



Universiteit Utrecht

MA Scriptie Universiteit Utrecht - Kunstbeleid en -management

Naam	Mathilde Stuyling de Lange	Scriptiebegeleider	Dr. P. Lelieveldt
Studentnummer	3915034	Studiejaar	2012 / 2013
Datum	16 augustus 2013	Thema	Mecenaat
Contact	stuyling@gmail.com		

De Jonge Mecenas,

over de toekomstige rol van jonge begunstigers in de culturele sector.

Voorwoord

Op 3 september 2012 ben ik aan mijn master Kunstbeleid en -management aan de Universiteit Utrecht begonnen. Bijna twaalf maanden later, voltooi ik mijn afstudeeronderzoek met deze scriptie.

De keuze voor mijn onderzoek naar de rol van jonge begunstigers binnen culturele instellingen komt voort uit mijn belangstelling voor de verschillende particuliere geldstromen in de culturele sector. Voorafgaand aan mijn Masterstudie Kunstbeleid en -management heb ik Algemene Cultuurwetenschappen gestudeerd aan de Universiteit van Amsterdam. In die periode heb ik enkele maanden met bijzonder veel plezier stage gelopen en fulltime gewerkt op de afdeling Development van achtereenvolgens het Stedelijk Museum en het Rijksmuseum te Amsterdam. Om de opgedane ervaring en expertise op dit gebied verder uit te breiden, wilde ik graag tijdens de onderzoeksstage van mijn master wederom op een dergelijke afdeling werkzaam te zijn.

Mijn voorkeur ging bij deze stage uit naar een andere culturele instelling dan het instituut museum en mijn keuze viel op het Holland Festival. Ik werd aangenomen op de Development afdeling en gevraagd een onderzoek op te zetten met de volgende hoofdvraag: 'Door welke benadering en acties kunnen potentiële begunstigers in de leeftijdscategorie van 35 t/m 45 jaar gemotiveerd worden om zich te verbinden aan het Holland Festival? Verder werd mij verzocht om de resultaten van dit onderzoek direct in de praktijk te brengen en in aanloop naar het Holland Festival 2013 een nieuwe geefkring op te zetten.

De periode bij het Holland Festival heeft mij nieuwe inzichten gegeven in de organisatie van een Development afdeling. Ik heb onder meer vastgesteld dat de Development afdeling van een festival veel creatiever moet zijn in het aanpakken van haar product dan een museum. De Development afdeling van een museum kan daarbij veel meer leunen op de vaste waarde van een collectie of gebouw.

Het onderwerp van het onderzoek dat ik voor het Holland Festival heb uitgevoerd, wordt in deze scriptie verder uitgediept. In deze scriptie behandel ik de sociaal historische gebeurtenissen en gedachten die schuilgaan achter het fenomeen 'geven'. Daarnaast ga ik dieper in op het mecenaat en de reeds gevestigde vriendenorganisaties en doe ik verslag van een beknopt eigen enquête onderzoek naar de jonge mecenas. Met dit onderzoek breng ik daarmee de potentie van jonge begunstigers bij de ondersteuning van culturele instellingen in kaart. Welke rol kunnen jonge begunstigers vervullen in de ondersteuning van culturele instellingen?

Bij aanvang van dit onderzoek had ik een andere uitkomst verwacht. In eerste instantie wilde ik graag de motivatie van deze jonge begunstiger in kaart brengen. Dit bleek echter niet mogelijk omdat de hoeveelheid beschikbare wetenschappelijke informatie over deze specifieke groep jonge professionals beperkt is en omdat er relatief nog weinig tijd resteerde voor mijn eigen onderzoek. Ik heb daarom besloten om de potentie van deze jonge begunstigers in de ondersteuning van culturele instellingen in kaart te brengen en daarmee aanbevelingen te doen aan culturele instellingen.

Graag wil ik op deze plek mijn begeleidster dr. Philomeen Lelieveldt bedanken, die mij namens de Universiteit Utrecht heeft bijgestaan in het proces rond de totstandkoming van deze scriptie. Haar constructieve feedback en suggesties hebben mij geïnspireerd om mijn werk naar een hoger, wetenschappelijk niveau te brengen.

Mathilde Stuyling de Lange

Amsterdam, 16 augustus 2013

Inhoudsopgave

Voorwoord	1
Inhoudsopgave	3
1. Introductie	4
1.1. Inleiding	4
1.2. Onderzoeksvraag	6
1.3. Methode	7
1.4. Maatschappelijke en wetenschappelijke relevantie	9
1.5. Structuur	9
2. De staat van het mecenaat	11
2.1. Historie van filantropie	11
2.2. Geefcultuur - Amerikaans fenomeen?	13
2.3. Wetenschappelijke studies naar filantropie	16
2.4. De Mecenas - term of realiteit?	22
3. Het Nederlandse culturele veld	27
3.1. Traditionele inrichting vriendenorganisaties	27
3.2. Verjongende geefkringen - nieuwe initiatieven	31
3.3. Tijd en expertise van professionals - trend?	34
4. Het Holland Festival	36
4.1. Jonge Begunstigers	36
4.2. Enquête onderzoek 'de Jonge Mecenas'	39
4.3. Jonge Begunstigers 2014 - gegarandeerd?	41
5. Kansen voor mecenaat	42
5.1. Gouden eeuw voor de filantropie?	42
5.2. Toekomst voor het mecenaat en de jonge begunstiger?	44
6. Conclusies	48
6.1. Conclusies	48
6.2. Aanbevelingen	50
6.3. Suggestie voor vervolgonderzoek	51
Literatuurlijst	52
Fotoverantwoording	55
Samenvatting	56
Bijlagen	
1. Programma Jonge Begunstigers	58
2. Enquête onderzoek 'de Jonge Mecenas'	60

1. **Introductie**

Bij aanvang van mijn onderzoeksstage bij het Holland Festival in februari dit jaar, werd mij gevraagd bij te dragen aan het mecenaatbeleid van het festival. Ik kreeg de opdracht een nieuwe geefkring op te zetten voor jonge professionals: dertigers en veertigers die reeds de opstartfase van hun carrière hadden afgerond. Deze specifieke groep vond op dat moment geen aansluiting (meer) bij de bestaande geefkringen van het festival. Het Holland Festival gaf hiermee gehoor aan de oproep die is gedaan door de Rijksoverheid in de beleidsnota *Meer dan kwaliteit, een nieuwe visie op cultuurbeleid*: namelijk het aanboren van andere inkomstenbronnen en het zoeken naar nieuwe markten.¹

Naar aanleiding van mijn onderzoeksstage bij het Holland Festival heb ik besloten het fenomeen mecenaat verder uit te diepen. In deze scriptie heb ik de potentie van het mecenaat door jonge professionals onderzocht. Het Holland Festival fungeert in dit onderzoek als casestudy.

1.1 **Inleiding**

De Rijksoverheid heeft een begrotingstekort van meer dan 3% en moet daarom de komende jaren fors bezuinigen.² Sinds 2013 wordt er op de post kunst en cultuur €200 miljoen bezuinigd, en is het jaarlijks budget teruggebracht tot €700 miljoen. In het cultuurbeleid van de overheid voor 2013-2016 zijn een viertal speerpunten opgenomen: vernieuwing en talent, cultuureducatie, internationalisering en ondernemerschap. Met het punt ondernemerschap probeert de overheid het volgende te bewerkstelligen: ‘Instellingen versterken hun band met (mogelijke) financiers, boren andere inkomstenbronnen aan en zoeken nieuwe markten. Op die manier vergroten zij hun inkomsten. De instellingen krijgen hierbij ondersteuning van het Rijk.’³

De politiek stuurt hiermee aan op een grotere rol voor particulier initiatief. Particulieren hadden voor het ontstaan van de verzorgingsstaat een grotere rol in de ondersteuning van de kunsten. De particuliere ondersteuning nam na de Tweede Wereldoorlog echter af, door een groeiende rol van de overheid. De overheid nam de ondersteuning van kunst en cultuur onder haar hoede en particulieren verdwenen langzaam naar de achtergrond.

Tijdens de bezuinigingen van de jaren tachtig in de vorige eeuw, voltrok zich een eerste opleving van de verschillende vriendenverenigingen van culturele instellingen. Veel gezelschappen deden onder een nieuwe naam en rechtspersoon hun herintrede.⁴ In een publicatie over vriendenverenigingen van musea in Nederland uit 1989 - *Ware vriendschap is wederzijds* - werd het fenomeen vriendenvereniging als

¹ *Homepage Rijksoverheid*. Kunst en cultuurbeleid. 08.08.2013.

² Algemene Rekenkamer. *Nederland en de buitensporige tekortprocedure*. 14.08.2013: 1.

³ *Homepage Rijksoverheid*. Kunst en cultuurbeleid. 08.08.2013.

⁴ Kempers, B. ‘Aandelen in onsterfelijkheid. Museaal mecenaat, particulier initiatief en overheid.’ In: C. Smithuijsen ed. *Particulier initiatief, overheid en cultuur. 1940-1990*. Amsterdam: Boekmanstichting, 1990: 108.

volgt gedefinieerd: ‘Een vriendenvereniging is een vereniging van personen, die zich op een of andere wijze verbonden voelen met het museum, en zich daartoe verenigd hebben met het doel morele en financiële en eventueel materiële steun te verlenen.’⁵ Particulieren werden langzaam weer zichtbaarder in het culturele veld door met name te ondersteunen op projectbasis. Ook nu vind een opleving van vriendenverenigingen plaats, alleen is deze vele malen professioneler dan die in 1980.

‘Steeds meer musea, theaters en orkesten werven Vrienden [...] De belangrijkste reden voor Vriendschap ligt vooral in de “binding” met een vaste achterban’ aldus journaliste en historicus Merlijn Schoonenboom. In het artikel ‘Voorrang voor Vrienden’ beschrijft ze de opleving van Vriendenorganisaties in Nederland.⁶ Ondanks de reeds bestaande vriendenorganisaties, beschouwt Schoonenboom het fenomeen als iets nieuws in Nederland. Vooral omdat Vrienden nu uitbundig in de watten worden gelegd: als klantenbinding worden allerlei evenementen georganiseerd, waaronder diners en uitstapjes. Met de verzelfstandiging van culturele instellingen door de terugtrekkende overheid, zijn sponsoring, fondsenwerving en marketing van steeds grotere betekenis geworden. De speciaal opgezette afdelingen voor vrienden- en fondsenwerving worden daarbij steeds professioneler en zijn vaak naar Amerikaans model opgezet.

Wanneer over cultureel ondernemerschap wordt gesproken, wordt vaak naar de Verenigde Staten verwezen. De ontwikkeling van de geefcultuur aldaar kent echter een ander verloop dan die in West-Europa, waardoor deze verwijzing enige toelichting behoeft. Zoals reeds eerder aangegeven, namen de regeringen van West-Europese verzorgingsstaten in de twintigste eeuw steeds meer verantwoordelijkheden op zich. Filantropie verdween niet van het toneel, maar kreeg een minder prominente plek door de groei van de verzorgingsstaat. De verzorgingsstaat heeft in de Verenigde Staten nooit haar entree gemaakt, waardoor filantropie nooit naar de achtergrond is verdwenen.⁷ ‘Filantropie is een antwoord op een van de grootste behoeften van het kapitalisme: dynamiek’ aldus journalist Peter Vermaas.⁸ Het kapitalisme is gebaat bij actieve filantropen. De markt heeft veel activiteit nodig en weinig restricties. Hoe meer mensen hun dromen kunnen waarmaken, hoe actiever een economie kan zijn. Het gaat om de groei van menselijk kapitaal. In een globaliserende wereld maakt het niet veel verschil of je in de Verenigde Staten of in de wereldgemeenschap investeert.⁹ Door te geven kan men ‘investeren’ in anderen of in doelen, waarbij iets kan worden terugverwacht: een tegenprestatie of maatschappelijk aanzien. Eigenbelang kan daarbij zeker een rol spelen, maar het kan het met puur egoïsme worden vergeleken. Mensen kunnen door een filantropische daad zichzelf bewijzen een goed mens te zijn.¹⁰

⁵ Brugman, H. M. Vernoy. *Ware vriendschap is wederzijds: vriendenkringen van musea in Nederland*. Den Haag: Stichting Cultuurfonds van de bank voor Nederlandsche gemeenten, 1989.

⁶ Schoonenboom, M. ‘Voorrang voor vrienden.’ *De Volkskrant*, 24.08.2006.

⁷ Schuyt, Th. *Inleiding in filantropie en filantropiewetenschap*. Utrecht: Uitgeverij de Graaff, 2012: 15.

⁸ Vermaas, P. ‘Filantropie op z’n Amerikaans.’ *Onze Wereld*, (juni 2007).

Journalist Peter Vermaas was correspondent in New York voor onder andere de *Groene Amsterdammer*.

⁹ Vermaas, P. ‘Filantropie op z’n Amerikaans.’ *Onze Wereld*, (juni 2007).

¹⁰ Schuyt, Th. *Inleiding in filantropie en filantropiewetenschap*. Utrecht: Uitgeverij de Graaff, 2012: 17.

Als we in Nederland een nieuwe geefcultuur op gang willen brengen die vergelijkbaar is met die in de Verenigde Staten, zal eerst een vraagcultuur ontwikkeld moeten worden. Zo benadrukt ook professor Theo Schuyt hoogleraar filantropische studies aan de Vrije Universiteit Amsterdam: ‘Matching is erg belangrijk. Voordat een *culture of giving* ontstaat moet eerst een *culture of asking* ontstaan.’¹¹ De geefvraag wordt nu veelal nog als vervelend ervaren. Dit gevoel zou geen rol moeten spelen, daar het een goed doel betreft. Daarnaast moet de legitimatie van een vraagcultuur zorgen voor een andere houding bij schenkers en de ‘vrienden’ van bijvoorbeeld een museum. De voornaamste motivatie zou de bijdrage aan cultuur moeten zijn, waar in Nederland nu nog vaak de tegenprestatie centraal staat. Een voorbeeld hiervan is Steven Kaempfer (1964), voorzitter van het netwerk van de Dutch Masters Foundation: een onlangs door het Mauritshuis, het Nederlands Dans Theater en het Koninklijk Concertgebouworkest opgerichte stichting die vanuit London opereert. Kaempfer doneert zelf ‘uit de diepgevoelde behoefte om iets te doen voor cultuur nu de overheid zich terugtrekt’. Maar een minstens zo belangrijk motief voor zijn deelname is de tegenprestatie: ‘Je krijgt er ontzettend veel voor terug.’¹²

Renée Steenbergen, kunsthistoricus en publicist op het gebied van kunst, kunstfinanciering, verzamelen en mecenaat, behandelt vooral deze vorm van vriendschap in haar boek *de nieuwe Mecenas*. Zij stelt dat het belangrijk is om de vrienden van een organisatie op te voeden tot donateur. Hun rol wordt pas echt waardevol voor een instelling, als zij de kunsten volledig ondersteunen, los van het feit of hier een tegenprestatie tegenover staat of niet. Nu draaien culturele instellingen nog te vaak verlies op de afdeling ‘Vrienden’. Hierbij is het echter goed om te beseffen, dat geven in hoge mate reactief is: geven ontstaat veelal pas in antwoord op een geefvraag. Deze vraag moet nu duidelijk en op nationaal niveau aan particulieren worden gesteld.¹³

1.2 Onderzoeksvraag

In deze scriptie wordt onderzoek gedaan naar de toekomstige rol van de jonge mecenas in het culturele veld. Jonge professionals worden in dit onderzoek omschreven als dertigers en veertigers, die beschikken over hooggespecialiseerde kennis en of vaardigheden.¹⁴ Deze professionals hebben de opstartfase van hun carrière reeds doorlopen en beschikken inmiddels over een - al dan niet bescheiden - eigen netwerk. Waar in deze scriptie over filantropie wordt gesproken, gaat het over alle vrijwillige bijdragen in de vorm van geld, goederen en tijd aan publieke doelen, met de intentie om primair het algemeen belang te bevorderen.¹⁵ Het begrip mecenas wordt tenslotte gezien als een

¹¹ Schuyt, Th. Persoonlijk interview. 21.05.2013.

¹² Aangehaald door: I. Start. ‘Buitenlandse goudmijn.’ *Elsevier*, 18 juni 2011: 74.

¹³ Steenbergen, R. *De nieuwe mecenas*. Business contact: Amsterdam, 2008: 44.

Renée Steenbergen is kunsthistoricus en zelfstandig gevestigd als onderzoeker, journalist, curator en adviseur op het gebied van collectievorming en mecenaat. Zij promoveerde in 2002 met een proefschrift over kunstverzamelaars in Nederland.

¹⁴ Oolman, B., M. Wanrooy. ‘Het binden van jonge talentvolle professionals.’ *Tijdschrift voor HRM*, 3, 1999: 68.

¹⁵ Schuyt, Th. Persoonlijk interview. 21.05.2013.

(rechts)persoon, die de kunst en cultuur bevordert door geld of andere middelen te geven, zonder hier directe materiële tegenprestaties voor te verwachten.¹⁶

De hoofdvraag die in deze scriptie wordt beantwoord luidt als volgt:

‘Welke rol kunnen jonge begunstigers vervullen in de ondersteuning van Nederlandse culturele instellingen?’

Om deze vraag te beantwoorden zullen achtereenvolgens de volgende deelvragen worden behandeld:

- ❖ Welke plaats neemt het mecenaat in binnen de Nederlandse geefcultuur?
- ❖ Welke vormen van mecenaat zijn op dit moment in gebruik bij de Nederlandse instellingen?
- ❖ Welke opvattingen leven er bij het Holland Festival en zijn bezoekers over de huidige en toekomstige rol van jonge begunstigers?
- ❖ Welke kansen zijn er voor jong mecenaat bij Nederlandse culturele instellingen?

1.3 Methode

Een overzicht van de wetenschappelijke literatuur over de filantropie en het mecenaat vormen het theoretisch kader van deze scriptie. Hierbij richt ik mij in de eerste plaats op filantropie door particulieren, en jonge professionals in het bijzonder. Verder wordt de wetenschappelijke discussie vergeleken met de maatschappelijke en politieke discussie.

Om de hoofdvraag van deze scriptie te beantwoorden wordt gebruikt gemaakt van verschillende methodes van onderzoek. Er wordt gebruik gemaakt van een literatuurstudie, waarbij onder meer verschillende wetenschappelijke studies naar filantropie worden beschreven. Zo wordt onder andere het rapport *Geven in Nederland (GIN)* toegelicht, dat elke twee jaar wordt uitgegeven door de werkgroep filantropische studies van de Vrije Universiteit Amsterdam. Het GIN-onderzoek verstrekt informatie over doelen, geversprofielen en trends en ontwikkelingen in de filantropische markt; informatie waar de geldwervende fondsen van culturele instellingen en vermogensfondsen steeds meer behoefte aan hebben.¹⁷

Daarnaast worden verschillende gesprekken en interviews met betrokkenen uit het culturele veld gebruikt als bron voor dit onderzoek. Zo zijn onder meer gesprekken gevoerd met professor Th. Schuyt, dr. H. Verhagen – voormalig lid van HF Young, leden van de HF Young *Circle*, medewerkers

¹⁶ *Homepage Cultuur-Ondernemen*. Definitie mecenaat. 23.06.2013.

¹⁷ Schuyt, Th. e.a. *Geven in Nederland 2011*. Amsterdam: Reed Business bv, 2011: 26.

van het Holland Festival en enkele medewerkers van bedrijven zoals de ING Bank, waarmee ik regelmatig contact heb gehad in het kader van mijn werkzaamheden bij het Holland Festival.¹⁸

Tot slot vormt een klein eigen enquêteonderzoek onder vijftig leden van HF Young, de derde methode om de hoofdvraag in deze scriptie te beantwoorden.

Voor aanvang van mijn werkzaamheden heeft het Holland Festival al een onderzoek uitgevoerd met het oog op de te verbreden doelgroep. Om de bestaande bezoeker beter in beeld te brengen, heeft het Holland Festival de afgelopen jaren met enige regelmaat onderzoeken laten uitvoeren door verschillende, in publieksonderzoek gespecialiseerde instanties. Zo voerde onderzoeksbureau Motivaction in 2009 een publieksonderzoek uit, waaruit bleek dat de gemiddelde leeftijd van de trouwe bezoeker (80% van de bezoekers bezocht het festival al eerder) zeer hoog opgeleid was en een gemiddelde leeftijd had van 52 jaar.¹⁹ Naar aanleiding van dit onderzoek voerde Onderzoeksbureau Anna Elffers in december 2010 in opdracht van het Holland Festival een kwalitatief publieksonderzoek uit naar een jonger publiek. Het doel van dit onderzoek was te onderzoeken wat een jonger publiek (20-35 jaar), die reeds geïnteresseerd was in de podiumkunsten, miste bij het Holland Festival of wat zij graag anders zouden zien.

Dit kwalitatieve onderzoek werd uitgevoerd aan de hand van twee paneldiscussies met de genoemde doelgroep. De opzet was om hiermee een goed beeld te krijgen van de achterliggende wensen, behoeften en drijfveren van de doelgroep. Enerzijds was er een groep geïnteresseerden die wel geïnteresseerd was in de programmering, maar die het nog nooit had bezocht en anderzijds was er een groep geïnteresseerden, die geïnteresseerd was in de programmering en het festival ook daadwerkelijk had bezocht.

Uit het onderzoek kwam naar voren, dat er voor de twee groepen verschillende drempels waren voor een bezoek aan het Holland Festival. Voor de eerste groep vormden de onbekendheid van het aanbod, de hoge toegangsprijzen en het niet kunnen ‘zappen’ tijdens voorstellingen, zoals dit gebruikelijk is bij de meeste andere festivals, een drempel. Voor de tweede groep vormden de toegangsprijs en het concurrerende aanbod van andere festivals in die periode een drempel. Beide groepen gaven aan het Holland Festival over het algemeen sowieso hoogdrempelig te vinden.²⁰

Op de vraag hoe het Holland Festival er volgens de ondervraagden ideaal gezien uit zou moeten zien, antwoordden beide groepen dat ze graag meer leeftijdsgenoten zouden willen zien bij de voorstellingen, een jonger publiek dus. Ook gaven ze aan dat het risico op een tegenvallende voorstelling verlaagd zou moeten worden, door lagere prijzen en aantrekkelijke kortingen. Of het verlagen van het risico door een bekender programma aan te bieden en dat dan ook te benadrukken. Verder wensten

¹⁸ De HF Young *Circle* is een selectie van leden van HF Young die zich inzet als ambassadeurs ter promotie van HF Young. In aanloop naar het festival organiseren ze twee bijeenkomsten en daarnaast organiseren zij netwerkborrels na afloop van de voor HF Young geselecteerde voorstellingen.

¹⁹ Elffers, A. *Rapportage Onderzoek Jong Publiek Holland Festival*. December 2010: 3.

