



# Ter Zake

Doneren en inspireren

MECENAAT

**Het bedrag dat Nederlanders jaarlijks aan goede doelen schenken en nalaten, neemt toe. Voor goede doelen zijn donateurs en nalaters dan ook steeds belangrijker. Maar hoe gaat de charitatieve sector om met zijn grote gulle gevers, zijn mecenasen? En wat zijn de trends in het mecenaat?**

## 89 | Achter de voordeur

Volgens inspecteur Ed Webers nemen de meldingen over verwaarloosde dieren toe. Hij is het gezicht van de campagne van de Dierenbescherming. Met donaties dragen gevers bij aan het terugdringen van dierenleed en maatschappelijke ontwrichting van hun baasjes.

## 90 | Modern mecenaat

Genoeg gulle gevers, aldus adviseur Renée Steenberg, maar ze zijn kritischer over de bestemming van donaties. Bovendien blijven ze graag meebeslissen over het programmabeleid.

## 93 | Fonds op naam

Hugo de Haas van Dorsser wil het fonds van zijn ouders behouden voor de nieuwe generatie. Zo blijft hij de podiumkunsten ondersteunen. Zijn betrokkenheid gaat ver: hij treedt zelf op als moderne poëet, op straat en op festivals.

## 94 | Aandacht schenken

Hoe de Nierstichting haar grote gevers waardeert: persoonlijke aandacht en betrokkenheid bij nieuwe projecten. Over het belang van erkenning en zien hoe je goeie geld besteed wordt.

**Hoofdredactie:** Wilbert Geijtenbeek  
**Art direction:** Djûke Vaartjes  
**Redactie:** Marlies Dinjens, Cleo Scheerboom, Jenneke van de Streek  
**Eindredactie:** Robert van der Broek  
**Project manager:** Onno Dekker  
**Sales:** sylvia.hoogendoorn-paap@onebusiness.nl

TerZake is een bijlage van ONE Business Media Lab en valt buiten de verantwoordelijkheid van de redactie van *Elsevier Weekblad*. De thematiek komt tot stand op basis van wensen van adverteerders en de artikelen worden door onafhankelijke journalisten gemaakt.

# ‘Ik heb oog voor mens en dier’

**Tropische dieren. Vijfentwintig katten in de woonkamer. Vervuilde huizen. Ed Webers (56) van de Landelijke Inspectiedienst Dierenbescherming maakt van alles mee.**

‘Achter de voordeur zie ik veel schrijnende situaties. Niet alleen mishandelde dieren, maar ook verwaarloosde bewoners en soms zelfs kinderen in erbarmelijke omstandigheden.’ Meldingen komen doorgaans binnen via 144, het landelijk meldnummer voor dierenleed, waarna de politie of Dierenbescherming in actie komt. ‘Gisteren kreeg ik nog een melding over een zwaar verwaarloosde kat bij de dierenarts. Het dier had een vervilte vacht, verwondingen en was erg mager. De dierenarts moest hem laten inslapen.’ Eerst dacht Webers: de eigenaresse verdient een flinke boete, zeker toen hij ontdekte dat ze thuis nóg een kat had rondlopen. De boete kreeg ze niet. ‘Zij bleek ernstig ziek en kon de zorg voor haar dieren niet meer aan. De zwaar verwaarloosde kat werd daarom opgehaald door een van onze dierenambulances en verzorgd bij de dierenarts.’

## Mooiste baan

Webers werkt nu 21 jaar bij de Dierenbescherming. ‘Ik begon als vrijwilliger en heb dus van mijn hobby mijn beroep gemaakt’, zegt hij lachend. ‘En nog steeds is dit de mooiste baan die er is.’ Als inspecteur heeft Webers zowel een handhavende als toezichthoudende functie met veel bevoegdheden. Zo mag hij proces-verbaal opmaken, locaties betreden, zoals schuren en weilanden, en in extreme gevallen, bij-

voorbeeld bij agressie, arrestaties verrichten. ‘Ook grijpen wij bestuursrechtelijk in.’ Constateert Webers bijvoorbeeld dat dieren verwaarloosd zijn, dan sommeert hij de eigenaar om daar wat aan te doen. Geeft hij of zij daar geen gehoor aan, dan worden de kosten om de situatie voor de dieren te verbeteren op de eigenaar verhaald. Het weghalen van dieren is overigens altijd een beslissing van het ministerie van Justitie. Naast het uitvoeren van inspecties aan huis doet Webers ook controles van dierenspecialzaken, tuincentra, markten en hondentoonstellingen. ‘Daarnaast geef ik voorlichting. Zo verzorg ik gastlessen op scholen en ga ik op pad met politici, zoals met leden van de Tweede Kamer. Kunnen zij ook zien wat dit werk inhoudt.’

