



Groot Onderhoud 2012 | Sessie 4

Naar een geefcultuur in de Vlaamse cultureel-erfgoedsector? De financiering van een project via crowdfunding

Sessieleider: Olga Van Oost

Verslag: Annemie Vanthienen

'Alternatieve financieringsbronnen', 'crowdfunding', 'fondsenwerving' ... in tijden van crisis zijn deze begrippen meer dan ooit actueel. Nu iedereen de mond vol heeft over bezuinigen en krimpscenario's, klinkt de roep om alternatieve en aanvullende financieringsbronnen immers steeds luider. Steeds vaker ook wordt gekeken naar *the crowd* – letterlijk het grote publiek – dat door het geven van kleine bedragen bijna letterlijk mee de schouders zet onder een nieuw project. Dit oorspronkelijk Angelsaksische idee van **crowdfunding** werd met projecten als Kickstarter, SonicAngel, MyFirstCompany of Voor de Kunst vooralsnog vooral toegepast in de creatieve (film, muziek ...) industrie en als lanceringsplatform voor innovatieve ondernemingen.

De hamvraag die tijdens deze sessie aan bod komt, is of dit concept van *crowdfunding* ook toegepast zou kunnen worden in de Vlaamse cultureel-erfgoedsector. Hébben we wel een geefcultuur? Waarom wel? Of waarom net niet? Hoe kunnen we zo'n geefcultuur ontwikkelen? En met welke zinvolle strategieën kunnen we de betrokkenheid van het publiek vertalen in een financieel engagement?

Bij de Vlaamse Erfgoedbibliotheek loopt momenteel een experimenteel crowdfundingproject voor erfgoedbibliotheek in Vlaanderen en Brussel onder de noemer **Adopt-a-Book**. Het project wordt tijdens deze sessie toegelicht door **Eva Wuyts**, coördinator Vlaamse Erfgoedbibliotheek. Naast een voorstelling van het *Adopt-a-Book* project, biedt de bijdrage van Eva Wuyts vooral heel wat stof tot nadenken.

Bedoeling van *Adopt-a-Book* is om potentiële donateurs via een webplatform in contact te brengen met diverse projecten van erfgoedbibliotheek en het aanbieden van een online betaalmogelijkheid in ruil voor een fiscaal attest. Naast het bij elkaar brengen van fondsen wil *Adopt-a-Book* ook een platform zijn waar kennis en ervaringen kunnen worden gedeeld en een draagvlak kan worden gecreëerd voor de sensibilisering van het grote publiek. Hiertoe worden naast het webplatform ook instrumenten opgezet als een communicatieplan en -campagne, een onderzoeksrapport, een inspiratiegids en vormingsmomenten.

Adopt-a-Book zit momenteel volop in de ontwikkelingsfase. Tijdens dit proces lopen de initiatiefnemers voortduren aan tegen een aantal vragen, die Eva Wuyts tijdens deze sessie graag met de aanwezigen wil delen. Is *crowdfunding* bijvoorbeeld wel geschikt voor de cultureel-erfgoedsector? De meeste voorbeelden van *crowdfunding* komen immers uit de creatieve en 'commerciële' culturele sector, draaien om het lanceren van *start-ups* en nieuwe producten en zijn vooral gericht op de vrije markt. De erfgoedsector daarentegen verbindt *crowdfunding* eerder met de structurele werking van een organisatie, waarbij het gaat om het ondersteunen van basisdiensten als behoud en beheer. Ziet het publiek dit niet eerder als een taak van de overheid? En bovendien: wanneer mensen geven, geven ze vooral aan emotionele goede doelen (denk aan Unicef, Pink Ribbon, Adopt an Animal ...): wat kan de erfgoedsector daar tegenover stellen en hoe kan de sector zich positioneren? Belangrijk hierbij is dat er niet zozeer uitgegaan wordt van het 'verkopen' van

boeken, manuscripten of welk collectie-onderdeel dan ook, maar dat het publiek aangesproken wordt vanuit een zekere verbondenheid met het erfgoed waaruit een bepaalde identiteit, schoonheid, verwondering of zeldzaamheid kan spreken: emotie en goed gevoel dus, eerder dan harde koopwaar. En toch: fondsenwerving is meer dan dat. Het gaat ook om het opbouwen van klantenrelaties, het aanspreken van netwerken, het raken van mensen ... allemaal dingen waarin erfgoedmedewerkers zeer bedreven zijn. Ook het vergaren van de nodige kennis over het publiek is daarbij essentieel: is het Vlaamse publiek, dat minder met 'geven' vertrouwd is dan bijvoorbeeld in Nederland, even 'vrijgevig'? Wat willen ze in return? Hebben we als erfgoedsector wel voldoende kennis van ons publiek?

