



Geven aan Groen: fondsenwerving in de cultuursector en de natuursector vergeleken

Inleiding

Fondsenwerving staat hoog in de belangstelling van veel organisaties, zeker nu in sommige sectoren veel minder aan subsidies wordt verstrekt dan voorheen. Zowel voor de cultuursector als de natuursector zijn de inkomsten uit overheidssubsidies de laatste jaren fors gedaald.

Innovatie Agro & Natuur heeft Henne Haagsman (bureau Groen Geregeld) gevraagd in beeld te brengen of de natuursector op het vlak van fondsenwerving kan leren van de cultuursector.

Na het in beeld brengen van de kwantitatieve gegevens (VU, 'Geven in Nederland' afgekort tot GIN) zijn de gevonden verschillen en mogelijke trends besproken met verschillende spelers in het veld van fondsenwerving en de cultuursector. Deze bevindingen zijn beschreven in "Het verhaal achter de verschillen". Daarnaast is gekeken hoe de beleidsinstrumenten van het ministerie van OC&W (programma Ondernemerschap Cultuur) er uit zien en hoe de ervaringen daarmee zijn. Ook hiervoor zijn enkele gesprekken met deskundigen gevoerd. In de verkenning is tenslotte gekeken naar andere maatregelen die het fondsenwerven kunnen versterken, namelijk:

- De multiplier die in de Geefwet culturele ANBI's een fiscaal voordeel biedt aan gevers.
- Het portal 'Cultuur daar geef je om'.
- Het inzetten van beurzen als middel.

Geven aan natuur en cultuur

Hoewel voor deze notitie het doel 'natuur' primair het aandachtspunt is, kan dit doel niet precies uit GIN gedestilleerd worden omdat 'natuur' daarin onderdeel uitmaakt van de onderzochte categorie 'Milieu, Natuurbehoud en Dierenbescherming' (MND)

Het totaalbedrag aan giften en goederen in 2013 was € 4,4 miljard, in 2011 was dit € 4,3 miljard. Dit is een schatting aangezien niet van alle vermogensfondsen, intermediaire organisaties en nalatenschappen gegevens bekend zijn. Bij het GIN-onderzoek wordt onderscheid gemaakt tussen de bronnen, de intermediaire organisaties en de doelen.

Bronnen	Intermediaire organisaties	Doelen (werkterreinen)
<ul style="list-style-type: none">• Huishoudens• Nalatenschappen• Bedrijven• Vermogensfondsen• Kansspelen	<ul style="list-style-type: none">• Fondsenwervende goede doelen organisaties• Vrijwilligersorganisaties• Zelfwerkzame en hybride fondsen• Non-profitorganisaties• Kerken	<ul style="list-style-type: none">• Kerk en levensbeschouwing• Gezondheid• Internationale hulp• Milieu, natuurbehoud en dierenbescherming• Onderwijs en onderzoek• Cultuur• Sport en recreatie• Maatschappelijke en sociale doelen



In onderstaande tabel is aangegeven aan welke doelen is gegeven met daarbij het relatieve percentage.

Tabel 1 Doelen waaraan gegeven werd in 2011 en 2013

Doelen	miljoen euro in 2011	percentage	miljoen euro in 2013	percentage
Kerk en levensbeschouwing	806	19	977	22
Internationale hulp	569	13	578	13
Sport en recreatie	702	17	554	13
Maatschappelijke en sociale doelen	525	12	547	13
Gezondheid	487	11	535	12
Milieu, natuurbehoud en dierenbescherming	376	9	356	8
Overige doelen	349	8	321	7
Cultuur	293 ¹	7	281	6
Onderwijs en onderzoek	150	4	208	5
TOTAAL	4.257	100	4.356	100

1) In de recente editie zijn er correcties toegepast, waardoor de cijfers verschillen van vorige edities van GIN.

De rangorde die MND inneemt, nu op plaats 6, laat vanaf 2005 zien dat deze soms 6 dan weer 7 is. Bij cultuur is dat net andersom, deze wisselt van plaats met MND. Uit de tabel blijkt dat MND meer gelden en goederen verkrijgt dan cultuur. Een verdere uitsplitsing laat zien dat de herkomst van deze bedragen uit andere bronnen afkomstig zijn. In tabel 2 zijn de cijfers daarvan naast elkaar gezet.



