

ROUTE
ONDERNEMERSCHAP
VERGROOT
JE KANSEN
IN 8 STAPPEN

ZAKELIJKE GIDS VOOR
KUNSTENAARS EN CREATIEVEN

CULTUUR+ONDERNEMEN

LUISTER DE PODCAST HOE IK KUNSTENAAR BLIJF VOOR MEER VERHALEN VAN ONDERNEMENDE KUNSTENAARS



[CULTUUR-ONDERNEMEN.NL/PODCAST](https://cultuur-ondernemen.nl/podcast)

WELKOM

Klaar voor de start?

Naast het maken van het mooiste en beste werk dat je te bieden hebt, draag je ook zorg voor je onderneming. Ondernemen is doen: uitproberen, risico nemen, nogmaals proberen en doorzetten. Door je in 8 stappen langs de Route Ondernemerschap te leiden, helpt Cultuur+Ondernemen je jouw koers te vinden in je werk. In deze gids ondersteunen we je in het verwoorden van je artistieke doelen en hoe die uit te dragen naar publiek.

We bieden inspiratie, tips en ervaringsverhalen van kunstenaars, een acteur, componist, architect en documentairemaker. Dit zijn stuk voor stuk eyeopeners, die je laten zien hoe jouw artistieke kwaliteiten ook echt goed zijn te gebruiken in je ontwikkeling als ondernemer.

En: dit is een boekje, maar weet dat je bij Cultuur+Ondernemen ook altijd persoonlijk advies kan inwinnen. Er is de gelegenheid om met ons in gesprek te gaan.

Veel leesplezier!

INHOUD

WAAR OF NIET WAAR? 3 STELLINGEN 6

STAP 1 ONTWIKKEL JE PROFESSIONELE IDENTITEIT 11

STAP 2 BOUW EEN STABIELE BASIS 17

INTERVIEW MET KUNSTENAAR TIJS ROOIJAKKERS 26

STAP 3 KIES ZELF DE VORM VAN JE ONDERNEMING 29

INTERVIEW MET ACTEUR MICHAËL BLOOS 36

INTERVIEW MET COMPOSITIST KATE MOORE 38

STAP 4 ZORG DAT JE GEZIEN WORDT 40

INTERVIEW MET ARCHITECT MATHIS J. BOUT 44

STAP 5 KOM IN CONTACT MET KLANTEN 47

INTERVIEW MET DOCUMENTAIREMAKER ANKE TEUNISSEN 58

STAP 6 ONDERHANDEL ALS EEN BAAS 53

STAP 7 VIND FINANCIERING VOOR JE PLAN 61

STAP 8 FOCUS MEER, STRESS MINDER 67

INTERVIEW MET KUNSTENAAR RAJAE EL MOUHANDIZ 70

NUTTIGE ADRESSEN 72

CONTACT 76

COLOFON 77

KUNSTENAAR EN ONDERNEMER

HOEVEEL KANS VAN SLAGEN HEEFT DAT NU ECHT?

Talent hebben is niet genoeg, ondernemerschap zou in je genen moeten zitten, toch? Is het wel terecht om hier nerveus van te worden? We beginnen met het ontrafelen van de hardnekkige mythe dat kunstenaars geen ondernemers kunnen zijn aan de hand van drie stellingen.

STELLING 1 JE KUNT PAS EEN GESLAAGD ONDERNEMER ZIJN ALS JE VAN NATURE EEN ZAKELIJK INSTINCT HEBT.



Rond zakelijk instinct heerst het beeld dat je het bij geboorte hebt meegekregen. Maar net zoals ruimtelijk inzicht, balgevoel of een goed geheugen is het eerder een vaardigheid. En daar kun je aan werken. Natuurlijk is de een ergens beter in dan de ander. Dat wil alleen niet zeggen dat wat je bij je geboorte hebt meegekregen nooit meer te verbeteren is.

Ondernemerschap wordt weleens gedefinieerd als denken, durven, doen. Dus het is eerder een kwestie van doen dan van kunnen. De vraag is niet: ben je ondernemer, maar: hoe ondernemend ben je? Ondernemen is het vermogen om je ideeën om te zetten in daden. Je hebt er skills voor nodig die je kunt ontwikkelen. In dit boekje vind je alles om daar actief mee aan de slag te gaan.

STELLING 2

ALS KUNSTENAARS ZICH NIET SPIEGELEN AAN ONDERNEMERS, KUNNEN ZE HET VERDER WEL VERGETEN.

Wat je nooit moet vergeten is dat je artistieke creatie het allerbelangrijkst is; zorg dat je de beste wordt in wat je maakt. Als je voelt dat je op het juiste spoor zit met je kunst, is het mogelijk dit ook aan andere mensen te laten zien. Wie zich tegelijkertijd verdiept in de zakelijke kanten van zijn creatieve onderneming maakt zichzelf een stuk weerbaarder.

Voor alle soorten ondernemers is het belangrijk goed inzicht te krijgen in de eigen manier van werken. Zodat je je realiseert wat er allemaal komt kijken bij de ontwikkeling van je artistieke loopbaan. Naam en faam verwerven is daarmee nog geen garantie, maar je bent tenminste wel een stuk beter voorbereid.

STELLING 3

EEN HEEL ONDERNEMINGSPLAN? NERGENS VOOR NODIG. DE BESTE IDEEËN PASSEN OP DE ACHTERKANT VAN EEN BIERVILTJE...

Lanceren als creatief ondernemer is eigenlijk vooral een kwestie van strijdvaardigheid. Cultuur+Ondernemen staat je hier graag in bij en heeft goede hulpmiddelen om je ondernemende houding te versterken. Van (online) workshops tot het leerprogramma Route Ondernemerschap. En van online tools tot persoonlijk advies van onze adviseurs.

Hoe compacter het antwoord op de vraag 'welk probleem los ik op?', hoe beter. Als je je waarom-vraag kunt beantwoorden en je waardepropositie en doelgroep kunt samenvatten op één A4'tje, scherpt dat niet alleen je denken aan, het overtuigt ook. Voordat je je idee voor een product of dienst in je ondernemingsplan giet en van een financieel plan voorziet, is het raadzaam een stabiel businessmodel uit te werken. Hoe dat werkt, lees je in stap 2 van deze gids.

Of je ondernemingsplan daarna als lijk boekwerk, op een A4'tje of op de achterkant van een bierviltje wordt gepresenteerd, is jouw eigen keus en afhankelijk van je doel. Hoe je verhalen toepast om je toekomstige bedrijf en jezelf onder de aandacht te brengen is een kwestie van storytelling. Over het nut van de waaromvraag en storytelling meer in stap 1.

‘In ruimtes zie ik meteen bewegingen en vormen. Ik hoef maar te kijken, of er ontstaan in mijn fantasie al allerlei ideeën’

BEELDEND KUNSTENAAR TIJS ROOIJAKKERS

LEES HET INTERVIEW MET TIJS
OP PAGINA 26

STAP 1 ONTWIKKEL JE PROFESSIONELE IDENTITEIT

Waar liggen je kansen en waar ben je goed in? Alles begint met een helder verhaal over jou en je werk dat to-the-point is en waarmee je anderen overtuigt. Of je nu je autonome werk wilt verkopen, een opdracht wilt binnenhalen of een eigen project initieert: zorg dat je kunt vertellen wie je bent en wat je beweegt.

Misschien herken je de zoektocht naar weten wat je doet, waarom je het doet en waarvoor. Dit hoofdstuk biedt handvatten om met je professionele identiteit aan de slag te gaan. We laten je kennis maken met Simon Sinek (Golden Circle) en Chris Guillebeau (*The \$100 Startup*). Rajae el Mouhan-

diz is een ervaringsdeskundige die meerdere kunst disciplines beheerst en daar op een mooie manier haar handelsmerk van heeft weten te maken. Met hulp van entrepreneurconsultant Martijn Driessen gaan we verder in op wat ondernemerschap is en wat je er voor nodig hebt.

SCHRIJF HET OP

We beginnen met een oefening die je laat nadenken over wat jou bijzonder maakt.

Stel jezelf deze vragen en schrijf er het eerste antwoord bij dat in je opkomt.

● WAAROM

Waarom is mijn werk belangrijk? Wat heeft de ander er aan? Aan welk groter geheel draagt het bij? Waar leidt het toe? Wat doet het met mij als ik aan het werk ben? Wie worden er beter van?

● HOE

Hoe pak ik mijn werk aan? Waarin onderscheid ik me met deze aanpak van anderen?

● WAT

Hoe noem ik wat ik doe? Welke naam heeft mijn product of dienst? Wat verkoop ik? Wat krijgen mensen?

BEGIN MET WAAROM

De meeste bedrijven denken de verkeerde kant op. Ze vertellen hun klanten wat ze doen ('wij verkopen computers'), vervolgens hoe ze dat doen ('met geweldige

service en garantie') en misschien ook nog waarom ('wij willen dat uw leven geweldig wordt').

Schrijver Simon Sinek werd beroemd met zijn TED Talk over leiderschap, waarin hij ondernemers uitdaagde dit om te keren. Het succes van computerbedrijf Apple is volgens hem uit te leggen doordat zij met de waaromvraag beginnen ('wij dagen de gevestigde orde uit'), daarna vertellen hoe ze dat doen ('op een innovatieve manier') en tot slot pas dat ze dat onder andere doen door computers te maken.

GOLDEN CIRCLE

Sinek noemt dit de Golden Circle. Waarom je het doet, hoe je het doet en wat je doet. Geef je de waaromvraag niet genoeg aandacht, dan blijft écht succes uit. Je toekomstige klanten zullen volgens deze theorie namelijk vooral geïnspireerd worden door je waarom. Je waarom is je inner fire, jouw drijfveer als kunstenaar, de reden waarom je elke ochtend je bed uit springt. Natuurlijk is de buitenkant van belang, maar wat echt telt is de binnenkant. Het gaat erom dat

je je interne potentieel vervult. Dat je met een inspirerend verhaal 'uit het hart' vertelt wat je de wereld te bieden hebt.

STORYTELLING

Rajae El Mouhandiz is muzikant, zangeres, producent, theater- en filmmaker. Ze raadt beginnende ondernemers aan gebruik te maken van storytelling. Je hebt de wereld iets te bieden, zegt ze. Formuleer krachtig wat dit is en waar je voor staat in de vorm van een verhaal. Verhalen zijn namelijk een ideale manier om contact te maken met je publiek. Mensen te raken, te verleiden, zingeving te bieden, een vertrouwensband en wij-gevoel met ze op te bouwen. Behalve je artistieke werk maken nog drie onderdelen deel uit van je van bestaansrecht volgens El Mouhandiz: een eigen signatuur hebben en zelflerend vermogen ontwikkelen met als belangrijke voorwaarde dat je werk een aanwinst is voor de sector.



LEESTIP
Het gratis e-book The Seven Pillars of Storytelling

KIJKTIP
De vlog met Rajae El Mouhandiz

Haar beste en slechtste artistieke beslissing onthult Rajae el Mouhandiz op pagina 74

SUCCESSFACTOREN

Martijn Driessen deed uitgebreid onderzoek naar persoonlijkheidskenmerken van ondernemers. De ondernemerschapstest van de Kamer van Koophandel is op zijn onderzoek gebaseerd. Ook ontwikkelde hij de Creative Scan, een versie speciaal voor de creatieve sector. Hij ontdekte dat je je in sommige aspecten van het ondernemerschap kunt bekwalen. Daarbij is het vooral belangrijk je zwakke punten te kennen. Zodat je daaraan kunt werken en ze kunt verbeteren. Kijk maar naar de zes succesfactoren op de volgende pagina:

ONDERNEMEN, DIT HEB JE ER VOOR NODIG

1. CREATIVITEIT

Ook ondernemerschap start met creativiteit. Je artistieke product staat voorop, maar er is ook creativiteit voor nodig om een idee op zo'n manier uit te bouwen dat het leidt tot een prachtbedrijf. Zet je creatieve denkvermogen bijvoorbeeld ook in voor de promotie van je idee, of voor acquisitie. Dan wordt het een sterk verhaal, en klanten zullen dat waarderen.

2. DOORZETTINGSVERMOGEN

Ondernemers leren met vallen en opstaan en laten zich niet snel ontmoedigen. Je moet veel van jezelf eisen, je goed concentreren en om nieuwe dingen te kunnen en willen leren, moet je doorzetten zonder ontmoedigd te raken.

3. OVERTUIGINGSKRACHT

Het is belangrijk producten en ideeën op zo'n manier te verkopen dat je enthousiasme opwekt en vertrouwen schept. Vaar je eigen artistieke koers en zet tegelijkertijd je voelsprietten

uit om de wensen en verlangens van klanten of van wat speelt om je heen beter te begrijpen.