## Hond in de mand

Sinds twee jaar is Webers een van de boegbeelden van de Dierenbeschermingscampagne *Help ons redden*. ‘Ik zie een duidelijk effect van deze campagne’, zegt hij enthousiast. ‘We krijgen meer meldingen en het inzicht in het werk is gegroeid. Waarom dit zo’n mooie baan is? Omdat ik echt iets voor een dier kan betekenen. Natuurlijk zie ik veel ellende, maar als een hond weer in de mand slaapt, in plaats van aan een ketting, dan heb ik een wezenlijke bijdrage geleverd.’ **[MD]**



Ed Webers komt voor de dieren op, maar als hij mensen aantreft die in erbarmelijke omstandigheden verkeren, schakelt hij andere hulpverleners in

## Duizenden inspecties

In Nederland zijn 17 districtsinspecteurs werkzaam. Jaarlijks voeren zij 9.000 inspecties uit en worden er zo’n 800 dieren in beslag of in bewaring genomen.

Meer informatie:

[dierenbescherming.nl/inspectiewerk](http://dierenbescherming.nl/inspectiewerk)

# ‘Ondernemers geven graag, maar blijven meebeslissen’

**Kunst- en cultuurinstellingen spannen zich in om nieuwe begunstigers aan zich te binden. Maar de moderne mecenas trekt zijn eigen plan, weet Renée Steenbergen (57), die geefgedrag onderzoekt en de kunstwereld adviseert.**

Renée Steenbergen, hoofdredacteur van magazine *The Fundraiser*: ‘Mecenaat gaat niet zozeer om geld, als wel om betrokkenheid’



FOTO: MAARTEN HARTMAN

**Kunst- en cultuurinstellingen lonken naar particuliere gevers. Zeker naar de jonge mecenas, onder de veertig. Slagen ze daar in?**

‘Sinds de bezuinigingen op de cultuursector in 2011 zijn kunstinstellingen tal van nieuwe initiatieven gestart. Ze weten de jongere donateur, onder de veertig jaar, aan zich te binden met geefkringen. Zo’n geefkring moet dan wel aansluiten bij de wensen van deze hoogopgeleide doelgroep. Millennials zitten in het spitsuur van het leven, hebben weinig vrije tijd en zijn dus kritisch. Ik heb aan de Universiteit Utrecht de motivatie van deelnemers aan deze geefkringen onderzocht. Daaruit blijkt, dat ze vooral willen leren en gelijkgestemden ontmoeten. Op die criteria rekent de doelgroep de geefkringen af.’

**Zijn geefkringen voor jongeren ook effectief voor de organisaties zelf?**

‘Het cultuurpubliek vergrijsst. Deze geefkringen voor jongeren worden opgericht vanuit het idee: “Als we eenmaal contact hebben gemaakt, kunnen we ze vasthouden en laten overstappen naar een grotere donatie.” Zo simpel is het niet. De overstap naar een hoger tarief is niet vanzelfsprekend. Jongeren krijgen nu al veel leuke voordelen. Dat is niet alleen mijn ervaring. Zelfs het Louvre in Parijs moest in de afgelopen jaren accepteren dat jongeren de overstap niet vanzelf maken. Het bereiken van de jongere doelgroep is pas het begin, daarna komt het aan op relatiebeheer.’

### Ondernemers zijn belangrijke gevers, hoe speelt de sector daar eigenlijk op in?

‘Kunst en cultuur hebben een speciaal plekje in het hart van ondernemers, naast de humanitaire goede doelen. Jonge ondernemers geven ook op eerdere leeftijd dan de generaties vóór hen. Vroeger kwam het geld van de ondernemer vrij bij bedrijfsverkoop, aan het eind van zijn carrière of bij overlijden. Nu komt het vermogen vaak veel vroeger beschikbaar, zoals door een beursgang. Ondernemers starten op dat moment een vermogensfonds dat ze gebruiken om structureel te gaan geven.’

