel gebruik maken van de ruimtes van het museum, maar we maken wel kosten aan koffie en thee en we geven een bijdrage aan de spreker. Allemaal kleine dingen. Ook hebben we portokosten wanneer we onze leden brieven versturen.

EJ: Gelukkig zijn er dan ook vrienden die zo nu en dan wat extra's geven.

MH: Ja, en we hebben ook af en toe wat inkomsten. Van donaties moeten wij het niet hebben, maar onze activiteiten leveren ook op. Bij excursies gaan we altijd wat ruimer zitten bijvoorbeeld. En dat pakt bijna altijd goed uit. Ons risico wordt dan winst. Maar we proberen er niet aan te verdienen.

EJ: Goed. Hoe ziet de samenwerking tussen de vrienden en het museum er eigenlijk uit?

MH: Wij zijn een vereniging en geen stichting. In theorie bepalen de leden dus wat er gebeurt, maar in de praktijk doet het bestuur dit. Die komen ook maar eens in de twee maanden bij elkaar.

EJ: Maar stel nu dat het museum iets wil bereiken, schakelen ze daar dan de vrienden soms voor in?

MH: Ja, nou het museum kaart wel eens aan waar ze behoefte aan hebben. Wij komen niet zomaar met een walgelijke vaas aan bij de directeur. Dat gaat in goed overleg. De vriendenvereniging staat ten slotte in dienst van het museum. Dat is het belangrijkste. Als het museum iets wil hebben en er bestaat een tekort aan financiën dan kan het een beroep op ons doen. Voor ons is het natuurlijk interessanter om iets te kopen dan om een bijdrage te leveren. Dan kunnen we er namelijk een bordje bij zetten waarop staat dat het is aangekocht door de vrienden. Publicitair is dat interessanter natuurlijk. Maar uiteindelijk gaat het erom wat het museum nodig heeft.

EJ: En doen jullie ook dingen als rondleidingen door curatoren organiseren?

MH: Nee, dat doet het museum zelf. Wel organiseren wij één keer per jaar de vriendendag. Dat is wel grappig want er komt altijd een bepaald publiek op af. Laten we zeggen de 80+'ers. Die vinden dat geweldig.

EJ: En wat doen jullie dan op zo'n dag?

MH: Dan krijgen we eerst de vergadering waarin het jaarverslag wordt gepresenteerd. Vroeger werd dat allemaal voorgelezen, maar tegenwoordig worden daar ook plaatjes bij vertoond. Tegenwoordig moet alles er zo hip mogelijk uitzien, maar we proberen wel rekening te houden met onze leden. Soms kan het allemaal iets te snel voor ze gaan.

EJ: Ja. Goed, ik zou graag nog even verder praten over het punt waar ik het in het begin over had. Denkt u dat er tegenwoordig meer ingezet wordt op vrienden? Merkt u dat andere musea hier meer mee bezig zijn? Kortom, is er sprake van een soort 'revival' van vriendenkringen nu er zoveel bezuinigingen plaatsvinden in de culturele sector?

MH: Wat bedoel je precies?

EJ: Nou, middels vrienden kan een museum draagvlak aantonen. En publiek draagvlak is een van de voorwaarden om subsidie te krijgen.

MH: Nou, zoals ik al eerder zei, toen in de jaren '80 werd besloten om hier een nieuw museum neer te zetten, hebben de vriendenverenigingen zeker een rol gespeeld. Nu, bij de bezuinigingen, spelen de vrienden geen rol. Tenminste, niet bij ons. Toen de bezuinigingsplannen bekend werden, hebben alle Nijmeegse instellingen samen wel actie gevoerd bij de plaatselijke politiek. Mijn indruk is dat er inmiddels vrede is gesloten met het besluit. De cijfers zijn nou eenmaal zo. Je moet nou eenmaal zo veel inleveren.

EJ: En hoeveel moeten jullie bezuinigen als ik vragen mag?

MH: Nou, die cijfers ken ik niet, maar het is erg veel. Maar bedenk ook, het kon de afgelopen jaren niet op. De culturele wereld is toch altijd een schraal iets geweest. Als je rijk wilde worden hoefde je geen kunstenaar te worden. Maar goed, hier spelen de bezuinigingen van de laatste jaren geen rol binnen de vriendenvereniging. Ik denk dat we allemaal door de bezuinigingen getroffen zijn, maar we zijn nog altijd veel rijker dan tien jaar geleden. Dat vergeten we vaak. Huizenprijzen zijn vanaf 1999 voor 200% gestegen. Maar daar kijken we niet naar. En eigenlijk is er in Nederland een hoop te doen op cultureel gebied. Waar wij echter wel mee zitten is de vergrijzing en het teruglopen van het vriendenbestand. Het museum wordt rechtstreeks getroffen door de bezuinigingen, maar de vriendenkring niet. Daar bestaat echt een scheiding. Het museum heeft een ander belang dan de vriendenclub.

EJ: Maar toch is dit iets wat ik vaak zie. Instellingen gaan op zoek naar meer financiële middelen en hanteren daarbij de geefpiramide. Vrienden kunnen op deze manier ingezet worden als potentiële gevers.

MH: Bij ons wordt dat niet zo gedaan. Het museum zelf probeert wel fondsen te werven voor tentoonstellingen. We zijn als museum beneficiënt van de BankGiroLoterij. Daar zijn we zeer blij mee. Maar dit is dus apart van de vrienden. Wij hebben er weinig mee te maken.

EJ: Ik begrijp het, jullie koppelen die bezuinigingen los van de vrienden.

MH: Ja. Dat wil natuurlijk niet zeggen dat de bezuinigingen er niet zijn. Maar niet voor de vrienden.

EJ: Oke. Ik ben nog benieuwd naar het belang van de vrienden. Als u nou het belangrijkste bestaansrecht van de vrienden mocht benoemen, wat zou dat dan zijn?

MH: Nou, zolang je leden hebt, is de reden van je bestaan verklaard. Ik heb leden, dus ik besta. De interesse moet er bij de leden zijn. Hebben we dan verder nog belang? Ja, in noodgevallen kunnen we steun bieden aan het museum.

EJ: Het zijn ook niet voor niets 'vrienden'. Die staan klaar voor het museum.

MH: Precies. Mensen worden vaak in de eerste plaats lid voor zichzelf. Ze willen ergens bijhoren. En ten tweede bieden ze financiële steun aan het museum. Dat is het wel.

EJ: De steun aan het museum zou uiteindelijk het voornaamste bestaansrecht van een vereniging moeten zijn, of niet? Je staat in dienst van zo'n museum.

MH: Ja, ten dienste van. Als je geen leden meer hebt dan is er geen behoefte meer aan een vereniging. Maar ook als je wel leden hebt maar geen steun kunt geven, heeft je vereniging geen bestaansrecht meer.

EJ: Dat is wel een belangrijk punt ja. Ik lees vaak dat men vroeger anders dacht over vrienden. Vaak werd gedacht dat ze enkel geld kostten en niets opleverden.

MH: Oh ja?

EJ: Ja, zeker in de jaren '80 en '90. En nog steeds zijn er musea, zoals het Van Goghmuseum en het Amsterdammuseum, die om deze reden geen vriendenkring hebben. Het Rijksmuseum had ook lange tijd geen vriendenkring. Je moet zoiets natuurlijk wel rendabel kunnen maken.

MH: Ja, dat is wel waar inderdaad. Mensen bezoeken een museum een aantal keer per jaar, krijgen daar nog een eigen blaadje bij. Je moet natuurlijk opletten dat je er niet meer aan uitgeeft dan dat het oplevert. Ook bij ontwikkelingshulp is dit vaak een heikel punt. Wat komt er precies van terecht? Er zijn veel kosten verbonden aan het personeel en het blaadje. Maar dat is maar hoe je er tegenaan kijkt.

EJ: En rekenen jullie dan ook uit hoeveel procent een vriend terugkrijgt van de contributie?

MH: Nee. Nog niet. Maar wanneer we meer geld willen genereren, kijken we altijd naar de inkomstenkant. We kijken bijvoorbeeld of de contributie verhoogd kan worden. Ook zouden we in de toekomst kunnen gaan kijken waar we op kunnen bezuinigen. Maar goed, tegenprestaties kunnen ook juist de reden vormen om lid te worden. Dus hierop bezuinigen kan ook leden kosten.

EJ: Dat is een lastige afweging.

MH: Inderdaad. Maar zolang we leden hebben, kunnen we blijven bestaan. We krijgen veel faciliteiten aangeboden van het museum. Op die manier kunnen we onze vrienden iets bieden, zonder dat we daar bakken met geld aan kwijt zijn. Als we geen dingen organiseren dan is het een saaie boel en willen mensen geen lid worden. Alleen profiteren wij natuurlijk wel van het museum. We hoeven geen ruimte te huren.

EJ: Dat is waar. Goed, ik geloof dat ik antwoord heb op mijn vragen. Hartelijk dank voor uw tijd.

MH: Geen dank.

Interview met Marischka Leenaers, mede-eigenaar van adviesbureau Leenaers Verloop Van der Westen.

Uitleg onderzoek

EJ: Fijn dat je tijd hebt kunnen vrijmaken voor een interview.

ML: Natuurlijk. Je kunt me ook altijd bellen hoor als je nog vragen hebt.

EJ: Oke. Enkele weken geleden heb ik tijdens de infodag over geld jouw workshop 'Hoe verleid je vrienden en mecenasen?' gevolgd. Je vertelde toen dat instellingen jou steeds vaker bellen, soms met het verzoek of je ze niet even een lijst met vermogende mensen kunt sturen. Door de crisis lijkt het wel alsof musea meer behoefte hebben aan privaat geld. Wat merk jij daar nou van?

ML: Nou dat merk ik absoluut. Je merkt gewoon dat de noodzaak veel groter is. Vroeger had je natuurlijk de subsidie en dan was het een soort leuk extraatje. En je merkt nu dat de noodzaak veel groter wordt. En tegelijkertijd is natuurlijk ook de financiële situatie bij de rijken niet zo best. Dus het is aan twee kanten moeilijker. Aan de andere kant is het wel zo dat particulieren, door de bezuinigingen wel snappen dat hun steun echt nodig is. Vroeger dachten ze misschien: moet dat wel of juist niet. Nu wordt dat wel duidelijker dus dat is dan wel een voordeel. Daardoor denk ik dat het uiteindelijk bij particulieren wel meer oplevert. Dus als je alle bedragen gaat optellen dan wordt er nu meer gegeven. De noodzaak is duidelijker.

EJ: Ja. En jij ziet, als ik het goed begrijp, ook wel de voordelen in van particulier geven. Uit de presentatie bleek al dat u voorstander bent van een financieringsmix.

ML: Ja, ik geloof daar heel erg in. Het is goed om niet alleen van een subsidiegever afhankelijk te zijn. Het draagvlak in de samenleving wordt groter wanneer je ook afhankelijk bent van bedrijven en particulieren. Ik heb bijvoorbeeld zelf een grote campagne gedaan voor een ziekenhuis. En daar merk je ook dat mensen acties hielden voor het ziekenhuis, dus voor extra faciliteiten voor patiënten. Door deze acties en het geven van geld wordt de betrokkenheid groter. Dus uiteindelijk levert het niet alleen geld op maar ook betrokkenheid. Mensen krijgen het gevoel dat ze een beetje aandeelhouder zijn van een museum of een ziekenhuis.

EJ: Ja precies. Voor welk ziekenhuis heeft u gewerkt?

ML: Het Jeroen Bosch Ziekenhuis in Den Bosch. Maar meer ziekenhuizen doen dit hoor. Nijmegen heeft ook een grote campagne voor een serre. Ik kan even niet meer op de naam komen, het was niet het Radboud Ziekenhuis.

EJ: Vaak is zo'n wervingsprogramma wel voor de extra's hé. Gevers zijn vaak niet zo geïnteresseerd in het betalen van overheadkosten maar eerder van de extra dingen.

ML: Ja, bij ziekenhuizen is dat zeker zo, maar bij cultuur niet per se het geval. Ze kunnen natuurlijk niet alleen maar van particuliere gelden bestaan. De overheid kan niet alle subsidies zomaar intrekken en verwachten dat particulieren alles gaan betalen. Maar mensen willen best geven voor iets bijzonders, bijvoorbeeld voor een bijzondere dirigent of voor een tentoonstelling.

EJ: Inderdaad. Maar wat ik zelf heb gelezen is dat het wel vaak concrete dingen zijn waar mensen geld aan willen geven. Mensen willen weten waar hun geld blijft. Het scheelt als ze bijvoorbeeld weten dat het naar de bouw van een nieuwe vleugel gaat.

ML: Ja absoluut. Hoe hoger het bedrag, hoe concreter. Op het moment dat je al heel lang aan iets geeft, heb je daar misschien minder behoefte aan. Maar wanneer je begint met geven wil je ook zien of het wel goed besteed wordt. En als er dan een soort van relatie wordt opgebouwd en je hebt al meerdere keren gegeven, dan krijg je ook meer vertrouwen in de organisatie en weet je dat het wel goed komt. Dit geldt voor gevers. Met €100,- of €1000,- weten mensen dat ze niet zo'n impact kunnen maken. Maar bij hele grote bedragen is dat wel zo.

EJ: En hoe belangrijk is nou die band met de directeur?

ML: Dit maakt heel veel uit. Het ligt eraan hoe je dit organiseert. Hoe groter de bedragen, hoe meer het gaat over een relatie. Normaliter is de directeur een belangrijke persoon in die relatie, tenzij je dat zou vervangen door bijvoorbeeld de artistiek leider of de regisseur. Sjarel Ex zit nu bijvoorbeeld bij het Boijmans van Beuningen. Hij zat vroeger bij het Centraal Museum. Han Nefkens is meeverhuisd met Sjarel. Dit hoeft natuurlijk niet voor iedereen zo te zijn. In die zin denk ik dat Sjarel Ex een goede directeur is die dit goed managet. En bij het Oerol festival zullen mensen het misschien even wennen vinden als de directeur weggaat, maar zullen ze toch aan Oerol gebonden blijven. En als je aan een instelling in je woonplaats geeft, zul je ook aan die plaats gebonden blijven. Het is dus extreem om mee te gaan met een directeur maar een directeur kan wel veel invloed hebben en kan mensen over de streep te trekken. Ik heb ook wel eens onderzoek gedaan en toen bleek dat veel mensen de directeur nooit zien. Dat was ergens in Friesland.