4. RESULTAATGERICHTHEID

In de beginfase van je bedrijf is het belangrijk een doel voor ogen te krijgen. Bepaal welke resultaten je wilt behalen en hoe je daarnaar gaat handelen. Stel jezelf eens de vraag hoeveel werken je wilt verkopen, of wat je wenst als omzet. Je stelt haalbare doelen en past hier je beslissingen op aan.

5. RISICOBEREIDHEID

Ondernemers durven risico's te nemen. Bij de lancering van een idee of product of het voeren van een commercieel gesprek, kun je negatieve feedback krijgen. Dit is moeilijk als het om werk gaat dat jij zelf gecreëerd hebt. Leer met die onzekerheid om te gaan.

6. FINANCIËEL INZICHT

Een heldere blik op de financiën helpt je te bepalen hoeveel je moet investeren (en lenen) om te groeien. Werk vanuit een financieel plan, verdiep je in wat zaken kosten in jouw specifieke sector en houd rekening met btw en belasting.

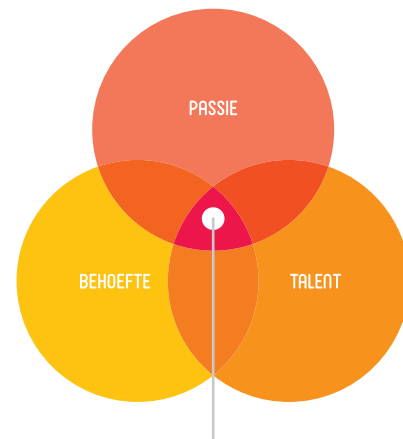
JE ROEPING

Als creatief ondernemer wil je tegelijkertijd groeien in je ondernemerschap en in verbinding blijven met je kwaliteiten, passie en drijfveren. Jouw natuurlijke talenten zijn vanzelfsprekend voor je en gaan je makkelijk af. Van je passies krijg je energie. Bij drijfveren gaat het erom wat je werkelijk beweegt. Ben je bijvoorbeeld geïnteresseerd in autonomie en individuele vrijheid of vind je geld verdienen en erkenning belangrijk? Als kunstenaar is je werk vaak je roeping. Daarbij komen een enorme motivatie en wilskracht kijken. Het is belangrijk op zoek te gaan naar waar jouw passie overlapt met een behoefte uit de samenleving of van een groep mensen of organisaties.

WAARDE TOEVOEGEN

Een eigen onderneming starten op basis van je passie, begint volgens schrijver Chris Guillebeau bij het vinden van iets waar jij gepassioneerd over bent, en waar anderen zoveel behoefte aan hebben dat ze bereid zijn ervoor te betalen. De clou is iets vinden waar jouw hart sneller van gaat kloppen, en

waar anderen tegelijkertijd mee geholpen zijn. Lees er meer over in zijn boek [The \\$100 Start-Up](#).



Op het snijpunt van je talenten, passie en de behoeften van de wereld, klinkt je roeping.



LUISTERTIP

Aflevering 1 van de podcast 'Hoe ik kunstenaar blijf' draait om het vinden van je verhaal. Op [Spotify](#) en via [cultuur-ondernemen.nl/podcast](#)

'De zoektocht van mensen inspireert me. Naar of ze het goede doen, hoe ze hun leven willen indelen, hoe ze gelukkig worden'

ACTEUR
MICHAËL BLOOS

LEES HET INTERVIEW MET MICHAËL
OP PAGINA 38

STAP 2 BOUW EEN STABIELE BASIS

In dit hoofdstuk meer over een systematische manier om een businessmodel te ontwerpen. Dat model geeft houvast en is tegelijkertijd in staat mee te bewegen met je loopbaan en je eigen houding en opvattingen. Van daaruit kun je nadenken over de toegevoegde waarde die je werk heeft voor anderen.

Het verdien- of businessmodel is de omschrijving van de manier waarop je met artistiek werk financiering vindt en geld verdient. Je legt erin uit hoe jouw werk waarde creëert: waarom klanten straks bereid zijn om jouw

prijs te betalen voor je creatieve product, dienst of oplossing. We raden je aan jouw businessmodel te ontwikkelen met behulp van het Business Model Canvas van Alexander Osterwalder.



Wie met het canvas werkt, legt een goede basis onder zijn of haar onderneming. Bovendien helpt het je een verdienmodel te vinden waar niet alleen geld, maar ook plezier en voldoening in zijn meegenomen.

Een artistieke klus aanvullen met een niet-artistieke klus? Dat is een heel persoonlijke keuze, en zeker het overwegen waard. Over het spanningsveld tussen artistieke, sociale en economische waarden komt Joost Heinsius later aan het woord, adviseur en onderzoeker in de kunst- en cultuursector.



KIJKTIP

In een vlog legt actrice en theatermaker Mira van der Lubbe uit hoe ze het canvas gebruikt in haar onderneming: cultuur-ondernemen.nl/bmc

VERNIEUWENDE WAARDEN

Aan de hand van je persoonlijke businessmodel wordt duidelijk: er moet wel geld binnenkomen. Maar niet alleen maar geld. Ondernemen kan ook een gevoel van zelfexpressie opleveren. Wat daarnaast van waarde kan zijn – en je in het vak met inkomsten kan plaatsen: bij een groep of stroming horen, flexibel kunnen werken, bewust leven, aandacht krijgen of creatieve stimulans ervaren. Kijk bewust hoe je met jouw werk ook voor waardevermeerdering in deze vorm kunt zorgen. Onder de noemer van duurzaamheid kan dit zelfs ingebed worden in je verdien- en transactiemodel.

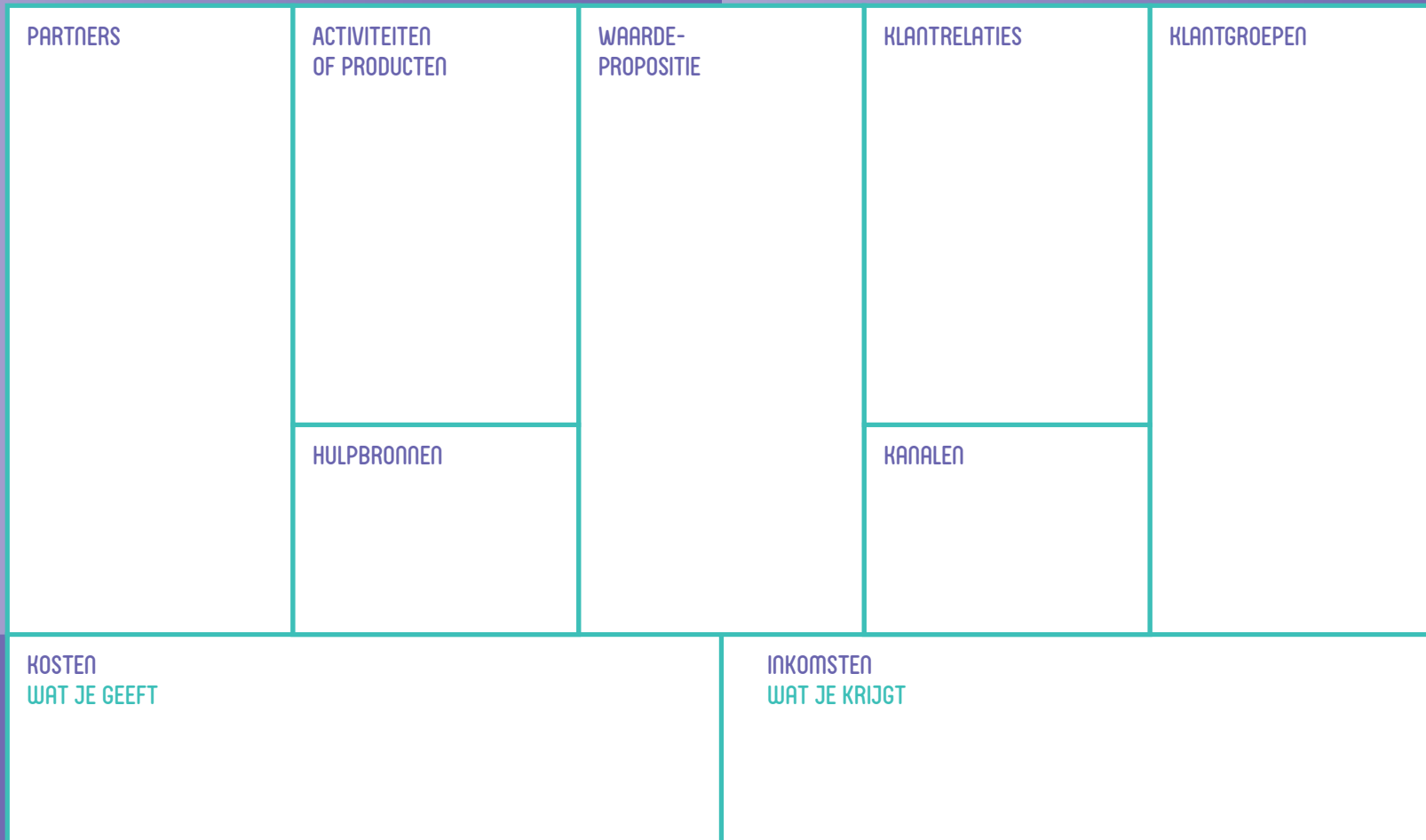
DUURZAME WAARDEN

e start je onderneming om er financieel beter van te worden, maar je wilt wel op een gezonde manier winst maken. Steeds meer kunstenaars willen een duurzame

bijdrage leveren en behalve kunst maken en erkenning ontwikkelen in de wereld van de kunst, ook iets betekenen daarbuiten. Voor mensen die te maken hebben met ongelijkheid of onrechtvaardigheid, voor de toekomst van hun eigen kinderen of die van anderen. Of om de wereld groener, leefbaarder of mooier te maken en daardoor iets beter. Het zit in het DNA van kunstenaars om te delen, ruilen en dingen op te lossen. Met het ontstaan van een nieuw economisch model zullen deze maatschappelijke en ecologische waarden alleen nog maar belangrijker worden. Geld is daarbij niet het enige ruilmiddel. Ook tijd, energie of zorg kunnen ervoor verdiend, ingewisseld of onderling uitgewisseld worden. Denk hieraan bij het vormgeven van je product of dienst.

VLAKKEN INVULLEN

Osterwalders canvas bestaat uit negen bouwstenen die je helpen je bedrijf te omschrijven. Het model wordt wereldwijd toegepast in allerlei soorten organisaties. Er is ook een persoonlijke variant, [Business Model You](#), waarin je naast 'harde' feiten van je onderneming ook niet-kwantificeerbare kosten en inkomsten invult. Denk aan stress of zelfexpressie. Hier zoomen we in op die laatste versie, zodat je deze zowel kunt toepassen op jou als persoon als op je onderneming. Door per vlak antwoord te geven op een paar vragen, geef je je onderneming verder vorm en wordt duidelijk waar je nog tijd in moet investeren om hem te laten groeien. Ook zul je zien dat je het beste kunt ondernemen in iets waar je passie in doorklinkt, iets dat je persoonlijk voldoening geeft en waar je tegelijkertijd ook anderen mee helpt. Op de volgende pagina's laten we het model in zijn geheel zien. De vragen aan de hand waarvan je de vlakken kunt invullen, vind je vanaf pagina 22.



Bron > www.businessmodelyou.com

PARTNERS - WIE JOU HELPT

- Benoem hier alle mensen en belanghebbenden die je om je heen verzamelt en waar je eventueel werk aan uitbesteedt of mee samenwerkt om je kwaliteiten aan te vullen.
- Hoe helpen zij jou?
- Hoe kan je onderneming samen met hen succesvol zijn?

ACTIVITEITEN OF PRODUCTEN - WAT JE DOET

- Wat worden de voornaamste activiteiten van je onderneming om waarde te kunnen toevoegen voor klanten?
- Omschrijf je artistieke werk in een activiteit of product. Wat doe je?
- Hoe maak je jouw werk zichtbaar voor potentieel geïnteresseerden?
- Hoe kun je hen blijvend interesseren of overhalen om je werk te kopen?

HULPBRONNEN - WIE JE BENT EN WAT JE HEBT

- Wat zijn je benodigdheden om je werk uit te voeren? Denk aan gereedschap, computer, instrument of atelier

- Waar ben je zelf goed in en waar heb je aanvullende hulp voor nodig?
- Waar loop je warm voor?
- Wat voor persoonlijkheid heb je?