²⁰ Elffers, A. *Rapportage Onderzoek Jong Publiek Holland Festival*. December 2010: 10.

beide groepen een minder hoogdravende en elitaire uitstraling. Tot slot werd aangegeven dat ze graag een toegankelijke, kleinschalige en bijzondere programmering zouden zien op verschillende locaties in de stad, waarbij de topvoorstellingen wel gehandhaafd zouden blijven.²¹

Het Holland Festival heeft met behulp van deze onderzoeksresultaten invulling gegeven aan het programma voor een geversgroep speciaal voor een jongere generatie – HF Young. Deze geversgroep richt zich op jongeren van 25 t/m 39 jaar en biedt een selectie van voorstellingen aan tegen een gereduceerd tarief.

Deze formatie wordt weliswaar omschreven als geversgroep, maar een echte bijdrage aan het festival levert deze groep echter niet. Om een beeld te krijgen van de potentiële jonge begunstiger en hun motivatie om een culturele instelling daadwerkelijk te ondersteunen, is als vervolg op het onderzoek van Elffers een enquêteonderzoek uitgezet onder een vijftigtal leden van HF Young. Middels deze enquête is bij deze geversgroep geïnformeerd naar hun motivatie om te schenken ten behoeve van kunst en cultuur – hetgeen nog niet plaatsvindt bij een lidmaatschap van HF Young.

1.4 Maatschappelijke en wetenschappelijke relevantie

Zoals het GIN-onderzoek van belang is voor geldwervende fondsen van culturele instellingen en vermogensfondsen, hoop ik met deze scriptie een bijdrage te leveren aan de wetenschappelijk discussie over filantropie en mecenaat. Deze bijdrage wil ik leveren door het wetenschappelijke debat over filantropie en mecenaat in kaart te brengen en deze te vergelijken met het maatschappelijke en politieke debat over deze onderwerpen. Het uiteindelijke doel van deze scriptie is het doen van aanbevelingen aan culturele instellingen voor hun toekomstig beleid ten aanzien van jonge begunstigers.

1.5 Structuur

Deze scriptie bestaat uit een theoretisch gedeelte en een deel waarin de praktijk in kaart wordt gebracht. Concreet betekent dit dat in het tweede hoofdstuk wordt stilgestaan bij de staat van het mecenaat. Er wordt ingegaan op de vraag welke plaats het mecenaat inneemt in de Nederlandse geefcultuur. Om deze vraag te kunnen beantwoorden wordt eerst een overzicht gegeven van de historie van het begrip filantropie. Vervolgens wordt stilgestaan bij de Nederlandse geefcultuur. Hoe is deze tot stand gekomen en welke rol speelt de overheid bij de totstandkoming hiervan? Daarna zal een opsomming worden gegeven van de belangrijkste wetenschappelijke studies naar de Nederlandse filantropie. Wat zijn de belangrijkste bevindingen en wat betekenen deze studies voor de verwetenschappelijking van dit begrip in Nederland? Tot slot wordt in dit hoofdstuk stilgestaan bij de mecenas. Wie is de mecenas? Wat zijn

²¹ Elffers, A. *Rapportage Onderzoek Jong Publiek Holland Festival*. December 2010: 15.

de kenmerken van deze figuur volgens cultuurprofessionals, en is deze benaming voor een cultuurondersteuner nog wel een passende omschrijving?

Het derde hoofdstuk richt zich op de inrichting van het huidige Nederlandse culturele veld. Welke vormen van mecenaat zijn op dit moment in gebruik in de Nederlandse instellingen? In de eerste paragraaf worden de traditionele geefkringen van een drietal culturele instellingen in kaart gebracht: het Concertgebouw, de Vereniging Rembrandt en het Holland Festival. Vervolgens wordt in de tweede paragraaf stilgestaan bij de ontwikkelingen waar het aandacht voor de jongere generatie betreft. Hoe gaan deze instellingen om met de signalen uit de politiek en de samenleving. Geven zij gehoor aan de vraag en hoe gaan zij hiermee om? Tot slot wordt in de derde paragraaf kort aandacht besteed aan een nieuwe trend waar het ondersteuning betreft. Geven in een andere vorm: geen financiële bijdrage, maar morele ondersteuning in de vorm van tijd of expertise.

In het vierde hoofdstuk staat het eigen onderzoek naar de jonge mecenas voor het Holland Festival centraal. Welke opvattingen leven er bij het Holland Festival en zijn bezoekers over de huidige en toekomstige rol van jonge begunstigers? Hierbij wordt aandacht besteed aan de totstandkoming van de nieuwe geversgroep 'de Jonge Begunstigers'. Daarnaast worden de resultaten besproken van een enquête die werd uitgezet onder potentiële jonge begunstigers.

In het vijfde hoofdstuk wordt de potentie voor het mecenaat door jonge professionals besproken. Welke kansen liggen er voor de jonge mecenas bij Nederlandse culturele instellingen? Verder wordt stilgestaan bij de voorspellingen die door de wetenschap zijn gedaan over de toekomst van de filantropie en wordt een overzicht gegeven van voorspellingen over de toekomst van het mecenaat.

Deze scriptie wordt uiteindelijk afgesloten met een conclusie waarin antwoord wordt gegeven op de vraag welke rol de jonge begunstigers kunnen spelen in de ondersteuning van de Nederlandse culturele instellingen. Daarbij worden tevens aanbevelingen gedaan aan culturele instellingen voor toekomstig beleid ten aanzien van jonge begunstigers. Tot slot zullen enkele suggesties voor vervolgonderzoek worden gedaan.

2. De staat van het mecenaat

Om te zien welke positie de potentiële jonge mecenas in het culturele veld kan innemen, is het van belang een beeld te krijgen van de rol van het traditionele mecenaat in onze samenleving. Welke plaats heeft het mecenaat in de Nederlandse geefcultuur? Mecenaat omvat particuliere steun ten behoeve van kunst en cultuur, maar de geefcultuur strekt verder dan specifiek het schenken van geld of tijd aan cultuur. Mecenaat vindt haar oorsprong in filantropie. Filantropie gaat over alle vrijwillige bijdragen in de vorm van geld, goederen en tijd aan publieke doelen met de intentie primair het algemeen belang te bevorderen, aldus professor Schuyt.²²

In dit hoofdstuk wordt eerst de historie van filantropie beschreven. Vervolgens wordt het cultuurbeleid van Nederland vergeleken met dat van de Verenigde Staten. Zorgt dit beleid voor een andere geefcultuur? Daarna wordt een overzicht gegeven van de verschillende wetenschappelijke studies naar filantropie. Wat betekenen deze studies voor de ontwikkeling van filantropie als wetenschap? Tot slot wordt in dit hoofdstuk stilgestaan bij de mecenas. Waar komt het begrip vandaan en wordt deze term vooral in de wetenschap gebruikt, of vindt de term ook zijn weerklank in de maatschappij?

2.1 Historie van filantropie

Om het sociale aspect van filantropie te kunnen plaatsen, is een korte omschrijving van de historie van belang. In de sociale geschiedenis van West-Europese landen, wordt filantropie met *charity* - liefdadigheid - aangeduid. Kerken en rijkere burgers boden hulp aan de zwakkere groepen in de samenleving: armen, zieken, zwervers, ouderen, weduwen en wezen.²³ Nederland nam al vroeg, tijdens de Gouden Eeuw, een koppositie in op het gebied van de *charitas*. Filantropie in de vorm van armenzorg ging in de Middeleeuwen vooral uit van de kerk en van particulieren. Er ontstond in de steden een wirwar van instellingen. De opstand, reformatie en een sterk toenemende welvaart in de Gouden Eeuw, zorgden echter voor ingrijpende veranderingen in het armenzorgstelsel. De Republiek was een federatie van provincies met een zwak centraal, maar daarentegen sterk stedelijk gezag. Stadsbesturen delegeerden een aanmerkelijk deel van hun macht aan grotendeels zelfstandig functionerende organisaties van belanghebbenden: de corpora, zoals gilden, schutterijen en charitatieve instellingen.²⁴ De armenzorg op het breukvlak van de achttiende en negentiende eeuw, was een erfenis van de Republiek. Het zou kunnen worden gezien als een kind van de *charitas* van de Gouden Eeuw en als een achterkleinkind van de middeleeuwse, katholieke, parochiale armenzorg.²⁵ Aan het eind van de achttiende eeuw ontstond kritiek op de armenzorg, omdat er zonder overleg werd gegeven. Het

²² Schuyt, Th. Persoonlijk interview. 21.05.2013.

²³ Leeuwen van, M. *The Logic of Charity. Amsterdam 1800-1850*. New York: St. Martin's Press Inc., 2000.

²⁴ Leeuwen, M. 'Onderzoek Historie Fondsen.' *FIN Nieuwsbrief*, december 2000.

²⁵ Gerwen, J. van. M. van Leeuwen eds. *Studies over zekerheidsarrangementen. Risico's, risicobestrijding en verzekeringen in Nederland vanaf de middeleeuwen*. Amsterdam: NEHA, 1998: 277.

revolutionaire parlement – de nationale vergadering – bepaalde in 1796 per decreet: ‘Er kan, of zal geen bevoorrechte noch heerschende Kerk in Nederland meer geduld worden’. Een volksvertegenwoordiger stelde: ‘De Kerk wordt afgescheiden van den Staat. Wij zullen geene heerschende Kerk, geene snoode moeder van gewetensdwang meer kennen.’ Uiteindelijk kwam in 1800 de eerste landelijke armenwet tot stand. Deze verklaarde de armenzorg tot een publieke dienst, en er werd een algemene armenkas in het leven geroepen. Deze kas moest hulp aan die armen geven, welke niet door de kerk werden bedeed. Vele kerkgenootschappen bedeeden zo elk hun eigen geloofsgenoten en de burgerlijke armbesturen, die waren ingesteld door stedelijke overheden, hielpen diegenen die de kerken niet konden of wilden bedelen. Bij gebrek aan geld werd deze armenkas in 1802 echter alweer buiten werking gesteld.

Met het uitroepen van het Koninkrijk der Nederlanden in 1814, werden de verhoudingen van voor de Franse Revolutie voor een deel hersteld. Het Koninkrijk was in tegenstelling tot de voormalige Republiek een nationale staat met nationale wetten en geen confederatie van provincies. Sterk was de Staat echter nog niet. Door een chronisch geld tekort kon zij haar gezag maar langzaam opbouwen. Dit geld tekort had tevens tot gevolg dat de ambitie van het Koninkrijk op het gebied van armenzorg, dat hoger was dan die van de Republiek, niet ten uitvoer kon worden gebracht. De rol van de kerk op het gebied van de armenzorg bleef dan ook overheersend in de hierop volgende jaren.

In 1851 kwam een door Thorbecke geschreven concept-armenwet tot stand. Hij wilde de armenzorg onder staatstoezicht brengen en stelde voor dat de wetgever toezicht zou houden op de reglementen van zowel burgerlijke, particuliere als kerkelijke armenzorg.²⁶ Op dit voorstel kwam fel protest en de definitieve armenwet van 1854 bracht dan ook een wet die feitelijk alles bij het oude liet. Er kwam geen landelijk toezicht en de kerken kregen zelfs de eerste keus bij de bedeling. Burgerlijke besturen mochten slechts geven bij ‘volstrekke onvermijdelijkheid’.

Ook in de armenwet van 1912 bleef de rol voor de kerk overheersen. Uiteindelijk konden kerk en de rijkere burgers hun onafhankelijkheid echter niet handhaven. Tijdens het interbellum werd meer toenadering gezocht tot een samenwerking tussen de kerk, rijkere burgers en de Staat. De overgang naar de uiteindelijke verzorgingsstaat zoals we die nu kennen werd zichtbaar en na de Tweede Wereldoorlog vond deze haar definitieve doorvoering.

Filantropie blijft heden ten dage in West-Europese *welfare states* een historisch beladen begrip. Het wordt in verband gebracht met kerkelijke zorg, armenzorg voor minder bedeeden, schrijnende maatschappelijke ongelijkheid en met neerbuigendheid, paternalisme of kerkelijke betutteling. Filantropie wordt gevisualiseerd met activiteiten en organisaties waarvan men blij is dat zij letterlijk tot het verleden behoren.²⁷ Filantropie is in het verleden vaak ingezet als mechanisme om status- en

²⁶ Gerwen, J. van. M. van Leeuwen eds. *Studies over zekerheidsarrangementen. Risico's, risicobestrijding en verzekeringen in Nederland vanaf de middeleeuwen*. Amsterdam: NEHA, 1998: 284.

²⁷ Schuyt, Th. *Inleiding in filantropie en filantropiewetenschap*. Utrecht: Uitgeverij de Graaff, 2012: 14.

klassenverschillen in stand te houden: het bevestigde de sociale ongelijkheid.²⁸ Volgens socioloog Abram de Swaan kan de overgang van filantropische armenzorg (liefdadigheid) naar verzorgingsstaatbeleid worden verklaard door groeiend onderlinge afhankelijkheid en collectivering.²⁹ In de twintigste eeuw hebben de regeringen van de West-Europese verzorgingsstaten, de verantwoordelijkheid voor zaken als armoede, sociale zekerheid, gezondheidszorg en onderwijs overgenomen. Filantropie heeft door deze groei van de verzorgingsstaat een minder prominente positie gekregen.³⁰ Het verschijnsel bleef weliswaar actueel binnen de gezondheidszorg, kerk, welzijn, cultuur en onderwijs, maar werd minder noodzakelijk.³¹

De moderne vorm van filantropie reikt verder dan de oorspronkelijke armenzorg, welzijn en het onderwijs. Het omvat een breed spectrum aan publieke doelen, waaronder ook gezondheidszorg en milieu.³² Moderne filantropie mag worden gekarakteriseerd aan de hand van waarden als eigen verantwoordelijkheid en betrokkenheid met het oog op het voortbestaan van de mensheid, sociaal en ecologisch. Het organische mens- en maatschappijbeeld is in deze zin niet in tegenspraak met de karakteristiek van pluriformiteit. Dit laatste beoogt evenzeer het dienen van het algemeen nut.³³ De moderne versie van filantropie is: vrijwillige inzet voor het algemeen nut.³⁴

2.2 Geefcultuur - Amerikaans fenomeen?

De filantropie in de Verenigde Staten kent een andere ontwikkeling dan die in Nederland. In de filantropische sector worden de Verenigde Staten vaak als voorbeeld gezien. De moderne filantropie heeft echter Europese wortels, zo benadrukt ook hoogleraar Geschiedenis van University of Texas Arlington Thomas Adam. 'Philanthropy had thus been widely seen as an American invention and as a distinct American approach to modern life', maar hij voegt daaraan toe 'philanthropy is a European, not an American invention'.³⁵ Filantropie is van Nederlandse, Europese makelij en pas halverwege de negentiende eeuw door vermogende particulieren uit de Verenigde Staten overgenomen.

Er zijn enkele fundamentele cultuur- en mentaliteitsverschillen tussen Europeanen en Amerikanen, die helpen te verklaren waarom in Europa het vertrouwen in de overheid en haar subsidies groter is, terwijl de Verenigde Staten aanzienlijk minder moeite hebben sterk op de vrije marktwerking te steunen. In Europa werkt men om te leven en in Amerika leeft men om te werken. Het meer patriottische en

²⁸ Schuyt, Th. *Inleiding in filantropie en filantropiewetenschap*. Utrecht: Uitgeverij de Graaff, 2012: 108.

²⁹ Swaan de, A. *In Care of the State: Health Care, Education and Welfare in Europe and the USA in the Modern Era*. Cambridge: Cambridge Polity Press, 1988: 252.

³⁰ Schuyt, Th. *Inleiding in filantropie en filantropiewetenschap*. Utrecht: Uitgeverij de Graaff, 2012: 108,109.

³¹ Schuyt, Th. *Inleiding in filantropie en filantropiewetenschap*. Utrecht: Uitgeverij de Graaff, 2012: 15.

³² Schuyt, Th. *Inleiding in filantropie en filantropiewetenschap*. Utrecht: Uitgeverij de Graaff, 2012: 15.

³³ Schuyt, Th. *Inleiding in filantropie en filantropiewetenschap*. Utrecht: Uitgeverij de Graaff, 2012: 85.

³⁴ Schuyt, Th. 'Geven met warme hand.' *Boekman*, 76 (najaar 2008): 6-12.

³⁵ Adam, T. (Ed.). *Philanthropy, Patronage and Civil Society. Experiences from Germany, Great Britain, and North America*. Bloomington: Indiana University Press, 2004: 5.

religieuze karakter van de Amerikanen, gepaard met het besef dat de overheid op hun directe hulp rekt, maakt het dat de *civil society* in de Verenigde Staten een grotere en belangrijker rol vervult dan in Europa. De Amerikaanse samenleving is er een zonder traditionele aristocratie en kenmerkt zich door een grote sociale mobiliteit. De kwestie van sociale status is een gecompliceerde aangelegenheid die vaak wordt vertaald in termen van zakelijke mogelijkheden. Lidmaatschap van privéorganisaties, zoals de boards of trustees van vooraanstaande musea, vormt een sleutel tot de wereld van succesvolle burgers en machthebbers.³⁶ Juist door hun individualisme en de weerzin tegen een sterke overheid, zijn veel Amerikanen bereid de handen zelf uit de mouwen te steken in plaats van meteen de staat te wijzen op haar vermeende plicht om actie te ondernemen op een bepaald maatschappelijk terrein. Velen kiezen ervoor zelf een actieve bijdrage te leveren om de invloed van de overheid te beperken en hun eigen sociale status veilig te stellen.³⁷

Filantropie - het investeren in de samenleving als dankzegging voor eigen resultaten - maakt tegenwoordig een substantieel onderdeel uit van de roem van succesvolle zakenmensen in de Verenigde Staten. 'Price is what you pay. Value is what you get', aldus Warren Buffet (1930). Deze Amerikaanse multimiljardair en belegger staat in de top drie van rijkste mensen ter wereld en is filantroop. Grote filantropen zoals Buffett en ondernemer Bill Gates beloven het merendeel van hun vermogen aan goede doelen te schenken. De Verenigde Staten kennen een grote geefcultuur. In de Verenigde Staten bedraagt filantropie circa 2% van het Bruto Binnenlands Product (BBP).³⁸ In Nederland geldt vooral het motto 'doe maar normaal, dan doe je al gek genoeg', *'giving back to society'* hoor je nauwelijks.³⁹ Waar bij giften in de Verenigde Staten naamsvermelding als een van de eerste punten naar voren komt, wordt in Nederland bij menig gift vriendelijk verzocht anoniem te blijven, om deze vervolgens op subtiel wijze in kleine kring alsnog publiek te maken. Nederlanders lopen niet graag te koop met hun vermogen, terwijl in Amerika mensen *selfmade men* zijn en zij juist graag willen laten zien wat ze met hard werken tot stand hebben weten te brengen. Er overheerst een andere interpretatie van doneren, een ander gevoel bij geven, een ander doel met geven. Nergens is de filantropische traditie zo groot als in de Verenigde Staten. Vrijgevigheid is naast ongegeneerde rijkdom altijd al een belangrijk kenmerk geweest van het Amerikaans kapitalisme. Ieder zichzelf respecterend bedrijf, iedere multimiljonair, iedere film- of televisiester heeft zijn eigen stichting. Wie in zijn leven wel veel geld heeft verdiend, maar niet filantropisch actief is, wordt schreef aangekeken. 'Wat is er immers mooier dan iets van je rijkdom terug te geven aan de gemeenschap?' De Amerikanen blijken vrij gemakkelijk van hun vermogen te kunnen

³⁶ Varnedoe, K. 'Kunstwerken schenken zonder beperkende voorwaarden.' *Rembrandtlezing 2002*. Het Financieel Dagblad/ Vereniging Rembrandt, 2002: 15, 16.

³⁷ Rifkin, J. *The American dream: how Europe's vision of the future is quietly eclipsing the American Dream*. New York: Tarcher, 2004: 33.

³⁸ Schuyt, Th. P. Wiepkring. 'Geven doet de gulle gever zelf veel plezier.' *De Volkskrant*. 07.08.2010.

³⁹ Kennedy, J. 'Actief burgerschap in Nederland: Overpeinzingen van een Amerikaan.' In: Tonkens, E. E.a., red. *Tussen onderschatten en overvragen: actief burgerschap en activerende organisaties in de wijk*. Amsterdam: SUN, 2009: 28.

scheiden. De wetenschap dat zij met enkele goedgeplaatste beleggingen hun vermogen kunnen vermeerderen speelt hier ook een rol. Het eventuele fiscale voordeel staat op gelijke hoogte als de politieke of morele motivatie bij een donatie.⁴⁰

Nederland kent (nog) niet de geefcultuur zoals deze de afgelopen 150 jaar in de Verenigde Staten is ontstaan. Mediamagnaat Joop van den Ende refereerde daar onlangs nog aan toen hij een maatschappelijk eredoctoraat van de Erasmus Universiteit Rotterdam ontving: ‘Word je als Amerikaan niet een keer per maand voor een *charity* uitgenodigd, dan hoor je er niet meer bij. Staat je naam op een gebouw, dan ben je trots. Nederlanders denken dan eerder: wat een ijdele man.’⁴¹

Amerikaans filantropie deskundige Claire Gaudiani schreef in *The Greater Good: How Philanthropy Drives the American Economy and Can Save Capitalism* dat ‘geven’, een van de belangrijkste elementen is van de Amerikaanse cultuur. Rijke kolonisten concludeerden reeds in de 17^e eeuw, dat veel geld werd verspild als talentvolle kinderen niet naar de universiteit zouden kunnen. Het idee wordt gewekt dat filantropie een uitsluitend Amerikaans fenomeen is, maar zoals hiervoor reeds aangegeven, waren het de vermogende Amerikanen aan het einde van de negentiende, begin twintigste eeuw, die vanuit Amerika naar Europa trokken om te zien hoe daar sociale en culturele instellingen met filantropisch geld gefinancierd werden.

Door de economische *boom* in de recente jaren negentig is in de Verenigde Staten het voor goede doelen beschikbare privé geld en het aantal filantropen enorm toegenomen. Waren het aan het eind van de industriële revolutie vooral olieboeren en staalmagnaten die hun duur verdiende dollars investeerden in maatschappelijke doelen, nu levert vooral de wereld van (nieuwe) media veel weldoeners op. Filantropie is een onlosmakelijk onderdeel van het economische systeem van de Verenigde Staten. Het kapitalisme is gebaat bij actieve filantropen. Journalist Peter Vermaas zegt hierover: ‘Het lijkt een tegenstelling: kapitalisme probeert rijkdom te concentreren, terwijl filantropie rijkdom juist wil verdelen om geld te genereren’.⁴² Een markt heeft veel activiteit nodig en weinig restricties om optimaal te kunnen werken en zo groei van menselijk kapitaal tot stand te brengen. Filantropie is niet zomaar geld weggeven, de filantroop investeert zijn geld: het is een vorm van actief burgerschap waarbij de gift bovenal ten dienste van de samenleving staat.⁴³ In Amerika is een soort groepsdruk ontstaan om goed te doen. ‘Als iemand als Gates miljarden reserveert voor goede doelen, dan zien miljardairs die zich ongeveer in dezelfde vermogenspositie bevinden, dat ze niet kunnen achterblijven’, aldus dr. Katz hoogleraar Amerikaanse geschiedenis van *Princeton University*. Zonder een genereuze schenking kan men eigenlijk niet toetreden tot de elite van de Amerikaanse samenleving.⁴⁴ Bovendien is generositeit een basiswaarde

⁴⁰ Redactie de Volkskrant. ‘Filantropie als industrie.’ *De Volkskrant*, 16.05.1998.