EJ: Dus dat er fondsenwerfers op worden gezet en de directeur zich nooit laat zien?

ML: Ja, maar die man kwam überhaupt nooit naar evenementen. De dingen waar iedereen komt, daar moet je dan ook zijn. Als museum of theater moet je zichtbaar zijn. Het gaat erom dat je ergens met iemand een relatie op wilt bouwen. Dit wil je over het algemeen een beetje hoog in de

organisatie omdat dit de mensen zijn die impact hebben en iets kunnen zeggen over jouw gift. Je kunt ook een goede relatie opbouwen met de jongste stagiaire maar hoeveel invloed heeft die nou? Die kan belangrijk zijn, iemand kan er een leuk gesprek mee hebben, maar uiteindelijk is de directie voor particulieren en bedrijven het belangrijkste.

EJ: Dus het persoonlijke contact is misschien wel de grootste verandering die plaatsvindt bij de verschuiving van subsidie naar particuliere gelden.

ML: Nou ja, bij subsidie moet je ook contact hebben met de overheid. Bij de gemeente moet je ook regelmatig je gezicht laten zien. Maar het is een ander soort relatie. Je gaat mensen van de overheid niet voor allerlei dingen uitnodigen. Terwijl je particulieren wel uitnodigt om een kopje koffie te komen drinken. Maar ik geloof überhaupt heel erg in relaties hoor. Ik kan me ook voorstellen dat je een keer de gemeenteraad of de cultuurcommissie uitnodigt bij jouw museum.. Er zit een persoonlijk compliment aan. Dit moet je ook maar gegund worden. Iedereen kijkt naar kwaliteit en naar het bereik van publiek. Maar uiteindelijk moeten ze ook sympathie creëren.

EJ: Ja precies. Zou je misschien kunnen definiëren wat een samenwerkingsverband tussen een culturele instelling en een particuliere gever inhoudt? Waaruit bestaat zo'n samenwerking?

ML: Ik weet niet of ik het altijd een samenwerking vind. Ik vind het heel erg een relatie. Hier begint het mee. Het gaat heel vaak over passie. Hoe groter het bedrag, hoe meer die passie een rol speelt. Dan gaat het ook over de status. Dan gaat het over het helpen mogelijk maken. Han Nefkens is een goed voorbeeld van die ene kant van het spectrum. Die helpt echt projecten te realiseren, ook bij de kunstenaars zelf. Ik kan me voorstellen dat hij ook nog invloed hierop uitoefent. Maar ik kan me niet voorstellen dat er bijvoorbeeld een mecenas bij de opera is die zegt: 'Het lijkt me leuk als jullie volgend jaar de Ring nog eens uit gaan voeren.' Dat zal toch heel erg aan de opera zelf zijn.

EJ: Dus inhoudelijk zou een mecenas geen invloed moeten hebben?

ML: Nee, heel weinig. Het ligt natuurlijk een beetje aan jouw eigen achtergrond. Als je zelf een grote kunstverzamelaar bent hoef je nog niet het tentoonstellingenbeleid te bepalen maar je zou wel zelf met ideeën kunnen komen. Je zou een bepaalde aankoop kunnen ondersteunen omdat je die kunstenaar zelf ook belangrijk vindt en hem zelf ook verzamelt.

EJ: Maar dat ligt dan dus niet zo zeer aan het bedrag maar eerder aan de persoon?

ML: Ja. Uiteindelijk ben ik niet zo bang voor die invloed en het is wel belangrijk om iemand mee te nemen wanneer iemand geïnteresseerd is in het artistieke keuzeprocess van het museum. Dan is het

wel leuk om daar eens met het museum een gesprek over te hebben. En dan zullen mensen ook nog meer gaan geven. Want dan snappen ze beter waarom bepaalde dingen gebeuren.

EJ: Maar hoe zouden musea nou moeten inspelen op gevers die steeds minder te besteden hebben? Bijvoorbeeld wegens de crisis? Werkt het dan om meer (al dan niet unieke) tegenprestaties aan te bieden?

ML: Nou het is niet zozeer dat ze minder te besteden hebben. In het verleden werd er misschien minder gevraagd. Dus dit is wel absoluut een groeimarkt. Op individueel niveau zullen mensen misschien voorzichtiger zijn. Maar ik denk dat je wel onderscheidend moet zijn, zowel in tegenprestaties als in relaties. Mensen moeten denken: 'met deze organisatie heb ik echt een relatie, die blijft voor mij op een voorkeurspositie staan'. Die relaties zijn dus voor mij echt cruciaal. Dat je echt het gevoel hebt dat je onderdeel bent van de familie. En dus niet: 'Leg het geld hier maar neer, u hoort wel van ons als we meer nodig hebben!' Dus musea moeten aanbieden om eens een rondleiding door het depot te geven, of te praten met de conservator. Het is goed kijken naar wat iemand belangrijk vindt.

EJ: Dus instellingen zouden tegenprestaties op maat aan moeten bieden?

ML: Nou ja, niet als je maar duizend euro geeft. Maar als je hele grote bedragen geeft, dan denk ik dat het goed is om maatdingen te doen. En dat hoeven geen hele duren dingen te zijn. Hier zitten mensen vaak niet op te wachten. Mensen hebben eerder behoefte aan unieke dingen die met het artistieke proces te maken hebben. Bied bijvoorbeeld aan dat de conservator eens bij jou thuis naar je collectie komt kijken en daar feedback op geeft. Dat kan voor iemand leuk zijn. Of bied aan dat een gever mee kan naar een kunstbeurs met de directeur. Er zijn hier allerlei invullingen voor. Het Rijksmuseum zou een lezing kunnen geven bij de Tefaf.

EJ: En waar zou die grens dan liggen tussen wat musea wel aan kunnen bieden en wat niet?

ML: Ik denk dat fundamentele invloed op het artistieke beleid ingewikkeld is. Je moet ook altijd kijken naar wat kost het en wat levert het op. Dus de tegenprestatie moet vooral niet te veel waarde hebben.

EJ: En hanteer jij daar ook bepaalde rekenmodellen voor?

ML: Ja, misschien zeg je 15% of zoiets. Je hoeft bij een ton natuurlijk niet per se iets van €15.000,- terug te geven. Maar bij €1000,- kun je zeggen dat je zeker niet boven de 15% gaat. En je kunt een rondleiding door het depot natuurlijk een waarde geven. Dan zeg je dat tien vrienden rondleiden een waarde heeft van €500,-. Zo vul je dit zelf in. Je ziet soms dat mensen enorm ingewikkelde dingen

gaan bedenken. En ik denk dat dit helemaal niet hoeft. Je moet dicht bij huis zoeken en dicht bij het artistieke. Zo zwaar hoeft het niet te zijn.

EJ: Ja, dit zei je al bij die workshop. Dat voor vriendenkringen soms een hele hoop tegenprestaties bedacht worden. Dat hier soms teveel te focus ligt.

ML: Het valt me op dat sommige organisaties een hele hoop overbodigheden aanbieden. Ik geef zelf aan een of ander dierenasiel. Ieder jaar krijg ik een agenda van ze. Dat geld kunnen ze wat mij betreft beter besteden aan die zielige poezen. Ik doe die agenda meteen bij het oud papier. Het lijkt me leuk als ze zouden zeggen dat ik een middagje mag komen knuffelen met de asioldieren. Maar daar ben ik nog nooit voor uitgenodigd.

EJ: Dat zei die man van de Belastingdienst ook. Dat er bij een gift geen op geld waardeerbare tegenprestaties tegenover mogen staan. Wat dat betreft zou een rondleiding of iets dergelijks dus beter zijn.

ML: Ja.

EJ: Nu zie ik op sommige websites wel eens een overzicht staan van de tegenprestaties. Wat denk je daar van? Want het schept natuurlijk wel duidelijkheid, maar het kan tegelijkertijd ook de exclusiviteit van zo'n relatie teniet doen.

ML: Ja, maar dat is misschien meer bij een geefkring. En dan denk ik dat het goed is als je dit ergens op kunt vragen. Een foldertje van een vriendenkring schept duidelijkheid. Je maakt het expliciet en zo voorkom je dat er een soort discussie ontstaat waarbij mensen verwachtingen hebben van iets wat ze terug krijgen wat er niet bij zit. Ik denk dat het goed is om heel duidelijk te zijn. En benadrukken dat je het goede doel ondersteunt. Voor hele hoge bedragen zou ik het minder op de website zetten. Dit is exclusief en meer maatwerk. Je hoeft ook niet ieder detail te noemen zoals de nieuwsbrief.

EJ: Precies. Ik zou nu toch nog even terug willen komen op de vriendenkring. Denk je dat die de laatste jaren belangrijker zijn geworden?

ML: Nou die waren er vroeger natuurlijk ook al maar toen waren ze meer een marketing instrument. Nu zie je dat er veel meer fondsenwervingwaarde aan wordt gehecht. Dat vond ik wel grappig tijdens die workshop van mij. Ik vind het zo logisch dat een vriendenkring een fondsenwervingdoel heeft. Maar ik had het idee dat sommige mensen bij het woord 'vriend' aan Facebook dachten. Dat moet ik dus even expliciet benoemen. Ik denk wel dat mensen steeds zakelijker naar hun vriendenkring kijken. Maar ook als het om het draagvlak gaat moet je er zakelijk naar kijken. Hoe zorg ik dat het draagvlak zo groot mogelijk is, welke social media zet ik in.

EJ: En dit gebeurt dus echt stap voor stap hè. Je bouwt eerst een vriendenkring op en dan ga je langzaam aan mensen eens benaderen voor een grotere gift.

ML: Nee, ik zou zelf bij een vriendenkring van bijvoorbeeld honderd euro eerst daar zoveel mogelijk mensen voor werven die het ook leuk vinden. En dan als er van de honderd misschien vijftien zijn die meer kunnen geven dan zou ik die apart benaderen. En niet de hele vriendenkring. Je moet goed kijken waar je dit wel en niet actief communiceert.

EJ: Ja want er zitten natuurlijk ook een hoop mensen bij die niet meer willen of kunnen besteden.

ML: Je hoeft niet geheimzinnig te zijn over het feit dat er nog meer mogelijk is maar je moet niet al je energie steken in het 'upgraden'. Mensen zijn al vriend geworden. Dit kan ook irritatie oproepen.

EJ: Antoinette liet mij laatst een rekenmodel zien van Cultuur-Ondernemen. Hiermee kun je uitrekenen wat het zou kosten om een vriendenkring op te zetten en aan te houden. Hanteer jij dit ook wanneer je instellingen adviseert?

ML: Wat voor model is dat dan? Misschien nog van Kunst en zaken. Ik heb het volgens mij wel eens gezien.

EJ: Inderdaad, het is een Excel-sheet waar je dan in kunt uitrekenen wat je aan brieven en dergelijke kwijt bent.

ML: Nou ja, dat kun je doen, maar ik geloof meer in het opzetten van iets. En denk goed na over de kosten. Je kunt ook een hele hoop via de mail doen. Dure wervingsdingen leveren ook niet altijd iets op. Dus bekijk wat logisch is en wat niet.

EJ: Oké. Dus je gebruikt geen vast rekensommetje?

ML: Nou ja, wat mensen wel vaak hanteren is het idee dat je de kosten van een vriend binnen een jaar zou moeten kunnen terugverdienen. Stel dat iemand 50 euro bijdraagt, dan mag het niet meer dan 50 euro kosten om die persoon te werven. Maar in de cultuur vind ik dat wel weer anders. Dit is meer als je grote mailings doet vanuit Amnesty of iets dergelijks. Daar heb je enorme databases voor nodig om mensen te werven. Dat kost natuurlijk echt veel geld. Het voordeel van een culturele instelling is dat je je publiek of potentiële gever al een beetje kent. Een theater heeft adresgegevens, dit is bij een museum anders. Maar je hebt wel mensen in je museum dus op die locatie kun je dingen doen. Daar kun je mensen aanspreken.

EJ: En je hebt ook een ruimte waarin je mensen weer dingen kunt bieden.

ML: Ja, maar nog los daarvan heb je toch een soort contactmoment waardoor de kosten weer anders zijn. Goede doelen moeten het echt hebben van telefonisch contact.

EJ: Ja, dus die instellingen hebben een hele grote visvijver die ze eerst moeten filteren, terwijl de liefhebbers van een museum juist naar je toe komen.

ML: Ja, dat is wel het verschil waardoor het een beetje anders wordt. Dus ik vind zeker dat je goed naar opbrengsten en kosten moet kijken. En het is ook een investering. Want als je denkt van: we moeten binnen een maand rendabel zijn, dat heeft geen zin. Je moet van te voren goed nadenken over de opbrengsten. Wanneer je mensen vijf jaar te vriend gaat houden is het een ander verhaal dan wanneer het om een eenmalige activiteit draait.

EJ: Dus zo'n eenmalig evenement is toch weer anders. Daar wou ik het nog even over hebben. Ik heb dat boek, 'Fun of fundraising', gelezen. Hier hebben een aantal van jouw collega's aan meegewerkt. Dit gaat over eenmalige fundraisingacties.

ML: Ja precies, het gaat over fondsenwervende evenementen. Dit is weer wat anders dan vrienden. Je kunt vrienden natuurlijk wel uitnodigen om mee te doen aan een evenement. Ik denk dat een mix ook vaak wel goed is. Stel je moet als museum een project bij elkaar werven dan is het goed om verschillende dingen in te zetten. Dus crowdfunding bijvoorbeeld. Dat zal Denise je ook wel verteld hebben bij het Amsterdam Museum. Maar je kunt ook een soort evenement bedenken. Bijvoorbeeld picknicken op de binnenplaats en daar wordt geld mee verdient.

EJ: Inderdaad, hier heb ik het met Denise over gehad. Ze hebben daar ook een funderingspilaar gehad waar mensen centimeters van konden kopen. Het is daar allemaal erg concreet gemaakt. Denise zei al dat het mensen zijn die ze voor het eerst in huis hadden en waar ze diezelfde avond nog geld van hebben gekregen. Dat vind ik dan wel heel knap, zeker als je uitgaat van zo'n relatie tussen geveer en museum. Dan levert het dus toch wel veel op.

ML: Ja zeker. Ik denk als een actie zo leuk is dan geven mensen toch wel.