WAARDEPROPOSITIE - HOE JE HELPT

- Welke waarde voeg je toe met je werk?
- Hoe verhoudt jouw werk zich tot een probleem dat iemand ervaart?
- Hoe wil je met je werk van betekenis zijn?

KLANTRELATIES - HOE JOUW INTERACTIE PLAATSVINDT

- Als je je op een specifieke klantgroep richt, welke relatie moet jij dan met hen opbouwen?
- Hoe duurzaam is de manier waarop je contact met hen onderhoudt?
- Wil jij een *fan base* ontwikkelen waar je op een persoonlijke manier mee communiceert?

KANALEN - HOE ZE JE KENNEN EN HOE JE LEVERT

- Via welke kanalen ben en kom je in contact met je klanten en fans?
- Op welke manier verkoopt je onderneming aan klanten?
- Welke kanalen werken het best?

KLANTGROEPEN - WIE JIJ HELPT

- Richt je je met je werk op een bepaalde groep klanten?
- Aan welke klantgroepen zou je willen leveren en welke actie moet je daarvoor ondernemen?
- Voor wie kan je onderneming de meeste waarde creëren?

KOSTEN - WAT JE GEEFT

- Wat zijn de belangrijkste kosten binnen je businessmodel?
- Wat zijn je duurste activiteiten?
- Van welke aspecten krijg je stress?

INKOMSTEN - WAT JE KRIJGT

- Voor welke toegevoegde waarde willen klanten betalen?
- Waarvoor en wat betalen huidige klanten?
- Hoe ziet het verdienmodel van je onderneming eruit?
- Waar krijg je energie van?

Een ander hulpmiddel om je plannen goed op papier te krijgen is onze Tool Ondernemingsplan: cultuur-ondernemen.nl/ondernemingsplan

Belangrijk weet dat de verschillende velden in relatie tot elkaar staan. Wanneer je iets wijzigt in één van de velden, verandert er ook iets in een ander veld en misschien wel op het hele canvas. Wanneer je bijvoorbeeld een andere activiteit gaat opzetten, zit daar mogelijk een andere klantgroep aan vast, een ander kanaal en wellicht andere inkomsten.

BUITEN DE KUNSTSECTOR

Joost Heinsius merkt op dat je je artistieke fascinatie op allerlei plekken kunt uitleven en samen met anderen aan de slag kunt gaan. Binnen bedrijven, in de stad of buurt, op scholen, in de natuur. Soms met iets wat je doet naast je 'gewone' werk als kunstenaar, soms in opdracht door bijvoorbeeld een kunstwerk te maken voor een festival. Je kunt je werk op een plek laten zien die niet voor de hand ligt - bijvoorbeeld een toneelstuk dat gaat over het boerenleven spelen bij landbouworganisaties. Soms inspireert werken buiten de kunstsector juist tot het maken van nieuw eigen werk. Er zijn ook financiële redenen om je kunstenaarschap permanent in te zetten buiten de kunstsector zelf. Je bereikt nieuwe klantengroepen en kunt andere financieringsbronnen aanboren.

Lees meer over Joost en zijn visie op [Values of Culture](#)

FLEXIBEL AANBOD

Als creatief ondernemer kun je op verschillende werkterreinen actief zijn en je kwaliteiten in meerdere sectoren inzetten. Denk aan advieswerk, trainingen of lesgeven. Overal waar verbeelding, het stellen van nieuwe of andere vragen, dwarskijken, nieuwe ideeën, vertragen of juist versnellen en andere interventies van waarde kunnen zijn. Je kunt veel steun hebben aan de beoefening van nevenactiviteiten die al dan niet met je artistieke hoofdactiviteit te maken hebben. Aan verschillende vormen van aanbod kun je verschillende prijskaartjes hangen, en op die manier laat je meerdere klantgroepen op verschillende manieren kennismaken met jouw werk.

HET BEGINT BIJ JEZELF

Wat fascineert jou, welke thema's spreken je aan, wie zijn jouw voorbeelden? Als je om je heen vraagt en op internet zoekt, ontdek je al snel waar deze onderwerpen aan bod komen en waar deze mensen zich verzamelen. In elke stad zijn plekken te vinden waar discussies en bijeenkomsten plaatsvinden over jouw fascinatie. Kijk bij broedplaatsen of [Impact Hubs](#), of plekken als Pakhuis de Zwijger in Amsterdam waar uiteenlopende thema's als voedsel, smart city, nieuwe media, diversiteit en nog veel meer aan bod komen. Of in je eigen buurt waar mensen zich inzetten.

DE GRENS OVER

De nieuwe ervaringen die je opdoet in verschillende sectoren en met nieuwe klanten, kunnen leiden tot de wens om met je business naar het buitenland te gaan. Als het gaat om internationaal ondernemen, bedenk je het beste vooraf: Waarom wil je eigenlijk de grens over? Wat is de artistieke uitdaging? Wil je de confrontatie aangaan van jouw werk met andere culturen? Wil je werken met dansers, acteurs en musici uit een bepaald land? Blijkt het bevrijdend voor je eigen manier van werken? Of wil je alleen maar je eigen werk exporteren? Vind een duidelijk antwoord op de waaromvraag voor je eraan begint. Want nog meer dan werk in eigen land moet een internationale doorbraak je gegund worden; door programmeurs en agenten die jouw werk zien zitten en weten waar dat past. Netwerken, dus. Maar daarover meer in stap 5.

BEELDEND KUNSTENAAR TIJS ROOIJAKKERS DENKT ALTIJD GROOT

MAAR GAAT OOK WEL EENS BIJNA KOPJE ONDER AAN ZIJN AMBITIES

Tijs Rooijackers (42) tekent al zijn hele leven. Op elke school waar hij heenging, is hij wel een jaar blijven zitten. Sinds 2004 heeft hij zich toegelegd op installatiekunst, of zoals hij zelf zegt: stilstaande bewegingen.

BESTE ARTISTIEKE BESLISSING

'Dat ik in crisistijd juist groot bleef denken. Toen in 2011 de crisis kwam, was mijn eerste reactie: o, nu moet ik kleine

dingen gaan maken die ik kan verkopen. Maar dat kan ik helemaal niet. Ik heb een groots concept ontwikkeld en dat plan opgestuurd naar mijn contacten bij het Van Abbemuseum. Daar is uiteindelijk mijn werk *Supertoll* uit voortgekomen.'

SLECHTSTE ARTISTIEKE BESLISSING

'Een veel te ambitieus plan bedenken: een betonnen boot voor de Boschparade. Ik heb weken lopen zwoegen, en bij de eerste tewaterlating bleek de constructie nog niet goed. Moest ik nog een week dag en nacht zweten op een vlot eronder. Het idee was tof, de uitvoering een hel. Maar door mijn doorzettingsvermogen zagen ze wel: die heeft karakter. En hebben ze me teruggevraagd.'

BIOGRAFIE IN CIJFERS

Vanaf zijn 17e zat Tijs **6** jaar in het leger, onder meer in voormalig Joegoslavië. Hij schat dat hij al zo'n **2.000** tekeningen heeft gemaakt. Zijn atelier is **180** vierkante meter groot. Hij werkt nu aan **3** permanente installaties bij een parkeergarage, waarvan eentje **150** meter lang wordt.



‘Mijn werk is persoonlijk, eerlijk, en komt voort uit mijn eigen passie, nooit uit de zucht naar erkenning of beroemdheid’

COMPONIST
KATE MOORE

LEES HET INTERVIEW MET KATE
OP PAGINA 40

STAP 3 KIES ZELF DE VORM VAN JE ONDERNEMING

Hoe ga je je onderneming vormgeven, welke rechtsvorm kies je? Dit heeft consequenties voor aansprakelijkheid, de belasting(en) die je moet betalen, eventuele kortingen en hoe je financiering kunt gaan regelen.

De begrippen zzp'er, freelancer en zelfstandig ondernemer worden vaak door elkaar gebruikt als het gaat om kleine ondernemers. Zzp'er staat voor Zelfstandige Zonder Personeel. Het is een term die is bedacht door de Belastingdienst. Net als freelancers hebben zzp'ers over het algemeen geen personeel in

dienst, zijn specialisten in hun vak, en bieden hun kennis en ervaring aan in de vorm van een dienst. Voor de Belastingdienst zijn freelancers en zelfstandig ondernemers twee verschillende dingen. Wie af toe een klus doet, en daarnaast ook werk in loondienst heeft, is sowieso freelancer.

ALLES ZELF REGELEN

In loondienst geldt: je hebt een vast salaris waarover loonbelasting is ingehouden en er is sprake van een gezagsverhouding tussen werknemer en werkgever. Je bent verzekerd voor ziekte en werkloosheid en je bouwt (meestal) pensioen op. Als zzp'er moet je alles zelf regelen. Je moet nadenken over verzekeringen en pensioen, opdrachten binnenhalen, onderhandelen over de prijs, facturen sturen aan je opdrachtgevers, een administratie bijhouden en belasting betalen.

OMGAAN MET RISICO'S

Maak als zzp'er altijd een afweging tussen de risico's die je wilt en kunt lopen en de kosten van de diverse verzekeringen. Onderzoek de mogelijkheden van een broodfonds waarin je dekking van je arbeidsongeschiktheidsrisico deelt met collega's. Een beroepsaansprakelijkheidsverzekering is bijvoorbeeld echt een must als je veel buiten de deur werkt. Dit in verband met claims van derden wegens aansprakelijkheid bij je beroepsuitoefening. Wees je ervan bewust dat je persoonlijke WA-verzekering niet geldt in

een werksituatie. Denk ook aan risico's als het wegvallen van je inkomen bij ziekte of arbeidsongeschiktheid, het ontbreken van pensioenopbouw of kosten bij brand, diefstal, schade en ongelukken.

VAST EN FREELANCE COMBINEREN

Zit je erover te denken om beide werelden te combineren? In 2017 gaf het Centraal Bureau voor de Statistiek aan dat meer dan de helft van alle zzp'ers een inkomen had naast hun eigen bedrijf. Mocht het parttime ondernemen goed bevallen, dan kun je er alsnog voor kiezen het leven in loondienst de rug toe te keren. Wie het combineert, ontvangt een vast loon, geniet van de zekerheden die horen bij een vast contract, en kan tegelijkertijd freelance klussen uitvoeren en opdrachtgevers daar facturen voor sturen. De inkomsten geef je bij de Belastingdienst op als 'inkomsten uit overige werkzaamheden' op het moment dat je je jaarlijkse aangifte inkomstenbelasting doet. De kosten die je ervoor maakt trek je af van je winst. Minder winst, klinkt dat



slecht? Nee, want je betaalt dan minder belasting, en dat is voordelig. Als je heel weinig freelance klussen doet, heb je meestal geen btw-nummer en ben je niet ingeschreven bij de Kamer van Koophandel. Doe je regelmatig freelance opdrachten, dan is het raadzaam je in te schrijven bij de KvK. Er is met ingang van januari 2020 een 'nieuwe' btw-regeling. Daarover zo meer.

FISCALE VOORDELEN

Om door de Belastingdienst beoordeeld te worden als ondernemer, moet je een goede administratie voeren en aan een aantal eisen voldoen. Zoals het uren criterium*, risico lopen, zelfstandigheid en continuïteit in je bedrijf.

Ook het aantal opdrachtgevers is van belang. De belastingdienst hanteert minimaal drie opdrachtgevers, waarbij de omzet het liefst evenwichtig verdeeld is. Als zzp'er krijg je bruto uitbetaald en moet je een bedrag reserveren voor de Inkomstenbelasting (IB). Als de

Belastingdienst jou ziet als ondernemer voor de inkomstenbelasting, kun je aanspraak maken op verschillende ondernemersregelingen. Als dat zo is, kom je in aanmerking voor belastingvoordelen als de zelfstandigenaftrek, de startersaftrek en de mkb-aftrek.

BTW

Tot januari 2020 kreeg vrijwel iedere ondernemer automatisch een btw-nummer na inschrijving bij de KvK. Dat betekende dat je btw (belasting over de toegevoegde waarde, ook wel omzetbelasting genoemd) moest heffen op jouw producten of diensten en die op de gemaakte kosten ook weer kon terugverdienen. Als je binnen de kleineondernemersregeling (KOR) viel, kon je gebruik maken van de (gehele of gedeeltelijke) btw-vrijstelling als je per jaar minder dan € 1.883 aan btw moest betalen aan de Belastingdienst. Per januari 2020 is de kleineondernemersregeling, in deze vorm afgeschaft. Je kunt er nu voor kiezen om helemaal vrijgesteld te worden van de btw-plicht. Dat kan als je belaste omzet (omzet waarover je anders btw zou berekenen) minder dan

*) Om te voldoen aan het uren criterium moet je jaarlijks meer dan 1.225 uur werkzaam zijn in je beroepspraktijk en meer tijd aan je bedrijf besteden dan aan ander werk. Bijvoorbeeld als je ook in loondienst werkt.