Tabel 2 De herkomst van de bijdragen; de bronnen voor doelen Milieu, Natuur en Dierenbescherming en Cultuur in de jaren 2011 en 2013

Bronnen	MND 2011 (mln euro)	relatief percentage	MND 2013 (mln euro)	relatief percentage	Cultuur 2011 (mln euro)	relatief percentage	Cultuur 2013 (mln euro)	relatief percentage
Huishoudens	190	51	150	42	26	9	57	20
Nalatenschappen	41	11	42	12	6	2	3	1
Fondsen GWF ¹	9	2	20	6	0	0	26	9
Fondsen VF ²	8	2	6	2	69	24	52	19
Bedrijven, giften en sponsoring	34	9	47	13	124	42	80	29
Kansspelen	94	25	91	25	68	23	63	22
TOTAAL	376	100	356	100	293	100	281	100

1) GWF: Geldwervende Fondsen

2) VF: Vermogensfondsen

Deze tabel laat duidelijk verschillen zien:

- Het doel MND ontvangt veel via de bron huishoudens, maar dat aandeel neemt af (van 51% naar 42%). Het is te vroeg om te zeggen of er sprake is van een trend.
- MND ontvangt veel inkomsten via de kansspelen (25%).
- MND ontvangt relatief weinig via de geldwervende- en vermogensfondsen.
- Cultuur krijgt daarentegen veel inkomsten via de vermogensfondsen.
- Cultuur ontvangt veel inkomsten uit sponsoring en giften van bedrijven, maar de hoogte ervan kan fluctueren (42% en 29%), afhankelijk van bijvoorbeeld grote evenementen.
- Cultuur ontvangt minder inkomsten via de nalatenschappen dan MND.
- Opvallend is de toename voor beide sectoren vanuit de bron geldwervende fondsen.
- Opvallend is dat bij Cultuur een toename te zien is van de bijdragen van huishoudens.
- De bijdragen die MND krijgt, komen vooral via de huishoudens, gevolgd door de kansspelen. Tezamen zijn zij goed voor zo'n 70% van het geld dat MND ontvangt.
- De bijdragen die Cultuur krijgt zijn vooral afkomstig uit giften en sponsoring van bedrijven, gevolgd door de kansspelen en de vermogensfondsen. De laatste twee bronnen nemen ongeveer een even groot aandeel in.

Zoals reeds vermeld, laten deze cijfers niet het complete beeld zien. Veel nalatenschappen en schenkingen die bijvoorbeeld musea ontvangen, komen niet voor in de cijfers omdat musea geen gegevens verstrekken aan het CBF. Daarmee kan het totaalbedrag bij nalatenschappen aan cultuur (waartoe de musea behoren) dus veel hoger uitvallen.



De gegevens van de vermogensfondsen geven ook maar een deel weer van de werkelijkheid. Volgens sommige deskundigen is maar een topje van de ijsberg zichtbaar van het veld van de vermogensfondsen.

De bronnen nader bekeken

Voor huishoudens is MND een populair doel om aan te geven, 44% geeft hieraan. Uitgesplitst naar de ontvangende doelen van MND ontvangt 'natuurbehoud' de meeste en grootste giften in geld, namelijk € 66 miljoen in 2013¹. Wel is een daling te zien van het absolute en relatieve aandeel van giften door huishoudens aan MND tussen de jaren 2011 en 2013. Relatief weinig huishoudens geven geld aan doelen op het gebied van cultuur. Voor huishoudens geldt de 20-80 regel, dat houdt in dat 20% van de meest gevende Nederlanders verantwoordelijk is voor 80% van de giften.

De bron nalatenschappen is tussen deze jaren ongeveer gelijk gebleven voor het doel MND. MND ontvangt ca 16% van het totaal aan nalatenschappen dat in de studies van GIN voorkomt. Het WNF en de Dierenbescherming staan beide in de top tien van 2013. In de top tien van 2011 stond daar ook nog Natuurmonumenten bij.

Er zijn in Nederland zes kansspelvergunninghouders die bij Wet op de kansspelen verplicht een deel van hun opbrengst afdragen aan goede doelen. In tabel 3 is aangegeven welke bijdragen de loterijen hebben gegeven en aan welke doelen. Hoewel bij wet het algemeen belang is aangeduid met doelen op het gebied van: gezondheid, internationale hulp, kunst / cultuur, natuur milieu en dieren, maatschappelijk/sociaal, sport en recreatie, richten de loterijen zich vaak op bepaalde doelen, zoals in tabel 3 is aangegeven.