⁴¹ Start, I. ‘Buitenlandse goudmijn.’ *Elsevier*, 18 juni 2011: 74.

⁴² Vermaas, P. ‘Filantropie op zijn Amerikaans.’ *Onze wereld*, jrg. 50, nr 6 (2007): 42-47.

⁴³ Kennedy, J. ‘Actief burgerschap in Nederland: Overpeinzingen van een Amerikaan.’ In: Tonkens, E. E.a., red. *Tussen onderschatten en overvragen: actief burgerschap en activerende organisaties in de wijk*. Amsterdam: SUN, 2009: 25.

⁴⁴ Aangehaald door K. Varnedoe, ‘Kunstwerken schenken zonder beperkende voorwaarden.’ *Rembrandtlezing 2002*. Het Financieele Dagblad/Vereniging Rembrandt, 2002: 15, 16.

van de Amerikaanse natie – 80% van de doorsnee Amerikaan draagt jaarlijks (fiscaal aftrekbaar) bij aan een goed doel. Deze generositeit benadrukt de verbondenheid met de samenleving, een sterk besef van individueel burgerschap en dankbaarheid naar de samenleving door het delen van hun succes.⁴⁵ Europeanen zijn privé aanzienlijk minder gul dan Amerikanen.⁴⁶ ‘Nederlandse rijkaards denken: wij hebben via onze belastingbetalingen al zoveel voor de wereld gedaan, laat de overheid dit soort dingen maar regelen’, aldus Schuyt.⁴⁷

In Nederland heeft de overheid zich met het systeem van kunstsubsidies exclusief de rol van mecenas toegeëigend. Waar de Nederlandse cultuur door de jaren heen te afhankelijk is geworden van overheidssteun, is de Amerikaanse cultuur te afhankelijk geworden van private steun. Een combinatie van beide stelsels zou de meest solide basis vormen voor een gezond financieringssysteem.

2.3 Wetenschappelijke studies naar filantropie

De afgelopen jaren is het aantal studies naar filantropie in Nederland fors gestegen. In deze studies worden steeds verschillende aspecten van de filantropie belicht. Welke invloed hebben de bestaande studies naar filantropie op de ontwikkeling van filantropie als wetenschap?

Geven in Nederland (2011)

De Verenigde Staten en Nederland zijn de enige twee landen in de wereld, waar schenkingen aan het goede doel (filantropische geldstromen) systematisch worden onderzocht. Sinds 1955 geeft de *American Association of Fund Raising Counsel* (AAFRC) jaarlijks het onderzoeksrapport *Giving USA* uit: een rapport over filantropie in de Verenigde Staten.⁴⁸ Sinds 1995 geeft het *Centre for the Study of Philanthropy* van de Vrije Universiteit in Amsterdam een tweejaarlijks rapport uit met de titel *Geven in Nederland* (GIN). Het rapport van de werkgroep GIN is geïnspireerd op *Giving USA*. In beide rapporten worden schattingen gedaan van de filantropische geldstromen. Filantropie wordt gemeten in het financieel ondersteunen van maatschappelijke doelen, fondsenwervende instellingen, vermogensfondsen en geldinzamelingsacties.⁴⁹ De cijfers van huishoudens en bedrijven in GIN zijn gegeneraliseerde bedragen: er wordt een schatting gemaakt van de bijdragen aan goede doelen van *alle* huishoudens en bedrijven in Nederland.⁵⁰

⁴⁵ Kennedy, J. ‘Actief burgerschap in Nederland: Overpeinzingen van een Amerikaan.’ In: Tonkens, E. E.a., red. *Tussen onderschatten en overvragen: actief burgerschap en activerende organisaties in de wijk*. Amsterdam: SUN, 2009: 27.

⁴⁶ Vermaas, P. ‘Filantropie op zijn Amerikaans.’ *Onze wereld*, jrg. 50, nr 6 (2007): 42-47.

⁴⁷ Aangehaald door P. Vermaas. ‘Filantropie op z’n Amerikaans.’ *Onze wereld*, jrg. 50, nr 6 (2007): 42-47.

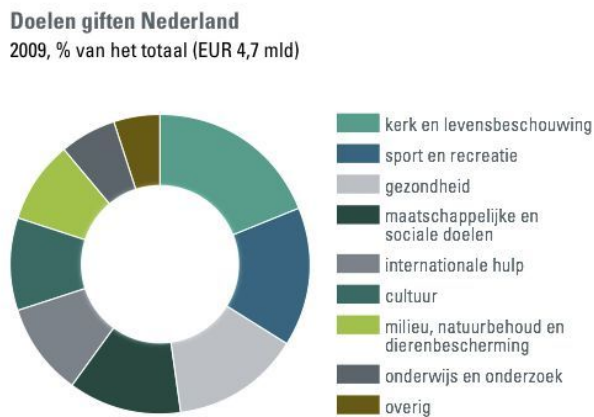
⁴⁸ *Giving USA*. Indianapolis: American Association of Fund Raising Counsel, 2011.

⁴⁹ Schuyt, Th. ‘Geven met warme hand.’ *Boekman*, 76 (najaar 2008): 6-12.

⁵⁰ Schuyt, Th. e.a. *Geven in Nederland 2011*. Amsterdam: Reed Business bv, 2011: 11.

Filantropie wordt in dit onderzoek als volgt gedefinieerd: bijdragen in de vorm van geld, goederen en of tijd (expertise), vrijwillig ter beschikking gesteld door individuen en organisaties (fondsen, kerken bedrijven, goededoelenloterijen), waarmee primair algemeen nut doelen worden gediend. Nederland geeft 0.8% van het BBP uit aan goede doelen. In vergelijking met bijvoorbeeld Amerika, waar 2.0% van het BBP aan goede doelen wordt gegeven, lijkt dit niet veel. In Nederland wordt echter vooral via belastingen bijgedragen, welke bijdrage buiten de genoemde 0.8% vallen.⁵¹

De ‘goede’ doelen van zowel Giving USA als GIN worden ingedeeld naar twee maatschappelijke kernfuncties: sociale en ecologische kernfuncties. Cultuur wordt ingedeeld onder de sociale functie vanwege de socialisatie en cohesie.⁵² In de rapportages worden de begunstigde doelen onderverdeeld in negen categorieën: kerk en levensbeschouwing, sport en recreatie, gezondheid, maatschappelijke en sociale doelen, internationale hulp, cultuur, milieu, natuurbehoud en dierenbescherming, onderwijs en onderzoek en overige doelen, zie afbeelding 1. Het goede doel ‘cultuur’ ontvangt 10% van de geefgelden in Nederland en is daarmee nummer zes in de rangorde van de negen verschillende goede doelen.



Bron: Schuyt c.s.

Afb. 1 - doelen giften Nederland

Uit het onderzoeksrapport van de werkgroep GIN, komt naar voren dat huishoudens die vaker geven specifieke kenmerken hebben. De respondenten in deze huishoudens zijn ouder, genieten een middelbare of hogere opleiding, hebben een gemiddeld of hoger inkomen, een eigen huis en zijn protestant en gaan frequenter naar de kerk.⁵³ Dit laatste kenmerk zal vooral een rol spelen bij giften aan kerk en levensbeschouwing. Geefgedrag van huishoudens is een uiting van de mate van betrokkenheid bij het te steunen van goede doelen.⁵⁴

⁵¹ Schuyt, Th. e.a. *Geven in Nederland 2011*. Amsterdam: Reed Business bv, 2011: 10.

⁵² Schuyt, Th. *Inleiding in filantropie en filantropiewetenschap*. Utrecht: Uitgeverij de Graaff, 2012: 76.

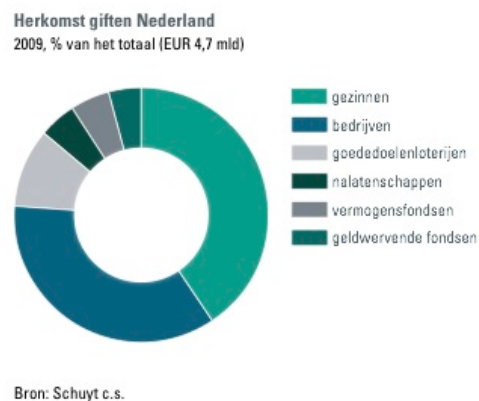
⁵³ Schuyt, Th. e.a. *Geven in Nederland 2011*. Amsterdam: Reed Business bv, 2011: 18.

⁵⁴ Schuyt, Th. e.a. *Geven in Nederland 2011*. Amsterdam: Reed Business bv, 2011: 18.

Uit het GIN-onderzoek blijkt verder het goede doel ‘cultuur’ met name favoriet is bij ouderen (50-plussers), mensen zonder partner, hoger opgeleiden en huiseigenaren. Culturele doelen kunnen daarnaast vaker op giften rekenen van mensen die altruïstisch zijn ingesteld en sociale druk om te geven ervaren uit hun omgeving. Ook de hoeveelheid verzoeken die mensen krijgen, blijken van invloed te zijn op het geefgedrag.⁵⁵

Filantropieschaal

Filantropie is individueel gedrag; het komt tot stand door de keuze van mensen. In de regel bestudeert men geefgedrag vaak op het niveau van huishoudens, waardoor de invloed van afzonderlijke individuen, waarschijnlijk deels wordt onderschat.⁵⁶ Naast huishoudens en individuen doen ook bedrijven, loterijen en vermogensfondsen aan filantropie, zie afbeelding 2.



Afb. 2 - herkomst giften Nederland

Filantropische bijdragen zijn vrijwillig: individuen handelen op basis van eigen verantwoordelijkheid. Dit leidt tot een ander element van filantropie, namelijk het private karakter ervan: de eigen verantwoordelijkheid voor het algemeen belang, los van politici of los van marktpartijen. Tegen de achtergrond van de Europese historie op dit terrein en van de vele vermogensfondsen die lang geleden in het leven zijn geroepen, krijgt de eigen verantwoordelijkheid het karakter van rentmeesterschap: de wereld beter achterlaten dan hoe we hem hebben aangetroffen.⁵⁷

In 2006 heeft Schuyt een filantropieschaal ontwikkeld die de attitude van individuen tegenover filantropie meet. ‘De filantropieschaal beoogt de attitude te meten van de eigen verantwoordelijkheid van individuen jegens het algemeen nut, i.c. jegens sociale en ecologisch maatschappelijke kernfuncties,

⁵⁵ Schuyt, Th. e.a. *Geven in Nederland 2011*. Amsterdam: Reed Business bv, 2011: 149-151.

⁵⁶ Bekkers, R. ‘De maatschappelijke betekenis van filantropie.’ Rede. 25.04.2013: 11.

⁵⁷ Schuyt, Th. *Inleiding in filantropie en filantropiewetenschap*. Utrecht: Uitgeverij de Graaff, 2012: 77.

geconcretiseerd in de bereidheid tot bijdragen in de vorm van geld en / of tijd.’ Deze eerste versie van de filantropieschaal is opgenomen in het onderzoek *GIN 2011* en heeft een betrouwbaarheid van .78.⁵⁸

De tien items van de filantropieschaal die werden opgenomen in *GIN 2011* zijn:

- ❖ Ik heb weinig met mensen aan de andere kant van de wereld.
- ❖ Ik vind het moeilijk te geven aan doelen waarvan ik niet zelf profiteer.
- ❖ De maatschappij komt in gevaar omdat mensen zich steeds minder van elkaar aantrekken.
- ❖ Ik denk vaak: ‘Wie dan leeft, die dan zorgt’.
- ❖ Het klimaatprobleem op aarde wordt erg overdreven.
- ❖ De wereld vraagt om verantwoordelijke burgers.
- ❖ Ik geef aan maatschappelijke doelen, ongeacht wat de overheid of het bedrijfsleven daaraan doet.
- ❖ Mensen vormen een gemeenschap.
- ❖ Wij moeten de wereld voor de volgende generatie goed achterlaten.
- ❖ Ik voel me verantwoordelijk voor het welzijn van de maatschappij.

De filantropieschaal heeft ten doel een attitudeschaal te zijn, met een voorspellende waarde voor feitelijk filantropisch gedrag. De schaal poogt antwoorden te geven op een aantal vragen:

Welke verklaringen (politicologische, economische, sociologische, psychologische, biologische, cultuur antropologische) zijn er voor het ontstaan van geefgedrag?⁹ (uitleg); hoe vaak komt dit gedrag voor? (prevalentie en distributie); blijft iemand met deze attitude dit onder alle condities volhouden? (consistentie), wat is de reikwijdte van de schaal en is hij toepasbaar in alle typen maatschappijen? (universaliteit).⁵⁹ De schaal kan worden gebruikt voor die individuen die aan filantropische organisaties geven. Hierbij moet in ogenschouw worden genomen, dat de definitie van een goed doel, van filantropie en daarmee ook de hier opgesomde eerste versie van de filantropieschaal, telkens in de specifieke context geplaatst dient te worden.

Giving and Volunteering in the Netherlands: Sociological and Psychological perspectives. (2004)

In het proefschrift *Giving and Volunteering in the Netherlands: Sociological and Psychological perspectives* van Rene Bekkers bijzonder hoogleraar sociale wetenschappen aan de Universiteit Utrecht staat het geefgedrag centraal. Geefgedrag – het geven van geld aan goede doelen, het geven van bloed, van organen, en het geven van tijd in de vorm van vrijwilligerswerk – wordt gedefinieerd als prosociaal gedrag. Het gaat om bijdragen aan collectieve goederen: het geven vraagt een persoonlijk offer van de

⁵⁸ Schuyt, Th. *Inleiding in filantropie en filantropiewetenschap*. Utrecht: Uitgeverij de Graaff, 2012: 77.

⁵⁹ Schuyt, Th. *Inleiding in filantropie en filantropiewetenschap*. Utrecht: Uitgeverij de Graaff, 2012: 79, 80.

gever, waarvan de baten ten goede komen aan groepen burgers of de samenleving in zijn geheel.⁶⁰ Filantropie is een specifieke vorm van formeel pro sociaal gedrag. De term pro sociaal gedrag wordt sinds de jaren zeventig aangeduid als gedrag, dat voor degene die het vertoont moeite kost en dat ten goede komt aan anderen. Vrijwilligerswerk en het geven van geld aan goededoelenorganisaties zijn twee vormen van formeel pro sociaal gedrag: het zijn particuliere bijdragen aan het algemeen nut via organisaties. Filantropie is een vorm van bereidheid tot samenwerking in een sociaal dilemma, frictie tussen het eigenbelang en het collectieve belang op de lange termijn. Dit dilemma is kenmerkend voor veel soorten van filantropie.

In het proefschrift onderzoekt Bekkers onder een grote steekproef van de Nederlandse bevolking de invloed van persoonlijkheidskenmerken en sociale omstandigheden op voorbeelden van geefgedrag in het 'echte' leven. Hij geeft in dit onderzoek antwoord op twee probleemstellingen: 1. 'In welke mate kan geefgedrag worden verklaard door pro sociale motieven en andere persoonlijkheidskenmerken en door de sociale omstandigheden waarin mensen leven?' 2. 'In welke omstandigheden zijn persoonlijkheidskenmerken en sociale waardenoriëntaties sterker verbonden met geefgedrag?' Het antwoord op de eerste probleemstelling luidt dat geefgedrag voornamelijk een kwestie is van sociale omstandigheden, en niet zozeer van persoonlijkheidskenmerken. De meest karakteristieke eigenschappen van mensen die geven zijn in aflopende volgorde: een hoger opleidingsniveau, sterker religiositeit, het wonen in een kleinere gemeente, het hebben van een voltijd baan en een hoger inkomen. De tweede probleemstelling bleek moeilijker te beantwoorden. Bekkers concludeerde dat de invloed van persoonlijkheidskenmerken niet zo heel groot is, maar dat deze niet minder wordt als de kosten van pro sociaal gedrag hoger worden of de sociale druk groter wordt. De resultaten van het onderzoek suggereren dat een kerkelijke omgeving aantrekkelijker is voor empathische mensen, en dat emotionele stabiliteit een pre is voor het behalen van een hogere opleiding. Ook de invloed van andere persoonlijkheidskenmerken verloopt via sociale omstandigheden. Bekkers is echter van mening dat nog meer onderzoek nodig is om hier harde uitspraken over te kunnen doen.

Empirical Studies of Philanthropy: Eight Mechanisms (2011)

In het onderzoek *Empirical Studies of Philanthropy: Eight Mechanisms* deduceren Bekkers en Wiepkring acht mechanismen die het geven van geld aan goede doelen kunnen verklaren. Deze mechanismen worden gepresenteerd na bestudering van meer dan 500 artikelen over het geven aan goede doelen. Mensen zijn vrijgeviger wanneer: 1) er een duidelijke en zichtbare behoefte is; 2) ze gevraagd worden om een gift; 3) de kosten voor een gift lager zijn en de opbrengsten hoger; 4) ze om de ontvangers geven; 5) ze sociale beloningen ontvangen voor hun gift; 6) ze psychologische beloningen

⁶⁰ Bekkers, R. *Giving and volunteering in the Netherlands*. Diss. Universiteit Utrecht, 2004: 261.

ontvangen voor hun gift; 7) het doel overeenkomt met eigen waarden; 8) de giften als efficiënt worden ervaren. De mechanismen kunnen verklaren waarom sommige mensen meer geven dan anderen.⁶¹

Uit bovenstaand onderzoek blijkt dat er vaak meerdere motieven zijn die een rol spelen bij de beslissing om te geven of juist niet. De schrijvers stellen dat hoger opgeleiden vaak hogere bedragen geven dan lager opgeleiden. Daarnaast geven hoger opgeleiden vaak sneller een beloning voor bewezen diensten dan lager opgeleiden. Een voor de hand liggende factor in deze is de beschikking over meer financiële hulpbronnen. Achtergrondkenmerken spelen ook een rol in het geefgedrag van filantropen.⁶² Zo doneren mensen met een hoger inkomen vaker. Giften worden gezien als luxe consumptiegoederen. Huishoudens met een gewaarborgd inkomen geven gemakkelijker geld aan goede doelen. De financiële zekerheid zorgt ook hier voor een hogere frequentie giften. Vrijwilligerswerk wordt in Nederland vaker gedaan door hoger opgeleiden. Verder worden de meeste vrijwilligers gevraagd om actief te worden. Vrijwilligerswerk wordt vooral gedaan om te laten zien dat men het belangrijk vindt om andere mensen te helpen (56%). Een groot deel van de vrijwilligers doet het werk ook voor een groeiend gevoel van eigenwaarde (49%) en een gedeelte is gemotiveerd omdat het werk een goed visitekaartje zou zijn op het CV (32%).⁶³ Het onderzoek geeft een bruikbare basis, wat betreft het achterhalen van de motivatie van de donateur.

Deze verschillende onderzoeken laten zien dat de filantropie als maatschappelijk verschijnsel in Europa een proces van verwetenschappelijking doormaakt.⁶⁴ Steeds meer wetenschappers nemen het verschijnsel onder de loep en belichten elk andere onderdelen, om de verschillende aspecten van het fenomeen te kunnen verklaren of te voorspellen.

Kunstminnend Nederland (2013)

Een ander onderzoek dat ook interessant is om kort toe te lichten, is het onderzoek *Kunstminnend Nederland? Interesse en bezoek, drempels en ervaringen*. Het rapport werd in mei 2013 door het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) aangeboden aan Jet Bussemaker, minister van Onderwijs, Cultuur & Wetenschap (OC&W). In het rapport onderzoekt Andries van den Broek in welke mate Nederlanders in kunst geïnteresseerd zijn. Het grootste deel van zijn onderzoek baseert hij op een bevolkingsonderzoek uit 2009 onder ruim 1500 personen van 16 jaar en ouder. Enkele conclusies die van den Broek uit het onderzoek trekt zijn de volgende: het ondersteunen van de kunsten gebeurt in eerste instantie vaak uit interesse voor een bepaalde kunstvorm. Per kunstvorm varieert deze interesse

⁶¹ Bekkers, R. P. Wiepkring. A Literature Review of Empirical Studies of Philanthropy: Eight Mechanisms That Drive Charitable Giving. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40, nr 5 (2011): 924-973.

⁶² Schuyt, Th. e.a. *Geven in Nederland 2011*. Amsterdam: Reed Business bv, 2011: 1, 4.

⁶³ Schuyt, Th. e.a. *Geven in Nederland 2011*. Amsterdam: Reed Business bv, 2011: 14.

⁶⁴ Schuyt, Th. *Inleiding in filantropie en filantropiewetenschap*. Utrecht: Uitgeverij de Graaff, 2012: 80.

sterk. Uit het onderzoek blijkt dat dans de minste geïnteresseerden telt (45% van de mensen van 16 jaar en ouder) en film de meeste (90%).⁶⁵ Per kunstvorm varieert daarnaast de overgang van alleen interesse tot daadwerkelijk bezoek. Zo zijn er grote verschillen: van 20% tot 30% bij dans, cabaret en klassieke muziek, tot ruim 50% bij beeldende kunst en film. Van de onderzochte kunstvormen combineert dans de laagste interesse met de laagste conversie: ‘dans’ heeft het laagste bereik van de verschillende kunstvormen. Het spiegelbeeld daarvan is ‘film’, waar het grootste reservoir aan geïnteresseerden in combinatie met de hoogste conversie, tot het grootste bereik leidt. Uit het onderzoek komt verder naar voren dat interesse in gecanoniseerde kunst vooral samenhangt met de levensfase en opleiding, alsook met de cultuurparticipatie in iemands sociale omgeving. Die interesse is onder ouderen ruim de helft sterker dan onder jongeren en onder hoogopgeleiden de helft sterker dan onder laagopgeleiden. De interesse is anderhalf keer groter wanneer men bezoekers van klassieke concerten in het sociale netwerk heeft. Bij populaire kunst is de interesse sterker onder jongeren.⁶⁶ Het onderzoek bevestigt het eerder door Bekkers geschetste beeld met betrekking tot geefgedrag binnen groepen. Als er bij een persoon sprake is van een sociaal netwerk waarin veel cultuurbezoeken plaatsvinden, zal iemand hier sneller in meegaan dan wanneer dit niet het geval is. Er wordt door Van den Broek geconcludeerd dat meer mensen geïnteresseerd zijn in populaire kunst dan in gecanoniseerde kunst. Toch verschillen gecanoniseerde en populaire kunsten gemiddeld niet veel van elkaar als het gaat om het overgangsproces van geïnteresseerde tot bezoeker. Zowel conversie als bezoekfrequentie hangen uiteindelijk het meest samen met de interesse. De sleutel tot een toeloop van publiek ligt dan ook in het meer opwekken van de interesse van geïnteresseerden.⁶⁷

Dit onderzoek kan van belang zijn voor culturele instellingen waar het zijn programmering betreft en waar het gaat om het aanspreken van een bepaald publiek. Hierbij moet echter worden opgemerkt dat in dit onderzoek geen duidelijk onderscheid wordt gemaakt tussen de verschillende leeftijdscategorieën. Zo is er geen scheiding gemaakt in de categorie van 16-40 jarigen. Hierdoor kunnen de resultaten niet gebruikt worden voor het onderzoek in deze scriptie, waar de potentie van de rol van met name de jonge begunstigers in het culturele veld wordt onderzocht.