€20.000 per jaar is. Je legt je vast voor drie jaar. Mocht je belaste omzet gedurende het kalenderjaar toch daarboven komen, dan val je weer onder het btw-regime.

De 'nieuwe' KOR scheelt een hoop administratie en is vast voor jou als je weinig (belaste) omzet hebt, als je meeste omzet uit niet belaste diensten komt (denk aan lesgeven in het onderwijs of aan kinderen), of als je nu steeds gebruikmaakte van de 'oude' KOR. Wanneer je belaste inkomen rond de €20.000 schommelt of als je veel investeert in je onderneming, is het niet handig af te zien van btw.

WINST- EN VERLIES-REKENING EN BALANS

Een winst- en verliesrekening (W&V) en een balans opstellen, maken deel uit van de jaarlijkse IB-aangifte voor ondernemers. Als onderdeel van je jaarrekening maak je aan het eind van het jaar een balans, waarop aan één kant je bezittingen (activa) staan zoals geld, goederen of debiteuren. Aan de passivakant staan je schulden en je eigen vermogen. De wet

schrijft verschillende modellen voor om de winst- en verliesrekening op te maken, waarvan de Kamer van Koophandel er twee gebruikt. Er staat een groot aantal posten in aan de hand waarvan het bedrijfsresultaat wordt berekend. Ook is aan de hand van de cijfers uit de winst- en verliesrekening op te maken wat de financiële situatie van je onderneming is. Met name het opstellen van een balans is best ingewikkeld. Denk erover na of je het wilt uitbesteden.

FISCALE ADMINISTRATIEPLICHT

Als zzp'er moet je een administratie bijhouden en deze zeven jaar bewaren. Je kunt zelf excelsheets maken waarop je je verkoop en inkoop noteert. Maak kolommen inclusief en exclusief btw*, dat is makkelijk bij je aangifte. Nummer je inkoopfacturen en bonnetjes en zet die nummers in de .xls, zodat je ze makkelijk terug kunt vinden. Boekhoudprogramma's als SnelStart, Gravita, Rompslomp of e-Boekhouden kunnen helpen je meer gevoel te geven voor de materie en laten je actief bezig zijn

met je financiën. Met de complete-boekhouding-over-de-schutting-naar-de-boekhouder-aanpak blijf je passief en bovendien kan het prijzig zijn.

*Als je gebruik maakt van de 'nieuwe' KOR zijn alle inkomsten zonder btw en uitgaven met btw.

BEROEPSKOSTEN EN INVESTERINGEN

Als zzp'er (freelancer en ondernemer) mag je beroepskosten (deels) aftrekken. Denk aan telefoonkosten, kantoorkosten en representatiekosten om goed voor de dag te kunnen komen. Als je een investering doet, dat zijn spullen boven de € 450, dan moet je die in een aantal jaar, meestal vijf, afschrijven. De afschrijvingskosten zijn beroepskosten, die op de winst- en verliesrekening komen bij de aangifte inkomstenbelasting. De investering is een bezit, die komt op de balans (en wordt elk jaar minder waard).

EENMANZAAK

De meeste startende ondernemers en zzp'ers beginnen als eenmanszaak. Van zo'n onderneming ben jij alleen de eigenaar. Start je alleen, maar verwacht je later wel personeel aan te nemen? Dan kun je ook prima kiezen voor een eenmanszaak. Voor een eenmanszaak gelden geen oprichtingseisen en er hoeft geen akte bij de notaris voor worden opgesteld. Je moet je onderneming inschrijven bij de Kamer van Koophandel en begint dan gewoon met je activiteiten.

AANSPRAKELIJKHEID

Onder rechtsvormen zonder rechtspersoonlijkheid vallen behalve een eenmanszaak ook de vof (vennootschap onder firma) en de maatschap. Onder de rechtsvorm met rechtspersoonlijkheid vallen de stichting, de vereniging en de besloten en de naamloze vennootschap (bv en nv). Het grootste verschil tussen deze rechtsvormen zit 'm in de aansprakelijkheid. De bv en de nv kunnen zelfstandig schulden en bezittingen hebben en verplichtingen aangaan. De onderneming zelf wordt bijvoorbeeld eigenaar



van de expositieruimte en de bedrijfsgoederen. Niet jij als ondernemer. Met een groeiend en flink winstgevend bedrijf komt er een punt waarop het aantrekkelijk wordt om van een eenmanszaak over te stappen naar een bv; in het begin is dit meestal nog niet van toepassing.

Bij een samenwerking met andere zzp'ers kun je kiezen voor een vof. Je bent dan voor elkaar aansprakelijk en een schuldeiser kan elke vennoot aanspreken (ook privé) voor de hele schuld. Bij een maatschap verbinden alle maten zich voor gelijke delen aan de schuld, maar dit komt in de cultuursector bijna niet voor.

SUBSIDIE EN SPONSORGELDEN

Vaak kiezen kunstenaars voor een rechtspersoon (een stichting of een vereniging) als ze subsidie willen aanvragen of met sponsorgelden willen werken. Een fonds vraagt dit als vereiste voor de subsidie van een project. Voor het aanvragen van een individuele subsidie heb je geen rechtspersoon nodig.

Bij een stichting hoort een bestuur dat formeel verantwoordelijk is. Een goed bestuur is heel waardevol en kan als klankbord en spiegel fungeren. Bij kleine stichtingen doen in de praktijk de kunstenaars het meeste werk en staat het bestuur 'op afstand'. Maak wel goede afspraken hierover. In de [Governance Code Cultuur](#) staan veel handige tips hoe je dat kunt doen. Veel subsidieverstrekkers stellen bovendien als voorwaarde dat je aan richtlijnen van de Code voldoet.

VERGOEDINGSREGELING

Voor artiesten die er niet voor kiezen als freelancer of zelfstandig ondernemer aan de slag te gaan, is de kleine vergoedingsregeling (kvr) een uitkomst. Als je hebt opgetreden, kan een gage met een maximum van € 163 met hulp van de kvr worden uitbetaald als bruto inkomen. Als je meer dan € 163 verdient, kan je worden verloned en een netto honorarium ontvangen. Een soort fictief dienstverband. Voordeel is dat je

Voorbeeld: een fotocamera
Een fototoestel van € 6.000 gebruik je 5 jaar. Na die tijd is het toestel nog € 1.500 waard. Per jaar trek je dan af: (€ 6.000 - € 1.500) : 5 = € 900. Dat is dan de afschrijving.

weinig administratie hebt. Nadeel is dat je (bij verloning) premies betaalt voor de WW en ziektewet maar daar niet altijd gebruik van kunt maken omdat je vaak net te weinig gewerkt hebt. Vul de [gageverklaring](#) in en geef het bedrag op bij de aangifte inkomstenbelasting. Gemaakte kosten neem je op in de W&V-rekening.

[Het Handelsregister van de Kamer van Koophandel](#)

Bij Cultuur+Ondernemen maken we jaarlijks een [Handleiding IB-Aangifte](#) speciaal voor kunstenaars

Apps als [TimeSheet of Keeping](#) voor het registreren van je uren. Je kunt ook je agenda bewaren. Als je met hulp van je urenadministratie kunt aantonen dat je minimaal 1.225 uur per jaar bezig bent met het werken aan of binnen je eigen bedrijf, levert dat fiscale voordelen op.

Wist je dat een rechtspersoon geen echt mens is, maar een organisatie die als juridische eenheid (rechtssubject) opereert? Deze heeft eigen rechten en plichten.

VOOR ACTEUR MICHAËL BLOOS DRAAIT NIET ELKE ZAKELIJKE BESLISSING OM GELD

STERKER NOG: DE FILM DIE HIJ ZIJN BESTE ZAKELIJKE BESLISSING NOEMT, LEVERDE HEM GEEN CENT OP

Toch schuwt acteur en creator Michaël Bloos de samenwerking met commerciële partijen niet. Hij weet succesvol een opdracht van de Rabobank te combineren.

BIOGRAFIE IN CIJFERS

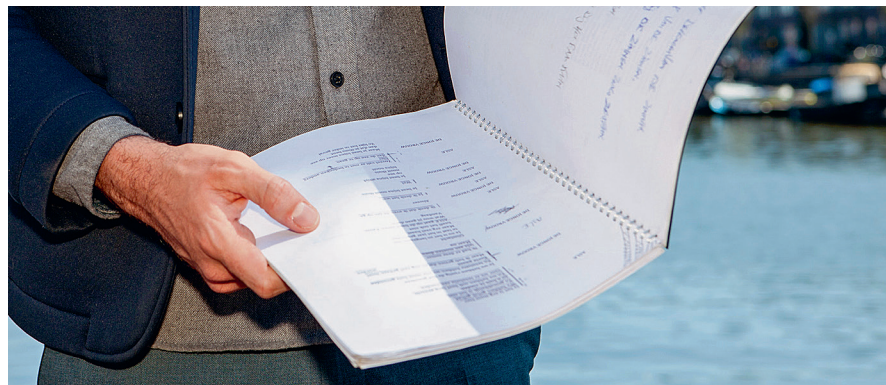
Michaël heeft in **3** films gespeeld en zo'n **30** theateervoorstellingen. Hij heeft met Stichting Nieuwe Helden van Lucas De Man een jaar rondgelopen bij de Rabobank. De komende **2** jaar speelt hij onder meer nog de solovoorstelling *Sam*, die voortkwam uit dat onderzoek. Zijn film *Een Dag in het Jaar* is in **6** landen verschenen en won **3** filmprizen.

BESTE ZAKELIJKE BESLISSING

'Met bevriende collega's een speelfilm maken. We konden óf eerst geld binnenhalen, maar dat zou lang duren en toch de nodige restricties opleveren, óf gewoon beginnen. Met weinig middelen en een vaste structuur, een dag per maand werken aan de film, is hij er gekomen. Uit die film is weer veel werk voortgekomen, en het maken heeft een dieper artistiek proces gestart dat zich nog steeds doorontwikkelt.'

SLECHTSTE ZAKELIJKE BESLISSING

'Ook die film? We hebben er namelijk geen ene cent aan verdiend, haha. Voor mij gaan zakelijke beslissingen niet per se over zoveel mogelijk geld verdienen, maar over het opbouwen van duurzame relaties, die je uiteindelijk meer werk opleveren.'



COMPONIST KATE MOORE IS NIET BANG VOOR AFWIJZING

ZE VERTELT WAT KRITIEK MET HAAR DOET EN WAAROM JE ALS ARTIEST NIET TE GUL MOET ZIJN

De Australisch-Nederlandse componist Kate Moore (38) maakt al muziek zolang ze zich kan heugen. Ze schaaft haar werk onder de new music en won vorig jaar met haar compositie *The Dam* de belangrijkste Nederlandse compositieprijs.

BESTE ARTISTIEKE BESLISSING

'Me niet uit het veld laten slaan door afwijzing. Ik heb me voor heel veel summer schools, residencies en festivals opgegeven, en ben lang niet altijd door de selectie gekomen. Nou en? Dat betekent gewoon dat ik daar niet hoorde. Alle plekken waar ik uiteindelijk wel ben toegelaten, hebben me zoveel opgeleverd, zoals contact met gelijkgestemden en werken buiten mijn comfortzone.'

SLECHTSTE ARTISTIEKE BESLISSING

'Kritiek te persoonlijk nemen. Als iemand je vertelt dat je niet goed genoeg bent, betekent het niet dat dat zo is. Ik heb moeten leren dat in zo'n geval volharding het beste antwoord is. Natuurlijk is kritiek fantastisch, je kunt er veel van leren, maar je moet je er niet door laten ontmoedigen.'

BIOGRAFIE IN CIJFERS

Kate schrijft al muziek sinds ze **6** is. Ze bezit een cello en een basgitaar, en verzamelt daarnaast opmerkelijke slag- en blaasinstrumenten zoals de Ierse ocarina waar ze mee op de foto staat. In **2017** won ze de belangrijkste Nederlandse compositieprijs: de Matthijs Vermeulenprijs. Van september tot april treedt ze **4** keer op als artist in residence in het Muziekgebouw aan het IJ.