Tot slot moeten we ons bij het denken over *crowdfunding* ook bewust zijn van de mogelijke risico's. Is de alternatieve financiering een aanvulling op of een vervanging van subsidies? Wat met de wet- en regelgeving? En zal uiteindelijk enkel 'sympathiek' erfgoed nog op de sympathie van het publiek kunnen rekenen?

Niet de fondsenwerving zelf, maar wel de geefcultuur staat centraal in de bijdrage van **Jan Vander Elst**. Als filantropieadviseur van de Koning Boudewijnstichting brengt Vander Elst enige duidelijkheid omtrent de huidige **filantropietrends** in België. Hij baseert zich daarvoor op onderzoek van het Itinera Institute dat onder meer peilt naar de evolutie van de geefbereidheid van de Belgen (2010-2011). Uit dit onderzoek blijkt dat de respondenten verwachten dat de geefbereidheid van de Belgen tijdens de twaalf maanden volgend op het onderzoek zal stijgen naar 52 % (t.o.v. 41 % in de twaalf maanden voorafgaand aan het onderzoek). In het *eigen* geefgedrag zien de Belgen niet meteen grote veranderingen komen. Uit de Filantropiebarometer (april 2011) blijkt verder ook dat Belgen vooral bereid zijn om te geven aan doelen i.v.m. gezondheid en medisch onderzoek (40 %), hulp aan minderbedeelden (20 %) en humanitaire acties en steun aan arme landen (19 %). Culturele vorming en bescherming van het culturele patrimonium kan slechts 1 % van de respondenten (N=1.000) warm maken.

Wat betreft *crowdfunding* zet de Koning Boudewijnstichting in op projectrekeningen en 'fondsen vrienden van ...'. Een projectrekening bij de KBS kan opgezet worden door een organisatie of vereniging voor een bijzonder project in dienst van de samenleving gedurende één jaar (www.kbs-frb.be/content.aspx?id=292136&langtype=2067). Een voorbeeld uit de erfgoedsector is de projectrekening die het Museum Plantin-Moretus/Prentenkabinet heeft lopen voor het optrekken van een nieuwbouw voor de optimale bewaring van het Prentenkabinet. Een 'fonds vrienden van ...' laat toe om een bepaalde organisatie uitgebreide, duurzame steun te verlenen. Een voorbeeld hiervan is het Fonds Vrienden van Alamire Foundation waarbij filantropen steun verlenen aan onderzoeks- en studieprojecten naar het muziekleven in de Lage Landen.

Uit de ervaringen van de Koning Boudewijnstichting met *crowdfunding* blijkt dat online giften vooralsnog eerder beperkt zijn. Het succes van een crowdfundingproject hangt bovendien sterk af van de mate waarin een organisatie het project mee ondersteunt en bereid is haar netwerk in te zetten. *Last but not least* geeft Jan Vander Elst de sessiedeelnemers de raad mee om samen te werken. Een initiatief als Voor de Kunst bijvoorbeeld (www.voordekunst.nl) bundelt een brede waaier projecten uit verschillende kunst- en cultuurtakken. Onder het motto 'samen staan we sterker' bevordert dit de visibiliteit van projecten en helpt het de deelnemers om vanuit een gemeenschappelijk platform potentiële gevers aan te spreken.

