

Rommel potterij



Mike Ottink

Nu staatssecretaris Zijlstra de geldkraan voor de culturele sector heeft dichtgedraaid, richten musea zich op crowdfunding - de massa laten investeren in jouw idee of bedrijf. Met succes? Een relatief nieuw fenomeen in zes vragen.

KAROLIEN KNOLS

1. Wat werkt wel, wat werkt niet?

Toen Sjarel Ex, directeur van Museum Boijmans Van Beuningen, geen sponsors kon vinden voor de geplande once-in-a-lifetime tentoonstelling *De Weg naar Van Eyck* (kosten: 1,3 miljoen euro), zei hoogleraar moderne kunst Carel Blotkamp tegen hem: ik ga je helpen. Volgens het principe van de kettingbrief benaderde hij vijf personen uit zijn vriendenkring met het verzoek duizend euro te doneren, en zelf weer vijf mensen aan te schrijven met diezelfde vraag. In vijf

of zes rondes, zo berekenden Blotkamp en Ex, zou maximaal 600 duizend euro kunnen worden opgehaald. Na ruim twee maanden staat de teller op 75 duizend euro.

'Jullie krijgen toch subsidie?' kreeg Ex meermalen te horen. Of: 'Het is crisis, daar moeten we nu naar leven.' Toch maakte Ex vorige week bekend dat de tentoonstelling er komt, dit najaar. Het crowdfundingproject kreeg zoveel publiciteit dat Robeco zich als hoofdsponsor heeft gemeld, en ook de Turing Foundation de tentoonstelling met een bedrag van een ton wil steunen.

Is het project daarmee een succes? Ex: 'Je kunt zeggen: het is teleurstellend dat we maar 75 mensen hebben gevonden die het zo belangrijk vinden dat deze unieke tentoonstelling in Nederland wordt getoond, dat ze er duizend euro voor over hebben. Aan de andere kant: 75 duizend euro is een enorm vermogen. Het is het gemiddelde bedrag dat een cultuurfonds aan een tentoonstelling als deze bijdraagt. Bovendien is de actie nog full swing aan de gang, wie weet zitten we straks op 100 duizend of 150 duizend. Bovendien hebben we ontdekt dat je met crowdfunding andere geldstromen op gang kunt brengen. Ik ben heel blij.'

Roy Cremers is de oprichter van de crowdfunding-site

voordekunst.nl, waarop culturele instellingen hun project kunnen pitchten. 'Crowdfunding werkt het best als een project concreet en persoonlijk is', zegt hij. 'De restauratie of aankoop van een schilderij: dat werkt. Een grote tentoonstelling als *De Weg naar Van Eyck* is moeilijk te verkopen. Ten eerste gaat het om veel geld voor iets dat vluchtig is. Ten tweede: bij zo'n gevestigde instelling als het Boijmans denken mensen al snel: die tentoonstelling komt er toch wel. Of: ons geld verdwijnt in de grote pot.'

Hoe hij het zou hebben aangepakt? 'Ik zou het project kleinschaliger hebben gemaakt. Door één schilderij uit te kiezen, een topstuk dat de tentoonstelling personificeert. Je vraagt een bedrag dat nodig is voor het transport, de verzekering, en eventuele restauratie. Via je eigen website en sociale media hou je de gevers op de hoogte van elke fase, met filmpjes of een web-log. Zo bouw je een verhaal dat betrokkenheid genereert. Het Van Abbemuseum heeft dat goed gedaan. De eigenaar van het kunstwerk *Wood Circle* van Richard Long, al heel lang in bruikleen bij het museum, wilde het verkopen en zelf had het museum het geld niet om het te kopen. Hun eigen rondleiders zijn toen in actie gekomen omdat ze het kunstwerk niet wilden missen; dat vergroot de

betrokkenheid. Op voordekunst.nl hebben ze donateurs steeds op de hoogte gehouden van de vorderingen, en op een wand in de zaal waar het werk werd tentoongesteld werden alle namen van de gevers vermeld. Je zag de lijst met de dag groeien.'

2. Hoe vaak kun je bij het publiek om geld bedelen?

Paul Spies is directeur van het Amsterdam Museum. Ruim 50 duizend euro bracht de crowdfundingactie ten behoeve van de restauratie van het schilderij De intocht van Napoleon te Amsterdam op - 20 duizend meer dan werd gevraagd. Meteen na de bekendmaking van het bedrag kondigde het museum het vervolg van de actie aan, want: er is ook geld nodig voor een nieuwe lijst. Te snel, oordeelt Spies nu het geld heel langzaam binnendruppelt. 'Je kunt het gevoel van urgentie blijkbaar niet te lang rekken.'