EJ: Inderdaad. Nou ik geloof dat ik al weer bij mijn laatste vraag ben aanbeland. Ik vroeg me af jij bepaalde voorbeelden hebt, casussen van andere musea, die jij heel erg geslaagd vindt.

ML: Nou ik was nauw betrokken bij het Kunst & Zaken mecenaatprogramma, dat begon volgens mij in 2005. Toen hebben wij het MoMa naar Nederland gehaald. Dat vond ik toen wel heel inspirerend en bijzonder, ook omdat zij natuurlijk op een enorme schaal werven met heel veel mensen. Echt een professionele aanpak. Zij hadden allerlei cirkels, bijvoorbeeld voor mensen die van Afrikaanse kunst

houden. En leuke tegenprestaties. Dat vind ik wel inspirerend. En ook het Stedelijk pakt het goed aan met de heropening.

EJ: Ja het MoMa heeft echt een mega afdeling fondsenwerving. Die sturen bijvoorbeeld ook verjaardagscadeaus naar de kinderen van grote gevers. Ze houden heel veel gegevens bij. Zou dit hier ook werken in Nederland?

ML: Nee, ik denk dat je het altijd heel erg moet vertalen naar onze situatie. Als je daar ziet dat er tig verschillende vriendenkringen bestaan, moet je dat wel vertalen naar hier. Wat betekent dat voor mijn organisatie? Kan ik inderdaad meerdere groepen onderscheiden en wil ik daar iets voor ontwikkelen. Of juist niet? Ik denk dat in Nederland mensen niet zo zitten te wachten op een verjaardagskaart. Tenzij je echt een persoonlijke band hebt opgebouwd met de organisatie. Maar dan zou het de vraag zijn of dit wel een kaart moet zijn, of misschien iets anders. De kunstenaar ontmoeten bijvoorbeeld vinden gevers altijd leuk. Belangrijk is dat er altijd een goed aanbod is en dat de gever zich thuis voelt binnen een organisatie. Er moeten ook leuke andere mensen meedoen. Het kan helpen als er een soort clubgevoel ontstaat. Veel mensen vinden dat wel leuk. Hier kun je op doorbouwen. In Amerika zijn dit soort kringen haast een soort huwelijksmarkt. Mensen die het leuk vinden om anderen hier te ontmoeten. Ik vind het grappig dat het hiervoor gebruikt wordt. En wellicht vinden gepensioneerden, van wie de partner is overleden, het ook leuk om anderen te ontmoeten met wie ze leuke culturele dingen kunnen doen. Je kunt het ook inzetten voor mensen die op een bepaalde carrièrestap zitten te azen. Bij het Concertgebouw kom je natuurlijk een bepaald clubje tegen. De juiste mensen kom je hier tegen.

EJ: Het geldt denk ik sowieso wel voor sponsors dat ze zo'n platform gebruiken om te netwerken.

ML: Ja maar het kan ook voor particulieren een netwerk zijn.

EJ: Inderdaad. Maar hoe zit dat dan voor sponsors? Hebben die vaak een achterliggende agenda? Een sponsor heeft wel andere belangen natuurlijk.

ML: Nou ja die kijken er wel wat zakelijker naar natuurlijk. Wanneer de directeur niet voor zijn eigen voorkeuren kiest, maar puur voor het bedrijf, dan draait het vaak om het imago van zo'n bedrijf en de medewerkers die er iets aan hebben. Soms is het ook een mix. Dat iemand persoonlijk iets belangrijk vindt en daar dan vanuit het bedrijf iets mee doet. Zeker als iemand de eigenaar is van zijn eigen bedrijf dan lopen die dingen wat meer uit elkaar.

Interview met Katrien van de Linde, initiatiefneemster van Young Stedelijk.

Uitleg onderzoek

KL: We hebben nu 1200 vrienden in de kring waar men voor €75 lid van is. Maar we hebben best veel verschillende vriendengroepen. Naast deze 'gewone' vrienden hebben we ook familievrienden. Zij krijgen familie-activiteiten. Dan hebben we ook nog een groep donateurs. Die zitten op €250. Die mensen worden ook voor de openingen uitgenodigd. Dus het is een soort stijgende lijn want je krijgt als donateur ook alle 'benefits' van de vrienden. Nu heb ik dus Young Stedelijk opgericht, dat zit daar dus tussenin. Als laatste heb je nog de patronen. Dit zijn mensen die €1000 betalen.

EJ: Oké, en hoeveel mensen zijn dat?

KL: Dat zijn nu iets van 50 mensen. Maar ik ben nu bezig om aan die kring van patronen wat meer schwing te geven. Ik vind het namelijk wel interessant dat het met de Geefwet ook voor patronen heel gunstig is om te schenken. Je geeft €1000, maar netto komt dat neer op een bedrag van rond de €350. Ik denk dat er veel mensen hier in de omgeving zijn die daar wel voor openstaan.

EJ: Ja, €350 is meteen alweer een ander bedrag dan €1000.

KL: Ja, precies.

EJ: Kun je misschien iets meer vertellen over het ontstaan van Young Stedelijk? Heb ik goed begrepen dat het jouw geesteskindje is?

KL: Het idee is ontstaan toen ik stage liep in het buitenland. Ik heb stage gelopen in Londen en in New York. In Londen ben ik een paar keer naar een evenement van de Young Patrons geweest en in New York naar The Young Associates. Dat vond ik eigenlijk heel erg leuk, maar dit heb ik gewoon naast mijn stages gedaan. In New York heb ik bij Human Rights Watch stage gelopen en in Londen op de ambassade. Dit waren dus hele andere dingen, maar ik heb het wel meegekregen. Ondertussen was ik hier bezig bij Museum van Loon. Naast mijn studie heb ik daar met een paar vrienden een jongerenclub opgericht. Langzaam rolde ik daar dus een beetje in. Bij het Stedelijk had ik op een gegeven moment een gesprek met onze zakelijk directeur. Dit was een soort oriënterend gesprek over wat ik nou precies deed, hoe ik het Stedelijk beschouwde en hoe ik aankeek tegen jongerenclubs. Ik was toen heel enthousiast in dat verhaal en ik had helemaal niet door dat het eigenlijk een sollicitatie was! Ik maakte duidelijk dat ik veel potentie zag voor zo'n club bij het Stedelijk. Toen ben ik aangenomen om Young Stedelijk op te richten en onlangs heb ik een promotie gekregen waardoor ik nu over alle vriendengroepen van het museum ga. Young Stedelijk is 24 januari gelanceerd en het loopt nu eigenlijk goed. Momenteel ben ik bezig met die patronen en met het

werven van meer vrienden. Omdat ik denk dat de manier waarop we dingen bij Young Stedelijk aanpakken ook kan werken voor de andere kringen.

EJ: En maak je dan ook gebruik van de geefpiramide? Dus dat mensen na verloop van tijd doorgroeien en meer gaan geven?

KL: Ja, dat is wel het idee geweest bij Young Stedelijk. We willen dat mensen op een laagdrempelige manier binnenkomen op een vrij jonge leeftijd. Op latere leeftijd kunnen ze doorstromen, dan wel naar hogere particuliere kringen dan wel naar onze businessclub. Er zitten veel corporate mensen bij Young Stedelijk dus dat kan dan ook.

EJ: Precies, dus dat doorstromen is wel de inzet?

KL: Nou, aanvankelijk is dat niet de doelstelling geweest, maar ik heb wel de hoop dat het leuk zou zijn wanneer dat gebeurt.

EJ: En is het nou lastig om jonge leden te werven? Ik kwam een artikel tegen in het *NRC* waarin stond dat er door de verbouwing een hele generatie bestaat waarin het Stedelijk in de ontwikkeling ontbreekt.

KL: Dat is eigenlijk mijn insteek. Ik heb zelf nagedacht over hoe ik dit wilde 'branden'. Bij de lancering heb ik het in mijn speech hierover gehad. Er is een hele generatie die dit museum nog nooit heeft bezocht omdat het zo lang dicht is geweest. Soms hebben ze geen idee van wat je hier kunt zien. Maar het is een jonge generatie die dus als het goed is geïnteresseerd is in moderne kunst, trends en nieuwe ontwikkelingen. Daarom was ik ook zo enthousiast over die jongerenclub voor het Stedelijk Museum. Ik denk dat dit een museum is waar dit heel erg bij past. Maar dat het museum lange tijd dicht is geweest, zag ik juist als een mogelijkheid. Er bestaat dus een soort 'hunger' bij deze generatie om hier binnen te zijn.

EJ: Zeker, zo heb ik het ook ervaren toen ik hier vorig jaar voor het eerst kwam. Eindelijk telt Nederland mee op het gebied van moderne kunst. Natuurlijk, het was er al, maar ik moest er voorheen altijd voor naar het buitenland.

KL: Precies. Je merkt ook dat de overheid zich in Angelsaksische landen al langer aan het terugtrekken is. Daar is het vanzelfsprekender om te geven, onder andere aan culturele instellingen. Nu bestaat er in Nederland op het gebied van fondsenwerving wel een trend dat het meer naar het Angelsaksische model gaat. Daar ben ik ook wel voor. Young Stedelijk is een stap naar deze ontwikkeling. Je merkt dat dit in Nederland nog even moet landen. Maar ik merk dat het bij mijn generatie wel sterk het besef groeit dat wanneer je het belangrijk vindt dat er mooie

tentoonstellingen komen in het Stedelijk en je de mogelijkheid hebt om bij te dragen, je dat ook moet doen.

EJ: Oké, dus dit krijg je wel te horen van mensen?

KL: Ja, dat merk ik.

EJ: En hoe werf je die leden nou? Ik zie dat jullie ook ambassadeurs inzetten. Doe je dit ook met het idee dat dit meer mensen trekt?

KL: Ja, ik begon natuurlijk met niets. Dus ik kon wel mijn eigen vriendengroep uitnodigen, maar dat is natuurlijk ook niet de beste manier. Ik wilde dat Young Stedelijk een gevarieerde club zou worden. Dat is bijvoorbeeld wel een verschil met het Metropolitan bijvoorbeeld. Daar betaal je minimaal \$1500 om überhaupt binnen te komen. Dat zijn geen Nederlandse bedragen en bovendien sluit je daar ook bepaalde groepen mee uit. Ik vond het belangrijk om een diverse groep te ontwikkelen. De eerste slag die ik daarom heb gemaakt, was het aanstellen van de ambassadeurs. Deze ambassadeurs moesten een soort afspiegeling zijn van wat uiteindelijk Young Stedelijk wordt. Dat zijn dus mensen van de Zuidas. Dus zeg maar de corporate-mensen. Maar ook de architecten, de vormgevers, modeontwerpers en mensen die op de Rijksacademie zitten. Ik vind dat deze mensen hier ook thuishoren. En ook jonge ondernemers. Dit zijn allemaal mensen die geïnteresseerd zijn in moderne kunst en hedendaagse vormgeving. Aan al die ambassadeurs heb ik gevraagd om vijf mensen mee te nemen naar de lancering. Ook niet meer. Deze mensen moesten echt passen binnen het Stedelijk en eventueel lid willen worden.

EJ: Dus ze hoefde nog geen lid te zijn?

KL: Nee. Maar op deze introductieavond is 75% van deze meegenomen vrienden lid geworden. En ik vond ook dat kunstenaars thuishoren in deze club. De mensen van de Zuidas hebben me dat ook op het hart gedrukt. Anders kunnen ze net zo goed naar een gratis netwerkborrel gaan. Deze club moet wel iets toevoegen. Dit moet een plek van ontmoeting zijn. Voor kunstenaars hanteer ik een speciaal tarief van €75 per jaar. Je hebt natuurlijk te maken met verschillende leeftijden en budgetten. Maar dit promoot ik niet zo in de media. Ik wil hier geen Foster Parents voor kunstenaars maken. We hoeven deze korting niet aan de grote klok te hangen.

EJ: Maar goed, een lidmaatschap kost voor 'gewone stervelingen' dus €300. Een bedrag dat te overzien is, maar het is goedkoper om voor €75 vriend te worden.

KL: Ja, het is wel aanzienlijk hoger. Ik heb dit expres gedaan omdat ik vond dat dit een hechte groep moest worden. Mensen moeten elkaar ook kunnen leren kennen, dus dan moeten het geen

duizenden mensen worden. Dat was het wel geworden als het lidmaatschap goedkoper zou zijn. Ik merkte bijvoorbeeld al dat er veel animo was bij de lancering. Iedereen wilde komen. Voor €75 was iedereen lid geworden. Maar nu zijn het echt mensen die oprecht geïnteresseerd zijn en die het de €300 waard vinden. Ze willen ook echt mensen leren kennen en iets meer over kunst leren. Het is een sterke en kwalitatief goede groep. Ook voor de toekomst. En daarnaast geldt hier ook weer de Geefwet. Als je je voor vijf jaar verbindt aan Young Stedelijk, betaal je per jaar maar zo'n €160.

EJ: Ik denk dat je wel een punt hebt met dat het zo een stabiele groep is. Je trekt zo alleen mensen aan die echt geïnteresseerd zijn en die zeggen niet zo gauw hun lidmaatschap op. Dat merk je bij andere vriendenkringen soms wel.

KL: Ja, inderdaad.

EJ: Klopt het dat het ook mogelijk is om €500 of €800 te betalen? Zitten hier andere tegenprestaties aan verbonden?

KL: Nou, je krijgt er helemaal geen extraatjes voor terug. Het idee is eigenlijk bedoeld voor de wat oudere leden in de groep met een stevig salaris. Zij rekenen op €300, maar met de Geefwet komt dit uiteindelijk op minder geld neer. Ook als zij €800 betalen komt dat middels deze wet neer op €300. Ons comitélid Ronald Kolk heeft ook een praatje gehouden bij de lancering. Hij vindt dat je moet laten zien wat je waard bent en zodoende dus naar draagvlak kunt geven. Ik vind het heel mooi dat mensen dit ook gewoon doen.

EJ: Ja, uiteindelijk komt het toch op hetzelfde neer. En wat mogen de tegenprestaties ongeveer kosten?

