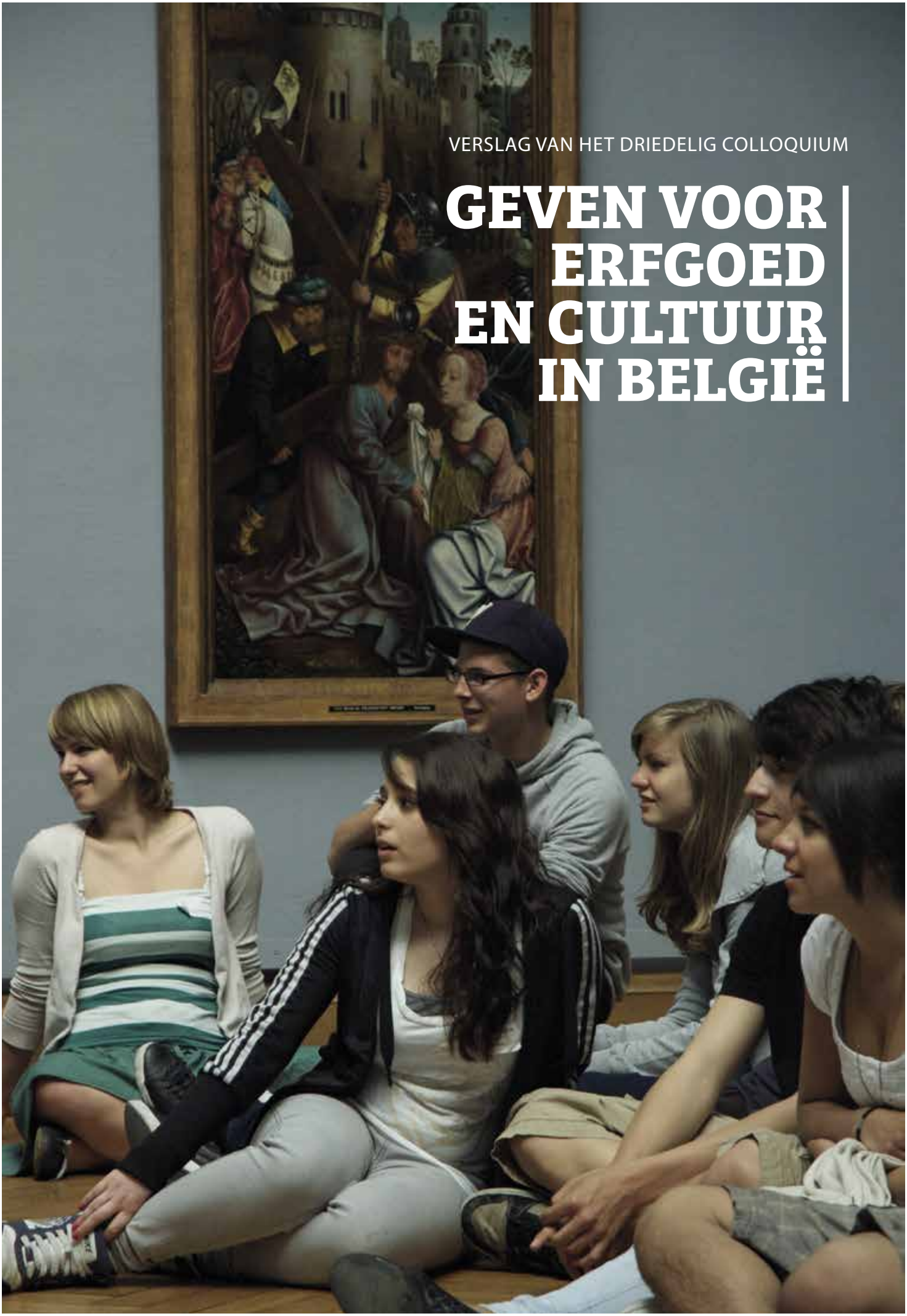

VERSLAG VAN HET DRIEDELIG COLLOQUIUM

GEVEN VOOR ERFGOED EN CULTUUR IN BELGIË

GEVEN VOOR ERFGOED EN CULTUUR IN BELGIË

Samenvattend verslag van het driedelig colloquium

Een succesvolle geefcultuur is het resultaat van het samenspel van drie, op elkaar inwerkende elementen: een stimulerend overheidsbeleid, een adequate fondsenwervingspraktijk én gemotiveerde gevers. Wie over een goed inzicht beschikt over elk van deze drie elementen, heeft de sleutel in handen om successen te boeken. Precies hierover organiseerden de Koning Boudewijnstichting en FARO, het Vlaams steunpunt voor cultureel erfgoed, tussen juni 2016 en januari 2017, het driedelig colloquium: 'Geven voor erfgoed en cultuur in België'.

PATRICK VERSTUYFT

DE OVERHEID KAN EEN HANDJE HELPEN

EERSTE LUIK - 6 JUNI 2016 | BELVUE MUSEUM, BRUSSEL
'DE OVERHEID AAN ZET? EEN INTERNATIONAAL PERSPECTIEF'

Een overheid die door economisch ongunstige tijden overgaat tot besparingen en zich terugtrekt, dwingt culturele instellingen om zich heruit te vinden en zich meer en meer als ondernemers te gaan gedragen. Terugvallende subsidie-inkomsten moeten aangevuld worden met sponsorships en andere samenwerkingsvormen. Iedereen gaat op zoek naar aanvullende financiering. Dus trekt iedereen 'de markt' op. Op zoek naar particulier geld, naar schenkers en gevers. Wilde weldoeners, bekend als mecenassen.

Nochtans was de historische Maecenas, die acht jaar voor de geboorte van Christus stierf, eerder een *bemiddelaar*. Als vriend en raadgever beval hij de kunsten aan bij keizer Augustus (63 voor Chr.-14 na Chr.). De mecenas van vandaag is iemand die geld wil geven aan cultuur, zonder tegenprestatie. Zijn beweegredenen daartoe zijn heel divers.

"Ons businessmodel is opgebouwd rond overheidssubsidies die voor ons absoluut noodzakelijk zijn. Eigen inkomsten kan je werven op voorwaarde dat je een overheidsbasis hebt. Zeker als we ons aanbod aan democratische prijzen aan het publiek willen kunnen blijven aanbieden."

KATRIEN VAN EECKHOUTTE
algemeen directeur Concertgebouw Brugge

Die rol van bemiddelaar tussen organisaties die geld zoeken om hun 'doelen' te bereiken en mecenassen die een goed doel willen steunen, wordt in ons land onder andere opgenomen door de Koning Boudewijnstichting.