¹ Voor deze gegevens is in GIN 2015 wel een nadere uitsplitsing te zien in tabel 10.3

**Tabel 3** Bijdragen van kansspelen aan de maatschappelijke en goede doelen in 2011 en 2013

Vergunninghouder	richt zich op	Bijdrage in 2011 mln euro	Bijdrage in 2013 mln euro
Nationale Postcode Loterij	mens en natuur	284	303
Bankgiro Loterij	cultuur	64	63
Vriendenloterij	welzijn en gezondheid (ook sport)	48	49
Lotto	sport en klein deel naar cultuur, welzijn en gezondheid	81	59
Sportech BV	draf- en rensport	2	2
Samenwerkende Non-profit Loterijen (SNL) ² .	eigen organisaties en doelen: KWF Kankerbestrijding, Grote Club actie, Jantje Beton, Zonnebloem en Scouting	19	19
TOTAAL		498	494

In de top tien van meest begunstigde goede doelen organisaties van zowel de bron kansspelen als de nalatenschappen staan het Wereld Natuur Fonds en Natuurmonumenten. MND ontvangt relatief veel uit de kansspelen en staat als doel op de tweede plaats na internationale hulp. Momenteel wordt er bij de overheid gewerkt aan een wijziging van de Wet op de kansspelen om onder andere de online kansspelmarkt te reguleren. Hoe deze eruit komt te zien, is nu nog niet duidelijk. Als er meerdere kansspelvergunninghouders bijkomen, kan dit voor de huidige vergunninghouders negatief uitwerken, en dus ook voor de hoogte van de bijdragen aan bijvoorbeeld MND. De wijzigingen op de wet zullen naar verwachting in 2017 ingaan.

Bedrijven sponsoren en geven vooral aan de sector sport. MND krijgt weinig uit deze hoek, cultuur krijgt verhoudingsgewijs wel meer, grofweg 3 tot 5 keer zoveel. De cijfers laten door de jaren heen grote fluctuaties zien, misschien verklaard door de verschillen in aanwezigheid van bedrijven die veel sponsoren in de steekproef.

In de steekproef onder bedrijven is gevraagd naar de motieven voor sponsoring en giften, de meest genoemde motieven zijn:

- Maatschappelijke betrokkenheid;
- 'Wij hebben een taak ten aanzien van de leefbaarheid van onze omgeving';
- Het sluit aan bij de commerciële doelstellingen van het bedrijf; marketing, concurrentievoordeel, naamsbekendheid, toegang tot nieuwe contacten.

De bekendheid met de term 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' is groot, 74% onder de respondenten. De meeste bedrijven die invulling geven aan MVO, geven aan op de een of andere manier bewust om te gaan met het milieu (energiebesparing en afvalscheiding).

² In de stichting SNL zijn de vijf grootste intermediaire goede doelen organisaties verenigd, te weten: KWF Kankerbestrijding, Grote Club actie, Jantje Beton, Zonnebloem en Scouting.



Het verhaal achter de verschillen

Hoewel voor de sectoren natuur en cultuur de afname van inkomsten uit overheidssubsidies de afgelopen jaren ongeveer even groot was, is bij de gesprekspartners het beeld ontstaan dat de cultuursector harder geraakt werd. Mogelijk heeft dat er mee te maken dat er door het cultuurveld 'harder geroepen werd' (dit is af te leiden uit opmerkingen als: 'bomen protesteren niet', 'de cultuur heeft meer van zich laten horen in Den Haag', 'in de cultuur zijn enkele grote musea, orkesten en andere clubs, Den Haag kon makkelijker om het handjevol natuurclubs heen'). Partijen uit de cultuursector gingen meer zichtbaar voor het publiek op zoek naar nieuwe verdienmodellen. Ook is er vanuit de Rijksoverheid voor cultuur een stimuleringsprogramma opgezet om het ondernemerschap te stimuleren. Het is niet bekend waarom dat voor cultuur wel en voor natuur niet is gebeurd.

Enkele gesprekspartners die professioneel gezien met fondsenwerven te maken hebben bij natuurorganisaties, zijn van mening dat deze 'van ver moeten komen' in het zoeken naar andere financieringsvormen. Het beeld dat deze gesprekspartners hebben, is dat natuurorganisaties vooral van oorsprong een beherende en toezichhoudende taak hadden. Bescherming van de natuur was het voornaamste doel. Met deze boodschap is lange tijd slechts een klein deel van de mensen bereikt. Om meer burgers te bereiken zou je volgens deze gesprekspartners meer moeten gaan benadrukken dat natuur leuk is; 'Maak een goed verhaal en vertel over een beleving'. De laatste jaren zijn veel natuurorganisaties hier actief mee aan de slag gegaan, maar de omslag gaat niet zonder slag of stoot (zakelijk denken en ondernemend handelen wordt niet door alle medewerkers omarmd) en kost tijd. In de cultuursector was van oudsher al meer ervaring met het maken van producties voor burgers en het vermarkten daarvan.