KL: Van de contributie vloeit ongeveer 30% terug naar de leden. We organiseren vijf evenementen per jaar. En deze evenementen verschillen heel erg. Zo houden we ze zowel binnen als buiten het Stedelijk. Over twee weken hebben we een evenement over mode buiten de deur. Dit organiseren we samen met *Vogue*. Onlangs hebben we een evenement gehad over videokunst. We organiseren binnenkort een klein side-event op 5 mei. Dit is in samenwerking met de jongerenclubs van het Concertgebouw, de Stadschouwburg, het FOAM en de Vereniging Rembrandt. Op verzoek van de gemeente Amsterdam organiseren wij een jonge vrijheidsmaaltijd. Eerst hebben we een inhoudelijk programma in ons auditorium. De directeurs van de deelnemende instituten vertellen over hun instituut tijdens de oorlog en in de periode daarna. Na afloop eten we hier in het restaurant voor een speciaal tarief. En met een van onze comitéleden die het Amsterdam Art Weekend organiseert, organiseer ik twee keer per jaar een gallery walk. In kleine groepjes gaan we dan wandelen door de

Pijp of door de Jordaan en bezoeken we galleries. Het mooie is dat al deze dingen eigenlijk niet zo veel geld kosten om te organiseren.

EJ: En organiseer je vaker evenementen met andere instellingen of met andere jongerenclubs?

KL: Nou, die vrijheidsmaaltijd was van tevoren niet aangekondigd, maar ik werd hiervoor benaderd door de gemeente Amsterdam. Ik vind dat 5 mei een dag is waar we ook met anderen stil bij moeten staan. Ik heb het evenement opgezet met Sywert van Lienden, hij is voorzitter van Entrée. Hij heeft ook de G500 opgezet. Ik weet niet of je dat kent?

EJ: Ja, dat ken ik wel.

KL: Nou, met hem heb ik dat dus opgericht. Dus Young Stedelijk draait niet alleen maar over fondsenwerving. Ik snap dat jij daarin geïnteresseerd bent, jij schrijft immers je scriptie daarover, maar Young Stedelijk is dus niet alleen maar met dat doel opgezet. Ik merk dat er een bepaald soort vertrouwen bestaat bij de leden en dat ik niet hoeft te communiceren wat mensen er precies voor terugkrijgen. Meestal krijgen ze trouwens meer terug dan waar ze voor ingetekend hebben.

EJ: En waarom denk je nou dat mensen lid worden?

KL: We hebben Young Stedelijk gebaseerd op drie pijlers. De eerste is bijdragen. Het idee is dat de kring uit jonge mecenasen bestaat. De tweede is inhoud. Leden leren hier dingen over moderne kunst en vormgeving van de beste curatoren van Nederland. De derde is een interessant netwerk. Je ontmoet hier mensen die je normaal gesproken niet zo snel zou ontmoeten. Dus ik denk dat de motivatie om lid te worden een combinatie is van deze pijlers. Daarnaast denk ik dat ik ben aangenomen omdat ik een bepaald gevoel heb voor 'branding' en het scheppen van een imago. Het doel is om iets te creëren waar je bij wilt horen. Dit doe ik door bijvoorbeeld Daan Roosegaarde uit te nodigen als 'key speaker'. Dat zijn allemaal dingen waar ik op inzet. Je begint natuurlijk met niets en mensen moeten veel geld betalen, dus dan moet het wel iets zijn waar je bij wilt horen. En dat was nog niet zo makkelijk in het begin.

EJ: Oke. Ik bekijk even welke vragen ik nog meer heb, veel zijn al ter sprake gekopen. Je denkt dus wel dat de leden ook geld blijven geven nadat ze de 40 zijn gepasseerd?

KL: Het idee is dat dit een soort laagdrempelige eerste binnenkomst is. Deze mensen zijn oprecht geïnteresseerd in het museum en in moderne kunst. Het idee is wel dat er een bepaalde doorgroei gaat ontstaan. Daar ben ik nu nog wat minder mee bezig omdat de club pas net is opgericht. Maar uiteindelijk ga ik me hier wel mee bezig. Als iemand dan de 40 aantikt kan ik ze wijzen op onze patronen en de business club. Zo zie ik dat wel, ja.

EJ: Komen de leden eigenlijk uit het hele land?

KL: Nee, wel meer Amsterdam en omgeving. Het is wel ver om helemaal uit Rotterdam hierheen te komen. Ik had hier laatst wel een meisje gesproken die een eigen galerie heeft in Rotterdam. Ook was er de jongste ondernemer van het jaar, ook uit Rotterdam. Dat vond ik wel een eer.

EJ: Maar zeker als het ook om een netwerk gaat, is het ook niet zo interessant om vanuit de andere kant van het land te komen.

KL: Nee, maar zonder nu arrogant over Amsterdam te doen, denk ik wel dat je kunt zeggen dat hier de top zit qua bedrijven, designers en modeontwerpers. Een groot deel in ieder geval. Hier zit ook de Rijksacademie, wat de beste opleiding voor kunstenaars is. Dus het trekt wel aan, maar om helemaal uit Eindhoven te komen voor een avondje is wellicht wat te veel moeite.

EJ: Wat ik me dan afvraag, is of dit concept ook buiten Amsterdam zou kunnen werken. Denk je dat een jongerenclub ook in Eindhoven, Nijmegen of Groningen kan bestaan?

KL: Ja, ik denk dat dat wel kan. Misschien niet op zo'n grote schaal, maar ik denk dat het wel kan. Ik denk dat veel musea veel beter moeten kijken naar hoe ze dingen 'branden'. Het is belangrijk om er iets van te maken waar je bij wilt horen. Er zijn honderdduizend vriendenclubs en je kunt ook aan honderdduizend goede doelen je geld geven. Het moet dus wel iets zijn waar je bij wilt horen. 'What's in it for them?' Daar moet je goed over nadenken.

EJ: En geldt dat dan vooral voor jongeren?

KL: Nou, in het algemeen denk ik.

EJ: Ik zie dat babyboomers en ouderen zich wel bij de meer traditionele vriendenkringen aansluiten namelijk. Zijn die dan minder gevoelig voor branding?

KL: Het gaat ook heel erg om het groepsgevoel. Iemand van 26 voelt zich niet zo thuis in een vriendengroep waar alleen maar babyboomers in zitten. Ouderen hebben vaak toch andere interesses en werken vaak ook niet meer. Daarom denk ik dat het goed is om verschillende groepen te hebben. Dat geldt ook voor babyboomers, die spreken daar ook mensen van hun eigen leeftijd. We gaan nu een keer per jaar een evenement met alle vrienden organiseren zodat jong en oud dan bij elkaar zit, maar ik denk dat het wel goed is om aparte clubs te hebben. Ik vind het ook niet leuk om acht keer per jaar tussen een groep die mij niet aanspreekt te staan. Het is leuker om met leeftijdsgenoten in een club te zitten.

EJ: Snap ik. Hoe zagen de vriendenkringen er eigenlijk voor de verbouwing uit? Waren er toen ook veel jonge vrienden?

KL: Nee, we hebben nog nooit zo'n jonge club gehad. We hebben wel programma's voor jongeren gehad, maar niet een vriendencirkel.

EJ: Maar ze zaten ook niet tussen de 'gewone' vrienden?

KL: Nee, ze hebben zich niet per se zo aangesloten bij de vriendengroepen. We zagen wel dat veel jonge mensen geïnteresseerd zijn in onze kunst. Toen we een tijdje in het CS zaten, hadden we een tentoonstelling over Andy Warhal. Dit sprak veel jonge mensen aan. Er was veel draagvlak voor.

EJ: Het is dus wel een museum dat veel potentie heeft voor jongeren.

KL: Precies, bij de start verwachtte ik dus al wel dat het in dit museum heel goed zou werken. Maar het kan ook in het Rijksmuseum. Maar ik ben blij dat wij de eerste zijn die het op deze manier heeft aangepakt. We zijn hier wel een echte trendsetter in.

EJ: Ja. Ik ben heel benieuwd of deze trend zich gaat voortzetten in Nederland.

KL: Ja, zeker. En bij het Concertgebouw heb je bijvoorbeeld al zo'n jongerenclub, daar betaal je dan €5 per keer. Maar dat is niet echt een hechte club, dat betekent meer dat je naar concerten kunt met korting.

EJ: Ja. En dan heb je nog FOAM, die hebben toch ook een club voor jongeren?

KL: Ja, Club FOAM is nu opgericht. Het is wel een kleiner museum, dus ook een kleinere groep mensen en een kleiner inhoudelijk gebied. Het gaat alleen over fotografie. Maar daar gaan we dus ook mee samenwerken tijdens Unseen. Ik ben wel heel erg voor die samenwerking.

EJ: Ja. We hadden het net al even over dat doorgroeien van leden. Vindt u dat vrienden opgeleid moeten worden om meer te geven?

KL: Ik denk het wel. En ik denk dat Young Stedelijk wel een goede eerste stap is. Want die vriendenkring kost maar €75. Met alle respect, maar dat is niet heel veel. Er blijft niet zo veel over voor het Stedelijk. Bij Young Stedelijk blijft er daadwerkelijk wat over. In de eerste instantie gaat het ook om het geven. Zo vertel ik het ook aan mensen. Je geeft in de eerste instantie iets aan het museum en pas in de tweede instantie krijg je er iets voor terug. Het moet niet om ellenlange lijsten gaan met wat je allemaal terugkrijgt. Het moet ook een investering zijn.

EJ: Mensen moeten zich dus al direct realiseren dat ze aan het geven zijn. En niet dat ze voordeeltjes aan het kopen zijn.

KL: Precies. En ik denk dus wel dat ze opgeleid moeten worden. Vooral in Nederland. Ik denk dat het goed is dat mensen op een laag niveau binnenstappen en langzaam doorgroeien. Dan gaat het ook op een natuurlijke manier en dan snappen mensen ook waar het geld heengaat. Dat werkt beter dan wanneer je ze op een hele koude manier gaat bellen en vraagt of ze duizend euro willen geven. Je moet wel een gevoel krijgen hierbij.

EJ: Ik ben benieuwd! Tijdens mijn stage heb ik veel interviews gehouden waarin dit onderwerp ook ter sprake kwam.

KL: Waar heb je stage gelopen?

EJ: Bij Cultuur-Ondernemen.

KL: Oh, leuk!

EJ: Ja, heel interessant. Ik had toen met Renée Steenbergen gesproken.

KL: Wie is dat ook alweer?

EJ: Zij is deskundig op het gebied van mecenaat en publiceert daar ook veel over.

KL: Oh ja, ik weet het alweer.

EJ: Nou, zij vindt dus dat we in Nederland gewend zijn om overal voordeel van te hebben. En zo ook vrienden. Daar moet volgens haar verandering in komen.

KL: Ja, daar gaan instituten ook aan kapot. Ik heb het ook best snel gehad met mensen die niet snappen dat het gewoon goed is wanneer je voor €75 vier evenementen per jaar krijgt, onbeperkte toegang tot het museum en dat dat het dan is. En heb je met haar ook over jongerenclubs gesproken?

EJ: Nee, toen niet. Het onderzoek wat ik toen deed ging daar niet zozeer over.

KL: Ik ben namelijk wel benieuwd wat zij van dit soort clubs vindt.

EJ: Dat weet ik niet precies, maar ik denk dat veel mensen dit wel een goede ontwikkeling zullen vinden.

KL: Dat is ook zo.

EJ: En Amerika zie je dit wel bij meer instellingen denk ik. Jij hebt het dus bij het MoMa gezien?

KL: Ja, MoMa, Met, Whitney Museum, ze hebben het allemaal.

EJ: Je ziet toch vaak dat wanneer dit in Amerika zo is, het over tien jaar bij ons ook zo is.

KL: En gelukkig nu al bij ons! Ik vind het wel mooi dat we hier een voorloper in zijn.

EJ: Inderdaad. Bedankt voor je tijd!

KL: Geen dank!

Interview met Marian Louppen, voorzitter van de vriendenvereniging van Het Gelders Orkest.

Uitleg onderzoek

EJ: Als ik het goed begrijp, is de vriendenkring van Het Gelders Orkest dus een aparte organisatie.

ML: Ja, een zelfstandige stichting. Maar we zijn natuurlijk wel de vrienden van Het Gelders Orkest en niet de vrienden van onszelf of van een ander. We zijn er voor het Gelders Orkest en dat is ook altijd wel mijn uitgangspunt. Zoals ik net al zei, hebben we wel eens discussies over waar de grenzen nou eigenlijk liggen. Bijvoorbeeld wanneer we een verzoek krijgen of we voor een andere culturele instelling reclame willen maken. Dat kunnen we natuurlijk doen, maar het is tegelijkertijd onze concurrentie. Want dan gaan de mensen niet naar Het Gelders Orkest. Dus dat is zo'n punt waar we mee zitten. Je moet oppassen dat je niet een soort reclamebureau wordt. Maar we letten ook goed op het soort acties dat we voeren. We hebben nu het nadrukkelijke beleid dat we alles in overleg met Het Gelders Orkest doen. Het moet stroken met wat zij doen.

EJ: Oke, is dit een nieuw beleid?

ML: Nou, het was er eigenlijk altijd al. Maar op een gegeven moment kregen we een aantal nieuwe leden en toen hebben we ons geheroriënteerd op de ruimte die we hebben. Een aantal leden hadden ook het idee om zelfstandig acties op te zetten. Daar is op zich niets op tegen, maar wel pas nadat we met Het Gelders Orkest overlegd hebben. We willen ons door hen laten leiden want als het op de een of andere manier niet uitkomt, of we doen dingen dubbel, dan zou dat niet efficiënt of verstandig zijn.

EJ: Precies, dat kan zelfs contraproductief zijn. Als ik het goed begrijp bent u sinds een paar jaar voorzitter van de vriendenvereniging. Kunt u iets vertellen over uw voorzitterschap? Heeft u bijvoorbeeld een nieuw beleid ingevoerd?