STAP 4 ZORG DAT JE GEZIEN WORDT

Je kunt alle corporate regels overboord gooien en elke dag meteen na de gym in je sportkleding je atelier induiken. Je kunt ook gebruik maken van je creativiteit en de wereld opfleuren met je verschijning. Zorg dat je opvalt en gezien wordt. Vertel offline aan iedereen je plannen en laat daarbij natuurlijk ook weten waar je online bent te vinden.

Voor je eigen promotie bedenken je eerst hoe je de buitenwereld de kans geeft kennis te maken met jou en je werk. Geef jezelf wat langer de tijd om je website, een online portfolio en je social media op te tuigen. Als het er eenmaal netjes bijstaat, heb je er daarna veel minder werk aan. Denk aan een vast blok van bijvoorbeeld twee uur per week

waarin je aandacht geeft aan je profilering naar buiten toe. Door een fotoalbum rond je nieuwe project op LinkedIn te zetten, of met wat Instagram Stories de voorbereidingen rond je expositie te laten zien. Maak onderscheid in de online kanalen die je benut. Onderzoek welke voor jou het meest efficiënt kunnen zijn.

ERVARINGEN OP JE SITE

Biedt je website een overzicht van recent werk of maak je er iets persoonlijks van? Je publiek gun je er een inkijkje mee in wat je kunt, maakt en doet. Ook je ervaringen kun je er een plek geven. Door te reflecteren op wat je gedaan hebt en welke rol je hebt gespeeld in welk project. Je kunt anderen via je website ook laten reageren op wat je hebt gedaan. Andermans mening over je werk en aanpak kan in sommige gevallen heel waardevol zijn. In alle ervaringen kun je patronen herkennen aan de hand waarvan je doelen kunt stellen voor de toekomst.

JE ONDERNEMING OP SOCIAL MEDIA

Je werk promoten op social media is één van de beste manieren om meer naamsbekendheid te krijgen. Daarbij biedt een bedrijfspagina op Instagram, Facebook of LinkedIn zakelijk meer voordelen dan een persoonlijke pagina. Je kunt erop adverteren, meer informatie bieden, handige statistieken krijgen en het aantal fans is onbepaald. Zoé Déjean, pr-adviseur bij communicatiebureau De Wolven, adviseert

ZIEN EN GEZIEN WORDEN

Ernst van Dijk, voormalig reclameman en als trainer verbonden aan Cultuur+ Ondernemen, geeft vier tips.

- Maak een nieuwsbrief, bijvoorbeeld met hulp van het programma MailChimp. Houd mensen op de hoogte van waar je mee bezig bent.
- Bezoek openingen, beurzen en symposia. Zoek plekken waarvan jij droomt er je werk te laten zien.
- Gebruik je artistieke kwaliteiten om op een bijzondere manier promotie te voeren en je werk onder de aandacht te brengen van curatoren en journalisten. Of steek samen met anderen geld in professionals die jouw pr doen.
- Verhef netwerken tot een kunst. Ook op verjaardagen van je familie of in de supermarkt en vooral ook in de wereld die niet de kunstwereld is.

je goed na te denken over de doelen die je wilt bereiken via je social media. Meer bekendheid, een stijging in verkoop van je werk of deelnemers werven voor een evenement? Stel het publiek voorop bij de keuze voor welke social media kanalen je gebruikt. En vergeet niet bij alles wat je doet, dat je het vanuit een zakelijk oogpunt doet.

GERICHTE ACTIES

Voor jouw bedrijf, waar visuele merkbeleving van belang is, is Instagram een van de top social media kanalen. Het aantal gebruikers groeit sterk en het platform telt 50 procent meer interactie dan op Facebook. Uit onderzoek blijkt dat 60 procent van alle Instagramgebruikers nieuwe producten ontdekt via Instagram. Zoé raadt aan te experimenteren om de juiste doelgroep te bereiken. Alleen al in Nederland zijn er 5,6 miljoen Instagramgebruikers. Daarvan is de helft geïnteresseerd in kunst en cultuur. Op deze manier kun je ook testen op Facebook, dat nog steeds het social media platform is met het meeste bereik. En op LinkedIn met focus op zakelijk netwerken.

Alles staat of valt met een groep betrokken fans. Zij zijn je beste reclame. Toon aan dat je ze ziet, ga met hen in gesprek, wees benieuwd naar hun mening en beloon hen. Geef eens een waardevolle prijs weg die aansluit bij jouw doelgroep. Een rondleiding, unieke versie van je product, tegoedbon. Zolang op jouw social media account dagelijks goede

content te vinden is, is de kans dat je bij bestaande en nieuwe volgers in beeld blijft des te groter.

KEN JE FANS

Het gaat altijd om de vraag wat jouw doelgroep interessant vindt en wat hen motiveert tot actie. Want hoe zorg je ervoor dat mensen stoppen met scrollen door hun tijdlijn en jouw bericht gaan lezen? Met een bedrijfspagina kun je meten wat werkt en niet werk. Welke berichten vinden ze leuk, slaan ze op of zorgen voor nieuwe volgers? Waarop reageren ze? En op welke berichten klikken mensen door naar je profiel of website? Als je daarmee experimenteert, snap je steeds beter wat de behoefte is van jouw publiek. Zo versterk je de relatie met je fans en zullen ze positief over je berichten. Hierdoor vergroot je jouw bereik weer. Mensen gaan meer af op aanbevelingen via mensen die ze vertrouwen dan op reclame. Social media stellen je in staat hiervan te profiteren.

TIPS VOOR NOG MEER ZICHTBAARHEID OP INSTAGRAM

Met gebruik van een locatietag vergroot je met 79 procent de kans om door meer mensen gezien te worden. Berichten met naamsvermeldingen hebben een vergroot bereik van 56 procent. En door gebruik van hashtags vergroot je met 13 procent de kans op meer likes en reacties.

7 TIPS

1. Maak een korte en krachtige versie van je verhaal, die je kunt gebruiken als elevator pitch. Als jouw werk er niet meer zou zijn, wat gaat dan verloren? Bedenk goed wat het individu en de wereld heeft aan jouw werk. Denk na over je waarde.
2. Zorg dat je website up to date is en dat op je homepage meteen duidelijk is wat je voor mensen kunt doen en hoe. Bijvoorbeeld waar je werk te koop is.
3. Word actief participierend lid van een brancheorganisatie of kunstenaarscollectief. Als mensen je kennen, zorgt dat er ook voor dat ze je eerder vragen voor een project of opdracht. Naast

- dat het je ondernemerspositie versterkt, is het ook handig in verband met je rechten.
4. Maak werk van een lidmaatschapsplatform als je onafhankelijk werk wil maken. In Nederland heb je voor makers [Petje.af](#). Internationaal heb je onder meer [Bandcamp](#) en [Patreon](#). Hier laat je fans zich als lid abonneren en krijgen ze exclusief werk en kijkjes achter de schermen.
 5. Eline Levering geeft op haar blog [Kunst in de Kijker](#) veel nuttig advies over hoe meer werk te verkopen.
 6. Wist je dat veel online video's worden bekeken zonder geluid? Kies er daarom voor ze te ondertitelen.
 7. Bezoek evenementen binnen en buiten de cultuursector. Offline, maar ook online. Sluit je bijvoorbeeld aan bij een Facebookcommunity. Daar kun je goede contacten leggen en laten weten dat je openstaat voor samenwerking.



LUISTERTIP
In aflevering 3 van de podcast 'Hoe ik kunstenaar blijf' leer je meer over effectief je verhaal delen met de wereld. Op [Spotify](#) en via [cultuur-ondernemen.nl/podcast](#)

ARCHITECT MATHIS J. BOUT GELOOFT NIET IN HOKJES

EN GAAT NIET LANGER AAN DE SLAG ZONDER SAMENWERKINGSAFSPRAAK

Mathis J. Bout (38) studeerde in Delft af aan de architectuurfaculteit. Hij houdt zich als *new urban architect* met meer bezig dan alleen gebouwen ontwerpen. 'Deze tijd vol complexe vraagstukken vraagt om een multidisciplinaire benadering.'

BIOGRAFIE IN CIJFERS

Mathis studeerde in 2010 af aan de architectuurfaculteit in Delft, specialisatie environmental design. Hij begon in datzelfde jaar zijn bureau URBMATH, dat nu bijna **8** jaar bestaat. Hij werkte al aan ruim **50** projecten. Zijn eerste duurde **1½** jaar en was de herontwikkeling van een monumentaal grachtenpand in Leeuwarden.

BESTE ARTISTIEKE BESLISSING

'Om meteen vanaf het begin te kiezen voor een crossover en me niet te beperken tot de strikte discipline van architectuur. De tijd is rijp voor die benadering. We leven in een wereld vol complexe vraagstukken, die kun je niet binnen één discipline tackelen. Daarom bied ik met mijn bureau bijvoorbeeld ook communicatie, strategie en positionering aan klanten.'

SLECHTSTE ARTISTIEKE BESLISSING

'In een samenwerking stappen zonder van tevoren onze verwachtingen uit te spreken en vast te leggen. Ik dacht: dit komt wel goed, wij passen samen, maar dat bleek heel anders. Er waren te veel aannames. Uiteindelijk is die relatie ook gebrouilleerd. Nu zet ik alle verwachtingen tevoren op papier, zodat we daar in het creatief proces niet meer over hoeven na te denken.'



'Ik heb een gigantische drang tot originaliteit. Zo groot, dat ik niet twee keer hetzelfde werk kan maken'

BEELDEND KUNSTENAAR TIJS ROOIJAKKERS

LEES HET INTERVIEW MET TIJS
OP PAGINA 26

STAP 5 KOM IN CONTACT MET KLANTEN

Je hebt, onder meer tijdens je studie, al een netwerk opgebouwd en ervaring opgedaan. Hoe onderhoud je deze contacten en hoe kom je in contact met potentiële afnemers die je op de hoogte brengt van jouw toegevoegde waarde? Wij helpen je ontspannen te acquireren.

Waar bevindt jouw publiek zich, wie zijn je klanten? Het belangrijkste is: hoe kom je met ze in contact? Hoe pak je dat aan? Welke kunstdiscipline je ook beheerst, zoek uit wie mogelijk geïnteresseerd is in jouw werk, waar ze zijn, en waar ze zich mee bezighouden. Kunstenaar Reinier Bosch helpt je in dit hoofdstuk

met zijn netwerk tips. Illustrator en vormgever Saskia Schreven geeft ook netwerkadvies en tips om verwachtingen beter te kunnen vaststellen.

JOUW MARKT - GERICHT OP ORGANISATIES



JOUW MARKT - GERICHT OP DOELGROEPEN



JE NETWERK

Je netwerk is het potentieel aan schakels dat een rol speelt in het bereiken van een bepaalde doelgroep. Je hebt vast wel eens gehoord van *six degrees of separation*: dit betekent dat je met ieder mens op de wereld bent verbonden via vijf schakels. Realiseer je welke kansen dit biedt. Bedenk wie jouw ultieme opdrachtgever is en dan via wie

je die zou kunnen bereiken. Mensen in jouw eigen netwerk kennen mensen die zich op deze route van schakels bevinden. Zo maak je gebruik van warme contacten om koude contacten te benaderen. En jij vervult deze rol ook voor anderen, dus iedereen helpt elkaar op deze manier.

Acquireren gaat over contact maken met de bedoeling er samen beter van te worden. Actief de mogelijkheid om samen te werken onderzoeken door je vak-kennis, ervaring en deskundigheid aan te bieden. Dat betekent niet meteen een verhaal vertellen over jezelf, maar eerst vragen stellen en luisteren. Echt contact maken. Saskia Schreven raadt aan om te netwerken alsof je naar de kroeg gaat: 'Net als in de kroeg kom je op een netwerkbijeenkomst de ene keer wel gelijkgestemden tegen en de andere keer niet. Met gelijkgestemden zal je sneller raakvlakken hebben. Heb ik iemand echt iets te bieden, dan stel ik voor later nog een biertje of kop koffie te drinken en te kijken hoe we elkaar kunnen helpen.'

AFSTEMMEN EN AANSCHERPEN

Je hebt een goede timing nodig om in een gesprek op het juiste moment met je eigen verhaal te komen. Dat moet je oefenen. Idealiter heb je verschillende verhalen in je hoofd die je kunt vertellen over jezelf, al naar gelang de context. Je kunt in contact komen met afnemers van jouw product via je social media-kanalen, mond-tot-mondreclame, je website of een pitch. Verplaats je in de opdrachtgever en de bedrijven die je met je werk wil bereiken en stem je verhaal daar ter plekke op af. Door het telkens opnieuw te vertellen en de reactie van de ander te peilen, scherp je het in de loop der tijd aan.