Meerdere gesprekspartners gaven aan dat mensen over het algemeen het gevoel hebben dat natuur voor ons allemaal is en dat de overheid daarvoor moet zorgen. En als de overheid er voor betaalt, hoef je dat als burger niet nog eens te doen.

Betalen voor kunst en cultuur vinden mensen beter te begrijpen, omdat ze daarvan direct ervaren dat het gemaakt of gecreëerd moet worden. Voor een voorstelling, museum, evenement, poppodium of concert koop je een kaartje. Na afloop heb je een verhaal over een beleving wat je kunt delen, zoals een gesprekspartner zei. Het voordeel daarvan is dat je mensen direct binnen je deuren hebt, waardoor je deze ook meteen kunt benaderen voor een donateurschap en dergelijke. Voor de natuursector zijn vaak dezelfde kansen weggelegd (de boswachter kan na een excursie ook lidmaatschapsfolders uitdelen), maar daaraan zijn de medewerkers van de natuurorganisaties nog veel minder gewend. Het advies van gesprekspartners uit de cultuursector was dat natuurorganisaties meer nog de beleving moeten gaan benadrukken en meer moeten gaan leren denken buiten bestaande kaders. Daarbij kan een verhaallijn over 'groen is gezond' een mooie eerste oefening vormen. Er is immers een tendens gaande dat mensen bewuster omgaan (met gezondheid, beweging, voeding). Dus is de tijd wel klaar voor een ander verhaal, mits het goed gebracht wordt.



Vermogensfondsen in beeld

Uit de cijfers blijkt dat cultuur meer financiering krijgt via de vermogensfondsen dan natuur. Hoewel de cijfers niet een geheel betrouwbaar beeld van de werkelijkheid geven, kan er wel iets over gezegd worden. Twee gesprekspartners gaven aan dat van oudsher vermogensfondsen zijn opgericht vanuit zorg voor de armen en wezen en voor de kunst. Later is dat meer verschoven naar kunst en cultuur. De fondsen zijn opgericht door elitaire kringen, vermogende families. En kunst en cultuur was en is ook een elitaire sector. De status die fondsen voor kunst en cultuur met zich meebrengen, trekt bovendien anderen in het kielzog mee. Deze waarneming strookt wel met de bevinding dat mensen die aan cultuur geven vaak hoog opgeleide vermogende particulieren zijn. De (interne) cultuur die een vermogensfonds in de kunst en cultuursector heeft, wordt door een gesprekspartner gezien als meer elitair. Daarmee is er een verschil in status met fondsen voor natuur- en milieudoelstellingen. De doelgroep die aan natuur geeft is een veel bredere groep uit meerdere lagen van de bevolking.

Of er daadwerkelijk meer budgetten zijn voor cultuur dan voor natuur is voorgelegd aan de belangenvereniging van vermogensfondsen Nederland, het FIN. Een concreet antwoord is daar helaas niet op gegeven. Een gesprekspartner kon zich wel voorstellen dat een nieuw Natuurfonds, met een aansprekend boegbeeld een goed vehikel kan zijn om meer vermogen en nieuwe investeerders aan te trekken.

Een gesprekspartner gaf aan dat natuurorganisaties er beter aan doen om meer te zoeken naar welke thema's of doelgroepen bij een vermogensfonds belangrijk zijn, als het niet direct een fonds met 'natuurdoelstellingen' is. De uitdaging is om daar vervolgens een natuurproject als oplossing aan te koppelen. Als de natuursector wat slimmer en creatiever wordt in de aanvragen en deze ook breed genoeg maakt, worden projectideeën voor meerdere financiers aantrekkelijk. Zo kan obesitas en gezond leven aanhaken bij een natuurproject over vergroening van de steden. En kan natuurbeleving bij een specifieke doelgroep aanhaken, waar een fonds primaire aandacht voor heeft.