ML: Nou, voordien zat ik in de Raad van Toezicht. Toen is mij gevraagd of ik voorzitter wou worden. Er zat toen een voorzitter die al langer had aangegeven dat hij eigenlijk slechts interiem wilde zijn. Ik ben dat toen geworden. Ook in de vorige periode bestond er al een heel actief beleid en dat is daarna geïntensiveerd. Het hangt natuurlijk ook heel erg af van de mensen die in het bestuur zitten en hoeveel tijd die mensen hebben. Er zaten een aantal mensen in die heel creatief en enthousiast waren. Dat heeft ertoe geleid dat we heel actief zijn geweest een aantal jaren. En op een gegeven moment hebben we een balans opgemaakt. In grote lijnen hebben we namelijk twee doelen. De ene is vrienden binden aan Het Gelders Orkest. Dit doen we door dingen te organiseren voor de vrienden. Het andere doel is Het Gelders Orkest ondersteunen, in moreel en financieel opzicht. We

houden geld over van alle bijdragen die we innen en dat gaat naar Het Gelders Orkest. Goed, we binden dus vrienden aan het orkest. We merken echter dat we ons behoorlijk moet inspannen voor een kleine groep mensen. Je kunt je dan afvragen of de inspanningen wel opwegen tegen het rendement. We zijn er wel mee doorgedaan, maar we zijn wel wat kritischer geworden. En we hebben ook activiteiten gehad die na een tijdje waren uitgewerkt. Zo hebben we een tijdje concerten in Gelderse kastelen georganiseerd. Dat was heel leuk. We hebben onze leden hier natuurlijk voor benaderd. Bij zo'n concertje hoorde dan wat eten en drinken en een rondleiding door het kasteel. Dit hebben we een paar jaar gedaan en op een gegeven moment kom je weer terug bij dezelfde kastelen. Zo'n rondleiding doe je maar een keer, dus na een tijdje was het concept gewoon over. Dat heb je ook met een aantal dingen. Heel vroeger hadden we ook altijd een ontvangst voor en na het concert. Daarvan bleek dat het aantal bezoekers aan het teruglopen was. Mensen vonden het na een tijdje niet meer zo leuk. Dus dat hebben we ook geschrapt. Daarnaast zijn we kritisch naar de kosten en de baten gaan kijken. Want de afgelopen jaren zie je door de economische recessie dat mensen als vriend afhaken. We willen graag het orkest blijven ondersteunen. Als we niet hard werken aan het op peil houden van het aantal leden dan loopt dat bedrag terug. En dat gebeurt anders wel. Ieder jaar heb je te maken met mensen die komen te overleiden, mensen die opzeggen, dus je moet je inspannen om gewoon op hetzelfde niveau te blijven. En eigenlijk willen we nog groeien. En daarbij kijken we naar de kosten en de baten. Wij als bestuur doen dit ook maar vrijwillig en iedereen heeft daarnaast ook andere verplichtingen. Onze activiteiten moeten dus niet zo veel inspanning kosten maar wel het doel bereiken. In plaats van allerlei trips en excursies te organiseren, wat we overigens nog steeds wel doen. Zoals wanneer het orkest een opera begeleidt. Op dit moment speelt de Nationale Reisopera *De barbier van Sevilla*. Dan organiseren wij als vrienden een busreisje naar de plaats waar de opera gespeeld wordt. Maar we organiseren dus alleen uitjes die om het Gelders Orkest draaien. Ik weet dat sommige organisaties ook andere dingen organiseren. Die gaan bijvoorbeeld naar Aken. Dan ben je meer een reisvereniging. Daar is overigens helemaal niets op tegen, daar betalen de mensen ook wel voor, maar het is wel een heleboel werk. En in feite heeft het niet met de kerndoelstelling te maken. Wij willen ons zelf meer richten op datgene waarvoor we op aarde zijn, in dit geval Het Gelders Orkest. Dus wel een excursie naar een opera, maar niet naar het buitenland bijvoorbeeld. En wat we nu vaak organiseren is een vriendentafel. Dat is een diner voorafgaand aan een concert.

EJ: Oja, daar had Anita het over.

ML: Dat is leuk en het schijnt aan te slaan. De vrienden eten samen, meestal in Arnhem of Nijmegen. Musici schuiven aan en dat vinden de mensen vaak leuk. Dan kunnen ze daar eens mee praten. We spannen ons ook in om educatieve activiteiten te ondersteunen en daar bij te zijn. Maar je moet

maar eens op onze vriendenbrief kijken, dan kun je zien wat we zoal doen. Dat is dus altijd in het kader van binding, zonder dat het ons heel veel tijd kost.

EJ: Want jullie doen dit ook allemaal vrijwillig natuurlijk?

ML: Ja, wij zijn allemaal vrijwilligers. We krijgen niets vergoed en we moeten alles zelf regelen. In het verleden was het zo dat het orkest een aantal dingen voor ons deed, bijvoorbeeld de ledenadministratie. Maar jij weet natuurlijk ook dat het orkest 50% van haar subsidie moet inleveren. Het orkest heeft daarom een aantal maatregelen genomen, daar heeft Anita je waarschijnlijk wel over verteld.

EJ: Ja, ze heeft verteld hoe de afdelingen nu anders zijn ingericht. Er wordt nu meer ingezet op de marketing.

ML: Ja. Alle musici zijn op een dienstverband van 60% gezet, de kaartjes zijn duurder geworden en we hebben een bredere programmering. Er werd ook gekeken wat uitbesteed kon worden. Dat werd onder andere de financiële administratie en de ledenadministratie van de vriendenvereniging. Dat mochten we dus voortaan zelf gaan doen. Daar liepen we toen een beetje tegenaan gezien het feit dat we allemaal een druk leven hebben en het er allemaal bij doen. Toen zei Anita gelukkig dat zij het wel wou doen, als aanvulling op het bestuur. Ze doet het toch al beroepsmatig voor het orkest en het is allemaal hetzelfde systeem. Zij kent dit goed en kan het snel bedienen. Dus zo is het gegaan.

EJ: Ik begrijp dat jullie dus best veel samenwerken met Het Gelders Orkest.

ML: Ja. Een aantal weken geleden had een van onze bestuursleden het idee om flyers van de vriendenkring te koppelen aan de programmaboekjes. Dan kunnen ze het uitdelen tijdens de concerten en krijgt iedereen dus zo'n flyer. We vroegen toen aan Het Gelders Orkest wat zij ervan vonden. De marketingafdeling heeft er toen naar gekeken en die vond het een prima idee, dus dat zijn we toen gaan doen. Soms zeggen ze ook dat iets een prima idee is en dan gaan ze het zelf uitvoeren. Dat hangt ervan af wiens taak het is.

EJ: Doen jullie zelf actief aan ledenwerving?

ML: Ja, bij concerten delen we bijvoorbeeld folders uit. Het Gelders Orkest helpt hier zelf niet aan mee. Misschien dat ik hier even iets bij moet vertellen. Een van de activiteiten die voor mijn tijd was opgestart, is de zogeheten vriendenstand. Bij ieder concert stonden er vrijwilligers bij zo'n stand die programma's verkochten ten bate van de vrienden. Geleidelijk aan heeft Het Gelders Orkest die planning overgenomen omdat het natuurlijk ook hun planning is. Deze vriendenstand is dus langzaam een HGO-stand geworden. Maar de vrijwilligers wijzen nog wel steeds op de

mogelijkheid om vriend te worden. Nu is het zo dat Het Gelders Orkest zelf ook veel activer is geworden met allerlei marketing activiteiten. Daar hebben ze speciaal mensen voor aangenomen. Ze zeggen nu dat we moeten opletten. Want als wij als vrienden daar rondlopen met speciale acties en Het Gelders Orkest is zelf ook al vertegenwoordigd in de lobby dan kan het teveel worden voor bezoekers. Dat wordt nu op elkaar afgestemd en soms krijgen we dan ook te horen dat we iets beter niet kunnen doen. Want uiteindelijk zijn de belangen van het orkest leidend en die belangen kunnen zij het best behartigen. Daar houden wij natuurlijk rekening mee.

EJ: Ik heb hier nog de vraag staan op welke manieren jullie steun bieden, maar hier hebben we het net eigenlijk al over gehad. Dit zijn dus de doelen die jullie hebben. Onder andere financiële steun dus. Speelt het creëren van draagvlak ook een rol?

ML: Ja, dat is eigenlijk wat ik versta onder binding. Hoe meer vrienden we hebben en hoe meer deze vrienden betrokken zijn bij Het Gelders Orkest, hoe beter. De laatste jaren wordt het steeds belangrijker dat je ook maatschappelijk bent ingebed. Want wanneer je speelt voor een lege zaal ben je publiek geld aan het weggooien. Daar is het orkest nu zelf ook mee bezig. Door een bredere programmering willen ze ook andere groepen bereiken. We weten ook dat het positief is voor de beeldvorming naar Den Haag wanneer je een grote vriendenkring hebt. Als er 2000 mensen zijn die ieder jaar een vast bedrag overmaken, dan zegt dat iets. Dat is ook een argument om een grote vriendenkring te hebben.

EJ: Precies, dat is ook wat ik in mijn scriptie probeer duidelijk te maken, dat het aantoonbare draagvlak een belangrijke reden is voor instellingen om een vriendenkring te hebben.

ML: Ja, hoewel die financiële steun ook belangrijk is. Zeker nu er zoveel subsidie uit Den Haag wegvalt. Nu is het geld dat ze ieder jaar van ons krijgen niet niets. Het is beide belangrijk. Draagvlak is op een andere manier ook heel belangrijk.

EJ: Oke. Ik vraag me af of er momenteel ook sprake is van een soort herontdekking van de vriendenkring. Dat denk ik soms omdat er veel bezuinigen zijn in de culturele sector en dit instellingen kan dwingen om een andere houding ten opzichte van vriendenkringen aan te nemen. Wat ik namelijk wel eens lees is dat vrienden vroeger soms als lastig en bemoeizuchtig beschouwd werden. Dit hoeft overigens niet voor Het Gelders Orkest zo te zijn hoor, maar meer in het algemeen.

ML: O ja? Dat zou kunnen hoor. Als je als vriend het gevoel hebt dat jij het orkest de wet kunt voorschrijven, dan kan ik me voorstellen dat er besturen zijn die dit irritant vinden. Sommige mensen vinden zichzelf ook ontzettend belangrijk. Hoewel ik vind dat je dienstbaar bent. Je kunt zo'n orkest

niet de wet voorschrijven. We hebben een beleidsnota, misschien is het handig als ik je die toestuur. Daar staat ook in wat onze missie en visie is.

EJ: Ja, heel fijn.

ML: En over andere vrienden verenigingen kan ik nog wel wat vertellen. Bij ons heb ik die situatie nooit meegemaakt en ook van het verleden kan ik mij niet herinneren dat het ooit zo was. Maar mijn terugblik in het verleden gaat niet erg ver. Hoewel ik trouwens wel acht jaar lid ben geweest van de Raad van Toezicht. Als daar echte conflicten waren geweest dan had ik ze wel gehoord. Maar onze vriendenkring is eigenlijk geleidelijk aan steeds activer geworden. Op een gegeven moment waren we wel benieuwd wat al die andere vriendenkringen van orkesten nou eigenlijk zoal deden en of we niet wat van elkaar konden leren. Dus op een gegeven moment hebben we een bijeenkomst georganiseerd en diverse vragen opgesteld. Toen kwamen we er ten eerste achter dat wij een vrij grote vriendenvereniging hebben ten opzichte van anderen. Ten tweede dat wij ook zeer actief zijn. Dat bleek overigens ook uit de visitatie van de Raad voor Cultuur. Dat is nu zo'n twee jaar geleden. Dan komt er een commissie die gaat praten met stakeholders, mecenasen, sponsors en met ons. Ook de burgemeester zat er bij. En de Raad voor Cultuur had ook gekeken naar andere vriendenverenigingen en wij kwamen er toch vrij gunstig uit. En dat ontdekten wij ook tijdens die bijeenkomst met andere vriendenverenigingen. We hebben toen aangegeven dat we eigenlijk meer contact wilden en toen hebben we nog één keer een bijeenkomst georganiseerd, maar daarna niet meer. Toen zouden anderen het organiseren en daar is niets van gekomen. Maar er zijn nog wel notulen van die vergadering, ik zal eens kijken of ik je die kan sturen.

EJ: Graag, dat zou heel fijn zijn.

ML: Ik weet wel dat de verenigingen van het Brabants Orkest meer aan elkaar gelinked zijn. Bij ons is er ook wel wat veranderd, maar niet met de vriendenvereniging. Op een gegeven moment hebben we gekeken wat we nou eigenlijk allemaal hebben rondom het orkest. We hebben het mecenaat, we hebben partners en we hebben de vrienden. En dat kun je in een soort piramide zien. Heb je daar wel eens van gehoord?

EJ: De geefpiramide, ja.

ML: Precies. De vrienden zijn de breedste groep en dat wordt dan minder. De partners geven meer, maar krijgen er ook meer voor terug. De mecenasen geven om niet. Er is een tijdje sprake van geweest dat we de partners en de mecenasen als een geheel zouden zien die in een stichting zijn ondergebracht. Maar de vrienden is toch een apart verhaal gegeven de aard van hun bestaan. Dat is toen zo gebleven. En het mecenaat en de partners zijn opgegaan in wat het HGO-fonds heet. Dat

hebben ze gedaan omdat ze daarnaast ook een aantal commerciële activiteiten wilden ontwikkelen. Hoe het juridisch precies zit weet ik niet, maar het moest wel gescheiden worden van het Gelders Orkest vanwege de commerciële activiteiten. Bijvoorbeeld in de Ziggodome. Daar hebben ze een natuurfilm gedraaid onder begeleiding van live muziek van het orkest. Nu gaan ze dat binnenkort weer doen met die film *Earth*. Zou dit om de een of andere reden tegenvallen dan worden daar goede afspraken over gemaakt. Want je wil niet dat het concert het risico loopt. Overigens ook omdat de concertleden hier ook veel tijd in moeten investeren.

EJ: Ik vind het wel interessant dat het mecenaat zo los van de vrienden staat. Want in de traditionele geefpiramide worden vrienden erop aangestuurd om mecenas te worden, of in ieder geval om grotere giften te doen.

ML: Eigenlijk wel, ja.

EJ: Ja en Anita zei al dat dit soms ook wel gebeurt. Maar zijn jullie hier ook actief mee bezig? Spreken jullie die vrienden hier ook op aan bijvoorbeeld?

ML: Ja, ja. Ik ben zelf ook mecenas en ik probeer dit ook wel te doen maar het is niet zo makkelijk. Er bestaat een beeld dat je hier heel erg arm van wordt. Nou dat valt dus wel mee, het gaat niet om honderdduizenden euro's. Als je bereid bent om duizend euro per jaar gedurende vijf jaar dan kun je het aftrekken. En het aftrekpercentage is nu interessant hè, 125%. Dus het valt eigenlijk allemaal wel mee. Maar aan de andere kant hebben veel mensen het nu ook niet zo makkelijk. Maar er wordt aan gewerkt. Je kunt niet zomaar een advertentie in de krant zetten. Dit kost een hoop geld en bovendien moet je oppassen dat je er niet meer geld aan kwijt bent dan dat je binnenkrijgt. Je kunt ook niet zomaar mensen aanspreken. Het is wel een zorg want die groep die wordt niet zo makkelijk groter. Onlangs zijn er nog twee bijgekomen, maar dat komt niet zo regelmatig voor. Maar het blijft dus lastig.