TIP SASKIA SCHREVEN OVER ANEKDOTES VERTELLEN

'Het scheelt mij enorm veel energie als ik eerst met een potentiële klant heb gebeld of koffie heb gedronken. Ik kan dan beter inspelen op hoe de contactpersoon is (bijvoorbeeld formeel of informeel) en kan aftasten wat de verwachtingen zijn (dus ook hoeveel uren ik aan de opdracht verwacht te werken). Aan de andere kant weet de klant wie die voor zich heeft en dat wekt vertrouwen. Mezelf zijn werkt voor mij het best en ik vind het heerlijk om anekdotes te vertellen. Anekdotes over mijn werk zijn er genoeg en daarin verwerk ik dan mijn kwaliteiten.'

OMGAAN MET AFWIJZINGEN

Bedenk wat jouw specifieke waarde is voor de mensen die je voor je hebt. En formuleer dat op zo'n manier dat de opdrachtgever ervoor valt. Waarom ben jij met hem of haar in gesprek en praten ze niet met iemand anders? Als je wordt afgewezen, kan het zijn dat ze je voorstel niet zo zien zitten of op zoek zijn naar iemand die beter bij ze past. Afwijzingen kunnen je zelfvertrouwen aantasten en een bron zijn voor negatieve gevoelens. Maar realiseer je ook dat het de context kan zijn die voor de afwijzing zorgt.

GUNFACTOR

Het lijkt alsof er veel inspanning voor nodig is, maar het is vooral een kwestie van oefenen en jezelf trainen om telkens een positieve houding aan te nemen als je communiceert. Probeer naar aanleiding van negatieve feedback niet in de verdediging te schieten en koers weg van de vecht- of vluchtmodities. Zelfs als je je niet goed voelt over een situatie, kun je altijd nog wat inspanning leveren om neutraal te blijven. Naast de kwaliteit van wat je maakt is de persoonlijke

Reinier Bosch heeft als ontwerper en kunstenaar aan de Design Academy in Eindhoven gestudeerd. Hij heeft een ontwerpstudio en werkt aan binnen- en buitenlandse projecten. Zijn werk hangt in kunstgaleries en is ook te zien openbare ruimtes. Hoe heeft hij ervoor gezorgd dat opdrachtgevers hem hiervoor weten te vinden?



KIJKTIP

Ga naar de vlog van Reinier Bosch over acquireren en het onderhouden van je netwerk
www.cultuur-ondernemen.nl/reinier



LUISTERTIP

In de tweede aflevering van de podcast 'Hoe ik kunstenaar blijf' komt Reinier ook aan het woord. Luister via [Spotify](https://open.spotify.com/track/3129234434920758456) en cultuur-ondernemen.nl/podcast

kant namelijk heel belangrijk. Door positief te communiceren krijg je altijd betere reacties. En heb je een klik, dan treedt de gunfactor in werking en nemen afnemers eerder iets bij jou af dan bij een ander. Bedenk dat je ook niet afhankelijk bent van die ene mogelijke klant. Probeer geen samenwerking te forceren als het echt niet klikt. Bespaar jezelf onnodige frustratie voordat je uiteindelijk werk levert waar je niet achter staat.

TIP Reinier loopt altijd rond met een aantal ideeën. Hij wacht op het goede moment om deze bespreekbaar te maken. Daardoor wordt een opdracht niet alleen 'iets in opdracht maken', maar kan hij ruimte creëren voor een idee dat al langer in zijn hoofd zit. Hij verandert daarmee de opdracht, verrast de klant. En hij probeert de opdrachtgever mee te krijgen in zijn ambitie om iets groots te maken. Dat lukt alleen bij degenen die er zelf in geloven dat hun idee gerealiseerd gaat worden.

TIP Reinier maakt voor zichzelf een planning van twee jaar om zijn doelen te bereiken. Hij bedenkt veel projecten, en focust door te toetsen op haalbaarheid en kans op succes. Het liefst heeft hij meerdere projecten gelijktijdig lopen. Als iets niet in eerste instantie lukt, blijft hij het proberen langs een andere weg, met andere mensen.

TIP Om grote projecten te realiseren heb je dragers nodig en beslissers. De dragers zijn de mensen die in jouw project geloven binnen de organisatie en voor draagvlak zorgen, de beslissers zijn diegenen die over het budget gaan en hier een knoop over doorhakken. Zo kan een burgemeester wel heel

enthousiast zijn, maar als die niet over het budget gaat, kom je er niet. Bij een bedrijf is de directeur wel beslissingsbevoegd. Stel jezelf de vraag: wie gaat over het geld?

TIP Acquireren is vrienden maken. Reinier beschouwt de eigenaars van zijn vier galeries als vrienden die hij aandacht wil geven. Je houdt regelmatig contact met de mensen die je kent om je netwerk te onderhouden en uit te breiden. Bij bezoek aan een andere stad, maakt Reinier een lijstje van mensen die hij wil spreken om even koffie mee te drinken. En als hij iemand wil spreken die hij nog niet kent, zoekt hij uit wie uit zijn netwerk diegene wel kent om zo de verbinding te leggen.

OPDRACHT Maak een lijst van drie oude contacten die je nodig weer eens moet spreken, drie lauwe contacten die onmiddellijke aandacht verdienen en drie mensen die je nog niet kent, maar per se wilt leren kennen. Benader mensen positief en op hun expertise, vaak staan ze er dan echt wel voor open om met je mee te denken en te sparren over je plannen. En misschien hebben ze wel relevante doorverwijzingen voor je of kunnen ze je bij iemand introduceren?

‘Een lange adem hebben is belangrijk. Het is zo makkelijk om te zeggen: o dat wordt toch niks’

DOCUMENTAIREMAKER
ANKE TEUNISSEN

LEES HET INTERVIEW MET ANKE
OP PAGINA 60

STAP 6 ONDERHANDEL ALS EEN BAAS

Je kunt aan projecten in opdracht werken, of autonoom aan je oeuvre bouwen. Het is een periode waarin je behoorlijk onder druk komt te staan. Voor je je artistieke inspanningen omgezet ziet in een financiële beloning, moet je vaak nog met opdrachtgevers onderhandelen. Er moet een offerte komen, de werkzaamheden moeten goed omschreven worden, en zo zijn er nog een paar dingen waar je goed op moet letten.

Boter bij de vis graag. Helaas is de realiteit vaak anders. Eerlijke tarieven in de creatieve sector zijn een *hot topic*. Hoe weet je wat een passend honorarium is?

En wat doe je als een opdrachtgever zegt dat er geen budget is? In deze stap brengen we onder de aandacht waar je op moet letten tijdens het onderhandelen.

WEET OF ER BUDGET IS

Je kunt niet het gevaar lopen dat je veel tijd investeert in een opdracht die niet in verhouding staat tot het honorarium, als er verder niks tegenover staat. Soms kan een opdracht in relatief weinig tijd veel geld opleveren en soms levert een opdracht financieel weinig op, maar zorgt wel voor een enorme exposure. Ga hier slim mee om. Als er weinig budget is, denk na wat een opdrachtgever nog meer voor je kan betekenen. Wil je positieve aanbevelingen op je social media? Of dat de opdrachtgever een warme relatie aan je voorstelt en uitnodigt voor je opening?

Soms krijg je een opdracht aanvraag binnen en blijkt dat er geen budget is. Er wordt gevraagd of je in ruil voor naamsvermelding iets wilt doen 'omdat dat goed is voor jouw publiciteit en naamsbekendheid'. We adviseren je nooit iets gratis te doen. Doe je het toch, zorg dan dat duidelijk is wat er tegenover staat. Maak hierover afspraken op papier.

JE PRIJS BEPALEN

Hoe leer je om een passend honorarium te vragen? Ben je een optredend artiest, dan hangt het er vanaf hoe bekend je bent en waar je optreedt. Voor werk bij een orkest of een theatergezelschap kun je kijken in de cao die binnen die sector is afgesloten. Maak je beeldende kunst, schat de materiaalkosten dan nauwkeurig in en bedenk het aantal werkuren dat het je gaat kosten. Vergeet je reiskosten niet en onderzoek ook wat vergelijkbare kunstenaars en andere creatieven vragen om je prijs te kunnen bepalen. Hoeveel wil je per uur overhouden? Vraag je een prijs voor een product of voor het totale proces?

De [handreiking kunstenaarshonorarium](#) wordt breed gedragen door fondsen en presentatie-instellingen zoals musea. Gebruik het rekenmodel voor je prijsafspraken rond exposities.

De [Fair Practice Code](#) is een initiatief dat gezonde lonen voor creatieve professionals mogelijk wil maken.

Op de facturen die je uitstuurt moeten je naam, adres en woonplaats (je NAW-gegevens), btw-nummer en doorlopende factuurnummers staan, conform de [eisen van de Belastingdienst](#).

KEUZES MAKEN

De relatie tussen tijd, geld en kwaliteit ligt gevoelig. Een klus die snel moet worden uitgevoerd kan niet worden ingekocht voor weinig geld en ook nog goed zijn. Het gaat erom dat je je als ondernemer realiseert dat goed, goed genoeg is met een door jou te bepalen ondergrens en gerelateerd aan de opdracht. Je kunt daarin keuzes maken. Als je langer de tijd kunt nemen, jezelf niet hoeft te committeren aan deadline en parallel aan meerdere projecten kunt werken, ben je misschien bereid voor een lager bedrag aan de slag te gaan.

DE OFFERTE

Klanten kunnen vragen eerst op papier te zetten wat je te bieden hebt, een aanpak te bedenken en daar een prijs aan te koppelen. Zorg dat je alle elementen in je offerte hebt staan om je klanten mee over de streep te trekken. Vaak geeft de klant zelf belangrijke zaken aan, schrijf deze dan in precies dezelfde woorden op en gebruik deze letterlijk in je offerte. Maak duidelijk wat je precies gaat

opleveren, splits de werkzaamheden uit en koppel er aparte prijzen aan of kom met een projectprijs. Breng het liefst ook een geldigheidsduur van je aanbod ter sprake en laat weten wanneer je uiterlijk een antwoord verwacht.

SCHRIFTELIJK

Algemene Voorwaarden zijn de basis van iedere onderneming. Je kunt erin vastleggen onder welke voorwaarden jouw product of dienst wordt geleverd. Zaken zoals de betalingstermijnen van je facturen, aansprakelijkheid, levering. Zorg dat je algemene voorwaarden te vinden zijn op je website en verwijst hiernaar in je offerte. Mondelinge afspraken zijn ook geldig, alleen zijn ze lastig te bewijzen in geval van conflict.

Leg afspraken met de opdrachtgever daarom ook altijd schriftelijk vast en leer jezelf aan zakelijke gesprekken kort samen te vatten en na te mailen. Zo toon je betrokkenheid, voorkom je misverstanden en heb je iets om op terug te vallen. Bedenk bij onenigheid over afspraken of en wat je in de toekomst met die andere partij nog wilt. Bekijk het schema conflicthantering en bedenk welke mogelijkheden je hebt.

AUTEURSRECHT

Wat jij gemaakt hebt, mag niet door een ander gebruikt of misbruikt worden. Het auteursrecht is bedoeld om jou als maker van een werk te beschermen. Beeldrecht is hetzelfde als auteursrecht. Er zijn verschillende organisaties waar je je kunt aansluiten, zoals [Buma](#), [Stemra](#) voor musici en [PictoRight](#) voor makers van beeld. Aansluiting betekent dat je betaald wordt bij gebruik en dat je bij misbruik beschermd bent. Een andere manier om je werk te beschermen is via [Creative Commons](#). Je krijgt dan geen vergoeding, maar je kunt wel vastleggen dat bij gebruik je naam wordt vermeld.

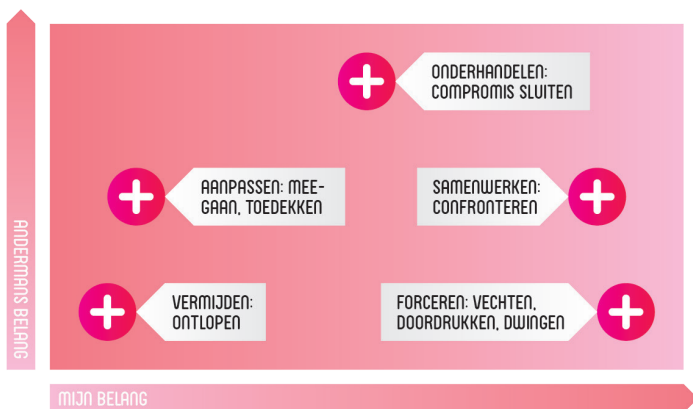
Een kunstvoorwerp kan, zeker als het de vormgeving van een gebruiksvoorwerp/product betreft, onder verschillende regelingen vallen: het auteursrecht, het modelrecht, het octrooirecht of soms zelfs merkenrecht. Vooral als de kans op namaak groot is of er grote financiële belangen op het spel staan, kunnen model- en merkendepot of – afhankelijk van de omstandigheden – zelfs octrooi overwogen worden. Deze rechten bieden bewijsrechtelijk, maar ook als functionaliteit een belangrijke rol speelt, meer zekerheid dan het auteursrecht.

opdrachtgever weet dan zeker dat hij geen loonheffingen hoeft in te houden en te betalen.