### Veel ondernemers geven dus via een eigen fonds. Welk effect heeft dat op hun geefgedrag?

‘Ze brengen een deel van hun vermogen onder in een fonds en blijven als bestuurder meebeslissen. Ze besturen het vermogensfonds als een onderneming. Dat is heel anders dan de traditionele charitas, waarbij je passief wacht op aanvragen. In plaats daarvan hebben deze vermogende gevers een actieve rol, ze prefereren zakelijke vormen van geven als *venture philanthropy* en *social return on investment*. Hun oogmerk is om non-profitorganisaties op eigen benen te laten staan, maar lang niet alle goede doelen zijn daar geschikt voor. Ook weten we nog niet wat er gebeurt als zo’n vermogensfonds het goede doel op termijn weer loslaat.’

### Waar liggen de kansen om particuliere gevers te binden?

‘De kunstsector heeft een directe band met de grote gevers, veel meer dan andere goede doelen. Er zijn veel natuurlijke ontmoetingen, zoals bij premières en

vernissages. Daar kan nog meer gebruik van worden gemaakt. Nodig een begunstiger vaker uit voor zo’n opening. Houd het contact warm. Stuur niet iedereen dezelfde e-mail, maar schrijf een persoonlijk briefje. Ik hoor mensen nog te vaak zeggen: “Ik heb een keer geld geschonken en daarna nooit meer wat gehoord”. Relatiebeheer is bittere noodzaak, je moet er in investeren. Anders verdwijnen de gevers van je radar.’

### Waar ziet u kansen en wat zijn goede voorbeelden?

‘De vriendenverenigingen zijn succesvol, met name de grote. Het Concertgebouw en het Rijksmuseum hebben tienduizenden leden. Bij kleinere organisaties kósten vrienden vooral geld. Meestal krijgen vrienden voor enkele tientjes per jaar korting in de museumwinkel en op toegangkaartjes. Dat is beter dan korting te geven op je kernactiviteiten. Daarmee benader je je vrienden namelijk als consument en niet als gever. De gedragswetenschap laat zien dat dit van invloed is op hun betrokkenheid en motivatie: een volgend jaar zullen ze eerder overstappen naar een andere organisatie waar ze opnieuw welkomstgeschenken krijgen. Als je geld nodig hebt moet je geen cadeautjes geven, dat is een tegenstrijdige boodschap.’

### Wat is dé manier om gevers te belonen?

‘*Acces and service* zeggen de Amerikanen. Laat vrienden en donateurs als eersten intekenen op een mooie voorstelling. Verras ze met een zitplaats met de beste akoestiek in de zaal. In Nederland is het belang van het mecenaat op de kaart gekomen tijdens de recessie. Dat is jammer, want daardoor ligt de focus te zeer op geld. Mecenaat gaat eerst en vooral om betrokkenheid. Daarom is het zo belangrijk om naast gevers ook vrijwilligers te werven. Die offeren hun tijd voor je op vanuit een oprechte passie. Vrijwilligers zijn je beste ambassadeurs, hen moet je net zo goed koesteren als vrienden en grote gevers.’ [CS]

## Eigentijdse filantropen geven de voorkeur aan zakelijke vormen van geven



## ‘Het fonds van mijn ouders blijft nu voortbestaan’

**De ouders van Hugo de Haas van Dorsser (56) richtten het Hausta Donans Fonds op voor eigentijdse dichtkunst en modern-klassieke zangkunst. Hij zet het fonds op naam voort bij het Prins Bernhard Cultuurfonds.**

‘Mijn vader (93) heeft een passie voor dichtkunst en mijn moeder zong op amateurniveau. In de jaren zestig en zeventig genoten zij volop van vernieuwende kunst, zoals het Werkteater en de musical *Hair*. Die liefde voor zang, theater, muziek en woord komt samen in hun fonds.’

‘Mijn ouders ondersteunden veel verschillende goede doelen, totdat ze het advies kregen om hun giften te bundelen en zich meer te richten op één of enkele doelen. Dat deden ze met dit fonds, en zo konden ze al bij leven van het schenken genieten. Dat is, vrij vertaald, wat Hausta Donans betekent: wat je put moet je schenken. Mijn vrouw Monique en ik zullen het fonds financieel blijven aanvullen en voortzetten voor de volgende generatie – een mooie gedachte.’

‘Het fonds is ondergebracht bij het Prins Bernhard Cultuurfonds. Zij verzorgen alle praktische zaken, zoals de financiën en de juridische kant, maar doen ook de voor- en eindselectie van kunstenaars. Wij willen graag vernieuwende talenten ondersteunen. Ook buiten de gebaande paden en de grachtengordel. In de afgelopen jaren hebben we bijvoorbeeld *Read My World* ondersteund, een internationaal literatuurfestival, en het programma voor talentontwikkeling Poetry Circle.’