EJ: Oke, maar het gebeurt soms dus wel.

ML: Jawel, er is aandacht voor.

EJ: Want het heeft natuurlijk ook te maken met de vraag waarom mensen vriend worden. Een vriendschap is een soort ruil. Je betaalt een bepaald bedrag en krijgt er een vast aantal tegenprestaties voor. Bij het mecenaat krijg je natuurlijk ook dingen terug, zoals prestige en aanzien.

ML: Nou, dat valt wel mee hoor. Ten eerste kun je ervoor kiezen anoniem te blijven. Maar ook als je daar niet voor kiest, wat stelt het dan voor? Dan wordt je misschien ergens op de website vermeld.

EJ: Persoonlijk kan het wel een persoonlijke voldoening geven natuurlijk.

ML: Ja natuurlijk, dat je er plezier aan beleeft is eigenlijk de basis van alles. Dat geldt voor mij ook. Maar veel prestige ontleen je er niet aan. En eigenlijk krijgen ze er niets voor terug. Een keer per jaar is er een mecenasavond. Dat heet de symfonische tafel. Maar dat kost honderd euro. Met andere woorden, dat betalen de mecenasen zelf en dat vindt ik ook terecht. Als je het geld weer terug gaat geven, waar ben je dan mee bezig? Het is wel heel leuk om daar bij te zijn. Maar die vraag over wat je er nou voor terugkrijgt bij een vriendenkring is een hele wezenlijke. Laatst sprak ik een vrouw die vond dat ze te weinig kreeg voor het lidmaatschapsgeld. Toen legde ik haar uit dat het eerste doel toch het orkest ondersteunen is. Het is niet zo dat vrienden er per definitie beter van moeten worden. En er zitten bovendien wel voordelen aan. Zo worden vrienden uitgenodigd voor repetities. Ook kunnen ze een praatje met de dirigent maken. Maar dit zijn dus allemaal dingen die geen geld kosten. Ze mogen zich vervroegd inschrijven voor abonnementen. Als je een favoriete plaats hebt, dan kun je je hier op tijd voor inschrijven. Zo zijn er een aantal immateriële voordelen. Ook kun je deelnemen aan allerlei leuke dingen die wij organiseren en die wel kostendekkend zijn, maar toch. Iedereen was wild enthousiast over die operareis die we laatst hadden gemaakt naar Enschede. Ik denk dat als we volgende week weer z'n reisje hadden, ze allemaal weer meegingen. Zo leuk! We hadden een reisleader die er goed over kon vertellen en we hadden een ruimte waar we konden eten en waar musici aanschoven. En het zijn toch allemaal mensen die dezelfde dingen leuk vinden dus het is een publiek wat aangenaam is. En ze betalen gewoon zelf de kosten. We proberen dat natuurlijk zo laag mogelijk te houden. Het kost nog geen honderd euro en daarvoor heb je dus een busreis naar Enschede, een kaartje voor de opera en ook nog eten en drinken erbij. En ook nog een inleiding. Dus dat is heel behoorlijk. Dus dat zijn hele leuke dingen. Maar je zou überhaupt niet het sommetje moeten maken of je genoeg terugkrijgt. Want dan ben je eigenlijk om de verkeerde redenen lid geworden. En dat heb ik toen tegen die mevrouw gezegd. Het gaat er niet om of iemand er wel positief uit komt.

EJ: Zo wordt er door sommige mensen misschien wel tegenaan gekeken.

ML: Ja, en ik snap ook wel dat mensen, mensen zijn. Dat snap ik wel. Het aardige is dat we daar in het begin heel veel discussie over hadden, ook in het bestuur. Op een gegeven moment zijn we toch best principieel geweest. Waarvoor ben je op aarde? Uiteindelijk niet voor de vrienden. Af en toe komt die vraag nog wel eens omhoog, bijvoorbeeld wanneer activiteiten geld kosten. Vaak blijken dingen te duur en zouden we zelf bij moeten leggen. Maar dat doen we dus niet meer, activiteiten moeten kostendekkend zijn. Dat zijn keuzes die je dan moet maken. En overigens kost het lidmaatschap ook maar €35 per jaar. Over het algemeen worden mensen daar niet onmiddellijk arm van.

EJ: Dus de meeste mensen worden wel lid met het idee dat ze voornamelijk steun willen geven?

ML: Dat weet ik niet, dat vind ik een lastige vraag. Misschien dat ze aanvankelijk denken dat het veel voordelen heeft, zoals eerder bestellen. Maar ik denk naarmate je langer lid bent en betrokken bent bij het orkest en een meer vriendengevoel krijgt dat de voordelen een minder grote rol gaan spelen.

EJ: Ja, u zei net ook dat het vaak eenzelfde clubje is dat altijd op komt dagen. Dat betekent dat er ook een grote groep is die het niet om de activiteiten te doen is.

ML: Ja, met name de minder actieve leden zijn mensen die gewoon steun bieden. Er zijn ook wel mensen die eerder wel veel gingen en op een gegeven moment niet meer konden of niet meer wilden. En die zijn dan toch vriend gebleven. Gewoon omdat ze niet af wilden zeggen. Dus dat is toch vanuit een goede bedoeling. We hebben ook een vrij grote groep. Maar het is moeilijk om een exact beeld te krijgen van alle motivaties.

EJ: Ja, er bestaan natuurlijk vele redenen voor mensen. Je zei net al dat jullie voornamelijk oude leden hebben. Dit is iets wat je natuurlijk bij veel vriendenkringen ziet. Proberen jullie ook actief jonge leden te werven?

ML: Nou, wat wij en het orkest doen is investeren in educatie. Het orkest is daarmee bezig en wij financieren dat voor een gedeelte. Dit communiceren wij ook met de leden. Wij willen namelijk dat ook de kleinkinderen van onze leden kennis kunnen maken met iets moois. Op die manier proberen wij ouders en grootouders te bereiken. Het orkest organiseert verder allerlei activiteiten op scholen en in concertzalen. Ze organiseren ook middagen waarop kinderen op de instrumenten mogen komen spelen. En de musici vertellen dan wat. Dus dat is wat wij doen. Verder heb je er natuurlijk niet zo veel invloed op. Je moet ook reëel zijn. Hoe oud ben jij bijvoorbeeld?

EJ: 24.

ML: En ga je wel eens naar een concert?

EJ: Jawel, maar niet zo vaak.

ML: Meestal zit je rond deze leeftijd op school, je zit in de fase van relaties en er is zo veel wat je bezighoudt. En je hebt ook andere voorkeuren vaak, veel moderne muziek. Dit legt allemaal beslag op je en vaak komt concertbezoek er niet van. Ik zie het ook bij mijn dochter. Verder ligt het natuurlijk ook aan je opvoeding. Dit blijkt ook uit onderzoek. Als je het van huis uit niet meekrijgt dan is het heel moeilijk om het later aan te leren. Overigens ben ik zelf het voorbeeld van het tegendeel. Ik heb het niet van huis uit meegekregen. Maar ik had een vriendje die mij een opname stuurde met

een concert van Mozart. En zo heeft dat zich ontwikkeld. Van het een kwam het ander. Maar die basis thuis blijkt uit onderzoek dus toch heel belangrijk te zijn. Maar kinderen zijn vaak heel druk. En ook als je zelf kinderen hebt, dan heb je het daar ook vaak druk mee. Vaak werken beide ouders. Maar op een gegeven moment komt er een periode waarin je meer tijd en geld hebt. Dat is natuurlijk ook een punt. Je moet je ook realiseren dat dit de reden is waarom er veel oude mensen in de zaal zitten. Dat kan ook een voordeel zijn voor ons, dit zijn de mensen die tijd en geld hebben dus die moeten we hebben! Maar je moet er wel voor blijven zorgen dat er een nieuwe aanwas komt natuurlijk. En wat er ook wel gebeurt is dat kinderen korting krijgen bij bepaalde evenementen. Want als je met een heel gezin gaat en je moet vier keer €40 betalen, dan ben je €160 kwijt. Dus dat is een beetje het gegeven. Voor een deel is dit helemaal niet erg, maar je moet natuurlijk ook niet achterover gaan leunen.

EJ: Precies, je moet bezig blijven met het werven van nieuwe leden.

ML: En kinderen kunnen een liefde voor kunst en cultuur natuurlijk ook op school aanleren. Want als je pas op je 35^e voor het eerst in aanraking komt met klassieke muziek dan kun je daar meestal niets mee. Je moet daar naar leren luisteren. Ik vergelijk het altijd maar met taal. Als jij voor het eerst Russisch hoort, dan denk je: oh nee, wat een gebrabbel. Wat moet ik daarmee? Maar zodra je die taal gaat leren en je gaat dingen verstaan, dan ga je dingen begrijpen. Dan leer je de schoonheid van een taal kennen. En zo is het met muziek ook. Het is zo veel waard, die verrukking en schoonheid. Ik vind het vaak heel erg voor de mensen die dit niet luisteren. Die moeten dit allemaal missen! Dat is natuurlijk vaker zo met dingen waar je je voor moet inspannen. Vanavond en donderdag wordt die opera opgevoerd waar ik het over had, *De barbie van Sevilla*. Dat is een hele mooie instapper. Als je niet van opera houdt dan moet je daar nou eigenlijk juist naartoe gaan. Een geweldige productie van de reisopera. Dat is gewoon feest. Je moet daar echt naartoe!

EJ: Nou, bedankt voor de tip. Die passie die u nu omschrijft wordt denk ik ook wel gedeeld door de vrienden.

ML: Nou, ik weet niet of ze allemaal zo gepassioneerd zijn. Ik ben ook echt een grootconsument. Ik houd van oude muziek, van kamermuziek, opera: wat je maar kunt bedenken. Maar ik merk wel dat mensen na concerten vaak ontroerd zijn. Mensen zijn soms aan het huilen. Dat zou ik zelf niet zo snel doen. Ik krijg dan wel weer kippenvel. Maar het komt bij een heleboel mensen dicht bij hun hart.

EJ: Ja, muziek kan dat doen inderdaad. Volgens mij heb ik mijn vragen wel zo'n beetje gesteld. Alles is wel ter sprake gekomen.

Interview met Renée Steenbergen, mecenaatsdeskundige

Uitleg onderzoek

EJ: In 2008 verscheen uw boek 'De nieuwe mecenas'. Dit boek stamt dus nog uit de tijd vóór de grote bezuinigingen die de overheid in 2010 aankondigde. Ik heb begrepen dat u op dit moment onderzoek doet naar de invloeden van de crisis op het mecenaat.

RS: Ja, ik bekijk hoe het mecenaat zich ontwikkelt in deze recessietijd.

EJ: Kunt u daar misschien iets over vertellen?

RS: Nou, ik ben net begonnen. Maar de vraagstelling is natuurlijk: geven mensen minder omdat ze voorzichtiger zijn, of geven mensen soms ook meer omdat ze ook meer de urgentie zien. Omdat ze weten dat er veel bezuinigd wordt en omdat ze weten dat ook veel kleine gevers bijdragen hoeft het dus niet per sé een nadeel te zijn. De urgentiefactor zou kunnen opwegen tegen de crisis. Dat is iets wat ik in West Europa ga onderzoeken. Ik ben net met Engeland begonnen, maar het is nog te vroeg om daar iets over te kunnen zeggen. Het onderzoek moet afgerond zijn in het najaar van 2014.

EJ: Dat is een interessante kwestie. Ik zag laatst wel dat uit het onlangs verschenen rapport 'Geven in Nederland' bleek dat er nu een stuk minder gegeven wordt.

RS: Ja, internationaal. Dat is natuurlijk niet zo verbazend. Maar vooral sponsoring is heel erg omlaag gegaan, dat was echt dramatisch. En dat treft de cultuursector heel zwaar want die waren tot 2008 eigenlijk over afhankelijk van sponsoring. Dus 75% van de private gelden kwam uit sponsoring. Dat is natuurlijk wel heel veel. Dus dat is een grote klap voor de sector. En ik denk dat dit niet meer zo aantrekt, ook na de recessie niet.

EJ: Het is voor bedrijven natuurlijk ook moeilijk om sponsoring te verantwoorden wanneer ze veel personeel moeten ontslaan.

RS: Ja. En de banken hebben reputatieschade, dus dure feestjes worden ook niet op prijs gesteld door de mensen.

EJ: Precies. Nu verschilt het ontvangen van geld van een mecenas natuurlijk wezenlijk met het ontvangen van geld van de overheid. Een mecenas heeft, in tegenstelling tot de overheid, ook eigenbelangen. Ik ben zelf veel bezig met het boek *Art Worlds* van Howard Becker. Hierin spreekt hij over vele samenwerkingsverbanden die bijdragen aan de totstandkoming van kunst. Één van deze samenwerkingsverbanden is die tussen een kunstenaar of culturele instelling en een mecenas. Wat is volgens u nou een goed samenwerkingsverband tussen een culturele instelling en een mecenas?

RS: Jij richt je vooral op musea toch? Wat voor de hand ligt zijn natuurlijk verzamelaars en musea. Maar in het Nederlandse model ligt dat tot nu toe eigenlijk nog niet zo voor de hand omdat er bij de fondsen nog best veel geld te krijgen is voor aanwinsten. Een rondje Mondriaanfonds, VSB, Vereniging Rembrandt levert nog wel geld op.

EJ: Ja, dus die verzamelaars hebben we nog niet zo nodig.

RS: In die zin niet, nee. En de depots zitten vol en kiest natuurlijk het liefste zelf. Kopen is heel leuk voor conservatoren en directeurs. Dus in theorie lijkt het heel logisch maar in één en één is in de kunstsector heel vaak geen twee. Kennelijk moet de nood nog veel hoger worden voordat ze op dat gebied gaan samenwerken. We kennen het Amerikaanse model, waar ook wel wat op af te dingen valt, maar daar kijken grote verzamelaars met boodschappenlijstjes van een museum rond. Dan heb je natuurlijk al verwantschap tussen beide collecties. Maar dat zie ik hier eigenlijk nauwelijks gebeuren.