Voor elke opdracht kun je gebruik maken van zo'n modelovereenkomst, het is niet wettelijk verplicht. Ook zonder mag je in principe facturen sturen als de opdrachtgever daar geen bezwaar tegen heeft. Er zijn er voor architecten, individuele artiesten, artiestengezelschappen, dj's, gastchoreograaf, -regisseur, balletmeester, kunst- en cultuureducatie en voor diverse functies in de filmsector komen er ook steeds meer modelovereenkomsten bij.

MODELVEREENKOMSTEN

Na of je nieuwe werksituatie overeenkomt met een van de [modelovereenkomsten](#) van de Belastingdienst. Zij moedigen het gebruik ervan aan en hebben verschillende varianten online gezet, om makkelijker het onderscheid tussen een dienstverband en ondernemerschap te kunnen controleren. Werk je met een door de Belastingdienst goedgekeurde modelovereenkomst, dan is duidelijk dat de werkzaamheden als opdracht beschouwd worden en niet als werk in loondienst. De



DOCUMENTAIREMAKER ANKE TEUNISSEN DEELT EEN STUDIO MET ANDERE CREATIEVEN

EN LEGT UIT WAAROM VEEL COMMERCIEEL WERK MAKEN
NIET ALTIJD EEN GOED ZAKELIJK BESLUIT IS

Documentairemaker Anke Teunissen (42) is bekend van haar fotoproject *Nestblijvers*. Ze houdt ervan verhalen op allerlei manieren te vertellen. Voor haar nieuwste project gebruikt ze bijvoorbeeld virtual reality.

BIOGRAFIE IN CIJFERS

In 2006 fotografeerde Anke **26** volwassenen die nog altijd in het ouderlijk huis wonen voor *Nestblijvers*. Een van haar nieuwste werken is *De stoel van de laatste jaren* (2017), een documentair vr-drieluik over **3** ouderen in de winter van hun leven dat ze samen met Jessie van Vreden maakte en al op festivals in **6** landen is vertoond.

BESTE ZAKELIJKE BESLISSING

Vrij snel na mijn afstuderen heb ik een goede studio gezocht en gehuurd samen met zeven creatieven in de Amsterdamse Houthavens. Het is fijn een eigen plek te hebben die niet thuis is en dat ik hem deel is goed voor mijn netwerk. Zo zit ik niet individueel en afgezonderd te werken.'

SLECHTSTE ZAKELIJKE BESLISSING

'Na *Nestblijvers* kreeg ik heel veel commerciële klussen aangeboden. En tien jaar geleden kreeg je daarvoor echt belachelijke dagprijzen. Het was aantrekkelijk, makkelijk geld verdienen. Dat heb ik toen heel veel gedaan, tot ik er doodongelukkig van werd. Het was zo stom en plat, ik had helemaal uit het oog verloren wat ik eigenlijk echt leuk vond.'



‘Wat ik doe komt voort uit onderzoek naar mezelf, maar ik kijk ook naar data, ben een echte geek’

KUNSTENAAR
RAJAE EL MOUHANDIZ

LEES HET INTERVIEW MET RAJAE
OP PAGINA 74

STAP 7 VIND FINANCIERING VOOR JE PLAN

Het vinden van financiering voor je plannen kan complex zijn, maar is zeker niet onmogelijk. Pin je niet vast op één financieringsbron; onderzoek alle mogelijkheden die bij jouw idee, project of plan passen. In dit hoofdstuk komen verschillende financieringsmogelijkheden aan bod: *we show you the money*.

Als ondernemer is het slim niet van één inkomstenbron afhankelijk te zijn. Er is een diversiteit aan geldbronnen, zoals crowdfunding, fondsen, mecenaat of een lening. Hoe weet je welke financieringsbronnen geschikt zijn voor je plan? Wat zijn de voor- en nadelen van

elke financieringsvorm, en hoe weet je of je in aanmerking komt voor bijvoorbeeld een lening of subsidie? Hierbij kan de [Culturele Financieringswijzer](#) je helpen.

OVER DE CULTURELE FINANCIERINGSWIJZER (CFW):

Met de CFW vind je de route naar financiering van jouw project, product of onderneming:

- Je krijgt inzicht in welke financieringsmogelijkheden er bestaan voor jouw financieringsbehoefte.
- Je kunt je laten inspireren door actuele voorbeelden van collega-kunstenaars en -creatieven.
- Je verdiept je kennis, bijvoorbeeld over informeel investeren en crowdfunding, met verwijzingen naar andere platforms.

HOE WERKT DE CFW?

De wijzer gaat uit van financieringsbehoefte. Je wilt bijvoorbeeld een project financieren of investeren in de start of groei van jouw onderneming. Zoals door de aanschaf van materialen, apparatuur of een instrument of het verbouwen of inrichten van een studio of atelier. Met een aantal gerichte vragen helpen we je onderzoeken welke financieringsbron het beste past bij jouw situatie en behoefte.

Daarnaast kun je jouw kennis verdiepen over allerlei onderwerpen die te maken hebben met de financiering van jouw project, product of onderneming en zijn er tools op de site te vinden waarmee je je financieringsbehoefte kunt berekenen of waarmee je bijvoorbeeld jouw belanghebbenden – stakeholders - in kaart kunt brengen. Inspirerende voorbeelden van andere kunstenaars, creatieven of organisaties die hun project of culturele onderneming succesvol hebben gefinancierd, helpen jou tevens bij het samenstellen van de best passende financieringsmix.

DEEL JE PROJECT OP

Als je een omvangrijk plan hebt met een langere looptijd, kan het verstandig zijn het project op te delen in fasen, ieder met een kop en een staart. Voor een deelproject of pilot is het soms eenvoudiger om financiering te vinden, bijvoorbeeld omdat een financier geïnteresseerd is in de resultaten van je onderzoek. En bij succes ga je door naar de volgende fase.

MAAK ONDERSCHIED IN KOSTEN

Op je projectbegroting kun je overheadkosten opnemen, gerelateerd aan je project. Zoals kosten die je maakt voor administratie, of telefoonkosten. En, misschien is het overbodig, maar toch goed om te noemen: vergeet nooit je eigen honorarium.

DE MEEST VOORKOMENDE FINANCIERINGSBRONNEN ZIJN:

1. eigen directe inkomsten, bijvoorbeeld uit de verkoop van je werk
2. sponsoring: bijdragen van bedrijven aan je project. Dat kan ook in natura waardoor je minder kosten hoeft te maken. Dit doen bedrijven vaak omwille van naamsbekendheid of uit imago-overwegingen
3. mecenaat: donaties van particulieren die je project willen steunen
4. private en publieke fondsen
5. subsidies van overheden: dat kan de gemeente zijn, maar er bestaan ook provinciale en landelijke regelingen die relevant voor je kunnen zijn

VOORBEELD: EEN FONDSAANVRAAG DOEN

Een fondsaanvraag is vaak een goed moment om een 'moeder'-document op te stellen van je plan. Centraal staat het ontwikkelen van je case for support (een 'basisverhaal'): een aansprekend, overtuigend, enthousiasmerend en duidelijk verhaal over wie je bent, wat je wilt bereiken, voor wie en waarom. Een goede case for support maakt het verkrijgen van geld een stuk makkelijker. Het dient als basis voor andere aanvragen. Probeer ook een A4 te maken met de kerninformatie. Bijvoorbeeld om ter oriëntatie en eerste presentatie aan geïnteresseerden te versturen.

Hoe een financier je plan zal beoordelen is belangrijk. Gebruik de researchmogelijkheden via internet om meer over de financier te weten te komen. Wat voor projecten zijn in het verleden nog meer gefinancierd? Misschien zie je zelfs wel om welke budgetten het toen ging. Dit kan helpen bij een gerichtere aanvraag bij de juiste financier.

Wist je dat er steeds meer bedrijven zijn die geld geven uit oogpunt van maatschappelijke betrokkenheid? Ze richten soms fondsen op. Zoals de Rabobank Foundation en het ING Nederland Fonds.

TIP Zet sponsoring in natura wel duidelijk in je begroting door de bijdrage om te rekenen tot een bedrag. Het zijn per slot van rekening ook inkomsten, met de kanttkening dat ze in natura worden betaald.

TIP Bij de meeste fondsen kun je uitsluitend een aanvraag indienen als rechtspersoon. Als je een stichting hebt, is het aanvragen van een ANBI-status aan te bevelen. Met de erkenning als culturele ANBI kunnen donateurs hun gift aftrekken van de belasting.

TIP Lees het Fondsenboek. Een jaarlijkse publicatie waarin alle fondsen in Nederland staan. De grotere, bekende, publieke fondsen én de onbekende, particuliere fondsen, die een specifieke doelstelling hebben.



VOORBEELD: CROWDFUNDING

Crowdfunding is geen financieringsbron, maar een methode om geld te werven. Het geeft je de mogelijkheid de markt af te tasten en is daarmee een manier om een fanbase op te bouwen. Lees meer over crowdfunding bij [voordekunst](#) en in de [Culturele Financieringswijzer](#)

VOORBEELD: CULTUURLENING

Het kan voorkomen dat je wilt investeren in de groei van jouw onderneming, waarbij je vrij zeker bent dat de investering zichzelf kan terugverdienen. Of je hebt een periode in tijd te overbruggen. Je hebt dan een tijdelijke liquiditeitsbehoefte. Als je over voldoende eigen middelen beschikt, kan je dat zelf voorfinancieren. Anders kan lenen een optie zijn. Bij friends, family and fans (ook wel fools genoemd) in je eigen warme kring, bij een bank, of met een cultuurlening. Via Cultuur+Ondernemen kun je een cultuurlening aanvragen

tegen een lage rente bij het [Fonds Cultuur+Financiering](#). Dit fonds helpt creatieven, kunstenaars en culturele organisaties op weg met cultuurleningen.

Let wel: lenen kost geld dat bovenop het geleende bedrag moet worden terugbetaald. Soms gaat je project gepaard met grote risico's. Het kan slagen, maar ook falen.

VOORBEELD: BUSINESS ANGELS

Als je een geheel nieuw project wilt starten met een onzekere uitkomst, denk dan ook eens aan een business angel of een zakelijke partner die (mee) investeert met risicodragend kapitaal. Omdat zij dan mede het risico dragen, willen ze meedelen in de opbrengsten en soms een aandeel vergaren in je bedrijf. Realiseer je dat van te voren goed en bedenk ook wat je 'remweg' is voor het geval dat je plan onverhoopt niet helemaal loopt zoals verwacht.

TIP BOUW RELATIES OP

Het lijkt natuurlijk in deze stap te gaan over het vinden van financiering. Echter, ons motto is: fondsenwerving heeft niets met geld te maken, maar alles met relaties aangaan. Het is belangrijk een netwerk te hebben. Dat bouw je niet zomaar op, dat kost tijd. Het heeft meestal geen zin om direct met een sponsorvoorstel of vraag om geld aan te komen. Een warm contact en een gunfactor moeten zich kunnen ontwikkelen. Eerst moet je iemand leren kennen, een relatie opbouwen en uitvinden waar iemands interesses liggen. Onderzoek wie jou daarmee kan helpen. En of mensen in jouw netwerk jou misschien kunnen helpen toegang te krijgen tot potentiële financiers. In stap 5 gaan we hier verder op in.



LUISTERTIP

De vierde en laatste aflevering van de podcast 'Hoe ik kunstenaar blijf' gaat dieper in op geld vinden voor je verhaal. Via [Spotify](https://www.spotify.com) en cultuur-ondernemen.nl/podcast

DIGITALE VERDIENMODELLEN

Digitale verdienmodellen maken ook in de cultuursector een opkomst. Weten welke er zijn en hoe ze voor jou kunnen werken? Lees meer op cultuur-ondernemen.nl/digitaleverdienmodellen.