2.4 De Mecenas - term of realiteit?

In deze scriptie wordt de ondersteuning van culturele instellingen onderzocht. Mecenaat is het begrip dat het specifiek ondersteunen van kunst en cultuur omvat. Een mecenas bevordert kunst en cultuur door geld of andere middelen te geven, zonder hier directe materiële tegenprestaties voor te verwachten.⁶⁸

⁶⁵ Broek, A. van den. *Kunstminnend Nederland?* Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau, 2013: 135.

⁶⁶ Broek, A. van den. *Kunstminnend Nederland?* Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau, 2013: 131.

⁶⁷ Broek, A. van den. *Kunstminnend Nederland?* Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau, 2013: 136.

⁶⁸ *Homepage Cultuur-Ondernemen*. Definitie mecenaat. 23.06.2013.

De term *mecenas* verwijst naar de Romeinse koopman en kunstbeschermmer Gaius Clinius Maecenas (70-8 v. Chr.). Hij betaalde onder meer de lokale dichters Vergilius en Horatius om zijn vriend Keizer Augustus (63 v.Chr - 14 n.Chr.) in een ode toe te zingen. Door op deze wijze met behulp van een kunstenaar propaganda te voeren voor de keizer, verwierf Maecenas invloed en prestige in de hoogste kringen en verzekerde hij zich van eeuwige roem.⁶⁹

Het mecenaat is van oudsher een manier om macht en aanzien te verwerven. Ook waren de kunstwerken uit de oudheid een expressie van de opdrachtvorm; het mecenaat was in die tijd een artistieke activiteit op zichzelf. Het mecenaat was, mits onbekrompen en niet-protserig toegepast, een zekere deugd.⁷⁰ Tijdens de klassieke oudheid en de Italiaanse renaissance was de door een mecenas gesteunde kunst, een verlengstuk van de opdrachtgever zelf. Het ondersteunen van de kunsten werd ingezet voor verschillende doeleinden: streven naar status, goede publiciteit, zelfexpressie, deugdzaamheid of vergeving van zonden. Het gewenste doel van de mecenas bepaalde in feite hoe een kunstwerk er uiteindelijk uit moest zien. Kunst was in die tijd alles behalve autonoom.⁷¹

De hedendaagse mecenas is volgens classicus David Rijser iemand die autonome kunstenaars steunt en op die manier zijn goede smaak toont. Het verschil tussen de hedendaagse mecenas en de mecenas uit de oudheid is gelegen in de onafhankelijkheid van de kunstenaar. Geld geven voor cultuur levert aanzienlijk meer prestige op dan vrijgevigheid voor andere goede doelen, schreef de Duitse auteur Theodor Fontane eind negentiende eeuw: kunst is in staat om op beschaafde wijze rijkdom te etaleren.⁷² Het motief van de mecenas – zich willen onderscheiden – zoals men dat al kende in de oudheid is gebleven.⁷³ De mecenas wordt tegenwoordig met deze constatering in het achterhoofd als volgt omschreven: iemand die op enige schaal en zonder onmiddellijk eigen voordeel kunst en cultuur ondersteunt.⁷⁴ Deze particuliere gever bevordert kunst en cultuur door geld of andere middelen te geven zonder hier directe materiële tegenprestaties voor te verwachten. De mecenas anno 2013 is niet meer alleen, zoals tweeduizend jaar geleden de echte mecenas, de persoonlijke weldoener van de kunstenaar of de verzamelaar die zijn collectie aan de samenleving schenkt, maar ook het individu, het bedrijf of de instelling dat/die door een gift kunst en cultuur maatschappelijk de ruimte biedt.⁷⁵

Door de huidige mecenas te vergelijken met de mecenas uit de oudheid lijkt het beeld van de huidige mecenas positief te zijn bijgesteld. Desalniettemin moet worden opgemerkt dat dit in de maatschappelijke opinie nog niet altijd het geval is: ‘In Nederland domineert nog steeds een negatief

⁶⁹ Huisseling, A. van. red. *De staat van het mecenaat*. Prins Bernhard Cultuurfonds, 2012: 9.

⁷⁰ Huisseling, A. van. red. *De staat van het mecenaat*. Prins Bernhard Cultuurfonds, 2012: 10.

⁷¹ Huisseling, A. van. red. *De staat van het mecenaat*. Prins Bernhard Cultuurfonds, 2012: 11.

⁷² Aangehaald door R. Steenbergen. *De nieuwe Mecenas*. Amsterdam: Business Contact, 2008: 45.

⁷³ Aangehaald door A. Huisseling, van. red. *De staat van het mecenaat*. Prins Bernhard Cultuurfonds, 2012: 11.

⁷⁴ Steenbergen, R. *De nieuwe Mecenas*. Amsterdam: Business Contact, 2008: 11.

⁷⁵ Steenbergen, R. *De nieuwe Mecenas*. Amsterdam: Business Contact, 2008: 15.

beeld van de mecenas. De gulle geveer zou in de ogen van de bevolking, maar ook in die van de leiding van de culturele instellingen, vooral doneren uit ijdelheid of eigenbelang' stelt Helleke van den Braber, universitair docent Algemene Cultuurwetenschappen aan de Radboud Universiteit Nijmegen, die onderzoek deed naar het literair mecenaat.⁷⁶

Als gevolg hiervan doneren mecenasen daarom nog vaak aan private fondsen, waardoor ze de negatieve associatie met charitas vermijden en hun anonimiteit gewaarborgd blijft.⁷⁷ Mecenasen bevinden zich altijd ergens tussen filantropie en zelfverheerlijking stelt biograaf Eva Rovers.⁷⁸ Ze is echter van mening dat het motief van de mecenas eigenlijk niet ter zake doet. Juist doordat mecenasen hun weldoenerschap deels uit eigenbelang doen, zijn ze extra gemotiveerd en in staat tot grote dingen.⁷⁹

Volgens classicus Piet Gerbrandy zijn er een tweetal voorwaarden voor het ontstaan van Mecenaat. Allereerst dient er een cultureel onderlegde, nieuwsgierige en intellectuele elite te zijn, die zich verantwoordelijk voelt voor het beschavingsniveau van de samenleving. Daarnaast moet er een fiscus zijn die fiscaal gunstige voorwaarden schept.⁸⁰ Gerbrandy ziet het mecenaat als een ideale aanvulling op andere manieren om kunst in stand te houden, mits de onafhankelijkheid van de kunstenaars gewaarborgd is en de ondersteuning voor een langere periode verzekerd is.⁸¹

Renée Steenbergen deed een onderzoek naar mecenaat *De Nieuwe Mecenas. Cultuur en de terugkeer van het particuliere geld* en bracht hierin een aantal onjuiste aannames over het mecenas in beeld. Ze toonde aan dat de bewering: 'Als overheidssubsidiering minder wordt, zullen particulieren meer geven', onjuist is. Particulieren ervaren een overheid die zijn verplichtingen niet nakomt als onbetrouwbaar. Zij zijn in dat geval niet geneigd voor deze falende overheid in te springen.

De meeste Nederlanders nemen deel aan culturele activiteiten omdat ze het leuk vinden, voor de gezelligheid en ter ontspanning. Voor nieuwe Nederlanders is het opdoen van sociale contacten echter ook een belangrijke reden deel te nemen aan culturele activiteiten en te schenken aan cultuur. Toch stelt schrijver en curator Sjeng Scheijen, dat het een slechte investering is om te schenken aan de kunsten als iemand dat alleen zou doen voor een netwerk: 'Als je kunst alleen gebruikt om toegang tot sociale netwerken te krijgen, is het een ontzettend slechte investering, want kunstenaars kunnen provoceren en daar word jij als mecenas mee geassocieerd.'⁸² In haar boek *De nieuwe Mecenas* bevestigt Steenbergen

⁷⁶ Braber, H. van den. 'De rentree van de mecenas.' *Boekman* 76 (najaar 2008): 29-34.

⁷⁷ With, C. de. A. Klamer. 'Anonieme weldoeners.' *Boekman*, 76 (najaar 2008): 47-51.

⁷⁸ Eva Rovers schreef een biografie over Helene Kröller-Müller, mecenas en oprichtster van het Kröller-Müller Museum in Otterloo.

⁷⁹ Huisseling, A. van. red. *De staat van het mecenaat*. Prins Bernhard Cultuurfonds, 2012: 17.

⁸⁰ Aangehaald door: A. Huisseling. van. red. *De staat van het mecenaat*. Prins Bernhard Cultuurfonds, 2012: 11.

⁸¹ Huisseling, A. van. red. *De staat van het mecenaat*. Prins Bernhard Cultuurfonds, 2012: 12.

⁸² Aangehaald door: A. Huisseling. van. red. *De staat van het mecenaat*. Prins Bernhard Cultuurfonds, 2012: 16.

deze zienswijze door te concluderen dat de zeer grote bedragen meestal afkomstig zijn van echte kunstliefhebbers die een persoonlijke band met cultuur hebben.⁸³

Het opdoen van sociale contacten blijkt bij de meeste mecenasen, zoals Scheijen al voorspelde, niet het zwaarst te wegen. De belangrijkste criteria die door vermogende mecenasen worden gehanteerd bij de keuze om te doneren zijn; inspiratie, vertrouwen en een positief gevoel. Betrokkenheid en op de hoogte gehouden worden, wordt eveneens op prijs gesteld door de gevers. Deze 'satisfiers' worden tijdens het geefproces het meest gewaardeerd, gevolgd door goede communicatie, zo stelt filantropie consultant Diana van Maasdijk in haar onderzoek naar filantropie onder vermogenden in Nederland.⁸⁴ Een open relatie tussen financier en instelling is erg belangrijk. Redacteur van de Boekmanstichting Andre Nuchelmans stelt dat de mecenas wil worden aangesproken op zijn passie voor de kunstvorm waarmee hij in zee wil.⁸⁵ Culturele instellingen moeten in zijn opinie nadenken wat zij als tegenprestatie kunnen leveren en daarbij out of the box denken waardoor het voor de gevers juist interessant wordt.⁸⁶ Op dit moment overheerst nog vooral de frustratie onder beginnende filantropen. 'De eerste twee jaar geef je enthousiast, maar als je daarna wilt weten wat er met je geld is gebeurd, stuit je nogal eens op bureaucratie, op mismanagement en soms zelfs ronduit op chaos.' De nieuwe filantroop koppelt idealisme aan een zakelijke benadering, aldus fondsenadviseur Lagaaij. Voormalige ondernemers stellen vaak andere eisen aan efficiëntie en transparantie. Ze willen een meer bedrijfsmatige aanpak zien bij de instellingen waaraan ze hun geld doneren. De nieuwe filantroop wil graag betrokken worden. Volgens Novib-directeur Papma is de Nieuwe Filantroop een voorloper op de 'gewone donateur'. Ze verwacht dat alle donateurs op den duur meer betrokkenheid zullen gaan eisen.⁸⁷

In het essay 'Aandelen in onsterfelijkheid' beschrijft cultuursocioloog Bram Kempers hoe de adel, patriciaat en rijke ondernemers aan de wieg stonden van de meeste kunstmusea.⁸⁸ Als motief voor de betrokkenheid bij kunst en cultuur eind achttiende eeuw wordt in de eerste plaats opvoeding en beschaving genoemd, maar volgens Kempers speelde ook het aanzien en de onsterfelijkheid die de vermogenden hiermee kregen een belangrijke rol.

Dat dit ook nu nog het geval is, wordt steeds zichtbaarder. 'De betekenis van hernieuwde vormen van particulier initiatief is af te lezen aan de bijschriften die sinds de jaren tachtig een vast onderdeel van de musea zijn geworden. [...] Wel moet worden opgemerkt, dat deze vorm van particulier initiatief hemelsbreed verschilt met het particulier initiatief waar vanuit de musea in eerste instantie zijn

⁸³ Steenbergen, R. 'De nieuwe gevers.' *Het Financiële Dagblad*. Bijlage. Persoonlijk. 24.05.2008.

⁸⁴ Maasdijk, D. van. *Filantropie en de vermogenden in Nederland*. Oktober 2010: 14, 15.

⁸⁵ Nuchelmans, A. 'Op zoek naar gouden bergen.' *Boekman*, 76 (najaar 2008): 22-26.

⁸⁶ Nuchelmans, A. 'Op zoek naar gouden bergen.' *Boekman*, 76 (najaar 2008): 22-26.

⁸⁷ Bommel, N. van. 'De nieuwe filantroop is doe-het-zelver.' *De Volkskrant*, 01.07.2006.

⁸⁸ Kempers, B. 'Aandelen in onsterfelijkheid. Museaal mecenaat, particulier initiatief en overheid.' In: C. Smithuisen (red.). *De hulpbehoevende mecenas: particulier initiatief overheid en cultuur, 1940-1990*. Amsterdam: Boekmanstichting, 1990: 72-129.

voortgekomen.⁸⁹ Het huidige geefklimaat is (nog) niet te vergelijken met de periode waarin particulier initiatief een kernkwaliteit van Nederland was: de periode aan het eind van de 19^e eeuw, waarin bijvoorbeeld het Concertgebouw, het Stedelijk en het Rijksmuseum te Amsterdam tot stand kwamen. Diana van Maasdijk is er echter van overtuigd dat deze hoedanigheid van het particulier initiatief weer terugkomt, omdat er zich veel geld buiten de overheid bevindt.⁹⁰

Er komen nieuwe geldstromen in de culture sector op gang door verschillende nieuwe initiatieven die niet voortbouwen op een bepaalde reeds bestaande traditie. ‘Als je maatschappelijk succes hebt moet je ook iets teruggeven aan een samenleving die je de mogelijkheid heeft gegeven om tot dat succes te komen’, is het motto van het echtpaar Van den Ende.⁹¹ Het zou mooi zijn als kunstinstellingen mecenasen vinden die niet alleen maar geld geven, maar dat ook met een ondernemende invalshoek willen doen, aldus Ryclef Rientstra – directeur van de VandenEnde Foundation.⁹² Op die manier kunnen beide partijen optimaal profiteren van hun relatie.

De veldtheorie van socioloog Pierre Bourdieu (1930-2002) zou in dit geval ook kunnen worden toegepast op het mecenaat bij culturele instellingen. Uit de veldtheorie vloeit een andere kijk op de mecenas voort. Het begrip mecenas moet volgens van den Braber op twee manieren worden uitgelegd. Naast de afhankelijkheidsrelatie tussen weldoener en kunstenaar of instelling, dient het mecenaat te worden beschouwd als een instituut op zichzelf. Net als alle andere actoren, draagt mecenaat immers bij aan de manier waarop kunst en cultuur gemaakt en verspreid wordt.⁹³ Deze tweezijdigheid van het begrip mecenaat speelt een belangrijke rol in het onderzoek naar haar rol binnen de culturele instelling. Van den Braber is van mening dat beide partijen dus voordeel hebben bij een relatie, zowel mecenas als instelling.

Zoals hiervoor aangegeven wordt aan het begrip mecenas in de literatuur een andere betekenis toegekend dan in de huidige maatschappelijke debat. Er is een andere leefbaarheid van het begrip binnen de huidige samenleving. De mecenas uit de oudheid verschilt van de ondersteuner van de kunsten zoals we die vandaag de dag kennen, waardoor het begrip niet meer in deze tijd lijkt te passen. In de wetenschappelijke literatuur is de omschrijving van het begrip relevant maar in de samenleving en binnen het cultureel management roept het associaties op met voornamelijk oude begunstigers. Als men nieuwe begunstigers, vooral jongere begunstigers, wil benaderen moet misschien gezocht worden naar een andere naam voor het begrip van de mecenas, die beter aansluit bij de tijdsgeest.

⁸⁹ Kempers, B. ‘Aandelen in onsterfelijkheid. Museaal mecenaat, particulier initiatief en overheid.’ In: C. Smithuijsen (red.). *De hulpbehoevende mecenas: particulier initiatief overheid en cultuur, 1940-1990*. Amsterdam: Boekmanstichting, 1990: 74.

⁹⁰ Maasdijk, D. van. *Filantropie en de vermogenden in Nederland*. Oktober 2010: 2.

⁹¹ Groen, A. ‘Cultuurmecenasen, hoe trek je ze over de streep?’ *De Groene Amsterdammer*. 14.04.2011.

⁹² Groen, A. ‘Cultuurmecenasen, hoe trek je ze over de streep?’ *De Groene Amsterdammer*. 14.04.2011.

⁹³ Braber, H. van den. *Geven om te krijgen. Literair mecenaat in Nederland tussen 1900 en 1940*. Nijmegen: Vantilt, 2002: 34.

3. Het Nederlandse culturele veld

Particulier initiatief zal in de toekomst een grotere rol moeten gaan spelen bij de totstandkoming en instandhouding van kunst en cultuur. De rol van de huidige mecenas is, naast de gegarandeerde inkomsten van overheidszijde, vooral ondersteunend. De voorgenomen beleidsplannen van de overheid maken ons echter duidelijk dat er een omslag dient plaats te vinden: culturele instellingen zullen steeds meer een beroep moeten doen op particulieren.

Steenbergen stelt in haar eerder aangehaalde boek *De Nieuwe Mecenas* dat wanneer de samenwerking tussen de culturele instellingen en zijn vrienden goed verloopt, deze vrienden uiteindelijk kunnen fungeren als een belangrijke kweekvijver voor grotere gevers.⁹⁴ Als een culturele instelling grote gevers aan zich wil binden is het dus belangrijk een breed draagvlak te creëren binnen de samenleving, en zoveel mogelijk vrienden voor de culturele instelling te werven.

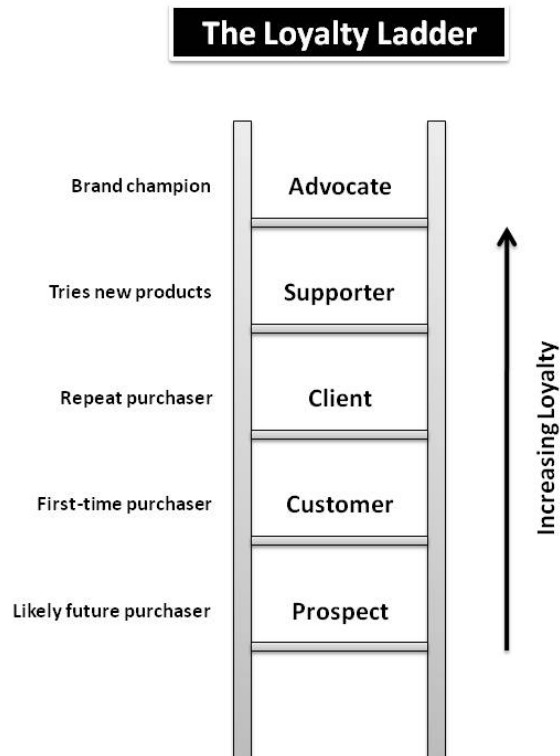
Om een beeld te krijgen van de huidige inrichting van vriendenorganisaties, wordt in dit hoofdstuk onderzocht van welke vormen van mecenaat er op dit moment gebruik wordt gemaakt bij een drietal belangrijke Nederlandse culturele instellingen, te weten: de Vereniging Rembrandt, het Koninklijk Concertgebouworkest en het Holland Festival. Vervolgens wordt nagegaan of deze organisaties tevens gevolg geven aan de oproep om een breder draagvlak te creëren door het opzetten van speciale programma's voor jonge professionals zoals die zijn omschreven in de inleiding.

3.1 Traditionele inrichting vriendenverenigingen

De hiervoor gedane aanname, dat een breed draagvlak uiteindelijk zorgt voor de binding met grote gevers, wordt gevisualiseerd in de zogenaamde *loyalty ladder* die door Martin Christopher is ontwikkeld. Deze ladder bevat verschillende stadia van loyaliteit aan een merk, instelling of product. Wanneer een instelling dit model volgt moet zij ervoor zorg dragen dat klanten de ladder zo hoog mogelijk beklimmen. Het begin van de ladder staat in het teken van het 'vangen' van de klant en is transactiegericht. De laatste trede vertegenwoordigt verbonden ambassadeurs, donoren en mecenasen, die in een lange termijn relatie met de instelling verkeren, zie afbeelding 3. De tussenliggende treden bevatten de verschillende tussenstadia in de relatie tussen klant en instelling.⁹⁵ Culturele instellingen hebben belang bij het bereiken van de hoogste trede met haar bezoekers. De groep particulieren op de hoogste trede levert een grote gegarandeerde inkomstenstroom op terwijl de kosten relatief laag zijn, omdat extra marketinginspanningen overbodig zijn.

⁹⁴ Steenbergen, R. *De nieuwe Mecenas*. Amsterdam: Business Contact, 2008: 139.

⁹⁵ Christopher, M. et. al. *Relationship Marketing, creating stakeholder value*. Oxford: Butterworth Heineman, 2002: 48.



Afb. 3 - The Loyalty Ladder

Om aan te tonen dat de leden van een vriendenvereniging van een culturele instelling overeen lijken te komen met de bezoeker van deze instelling, wordt hieronder een publieksonderzoek uit 2009 van onderzoeksbureau Anna Elffers naar de Cultuurminnaar van het Holland Festival nader beschreven.

De term ‘cultuurminnaar’ werd destijds gebruikt voor ‘de Liefhebber’ die het festival nu kent: personen die het Holland Festival financieel ondersteunen middels een jaarlijkse bijdrage van €45. In het onderzoek werden twee hoofdvragen beantwoord: ‘Welke rol speelt de aangeboden korting in de beslissing om zich op te geven als Liefhebber?’ en ‘Zouden de huidige Liefhebbers eigenlijk wel meer willen doneren aan het Holland Festival? En zo ja, hoeveel meer?’. Om deze vragen te beantwoorden voerde Anna Elffers een enquête uit onder 338 Liefhebbers van het Holland Festival. In de enquête stonden de twee genoemde hoofdvragen centraal, maar werd ook van de gelegenheid gebruik gemaakt om nog een aantal andere onderzoeksvragen te beantwoorden. Een van deze onderzoeksvragen was: ‘Wat zijn de belangrijkste kenmerken van de Liefhebbers (leeftijd, mediagedrag etc.)?’