EJ: Maar speelt het dan ook een rol dat verzamelaars niet zo happig zijn om te geven? Ik hoorde laatst een interview met u op de radio. Hierin vertelde u dat heel veel Amerikaanse verzamelaars hun collectie niet willen afstaan aan een museum omdat het dan ook weer verkocht kan worden. Zo valt de collectie uit elkaar. Speelt dit ook in Nederland?

RS: Nou, dat is dus wat Amerikaanse musea bedingen. Ze willen de geschonken kunstwerken kunnen verkopen om er iets beters voor terug te kopen. En dat is natuurlijk niet zo aantrekkelijk. En wat je overal ziet is dat de museumdepots vol zitten. Dus het is niet makkelijk om goede stukken in een museum onder te brengen. Dat is raar maar waar. Men wil misschien de internationale krenten uit de pap, de hele dure stukken, en dan zit je met de rest. Die ook goed is maar die wel veel minder waard is geworden als totaal. Het is nog een hele klus om het bij een museum onder te brengen. Dat lukt heel vaak niet. In principe zegt een museum 'nee'. Het neemt ook kosten met zich mee. Nogmaals, aankoopbudgetten zijn het probleem nog niet.

EJ: Ik heb hier nog een vraag die meer aansluit op mijn eerste vraag. Hoe dienen musea om te gaan met gevers die steeds minder te besteden hebben? Is er een manier waarop ze daar op in kunnen spelen?

RS: En dat zijn dan mensen die al geven aan zo'n instelling?

EJ: Bijvoorbeeld. Maar ook nieuwe gevers.

RS: Weet je wat het moeilijke is met deze dingen? Er is geen totaaloplossing voor iedereen. Het is echt maatwerk. Dus een podiuminstelling zoals het Concertgebouw werkt heel anders dan een

museum. En theater heeft het per definitie moeilijker. Het is vluchtiger maar het is ook meer controversieel. Bedrijven zijn ook bang voor onprettige onderwerpen.

EJ: En musea, hoe dienen zij hiermee om te gaan?

RS: Ja weet je, volgens mij is dit een hele hypothetische vraag. Ik denk dat het nog maar een heel klein groepje is dat men nu bereikt. En dat het gros van de mensen niet wordt aangesproken. Dus in die zin doet dit probleem zich eigenlijk helemaal niet voor. Ja, als je vriend bent voor 35 of 40 euro dan kan dat het probleem niet zijn. De meeste mensen merken daar niets van op jaarbasis. Dus ik kan me niet voorstellen dat dit een probleem is. Mensen gaan hooguit een beetje selecteren. Maar dat doen ze sowieso wel eens. Misschien zeggen ze wat automatische incasso's op van instellingen waar ze eigenlijk toch nooit komen. Ik begrijp je vraag, maar ik weet niet of het de juiste vraag is. Want het gaat uit van de vooronderstelling dat mensen in tijden van recessie minder geven. En dat is dus wat ik aan het onderzoeken ben. Ik vraag me dat af. Geven is niet altijd logisch. Het is bekend: de rijkste mensen geven niet of weinig. Ze hebben soms hun eigen foundations. Maar die betalen ook geen belasting. Die zijn niet op een plek gevestigd dus dat is een heel ander circuit. En juist de mensen met een modaal tot twee keer modaal inkomen zijn de trouwste belastingbetalers en ook de trouwste gevers. En dat zijn mensen die nu geraakt kunnen worden door ontslag. Dat verandert alles natuurlijk. Maar het zijn mensen die sowieso niet over heel veel geld beschikken. Dus hun keuzes zijn denk ik veel meer gebaseerd op loyaliteit en persoonlijke emoties. Dus ik vind het meer een vraag of het zo is.

EJ: Ik begrijp het. Ik ben ook heel benieuwd wat er uit uw onderzoek komt. Ik wil het nu graag met u over tegenprestaties hebben. Ik had een artikel van u gelezen dat 'De zin en onzin van het mecenaat' heet.

RS: Oh ja, dat heb ik geschreven voor Kunsten '92 en dat zal voor hun bulletin van 2010 geweest zijn.

EJ: Ja. Daarin schrijft u dat 'tegenprestaties in tegenspraak zijn met het principe van de gift'. Maar toch is het wel zo dat veel musea bezig zijn met tegenprestaties. Op websites vind je allerlei lijsten met tegenprestaties.

RS: Ja verschrikkelijk. Dat vind ik heel erg.

EJ: Precies. Mijn vraag is dan ook of u vindt dat musea dit moeten bieden.

RS: Ten eerste vind ik dit erg uit moreel oogpunt. Dat we kennelijk zo wantrouwig zijn tegenover onbaatzuchtigheid. Ik vind het ook erg dat we mensen niet opvoeden tot onbaatzuchtigheid. Dus dat erkennen en ze daarvoor bedanken. En ik vind het ook heel verwarrend dat je geld nodig hebt en dan

cadeautjes gaat geven. Het is heel erg onduidelijk waar je dan mee bezig bent. Dan geef je niet de indruk dat het echt serieus is. En het heeft mensen ook geleerd om te gaan zitten rekenen. Van: 'oh, zo krijg ik 15% korting in de winkel.' En het ergste is dat de instellingen niet of zelden zelf rekenen. Zelden rekenen ze door wat al die tegenprestaties hun in het ongunstigste geval zouden kunnen kosten. Want er zijn gewoon mensen die alle tijd hebben. Die naar alle borrels gaan die je om niet krijgt, en al die ontvangsten en kijkjes achter de schermen. En die kopen alle cd's en boeken met korting. En dan levert het ook wel iets op, maar de meeste vriendenverenigingen houden er eigenlijk niets aan over.

EJ: Vriendenverenigingen inderdaad niet, dat kom ik heel vaak tegen.

RS: Omdat ze dus niet upgraden. En omdat ze niet goed doorgerekend hebben wat het maximaal kan kosten en of het eigenlijk wel oplevert. En die mensen weten dat niet. Die denken dat het wel voor het museum interessant zal zijn, waarom zouden ze dat anders aanbieden? Dus het is heel schadelijk voor het geefklimaat dat dit zo wordt gedaan. Ik vind dat echt heel ernstig. Het is heel wijdverspreid, dus het is heel moeilijk om als enige instelling daarmee te stoppen. Dan zeggen mensen dat andere instellingen het wel doen. Dit is scheefgroei die ontstaan is in de tijd van grote subsidies, toen instellingen 80 of 90% van de overheid kregen. Toen was het helemaal niet zo belangrijk om uit dit soort dingen inkomsten te halen. Maar nu wel! Dus dit is een tijd waarin je mensen kunt uitleggen dat dit niet meer kan. Je zou gewoon openheid van zaken moeten geven. Aangeven dat je er eigenlijk niets aan over houdt. Dan weet ik zeker dat veel mensen zullen zeggen dat dit hun bedoeling helemaal niet is. En dat moet door de hele sector duidelijk gemaakt worden. Uiteindelijk gaat het niet om de gevers, maar om het geefdoel. Dus het is leuk als een klein voordeeltje hebt, maar eigenlijk is dat helemaal niet waar het om draait. Het geefdoel moet er echt iets aan hebben. En dat raakt nu ontzettend uit het zicht. Heel verkeerd.

EJ: En bedoelt u nu alleen de vrienden of ook grotere gevers? Zij krijgen natuurlijk ook tegenprestaties.

RS: Nou ja, ook daar moet je doorrekenen. Je weegt de kosten en baten tegen elkaar op. En er zijn instellingen die dit heel goed doen. Hier bij het Concertgebouw zeggen ze ook dat het geen feestvereniging is. Ieder diner hier in de spiegelzaal moeten mensen gewoon bijbetalen. Geldt ook voor het orkest, geldt ook voor het Mauritshuis. Zo moet het, ook voor sponsors. Men moet kijken wat het kost om het 's avonds open te houden, suppoosten in te huren. De elektriciteitsmeter loopt ook door. De catering. Mensen zijn toch zo geobsedeerd met de strijkstok? Er zou teveel geld blijven hangen bij de organisatie. En tegelijkertijd doen ze er zelf aan mee! Dus je kunt het ook heel goed uitleggen. Maar die transparantie en het duidelijk maken van de reële kosten dat doen instellingen

nog veel te weinig. Omdat ze het niet hebben hoeven doen. Ze konden cadeautjes uitdelen. Maar wel van belastinggeld natuurlijk.

EJ: Precies. En er bestaat natuurlijk een competitie tussen verschillende instellingen. Ik snap dat musea bang zijn dat wanneer ze niets geven, hun gevers naar een andere instelling gaan. Dus het is moeilijk om dit patroon te doorbreken. Maar zijn er dan wel andere tegenprestaties die u zou willen bepleiten? Misschien dingen die niet zo veel kosten?

RS: Ik zeg altijd dat mensen wel moeten bedanken en erkenning moeten geven. Maar dat hoeft niet veel te kosten. Gewoon een bedankbriefje wanneer mensen meerdere bruiklenen hebben gegeven. Een catalogus toesturen. En vooral niet vergeten om uit te nodigen voor de opening. Dat zijn echt hele genante dingen. En als ze veel geven dan een mooi bord in de hal. Dat vinden mensen heel leuk. En als mensen echt heel veel hebben gedaan dan zouden ze ook voorgedragen moeten worden voor een Koninklijke onderscheiding. Draag die mensen voor! Dit is publieke erkenning en het geeft een voorbeeld voor andere mogelijke gevers. En dat soort vormen kosten allemaal bijna niets. Maar behandel vrienden en gevers niet als sponsors. Dat zijn ze namelijk niet. Het zijn gevers.

EJ: Ja. In Nederland ligt dit wel heel moeilijk hé. In college bij Van den Braber hebben we het hier veel over gehad. Mecenassen worden soms nog met een zekere argwaan bekeken. Joop van den Ende wordt er bijvoorbeeld van beschuldigd dat hij zich omhoog probeert te kopen in de culturele sector. Ik denk dat dit zo'n groot verschil is met Amerika.

RS: Ja, maar dat kun je ook niet vergelijken.

EJ: Inderdaad. Hier lijkt het niet logisch dat mensen puur uit 'goodwill' zouden geven.

RS: Ja, terwijl wij echt een geeftland zijn hé. Het meest vrijgevig van alle Europese landen. En ook heel breed. Ik heb net de cijfers gekregen van Engeland. Daar is het teruggevallen van 58 naar 55% van de Britten die aan goede doelen geven. En bij ons is dat aantal van 92 naar 85% gegaan. Dan zitten we nog steeds 30% hoger. Dus we zijn heel vrijgevig.

EJ: Juist. Ik heb hier een vraag over de grenzen van tegenprestaties. Dus even ervan uitgaande dat een museum tegenprestaties biedt. Ik ben heel benieuwd waar die grens kan liggen. Iemand dient zich bijvoorbeeld aan die zegt dat hij veel geld wil geven maar dan ook een bepaalde bestuurlijke functie wil hebben.

RS: Daar hebben wij Governance regels voor. Maar dat is natuurlijk wel zelfregulering. Bij sommige instellingen zie je dat dit wel een beetje aan de hand is. Men vindt dit dan modern, een beetje Amerikaans. En toch is dat onjuist. Anderhalf jaar geleden heb ik onderzoek gedaan voor een

museum. De vraag was of ze een Trustee model in konden voeren. Trustee betekent gewoon toezichthouder, dus het is een Raad van toezichtmodel. En in Engeland is dit veel strenger. Daar ziet men erop toe dat er geen belangenverstrengeling ontstaat. En in Amerika kennen we vooral de verhalen van particuliere musea zoals MoMa en Guggenheim. En daar is het een ander verhaal want de founders hebben heel erg veel geld neergeteld en hebben aan het begin het beleid bepaald en alles van de grond getild. En dan heb je zo'n voorgeschiedenis. Maar iemand als Philippe de Montebello, de vorige directeur van het Metropolitan die daar decennia heeft gezeten, heeft daar wel eens een boekje over opengedaan. Hij heeft een voortdurende discussie met zijn trustees. Dit is geen particulier museum, het Metropolitan krijgt ook geld van de staat. En de trustees kunnen dus niet mededirecteur zijn. In Nederland wordt met de term 'Amerikaans model' vaak het private model bedoeld. Maar hier mag iemand bij een particulier museum natuurlijk ook doen wat 'ie wil. Maar als je algemene middelen gaat aanvragen, belastinggeld, dan kom je natuurlijk in een andere regelgeving terecht. Dan moet je naar de Governance regels kijken. Die lopen heel erg achter en daar wordt aan gewerkt, maar in principe scheiden wij – en dat is heel Europees – input van geld. Je kunt geen toezichthouderzetel kopen. Maar je ziet bij het Stedelijk Museum dat daar de schijn wordt gewekt dat dit wel aan de hand is. En ik ben heel benieuwd hoe dat zich ontwikkelt. De overheid heeft dan toch niet de tools om daar in te grijpen. Dit hebben ze in Engeland wel met de Charity Commission.

EJ: Het zou natuurlijk ook een blijk van betrokkenheid kunnen zijn wanneer bestuursleden ook privaat geld in een instelling stoppen. Het valt dus wel op twee manieren te bekijken.

RS: Zeker kan het een blijk van betrokkenheid zijn. Maar het gaat om de volgorde der dingen. Ik vind het in deze tijd niet raar dat bestuursleden ook ambassadeurs zijn, dat ze helpen om fondsen te werven en misschien zelf doneren. Maar het kan niet zo zijn dat iemand betaalt en vervolgens een bestuurszetel krijgt. Je bent bestuurder of toezichthouder vanwege je kennis, je expertise en eventueel je contacten. Maar niet omdat je rijk bent. En dat is het verschil. Dus je als bestuurder wel een keer een donatie doet, maar niet andersom.

EJ: Oké. Ik zie vaak de tegenprestaties op websites van musea opgesomd. Vaak zie je dit bij vriendenkringen, maar ook wel bij grotere giften. Denkt u dat dit afbreuk doet aan het gevoel van exclusiviteit van een mecenas? Ik denk dat zij ook vaak maatwerk willen.

RS: En waar denk je dan aan qua tegenprestaties?

EJ: Dat kan van alles zijn. Exclusieve diners, rondleidingen door het depot. Ik denk dat sommige mensen het niet op prijs stellen dat deze tegenprestaties al vooraf zijn vastgesteld.

RS: Nou als het gaat om grote giften, dus zeg vijf- of tienduizend euro, dan kunnen er individuele afspraken gemaakt worden. Dit is niet altijd voor iedereen hetzelfde. Nou ja, je weet dat ik niet zo voor tegenprestaties ben. Maar maatwerk is dan nog wel het beste ja.