De Koning Boudewijnstichting is zowat de enige instantie in ons land die al lang ervaring heeft met filantropie en met legaten en schenkingen voor allerlei 'goede doelen'. "En er is nog ruimte voor verbetering. Er is altijd wel ergens een mecenas te vinden", zegt Dominique Allard, directeur van de Koning Boudewijnstichting.
De Koning Boudewijnstichting heeft zelf ook een aantal specifieke instrumenten. Zo blijkt,

Mecenaat volgens de wet

Mecenaat is een financiële of materiële steun van een onderneming of een privépersoon aan een actie of activiteit van algemeen belang (cultuur, onderzoek, humanitair ...). Mecenaat onderscheidt zich meestal van sponsoring of beschermheerschap door de aard van de ondersteunde acties en door het feit dat er normaliter geen publicitaire of contractuele tegenprestaties aan de steun van de mecenas verbonden zijn. De bijdrage van de mecenas aan een bepaalde actie wordt relatief discreet kenbaar gemaakt, maar hij kan zijn steun wel via zijn eigen communicatiekanalen afficheren.

De aankoop van dit schilderij van Lancelot Volders kwam tot stand na de actie van het gedreven team van het museum, ondersteund door de Stad Brussel. De hele operatie was een succes dankzij de samenwerking van twee privésponsors met het Fonds Léon Courtin–Marcelle Bouché, beheerd door de Koning Boudewijnstichting.

"Het mecenaat voor cultuur is geen comfortzone."

DOMINIQUE ALLARD
directeur van de Koning Boudewijnstichting

naast de mecenaatsfondsen, onder meer het systeem van projectrekeningen succesvol. Organisaties kunnen, voor een specifiek project dat beperkt is in tijd en budget, giften ophalen via de stichting, die daarvoor (vanaf €40) fiscale attesten aflevert. In 2016 ging het om 313 rekeningen die 4 miljoen inzamelden.

Voordelige fiscale maatregelen zijn voor Belgen niet de primaire drijfveer om te geven, zo blijkt uit de Barometer van de Filantropie. Maar ze nemen het wel mee. En hier lonkt men naar de overheid. Want als die er zou in slagen een gunstig fiscaal kader aan te bieden, kan dat misschien de geefbereidheid ten goede komen.

De overheid – federaal, regionaal, provincie en gemeente – hoeft en kan niet voor alles instaan. Ze draait de jongste jaren, ook ertoe gedwongen door de economische situatie, de subsidiekraan steeds verder dicht. De tijd dat ze genereus haar portemonnee kon openen, in een weliswaar economisch betere periode, ligt alweer meer dan een decennium achter ons. Om de slagkracht van de cultuursector te verhogen probeert de overheid wel de aanvullende financiering voor cultuur aan te wakkeren en de ondernemingszin of het entrepreneurschap (ondernemerschap) van de sector te stimuleren. Een van de denksporen die de huidige Vlaamse minister van Cultuur Sven Gatz volgt, is het inzetten van een taxshelter (federale bevoegdheid) voor podiumkunsten. De taxshelter is een fiscaal

In het kader van zijn renovatieproject heeft het Koninklijk Museum voor Midden-Afrika een financieringsplan uitgewerkt, ter aanvulling van de subsidies die het ontvangt. Een van de initiatieven is de 'projectrekening', waarmee geld wordt ingezameld voor een welomschreven project van beperkte duur. Op die manier is het voor de donateurs duidelijk dat hun steun daadwerkelijk wordt besteed aan het initiatief van hun keuze.

Gewesten bevoegd voor tarieven

Het Vlaams Gewest, het Waals Gewest en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest hebben hun eigen tariefregeling voor financiële schenkingen en legaten voor goede doelen. Het tarief van toepassing is afhankelijk van waar de schenker/erflater zijn fiscale woonplaats heeft (zijn belastingen aangeeft). De tarieven gelden zowel voor 'Belgische' goede doelen, als voor 'gelijkaardige' goede doelen in de Europese Economische Ruimte (de EU, plus Liechtenstein, IJsland en Noorwegen). Goede doelen buiten de EER worden aan een hoog vreemdentarief belast. Voor Vlaanderen is dat 65 procent, voor de andere twee gewesten 80 procent.
Een schenking van in België gelegen onroerende goederen moet via notariële akte gebeuren, waarop altijd registratiebelastingen verschuldigd zijn.
Schenkingen van roerende goederen kunnen gebeuren via handgift of bankgift, die niet verplicht registreerbaar zijn. In die gevallen zijn er wel erfbelastingen verschuldigd indien de schenker binnen de drie jaar overlijdt.

gunstige regeling die (voorlopig enkel) de productie van audiovisuele en cinematografische werken aanmoedigt. Een vennootschap die in de productie van audiovisuele werken investeert, kan een vrijstelling krijgen van haar belastbare gereserveerde winst tot 150 procent van het bedrag dat ze in de productie heeft gepompt. De minister denkt voorts aan het oprichten van een Cultuurbank die instaat voor verschillende diensten van kredietverstrekking, zoals een set aan rentearme microkredieten en leningen, waarmee kleine tot zeer grote cultuurprojecten gefinancierd kunnen worden. Voor zakelijk, juridisch en financieel advies zouden culturele organisaties zich in de toekomst kunnen wenden tot het Cultuurloket, een sectorbreed aanspreekpunt dat het bestaande Kunstenloket moet vervangen.

"Schenkingen zijn het resultaat van drie krachten die op elkaar inspelen: gemotiveerde en vrijgevige schenkers; stichtingen, instellingen en organisaties die schenkers bereiken en overtuigen; en de staat en overheden die een kader moeten creëren dat cultureel mecenaat stimuleert."

MICHEL MOORTGAT
voorzitter Erfgoedfonds Koning Boudewijnstichting

Met zijn witboek over de rol van de overheid in de culturele sector wilde Vlaams minister van Cultuur Sven Gatz het debat openen over alternatieve financieringswijzen.

De door FARO gelanceerde campagne 'Erfgoeddoel' wil het mecenaat ten gunste van het erfgoed bevorderen. Zevenentwintig musea, archieven en erfgoedbibliotheken hebben zich verenigd rond een campagne voor 'erfgoedfilantropie'.

Minstens even belangrijk, volgens de minister, is het bevorderen van een flankerend beleid dat het ondernemerschap in de cultuursector wind in de zeilen moet geven. Een idee is het opzetten van cross-sectorale partnerschappen tussen bijvoorbeeld musea en verzamelaars, archieven en onderwijsinstellingen, erfgoed en welzijn ... Die partnerschappen zouden de culturele spelers zowel inhoudelijk als op ondernemersvlak moeten versterken. Het zou gaan om kleinere bedragen, maar meer nog dan de financiële input moet de vraag zijn wat de partners voor elkaar kunnen betekenen.
Hoe dan ook is het ontzettend belangrijk om te blijven hameren op sensibilisering van particulieren en bedrijven om hen te informeren over de mogelijkheid om te schenken aan de cultuursector en hen daarin, ook fiscaal, te stimuleren.