Dat neemt niet weg dat er al plannen zijn voor een nieuw project in 2012. 'Ik kan er nog niets over zeggen, behalve dat het een heel andere doelgroep van het museum zal aanspreken. Alleen zo kun je crowdfunding vaker inzetten zonder dat je mensen vermoeit, of ze het gevoel geeft: er klopt daar iets niet met de exploitatie. Crowdfunding moet altijd gebruikt worden voor de extra's.'

Geldt die mogelijkheid tot herhaling ook voor musea als Meermannno (boeken) en Boerhaave (wetenschap),

die vorig jaar met publieksacties op het nippertje een dreigende sluiting wisten te voorkomen? Om de door de overheid opgelegde eigen inkomstennorm over 2010 en 2011 (17,5 procent) te halen, had Museum Meermannno nog 400 duizend euro nodig en Museum Boerhaave 700 duizend euro. Nog een keer zeggen dat je voortbestaan wordt bedreigd kan niet. Dan denkt het publiek al gauw: er zal wel een zwak management zitten. Maar met zekere regelmaat een project bedenken waarvoor je het publiek warm krijgt? Waarom niet.

Maartje de Haan, directeur van Museum Meermannno: 'Ik hoor van onze relaties dat ze er helemaal niet vanuit gaan dat we, nu we kunnen blijven bestaan, met onze geldwervingsacties stoppen. Het gaat nu alleen niet meer om zulke hoge bedragen, maar om, zoals ik het noem 'plusgeld': geld voor extra's. Dus ja, we gaan door, onder andere met 'Boek zoekt vrouw, man en bedrijf', onze crowdfundingactie waarmee je voor een bedrag vanaf 50 euro een boek kunt adopteren. We hebben er 65 duizend euro mee opgehaald, en er komen nog elke dag adoptieouders bij.'

3. Wat krijgt het publiek ervoor terug?

Heel belangrijk bij crowdfunding: de tegenprestatie. Nog belangrijker: opletten dat de kosten van die tegenprestatie niet hoger zijn dan het bedrag dat je

net hebt binnengehaald. In de regel geldt: nooit meer dan eenderde aan je publiek 'teruggeven'. Tegenover de duizend euro die donateurs schenken aan de tentoonstelling De weg naar Van Eyck stelt Museum Boijmans Van Beuningen een exclusieve avondpreview, 30 procent korting op de catalogus, twee vrijkaarten voor de tentoonstelling en een jaar een vriendenlidmaatschap voor een persoon.

Voor de donateurs van 'Boek zoekt vrouw, man en bedrijf' van Museum Meermannno werd vorige week de eerste adoptieouderdag georganiseerd: mensen die 250 euro of meer hadden geschonken mochten samen met een conservator de door hen geadopteerde boeken - veelal middeleeuwse handschriften - 'op de hand' bekijken. Museum Boerhaave organiseert dit weekend de eerste vriendenmiddag met een rondleiding langs de topstukken en lezingen door conservatoren.

Het Amsterdam Museum gaf certificaten uit waarop stond welk deel van het schilderij dankzij de donateur werd gerestaureerd, en organiseerde een feestje voor de mensen die de eerste 10 duizend euro binnen hadden gebracht. Bovendien kunnen gevers bij de restauratie aanwezig zijn. Paul Spies: 'Het is van groot belang een verzorgde relatie met die mensen op te bouwen. Daar kun je niet slordig in zijn.'

Loes Janssen, public mediator van het Van

Abbemuseum, zegt zich te hebben vergist in de hoeveelheid werk die een crowdfundingproject met zich meebrengt - juist waar het gaat om relatiebeheer. 'Ik noem crowdfunding liever een publieksproject dan een financieringsproject. De mensen die geld schenken worden in feite ambassadeurs voor je museum; ze twitteren over je, plaatsen berichten op Facebook, ze benaderen je met nieuwe ideeën voor je museum. Dat is misschien nog wel meer waard dan hun financiële bijdrage.'

4. Wat is belangrijker voor het museum: geld of relaties?

Natuurlijk, het begint met geld. Meermanno en Boerhaave hadden niet meer bestaan zonder hun publieksacties. En als Museum Boijmans Van Beuningen het bedrag voor De weg naar Van Eyck (verwacht aantal bezoekers: 135 duizend, meer dan een provinciaal museum in één jaar haalt) niet bij elkaar had gekregen, was een unieke en gezichtsbepalende tentoonstelling niet doorgegaan.

Maar in de meeste gevallen wordt crowdfunding ingezet voor de extra's. Loes Janssen zegt: 'Als je een gat in je begroting hebt, moet je crowdfunding niet inzetten. Duurzamer zijn de opgebouwde relaties.'

