



# ONDERNEMEN IN CULTUUR

20 MAART 2023 / ANTWERPEN



DOENKER

DOENER / DENKER



## INTRO

De stad Antwerpen organiseerde op 20 maart 2023 voor de brede kunst- en cultuursector in Antwerpen een netwerk- en inspiratiedag rond Ondernemerschap in Cultuur.

Tijs Vastesaeger van Doenker, mocht als gastheer het geheel aan elkaar praten en op het einde van de dag een persoonlijke samenvatting geven van alle dingen die hij opstak van de keynote en de break-out sessies.



Tijs Vastesaeger - © frederik Beyens

Hieronder volgt een samenvatting van de input uit de verhalen van;

- [AMS](#) professor Robin De Cock (keynote: The Art of Innovation)
- [De Republiek](#) door Bart Geernaert
- [Casco Phil](#) door Benjamin Haemhouts

- [MINO Art Space](#) door Ama Koranteng-Kumi en Tinne Langens
- [Mu.ZEE](#) en Permekemuseum door Dominique Savelkoul
- [SKAUT](#) door Filip Waegemans




© Frederik Beyens

Centraal in deze samenvatting staat de definitie van ondernemen in cultuur zoals Doenker ze gebruikt. Ondernemen is het antwoord op de vraag:

**Waarom is wat ik doe van waarde**

**En hoe kan ik die waarde omzetten naar een betalingsbereidheid van een ander.**

Waarde is hierin niet alleen economische waarde. Het kan ook gaan over maatschappelijke waarde, ecologische waarde, sociale waarde, etc. Het gaat ook over de waarde van alles wat je hebt. Je hebt niet alleen een aanbod, maar ook expertise, een netwerk, misschien gebouwen, creativiteit, visie, een 'merknaam', ... De betalingsbereid gaat niet alleen over wat een 'klant' bereid



is te betalen, maar ook over de middelen die je kan vinden bij geldschieters, partners, investeerders, mecenaat, overheden, crowdfunding, etc...

De samenvatting wordt opgehangen aan **15 uitnodigingen in gebiedende wijs** en hier en daar een vraag of een voorbeeld.

### 1. DURF EEN VERSCHIL WILLEN MAKEN

Ondernemen is impact willen hebben. Ondernemen is een écht verschil willen maken. En daar dan voluit voor gaan.

*Bv. ik wil zorgen dat jongeren earplugs dragen om zichzelf beschermen tegen lawaai en dit hip en cool gaan vinden ⇒ Looper*



### 2. STOP MAKING SENSE

Innovatie hoeft niet altijd baanbrekend te zijn. Evolutie en verbetering kan ook in kleine dingen ontstaan en bijzonder belangrijk zijn. Niet alles hoeft altijd rationeel te kloppen om toch juist te zijn.

*"I wanted my head to appear smaller and the easiest way to do that was to make my body bigger, because music is very physical and often the body understands it before the head." (David Byrne over het pak dat hij droeg in Stop making Sense)*


*Robin De Cock - AMS - © Frederik Beyens*

### 3. DURF JE EIGEN WAARHEID IN VRAAG STELLEN

Zorg dat de puzzel past. Make it fit. Als je niet voorbij je eigen waarheid, je eigen assumpties durft kijken, zal jouw oplossing misschien niet écht passen voor de doelgroep.

*Ben je zeker dat de meeste oudere dames van beige houden?*

### 4. DURF WAARDE ZIEN BENOEMEN EN CAPTEREN



Wees trots op wat je te bieden hebt. Als jij het al niet naar waarde schat – wie moet het dan wél doen? Waarde is niet wat het jou gekost heeft om het te kunnen maken. Waarde is welk verschil het maakt voor de ander. Bouw nieuwe duurzame relaties vanuit kruisbestuiving. Verbind.

*Misschien heeft je klant, of het bedrijf waarmee je samenwerkt wel meer betalingsbereidheid dan jij durft vragen.*

## **5. VERTEL JE VERHAAL**

Begin bij het WAAROM. Waarom is wat jij doet van waarde? Waarom wil jij welk verschil maken in de wereld? Waarom is kunst en cultuur even essentieel als een dak boven ons hoofd? Wees het geloof dat de moeite is om te verspreiden. Fondsenwerving gaat niet om geld vragen: het gaat om iemand anders een unieke kans geven om te investeren in iets bijzonder waardevol.

## **6. ZIE DE KANSEN DIE ER ZIJN – DENK MEE**

In een wereld vol verandering gaat vanalles verloren. Onvoorspelbaarheid is het nieuwe normaal. Gelukkig ontstaan er daardoor ook permanent nieuwe kansen. Er is niet slechts 1 weg naar jouw bestemming. Als de ene spaak loopt, neem je gewoon een andere.

Gebruik de energie van een ander om jouw beweging te versterken. Denk mee met je partners. Waar willen zij naartoe? Wat is voor hen essentieel? Daar waar je elkaar vindt ontstaat extra energie. Relevantie moet altijd wederkerig zijn.

## **7. (H)ERKEN HET VAKMANSCHAP VAN FONDSENWERVING**

Fondsenwerving is een vak. Een vak dat aandacht, energie en ervaring vraagt. Niet iets dat je er zomaar bijneemt tussendoor. Tegelijk is het belangrijk om te werken aan een organisatiecultuur waarin iedereen fondsenwerver is. Van onderhoudsmedewerkers tot voorzitter van het bestuur: iedereen kan uitdragen dat wat de organisatie doet van waarde is en anderen uitnodigen om betalingsbereid te hebben of dat mee uit te dragen.