Uiteindelijk hebben 141 Liefhebbers gereageerd op de enquête. De gemiddelde leeftijd van de Liefhebber bleek zestig jaar te zijn. De jongste respondent was 32, de oudste 82. De belangrijkste kenmerken werden als volgt geformuleerd: ‘De groep Liefhebbers is een wat oudere groep, die voor ongeveer de helft in Amsterdam woont en voor de andere helft verspreid is over Nederland. NRC Handelsbladlezer en VPRO-leden zijn zwaar oververtegenwoordigd. Men heeft doorgaans een lange geschiedenis met het Holland Festival en bezocht dit festival ook al een tiental keer of meer. De meeste

Liefhebbers beschouwen het Holland Festival dan ook als lid van een kleine groep voor hen belangrijke festivals en culturele instellingen. Een grote groep is dan ook vriend of donateur van andere culturele instellingen. De meest prestigieuze culturele instellingen van Nederland zijn hierbij favoriet.⁹⁶

De kenmerken van de Liefhebbers van het Holland Festival lijken overeen te komen met de kenmerken van de bezoeker van het Holland Festival. Uit een publieksonderzoek dat werd uitgevoerd door onderzoeksbureau Motivaction in 2011 bleek dat de gemiddelde leeftijd van de nieuwe bezoekers 49 jaar is en die van herhaalbezoekers 55 jaar. Tussen de 75% en 80% van het publiek is herhaalbezoeker. Verder komt 46% van de bezoekers uit Amsterdam en leest 57% van het publiek het NRC Handelsblad.⁹⁷

Gesteld zou kunnen worden dat de gevers die het Holland Festival financieel ondersteunen een afspiegeling vormen van de bezoekers van het festival. Als dit inderdaad het geval is, betekent dit dat wanneer het festival een breder en jonger publiek aantrekt, dit eveneens zichtbaar wordt in de leeftijd van gevers die het festival financieel ondersteunen.

Om een beeld te krijgen van de bestaande traditionele vriendenkringen worden hieronder de verschillende soorten vriendschappen van de hiervoor genoemde drie culturele instellingen in kaart gebracht. Zichtbaar wordt dat alle drie de instellingen proberen om een passende vorm van vriendschap te bieden aan hun bezoekers.

Vereniging Rembrandt

De Vereniging Rembrandt was voor het eerst actief bij de veiling van de tekeningencollectie van verzamelaar Jacob de Vos in 1883. Enkele Amsterdamse particulieren wilden de verkoop van deze collectie en de daarmee gepaarde uittocht van topkunst uit Nederland tegengaan, en besloten de handen ineen te slaan. Ze kochten samen deze honderden tekeningen en schonken ze vervolgens aan het Rijksprentenkabinet. Deze vorm van collectief mecenaat luidde het ontstaan van de Vereniging Rembrandt in. Inmiddels kent de vereniging elfduizend leden en helpt dit collectieve mecenaat al 130 jaar Nederlandse musea met bijzondere kunstaankopen.⁹⁸

De Vereniging Rembrandt heeft in totaal zes verschillende soorten lidmaatschappen: Jongmaat (€25 per jaar) voor jongeren tot 25 jaar, Gezel (€65/€90 per jaar voor 1/2 personen), Jonge meester (€350 per jaar), Leer meester (€1.000,- per jaar) en de Hollandse meester (€15.000,- per jaar). De laatste drie lidmaatschappen gelden voor een periode van minimaal vijf jaar. Per lidmaatschap

⁹⁶ Elffers, A. *Rapportage Onderzoek Cultuurminnaar Holland Festival*. 08.01.2009.

Onder prestigieuze instellingen wordt verstaan: Concertgebouworkest, Nederlandse Opera, Nationaal ballet, Stedelijk Museum, Stadsschouwburg, Toneelschuur, Rotterdams Philharmonisch Orkest en Nederlands Philharmonisch Orkest.

⁹⁷ *Beleidsplan Holland Festival 2013-2016*. Holland Festival. Amsterdam, 2012: 10.

⁹⁸ *Homepage Vereniging Rembrandt*. Geschiedenis. 12.08.2013.

verschillen de privileges: een Rembrandtkaart waarmee gratis 125 musea kunnen worden bezocht, de ontvangst van een Bulletin vol kunstnieuws, het bijwonen van de Algemene Ledenvergadering, een voorjaarsontvangst of de Rembrandtlesing.

Daarnaast zijn er een drietal cirkels waarbij men zich kan aansluiten: de Titus Cirkel, de Gaius Cirkel en de Utrechtse Rembrandt Cirkel. Deze cirkels zijn meer gericht op de sociale contacten tussen leden. De leden van deze cirkels vinden elkaar ‘in hun liefde voor kunst en enthousiasme om dat met elkaar te delen.’⁹⁹ Deze cirkels bestaan uit minimaal 25 leden, die zich in ieder geval middels een notariële akte voor vijf jaar verbinden aan de vereniging.

Koninklijk Concertgebouworkest /Vrienden

Het Concertgebouworkest werd opgericht in 1888. Jaarlijks geeft het orkest ongeveer tachtig concerten in het Concertgebouw en veertig concerten op belangrijke podia over de hele wereld. Het orkest bereikt jaarlijks 250.000 concertbezoekers. Via de radio- en tv-uitzendingen die het regelmatig in samenwerking met de AVRO produceert, wordt dat bereik nog eens verveelvoudigd.¹⁰⁰

Het Koninklijke Concertgebouworkest kent twee soorten vriendschappen: vriend en vriend royaal. Deze Vrienden van het Koninklijk Concertgebouworkest ontvangen verschillende privileges, zoals: korting op concerten, de mogelijkheid een introduc e mee te nemen voor dezelfde kortingsprijs, exclusieve toegang tot repetities, korting op merchandise en/of een gratis rondleiding. De organisatie omschrijft concertvrienden als muzikliefhebbers die zich bijzonder verbonden voelen met Het Koninklijke Concertgebouworkest. ‘Meer dan 20.000 leden leveren als ambassadeur en als schenker een fundamentele bijdrage aan het succes en het voortbestaan van een van de beste orkesten en een van de mooiste concertzalen ter wereld.’¹⁰¹

Naast de Concertvrienden bestaat Het Concertgebouw Fonds. Dit Fonds is in het jaar 2000 opgericht en investeert in renovaties en restauraties van het gebouw. Verder investeert het in muziekeducatie, waarmee het bouwt aan het best mogelijke fundament volgens eigen zeggen: het publiek van de toekomst.¹⁰² Binnen het fonds is er een Fonds voor de Kleine Zaal, dat speciaal is bedoeld voor kleinere schenkingen. Daarnaast zijn er een viertal kringen voor bijzondere gasten, die meer dan twintigduizend euro schenken, waar tegenover een keur aan exclusieve privileges staat.

Holland Festival ‘Vrienden’

Het Holland Festival bestaat sinds 1947 en is een internationaal podiumkunstenfestival. Jaarlijks presenteert het festival internationale voorstellingen. Het festival toont klassieke en eigentijdse muziek, opera, muziektheater, klassiek en eigentijds theater, dans, multidisciplinaire theaterproducties,

⁹⁹ *Homepage Vereniging Rembrandt*. Lid worden. 07.11.2013.

¹⁰⁰ *Homepage Concertgebouw Orkest*. Biografie. 12.08.2013.

¹⁰¹ *Homepage Concertgebouw*. Concertvrienden. 11.08.2013.

¹⁰² *Homepage Concertgebouw*. Concertgebouwfonds. 11.08.2013.

popmuziek, wereldmuziek, film en incidenteel presentaties van diverse beeldende kunstvormen.¹⁰³ In 2013 toonde het festival 112 voorstellingen in 26 dagen. Het festival trok in totaal 69.500 bezoekers en haalde daarmee een zaalbezetting van 82%.¹⁰⁴

De Vrienden van het Holland Festival ontvangen privileges die variëren van het krijgen van de eerste en beste zitplaatsen tot exclusieve ontvangsten met de internationale gasten van het festival.¹⁰⁵ Het festival kent vier categorieën Vrienden: Liefhebbers (€45 per jaar), Begunstigers (€250 per jaar), Beschermers (€1.000 per jaar) en Hartsvrienden (€5.000 per jaar). Daarnaast kent het Holland Festival vanaf 2010 een Board of Governors: een exclusieve groep particulieren die zich door middel van een aanzienlijke jaarlijkse schenking, ten minste vijf jaar lang aan het festival verbindt. De Board of Governors heeft twee vergaderingen per jaar en dient het bestuur en de directie van gevraagd en ongevraagd advies.

Met de verschillende vormen van vriendschappen die deze drie culturele instellingen aanbieden, wordt getracht aansluiting te vinden bij de bezoekers die geïnteresseerd zijn in het leveren van een financiële bijdrage. Als dank voor hun financiële ondersteuning, proberen de instellingen hun vrienden zo goed mogelijk te bedienen door het verstrekken van verschillende privileges. Dit onderdeel van een vriendschap is erg belangrijk. In gesprek met Schuyt maakte hij de vergelijking tussen culturele instellingen en kennissen. Wanneer je iemand een warm hart toedraagt kom je naar zijn feestje, maar als dat feestje niet leuk is kom je de volgende keer niet meer.¹⁰⁶ Het is dus zaak te allen tijde goed contact te onderhouden met de vrienden en te blijven onderzoeken of de verschillende soorten vriendschappen en privileges nog aansluiten bij de wensen van de (potentiële) gevers.

3.2 Verjongende geefkringen - nieuwe initiatieven

Zoals reeds aan het begin van dit hoofdstuk werd vastgesteld, is het van belang om een zekere gegarandeerd inkomstenstroom te creëren, middels het vergroten van het bestaande draagvlak. Steun door de gevestigde veelal oudere gevers is niet meer voldoende. Er dient dus verjonging plaats te vinden onder de bezoekers en daarmee binnen de geversgroepen.

In de Verenigde Staten vindt deze verjonging reeds plaats onder de grootste filantropen van dat land. Deze omslag onder filantropen komt voort uit de jonge professionals zelf en niet zozeer vanuit de culturele instellingen.

‘Young entrepreneurs are hard-wired for philanthropy,’ aldus Eric Kessler, directeur van Arabella Advisors, een instelling die donateurs begeleidt. ‘Our parents started and ran successful companies and

¹⁰³ *Homepage Holland Festival*. Feiten en cijfers. 12.08.2013.

¹⁰⁴ *Homepage Holland Festival*. Holland Festival 2013. 12.08.2013.

¹⁰⁵ *Homepage Holland Festival*. Vrienden. 28.07.2013.

¹⁰⁶ Schuyt, Th. Persoonlijk interview. 21.05.2013

said, I'll sell this business and become a philanthropist. This generation is saying, I'm starting a business so I can be a philanthropist now.¹⁰⁷

In Nederland wordt door verschillende culturele instellingen onderkend dat het bereik van een breder en jonger publiek van groot belang is. De hiervoor geschetste omslag in de Verenigde Staten vindt echter ook in Nederland steeds vaker op initiatief van de jonge professionals zelf plaats. Zo werd onlangs bij de Vereniging Rembrandt de hiervoor genoemde Caius Cirkel op initiatief van een jonger lid van de Titus Cirkel opgericht.

Mede door de snelgroeiende inkomens van de generaties onder de vijftig jaar, zowel in het bedrijfsleven, de financiële wereld als in de advocatuur, begint de belangstelling voor kunst op jongere leeftijd.¹⁰⁸ De grote vermogens bevinden zich momenteel ook bij jonge ondernemers, waarbij vooral de internetsector en de financiële dienstverlening hoog scoren. Daarnaast is de maatschappelijke houding tegenover vermogende particulieren sinds de jaren zestig en zeventig radicaal omgeslagen. Geld hebben 'mag' weer, en wordt gezien als teken van succes. Door de gestegen inkomens komt het schenken aan goede doelen eerder ter sprake. De trend om jonger aan goede doelen te geven loopt analoog met de sterk toegenomen trend om te geven bij leven in plaats van via nalatenschappen¹⁰⁹. Voor de kunst en cultuur is het bovendien gunstig dat kunst weer hip is bij jonge professionals. Veilinghuizen spelen in op de geschetste trend door clubs voor potentiële jonge verzamelaars op te richten en cursussen aan te bieden over het opbouwen van een collectie.¹¹⁰ Er zou kunnen worden gesteld dat dit een groep is waarvoor culturele instellingen 'winst' te behalen valt.

De hiervoor beschreven culturele instellingen spelen ieder op een eigen manier in op de hierboven gesignaleerde trend, door speciale gezelschappen voor jonge professionals op te richten. Hieronder worden een aantal van deze initiatieven beschreven.

Caius cirkel - Vereniging Rembrandt

In 2011 werd bij de Vereniging Rembrandt de Caius Cirkel opgericht. Met het nieuw ingezette beleid kwam er ruimte voor een nieuw gezelschap onder leiding van Claudine de With (1973). 'Het idee van samen met een groep openbaar kunstbezit steunen vind ik heel mooi - dus ging ik twee jaar terug op zoek naar een club om mij bij aan te sluiten. Het werd de Titus Cirkel (een gezelschap van de Vereniging Rembrandt voor kunstliefhebbers vanaf dertig jaar), waar ik als jongste lid toch niet helemaal op mijn plek zat. Ik merkte dat er een generatieverschil was; de andere leden hadden bijvoorbeeld al

¹⁰⁷ Di Mento, M. C. Preston. 'America's big donors lag in charitable giving.' *The Chronicle of Philanthropy*, 10.02.2013.

¹⁰⁸ Steenbergen, R. *De nieuwe Mecenas*. Amsterdam: Business Contact, 2008: 43.

¹⁰⁹ Schuyt, Th. 'Geven met warme hand.' *Boekman*, 76 (najaar 2008): 6-12.

¹¹⁰ Steenbergen, R. *De nieuwe Mecenas*. Amsterdam: Business Contact, 2008: 130-131.

een hele eigen kunstcollectie opgebouwd, terwijl ik pas net aan mijn eerste baan was begonnen. We deelden wel de passie voor kunst, maar zij stonden heel anders in het leven. Toen mij gevraagd werd of het misschien mogelijk zou zijn een jonge vorm van de Titus Cirkel op te richten, zei ik volmondig 'ja'. Ik wist genoeg twintigers die dat leuk zouden vinden."¹¹¹

De Caius Cirkel is een gezelschap van jongere leden, twintigers en dertigers, die een substantiële jaarlijkse bijdrage doen aan museale aankopen die door de Vereniging Rembrandt worden gesteund. Daarnaast organiseren de leden van de cirkel (maximaal vijftig) bijzondere activiteiten vanuit hun gemeenschappelijke interesse in kunst. Elk lid draagt jaarlijks €500,- bij voor een periode van vijf jaar. De leden kiezen vervolgens in een vergadering aan welk door de Vereniging Rembrandt gesteund werk zij hun naam verbinden.

/Entree en /Next - Concertgebouw Amsterdam

In 1994 werd Entree opgericht op initiatief van de Vereniging Vrienden van het Concertgebouw. Daarmee liep deze Vereniging Vrienden al voor op de trend waar het gaat om het aanbieden van een speciaal programma voor een specifieke jongere doelgroep. Entree en Next vormen samen met de Vrienden, de Concertvrienden van het Concertgebouw Amsterdam. Concertvrienden heeft 20.000 leden en is daarmee de grootste organisatie van concertpubliek in Nederland.¹¹² Entree is toegankelijk voor jongeren tot dertig jaar. Als lid betaal je €10,- voor een concertkaartje uit de speciale Entree-selectie (ruim tweehonderd concerten zijn onderdeel van deze selectie). Next is voor iedereen tot de leeftijd van veertig jaar. Het lidmaatschap bedraagt €30,- en biedt: 15% korting op een selectie van dertig concerten en toegang tot speciaal georganiseerde evenementen.

Op de website van de Concertvrienden staat te lezen: 'Je kiest voor /Next omdat je voor extra beleving en kwaliteit gaat, maar ook voor een exclusieve avond uit met je vrienden en kennissen. Je wilt genieten van je spaarzame tijd en maakt afgewogen keuzes in een volle agenda. Daarom biedt /Next een uitzonderlijke muzikale ervaring in een bijzondere omgeving. Maak het mee van dichtbij: kijk de dirigent op zijn vingers, volg de musici in actie en geniet van muziek op bijzondere locaties.'¹¹³

HF Young - Holland Festival

In 2010 werd HF Young opgericht om meer jonge mensen aan het festival te binden.¹¹⁴ HF Young is een gezelschap van cultuurliefhebbers van 24 tot 39 jaar. Voor deze groep wordt een selectie gemaakt van voorstellingen: 'een afwisseling van podiumkunstdisciplines en van gezelschappen van wereldfaam en veelbelovende artiesten.' Als lid van HF Young kun je met korting naar de geselecteerde voorstellingen en na afloop naar een HF Young-borrel. HF Young leden betalen €19,- per ticket. Het lidmaatschap van

¹¹¹ Koopman, B. 'Jongeren in de bres voor openbaar kunstbezit.' *Het Financieele Dagblad*, 14.10.2011.

¹¹² *Homepage Concertvrienden. /Next*. 11.08.2013.

¹¹³ *Homepage Concertvrienden. /Next*. 11.08.2013.

¹¹⁴ *Jaarverslag Holland Festival 2012*. Holland Festival. Amsterdam, 2013: 9.

HF Young zelf is gratis. Je wordt lid van HF Young door je aan te melden bij de HF Young Facebookpagina of de LinkedIn-groep.

De hiervoor besproken drie instellingen zijn niet de enige die zich richten op het verbinden van een jonger publiek aan een instelling. Ook culturele instellingen als de Balie (Jonge Balie) en de Nederlandse Opera (Opera Flirt) zetten zich hiervoor in. Een verschil tussen de Vereniging Rembrandt en de andere instellingen is echter dat de programma's van deze laatste instellingen financieel nog niets extra's opleveren. Men tracht het bestaande draagvlak te verbreden door hen de mogelijkheid te bieden tegen een gereduceerd tarief naar voorstellingen te gaan. Het draagvlak wordt hierdoor weliswaar vergroot, evenals de trede op de loyalty ladder, maar per saldo levert het deze instellingen nog geen extra financiële ondersteuning op.

De financiële formule die de Caius Cirkel gebruikt, zou als voorbeeld kunnen dienen voor andere instellingen. De financiële constructie die het Holland Festival en het Concertgebouworkest hanteren zorgen weliswaar voor een breder publiek, maar leveren hen financieel (nog) niets op. De Caius Cirkel vraagt in tegenstelling tot de andere twee culturele instellingen een substantiële bijdrage van de jonge professionals. Zoals eerder omschreven zijn de inkomens van de generaties onder de vijftig jaar zodanig hoog, dat er meer gevraagd kan worden, en dat blijkt inderdaad het geval.

3.3 Tijd en expertise van professionals = trend?

Het inzetten van tijd en expertise door professionals lijkt in opkomst. In het NRC Handelsblad verscheen begin 2013 een artikel over het inzetten van kennis voor een ander.¹¹⁵ Hoger opgeleiden die vrijwilligerswerk doen dat aansluit bij hun vak. Het leveren van een maatschappelijke bijdrage omdat het leuk is iets te doen voor een ander wat zonder jou niet zou gebeuren, aldus Martijn de Wildt, directeur van adviesbureau Qidos.¹¹⁶ De Wildt lanceerde in 2012 de website BetrokkenTijd voor hoogopgeleide vrijwilligers. Op deze website bieden professionals gratis hun tijd aan en kunnen non-profit organisaties aangeven welke klus ze geklaard willen zien. Hij is niet de enige die zich met deze vorm van vrijwilligerswerk bezighoudt. Stichting Laluz werd in 2004 opgericht. Laluz brengt enthousiaste professionals en bevlogen ideële organisaties of *social enterprises* met elkaar in contact.¹¹⁷

Vrijwilligerswerk is op zichzelf niet nieuw maar het vrijwillig inzetten van kennis en expertise van hoger opgeleiden binnen andere organisaties dan waarin zij zelf werkzaam zijn is dat wel. De stichting is het initiatief van vier consultants met een gemeenschappelijke kijk op de samenleving. Zij signaleerden de behoefte van de 'professional van nu', om naast hard te werken ook maatschappelijk betrokken te zijn. Laluz biedt aan ideële organisaties de kennis van de professionals aan, om in beider behoefte te

¹¹⁵ Kamerman, S. L. Nieber. 'Zet je kennis in voor een ander.' *NRC Handelsblad*, 05.03.2013.

¹¹⁶ Aangehaald door: Kamerman, S. L. Nieber. 'Zet je kennis in voor een ander.' *NRC Handelsblad*, 05.03.2013.

¹¹⁷ *Homepage Stichting laluz*. Laluz. 14.08.2013.

voorzien. Naast kennis en expertise brengen de professionals ook nieuwe ideeën en een verfrissende blik, aldus Margot Gerene directeur communicatie en fondsenwerving van Dance4life.¹¹⁸

De Wildt stelt dat er op dit moment nog onvoldoende gevraagd wordt om de vrijwillige hulp van professionals buiten de eigen organisatie. Dit lijkt ook bij culturele instellingen het geval te zijn. In de verschillende oproepen tot ondersteuning van culturele instellingen wordt vaak alleen een financiële bijdrage gevraagd. Toch lijkt het verstandig van deze ontwikkeling gebruik te maken. De (jonge) professionals zouden kunnen worden ingezet voor praktische zaken, maar ook om de organisatie te helpen meer aansluiting te vinden bij een breder publiek door onder meer hun eigen netwerk in te zetten.

¹¹⁸ Aangehaald door: Kamerman, S. L. Nieber. 'Zet je kennis in voor een ander.' *NRC Handelsblad*, 05.03.2013.

4. Het Holland Festival

De Vrienden van het Holland Festival zijn actief betrokken bij de ontwikkeling van het festival en het festival kent een snelgroeiende vriendenkring. Toch geldt de subsidie van het Rijk nog altijd als belangrijkste inkomstenbron voor het Holland Festival; dit geldt voor het merendeel van de culturele instellingen in Nederland. In 2012 ontving het Holland Festival €3.337.365,- (48.8% van de totale inkomsten) van het ministerie van OC&W.¹¹⁹ Naast de eigen inkomsten door entreegelden en inkomsten door onder meer *merchandise*, zijn er naast de overheidssubsidie nog drie partijen waar het Holland Festival financiële steun bij verwerft: bedrijven, particuliere schenkers en culturele fondsen. Dankzij deze steun blijft het Holland Festival in staat om jaarlijks een toonaangevend podiumkunstenfestival te presenteren met producties van internationale allure. Het Holland Festival is naar eigen zeggen voortdurend bezig zichzelf te vernieuwen en te verbeteren door nieuwe talenten te ontdekken en een breder, meer divers publiek aan te trekken.¹²⁰

In dit hoofdstuk wordt besproken welke opvattingen er bij het Holland Festival zijn over haar bezoekers, en over de huidige en toekomstige rol van jonge begunstigers. Eerst zal worden stilgestaan bij de in 2013 opgerichte geversgroep de Jonge Begunstigers. Hoe is deze tot stand gekomen en waarin verschilt zij van de al bestaande geverskringen? Daarna zal worden stilgestaan bij een beknopt enquête onderzoek, dat ik heb uitgevoerd naar de potentie van mecenaat door jonge professionals. Tot slot zal bekeken worden welke acties in de toekomst nodig zijn om het voortbestaan van deze nieuwe geefkring te garanderen.