Op het thema van de **geefbereidheid van de Belgische bevolking** werd tijdens deze sessie voortgeborduurd door **Erik Todts**, secretaris van het Toezichtcomité van de Vereniging voor Ethiek in de Fondsenwerving (VEF). Uit gegevens waarover deze vereniging beschikt, blijkt dat 20 à 30 % van de Belgische gezinnen kan bestempeld worden als 'gekende/regelmatige donors'. Daarbovenop komen nog eens 30 à 35 % 'emotionele of occasionele donors'. Dit betekent ook dat zo'n 30 à 35 %

van de gezinnen onverschillig of zelfs vijandig staat tegenover het geven van giften. Doelen die verband houden met ontwikkelingssamenwerking en maatschappelijk welzijn ontvangen de meeste euro's (resp. 39,9 en 39 %), terwijl culturele organisaties 'slechts' tekenen voor 4,2 % van de koek (cijfers 1999).

Wat betreft *crowdfunding* verwijst Todts naar zijn eigen ervaringen met de 12-12 initiatieven (o.a. Tsunami 12-12 en Haiti-Lavi 12-12). Net als in de presentatie van Jan Vander Elst wijst hij op de kracht van een generiek platform (zoals bv. www.1212.be). Vooral het feit dat het gaat om een *samenwerking* tussen verschillende partners en dat de potentiële gever niet moet kiezen tussen verschillende organisaties, slaat aan bij het publiek. Een gemeenschappelijk platform staat bovendien sterker wanneer het gaat om het verkrijgen van media-aandacht.

Tot slot haalt Erik Todts aan dat *crowdfunding* minder geschikt is als sensibiliseringsplatform. Het speelt immers in op de directe, emotionele impuls om te geven, om iets te ondersteunen. Belangrijk is hierbij om in te spelen op het gevoel van het moment, na bijvoorbeeld een geslaagd museumbezoek of een deelname aan een bijzonder goed gelukt evenement.

Als laatste gastspreker van deze sessie belicht **Lien De Keukelaere** vervolgens de '**handjes-actie**' van **het MAS**. Hoewel geen zuiver crowdfundingproject, bevat deze actie toch heel wat interessant materiaal dat aantoont op welke manier er in de erfgoedsector creatief aan fondsenwerving kan worden gedaan. De handjes-actie (www.uiteerstehand.be) is een actie waarbij zowel particulieren als KMO's en vrije beroepen een aluminium handje kunnen verwerven dat aan de gevel van het MAS komt te hangen. De actie kadert in een breed opgezette en getrapte sponsorstrategie. Er wordt vooral gemikt op Antwerpen en omgeving, vandaar ook dat er in de handjescampagne sterk wordt ingezet op het Antwerpse verhaal van verbondenheid met het Museum aan de Stroom. Door de aankoop van een handje verwerft de schenker een klein deeltje van het MAS.

Een dergelijke actie heeft enkel kans op slagen, aldus De Keukelaere, als er aan een aantal kritische randvoorwaarden wordt voldaan. Zo is de omkadering erg belangrijk: een goed uitgebouwde back-office die alle administratie efficiënt kan opvangen, is onontbeerlijk. Bovendien is het belangrijk om de essentiële partners nauw bij het project te betrekken en in overleg met deze partners een goede afstemming tussen doelgroep, product en prijszetting te bereiken. Ook de lancering moet erg nauwkeurig getimed worden. En tot slot is de nazorg erg belangrijk: mensen die een handje gekocht hebben, verwachten een fijne behandeling, met bv. een persoonlijke aflevering van het certificaat en, al naargelang het gekozen pakket, de mogelijkheid om aan exclusieve evenementen te mogen deelnemen.

De vier gastsprekers lichtten tijdens deze keuzesessie elk op hun manier toe wat *crowdfunding* is en wat het zou kunnen betekenen voor de cultureel-erfgoedsector. Enkele zaken die we onthouden uit de diverse bijdragen:

- een crowdfundingproject kan pas helemaal slagen als het wordt ingebed in een gedegen communicatiecampagne;
- een crowdfundingproject is beperkt in tijd;
- er moet worden bekeken in hoeverre de nodige competenties aanwezig zijn bij de betrokken medewerkers;
- er moet worden afgewogen hoe duurzaam een crowdfundingproject uiteindelijk is;
- wat verwachten de gevers in ruil voor hun steun?
- crowdfundingprojecten in de cultureel-erfgoedsector spelen minder op emotie, maar meer op betrokkenheid: het inzetten van de cultureel-erfgoedgemeenschap, het vinden van een draagvlak, enthousiasme opwekken is hier de doorslaggevende factor.