Nederlandse Geefwet
De Geefwet in Nederland, in voege van 1 januari 2012 tot 31 december 2017, wil giften aan cultuur stimuleren. Een doorslaggevende hefboom is de 'multiplier'. Die biedt particulieren en bedrijven een extra fiscaal voordeel wanneer zij een gift doen aan een geregistreerde culturele instelling met de status van 'algemeen nut beogende instelling' (anbi). De schenker mag de gift voor aftrek met 25 procent (inkomstenbelasting) en 50 procent (vennootschapsbelasting) verhogen (multiplier), met een maximale verhoging van 1.250 euro en respectievelijk 2.500 euro. Hij geniet daardoor een belastingvoordeel voor een hoger bedrag dan de oorspronkelijke gift.

Een gunstige fiscale omgeving scheppen is nog geen garantie dat de motor aanslaat. Dat blijkt - voorlopig - het geval te zijn met de Geefwet in Nederland. Bij het aantreden van de regering Rutte I (2010-2012) werd er fors bezuinigd. Ook cultuur ontsnapte daar niet aan. De sector ging door zwaar weer. De overheidssteun aan culturele non-profitorganisaties viel in 2011 terug met 220 miljoen euro en zakte tegen 2013 nog verder tot 253 miljoen. 40 procent van de 346 organisaties verloor zijn subsidie, voor 17 procent van hen viel definitief het doek. In een poging om de onrust enigszins weg te nemen en de besparingspijnen te verzachten, lanceerde de regering Rutte in 2012 de Geefwet. In Nederland hing cultuur, net als in ons land, aan het staartje van goede doelen waaraan de

Nederlanders wilden geven. De Geefwet, die 'budgetneutraal' moest zijn, had tot doel met een voordelige fiscale regeling de donaties van ondernemingen en particulieren en de inkomsten uit commerciële activiteiten te verhogen, en dus culturele instellingen en organisaties minder afhankelijk te maken van overheidssubsidies. Omdat de wet andere liefdadigheid niet mocht discrimineren, werd ze, na een ommetje langs het Europees Hof van Justitie, pas in maart 2013 bekrachtigd.

Prof. René Bekkers, directeur van het Centrum voor Filantropische Studies aan de Vrije Universiteit Amsterdam, onderzocht zeer recent, in opdracht van het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen, of de Geefwet enig effect had gegenereerd. Nauwelijks, zo blijkt uit zijn studie *Culturele instellingen in Nederland. Veranderingen in geefgedrag, giften, fondsenwerving en inkomsten tussen 2011 en 2014*. Gezinnen blijken niet meer te geven dan vroeger, ook de meer gegoede huishoudens niet. Al zou er zich volgens prof. Bekkers in 2015 een bescheiden stijging voordoen. Een mogelijke verklaring voor dat aarzelend geefgedrag is dat de mensen de Geefwet nog onvoldoende kennen. De bijdragen van bedrijven daarentegen namen wel toe, vooral in de vorm van sponsoring. Maar, de studie spreekt van een mattheuseffect: vooral de grote, succesvolle instellingen halen meer geld op van bedrijven en particulieren. "Hoe groter de organisatie, hoe makkelijker ze donoren kunnen informeren over de fiscale aftrekbaarheid, en hoe meer ze deden om hun skills in fondsenwerving en marketing te verbeteren", aldus prof. Bekkers. Anders gezegd, bij de Geefwet hebben de groten als het Rijksmuseum en het Van Goghmuseum in Amsterdam gewonnen en de kleintjes verloren, vaak omdat ze geen of weinig ervaring hebben met fondsenwerving. En omdat ze er simpelweg ook niet de middelen voor hebben of vrijmaken. Bekkers' antwoord op de vraag of de Geefwet de cultuursector meer ondernemend heeft gemaakt en er meer privaat geld naar kunst en cultuur is gevloeid, luidt omzichtig: "Waarschijnlijk wel". Hij heeft evenwel een aantal aanbevelingen voor de culturele instellingen. Om te beginnen: verwacht geen wonderen, het gaat om investeren, opbouwen en vertrouwen, en pas dan kan je aan terugverdienen denken. Informeer je publiek en donoren over de wettelijke mogelijkheden, over hoe de praktijk werkt, met voorbeelden. En experimenteer en probeer wat bij je doelpubliek past, en leer van elkaar. Zij die in Nederland van elkaar hebben geleerd, zijn overeind gebleven na de bezuinigingen. Zij die de hakken in het zand gezet hebben, hebben de strijd verloren of zagen hun inkomsten kelderen. Prof. Bekkers maakte tot slot bij dit alles een elementaire kanttekening: wat in Nederland werkt, werkt niet per se in België.

Dat geldt allicht ook voor de situatie in Frankrijk. Daar heeft de gelijkaardige geefwet van 2003, volgens Charlotte Dekoker van ADMICAL, een vereniging voor de promotie en ontwikkeling van het bedrijfsmecenaat in

Franse Geefwet

'La loi française relative au mécénat, aux associations et aux fondations'

In Frankrijk geldt er sinds 1 augustus 2003 een soort geefwet. Ondernemingen die schenkingen doen aan structuren van algemeen belang kunnen 60% ervan aftrekken van hun bedrijfsbelasting op voorwaarde dat de schenking niet meer bedraagt dan 0,5 procent van hun zakencijfer. Particulieren die schenkingen doen aan structuren van algemeen belang kunnen 66 tot 75 procent ervan aftrekken, op voorwaarde dat de schenking niet meer bedraagt dan 20 procent van hun belastbaar inkomen.

Frankrijk, ogenschijnlijk meer succes. ADMICAL schat dat het totale bedrag aan schenkingen in 2016 3,5 miljard euro bedroeg, tegenover 1 miljard in 2004. Reeds 55 procent van de bedrijven zou van de fiscale maatregel gebruik hebben gemaakt. Overigens zou 14 procent van alle Franse bedrijven (170.000) mecenas zijn. Daarmee doet Frankrijk het wat het bedrijfsmecenaat betreft uitzonderlijk goed: 0,17 procent van het BNP (tegen 0,1 procent in de VS).

Fransen hebben ook een groter hart voor cultuur en erfgoed (samengeteld) dan de Belgen, althans volgens de Franse top tien van de 'goede doelen'. Met 15 procent moet de culturele sector enkel de sociale sector (17 procent) laten voorgaan. Het gaat om zo'n 500 miljoen euro. Monumenten en landschappen (35 procent) bijten de spits af, gevolgd door muziek (27 procent), musea en tentoonstellingen (18 procent), 'levende kunsten' (16 procent), fotografie/cinema/audiovisuele kunst (3 procent) en plastische kunst (1 procent). Dat literatuur onderaan hangt (0,5 procent), zou volgens Charlotte Dekoker ermee te maken hebben dat deze sector zich alsnog niet tot de bedrijfswereld heeft gekeerd.

