

# -ZAKEN

Donderdag 27 Okt 2022  
09:00-17:30

La Vallée  
Adolphe Lavalléestraat 39  
1080 Brussel

# CULTUUR

Inschrijven via [bit.ly/cultuurzaken2022](https://bit.ly/cultuurzaken2022)

Duurzame  
fondsenwerving voor  
cultuurorganisaties

## Programma Cultuurzaken 27 oktober 2022

fysiek

digitaal

9:00	Onthaal
9:30 - 9:45	Welkomstwoord door Luc Delrue (secretaris-generaal van het Departement Cultuur, Jeugd en Media)
9:45 - 10:15	Keynote door Joke Persyn en Ann-Sophie Bouckaert (HOGENT)
10:15 - 10:45	Keynote door Helleke Van Den Braber (Universiteit Utrecht): de kunst van het vragen
10:45 - 11:15	<b>Pauze</b>
11:15 - 12:15	Panelgesprek: cultuur, waard(e) om voor te geven

fysiek

12:15 - 13:30	<b>Lunch</b>
13:30 - 14:30	Break-out sessies (één keuze, vooraf inschrijven)
14:30 - 15:30	Break-out sessies (één keuze, vooraf inschrijven)
15:30 - 16:00	Culturele reflectie
16:00 - 17:30	Postersessies: ontdek verschillende fondsenwervingsstrategieën bij cultuurorganisaties

fysiek

digitaal

### Digitale goodiebag

Na afloop ontvangen alle deelnemers een digitale goodiebag met daarin: 4 webinars aansluitend op de break-out sessies en een digitale versie van de postersessies.

### Keynote door Joke Persyn en Ann-Sophie Bouckaert (HOGENT)

Ann-Sophie en Joke zijn lesgevers en onderzoekers aan HOGENT. Ann-Sophie is betrokken bij de opleiding marketing, Joke bij de opleiding orthopedagogie. Ze doen al twaalf jaar onderzoek rond fondsenwerving. Zopas publiceerden ze het onderzoek 'Particuliere fondsenwerving door Belgische non-profitorganisaties' van HOGENT en Fundraisers Alliance Belgium. In het boek benadrukken ze het belang van een professionele fondsenwervingsaanpak om succesvol structureel giften te werven. Met trots stellen ze op Cultuurzaken de onderzoeksresultaten voor en krijg je advies, modellen en tips om zelf met je fondsenwerving aan de slag te gaan.

### Keynote door Helleke van den Braber (Universiteit Utrecht): de kunst van het vragen

In een levendige geef- en vraagcultuur weten culturele organisaties en weldoeners elkaar optimaal te vinden. Belangrijk daarbij is niet alleen hoe je als culturele organisatie je gevers vindt én houdt, maar ook wat je precies van hen verwacht. Is de ideale gever voor jou een redder in financiële nood, of eerder een hoeder van artistieke groei? Wil je je gevers dichtbij, of liever wat meer op afstand? Meer inzicht in wat het eigenlijk is dat tussen gevers en organisaties over tafel gaat, helpt je vorm te geven aan de kunst van het vragen – op een manier die optimaal past bij de doelen en artistieke identiteit van jouw organisatie.

#### Over de spreker:

Helleke van den Braber is hoogleraar Mecenaatstudies aan de Universiteit Utrecht en universitair hoofddocent Cultuurwetenschappen aan de Radboud Universiteit. Ze doet onderzoek naar de theorie en geschiedenis van het geven aan cultuur, en naar de productieve en complexe uitwisseling tussen weldoeners en kunstenaars.

### Panelgesprek: cultuur, waard(e) om voor te geven

Het is een open deur intrappen: cultuur is op vele fronten bijzonder waardevol. Waarom een cultureel project echter belangrijk is, lijkt moeilijk te omschrijven. Het benoemen van waarde kan ertoe leiden dat je gelijkgestemden aantrekt die je project willen ondersteunen. Waarde benoemen om voor te geven, zoals artistieke, maatschappelijke en publiekswaarde. Tijdens het panelgesprek kijken we specifiek naar de sociaal maatschappelijke waarde van cultuur. Wanneer beslist een organisatie om een cultureel project te steunen? Aan de andere kant van de tafel zitten twee fondsenwerfers. Hoe kijken zij er tegenaan?