4.1 Jonge Begunstigers

De grote kracht van de particuliere cultuurfinanciering rond 1900 ligt in het collectieve mecenaat. Verenigingen, oprichtingscomités en vriendenverenigingen, verzamelaarclubs en sociëteiten functioneerden allemaal volgens het beproefde netwerksysteem en hadden daardoor veel effect. Het Nederland van honderd jaar geleden was nog sterk op groepsverbanden gericht: de familie, de religieuze zuil en de maatschappelijke stand waartoe men behoorde, waren de kurken waarop de samenleving dreef. Individueel mecenaat heeft nu niet meer dezelfde vorm als toen door de veranderde samenleving. De individualisering van onze tijd heeft deze vanzelfsprekende onderlinge verbanden verbroken, waardoor men behoefte heeft aan nieuwe groepsverbanden en netwerken.¹²¹ Deze behoefte aan nieuwe netwerken komt ook tot uiting in de vriendenkringen van culturele instellingen.

¹¹⁹ *Jaarverslag Holland Festival 2012*. Holland Festival. Amsterdam, 2013: 20.

¹²⁰ *Beleidsplan Holland Festival 2013-2016*. Holland Festival. Amsterdam, 2012: 13.

¹²¹ Steenbergen, R. *De nieuwe Mecenas*. Amsterdam: Business Contact, 2008: 72.

Zoals al in het vorige hoofdstuk werd besproken is het Holland Festival sinds 2006 actief op het gebied van het werven van particuliere gevers door deze onder te brengen in geefkringen. Tijdens mijn onderzoeksstage bij het Holland Festival heb ik mij, op verzoek van zakelijk directeur Annet Lekkerkerker en hoofd Development Leonie Kruizenga, vooral beziggehouden met het opzetten van een nieuwe geefkring voor een specifieke groep particuliere gevers. Een voormalig lid van HF Young had bij de directie van het festival aangegeven dat zij graag een financiële bijdrage zou willen leveren, maar op dat moment geen aansluiting vond bij de bestaande geefkringen. Als vervolg op deze oproep werd mij gevraagd de volgende onderzoeksvraag te beantwoorden: ‘Door welke benadering en acties kunnen potentiële begunstigers in de leeftijdscategorie van 35 t/m 45 jaar gemotiveerd worden om zich te verbinden aan het Holland Festival?’

In eerste instantie ben ik begonnen met het in kaart brengen van de bestaande vriendenkringen van het Holland Festival, en met die van andere organisaties in binnen- en buitenland. Daarna heb ik met verschillende mensen gesprekken gevoerd om me te oriënteren op de wensen van deze potentiële jonge begunstigers. Ik sprak met leden van HF Young, medewerkers van de ING bank die betrokken waren bij de organisatie van bepaalde arrangementen met het Holland Festival voor jongere medewerkers, professor Schuyt en een voormalig lid van HF Young - Helena Verhagen - die had aangegeven behoefte te hebben aan een nieuwe geefgroep.

Uit het gesprek met Helena Verhagen kwam naar voren dat zij het Holland Festival graag financieel wilde ondersteunen, omdat zij het festival een warm hart toedraagt. Op dat moment vond zij echter geen aansluiting bij een van de bestaande geefkringen. Door haar leeftijd viel zij buiten het bereik van HF Young en daarbij gaf ze ook aan op zoek te zijn naar jonge professionals die al verder waren in de ontwikkeling van hun carrière. Bij HF Young had ze teveel het gevoel dat het netwerken centraal stond. ‘Het uitdelen van visitekaartjes op de borrels na afloop leek soms belangrijker dan het bezoeken van de voorstellingen zelf’.¹²² De eerste ‘echte’ geefgroep die volgt na HF Young draagt de naam Begunstiger.¹²³ Verhagen gaf aan ook bij deze groep geen aansluiting te vinden vooral door de middelbare leeftijd van de bestaande begunstigers.

Verhagen wilde allereerst het Holland Festival financieel ondersteunen omdat het festival haar zo dierbaar is. Zij vond het echter ook belangrijk om aan een bepaald programma te kunnen deelnemen: een vooraf opgesteld programma voor jonge professionals met een selectie van voorstellingen en eventueel een randprogrammering. Op de borrels na afloop van voorstellingen zou netwerken niet de boventoon moeten voeren. Wel gaf Verhagen aan een ontmoeting met de Board of Governors van het Holland Festival interessant te vinden. Niet zozeer vanuit een netwerk perspectief,

¹²² Verhagen, H. Persoonlijk interview. 14.03.2013.

¹²³ Een trede onder de Begunstiger zit de Liefhebber. Deze draagt €45,- bij per jaar - waardoor het meer het idee is van een abonnement of kortingskaart. De begunstigers draagt €250,- bij per jaar en ondersteunt het festival daar echt financieel mee.

maar meer ter inspiratie. De Board of Governors bestaat immers uit een groep begunstigers die reeds het een en ander in het leven heeft bereikt. Verhagen zou een programma voor Jonge Begunstigers idealiter zien als een ontspannen samenkomen voor, tijdens en na voorstellingen met een gezelschap van gelijkgestemde dertigers en veertigers. Een groep die midden in het leven staat, een druk programma afdraait door de week op het werk, en waarbij de belangstelling in de internationale podiumkunsten hen aan het Holland Festival verbindt.

Na de oriënterende gesprekken over de invulling van deze nieuwe geefkring met betrokkenen uit het culturele veld en de specifieke wensen van Helena Verhagen, heb ik een programma samengesteld voor deze *Jonge Begunstigers*. Aan de Jonge Begunstigers wordt een financiële bijdrage van €250,- gevraagd, daartegenover staan verschillende privileges, zie bijlage 1. Om invulling te kunnen geven aan deze nieuwe geefgroep, ben ik vervolgens netwerken van reeds aan het festival verbonden organisaties in kaart gaan brengen. Hierbij heb ik mij specifiek gericht op de jonge professionals die zich al voorbij de opstartfase bevonden. Uit dit *benchmark* onderzoek werd mij duidelijk dat de meeste bestaande netwerken zich specifiek richten op jonge professionals die zich in hun opstartfase bevinden. Georganiseerde netwerken voor de groep dertigers en veertigers waar de groep Jonge Begunstigers zich op richt, waren moeilijk in kaart te brengen. Ook het benaderen van potentiële jonge begunstigers via openbare kanalen bleek een minder makkelijke opgave dan gedacht.

Naar aanleiding van het voorgaande heb ik besloten de reeds bekende netwerken bij het Holland Festival duidelijker in kaart te brengen. Zo werd het HF Young netwerk opnieuw onder de loep genomen, en werd gekeken welke leden hiervan eventueel een overstap naar de groep Jonge Begunstigers zouden kunnen en willen maken. Naast de privileges die reeds werden aangeboden voor de financiële bijdrage zou de exclusiviteit van deze nieuwe groep wellicht ook enkele nieuw geïnteresseerden over de streep kunnen trekken.¹²⁴ Tevens werd besloten om een drietal ambassadeurs binnen de groep Jonge Begunstigers te benoemen. Deze ambassadeurs moeten zich gaan inzetten om de bekendheid van de Jonge Begunstigers te vergroten en om zelf nieuwe leden te introduceren en aan te dragen.

De groep Jonge Begunstigers is op 24 april 2013 gepresenteerd tijdens een introductieavond. Op deze avond is het programma gepresenteerd en hebben de eerste Jonge Begunstigers zich ingeschreven. Helena Verhagen werd op deze avond verkozen tot eerste ambassadeur. De teller staat momenteel op negen. Het Holland Festival streeft ernaar om tijdens haar 67^e editie in 2014 een groep van in totaal dertig Jonge Begunstigers te hebben. Het Holland Festival zal hierbij met name gebruik maken van mond op mond reclame, omdat deze specifieke groep moeilijk direct te benaderen is. Via

¹²⁴ Om een HF Young lid te worden kan men zich vrij gemakkelijk aanmelden via LinkedIn of facebook, waardoor het geen exclusief karakter heeft i.t.t. de Jonge Begunstigers waarbij het maximum aantal voor 2014 is gesteld op dertig leden.

de bestaande leden en de nieuw aan te stellen ambassadeurs moet uiteindelijk het target van dertig leden gehaald kunnen worden.

Het Holland Festival volgt in zekere zin de Vereniging Rembrandt door een nieuwe geversgroep op te richten die speciaal gericht is op een jongere generatie. Niet enkel door het verbinden van jonge professionals in hun opstartfase ter kennismaking, zoals dit het geval is bij /Next en HF Young, maar ook door een verbintenis aan te gaan waarin reeds financieel wordt bijgedragen ter ondersteuning van de instelling. Een financiële verbintenis die aansluit bij de financiële mogelijkheden van deze groep begunstigers en die eventueel in de toekomst zou kunnen zorgen voor grotere bijdragen naar de financiële mogelijkheden van deze jonge professionals op een later moment.

4.2 Enquête onderzoek ‘de Jonge Mecenas’

Na het opzetten van de nieuwe geversgroep ‘Jonge Begunstigers’ voor het Holland Festival, heb ik om een eigen dataset te creëren, een beknopte enquête opgesteld. Middels deze enquête wilde ik achterhalen wat de belangrijkste motivatie voor deze potentiële jonge mecenas is om een financiële bijdrage te leveren aan een culturele instelling.¹²⁵

De enquête is uitgezet onder een groep jonge professionals, die willekeurig zijn geselecteerd uit de facebookgroep van HF Young. Er is onder meer geïnformeerd naar genoten opleiding, bekendheid met het Holland Festival, cultuurbezoek, geefgedrag ten opzichte van goede doelen in het algemeen en geefgedrag ten behoeve van cultuur in het bijzonder, zie bijlage 2. Ik heb voor deze groep gekozen omdat het in de toekomst een groep zou kunnen zijn die tot de doelgroep van de Jonge Begunstiger gaat behoren. De meeste leden zitten op dit moment wellicht nog in de beginfase van hun carrière, maar zullen deze fase naar verloop van tijd achter zich laten. Daarnaast bevinden zich binnen het netwerk van HF Young wellicht ook leden die al in staat en bereid zijn om een financiële bijdrage te leveren, maar dit misschien nog niet deden door dezelfde argumenten aangaande het missen van aansluiting bij de bestaande begunstigers zoals aangehaald door Helena Verhagen. Uiteindelijk zijn voor dit onderzoek de reacties van 35 respondenten verwerkt.

Uit de enquête kan worden geconcludeerd dat het schenken aan cultuur vanuit een inhoudelijk oogpunt op de eerste plaats komt. Dit komt overeen met hetgeen Helena Verhagen hiervoor aangaf. Daarnaast kan worden geconstateerd dat de resultaten voor wat betreft de meer algemene overwegingen om te kiezen voor het Holland Festival, overeenkomen met de bekende resultaten uit het publieksonderzoek van Motivaction uit 2011 en het landelijk GIN-rapport 2011.

¹²⁵ Voor het opstellen van de enquête is gebruikt gemaakt van de volgende handleiding: Ranshuysen, L. *Handleiding Publieksonderzoek voor Podia en Musea*. Amsterdam: Boekmanstudies, 2012.

Zoals hiervoor aangegeven werden de jonge professionals via het sociale netwerk van het Holland Festival op facebook benaderd.¹²⁶ De groep van 35 respondenten bestond uit 24 vrouwen en 11 mannen.¹²⁷ Het overgrote deel van hen heeft wetenschappelijk onderwijs genoten (83%). Daarnaast heeft het merendeel via vrienden, familie of kennissen kennis genomen van het Holland Festival (71%) en geeft 89% van de ondervraagden nu reeds aan een goed doel. De overgrote meerderheid (86%) geeft aan de intentie te hebben om in de toekomst te willen (blijven) schenken aan cultuur. Voor de groep ondervraagden die aangeeft te willen blijven schenken in de toekomst, is ondersteuning vanuit inhoudelijk oogpunt het belangrijkste (87%). Het praktische en functionele argument om te schenken aan kunst en cultuur, zie bijlage 2, volgen op de tweede en derde plek en het financiële argument lijkt onder de ondervraagden het minst van belang (26%). Opmerkelijk hierbij is dat 46% van de ondervraagden, ondanks hun lidmaatschap bij HF Young groep op facebook, nog nooit naar een voorstelling van het Holland Festival is geweest. De volgers van de Holland Festival facebookpagina zijn dus niet per definitie bekenden van het Holland Festival zelf. Er kunnen dus vraagtekens worden gezet bij de waarde die aan het lidmaatschap van deze facebookgroep moet worden gehecht. Tot slot kwam uit de enquête naar voren dat vrijwel de gehele groep jaarlijks culturele voorstellingen bezoekt (26% 1-5 keer, 23% 6-10 keer, 17% 11-20 keer, 31% >20 keer).

Deze enquête kan beschouwd worden als een klein veldonderzoek om te verifiëren of de in de wetenschap omschreven beweegredenen over schenken in hoofdstuk 2.2, in de praktijk ook bevestigd worden door de potentiële jonge begunstiger. Geconcludeerd kan worden dat dit het geval is. Zoals Helena Verhagen reeds aangaf speelt het netwerkaspect tot op zekere hoogte een rol, maar het is voor deze groep zeker niet zo belangrijk als voor bijvoorbeeld HF Young. In tegenstelling tot HF Young zijn de jonge professionals reeds enige tijd actief op de arbeidsmarkt en hebben daardoor al een eigen netwerk opgebouwd. De doelgroep staat wel open om nieuwe inspirerende mensen te ontmoeten, zoals bijvoorbeeld de Board of Governors, maar dat is niet het belangrijkste. Het aantal personen dat aangeeft de intentie te hebben om te schenken is daarentegen bijzonder hoog en komt niet overeen met de resultaten uit het GIN onderzoek. De toekomst zal uitwijzen welk onderzoek de juiste trend aangaf.

Bij het houden van de enquêtes kreeg ik eveneens een aantal reacties op de titel van het onderzoek; een onderwerp dat feitelijk reeds in hoofdstuk 2.4 werd behandeld. De titel 'de Jonge mecenas' riep bij een groot aantal geënquêteerden vraagtekens op door hun onbekendheid met de betekenis van het woord mecenas. Na een korte uitleg hierover konden enkele van hen vaststellen dat zij zelf een mecenas waren. Deze reacties benadrukken nogmaals dat wellicht een andere benaming moet worden overwogen voor een jongere schenker aan de kunst en cultuur.

¹²⁶ Facebookpagina *Holland Festival*. <http://www.facebook.com/hollandfestivalyoung?fref=ts>

¹²⁷ Facebook is een internationaal gratis toegankelijk sociaal netwerk om online contact te maken en te onderhouden.

4.3 Jonge Begunstigers 2014 - gegarandeerd?

De teller van het aantal leden van Jonge Begunstigers van het Holland Festival staat op dit moment op negen. De meeste van deze leden hebben zich alleen verbonden voor het kalenderjaar 2013. Bezien zal moeten worden of deze groep Jonge Begunstigers enthousiast genoeg is over het geboden programma en over de huidige samenstelling van de groep an sich.

Ik geloof dat het huidige programma voor deze groep Jonge Begunstigers op zich een goed concept is. Desalniettemin zal deze groep de komende jaren extra aandacht moeten krijgen. Het is daarbij van groot belang dat men deze groep persoonlijk blijft benaderen. De ondersteuning van de kunsten in een vroege levensfase is een nieuw fenomeen en het belang van de ondersteuning door jonge professionals daarbij, kan niet vaak genoeg benadrukt worden. Bovendien heeft de groep Jonge Begunstigers op dit moment nog geen grote naamsbekendheid. Het is dus niet aannemelijk dat mensen die onbekend zijn met het Holland Festival, of zelfs de begunstigers van het festival, zich zo maar zullen aansluiten bij deze geversgroep. Het idee dat enkele ambassadeurs en oud leden van HF Young voor genoeg aanwas zullen zorgen lijkt mij niet realistisch. Naar mijn mening is het daarom van belang dat de afdeling Development de komende tijd het bestaan van deze nieuwe groep begunstigers mede actief blijft promoten. Mijn inziens kan dit het beste geschieden door: (a) het bestaan van deze groep te benadrukken bij bedrijven die reeds aan het festival zijn verbonden en (b) nader onderzoek te doen naar de wijze waarop bijvoorbeeld een Vereniging Rembrandt - en de Caius Cirkel in het bijzonder - omgaat met de zoektocht naar nieuwe leden.

5. Kansen voor mecenaat⁹

In het vorige hoofdstuk werd de opzet van een nieuwe geversgroep voor mecenaat door jonge professionals bij het Holland Festival beschreven. Een vergelijkbaar initiatief werd al eerder uitgevoerd bij de Vereniging Rembrandt in de vorm van de Caius Cirkel. Toch is het fenomeen van mecenaat door jonge begunstigers nog relatief nieuw, ondanks de gunstige voortekenen met betrekking tot de eerdere financiële mogelijkheden tot schenken, zoals beschreven in hoofdstuk 3.2. Deze nieuwe geversgroep lijkt op dit moment levensvatbaar, maar de vraag is of de culturele instellingen ook in de toekomst kunnen rekenen op de steun van deze groep jonge begunstigers?

Om deze vraag te beantwoorden wordt in dit hoofdstuk besproken wat de kansen zijn voor het mecenaat door jonge begunstigers bij Nederlandse culturele instellingen. Daarvoor wordt eerst een overzicht gegeven van voorspellingen die gedaan zijn met betrekking tot de ontwikkeling van de filantropie. Daarna wordt in het bijzonder stilgestaan bij uitspraken die zijn gedaan over de toekomst van het mecenaat, en de eventuele rol daarin voor jonge begunstigers.

5.1 Gouden eeuw voor filantropie?

Het geefgedrag van de Nederlandse huishoudens vertoont de afgelopen jaren een vrij stabiel beeld, zo blijkt uit het GIN-onderzoek uit 2011.¹²⁸ Dit is geconstateerd aan de hand van de resultaten van de voorgaande GIN-onderzoeken die vanaf 1995 zijn gepubliceerd.

Vanaf 1 januari 2008 is de overheid zich via de belastingwetgeving intensiever gaan bemoeien met de filantropische sector. Zo wordt er onderscheid gemaakt tussen de financiële afhandeling van giften die gedaan worden aan instellingen ten behoeve van het algemeen nut en normale giften. Het aanmerken van een organisatie als algemeen nut beogende instelling (ANBI) heeft tot gevolg dat er voor de instelling en haar donateurs een aantal fiscale faciliteiten openstaat. Organisaties voor goede doelen kunnen bij de Belastingdienst een ANBI-status aanvragen. De Belastingdienst beoordeelt vervolgens aan de hand van de statuten en de werkelijke werkzaamheden van de organisatie of deze als ANBI kan worden gekwalificeerd.¹²⁹ Deze fiscale voordeelregeling kan mensen aanmoedigen te schenken ten behoeve van het algemeen nut. Het lijkt echter niet waarschijnlijk dat deze maatregel op zichzelf voor dermate grote veranderingen gaat zorgen, dat deze een Gouden Eeuw voor filantropie gaat inluiden.

De eerder aangehaalde Bekkers stelt dat we op dit moment op een keerpunt staan in de geschiedenis. De Nederlandse burgers lijken minder belasting te willen betalen dan voorheen. Men wil een kleinere overheid en meer directe invloed op de bestemming van ons belastinggeld. Deze omslag

¹²⁸ Schuyt, Th. (Ed.). *Geven in Nederland 2011. Giften, Nalatenschappen, Sponsoring en vrijwilligerswerk*. Amsterdam: Reed Business, 2011: 7.

¹²⁹ *Homepage ANBI*. Filantropie. 21.07.2013

zou ervoor kunnen zorgen dat er een groei plaatsvindt in filantropisch gedrag.¹³⁰ Daarnaast is er een ander gegeven dat de komst van een eventuele Gouden Eeuw van filantropie zou kunnen bevestigen: door de groei van vermogens en de te verwachten sterfte van babyboomers. Dit heeft namelijk tot gevolg dat de waarde van nalatenschappen voor ANBI's in de komende decennia sterk zal toenemen.

Niet alleen het onderzoek van Bekkers schetst een gunstig toekomstbeeld. Economen van het Social Welfare Research Institute in Boston kondigen al in 1999 een *Golden Age of Philanthropy* aan. Zij verwachten dat mensen in de komende vijftig jaar veel meer aan goede doelen gaan schenken.¹³¹ Men zal de komende jaren niet alles meer aan de eigen kinderen of de staat willen nalaten, omdat de kinderen simpelweg geen financiële ondersteuning meer nodig hebben. Daarnaast levert doneren aan 'goede doelen' de eerder genoemde belastingvoordelen en de in hoofdstuk 2.2 genoemde maatschappelijke voordelen op.

Economen voorspellen een gestage groei in filantropische bijdragen aan het algemeen nut. Deze filantropische opleving kan worden verklaard aan de hand van economische, demografische en sociaal-culturele factoren. Een algemene welvaartsstijging, een snel vergrijzende bevolking die liever geven tijdens hun leven, en het bewustzijn van burgerschap vergroten de komende jaren naar alle waarschijnlijkheid de bijdrage aan doelen met een algemeen nut, aldus Schuyt.¹³²

Ook zou de politieke beleidsvoering een groei van de filantropie aan kunnen aanwakkeren. De vertrouwde verzorgingsstaat wordt immers langzaam afgebroken, wat zou kunnen zorgen voor een omslag naar een Amerikaans systeem met een bloeiende filantropiecultuur. Bekkers is sceptisch over de gevolgen van deze politieke koers: 'Voor de zekerheid van de eens zo collectief gesteunde verplichte solidariteit, krijgen we de afhankelijkheid van de willekeurige en vrijblijvende vrijgevigheid van vermogende particulieren terug. We zullen het nog meemaken dat de privatisering toeslaat op universiteiten en zij hun alumni leeg moeten trekken om te overleven. Amerikaanse toestanden krijgen we, privéfeestjes voor de rijken en armoede voor de massa. Griekse toestanden krijgen we, terug naar de tijd van het geelhuis waarin de armen bij de voedselbank voor eten moeten aankloppen.'¹³³

Schuyt zet toch ook vraagtekens bij de vrijgevigheid van donateurs als een beroep op hen wordt gedaan in tijden van crisis. In de Verenigde Staten lijkt deze vrijgevigheid toe te nemen als de vraag stijgt, maar of dit ook in Nederland zal plaatsvinden trekt Schuyt in twijfel. De meer beperkte rol van de Amerikaanse overheid in de armoedebestrijding lijkt hiervoor een verklaring te zijn. Bij een toename van de armoede door werkloosheid zullen in de Verenigde Staten allerlei maatschappelijke organisaties

¹³⁰ Bekkers, R. 'De maatschappelijke betekenis van filantropie.' Rede. 25.04.2013: 14.