Cruciaal in het succes van de Franse geefwet is de communicatie. Binnen het Franse ministerie van Cultuur houdt een (weliswaar kleine) ploeg zich bezig met het communiceren van de wet naar het publiek van notarissen, advocaten … en helpt bij de administratie. Bovendien had de Franse overheid zwaar ingezet om de achterliggende intentie van de geefwet – privésteun helpt het algemeen belang – breeduit te communiceren naar de media, de werkgeversorganisaties, de Kamers van Koophandel enzovoort. Klaarblijkelijk met succes.

De restauratieprojecten van het tapijtkarton van Pieter Coecke van Aelst in Brussel (zie foto), het *Sint-Denijsretabel* in Luik, het *Lam Gods* van de gebroeders Van Eyck in Gent of het glas-in-loodraam van Oultres in Luik werden onlangs tot een goed einde gebracht. Tientallen jaren al wachtten deze kunstwerken op een adequate behandeling. De inbreng van het Fonds Baillet Latour, de grootste mecenas inzake erfgoed, was beslissend voor het lanceren van de restauratieplannen. Zonder de steun van verschillende mecenassen tegelijk is de realisatie van projecten van die omvang gewoonweg niet mogelijk.

OP ZOEK NAAR PARTICULIER GELD

TWEEDE LUIK | 11 OKTOBER 2016, KBC-TOREN, ANTWERPEN
FONDSENWERVING: SUCCES GEGARANDEERD?'

In dit deel lag de focus vooral op de rol van de instellingen zelf, als fondsenwervers. Bij culturele organisaties en instellingen groeit het besef dat er naar aanvullende middelen moet worden gezocht. Niks is vanzelfsprekend. De meesten zijn daar op een of andere manier al langer mee bezig, anderen zetten nog maar de eerste aarzelende stappen. Die nieuwe mindset vraagt om ondernemingszin, om creativiteit. Maar ondernemerschap bevorderen binnen een culturele instelling of organisatie? Allemaal goed en wel, maar hoe pak je een adequate fondsenwerving aan, met de wetenschap dat de Belg slechts beperkt wil geven of schenken aan cultuur? Hoe kan je hem bewegen om meer te geven? Daarvoor moet een *culture of asking* ontstaan.

Fondsenwerving is natuurlijk meer dan enkel 'vragen'. Het gaat ook om het verwerven van publieksinkomsten door o.m. de ticketverkoop, het zoeken naar sponsoring of het organiseren van businessevents. Door eigen middelen te werven verbreedt men het draagvlak van de organisatie en zoekt die aansluiting bij mensen of een publiek dat ze nog niet kent.

"Voor elke euro werkingsmiddelen die we krijgen, genereren we een eigen euro inkomsten."

KATRIEN VAN EECKHOUTTE
algemeen directeur Concertgebouw Brugge

Een algemene sluitende set aan voorwaarden om succesvol aan fondsenwerving te doen of een algemeen concept van plan van aanpak bestaat niet. Er is immers altijd de uniciteit van zowel de organisatie, de discipline, de sector, als de sociaaleconomische context errond waar rekening moet mee gehouden worden. Toch is het goed om bepaalde 'codes' in het oog te houden die bijdragen aan een professionele fondsenwerving.

- **Durf, luister en focus:** de drempel ligt al een beetje lager, maar sommige culturele instellingen of organisaties moeten nog hun schroom overwinnen om met de nodige zelfzekerheid op een mogelijke schenker toe te stappen. Focus je op een doelgroep bij wie je de juiste snaar kan raken. Aanspreken betekent je verdiepen in het bedrijf of de persoon, veel vragen stellen, maar niet in het wilde weg. Een fondsenwerver moet de informatie ook fil-

Dankzij zijn sponsorclub The KEYS weet het Concertgebouw Brugge niet alleen zijn ambitieuze muzikale opdracht te vervullen, maar ook een nieuw publiek aan te trekken en zijn donateurs aan zich te binden. Met het Laureatenconcert sloten THE KEYS het seizoen 2015-2016 af. Na het prachtige pianospel konden de donateurs samen napraten en zo ook hun netwerk verzorgen.

"Het probleem is niet dat we geen geefcultuur hebben, wél dat we geen vraagcultuur hebben."

ILJA DE COSTER
senior consultant fondsenwerving

teren, maar vooral heel veel luisteren naar de noden en de interesses van de potentiele schenker. En daar dan een antwoord op bieden met de creativiteit die inherent is aan de sector.

- **Investeer in fondsenwerving en in netwerking:** dat is niet zo evident als het lijkt. Een kunstinstelling als het Concertgebouw Brugge heeft binnen het communicatie- en salesteam slechts een iemand die zich parttime bezighoudt met sponsoring. Voorlopig niet meer. "Mijn (voltijdse) aanwerving bij Museum M was de grootste investering. Ik moet mijzelf terugverdienen", zegt Lydia Vandam. "Alles begint vrij basic", vindt Sergio Servellón, voorzitter van de Private Arts Support foundation (PASf). "Hoe klein ook, steek energie in het zakelijk aspect van je vereniging." Toon en adem met andere woorden culturele ondernemingszin. Ook elke vrijwilliger zou een fondswervingsmentaliteit moeten hebben, meent Ilja De Coster, zelfstandig consultant fondsenwerving. Hij noemt het een soort levensstijl: permanent alert zijn voor mensen die interesse kunnen hebben. Dat vraagt veel tijd, maar opent deuren.

- **Vraag niet direct geld, maar vraag advies:** het is een boutade, maar als je mensen om geld vraagt dan krijg je advies, en als je mensen om advies vraagt, krijg je uiteindelijk geld. Dat klopt, volgens Lydia Vandam (Museum M): "Je moet de mecenassen betrekken vanuit hun expertise. Dat vereist dat je eerst je netwerk uitbouwt en daarop verder bouwt." Alles is netwerk volgens

haar. Want elke mecenas kent wel weer iemand anders die geïnteresseerd kan zijn. Of om de titel van het boek van technologie-ondernemer Peter Hinssen te gebruiken: *The network always wins*. Zo kan de insteek van een groep trekkers van buitenaf ook helpen om een nieuwe wind te laten waaien.

"Mijn grootste plezier is om met mensen in gesprek te gaan. Vroeger waren we 'een noodzakelijk kwaad'. Die mentaliteit is veranderd. Ik put veel energie uit gesprekken met bedrijven en particulieren. Je brengt hen in een magische wereld waar ze nog niet zoveel van afweten. Ze zijn heel nieuwsgierig en je komt uit op een wisselwerking. "

LYDIA VANDAM
Memberships & Corporate Development Manager, Museum M Leuven

- **Creëer trots, betrokkenheid en groepscohesie:** als je mensen betrekt in je plannen, trek je mensen samen voor hetzelfde doel. Ze willen het gevoel krijgen erbij te horen. Een betrokken publiek zal vaker een bezoek brengen, mond-tot-mondreclame maken en eerder geneigd zijn financiële steun te geven.