Betrekken burgers

De daling die te zien is in omvang van giften, donateurschap etc. bij de huishoudens, is lastig in zijn algemeenheid te verklaren. Sommigen zien een daling in bijdragebereidheid, maar anderen delen deze waarneming niet. Een veel gehoord signaal is dat de oude manier van donateurs werven niet meer zo werkt als vroeger. Nieuwe manieren om geld te werven, zoals crowdfunding, moeten worden verkend om nieuwe doelgroepen te binden. Als het gaat om erfenissen gaat het GIN ervan uit dat nalatenschappen voornamelijk van alleenstaande, kinderloze oudere vrouwen afkomstig zullen zijn. Een onderzoek van de VFI (brancheorganisatie van goede doelen) gaf juist aan dat 50% van de erfenissen toe te schrijven waren aan vermogende particulieren die zowel hun kinderen als een goed doel in het testament opnamen. Goede doelen organisaties zouden alle relevante doelgroepen moeten benaderen.

Sponsoring door bedrijven

De sector cultuur ontvangt meer inkomsten via sponsoring en giften dan de natuursector. Bedrijven zullen eerder aan een goed doel geven dat in lijn ligt met de bedrijfsactiviteiten. Sponsoring bij grote culturele evenementen komt regelmatig voor. Volgens een gesprekspartner hebben natuurorganisaties zich van oudsher vaak gekeerd tegen het bedrijfsleven, maar daar komt nu verandering in. Onder de noemer 'duurzaamheid' zou er meer mogelijk kunnen zijn. De vraag is



daarbij aan de orde of bedrijven gestimuleerd kunnen worden om vaker iets te geven of te sponsoren dat past in hun MVO beleid, bijvoorbeeld aansluitend bij ambities om CO₂-uitstoot te reduceren.

Organisatiegraad van de sector

In de sector cultuur is er sprake van brancheorganisaties en er zijn enkele grote congressen waar de sector elkaar ontmoet en kennis uitwisselt. Eén van die landelijke congressen is 'Cultuur in Beeld', dat het ministerie van OC&W jaarlijks organiseert en waar beleidsvoornemens en ontwikkelingen in de sector aan bod komen. Bij dit sectorbrede congres worden ook de notarisbonden uitgenodigd.

Daarnaast is er het congres 'Podiumkunsten', dat georganiseerd wordt door de vereniging van Schouwburg en Concertgebouwdirecties (VSCD). Het congres beoogt een ontmoetingsplaats te zijn voor vakgenoten van theaters, concertzalen, festivals, ensembles, orkesten, dans- en theatergezelschappen, impresariaten, fondsen en overheidsinstanties.

Een ander congres is van de Nederlandse vereniging van poppodia (VNPF), dat speciaal is voor medewerkers van poppodia en popfestivals.

Bij al deze congressen kunnen onderdelen van de sector, alsmede gasten uit aanpalende sectoren, kennis en expertise uitwisselen en inspiratie opdoen en netwerken vormen. Er is sprake van kennisuitwisseling die voor alle lagen in de organisatie van belang kan zijn. Hiermee geven deze congressen veel meerwaarde, ook toeleveranciers van diensten delen kennis. De georganiseerde collectiviteit versterkt de sector.



Stimulering vanuit ministerie van OC&W

Programma Ondernemerschap Cultuur

Een groot verschil tussen de sectoren natuur en cultuur is dat hoewel voor beide sectoren de overheidssubsidies daalden, er voor de sector cultuur een stimuleringsprogramma is opgezet om de Geefcultuur te stimuleren en voor de sector natuur niet. In een Kamerbrief³ wordt de essentie van de Rijksinzet verwoord:

De Rijksoverheid helpt culturele instellingen en makers over de gehele breedte het ondernemerschap te stimuleren, met een tijdelijk programma Ondernemerschap Cultuur. Belangrijke subdoelstellingen zijn het vergroten van de geef- en investeringsbereidheid vanuit de private sector en de verbreding van de financieringsmix van gesubsidieerde instellingen. Het programma loopt van 2012 tot 2017. Jaarlijks is hiervoor zo'n 3,3 miljoen euro beschikbaar voor drie pijlers, te weten:

1. **De Stichting Cultuur-Ondernemen** (€ 1,6 miljoen)

Deze stichting heeft de opdracht om individuele kunstenaars, creatieven en culturele organisaties te ondersteunen op gebied van ondernemerschap en meer rendement te halen uit hun activiteiten. De stichting heeft een breed pakket aan diensten zoals trainingen, coaching, advies en begeleiding, good governance, verruiming van financiële mogelijkheden, micro-financieringen, leningen en ontwikkeling ondernemerschap. Zij stimuleren het ondernemerschap en laten de deelnemers naar andere domeinen kijken waar kunst en cultuur aan kan bijdragen door nieuwe waarden te creëren. Dit past ook in de missie van minister Bussemaker om buiten de eigen domeinen te kijken naar financiering⁴.