*Dominique Savelkoul - MuZee © Frederik Beyens*

## **8. NETWERK (DAT IS NET WERKEN)**


90% van alle deals wordt gesloten door mensen die elkaar kennen. Je netwerk is van grote waarde. Netwerken vergt inspanningen. Het is letterlijk en figuurlijk een werk-woord. Als je onderneemt in of met cultuur is netwerken net zo belangrijk als het zakelijke beheer én de bezieling van wat je doet.

## **9. SPREID JE INKOMSTEN**

Leg nooit al je eieren in 1 mand. Maak jezelf nooit afhankelijk van 1 type inkomsten. Zorg voor een goede financieringsmix. Maak combinaties van inkomsten uit verschillende businessmodellen die je kan bouwen rond wat je allemaal in huis hebt. Combineer inkomsten uit verkopen (bv. tickets), met giften (bv. geefzuilen, crowdfunding), diensten (bv. advies, consultancy), subsidies, sponsoring, mecenaat, nalatenschappen, etc...

## **10. GA OP AVONTUUR - WEES ROBIN HOOD**

Een Robin Hood haalt het geld daar waar de draagkracht groter is en zorgt



ervoor dat zij die minder hebben (bv. kunstenaars) beter vergoed worden. Wie heeft geld veul voor jouw expertise? Kan je dat geld vervolgens gebruiken om anderen mee te steunen?

Voorbeelden:


- *Mino Art Space haalt 60% van haar middelen uit het werk als Mino Agency (consulting).*
- *Casco Phil organiseert sessies Symfonisch Leiderschap waarbij bedrijfsleiders met een orkest als ‘speeltuin’ kunnen ervaren welke dissonanties ontstaan bij slechte communicatie of gebrek aan helder delegeren.*



*Ama Koranteng-Kumi - Mino Art Space - © Frederik Beyens*

## **11. WERK NIET UITPUTTEND MAAR REGENERATIEF**

In de landbouw wordt langzaam de shift gemaakt van een agrarische cultuur die de grond uitput (en veel kunstmest nodig heeft) naar een cultuur die regeneratief is - waarbij de voedingsbodem zichzelf versterkt.



Wat betekent regeneratief werken in Cultuur. Hoe putten wij de voedingsbodem uit? Hoe gaan we om met de precariteit van kunstenaars? Alles begint met écht luisteren en ont-leren. Een wezenlijk gesprek over noden en behoeften, over dialoog i.p.v zendingsdrang.

## **12. BIEDT RUIMTE / DENK RUWBOUW**


Als je alles afwerkt en inricht tot in de puntjes is er geen ‘speelruimte’ meer. Als je denkt vanuit ruwbouw/casco dan zoek je naar wat de essentie is om genoeg draagkracht en slagkracht te hebben. En laat je de invulling open. Openheid biedt flexibiliteit. Zo kan je blijven inspelen op veranderende omstandigheden en maximaal inspelen op kansen die zich aandienen.



*Benjamin Haemhouts - Casco Phil - © Frederik Beyens*

## **13. VERBINDT EN DENK GROTER**

Door samen te werken en krachten te bundelen ontstaat efficiëntie en effectiviteit. Meer slagkracht ontwikkelen op bijvoorbeeld communicatie, financieel beheer of vrijwilligers hoeft je niet noodzakelijk te doen door



vooral zelf te groeien. Ook door krachten te bundelen met andere organisaties, door gebruik te maken van gedeeld werkgeverschap, gecentraliseerde backoffice of gedeelde ruimtes kan je stappen vooruit zetten.



*Bart Geernaert - De Republiek - © Frederik Beyens*

#### **14. KEN UW PLAATS**

In relaties tot anderen is het belangrijk om je plaats te kennen. Jezelf naar waarde schatten, vanuit fierheid en trots ageren, hoeft niet te leiden tot grootheidswaan. Je plaats kennen, betekent dat je zoekt naar partners in gelijkwaardigheid. Zodat samenwerkingen duurzame relaties kunnen worden vanuit een visie op de lange termijn en niet de winst op korte termijn. Je hebt alle recht om de partners ook hun plaats te leren kennen. Partners horen zich niet te bemoeien met artistieke keuzes.

*Je denkt toch niet dat een sponsor van Rock Werchter gaat mogen zeggen wat Bruce Springsteen op het podium moet doen?*

## 15. DURF LUI ZIJN

Tot slot. “In der Beschränkung zeigt sich erst der Meister.” Goethe schreef het al in 1800 in zijn gedicht *Natur und Kunst*. Je kan niet op alle slakken zout leggen. Durf kiezen. Wil je de wolventroep zijn die wekenlang rondwaalt op zoek naar prooi? Of wil je het jachtluipaard zijn dat de hele dag in de schaduw ligt en met 1 welgemikte spurt aan 128 km/uur ten aanval trekt?

Wees zuinig met de energie van jezelf, van je team, van je vrijwilligers, van de kunstenaars waarmee je werkt, ... Verspil niet nodeloos energie aan de zaken die in the end niet het echte verschil zullen maken. Net zoals je met dikke dossiers en 20 slides geen sponsors moet proberen overtuigen. Als je de essentie van je verhaal niet op 1 pagina uitgelegd krijgt, is de echte waarde, de echte ‘waarom’ ook voor jezelf niet helder genoeg.



Filip Waegemans - Skaut - © Frederik Beyens