Sponsoring kan ook in de vorm van expertisemecenaat. Het architectenbureau Art & Build bouwde deze maquette van het Hortamuseum volledig kosteloos (800 werkuren!). Het model geeft een perfect beeld weer van de volumes, de circulatielijnen tussen de verschillende ruimten in het gebouw en de subtiliteit van de lichtinval.

Benoit Provost, directeur van Prométhéa, een vereniging die in Franstalig België bedrijfsmecenaat tussen cultuur en erfgoed stimuleert, merkt op dat bedrijven zich gaan groeperen in een mecenaat, om samen een laureaat te selecteren, maar ook om het plezier om samen ergens bij aanwezig te zijn. "Het is voor hen ook een manier om aan netwerking te doen, maar toe-

Elke onderneming kan zich ontpoppen tot een mecenas. Prométhéa wil het bedrijfsmecenaat voor cultuur en erfgoed in Wallonië en Brussel bevorderen en brengt daartoe ondernemingen en projecthouders bij elkaar. Zo steunde de bvba Macors, actief in de renovatie van erfgoed, de Prix Médiatine 2016 (de prijs voor hedendaagse kunst van het cultureel centrum Wolubilis) in het kader van diens expertisemecenaat.

gespitst op een project. Zij beschouwen dat als werkvergaderingen. Uiteraard versterkt dat de banden tussen de bedrijven. Voor ons is dat belangrijk omdat het een collectieve soliditeit geeft aan het project."

- **Voor wat hoort wat, maar niet altijd:** vaak willen schenkers een project steunen omdat het hen aanspreekt. Dat engagement geeft hen een zeker aanzien of prestige. Sommige willen daarvoor een zekere visibiliteit. Met die gevoeligheid dient natuurlijk rekening gehouden te worden, al wil niet elke betrokken schenker zichtbare erkenning. Sommigen verkiezen liever in de luwte mee te werken of is het niet om een tegenprestatie te doen. Essentieel is of je iets voor elkaar kan betekenen en dat je bij elkaar past.

- **Strategie:** fondsenwerving vraagt om een langetermijnvisie want uiteindelijk wil je met de schenker een standvastige langetermijnrelatie aangaan. Daar heb je een strategie voor relatiebeheer voor nodig, die je stap voor stap moet uitwerken. Aan het eind verdient de inspanning zich terug. Maar vergeet niet, het ontwikkelen van relaties met een mecenas kost werk, expertise, en veel tijd.

- **Impact:** doe aan prospectie en analyseer wat er al is en welke mogelijkheden er zijn. Waak ook over het gebruiksgemak voor de gever en vraag hem tijdig om steun. De boodschap aan wie geeft, moet altijd heel transparant zijn, want schenkers willen te allen tijde dat hun geld doeltreffend besteed wordt. Zeg hen ook duidelijk wat er dankzij hun gift gerealiseerd kan worden. De impact van een gift is voor schenkers van groot belang.

M-LIFE, een uitgebreid fondsenwervingsprogramma van het Museum - M in Leuven, stelt zijn donateurs uiteenlopende projecten voor. KBC verleende haar steun aan de communicatie rond de lancering van dit voor de Belgische museumwereld vernieuwende initiatief.

- **Doe een aanbod dat appelleert aan potentiële gevers:** gevers moet je als gastheer vooral aandacht geven. Anders ben je ze zo weer kwijt. Veel organisaties en instellingen gebruiken club-formules waarbij schenkers als erkenning voor hun bijdrage een zekere mate van exclusiviteit mogen ervaren, waar ze ook gelijkgestemden kunnen ontmoeten. Vaak gaat het om een kijkje achter de schermen, een achterafgesprek met de artiest, een drink voor de schenkers...

- **Schep een helder verhaal:** fondsenwerving is een vrijwillige daad. Dat vraagt een andere communicatie, weet Lydia Vandam. Je moet het zo concreet mogelijk maken door projecten in de kijker te zetten. Vertel heel duidelijk en helder waar je mee bezig bent en wees bezield over je project, zodat het zichzelf verkoopt. Daarom probeert zij als fondsenwerver zeer dicht te staan bij de di-

rectie en het beleid van het museum "want het is dat verhaal dat je moet overbrengen aan de schenker".

- **Creativiteit en ondernemerszin:** toon ten slotte je ondernemingszin in de creativiteit van je communicatie. Zo startte het Concertgebouw in Brugge destijds met de 88KeysClub, een verwijzing naar de 88 toetsen van een piano. Elke toets werd verkocht tegen 1.000 euro/stuk. Zo kon een piano aangekocht worden. Spitsvondig, sympathiek en goed om een nieuw publiek te rekruteren.

Belangrijk is dat er tussen de instelling en de donateur een unieke band geschapen wordt en in ere wordt gehouden. Op die persoonlijke benadering kan je relaties bouwen. Daarom, vindt Ilja De Coster, zelfstandig consultant, is fondsenwerving te belangrijk om alleen aan een externe consultant over te laten. "De opdrachtgever moet zelf om geld vragen. Uiteindelijk is geven ook iets heel emotioneel." Als je een externe fondsenwerver zou aanstellen voor meerdere instellingen samen, mis je de emotionele band tussen schenker en instelling, of beginnen de instellingen onderling te twisten over de verdeling van het geld … Goede consultancy in fondsenwerving stopt niet bij het ondersteunen, het omkaderen, het advies geven, maar is ook bezig om het de organisaties zelf te leren, hen te *empoweren*.

ZOEK, EN JE VINDT GEMOTIVEERDE GEVERS

DERDE LUIK | JANUARI 2017, BRAFA-BEURS, BRUSSEL
DE GEEFMOTIVATIE VAN SCHENKERS. HOE SPEELT U BETER IN OP HUN VERWACHTINGEN?

Veel meesterwerken en museumcollecties zouden zonder het mecenaat niet bestaan. Soms is het zelfs de laatste reddingsboei. Zoals het verhaal van het Rubenianum Fund in Antwerpen illustreert.

Het Rubenianum is een documentatiecentrum van de stad Antwerpen, de bewaarplaats van een grote bibliotheek over Vlaamse kunst van de 16e en 17e eeuw en van het archief van de kunsthistoricus en Rubensspecialist Ludwig Burchard. Daarnaast heb je een interuniversitair studiecentrum, de vzw Centrum Rubenianum dat de meerdelige Corpus Rubenianum van het werk van Rubens publiceert, het meest omvattende kunsthistorische project ooit gewijd aan een kunstenaar. Rubens' oeuvre wordt geschat op ruim 2.500 composities en telt ongeveer 10.000 kunstwerken. Het project startte meer dan vijftig jaar geleden. Toen de financiering door het FWO in 2010 opdroogde, dreigde het prestigieuze project te stranden en moest er naar andere financiële middelen gezocht worden. Het was geen makkelijk project om te verkopen: een wetenschappelijke publicatie over een Oude Meester is niet 'sexy'. Mensen die met cultuur begaan zijn én geld hebben, focussen zich naar verluidt veelal op andere domeinen zoals hedendaagse kunst, en bovendien gaat het niet om een kortstondig project. Er was in de vzw veel goede wil, maar heel weinig ervaring met projectmanagement en fundraising. Ondernemer Thomas Leysen zette met een groep mensen, met complementaire skills, een fundraisingstrategie op met een duidelijk doel (het project afwerken tegen 2020) en een realistisch budget (nu 3,5 miljoen). Ook de Koning Boudewijnstichting was er van meet af aan bij betrokken: het Rubenianum Fund werd onder haar vleugels opgericht.