Naast de financiering van OC&W verkrijgt de stichting ook gelden via andere fondsen.

2. **Het programma Leiderschap in Cultuur, LinC** (€ 900.000)

Het LinC programma is opgezet om de individuele leiderschapskwaliteiten te vergroten. Het programma wordt uitgevoerd door de Universiteit Utrecht en Kennisland, in samenwerking met Hogeschool voor de Kunsten Utrecht en Coaching in Cultuur. Het is een intensief leerprogramma dat nu zijn derde lichting deelnemers start. Het programma doorloopt 14 maanden en heeft een studiebelasting van circa 710 uur. Deelname kost € 20.000 per deelnemer, waarvan OC&W 90% betaalt. Het programma beoogt een nieuwe lichting leiders in de cultuur neer te zetten, die zich ook kunnen mengen in het publieke debat.

3. **Wijzer Werven** (€ 800.000)

Het Wijzer Werven programma is een training- en coaching traject op het gebied van fondsenwerving en het vergroten van de eigen inkomsten. Het samenwerkingsverband van Berenschot, Charistar en Van Dooren Advies is aangesteld door OC&W om dit programma uit te voeren. Het Ministerie van OC&W neemt ook hiervoor 90% van de kosten voor zijn rekening.

Dit programma is gericht op teams binnen een organisatie. Afhankelijk van de vraag of probleem, wordt na analyse een traject op maat gemaakt. Het gaat erom dat een organisatie op een bestendige manier een werkwijze krijgt aangereikt, die haar inkomsten kan vergroten en de financieringsmix kan verbreden. De aanpak is dat binnen de organisatie van management tot de kassamedewerker mee kan doen aan onderdelen van het traject, om zo

³ <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/kunst-en-cultuur/documenten/kamerstukken/2012/05/31/kamerbrief-over-programma-ondernemerschap-cultuur>

⁴ <https://vng.nl/onderwerpenindex/cultuur-en-sport/nieuws/extra-geld-voor-verbindingen-cultuur-andere-domeinen>



de transitie vorm te geven. Er doen zowel hele kleine als grote organisaties mee in dit programma.

Aan alle gesprekspartners die betrokken zijn bij (onderdelen) van het Programma Ondernemerschap Cultuur is de vraag gesteld of een dergelijk programma zich kan vertalen naar de natuursector. Alle gesprekspartners zien overeenkomsten en mogelijkheden.

De sector natuur bevindt zich ook in het publieke domein en de sector is genoodzaakt anders naar financiering te gaan kijken. In deze sector en bij andere sectoren komen de legitimatievragen aan bod; wat is hun bestaansrecht en hoe kun je dat veiligstellen? De tendens is dat de samenleving steeds kritischer is op het omgaan met publieke middelen en of het geld goed wordt besteed aan het algemeen doel. Dus de organisaties en hun medewerkers moeten zich afvragen wat het verhaal is van de organisatie en wat hun propositie is. Bij natuurorganisaties gaat het ook om een breder draagvlak krijgen voor activiteiten. Een gesprekspartner zei hierover dat men in de cultuur nu ook op zoek is naar managers met een nieuw elan, die zijn vast ook nodig bij de natuurorganisaties.

Overigens is de erfgoedsector onderdeel van de sector cultuur en is er bij enkele natuurorganisaties een duidelijke verbinding met erfgoed. OC&W ziet dat zich geen medewerkers of leidinggevenden uit de erfgoedsector aanmelden voor het programma Ondernemerschap Cultuur, hoewel dit wel een mogelijkheid zou zijn.

Het ondernemerschap stimuleren en het leren kijken naar andere domeinen is een ervaring die natuurorganisaties ook kunnen gebruiken. Ze zouden zich ook verder kunnen ontwikkelen door het vergaren van kennis, uitwisselen van ervaring en opleiden in verdienmodellen. Het zoeken naar publiek private samenwerking, zoals met de grote gevers en mecenaat is ook een training die voor zowel cultuur- als natuurorganisaties zinvol is.

In de andere gesprekken hebben enkele gesprekspartners al aangegeven dat natuurorganisaties een verandering in denken nodig hebben, er moet een verandering komen in de organisaties. Of zoals een gesprekspartner zei: 'Natuurorganisaties moeten zich steeds meer realiseren dat ze een fondsenwervende organisatie zijn geworden en fondsenwerven is een vak.' Enige vorm van opleiding kan hierin helpen.