‘Het fonds financiert bij voorkeur podiumkunst: liever een voorstelling, dan een beschouwing of biografie. We bezoeken met regelmaat voorstellingen die we zelf ook ondersteunen. Een van de hoogtepunten was een optreden van dichter Remco Campert met de jazzmusici van het Rembrandt Frerichs Trio. Zelf treed ik ook veel op als gesproken-woordkunstenaar. In het begin als straatartiest, inmiddels op festivals als Oerol en Theaterfestival Boulevard. Het is heerlijk om poëzie tot leven te brengen. De connectie tussen dichter en publiek, vaak ook met muziek, is nergens mee te vergelijken. Het is mooi dat mede dankzij het fonds deze eeuwenoude kunstvorm blijft voortbestaan.’ [MD]

# ‘Persoonlijke aandacht telt’



Hilde de Rooij: ‘Met hun gift willen onze begunstigers het verschil maken’

**Particulier geld is de belangrijkste inkomstenbron van de Nierstichting. Die instelling zegt daarom zorgvuldig om te gaan met haar uitgaven en vindt persoonlijk contact met de gevers van groot belang.**

Afgezien van collectegelden, donaties van bedrijven en opbrengsten uit loterijen en sponsoracties, komt ongeveer een derde van de inkomsten van de Nierstichting van particuliere giften en schenkingen. Een vergelijkbaar deel ontvangt de stichting uit nalatenschappen. ‘Particulier geld is daarom de kurk waarop wij drijven’, zegt Hilde de Rooij (57), relatiemanager bij de Nierstichting. Onder de donateurs bevindt zich een grotere groep middelgrote gevers en een kleine groep grote gevers. ‘Mensen die bedragen van dergelijke omvang schenken, zijn vaak zelf nierpatiënt of hebben een familielid of naaste die aan een nierziekte lijdt. Nierziekten zijn aandoeningen met een grote impact op je leven. Met hun gift willen deze mensen het verschil maken.’ Grote donateurs kiezen vaak voor een periodieke schenkingsovereenkomst met geoordeeld geld. De Nierstichting ondersteunt ook de oprichting van fondsen op naam.

## Kies een passend project

De Nierstichting onderhoudt persoonlijk contact met grote donateurs. Dat begint met een persoonlijk gesprek, waarin de Nierstichting informatie geeft over het doel van de gift. Soms hebben gevers gerichte belangstelling voor een project van de Nierstichting, bijvoorbeeld over de ontwikkeling van de draagbare kunstnier. Maar meestal hebben gevers een globaal idee van hun wensen. De Rooij:

‘Dan ga ik het gesprek aan en ontdek ik waar hun interesses liggen. Soms ook komen er uit ons gesprek nieuwe onderzoeksvorstellen voort.’ De Rooij maakte een keer mee dat iemand onderzoek wilde financieren dat niet op de onderzoekskalender stond. ‘We hebben het voorstel voorgelegd aan de Wetenschappelijke Raad van de Nierstichting en die stemde ermee in. Het project loopt nu mee in ons onderzoeksprogramma. Het gaat ons niet om het geld, maar om het mogelijk maken van relevant onderzoek voor nierpatiënten.’

## Medewerking wetenschap

De Rooij brengt twee keer per jaar een bezoek aan de grote gevers. Ze praat hen dan bij over de voortgang van het onderzoek dat ze ondersteunen. ‘Meestal gaat dan ook de projectleider mee. Dat geeft een extra dimensie aan het gesprek en wordt heel erg op prijs gesteld.’ De Nierstichting is dit jaar gestart met bijeenkomsten voor groepen gevers in universitair-medische centra, vertelt De Rooij. ‘Daar gaan mensen in gesprek met professoren. Ook kunnen ze in een laboratorium zien hoe een nier gekweekt wordt.’ Wetenschappers werken daar heel graag aan mee. Voor de eerste bijeenkomst kwamen meer aanmeldingen binnen dan er plaatsen vrij waren. ‘We hebben daarom meteen een tweede bijeenkomst gepland die ook al bijna is volgeboekt.’ **[Jvds]**

**‘Grote schenkers kunnen in een laboratorium zien hoe een nier gekweekt wordt’**