> **"Onze belangrijkste hefboom: de groep straalde passie uit."**
>
> THOMAS LEYSEN,
> *voorzitter van het bestuurscomité van het Rubenianum Fund*

Er werd gezocht naar mensen die eenmalig 5.000 tot 25.000 euro wilden inbrengen, Dit zonder tegenprestatie, maar wel met de mogelijkheid om geïnformeerd te blijven over de vooruitgang van het project via The Rubenianum Quarterly of om aan enkele exclusieve activiteiten, zoals studiereizen, te kunnen deelnemen. Met die aanpak wil het Rubenianum Fund naar de mecenassen professionalisme tonen én 'de vrienden bij de club houden'. En het lukt. Er zijn inmiddels een honderdtal schenkers (de helft uit eigen

SINDS VIJFTIG JAAR VERZAMELT en ontsluit het Rubenianum in Antwerpen wetenschappelijke informatie over Rubens en de beeldende kunsten van zijn tijd. Met zijn gespecialiseerde kunstbibliotheek en uitvoerige beelddocumentaties over Rubens, Van Dyck, Jordaens, Bruegel, Teniers en meer dan tweeduizend andere kunstenaars, is het instituut een internationaal referentiepunt in de studie van de oude Vlaamse kunst. In het Rubenianum kunt u terecht voor onderzoek in de leeszaal, voor lezingen en symposia, en voor kunsthistorische opinies over schilderijen.

Steun het Corpus Rubenianum Ludwig Burchard

De talrijke aanvragen van zowel professionals uit de kunsthistorische wereld als privépersonen zijn een uiting van de vooraanstaande rol van dit instituut inzake expertise over de Vlaamse kunst van de renaissance en de barok.

In 2010 werd het Rubenianum Fund opgericht in de schoot van de Koning Boudewijnstichting. Het is een sprekend voorbeeld van fondsenwervingsstrategie en toont het belang aan van een gepassioneerd bezieler, die zich enthousiast achter het project schaart, tegelijkertijd ook de rol van mecenas op zich neemt en zijn eigen sociaal netwerk aanspreekt. Een andere succesfactor is dat men zich laat omringen door een team met vertakkingen in verschillende netwerken.

land) die het Rubenianum Fund steunen, voor de helft privépersonen en voor het overige stichtingen (20 procent), kunsthandelaars, veilinghuizen en corporate sponsors.

Wie zijn ze?

"Dé donor bestaat niet", waarschuwt Ilja De Coster. Ze kunnen van alle slag zijn: industrielen, bankiers, ondernemers, kunsthandelaars of -verzamelaars ... Mensen die op een of andere manier welgevaren hebben en nu in een vooraanstaande positie zitten. Maar het is een misverstand dat mecenaat alleen weggelegd is voor rijken. Het was de Nederlandse mecenas Han Nefkens die zei: "Ook mensen die veel minder te besteden hebben, kunnen iets doen. Als jij met twintig vrienden allemaal 2.000 euro per jaar opzijzet, heb je al 40.000 euro. Voor dat geld kan je een kunstwerk kopen en dat in bruikleen geven of schenken aan een museum. Je kan het ook laten rouleren langs de twintig deelnemers. Voor dat bedrag zou je ook een kunstenaar uit het buitenland hier een tijdje kunnen laten werken. Of je kan een mooie catalogus laten maken. Er is zoveel mogelijk, maar mensen zijn zich daar onvoldoende van bewust."

"Het is een misverstand dat mecenaat alleen weggelegd is voor rijken."

ILJA DE COSTER,
senior consultant fondsenwerving

Vereniging Rembrandt

De Vereniging Rembrandt in Nederland telt 14.000 leden en beschikt over een kapitaal van 50 miljoen euro. Het jaarlijks dividend gaat integraal naar de aankoop voor het Nederlands openbaar kunstbezit. De Vereniging brengt bij een aankoop altijd maximaal de helft van de prijs in, de andere helft moet van de musea zelf komen en van andere fondsen. Gemiddeld schenkt de Vereniging 3,5 miljoen euro per jaar. Zelf krijgt ze ook legaten en schenkingen binnen.
Alle bestuursleden en adviseurs werken onbezoldigd. De overhead is dan ook laag. Dat is volgens bestuurslid Ruud Priem (directeur van het Brugse Hospitaalmuseum) belangrijk voor het vertrouwen van de leden in een onpartijdig orgaan dat het geld doelmatig benut. Het lidmaatschap voor twee personen kost 90 euro per kalenderjaar óf 3.000 euro, eenmalig, voor het leven (vanaf 35 jaar). Het bestuur zelf bestaat uit 16 mensen vanuit diverse achtergronden (juristen, marketing, communicatie, kunsthistorici). De onafhankelijke experts zijn niet verbonden met instellingen die een aanvraag indienen. De Vereniging geeft ook een Bulletin uit dat onder meer de kunstaankopen bespreekt. Op de website staat een lijst van gesteunde aankopen die teruggaat tot 1883, het oprichtingsjaar van de Vereniging Rembrandt die aanvankelijk tot doel had 'het behoud van oude Hollandse kunst in eigen land'. Die focus is later verruimd naar het verzamelen van internationale kunst. De Vereniging steunt inmiddels meer dan 125 musea in Nederland en heeft haar taak verruimd naar onder meer het onderzoek naar museale collecties, het toezicht op de collecties in Nederland en het actief bewaken van de ooit geschonken kunstschatten.

Waarom doen ze het?

Relevanter is de vraag wat mecenassen en gevers motiveert om met een aanzienlijke steun over de brug te komen. Een manier om dat te weten te komen, is om het hen, als fondsverwerver, natuurlijk zelf te vragen. De drijfveren zijn heel divers.

- Achter elke gever zit een persoonlijk levensverhaal, een persoonlijke ervaring, of er kan een link zijn met de familie. Geven is vaak emotie.
- Je kan met je schenking echt iets doen, écht een keuze maken, omdat de nood van het geven duidelijk is.
- Je streeft impact na, tastbaarheid. Je wil ertoe doen. Dat steentje in de rivier verleggen.
- Het doel van de schenking kan gewoon passen bij de waarden waar de schenker in gelooft.
- Sommigen worden nu eenmaal graag gevraagd.
- Anderen geven graag vanuit altruïsme.
- Soms staat het mooi voor het prestige of onderstreept de schenking de sociale reputatie van de gever.
- Het kan je gewoon een goed gevoel geven te weten dat een gift werkt (de 'warm glow').
- Sommigen zien hun gift als een wederdienst voor hun gemeenschap, hun regio, hun stad, hun land … Als een appel aan hun 'civic pride'.
- Sommigen willen dan weer hun levenswerk waar ze jaren aan gebouwd hebben en waar ze zoveel passie in gestopt hebben, veiligstellen voor de toekomst.
- Anderen willen het werk van de fondsenwerver honoreren omdat ze vertrouwen hebben in die persoon of instelling.
- Enzovoort.