Een eerste stap die men ziet om een dergelijk stimuleringsprogramma te vertalen is om een 'oploopje' te organiseren van sleutelfiguren uit de natuursector en beleid. In een sessie kunnen ambitie en doelstellingen getoetst worden en behoeftes gepeild worden. Een belangrijke randvoorwaarde is wel dat er voldoende budget hiervoor beschikbaar is.

[De portal 'Cultuur daar geef je om'](#)

De portal 'cultuur daar geef je om' is ingesteld als publiekcampagne. De campagne is inmiddels stopgezet. De kennisbank die er bij hoort, zou gaan verhuizen naar 'Wijzer Werven', omdat OC&W die kennis niet verloren wil laten gaan. Op dit moment is nog niet duidelijk waar de site naar toe gaat, omdat het een publieksdeel heeft en een kennisbank voor organisaties. De gesprekspartners hebben diverse geluiden inzake de portal verwoord. Zo vraagt men zich af of de consument voldoende aanleiding heeft om naar het portal toe te gaan (de vergelijkbare portal 'Sport, daar geef je om' zou volgens een gesprekspartner ook niet zo goed lopen). Als je een portal 'Natuur, daar geef je om' zou opzetten, dan zou je wel de verbinding moeten zoeken met de andere portals.



Fondsen door overheid ingesteld

De minister van OC&W heeft verschillende cultuurfondsen ingesteld. De cultuurfondsen zorgen met hun subsidies aan instellingen en kunstenaars voor de dynamiek en vernieuwing in de cultuursector. Elk fonds richt zich op een ander cultuurgebied. Het gaat om het Fonds Podiumkunsten, het Fonds voor Cultuurparticipatie, het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie, het Mondriaanfonds, het Nederlands Filmfonds en het Nederlands Letterenfonds. De fondsen hebben verschillende manieren om instellingen te ondersteunen. Bijvoorbeeld met projectsubsidies, beurzen en subsidies voor kunstenaarsinitiatieven.

Overleg tussen ministerie en betrokkenen

In de gesprekken werd gemeld dat er bij OC&W met enige regelmaat een overleg is met de belangrijkste particuliere cultuurfondsen. Hoewel de fondsen daar enigszins terughoudend in zijn, is het vanuit OC&W bedoeld om elkaar op de hoogte te houden van ontwikkelingen. Ook wordt er af en toe informeel gesproken met enkele grote gevers.

De multiplier in de Geefwet

In de Geefwet die in 2012 is ingevoerd, is een multiplier opgenomen die giften aan geregistreerde culturele instellingen aantrekkelijk maakt. De multiplier biedt individuen en bedrijven een extra fiscaal voordeel wanneer zij een donatie doen aan een culturele instelling met ANBI status. Particuliere giften mogen voor aftrek met 1,25 worden vermenigvuldigd. Voor bedrijven is de multiplier 1,5. Dit zou kunnen leiden tot hogere donaties, als men rekent met de multiplier en het effect op de netto bijdrage. De multiplier verandert niets aan de drempel voor het gebruik van de giftenaftrek. Als een organisatie goed is in het verwerven van inkomsten uit sales en fondsenwerving, dan kan de multiplier haar helpen om daar meer aandacht voor te vragen. Met andere woorden, de multiplier op zich zorgt niet voor meer inkomsten, maar de daadkracht van een organisatie in haar marketing en PR is daar leidend in.

Slechts een beperkt deel van de belastingplichtigen gebruikt de giftenaftrek, waardoor de multiplier naar verwachting een beperkt effect zal hebben. Ook is maar de vraag of de giften verhoogd worden en er meer aan de organisatie ten goede komt. In 2013 is de Geefwet goedgekeurd. Veel culturele instellingen hebben met communicatie hierover gewacht tot het definitief was. Aangezien 2013 ook het jaar is waarover de cijfers voor het GIN onderzoek gaat, is er nog nauwelijks aanwijsbaar effect gemeten. Eind 2015 zal de VU met de resultaten van een deelonderzoek komen, dat onder instellingen wordt gehouden om mogelijk effect van de multiplier te meten.

Overigens profiteert een gift voor een specifiek natuurdoel aan het Prins Bernhard Cultuur Fonds ook van het fiscale voordeel, omdat het PBCF een culturele ANBI is. Over dit voordeel voor de natuur is niet apart gecommuniceerd door het PBCF.