EJ: Dan wou ik het graag nog over vriendenkringen hebben. Ik heb een artikel van u gelezen uit 2010. Hierin geeft u aan dat vriendenkringen weinig zin hebben. U zegt dat 'vriendenkringen de instellingen te veel geld kosten en nauwelijks iets opleveren.'

RS: Zoals wij het in Nederland doen heeft het weinig zin, ja.

EJ: Ja. Want onlangs verschenen er ook een aantal artikelen van u waarin u aangeeft dat er juist veel meer aandacht aan deze kleine gevers moet worden besteed.

RS: Ja er moeten veel meer vrienden komen, maar die moeten dan ook weer omhoog worden gebracht in de Geefpiramide. En dat is een verschil met vijf jaar terug. Door de recessie. Ik wordt heel vaak gebeld met de vraag of ik kan helpen met het vinden van tien grote gevers. Eigenlijk van: geef het adresboekje maar. We leven in een klein land en dat vijvertje van welgestelde mensen is dus ook niet zo heel erg groot. En die worden nu dus door iedereen op de nek gesprongen. Dus die gaan helemaal in de afweerstand en die hebben hun keuzes vaak al gemaakt. Ze hebben soms ook een family foundation. Dus die moet je niet lastigvallen. Iedereen heeft het vaak al een beetje uitgezocht. Het is altijd hetzelfde groepje wat dan aan de beurt is. Ik denk dat dat toch komt omdat men snel geld wil en denkt dat men dan met tien mensen klaar is. En mecenaat is geen snel geld. Het is geen pinautomaat, je hebt het niet vandaag en ook niet morgen. Het is een langetermijninvestering. De kosten gaan voor de baat uit. Het is kweken van vertrouwen, van een band. Dat kan een paar jaar duren voordat daar iets uit komt. Dat is heel normaal. Maar dan is het ook de bedoeling, als je mensen ook in het oog houdt, dat je daar tien, vijftien jaar wat aan hebt. En dat je niet elke keer opnieuw hoeft te beginnen.

EJ: Het is dus echt een kweekvijver voor grotere gevers.

RS: Ja. En dat pleidooi voor het Rijksmuseum is natuurlijk ook bij uitstek geschreven omdat dit het Rijksmuseum is. Het is ons grootste en nationale museum. Het Rijksmuseum is van iedereen. Kreeg iets van 45 miljoen van het rijk, dit wordt 38, maar dit is dus veruit het zwaarst gesubsidieerde museum van Nederland, en heeft dus ook verantwoording af te leggen aan de Nederlandse burgers. En dan zie je dus zo'n ambtelijke organisatie die niet echt snapt hoe dat in elkaar zit. Ik vond het dus heel pijnlijk dat er 'Met dank aan de Staat der Nederlanden' op het plakkaat staat. Wie is dat? Niemand! Ik zeg wel eens tegen studenten dat de overheid niet een meneer met een zak met geld is. De overheid dat zijn onze vertegenwoordigers in het parlement en die verdelen volgens een

democratisch proces ons belastinggeld. Dus het is ons geld! Daarom zeg ik ook overal waar ik kan dat overheidsgeld burgergeld zou moeten heten. En dat hebben ze dus helemaal niet begrepen bij het Rijksmuseum, wat ik heel pijnlijk vind. Want er zit ook nog eens 375 miljoen in voor de renovatie. Nou dat is natuurlijk een astronomisch bedrag voor cultuur. Dat zijn meerdere cultuurbegrotingen per jaar bij elkaar. En dan moet je je dus richten tot degenen die dit mogelijk hebben gemaakt. Alleen daarom al. En met die digitale klok dacht ik: 'wat is dat nou eigenlijk?' Nog zoveel dagen, dat kan ik in mijn agenda ook wel zien. Maar het zou veel leuker zijn als ze zichzelf een soort uitdaging hadden gesteld. Een soort target. Het zou bijvoorbeeld leuk zijn als ze 10.000 vrienden kunnen halen. En vergeleken met de nationale musea in de omringende landen is dat helemaal niet veel. Dus waar het mij om gaat is het draagvlak. De vele kleine financiers die dit nu al mogelijk hebben gemaakt. Als je ze daarvoor bedankt en aangeeft dat het zo ontzettend fijn is dat ze dat geld gegeven hebben is dat heel goed. De financiering zal tegenwoordig veel vaker via directe giften moeten omdat de overheid zich steeds meer gaat terugtrekken. Dus breng die boodschap over het voetlicht. Ook door de recessie denk ik helemaal niet: grote stappen, snel thuis. Dat is niet meer van deze tijd. Je zult gewoon tijd moeten besteden in het kleine, ambachtelijke maar dankbare werk van gevers aan zich binden. En een kleine gever kan ook een grote gever worden. Dat is mijn kritiek. Dat doen we niet in Nederland. Dat kruipt dan langzaam omhoog, van 35 naar 37.50 naar 40 en dan kom je misschien een keer op 50 euro. Maar je kunt natuurlijk niet zeggen: we gaan van 35 naar 150. Dan krijg je massale afzeggingen. Je zou veel meer mensen moeten volgen via een database. En kijken wie de kerngroep is die vaak komt. Die zijn natuurlijk het meeste betrokken en dus ook het meest rijp voor iets extra's. En dat is naar draagkracht. Voor de één is dat misschien 100 euro en voor de ander 5000. Maar daar wordt helemaal geen tijd ingestoken.

EJ: Dus er zou echt bijgehouden moeten worden wie er binnenkomen.

RS: Dat is echt het ondankbare werk van het invoeren in een database. Dat is de basis van mensen kunnen volgen. Zonder dat is het met hagel schieten. Pure toevalstreffers. Maar wil je er een strategie achter zetten dan zul je echt die stap moeten zetten en daar gewoon een begin mee maken. En bijhouden natuurlijk. Dat is ook het hele punt.

EJ: U pleit ook voor van die bakken hé waar mensen geld in kunnen doen. Een beetje zoals ze ook bij het Tate hebben staan.

RS: Ja! Nou moet je natuurlijk wel bedenken dat Londense musea gratis zijn.

EJ: Daardoor krijgen ze ook subsidie.

RS: Ja. Maar mensen beseffen wel dat ze veel meer geld kwijt zouden zijn geweest aan een attractiepark dan wanneer ze met het hele gezin naar het British Museum gaan. Als ze dan na een dag in het museum langs die kubussen lopen dan stoppen ze er zo tien pond in. Dus het bewustmaken van mensen dat ze niet hoeven te betalen maar dat het niet gratis is om deze kwaliteit te handhaven, daar wordt in Nederland veel te weinig gezamenlijk door de sector aan gewerkt. Deze boodschap moet naar voren gebracht worden. Dus niet alleen de grote giften zijn welkom, nee, iedere gift is welkom en kan een verschil maken. En dat had ook bij het Rijksmuseum een hoop geld op kunnen leveren. Reken maar uit wat daar al door iedere Nederlander aan is betaald met die 375 miljoen euro.

EJ: Is het ook niet zo dat veel mensen het gevoel hebben dat ze door middel van het belastinggeld al hun steentje hebben bijgedragen? En dat het dus niet nodig is om nog meer bij te leggen?

RS: Dat is een hele goede vraag. Dat is een debat wat je moet willen voeren. Men moet zeggen: 'Natuurlijk, u heeft dit afgedragen, hartelijk dank. Zonder dat was het niet gelukt. Maar dit is de nieuwe situatie. U weet ook dat de overheid niet meer alles kan doen. We begrijpen ook dat u dat niet allemaal kan ondervangen. Maar als u graag bij ons komt, of als u het belangrijk vindt dat schoolkinderen het museum kunnen blijven bezoeken, steun ons dan! En dat kan al vanaf 10 euro. Dus het neerzetten als een 'good cause' is belangrijk. Veel mensen denken dat een museum er gewoon is en zal blijven, maar eigenlijk moeten we daar steeds meer aan doen. En het Rijksmuseum heeft daarin zijn naam niet mee. Iedereen denkt dat de overheid het wel betaalt. Maar dat moet je dus heel erg duidelijk maken. De overheid doet nog maar de helft. En dat zijn forse bedragen die zij nu vanaf de heropening moeten binnen halen. Daarvoor moeten ze echt iedere Nederlander aanspreken. Dan red je het echt niet met een rondje grote gevers. En dat wordt gewoon onderschat, dat vele kleine giften echt grote bedragen op kunnen leveren. Gemiddeld zijn de verhoudingen bij instellingen zo dat 70% van de giftinkomsten afkomstig is van kleine gevers en 30% van een paar grote. Dus het is toch moeilijker om grote groepen grote gevers voor je te winnen.

EJ: En het is natuurlijk ook een minder stabiele situatie wanneer je van een aantal grote gevers afhankelijk bent.

RS: Precies, dat is het ook. En ik vind ook dat als je zo veel belastinggeld krijgt, je dat ook moet kunnen verantwoorden. Bij het Tate gebruiken ze dit ook als argument wanneer ze subsidie aanvragen bij de overheid. Ze laten zien dat ze meer dan 100.000 vrienden hebben. Dus er is aantoonbaar veel maatschappelijke belangstelling voor. En ik vind dat er een corelatie moet zijn. Als je zo veel belastinggeld krijgt moet je ook kunnen laten zien dat er veel draagvlak voor is. Nu is 70% van de bezoekers van het Rijksmuseum toerist. Maar je moet ook het Nederlandse draagvlak kunnen

aantonen. En ik vind ook dat ze een voorbeeldfunctie hebben voor de hele museumsector. Ze zijn veruit het grootste museum, dus ze moeten een toon zetten. Hoe spreek je die burgers aan, hoe doe je dat met bedrijven, laat je niet afschepen met een klein bedrag. Ze hebben dus een extra rol boven die voor henzelf.

EJ: Ja, ik ben benieuwd of dit wat meer gaat komen. U noemde net al het Tate. Is dit een van uw grote voorbeelden?

RS: Nou het Tate, dat zijn meerdere musea, dus dat zou je moeten uitsplitsen. Maar wat wel interessant is, is dat je ziet dat die cijfers in Engeland ook zijn gedaald. In de afgelopen jaren zijn tot 40% minder individuele giften gegeven. Maar dit wordt bijna volledig gecompenseerd door vrienden en leden. Daar heeft men dus heel erg op ingezet. Ze hebben campagne gevoerd, spreken vrienden van vrienden aan. Ze geven duidelijk aan dat ook kleine giften een verschil maken. Daar heeft men veel campagne voor gevoerd in Engeland. En dat heeft een verdriedubbeling van de vriendenaantallen tot gevolg gehad. En die blijken nu bijna volledig die terugval van grotere giften te compenseren. Dus iets met cijfers onderbouwen heeft resultaat. Het is intensief om op te zetten en bij te houden, maar het levert echt op.

EJ: Ze hebben daar ook wel hele grote afdelingen voor bij het Tate.

RS: Ja, 30 of 40 mensen. Dat is ook allemaal doorgerekend. Die mensen verdienen hun eigen salaris natuurlijk een aantal keren terug. En die kosten gaan weer voor de baat uit. Maar daar is men hier weinig toe bereid. Je ziet dat het oude systeem nog niet veranderd is en dat duurt nog wel een jaar of 15. Mensen zien op een begroting dat ze geen geld hebben. Maar dan zul je misschien wat moeten schuiven en toch de fondsenwerving wat meer vooraan moeten zetten. Want dat gaat opleveren. Maar dan moet je er wel een paar jaar serieus in investeren. En ik zie toch te vaak mensen die net van de Rijnwardt Academie zijn en vinden dat het allemaal niets mag kosten! En dat zijn mensen zonder netwerk. Die hebben ook geen overzicht op mensen van 60+. Dus zet gewoon een zwaargewicht neer en af en toe kun je de directeur een beetje inzetten. Maar fondsenwerving wordt nog totaal niet serieus genomen als een vak. En het wordt nog te veel aan de rand van een organisatie geplaatst, een soort noodzakelijk kwaad. Het moet natuurlijk een nieuwe manier worden om je meer af te draaien van de ambtelijke loketten en naar je publiek. Daar gaat het uiteindelijk om. Dat zijn je gevers.

EJ: Maar dat hoor ik wel vaker, dat de fondsenwerving een beetje apart gezet wordt. Terwijl eigenlijk de hele organisatie mee zou moeten helpen. De directie speelt hier ook een belangrijke rol in.

RS: Ja. Het kost gewoon een heleboel tijd. Ook in Amerika. Maar daar zijn directeuren ook 80% van hun tijd met het geld bezig. Want daar hebben ze helemaal geen kunstenplannen van 4 jaar, dat begint daar ieder jaar gewoon weer opnieuw. Dus dat is absoluut geen gelopen race daar. Daar is de concurrentie heel zwaar. Dus het is gewoon niet makkelijk. Het is ook niet altijd een leuke klus. Maar als je het op een goede manier aanpakt kan het wel heel interessant zijn. Want je komt toch met hele bevlogen mensen in aanraking. En volgens mij is het ook voor een organisatie belangrijk om te zien waar je het voor doet. Mensen die echt enthousiast zijn, die je blijven volgen, daar gaat het uiteindelijk om. Dat dit over het voetlicht komt.

EJ: Dus uiteindelijk is deze financieringsvorm beter dan subsidie krijgen? Omdat het meer betrokkenheid creëert?

RS: Ja, natuurlijk. Dat anonieme loket is natuurlijk heel funest geweest. Instellingen zijn zo geconditioneerd dat ze steeds meer naar de overheid toe zijn gaan draaien. Ze zijn met hun rug naar de zaal en de bezoekers gaan staan. En dat merken we nu met die sentimenten van dat cultuur maar elitair is en een linkse hobby. De sector heeft de boodschap niet goed genoeg overgebracht. Ze hebben te veel een houding aangenomen van belangrijk zijn, er recht op hebben. Terwijl de overheid eigenlijk niemand is. Uiteindelijk wil je gewoon dat het in hoofden van mensen wat doet. Dat mensen het weer overdragen aan hun kinderen. Dat is de enige manier om dat niveau in stand te houden. En volgens mij is dat heel dankbaar om te doen. En gevers weer tot ambassadeurs te maken.

EJ: Oké. Nou ik geloof dat ik door mijn vragen heen ben. Hartelijk dank voor uw tijd!