**Panelleden:**

Marie Vanwingh (coördinator maatschappelijke werking CERA), Béatrice Best (cultural communication and fundraising professional), Els De Clercq (consultant Venture Philanthropy Fund), Melanie Coisne (Philanthropy & Corporate Partnerships KMSKB), Moderator: Jana Kerremans

**Break-out sessie 1: hoe kies ik een goede friends- en fundraising aanpak die past bij mijn culturele organisatie?**

Spreker: Peter Verbaas (Charistar)

In deze sessie behandelen we een casus waarmee we illustreren hoe je de juiste keuzes maakt voor een *friends- en fundraising* aanpak. Je gaat aan de slag met de methode om keuzes te maken voor je eigen culturele organisatie. We eindigen met een uitwisseling van jullie ervaringen. We doorlopen 4 stappen: een snelle manier om je *case for support* te formuleren, de juiste doelgroep bepalen, belangrijke matches met de doelgroep en tenslotte testen of je de capaciteit hebt die nodig is bij de gekozen doelgroep, kanalen en methoden.

**Over de spreker:**

Peter Verbaas is partner bij Charistar, een adviesbureau dat in België en Nederland inmiddels meer dan 400 culturele instellingen op weg heeft geholpen met friend- en fundraising strategieën, organisatie en uitvoering.

**Break-out sessie 2: hoe creëer je draagvlak voor fondsenwerving in je organisatie?**

Spreker: Jeroen Brugge (Strategies and Leaders)

Fondsenwerving is een vak en vertrouw je in de organisatie best toe aan iemand met expertise en kennis van zaken. Maar het is ook een collectieve verantwoordelijkheid en een organisatiedoel. Echt succesvolle fondsenwerving ontstaat wanneer iedereen in de organisatie de wil heeft om er de schouders mee onder te zetten. Zowel het directiekader, management, bestuur, de collega's en vrijwilligers kunnen zich engageren om fondsenwerving stevig in te bedden in de organisatiecultuur en optimaal te laten renderen. Makkelijk gezegd, iets minder evident om in de praktijk te brengen natuurlijk. In deze inspirerend break-outsessie doet Jeroen Brugge uit de doeken wat er zoal nodig is om medestanders en draagvlak te vinden en te houden, welke tools je daarvoor kan inzetten en hoe je fondsenwerving strategisch verankert in de organisatie.

**Over de spreker:**

Jeroen Brugge is expert fondsenwerving bij coöperatief adviesbureau Strategies & Leaders en betrokken bestuurder bij de Fundraisers Alliance Belgium (FAB).

## Break-out sessie 3: storytelling

Spreker: Guido Everaert

### **Zin om boeiend te communiceren, met boodschappen die blijven hangen?**

Storytelling gaat over het menselijker maken van het verhaal van uw organisatie. Mensen houden van verhalen en ook organisaties moeten die kunnen vertellen. Wat heb je nodig, hoe pak je het aan, en hoe word je er bedreven in? Storytelling is een veelgebruikte techniek in fondsenwerving. Het maakt de inspanning menselijker en de problematiek tastbaar. We bedelen niet, we praten niet over onze organisatie maar over datgene wat mensen kan bewegen.

### **Over de spreker:**

Guido Everaert (1963) studeerde aan Universiteit Gent, politieke en sociale wetenschappen. Het eerste deel van zijn carrière speelde zich af in de wereld van marketing en communicatie bij grote bedrijven en agentschappen (Nielsen, Ogilvy, IBM, Telenet, Philips Europe, Duval - Guillaume).