¹³¹ Havens, J. P. Schervish. *Millionaires and the Millennium: New Estimates of the Forthcoming Wealth Transfer and the Prospects for a Golden Age of Philanthropy*. Boston College Social Welfare Research Institute, 1999.

¹³² Schuyt, Th. 'Geven met warme hand.' *Boekman*, 76 (najaar 2008): 6-12.

In een persoonlijk interview met Th. Schuyt op 21.05.2013 herhaalde hij deze voorspelling nog eens.

¹³³ Bekkers, R. 'De maatschappelijke betekenis van filantropie.' Rede. 25.04.2013: 5.

in actie komen en meer om giften gaan vragen. In Nederland bestaat op dit punt echter een traditie van overheidsinterventie en is het dus nog maar de vraag of er net zo gehandeld zal worden.¹³⁴

De eventuele invloed van minder subsidies op de filantropie wordt door Bekkers uitgedrukt in het zogenaamde waterbedeffect: het uitoefenen van druk op één plek leidt tot daling op de plek zelf maar tot stijging elders, en het totale volume blijkt gelijk.¹³⁵ Zo is er het ‘crowding-out’ effect, waarbij burgers de afname van subsidies compenseren zodra de overheid bezuinigt. Het kan echter ook zo zijn dat de burgers net als de overheid mee gaan bezuinigen wat zou zorgen voor een ‘crowding-in’ effect. In Nederland is nog geen onderzoek gedaan naar deze mogelijke effecten. Dergelijke onderzoeken zijn eerder alleen in het buitenland uitgevoerd, zoals het hiervoor beschreven effect in de Verenigde Staten.

Een politieke discussie over de rolverdeling tussen overheid en particulier initiatief ontbreekt voornamelijk in Nederland.¹³⁶ Een andere onzeker punt in de toekomst van de filantropie is de algemene economie. Ondanks de gunstige voorspellingen als gevolg van een vergrijzende samenleving is er naast de onzekerheid over het daadwerkelijke effect van de terugtrekkende overheid nog een andere onzekere factor. Een belangrijke vraag voor Schuyt, die in 2011 nog onbeantwoord was, betreft de huidige financiële crisis en de gevolgen daarvan voor de filantropische markt. De inkomsten van de fondsenwerving departementen laten meestal een klein vertraagd effect zien van tegenvallende economische ontwikkelingen. Met dit gegeven kan worden geconcludeerd, dat de inkomsten met ingang van 2013 zullen gaan teruglopen, zonder dat het einde daarvan voorlopig in zicht is.¹³⁷ Inmiddels kan de voorspelling van Schuyt worden bevestigd. Het onlangs verschenen GIN-onderzoek 2013 laat een sterke afname van de kunstsporing zien waardoor een Gouden Eeuw steeds minder voorhanden lijkt.¹³⁸

5.2 Een toekomst voor het mecenaat en de jonge begunstiger?

De voorspellingen over de ontwikkeling van de filantropie laten dus een wisselend beeld zien. Een Gouden Eeuw voor filantropie of eerder een periode van onzekerheid. In het verlengde van de voorspellingen over de ontwikkelingen van de filantropie liggen voorspellingen over de (gewenste) ontwikkeling van het particulier mecenaat. De idealistische reactie van de overheid op de Tweede Wereldoorlog – het inzetten van kunst als stuwende en vormende kracht in de samenleving – is niet gehaald en nu wordt de burger en zijn particulier initiatief ingezet om de verbroken band tussen kunst en samenleving te herstellen, aldus Anne Tilroe bijzonder hoogleraar Kunst en Cultuur aan de Radboud Universiteit Nijmegen.¹³⁹

¹³⁴ Schuyt, Th. e.a. *Geven in Nederland 2011*. Amsterdam: Reed Business bv, 2011: 194.

¹³⁵ Bekkers, R. ‘De maatschappelijke betekenis van filantropie.’ Rede. 25.04.2013: 41, 42.

¹³⁶ Bekkers, R. ‘De maatschappelijke betekenis van filantropie.’ Rede. 25.04.2013: 42.

¹³⁷ Schuyt, Th. e.a. *Geven in Nederland 2011*. Amsterdam: Reed Business bv, 2011: 186

¹³⁸ Steenbergen, R. ‘Culturele instellingen moeten op zoek naar meer vrienden.’ *NRC Handelsblad*, 25.04.2013.

¹³⁹ Huisseling, A. van. red. *De staat van het mecenaat*. Prins Bernhard Cultuurfonds, 2012: 29.

Financiële ondersteuning voor kunst en cultuur moet steeds meer van particulieren en bedrijven komen, luidt de boodschap van het kabinet Rutte. Gezien de recente ontwikkelingen in de economie is het de vraag of de boodschap van Kabinet Rutte, zoals deze werd beschreven in de inleiding, er wel een is die tot uitvoer kan worden gebracht. In het meest recente GIN-onderzoek 2013, is reeds een sterke afname van de kunstsporsoring zichtbaar. De daling bedroeg maar liefst 55% van de kunstsporsoring in twee jaar tijd en schetst een alles behalve gunstig toekomstbeeld. Cultuur wordt verhoudingsgewijs zwaar getroffen: zowel door de forse bezuinigingen als door minder giften en sponsoring. Giften aan cultuur in het bijzonder zijn sterk conjunctuurgevoelig aldus Schuyt.¹⁴⁰ Deze constatering zou geen probleem hoeven te zijn voor de financiering van de kunsten. Mecenaat is immers zo oud als de kunsten zelf, zo bleek eerder uit de historische beschrijving. Overheid en mecenaat zouden elkaar kunnen aanvullen, mits de overheid een klimaat schept waarin de samenleving is doordrongen van de waarde van kunst en cultuur. De Nederlandse overheid laat dit echter na in de ogen van Schuyt. Het ministerie van OC&W geeft aan dat culturele instellingen op zoek moeten naar meer aanvullende financiering. Filantropische geldstromen kunnen hierbij een voorname rol spelen.¹⁴¹ ‘Waar het cultuur betreft zou de politiek echter wel publiekelijk duidelijk moeten maken dat cultuur daarvoor steun verdient van burgers’ aldus Schuyt.¹⁴²

Kunsthistoricus en schrijver Hans den Hartog Jager is van mening dat de overheid substantieel dient te blijven bijdragen aan de culturele infrastructuur. Bijdragen zijn noodzakelijk en blijven nodig om verschillende redenen: het forse tarief inkomstenbelasting schept verantwoordelijkheid én overheidssubsidies moeten het bestaan van de minder geliefde of ‘moeilijke’ kunst garanderen.¹⁴³ Zolang de overheid geen veranderingen doorvoert op dit terrein dient zij een bijdrage te leveren. De overheid treft weliswaar gunstige fiscale maatregelen, maar zet tegelijk kunst neer als niet-subsidiabele ‘luxe’. Hiermee bevordert de overheid niet bepaald de geefcultuur in Nederland, aldus huidig directeur van Stichting International Culturele Activiteiten Cees de Graaff.¹⁴⁴

Helleke van den Braber is van mening dat aspirant-mecenassen opnieuw moeten worden aangesproken op hun passie en interesse. Weldoeners en opdrachtgevers spelen al sinds de oudheid een centrale rol in het culturele leven. Zij zijn immers bereid hun portemonnee te trekken voor kunst die hen persoonlijk raakt en waar ze de meerwaarde van inzien. Van den Braber benadrukt ook, dat hoewel mecenaat toch altijd zal blijven draaien om het etaleren van gezag en status, dit aspect niet zoveel aandacht zou moeten krijgen.¹⁴⁵ De competitiedrang en het machtsvertoon waarmee het mecenaat in vroegere tijden gepaard ging zorgen ervoor dat wie zich tegenwoordig als weldoener afficheert, de kans

¹⁴⁰ Steenbergen, R. ‘Culturele instellingen moeten op zoek naar meer vrienden.’ *NRC Handelsblad*. 25.04.2013.

¹⁴¹ Schuyt, Th. ‘Geven met warme hand.’ *Boekman*, 76 (najaar 2008): 6-12.

¹⁴² Schuyt, Th. Persoonlijk interview. 21.05.2013.

¹⁴³ Aangehaald door: Huisseling, A. van. red. *De staat van het mecenaat*. Prins Bernhard Cultuurfonds, 2012: 24.

¹⁴⁴ Aangehaald door: Huisseling, A. van. red. *De staat van het mecenaat*. Prins Bernhard Cultuurfonds, 2012: 22.

¹⁴⁵ Braber, H. van den. ‘Mecenaat moet weer statussymbool worden.’ *De Volkskrant*. 29.10.2010.

loopt beschuldigd te worden van pronkzucht, hoogmoed en arrogantie. Mecenassen worden bovendien al snel verdacht van bemoeizucht. Hun betrokkenheid bij een kunstenaar wordt vaak opgevat als een teveel aan inmenging in diens artistieke keuzes.¹⁴⁶ Toch lijkt hier de afgelopen jaren een ontwikkeling zichtbaar te worden die wijst op een omslag. De angst voor negatieve associaties maakt plaats voor de rol van een voorbeeldfunctie. Deze verandering is ook concreet terug te zien in de verschillende media. Zo meldde het *NRC Handelsblad* twee weken na de heropening van het Rijksmuseum dat cabaretier Freek de Jonge en zijn vrouw een fonds op naam hebben gesticht bij het museum.¹⁴⁷

In een interview met Elise Wessels - van Houdt, museumeigenaar en mecenas, geeft ze aan dat cultuurfinanciering niet louter een taak is van de overheid. Particuliere liefhebbers moeten in haar ogen ook hun verantwoordelijkheid nemen. Daartegenover stelt ze dat instellingen publiek en liefhebbers betrokkenheid moeten toestaan, ze dienen benaderbaar te zijn. Dat gebeurt in haar ogen op dit moment nog onvoldoende. Hierin zou Nederland een voorbeeld mogen nemen aan Amerikaanse taferelen.¹⁴⁸ Transparantie en toegankelijkheid van het beleid van de culturele instellingen zijn van het grootste belang voor de aantrekkelijkheid van de desbetreffende instellingen.

Een veelvoorkomend probleem in de relatie tussen een potentiële mecenas en een culturele instelling is dat de culturele instellingen de mecenas vaak uitsluitend als een wandelende portemonnee zien; de schenker heeft maar een passie en dat is geld.¹⁴⁹ Culturele instellingen zijn in de relatie tot een geldschieter vaak puur financieel gefixeerd. Ze gaan ervan uit dat ze de passie voor de kunst alleen delen met vakgenoten en verwante instellingen, en niet met iemand daarbuiten. 'Elke relatie begint echter met een gemeenschappelijke passie' aldus adviseur en bemiddelaar Marischka Leenaers.¹⁵⁰

Mensen die veel geven ervaren dat nu nog te vaak als bezwaarlijk. Er mag worden gegeven maar verder mag men zich nergens mee bemoeien. Inhoudelijke bemoeienis of interesse worden over het algemeen niet op prijs gesteld. 'Je hebt geld, dus je bent dom', dit zou moeten veranderen om de mecenas in de toekomst actief te laten zijn.¹⁵¹

Zoals reeds in paragraaf 3.2 wordt aangegeven, is welstand het afgelopen decennium maatschappelijk breder geaccepteerd geraakt, met als direct gevolg dat gevers vaker naar voren treden. Dit blijkt onder andere uit de hiervoor aangehaalde berichtgeving over het fonds dat gesticht is op naam van Freek de Jonge. Ook zijn er duidelijke tekenen van een groeiende bereidheid om te schenken in Nederland, zowel in natura als in geld. Zo zijn er de afgelopen jaren grote vermogensfondsen en honderden fondsen

¹⁴⁶ Braber, H. van den. 'De rentree van de mecenas.' *Boekman*, 76 (najaar 2008): 29-34.

¹⁴⁷ 'Freek en Hella de Jonge steunen Rijks.' *NRC Handelsblad*. 26.04.2013

¹⁴⁸ Steenbergen, R. 'Geven brengt je bij de kunst.' *NRC Handelsblad*. 26.04.2013.

¹⁴⁹ Nuchelmans, A. 'Op zoek naar gouden bergen.' *Boekman*, 76 (najaar 2008): 22-26.

¹⁵⁰ Nuchelmans, A. 'Op zoek naar gouden bergen.' *Boekman*, 76 (najaar 2008): 22-26.

¹⁵¹ Stap, G. van der. 'Particulier portret: de behoefte iets terug te geven.' *Boekman*, 76 (najaar 2008): 27-28.

op naam gesticht ter begunstiging van culturele doelen.¹⁵² Er vindt een omslag plaats die aanstuurt op de win-win relaties tussen particulieren en culturele instellingen, zoals die bekend zijn in de VS.

Ondernemer Volkert Doeksen is van mening dat jongere generaties tegenwoordig minder uitgaan van onbaatzuchtigheid als motief om te geven. Er zal eerder hardop gevraagd worden: ‘*What’s in it for me?*’ Je weet dat geven aan een goed doel nooit een goeie deal is. Maar als je er toch iets voor terugkrijgt – je naam wordt genoemd en op een bordje aan de muur gespijkerd, je komt in een clubje dat goed is voor je netwerk, het kan van alles zijn. Dan is er een beetje compensatie voor wat je geeft.’ Een blik achter de schermen krijgen bij een prestigieuze culturele instelling als het Concertgebouw en het horen bij een interessant netwerk van mensen die iets kunnen betekenen voor elkaars carrière; dat zijn de belangrijkste motieven voor de generatie jonge gevers, aldus Doeksen.¹⁵³ Deze benadering van de ondersteuning van de kunsten komt veel meer overeen met die van de meest Amerikaanse particulieren. Het is een relatie waarbij voor beide partijen winstelementen een rol spelen.

Uit de verschillende zojuist aangehaalde uitspraken van wetenschappers, cultuurprofessionals en betrokkenen uit het culturele veld, kan worden afgeleid dat er een toekomst is voor mecenaat. Over mecenaat door jongere begunstigers wordt echter niet specifiek gesproken. Als er een toekomst is voor mecenaat, lijkt er ook een toekomst te zijn voor mecenaat door jonge professionals. Tegelijkertijd kan uit de hiervoor beschreven opvattingen worden opgemaakt, dat er het een en ander binnen de bestaande culturele instellingen moet veranderen als ze ondersteuning door jonge professionals willen bewerkstellingen. Er dient meer transparantie te komen over de gevoerde bedrijfsvoering en er moet meer aandacht worden besteed aan een passend aanbod van privileges dat beter aansluit bij de wensen van de Vrienden van een instelling.

¹⁵² Steenbergen, R. *De nieuwe Mecenas*. Amsterdam: Business Contact, 2008: 20.

¹⁵³ Aangehaald door: R. Steenbergen. ‘De nieuwe gevers.’ *Het Financiële Dagblad*. Bijlage. Persoonlijk. 24.05.2008.

6. Conclusie

6.1 Conclusies

Dit afstudeeronderzoek is uitgevoerd naar aanleiding van de bezuinigingen van de overheid op kunst en cultuur. In de beleidsnota *Meer dan kwaliteit, een nieuwe visie op cultuurbeleid* roept het kabinet voor de periode 2013-2016 op tot meer cultureel ondernemerschap en daarmee impliciet tot een toenemende rol van het particulier initiatief. Tijdens mijn onderzoeksstage bij het Holland Festival begin dit jaar werd mij gevraagd de mogelijkheden voor een nieuwe geefkring voor jonge professionals te onderzoeken en deze direct te lanceren voor de 66^e editie van het festival in juni 2013. Dit onderzoek ligt in het verlengde van het opzetten van deze nieuwe geefgroep voor het Holland Festival. In deze scriptie heb ik onderzoek gedaan naar de potentie van het mecenaat door jonge professionals en wordt antwoord gegeven op de hoofdvraag van dit onderzoek ‘Welke rol kunnen jonge begunstigers vervullen in de ondersteuning van Nederlandse culturele instellingen?’. Daarnaast worden aanbevelingen gedaan aan culturele instellingen voor hun toekomstig beleid ten aanzien van jonge begunstigers. Deze scriptie wordt uiteindelijk afgesloten met enkele suggesties voor vervolgonderzoek.

De Nederlandse geefcultuur heeft een lange geschiedenis. Het is een misvatting dat het fenomeen ‘geven’ haar oorsprong vindt in de Verenigde Staten. Filantropie is daar op dit moment weliswaar een vast onderdeel van de maatschappij maar het fenomeen op zichzelf is oorspronkelijk afkomstig uit Europa. In de bespreking van de historie van de filantropie in Nederland wordt vooral duidelijk dat sociale distinctie ook al eerder een rol speelde, met name in de armenzorg. Moderne filantropie gaat over het schenken aan goede doelen. Het schenken aan goede doelen van de categorie kunst en cultuur neemt in Nederland in de rangorde van de verschillende goede doelen volgens het GIN-onderzoek de zesde plaats in. Dit betekent dat van het geld dat wordt geschonken aan goede doelen 10% naar cultuur gaat.

Door culturele instellingen worden op dit moment vooral de meer traditionele vormen van vriendschappen aangeboden: vriendschappen die niet zijn toegespitst op een bepaalde doelgroep of een andere doelgroep dan de huidige bezoekers. Het lijkt alsof culturele instellingen hiermee aansluiting proberen te vinden bij alle bezoekers, zodat de bezoeker zich naar eigen vermogen financieel kan binden aan een instelling. De opkomst van vriendschappen die specifiek gericht zijn op jongeren en jonge professionals lijkt een trend. Hierbij kan echter worden geconstateerd dat deze beweging nog onvoldoende plaatsvindt vanuit de instelling zelf. De initiatieven lijken vooralsnog vooral te worden genomen op initiatief van jonge professionals zelf, die zich hierdoor willen binden aan een culturele instelling, en daarvoor in het traditionele aanbod geen geschikte geversgroep signaleren.

Het Holland Festival heeft gesignaleerd dat er behoefte is aan een nieuwe geversgroep binnen de bestaande vriendenverbanden en speelt hierop in door een nieuwe geefkring voor Jonge Begunstigers op te zetten. De jonge professionals die het Holland Festival hiermee aan zich probeert te binden zijn dertigers en veertigers die de opstartfase van hun carrière reeds hebben doorlopen. Hierbij moet worden opgemerkt dat het verzoek voor een nieuwe geefkring gedaan werd door een voormalig lid van HF Young. Deze nieuwe groep is dus niet geheel op eigen initiatief van het Holland Festival opgericht. Uit de enquête die ik heb uitgezet onder leden van de HF Young facebookgroep blijkt dat de overgrote meerderheid de intentie heeft in de toekomst te (blijven) schenken aan kunst en cultuur. De voornaamste reden hiervoor is hun inhoudelijke betrokkenheid bij de kunsten. Deze groep en het Holland Festival zien dus voor de toekomst zeker een rol weggelegd voor de jonge begunstiger. Het Holland Festival meent dat de groep voldoende vorm zal krijgen door mond tot mond reclame en via het werken met ambassadeurs. In mijn opinie is dat echter onvoldoende. Omdat het fenomeen van het bijdragen aan de kunsten op jongere leeftijd nog iets nieuws is, denk ik dat het noodzakelijk is voortdurend het belang hiervan te onderstrepen. Het is belangrijk deze groep te laten weten dat hun bijdrage noodzakelijk is en volgens mij kan ze zich daarin ook brutaler opstellen door ook expliciet te vragen naar hun bijdrage. In dit geval denk ik dat de woorden van Schuyt zeker passend zijn: de culture of giving zal pas echt op gang komen als een culture of asking ontstaat.

De voorspellingen voor de toekomst van de filantropie laten een wisselend beeld zien. In wetenschappelijke onderzoeken van Schuyt, Bekkers en the Boston Institut of Philanthropy wordt een Gouden Eeuw van filantropie voorspeld, maar dezelfde Schuyt geeft in verschillende artikelen aan dat het gezien de economische ontwikkelingen wellicht allemaal minder rooskleurig is.

Verschillende professionals uit het veld stellen dat een toekomst voor mecenaat absoluut mogelijk is, maar dat hiervoor bepaalde veranderingen moeten plaatsvinden binnen de culturele instellingen zelf. Er dient meer transparantie te komen met betrekking tot het beleid en de instellingen dienen zich toegankelijker, minder gesloten, op te stellen. De houding van instellingen tegenover schenkers moet veranderen. Deze dient meer op een vorm van samenwerking gericht te zijn dan enkel en alleen geld innen.

Geconcludeerd kan worden dat er zeker een rol is weggelegd voor de jonge begunstiger binnen de toekomst van culturele instellingen. Culturele instellingen hebben deze nieuwe gevers nodig om te kunnen overleven ten gevolge van een terugtrekkende overheid. Bovendien lijkt de jonge professional zelf ook enthousiast te zijn om cultuur te ondersteunen en aan een speciaal programma met gelijkgestemden deel te nemen.

De rol van de jonge begunstiger binnen de culturele instellingen zal een aanvullende rol zijn, daar zij ondersteuning biedt naast de reeds schenkende particulieren, bedrijven en overheid. Vooralsnog zal het vooral ondersteuning zijn in de vorm van een financiële bijdrage, maar wellicht dat in de toekomst een

extra beroep op deze jongere generatie kan worden gedaan in de vorm van de vraag naar hun tijd en / of expertise.

6.2 Aanbevelingen

Er worden verschillende toekomstscenario's geschetst over de ontwikkeling van (jong) mecenaat bij culturele instellingen. Als culturele instellingen een vruchtbare relatie met jonge professionals willen aangaan, doe ik hen de volgende aanbevelingen:

Er dient een omslag plaats te vinden binnen de culturele instelling wat betreft de vraag ter ondersteuning. Op dit moment nemen culturele instellingen hier nog te weinig initiatief in. Als culturele instellingen een bijdrage willen ontvangen van de jonge professionals zal hierom gevraagd moeten worden. De culturele instellingen zullen zelf meer initiatief moeten tonen en een minder afwachtende houding aannemen. We kunnen ons afvragen of instellingen op dit moment voldoende de trends volgen en hier adequaat op inspelen. Zodra het belang van een bijdrage van deze groep ook voelbaar wordt onder de jonge professionals zelf, zal dit een stimulerend effect hebben.