Deze zilveren schaal en waterkan van Rubens, geschonken door Pierre en Colette Bauchau, worden volgens de wens van de schenkers geregeld in bruikleen gegeven voor tentoonstellingen. Elke gelegenheid om een vertrouwensrelatie met de donateur op te bouwen, moet worden aangegrepen. Zo kan een echt partnerschap tussen de projecthouder en de schenker groeien.

Doneren voor erfgoed kan in de vorm van geldelijke steun maar ook door het nalaten of schenken van kunstwerken. Het *Zelfportret* van Jordaens en de *Apostel Mattheus* van Van Dyck werden door Suzanne Generet gelegateerd aan de Koning Boudewijnstichting. Deze meesterwerken bevonden zich meer dan een halve eeuw in een privécollectie maar kunnen nu door iedereen in het Rubenshuis worden bewonderd.

De filantroop van vandaag streeft met zijn inzet dus niet enkel naar financieel rendement maar tegelijk naar maatschappelijk rendement. Ook daar willen sommigen een *return on investment* hebben.

Voorwaarden tot succes

Daarom is het goed dat mecenassen niet altijd de anonimiteit opzoeken en er een continue dialoog tussen de vrager en de potentiële gever blijft bestaan. Zij moeten dezelfde taal spreken. Want soms kennen die twee werelden elkaar te weinig, moet er een wederzijds scepticisme overwonnen worden, en kan de dialoog vooroordelen of karikaturen van elkaar uit de weg ruimen.

Soms willen mecenassen hun eigen ding gaan doen, bijvoorbeeld omdat ze niet op dezelfde golflengte geraken met een museum. Mocht de overheid zich verder terugtrekken, dan zou het private museum wel eens in die ruimte kunnen springen. Zo ver zijn we alsnog niet. De vraag moet overeind blijven wat de vrager en de gever voor elkaar kunnen betekenen. Want particulieren en bedrijven worden al dikwijls aangeklampt om te geven. Maar wat *triggert* hen om dan toch hun portemonnee open te trekken? Enkele opstapjes:

- Ze moeten overtuigd zijn door het intrinsieke belang van het project. Het project moet eruit springen en het einddoel moet duidelijk zijn.
- Een project dat recurrent en structureel is, maakt iets meer kans.

Private Arts Support foundation (PASf)

Mecenaat kan een actuele invulling krijgen, zoals PASf aantoont. De foundation, amper vijf jaar jong, werd opgericht door vijf bedrijven op initiatief van kunstenaar-ondernemer Piet Stockmans. Intussen zit PASf al aan vijftien bedrijven. De bedoeling is oeuvres van hedendaagse kunstenaars te verwerven en te ontsluiten. Voorzitter Sergio Servellón spreekt over een collectief mecenaatstrio tussen het oeuvre (de kunstenaar), bedrijven en musea waarbij wordt gezocht naar een win-winsituatie. Een jury van externe deskundigen stelt, in overleg met musea van hedendaagse kunst, aankopen voor. De betrokken bedrijven kunnen de collecties in hun bedrijfsruimtes exposeren. Musea kunnen langs deze weg met een tijdelijke of permanente bruikleen een hiaat in hun collectie opvullen. Om het behoud van de werken ook in de toekomst te garanderen en de samenwerking met de musea te faciliteren, heeft PASf een fonds gecreëerd binnen de Koning Boudewijnstichting.Dat zorgt voor de nodige juridische garanties. De onvervreemdbaarheid van de werken is gegarandeerd en de schenkers krijgen een fiscaal voordeel.

Amerikaanse filantropie

The Chronicle of Philanthropy stelt elk jaar een ranking op van de gulste filantropen in de Verenigde Staten. Volgens *The Chronicle* ontvingen Amerikaanse musea in 2016 liefst 293 miljoen dollar (275 miljoen euro) aan giften van de grootste vijftig filantropen in de VS. Het hoogste bedrag sinds 2012. David Geffen, een zakenman die fortuin maakte in de muziek- en filmwereld, alleen, schonk 100 miljoen dollar aan het Museum of Modern Art in New York. En de *Afro-American* investeerder Robert Smith, een nieuwkomer in de top 50, maakte 20 miljoen dollar over aan het nieuwe National Museum of African American History and Culture in Washington dat in het najaar 2016 de deuren opende.
Nochtans, het globale bedrag aan schenkingen bleef vorig jaar 'steken' op 5,6 miljard dollar (5,2 miljard euro), 1,3 miljard dollar minder dan in 2015, en een hap minder dan de 10,2 miljard dollar in 2014. Mogelijke verklaringen voor de daling zijn het ontbreken van grote nalatenschappen, een 'bumpy' beurs en een verkiezingscampagne die veel filantropen naar de politiek lokte. Bijna de helft van de 5,6 miljard dollar ging naar universiteiten en colleges.

- Deel uitmaken van een geëngageerde groep trekkers - "een kleine coalitie van mensen die er echt willen voor gaan", zoals Thomas Leysen het noemt – kan iemand over de streep trekken.
- En misschien maakt dit uiteindelijk het verschil: mensen willen sneller geld geven aan mensen die passie uitstralen voor hun project.

Goede voorbeelden kunnen een nieuw elan doen ontstaan, zoveel is zeker. Het is daarbij wellicht weinig zinvol om te verwijzen naar de Angelsaksische geefcultuur waar welgestelde filantropen vanuit hun liefde voor de kunst enorme sommen investeren om de culturele sector voor iedereen toegankelijk te houden. In Vlaanderen staan we ver van een bepaald soort Amerikaanse filantropie (zie inzet).
Toch is ons Europees erfgoed door de eeuwen opgebouwd door mecenaat. Voor de Tweede Wereldoorlog kwamen Amerikaanse instellingen zelfs naar Europa om hier te leren wat fondsenwerving was. Alleen zijn de Europeanen het nadien zelf wat verleerd omdat de overheid zich een toeschietelijke en ruimhartige subsidieverlener toonde. We moeten dus weer aanknopen met iets wat we verleerd hebben. Alle expertise is dan ook welkom.

"Het is een illusie te denken dat filantropie een Angelsaksische traditie is."