Sinds een vijftal jaar besloot hij zich toe te leggen op content marketing en storytelling. Zijn blog ([www.justguidooohh.com](http://www.justguidooohh.com)) vormde een eerste stap en al vrij snel werd hij vaste columnist en blogger voor oa De Morgen, De Volkskrant, VDAB, Sporta, VUB, Unizo en Libelle.

Daarnaast doceert hij (Visual) Storytelling, Public Speaking, Creative Writing, Blogging, Podcasting en Content marketing aan de Karel de Grote Hogeschool en de Hogeschool Amsterdam en is hij de auteur van twee boeken: Storytelling, verhalen maken merken (Lannoo) en Melting Pot, de wereld kookt in België (Luster).

## Break-out sessie 4: relatieopbouw met data

Spreker: Ilja De Coster (Consultant fondsenwerving)

Fondsenwerving is relatieopbouw met schenkers, hetzij potentiële nieuwe schenkers als bestaande schenkers. Het veronderstelt je schenkers kennen en op maat communiceren. Meer dan enkel je schenkers geldt ditzelfde ook voor je regelmatige bezoekers, abonnees, deelnemers,... allemaal mensen die je in meer of mindere mate een warm hart toedragen. Je fondsenwerving komt pas van de grond als je die mensen op een gepaste manier weet te benaderen, telkens opnieuw.

Gemakkelijker gezegd en gedaan, maar gelukkig kan het gericht inzetten van data en IT-systemen je hierbij helpen. Ze helpen je gegevens juist vast te leggen, analyse geeft je inzicht in wat werk of niet. Automatische spaart tijd en verhoogt doeltreffendheid. In deze sessie staan we stil bij het waarom, wat en hoe van (schenker)relatiebeheer en de rol van databeheer daarin. Voor niet data-specialisten duiden we de interactie tussen menselijke relatiebeheer en data-systemen met oog op een efficiënte fondsenwerving. Daarbij hebben we ook oog voor ethiek en privacy.

### **Over de spreker:**

Ilja De Coster, MInstF(Cert), is Senior Consultant Fondsenwerving en Fondsenwerving Data Strateeg. Bijna 20 jaar reeds ondersteunt hij de fondsenwerving van diverse grote en kleine organisaties en is een regelmatig gevraagde spreker in binnen- en buitenland. Zo was hij de architect van een verdriedubbeling van inkomsten uit giften voor Amnesty International Vlaanderen. Momenteel is hij Fundraising Data Strategist bij het internationale behavioral science fundraising agency The DonorVoice. Tevens is hij ondervoorzitter van de Fundraising Alliance Belgium (FAB). Voor Ilja is fondsenwerving een passie en een maatschappelijk engagement.

## Postersessies: ontdek verschillende fondsenwervingsstrategieën bij cultuurorganisaties

Dankzij de postersessies krijg je een unieke inzage in de fondsenwervingsstrategie van verschillende cultuurhuizen met KIK-IRPA met de Erfgoedchallenge, Netwerk Aalst, Parcum, KMSKA en de deelnemers van het Atelier 3\*: Kazerne Dossin, Cultuurvuur, Concertgebouw Brugge, Mooov, Compagnie Cecilia en Opera Ballet Vlaanderen. Door met elkaar in gesprek te gaan, leer je bij over een bepaalde fondsenwervingsstrategie en kan je nagaan op welke manier het voor jouw organisatie kan werken.

\* Atelier 3 is gefinancierd door het Departement Cultuur, Jeugd en Media en een programma gecreëerd door Charistar, Koalect en Mindwize met als doel cultuurorganisaties te begeleiden om effectief en duurzaam relatiemanagement te realiseren.

Ontdek ook de posterpanelen van onze partners met oplossingen op gebied van CRM en relatiebeheer!



### Met steun van Sparklink

Sparklink helpt bedrijven en organisaties fundamenteel en blijvend beter worden in wat ze doen. Werken makkelijker, leuker en productiever maken: dat is het doel. Zodat je onderneming eruit springt. Dit doen ze door het mee uitdenken en ontwikkelen van digitale oplossingen.