Overige ideeën voor stimulering fondsenwerving voor natuur

Beurzen

Natuurorganisaties kunnen zich aan het publiek zichtbaar maken op een beurs. In België wordt jaarlijks een Zenith beurs gehouden, een beurs voor 50 plussers. Onderdeel daarvan is de 'Salon van het Testament voor het Goede Doel'. Dat onderdeel wordt georganiseerd door testament.be, een groepscampagne van ruim 100 goede doelen (waaronder Wereld Natuur Fonds) en maatschappelijke organisaties. De missie is mensen bewust maken van de mogelijkheid een goed doel op te nemen in hun testament.

In Nederland wordt ieder jaar de 50 Plus Beurs gehouden. Deze beurs trok in september 2015 zo'n 97.000 bezoekers in vijf dagen tijd. De beurshal is ingedeeld in thema's, te weten vakantie, vrije tijd, wonen, mode en beauty, gezondheid en maatschappij. Om het grote publiek te bereiken op een directe manier lijkt deze beurs erg geschikt, dit kan een verbreding van de doelgroep betekenen. Natuurorganisaties kunnen zich presenteren in combinatie met bijvoorbeeld gezondheid of recreatie en toerisme. De kosten voor de kleinste stand variëren van ca € 3.200 incl. tot € 4.500 incl. BTW. Naast de 50 Plus Beurs zijn er nog meer beurzen gericht op het grote publiek, waar natuurorganisaties zich zouden kunnen profileren. Zo is er de Libelle zomerweek en de Margriet Winterfair. Het PBCF presenteert zich regelmatig op culturele beurzen.

Rol notarissen

In een gesprek met de Koninklijke Notaris Bond kwam naar voren dat het haar opvalt dat er weinig aantrekkelijk leesmateriaal ligt in de wachtkamers van notarissen. Er is een rek met foldertjes en er is de Goede Doelengids. De natuursector zou mensen die voor andere zaken naar de notaris gaan (huwelijk, huis kopen, etc.) en in de wachtkamer zitten een blad kunnen aanbieden. Dat kan een eigen 'natuurgeef-glossy' zijn, of er kan worden aangesloten bij een bestaand blad. Zo wordt het SDU-halfjaarblad 'Voor nu en later' in een oplage van 50.000 stuks verspreid via het notariaat, organisaties van goede doelen en de boekhandel. Een eerste indruk is dat de kennis van notarissen over natuurorganisaties zich beperkt tot de grote organisaties.

Zoals reeds gemeld betreft OC&W notarissen bij het congres 'Cultuur in beeld'.

Zichtbaarheid boven het maaiveld

Uit enkele van de gesprekken blijkt dat men een verschil ziet in hoe er naar de sector cultuur gekeken wordt van buitenaf. Namelijk, het is een elitaire wereld, waar men graag mee geassocieerd wenst te worden. Er zijn wel een paar boegbeelden aan te wijzen. Zo noemde een gesprekspartner dat velen directeur Pijbes van het Rijksmuseum wel zouden kennen, dat is een bekend gezicht die ook bij toonaangevende tv-programma's als DWDD komt. Maar als je zou vragen wie in de natuursector bekend is, dan kom je niet ver. Mede door het ontbreken van dergelijke ambassadeurs doet de natuur minder mee in het publieke debat. Het zou dus heel goed zijn om met de natuurorganisaties te gaan kijken welke personen het ambassadeurschap kunnen vervullen. Ook zouden er volgens deze gesprekspartner vaker leiders vanuit de natuurorganisaties zich moeten mengen in het maatschappelijk debat. Een nieuw Natuurfonds met boegbeeld kan aan de zichtbaarheid van de sector bijdragen en zo het belang van de natuur onderstrepen.



Bijlage 1 Website verwijzingen

<https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/kunst-en-cultuur/documenten/kamerstukken/2012/05/31/kamerbrief-over-programma-ondernemerschap-cultuur>

www.kansspelautoriteit.nl/onderwerpen-0/vergunningen/meerjarige-vergunning/

www.fsw.vu.nl/nl/Images/02%20Veerkracht%20Rene%20Bekkers_tcm30-449976.pdf

www.cultuurinbeeld.com/ congres 14 december 2015

leiderschapincultuur.nl/ LinC programma

<http://www.cultuur-ondernemen.nl/>

<http://wijzerwerven.nl/>

<https://www.rijksoverheid.nl/documenten/beleidsnotas/2015/06/08/ruimte-voor-cultuur>

Beleidsnota juni 2015

<https://vng.nl/onderwerpenindex/cultuur-en-sport/nieuws/extra-geld-voor-verbindingen-cultuur-andere-domeinen> Extra geld voor verbindingen cultuur en andere domeinen.