ILJA DE COSTER,
senior consultant fondsenwerving

Zoals die van Belgische topondernemers die door hun internationale ervaring en contacten de 'Angelsaksische geefcultuur' mee naar huis brengen. Of van expats met een carrière bij een Amerikaanse multinational. Zij weten wat het is om met fondsen te moeten werken. Het mecenaat wordt hoe dan ook – daar gaan we van uit – geïnspireerd door nobele intenties. Daarom hoeven mecenassen niet allemaal Peggy Guggenheims te zijn. Zij kocht in 1940, voor Parijs in handen viel van de nazi's, een collectie bij elkaar van onder meer Klee, Léger, Kandinsky, Braque, Miró en zelfs Magritte en bracht ze in veilige bewaring. Wel zoeken mecenassen naar een stukje maatschappelijke erkenning. Vandaar allicht dat meer en meer mecenassen niet langer tot na hun dood wachten om hun kunstverzameling na te laten aan een museum. Zij hebben meer voldoening aan het schenken tijdens hun leven om het met anderen te kunnen delen maar ook om zelf te kunnen beslissen wat er met hun collectie gebeurt. Meewerken aan een project om de eigen schenking te valoriseren zal velen allicht ook de nodige voldoening geven.

Maar we mogen ook aannemen dat de mecenas wordt bezield met de warmhartige

Transnational Giving Europe

Via het netwerk Transnational Giving Europe (TGE), geleid door de Koning Boudewijnstichting, kunt u als Belgische organisatie of vereniging giften inzamelen vanuit een ander Europees land. Omgekeerd biedt het TGE-netwerk ook aan Belgische schenkers de mogelijkheid om een kwaliteitsproject te steunen in een ander Europees land, en in België van een belastingvoordeel genieten. TGE is momenteel in Europa de enige manier om fiscaal aftrekbare, grensoverschrijdende giften over te maken. Dankzij de samenwerking met andere stichtingen maken nu al 18 landen deel uit van het TGE-netwerk.

gedachte dat kunst bijdraagt aan een betere wereld, ons doet reflecteren op onszelf en ons een andere blik op de wereld gunt.

Wie kan daar tegen zijn?

KBFUS, een stichting naar Amerikaans recht, helpt donateurs uit de Verenigde Staten Europese projecten te steunen. Zij genieten daarbij de fiscale gunstmaatregelen die in de VS van toepassing zijn. Dat geldt ook voor schenkingen van kunstwerken. Zo is, dankzij het grootmoedige gebaar van een Amerikaanse mecenas, Luc Tuymans *München* voortaan in het Koninklijk Atheneum in Antwerpen te zien.

Een Amerikaanse dochter

Het zou verkeerd zijn de buitenlandse schenker over het hoofd te zien. De Koning Boudewijnstichting heeft daarom een dochterorganisatie opgericht, de King Baudouin Foundation United States (KBFUS), die sedert 1997 actief is vanuit New York. KBFUS helpt particulieren en bedrijven die vanuit de VS geld willen geven aan goede doelen in Europa en Afrika. Directeur Jean-Paul Warmoes leidt deze Amerikaanse 'public charity' die gerechtigd is fiscale attesten af te leveren. Over de voorbije drie jaren haalde KBFUS 60 miljoen dollar op voor in totaal 200 partners, waaronder het Red Star Line Museum in Antwerpen, het Mundaneum in Mons, de Brugse stadsmusea en het Institut du Patrimoine wallon.

De VS is doordrongen van een cultuur van filantropie. In 2014 werd 358 miljard dollar opgehaald bij individuen en bedrijven. 32 procent daarvan gaat naar religieuze goede doelen, 15 procent naar onderwijs en 5 procent naar kunst en cultuur. Giften zijn goed voor een derde van de inkomsten van een doorsnee Amerikaans museum. Overigens, wie in de raad van bestuur van een grote culturele instelling zit, staat voor de keuze: ofwel geven *(Give)*, geld ophalen *(Get)*, ofwel vertrekken *(Get off my board)*.

Een efficiënte geefwet laat toe dat vermogende burgers tot 50 procent van hun belastbaar inkomen kunnen schenken. Genereuze schenkers die deze grens overschrijden krijgen vijf jaar de tijd om het overschot van hun inkomsten af te trekken. Bij legaten is het totale bedrag fiscaal aftrekbaar.

Colofon

Deze pdf, uitgegeven naar aanleiding van het driedelig colloquium 'Geven voor erfgoed en cultuur in België', is een initiatief van de Koning Boudewijnstichting en FARO.

De **Koning Boudewijnstichting** bestaat sinds 1976 en werd opgericht ter gelegenheid van de 25ste verjaardag van de troonsbestijging van Z.M. Koning Boudewijn. Het is een onafhankelijke en pluralistische stichting van openbaar nut. De Stichting wil bijdragen tot een betere samenleving en heeft daartoe het Centrum van Filantropie opgericht om giften aan te moedigen en professionele diensten te verlenen. Behoud, valorisatie en overdraging van ons erfgoed is één van haar vele actiedomeinen.
Contactpersoon: Anne De Breuck, debreuck.a@kbs-frb.be , tel: 02-549 61 54
www.kbs-frb.be - www.erfgoed-kbs.be
www.transnationalgiving.eu
www.kbfus.org

FARO is het door de Vlaamse overheid erkende en gesubsidieerde steunpunt voor de roerend en immaterieel cultureel-erfgoedsector. FARO ondersteunt en adviseert deze sector (musea, archieven, erfgoedbibliotheken en andere organisaties), net als overheden, individuen en gemeenschappen die met dit erfgoed te maken hebben. Daarnaast heeft FARO met o.a. de organisatie van de jaarlijkse Erfgoeddag een belangrijke rol op het vlak van beeldvorming over cultureel erfgoed. De opdrachten van FARO worden bepaald door het Cultureel-Erfgoeddecreet (2012).
Contactpersoon: Jeroen Walterus, info@faro.be , tel: 02-213 10 60
www.faro.be

Tekst: Patrick Verstuyft
Ontwerp: Annick Blommaert
Coördinatie voor de Koning Boudewijnstichting: Astrid Fobelets
V.U.: Luc Tayart de Borms, Brederodestraat 21, 1000 Brussel

Copyrights: Arnaud Ghys (p.5, p.16); Collectie KMMA Tervuren, foto J.D. Burton (p.4); Concertgebouw Brugge (p.10); Courtesy Studio Luc Tuymans, Alexander Salinas (p.19); De Veerman (p.1); Dominique Provost (p.12); Jan Van de Vel (p.17); Museum van de Stad Brussel (p.8); Prométhéa (p.11); Robert Decock (p.4)

De Koning Boudewijnstichting heeft geprobeerd contact op te nemen met al wie copyright heeft op de illustraties in deze publicatie. Indien er foto's of kunstwerken werden afgedrukt zonder voorkennis van de rechthebbenden, dan kunnen die zich wenden tot de Koning Boudewijnstichting, Brederodestraat 21, B-1000 Brussel.

Koning Boudewijnstichting
Samen werken aan een betere samenleving