TIP KLEIN BEGINNEN

Bedenk dat iedere kleine donateur uit kan groeien tot een grote gever en dat mecenaat in vele vormen kan plaatsvinden. Je kunt bijvoorbeeld een vriendenkring opbouwen die je vraagt jouw werk te ondersteunen met een vrijwillig donatiebedrag. Bouw je netwerk zorgvuldig op, informeer iedereen goed en wees transparant hoe je de middelen besteedt. Dat schept vertrouwen. Er zijn ook platforms, zoals [Patreon](https://www.patreon.com), waar fans van creatieven een maandelijkse bijdrage betalen in ruil voor af en toe een werk van je of een kijkje achter de schermen.

STAP 8 FOCUS MEER, STRESS MINDER

Als je eenmaal gedreven aan de slag bent, moet je jezelf dwingen soms even je hoofd leeg te maken. Schakel hulp in en zoek gelijkgestemden op in je netwerk. Drentel een middag door de stad, maak een mooie wandeling door de natuur en je zal zien hoe je hoofd volstroomt met nieuwe ingevingen. Of misschien niet, maar dan is in ieder geval de kans op een burn-out veel kleiner.

Juist als je het zo druk hebt dat je jezelf te veel belast, kan het helpen met iemand te praten die op een gestructureerde manier met je naar je werk kijkt, waar je werk in progress mee kunt bespreken om te bepalen hoe nu verder. Contact met anderen kan er ook

voor zorgen dat je gemotiveerd blijft en je eigen grenzen oprekt. Zoek sparringpartners binnen en buiten je eigen kring of gebruik een gesprek met een adviseur van Cultuur+Ondernemen bijvoorbeeld om jezelf en je loopbaan een boost te geven.

OMGAAN MET ONZEKERHEID

In elke periode van je zelfstandigheid kun je wel eens twijfelen aan je eigen kunnen. En lijkt het alsof het anderen makkelijker afgaat. Zodra je het daarover hebt met collega's, blijkt dat zij vaak dezelfde twijfels hebben. Van het gevoel van onzekerheid zul je misschien nooit af komen. Elk nieuw project dient zich per slot van rekening weer aan met onbekende elementen. Dat is uitdagend, maar ook spannend. En dan ook nog in een sector zonder al te strikte regels. Creativiteit op bestelling is een contradictie; helaas zijn het toch echt harde deadlines waar je mee te maken hebt. Elke nieuwe kans is op deze

manier ook een mogelijkheid om te falen. Juist op zo'n moment is het belangrijk te proberen met een afstandje naar je werk te kijken. Probeer vrij te blijven denken.

UITBESTEDEN

Het kan rust geven je financiële administratie uit te besteden. Niet iedereen vindt het even leuk daarmee bezig te zijn en zodra je 's nachts ligt te piekeren over je schoenendoos met bonnen, is het tijd om hulp in te schakelen. Ook andere deskundigheid is te huur: over pr en marketing kun je je laten adviseren, je kunt de laatste software op je laptop laten zetten door iemand die daar goed in is, en als artiest, fotograaf of illustrator kun je op zoek gaan naar een bureau of agentschap om je door te laten vertegenwoordigen.



DE WEEK INDELEN

Maak een weekindeling en houd je aan je planning. Zet alles wat je moet doen op een rijtje en bedenk hoeveel tijd de verschillende deelactiviteiten kosten. Werk vervolgens zoveel mogelijk gestructureerd en volgens de planning. Op deze manier ga je ordelijker werken en dat geeft meer rust. Er is veel dat om je aandacht vraagt, maar laat je niet afleiden van wat je je had voorgenomen te doen. Beperk de verstoringen tot een minimum of roep daar de hulp van apps als [Forest](#), [Stay on task \(Android\)](#), of [Be Focused \(iOS\)](#) voor in, en stel jezelf een limiet voor bepaalde apps. Met [Flipd](#) kun je je telefoon zelfs helemaal op slot zetten.

LAAT HET STROMEN

Als je anderen vertelt waar je mee bezig bent, zijn er van die momenten waarop je ogen gaan glimmen. Onbewust weet je al lang wat bij je past. 'Creativiteit moet stromen' wordt daarom ook zo vaak gezegd. Daarbij is het onvermijdelijk dat je af en toe vast komt te zitten. Ook dan is het belangrijk na te gaan waar je behoefte aan hebt. Moet je je nachtrust opschroeven? Een gezonde maaltijd voor jezelf koken? Wil je jezelf onderdompelen in het werk van andere creatievelingen? Blijf vriendelijk naar jezelf. Probeer niet-helpende, demotiverende gedachten niet te laten domineren. Train je innerlijke stem zo dat je positief blijft en focust op de blijdschap die je voelt omdat je kunt doen waar je goed in bent en daar beter in kunt en wilt worden. Voor nu wensen we je heel veel succes.

KUNSTENAAR RAJAE EL MOUHANDIZ VERLIET HET CONSERVATORIUM EN KOOS HAAR EIGEN PAD

EN VERTELT WAAROM HET WAARDEVOL IS DAARVOOR SOMS NEDERLAND TE VERLATEN

Rajae El Mouhandiz (39) noemt zichzelf een fluïde kunstenaar, 'vanwege mijn verhaal en mijn manier van werken'. Haar moeder is Algerijns, haar vader Marokkaans, ze is geboren in Marokko, opgegroeid in Amsterdam en woont nu in Rotterdam.

BIOGRAFIE IN CIJFERS

In 2013 bracht ze haar eerste documentaire uit: *HOPE!* Ze kreeg in 2015 een Ariane de Rothschild Fellowship toegekend. Als singer-songwriter heeft ze **2** albums, **1** ep en **1** single op haar naam staan. Ze werkt nu aan 'duizend dingen tegelijk', waaronder een expositie, haar eerste solovoortelling in Nederland, Marokko en de VS, een volgend album en een artistieke samenwerking met automerk DS Automobiles.

BESTE ARTISTIEKE BESLISSING

'Op mijn twintigste stoppen met het conservatorium - ik studeerde daar hoorn - en kiezen voor mijn eigen verhaal. Ondanks dat ik boze berichten kreeg, durfde ik mijn schepen achter me te verbranden, en naar het buitenland gaan, om daar mijn skillset te verbeteren. Daar leerde ik dingen die ik in Nederland niet kon leren. Binnen een jaar was ik aan het opnemen in Londen, en weer een jaar later in New York.'

SLECHTSTE ARTISTIEKE BESLISSING

'Me teveel laten sturen en mijn visie laten overnemen door anderen. Ik heb geleerd dat ik dichtbij mijn eigen plan moet blijven, en als ik er experts van buiten bij haal, bijvoorbeeld voor een voorstelling, we niet verder dan in het midden moeten uitkomen. Het is belangrijk je artistieke visie te bewaken.'



NUTTIGE ADRESSEN

Een digitale versie van deze uitgave kun je downloaden via

cultuur-ondernemen.nl/product/zakelijkheids.

Abonneer je op onze nieuwsbrief via

cultuur-ondernemen.nl/nieuwsbrief

VOLG ONS OP



ONDERNEMEN

www.beroepkunstenaar.nl

Informatie en tips over de beroepspraktijk

www.belastingdienst.nl

Leuker kunnen ze het niet maken

www.sprout.nl

Voor startende ondernemers

www.zzp-nederland.nl

Belangenbehartigingsorganisatie voor zzp'ers

www.de-eigen-zaak.nl

Een advieswinkel voor (fulltime en parttime) ondernemers

www.kvk.nl

Kamer van Koophandel

www.ondernemersplein.nl

Overheidsinformatie voor startende ondernemers

www.mkb.nl

Brancheorganisatie midden- en kleinbedrijf

www.fairpracticecode.nl

Een initiatief voor gezonde lonen voor creatieve professionals.

FINANCIEREN

www.culturelefinancieringswijzer.nl

De wijzer die je stap voor stap meeneemt in het vinden van financiering voor je plannen.

vermogensfondsen.startpagina.nl

De belangrijkste fondsen op een rij

www.allarts.nl

Belastingadviseurs kunstensector

BUITENLAND

www.dutchculture.nl

Centrum voor internationale samenwerking

www.rvo.nl

Over ondernemen in binnen- en buitenland

VERZEKEREN

www.broodfondsen.nl

In 4 stappen aansluiten bij een broodfonds

www.boknet.nl/schadeverzekeringen

Verzekeringen voor kunstenaars

www.mkb.nl

JURIDISCH

www.kunstenbond.nl

Juristen die je helpen met advies, bemiddeling of verweer

www.auteursrecht.nl

Algemene site over auteursrecht met links

www.governancecodecultuur.nl

Governance Code Cultuur plus toolkit

www.creativecommons.nl

Flexibel omgaan met auteursrecht

www.notaris.nl

Over zaken die je regelt bij de notaris

www.pictoright.nl

Hulp voor fotografen en illustratoren om vergoedingen te innen voor gebruikt werk

www.clinic.nl

Gratis juridisch advies, ondersteund door advocatenkantoor Clinic

HET GROTERE PLAATJE

www.kunsten92.nl

Actieve belangenvereniging van de culturele sector

www.cultureelpersbureau.nl

Over ontwikkelingen in de cultuursector

www.metropolism.com

Tweemaandelijks magazine Metropolis M over het (internationale) kunststadium

www.trendbeheer.com

Hedendaagse beeldende kunst in de schijnwerpers

www.platformbk.nl

Onderzoekt de rol van kunst in de samenleving en voert actie voor een beter kunstbeleid

INSPIRATIE

www.bkinformatie.nl/

Vakblad voor beeldend kunstenaars
www.culturele-vacatures.nl
(Deeltijd)banen, stages en leerwerk-
plekken in de cultuursector

www.den.nl

Kennisinstituut cultuur & digitalisering
www.dutchheights.nl

Platform voor kunst- en cultuurprijzen
in Nederland

www.trendbeheer.com

Hedendaagse beeldende kunst in de
schijnwerpers

www.frankwatching.com

Marketing, communicatie, social media
en tech

www.theaterkrant.nl

Theaterplatform met recensies van
voorstellingen en een theatervacatu-
rebank

info.bikopleiding.nl

Informatie over de opleiding
Beroepskunstenaar in de Klas
cultuurmarketing.nl

Inspirende community voor professio-
nals die als doel hebben een breed pu-
blik kunst en cultuur te laten beleven
mestmag.nl

Platform en magazine met bijzondere en
innovatieve kunst en cultuur uit Brabant
en ver daarbuiten

artstation.com

Online art community met portfolio-
mogelijkheden en een zoekfunctie
op onderwerp

GRATIS GESPREK VOOR INSPIRATIE EN ADVIES OP MAAT

Onze adviseurs zijn specialist in
ondernemerschapsvraagstukken
in de cultuursector.

Vraag een oriëntatiegesprek aan via
cultuur-ondernemen.nl/orientatiegesprek

CULTUUR+ONDERNEMEN

Meer interessante links vind je op
cultuur-ondernemen.nl/links

CONTACT

Cultuur+Ondernemen
Kerkstraat 204
Postbus 2617
1000 CP Amsterdam

info@cultuur-ondernemen.nl
020 535 25 00

www.cultuur-ondernemen.nl
www.culturelefinancieringswijzer.nl
www.fondscultuurfinanciering.nl
www.governancecodecultuur.nl

Voor een persoonlijk advies op maat of deelname aan een workshop kun je een bezoek brengen aan Cultuur+Ondernemen in het centrum van Amsterdam. We kunnen ook telefonisch of in een videocall oriëntatiegesprekken voeren.

COLOFON

Deze gids is een uitgave van Cultuur+Ondernemen uit mei 2018. Herdruk: mei 2020.

Coördinatie
Cultuur+Ondernemen
Projectredactie
Redactie

Krista Heijster
Lisa Koetsenruijter, Marienke Tau
Anna Bilker, Erika Happe, Joost Heinsius, Lisa
Koetsenruijter, Alexander Ramselaar,
Renate Timmer, Ben Wiegman

Ontwerp
Fotografie
Leescommissie
Met dank aan

Nick Liefhebber
Alwin Slomp
Karen de Meester, Christianne Rugl, Saskia Schreven
Miranda Apeldoorn, Reinier Bosch, Ernst van Dijk,
Mira van der Lubbe, Rajae el Mouhandiz, Maud
Sauer, Zoé Déjean
My Daily Shot of Culture
Grafimedia Amsterdam

Vlogs
Lithografie en druk

Disclaimer

Hoewel de tekst met grote zorgvuldigheid is samengesteld, kan Cultuur+Ondernemen geen aansprakelijkheid aanvaarden voor eventuele onjuistheden of onvolledigheden.
© Mei 2020



Dit project is mede mogelijk gemaakt door het Europees Sociaal Fonds van de Europese Unie