Opvallend: hoe vaak musea 'aangenaam verrast' zeggen te zijn door de 'hartverwarmende' reacties

op hun crowdfundingacties. Vaak kwamen die reacties ook nog uit onverwachte hoek: buiten de kring van vrienden, donateurs of zelfs regelmatige bezoekers. Op het feestje van het Amsterdam Museum, toevallig gehouden op de dag dat Ajax tegen Zagreb speelde, liepen mannen in Ajaxshirts rond. De grootste particuliere gift voor het Vanabbemuseum kwam van een onbekende kunstliefhebber uit Almere.

Annelore Scholten, hoofd publiek en presentatie van Museum Boerhaave: 'Toen we met de campagne 'Red Museum Boerhaave' begonnen (totale opbrengst in zes maanden: 1 miljoen euro, op een jaarlijkse subsidie van 5 miljoen), hadden we niet gedacht dat er zo veel mensen waren die vonden dat we er toe deden. Wij kenden onze relaties binnen de wetenschappelijke wereld, maar veel nieuwe 'Vrienden voor het leven' komen nu ook uit andere hoeken: het bedrijfsleven, particulieren binnen- en ver buiten Leiden.'

Scholten beaamt: 'We waren, ondanks onze inspanningen om een breder publiek aan te spreken, te veel een museum voor vakgenoten. De campagne heeft duidelijk gemaakt dat onze support groter is.'

5. Heeft crowdfunding invloed op de programmering?

'Nee', zegt Annelore Scholten. 'Wel zullen we ons meer dan vroeger bij elk project en bij elke

tentoonstelling afvragen: voor wie maken we het, welke sponsors kunnen we ervoor benaderen, kunnen we crowdfunding inzetten? Een onderwerp waarvoor we de handen niet op elkaar krijgen, zal het afleggen tegen een onderwerp waarvan we dat wel verwachten.'

Het Van Abbemuseum luistert al jaren goed naar het publiek - óók als het gaat om programmering. In 2009 kon het publiek in het kader van 'Het Kijkdepot' opgeven welke werken uit het depot ze graag nog eens zagen; het werk werd in de zalen opgehangen in depotrekken. De enige tegenprestatie die het museum vroeg was een motivatie in minimaal vijftig woorden. Loes Janssen: 'Vanaf 2013 zullen we steeds meer gaan samenwerken met rondleiders, vrijwilligers maar ook met mensen buiten het museum en hen vragen mee te denken over onze collectiepresentaties.'

Ja, zegt Paul Spies van het Amsterdam Museum: crowdsourcing - te rade gaan bij het publiek - kan een aardig instrument zijn voor je programmering. 'Maar zodra er geld bij komt kijken, wordt het gevaarlijk. Ik vind, en misschien ben ik daar erg streng in, dat crowdfunding, net als sponsoring, geen invloed mag uitoefenen op je programmering. Dan zou je je integriteit als instituut laten vieren.'

Krijgt Zijlstra nu gelijk?

Minder subsidie, meer eigen inkomsten: hier is het

staatssecretaris Zijlstra van Cultuur altijd om te doen geweest. Bewijzen de succesvolle crowdfundingacties van musea zijn gelijk? hebt geen bestaansrecht.'

'Nee', zegt Sjarel Ex van Museum Boijmans Van Beuningen. 'Dat is het grootste misverstand dat leeft bij politici en ook bij het publiek: dat de overheid onze programmering betaalt. In 2010 kregen we 9,8 miljoen euro subsidie. Dat bedrag is volledig opgegaan aan huur en salarissen. Van de 8,5 miljoen euro die we zelf hebben verdiend met sponsoring, kaartverkoop, horeca en giften van cultuurfondsen, is het programma betaald.'

Dat er meer geld in de markt zit, spreekt hij tegen. 'Onze eigen inkomsten zijn het afgelopen jaar gehalveerd. Cultuurfondsen zoals de Turing Foundation of het VSBFonds houden het nog redelijk vol, maar sponsors en particulieren laten het afweten.'

Loes Janssen, positiever over particuliere financiering dan Ex: 'Er kan zeker meer geld uit de markt worden gehaald, maar niet met crowdfunding. Wel met sponsoring en zaalverhuur, vooral om het wegvallen van tentoonstellingsfinanciering door publieke fondsen op te vangen.' Overigens plaatst zij een belangrijke kanttekening bij het fenomeen crowdfunding: 'Als je het goed doet, krijg je van de politiek te horen: je hebt geen subsidie nodig. En als je het niet goed doet, zeggen ze: zie je wel, je