Hierbij moet worden opgemerkt dat er naast een rol voor de culturele instellingen zelf, ook een rol is weggelegd voor de politiek. De politiek dient ter versterking van de opkomende culture of asking, het belang van kunst en cultuur en de ondersteuning daarvan door particulieren, te benadrukken.

Om de jonge begunstiger eerder aan te zetten tot het leveren van een (financiële) bijdrage, is het van belang om de privileges die hier tegenover staan af te stemmen met en op deze groep.

Daar de relatie tussen culturele instellingen en jonge professionals nog pril is en hun financiële situatie onzekerder is dan die van ouderen, heeft deze geversgroep extra aandacht. Door het benadrukken van het belang van de ondersteuning van jonge professionals kan een stabiele en langdurige relatie worden opgebouwd.

Tot slot dienen culturele instellingen te onderzoeken hoe de kennis en expertise van jonge professionals het beste kan worden aangewend ter ondersteuning van de organisatie en het te voeren beleid van de culturele instelling. Hierbij kan onder andere worden gedacht aan de kennis die deze jonge professionals hebben over hun eigen netwerk. Daarnaast kan hen gevraagd worden dit netwerk in te zetten ten behoeve van de culturele instelling.

6.3 Suggestie voor vervolgonderzoek

Deze scriptie draagt bij aan het wetenschappelijk debat over filantropie en mecenaat. Het wetenschappelijke debat over deze twee onderwerpen is in kaart gebracht en vergeleken met opvattingen en opinies uit het maatschappelijke en politieke debat. Ook zijn aanbevelingen gedaan aan culturele instellingen om het beleid ten aanzien van jonge begunstigers voor de toekomst vorm te geven.

De wetenschappelijke literatuur benadert de groep jonge professionals nog onvoldoende als een op zichzelf staande groep. In het GIN-onderzoek wordt sinds 1995 het geefgedrag van de huishoudens onderzocht. Deze huishoudens worden gecategoriseerd naar geboortjaar maar er wordt op dit moment nog onvoldoende onderscheid gemaakt tussen bepaalde levens- en werkfasen. Hierdoor kan dit onderzoek niet gebruikt worden voor een nadere analyse van het geefgedrag van de jonge professional. Het SCP doet regelmatig onderzoek naar de mate van belangstelling voor en participatie in de kunsten. Ook bij dit onderzoek wordt echter geen specifiek onderzoek gedaan naar de jonge professional.

Om in de toekomst de onderzoeken van het SCP en GIN te kunnen gebruiken voor specifieke acties - los van elkaar, maar ook naast elkaar - is het van belang dat er een onderverdeling plaatsvindt naar meerdere subgroepen. Het zou daarbij het meest efficiënt zijn als de desbetreffende instanties een gezamenlijke richtlijn opstellen over de wijze waarop de subgroepen worden onderverdeeld.

Literatuurlijst

- Adam, T. (Ed.). *Philanthropy, Patronage and Civil Society. Experiences from Germany, Great Britain, and North America*. Bloomington: Indiana University Press, 2004.
- Algemene Rekenkamer. *Nederland en de buitensporige tekortprocedure*. 14.08.2013.
- Bekkers, R. 'De maatschappelijke betekenis van filantropie.' Rede. 25.04.2013.
- Bekkers, R. *Giving and volunteering in the Netherlands*. Diss. Universiteit Utrecht, 2004.
- Beleidsplan Holland Festival 2013-2016*. Holland Festival. Amsterdam, 2012.
- Bekkers, R. P. Wiepkring. A Literature Review of Empirical Studies of Philanthropy: Eight Mechanisms That Drive Charitable Giving. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40 (5): 924-973.
- Bemmel, N. van. 'De nieuwe filantroop is doe-het-zelver.' *De Volkskrant*, 1 juli 2006.
- Braber, H. van den. *Geven om te krijgen. Literair mecenaat in Nederland tussen 1900 en 1940*. Nijmegen: Vantilt, 2002.
- Braber, H. van den. 'De rentree van de mecenas.' *Boekman* 76 (najaar 2008): 29-34.
- Braber, H. van den. 'Mecenaat moet weer statussymbool worden.' *De Volkskrant*. 29.10.2010.
- Broek, A. van den. 'Het draagvlak voor cultuur onder de bevolking.' *Jaarboek Cultuurparticipatie*, 2011.
- Broek, A. van den. *Kunstminnend Nederland?* Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau, 2013.
- Brugman, H. M. Vernoy. *Ware vriendschap is wederzijds: vriendenkringen van musea in Nederland*. Den Haag: Stichting Cultuurfonds van de bank voor Nederlandsche gemeenten, 1989.
- Christopher, M. et al. *Relationship Marketing, creating stakeholder value*. Oxford: Butterworth Heineman, 2002.
- Di Mento, M. C. Preston. 'America's big donors lag in charitable giving.' *The Chronicle of Philanthropy*, 10.02.2013.
- Elffers, A. *Rapportage Onderzoek Cultuurminnaar Holland Festival*. 08.01.2009.
- Elffers, A. *Rapportage Onderzoek Jong Publiek Holland Festival*. December 2010.
- Gerwen, J. van. M. van Leeuwen eds. *Studies over zekerheidsarrangementen. Risico's, risicobestrijding en verzekeringen in Nederland vanaf de middeleeuwen*. Amsterdam: NEHA, 1998.
- Giving USA*. Indianapolis: AAFRC, 2011.
- Groen, A. 'Cultuurmecenasen, hoe trek je ze over de streep?' *De Groene Amsterdammer*, 13.04.2011.
- Havens, J. P. Schervish. *Millionaires and the Millennium: New Estimates of the Forthcoming Wealth Transfer and the Prospects for a Golden Age of Philanthropy*. Boston College Social Welfare Research Institute, 1999.
- Hitters, E. *Patronen van patronage*. Diss. Universiteit Utrecht, 1996.
- Hoogstraten, D. van. 'Altruïsme als een eerste levensbehoefte.' *De Volkskrant*, 04.04.2009.
- Huisseling, A. van. red. *De staat van het mecenaat*. Prins Bernhard Cultuurfonds, 2012.
- Jaarverslag Holland Festival 2012*. Holland Festival. Amsterdam, 2013.
- Kamerman, S. L. Nieber. 'Zet je kennis in voor een ander.' *NRC Handelsblad*, 05.03.2013.

- Kennedy, J. 'Actief burgerschap in Nederland: Overpeinzingen van een Amerikaan.' In: Tonkens, E. E.a., red. *Tussen onderschatten en overvragen: actief burgerschap en activerende organisaties in de wijk*. Amsterdam: SUN, 2009.
- Koopman, B. 'Jongeren in de bres voor openbaar kunstbezit.' *Het Financieele Dagblad*, 14.10.2011.
- Leeuwen, M. 'Onderzoek Historie Fondsen.' *FIN Nieuwsbrief*, december 2000.
- Leeuwen van, M. *The Logic of Charity. Amsterdam 1800-1850*. New York: St. Martin's Press Inc., 2000.
- Maasdijk, D. van. *Filantropie en de vermogenden in Nederland*. Oktober 2010.
- Nuchelmans, A. 'Op zoek naar gouden bergen.' *Boekman*, 76 (najaar 2008): 22-26.
- Oolman, B., Wanrooy, M. (1999). 'Het binden van jonge talentvolle professionals.' *Tijdschrift voor HRM*, 3, 1999.
- Ranshuysen, L. *Handleiding Publieksonderzoek voor Podia en Musea*. Amsterdam: Boekmanstudies, 2012.
- Redactie de Volkskrant. 'Filantropie als industrie.' *De Volkskrant*, 16.05.1998.
- Rifkin, J. *The American dream: how Europe's vision of the future is quietly eclipsing the American Dream*. New York: Tarcher, 2004.
- Schoonenboom, M. 'Voorrang voor vrienden.' *De Volkskrant*, 24.08.2006.
- Schuyt, Th. e.a. *Geven in Nederland 2011*. Amsterdam: Reed Business bv, 2011.
- Schuyt, Th. 'Geven met warme hand.' *Boekman* 76 (najaar 2008): 6-12.
- Schuyt, Th. *Inleiding in de filantropie en filantropiewetenschap*. Utrecht: Uitgeverij de Graaff, 2012.
- Schuyt, Th. Persoonlijk interview. 21.05.2013.
- Schuyt, T. P. Wiepkring. 'Geven doet de gulle gever zelf veel plezier.' *De Volkskrant*. 07.08.2010.
- Smithuijzen, C. ed. *Particulier initiatief, overheid en cultuur. 1940-1990*. Amsterdam: Boekmanstichting, 1990.
- Stap, G. van der. 'De behoefte iets terug te geven.' *Boekman* 76 (najaar 2008): 27-28.
- Start, I. 'Buitenlandse goudmijn.' *Elsevier*, 18 juni 2011.
- Steenbergen, R. 'De nieuwe gevers.' *Het Financieele Dagblad*, 24.05.2008.
- Steenbergen, R. *De nieuwe mecenas*. Amsterdam: Business Contact, 2010.
- Steenbergen, R. 'Culturele instellingen moeten op zoek naar meer vrienden.' *NRC Handelsblad*, 25.04.2013.
- Swaan de, A. *In Care of the State: Health Care, Education and Welfare in Europe and the USA in the Modern Era*. Cambridge: Cambridge Polity Press, 1988.
- Varnedoe, K. 'Kunstwerken schenken zonder beperkende voorwaarden.' *Rembrandtlezing 2002*. Het Financieele Dagblad/Vereniging Rembrandt, 2002.
- Verhagen, H. Persoonlijke interview. 14.03.2013.
- Vermaas, P. 'Filantropie op z'n Amerikaans.' *Onze Wereld*, juni 2007.
- With, C. de. A. Klamer. 'Anonieme weldoeners.' *Boekman* 76 (najaar 2008): 47-51.

Geraadpleegde websites

ANBI - www.anbi.nl - 21.07.2013.

Cultuur-Ondernemen - www.cultuur-ondernemen.nl - 23.06.2013.

De Concertvrienden KCO - www.concertvrienden.nl - 11.08.2013

Holland Festival - www.hollandfestival.nl - 28.07.2013.

Koninklijk Concertgebouw - www.concertgebouw.nl - 11.08.2013

Koninklijk Concertgebouw Orkest - www.concertgebouworkest.nl - 12.08.2013.

Rijksoverheid - www.rijksoverheid.nl - 08.08.2013.

Stichting Laluz - www.stichtinglaluz.nl - 14.08.2013.

Vereniging Rembrandt - www.verenigingrembrandt.nl - 12.08.2013.

Fotoverantwoording

Afbeelding 1 - doelen giften Nederland.

Vermogen om te geven, charitas anno 2012. ABN AMRO Bank N.V., 2012: 9.

Afbeelding 2 - herkomst giften Nederland.

Vermogen om te geven, charitas anno 2012. ABN AMRO Bank N.V., 2012: 8.

Afbeelding 3 - loyalty ladder.

<http://www.eightleaves.com/2010/04/the-loyalty-ladder-a-sideways-look> 12.08.2013.

Samenvatting

In deze scriptie is onderzoek gedaan naar de toekomstige rol van de jonge mecenas in het culturele veld. Een overzicht van de wetenschappelijke literatuur over de filantropie en het mecenaat vormen het theoretisch kader van deze scriptie. Mijn onderzoeksstage bij het Holland Festival fungeert binnen deze scriptie als casestudy. Om de hoofdvraag te beantwoorden is gebruik gemaakt van een drietal onderzoeksmethodes: literatuurstudie, gesprekken en interviews met betrokkenen uit het culturele veld en een beknopt eigen enquêteonderzoek onder een aantal leden van HF Young.

De hoofdvraag die in deze scriptie is beantwoord luidt als volgt: ‘Welke rol kunnen jonge begunstigers vervullen in de ondersteuning van Nederlandse culturele instellingen?’

De Nederlandse geefcultuur heeft een lange geschiedenis. Het is een misvatting dat het fenomeen ‘geven’ haar oorsprong vindt in de Verenigde Staten. Filantropie is daar op dit moment weliswaar een vast onderdeel van de maatschappij maar het fenomeen op zichzelf is oorspronkelijk afkomstig uit Europa. In de bespreking van de historie van de filantropie in Nederland wordt vooral duidelijk dat sociale distinctie ook al eerder een rol speelde, met name in de armenzorg. Moderne filantropie gaat over het schenken aan goede doelen. Het schenken aan goede doelen van de categorie kunst en cultuur neemt in Nederland in de rangorde van de verschillende goede doelen volgens het GIN-onderzoek de zesde plaats in. Dit betekent dat van het geld dat wordt geschonken aan goede doelen 10% naar cultuur gaat.

Door culturele instellingen worden op dit moment vooral de meer traditionele vormen van vriendschappen aangeboden: vriendschappen die niet zijn toegespitst op een bepaalde doelgroep of een andere doelgroep dan de huidige bezoekers. Het lijkt alsof culturele instellingen hiermee aansluiting proberen te vinden bij alle bezoekers, zodat de bezoeker zich naar eigen vermogen financieel kan binden aan een instelling. De opkomst van vriendschappen die specifiek gericht zijn op jongeren en jonge professionals lijkt een trend. Hierbij kan echter worden geconstateerd dat deze beweging nog onvoldoende plaatsvindt vanuit de instelling zelf. De initiatieven lijken vooralsnog vooral te worden genomen op initiatief van jonge professionals zelf, die zich hierdoor willen binden aan een culturele instelling, en daarvoor in het traditionele aanbod geen geschikte geversgroep signaleren.

Het Holland Festival heeft signaleerd dat er behoefte is aan een nieuwe geversgroep binnen de bestaande vriendenverbanden en speelt hierop in door een nieuwe geefkring voor Jonge Begunstigers op te zetten. De jonge professionals die het Holland Festival hiermee aan zich probeert te binden zijn dertigers en veertigers die de opstartfase van hun carrière reeds hebben doorlopen. Hierbij moet worden opgemerkt dat het verzoek voor een nieuwe geefkring gedaan werd door een voormalig lid van HF Young. Deze nieuwe groep is dus niet geheel op eigen initiatief van het Holland Festival opgericht. Uit de enquête die ik heb uitgezet onder leden van de HF Young facebookgroep blijkt dat de overgrote

meerderheid de intentie heeft in de toekomst te (blijven) schenken aan kunst en cultuur. De voornaamste reden hiervoor is hun inhoudelijke betrokkenheid bij de kunsten. Deze groep en het Holland Festival zien dus voor de toekomst zeker een rol weggelegd voor de jonge begunstiger. Het Holland Festival meent dat de groep voldoende vorm zal krijgen door mond tot mond reclame en via het werken met ambassadeurs. In mijn opinie is dat echter onvoldoende. Omdat het fenomeen van het bijdragen aan de kunsten op jongere leeftijd nog iets nieuws is, denk ik dat het noodzakelijk is voortdurend het belang hiervan te onderstrepen. Het is belangrijk deze groep te laten weten dat hun bijdrage noodzakelijk is en volgens mij kan ze zich daarin ook brutaler opstellen door ook expliciet te vragen naar hun bijdrage. In dit geval denk ik dat de woorden van Schuyt zeker passend zijn: de culture of giving zal pas echt op gang komen als een culture of asking ontstaat.

De voorspellingen voor de toekomst van de filantropie laten een wisselend beeld zien. In wetenschappelijke onderzoeken van Schuyt, Bekkers en the Boston Institut of Philanthropy wordt een Gouden Eeuw van filantropie voorspeld, maar dezelfde Schuyt geeft in verschillende artikelen aan dat het gezien de economische ontwikkelingen wellicht allemaal minder rooskleurig is.

Verschillende professionals uit het veld stellen dat een toekomst voor mecenaat absoluut mogelijk is, maar dat hiervoor bepaalde veranderingen moeten plaatsvinden binnen de culturele instellingen zelf. Er dient meer transparantie te komen met betrekking tot het beleid en de instellingen dienen zich toegankelijker, minder gesloten, op te stellen. De houding van instellingen tegenover schenkers moet veranderen. Deze dient meer op een vorm van samenwerking gericht te zijn dan enkel en alleen geld innen.

Geconcludeerd kan worden dat er zeker een rol is weggelegd voor de jonge begunstiger binnen de toekomst van culturele instellingen. Culturele instellingen hebben deze nieuwe gevers nodig om te kunnen overleven ten gevolge van een terugtrekkende overheid. Bovendien lijkt de jonge professional zelf ook enthousiast te zijn om cultuur te ondersteunen en aan een speciaal programma met gelijkgestemden deel te nemen.

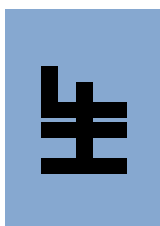
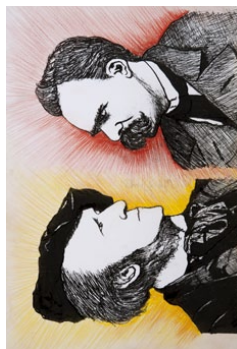
De rol van de jonge begunstiger binnen de culturele instellingen zal een aanvullende rol zijn, daar zij ondersteuning biedt naast de reeds schenkende particulieren, bedrijven en overheid. Vooralsnog zal het vooral ondersteuning zijn in de vorm van een financiële bijdrage, maar wellicht dat in de toekomst een extra beroep op deze jongere generatie kan worden gedaan in de vorm van de vraag naar hun tijd en / of expertise.

PROGRAMMA JONGE BEGUNSTIGERS

THE WILD DUCK
BELVOIR, SYDNEY



TRAGEDY OF A FRIENDSHIP
JAN FABRE, VLAAMSE OPERA



1 - 26 JUNI 2013

HOLLAND FESTIVAL

JONGE BEGUNSTIGERS 2013

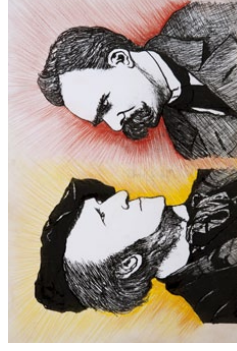
PROGRAMMA

INTRODUCTIE HOLLAND FESTIVAL 2013

PROGRAMMA JONGE BEGUNSTIGERS

**THE WILD DUCK
BELVOIR, SYDNEY**

**TRAGEDY OF A FRIENDSHIP
JAN FABRE, VLAAMSE OPERA**



1 – 26 JUNI 2013

HOLLAND FESTIVAL

JONGE BEGUNSTIGERS 2013

PROGRAMMA

INTRODUCTIE HOLLAND FESTIVAL 2013

Bijlage 2 - ENQUETE ONDERZOEK 'DE JONGE MECENAS'

1. Geslacht

1. man
2. vrouw

2. Wat is je leeftijd?

_____ jaar

3. Wat is de hoogste opleiding die je hebt afgemaakt?

1. Lager- of basisonderwijs
2. Lager beroepsonderwijs
3. Middelbaar voortgezet onderwijs
4. Middelbaar beroepsonderwijs
5. Hoger voortgezet onderwijs
6. Hoger beroepsonderwijs
7. Wetenschappelijk onderwijs

4. Hoe (was) is je (laatste) beroep het best te classificeren?

1. Leraren
2. Humaniora, sociale wetenschappen, communicatie en kunst
3. Economie, commercieel, management en administratie
4. Juridisch, bestuurlijk, openbare orde en veiligheid
5. Wiskunde, natuurwetenschappen en informatica
6. Techniek
7. Agrarisch en milieu
8. Gezondheidszorg, sociale dienstverlening en verzorging
9. Horeca, toerisme, transport en logistiek

5. Wat is je huishoudsamenstelling?

1. gehuwd of samenwonend zonder inwonende kind(eren)
2. gehuwd, samenwonend of alleenstaand met inwonende kind(eren) *jonger dan twaalf jaar*
3. gehuwd, samenwonend of alleenstaand met inwonende kind(eren) *ouder dan twaalf jaar*
4. alleenstaand
5. inwonende bij ouders
6. woongroep of andere woonvorm

6. Op welke wijze ben je de eerste keer met het Holland Festival in aanraking gekomen?

(meerdere antwoorden mogelijk)

1. informatie van vrienden, kennissen of familie
2. een door het werk georganiseerd bezoek in groepsverband
3. een niet door het werk georganiseerde excursie
4. een artikel/vooraankondiging in een cultureel magazine
5. een artikel/recensie in een krant of tijdschrift
6. een advertentie of de uitgaansladder in een krant of tijdschrift
7. radio of televisie
8. uithangborden/affiches bij de theaters
9. affiches elders
10. thuisgestuurde informatie (folders, agenda's, seizoen brochures, etc.)
11. niet thuisgestuurde folders, agenda's of andere informatie van dit (museum of theater)
12. door internet
13. via VVV of toeristische bladen
14. anders, n.l. _____

7. Zou je kunnen aangeven hoe vaak je de afgelopen 12 maanden culturele voorstellingen hebt bezocht?

- Nooit
- Circa ___ keer

8. Zou je kunnen aangeven welke van de volgende omschrijvingen op jou van toepassing is?

	Nee	Ja
a. lid van of ingeschreven bij een openbare bibliotheek	0	1
b. heeft u in de afgelopen maand een boek gelezen?	0	1
c. bezoekt tenminste eenmaal per jaar een bioscoop	0	1
d. lig van de artotheek of kunstuitleen?	0	1
e. kijkt of luistert wel eens naar radio- of televisie-uitzendingen over kunst (bv. Beeldende kunst, architectuur, boeken, theater of film)	0	1
f. volgt wel eens uitzendingen van klassieke muziek op radio of televisie	0	1
g. luistert wel eens naar eigen opnames met klassieke muziek	0	1
h. bezoekt tenminste eenmaal per jaar een toneelvoorstelling	0	1

9. Heeft kunst en cultuur een rol gespeeld in je opvoeding?

1. ja
2. nee

10. Heb je dit jaar de 66^e editie van het Holland Festival bezocht?

1. Ja, net als voorgaande jaren
2. Ja, dit was mijn eerste bezoek aan het Holland Festival
3. Nee

11. Geef je aan een goed doel? (meerdere antwoorden mogelijk)

1. Ja, aan:
 - a. Kerk en levensbeschouwing
 - b. Sport en recreatie
 - c. Gezondheid
 - d. Maatschappelijke en sociale doelen
 - e. Internationale hulp
 - f. Cultuur
 - g. Milieu, natuurbehoud en dierenbescherming
 - h. Onderwijs en onderzoek
 - i. Overig
2. Nee

12. Heb je de intentie in de toekomst te (blijven) schenken aan cultuur?

(meerdere antwoorden mogelijk)

1. Ja, vanuit _____ oogpunt
 - Praktisch (gemak - toegang tot geselecteerd programma, gegarandeerd kaarten)
 - Inhoudelijk (ondersteunen instelling – steun volledig ten behoeve van de kunsten)
 - Financieel (korting kaarten – fiscaal voordelig schenken)
 - Functioneel (toegang tot netwerk – naamsvermelding van schenkers, aanzien)
2. Nee