



Plus Interview

Roy Cremers: ‘Donateurs willen onderdeel zijn van een succes’

Roy Cremers, oprichter en directeur van crowdfundingplatform Voordekunst. BEELD RUBEN LAURIAN

Voordekunst, het crowdfundingplatform voor creatieve projecten, bestaat tien jaar. Oprichter en directeur Roy Cremers (37) maakt nu plaats voor een opvolger. ‘De tien miljoen moet haalbaar zijn.’

Edo Dijksterhuis 27 februari 2020, 9:16

Het is niet overdreven te stellen dat het succes van Voordekunst voor een groot deel te danken is aan de crisis en Halbe Zijlstra. Zonder de botte snijacties van de cultuurstaatssecretaris had het crowdfundingplatform nooit zo’n hoge vlucht genomen en was het misschien niet eens van de grond gekomen. “Cru gezegd is subsidie onze grootste concurrent,” stelt Voordekunstdirecteur Roy Cremers. “Als overheidsgeld makkelijker te krijgen is, wordt er minder gecrowdfund. Maar Zijlstra’s bezuinigingen maakten de kunstsector ervan bewust dat ze zelf geld moest gaan genereren.”

Een aflevering van *De Wereld Draait Door* wees Cremers in 2009 de weg naar het hoe. Te gast bij Matthijs van Nieuwkerk was een band die zijn cd-opnamen had bekostigd via Sellaband, een platform voor donateurs die ‘believers’ werden genoemd. Cremers dacht: als het met een band kan, waarom dan niet met een museum of een theatergezelschap?

Een jaar later lanceerde hij Voordekunst, het eerste crowdfundingplatform voor creatieve projecten in Europa. Anno 2020 is Voordekunst niet meer enig in zijn soort maar wel verweg de grootste. Vorig jaar werd 4,4 miljoen euro opgehaald en volgens Cremers is de rek er nog lang niet uit. “De 10 miljoen moet haalbaar zijn.”

Naïeve pionier

Cremers was pas 27 toen hij Voordekunst oprichtte, maar ook toen had hij al een stevig trackrecord. Als 21-jarige was hij stagiair bij het Stedelijk Museum, waar hij doorgroeide tot interim persvoorlichter. Daarna verkaste hij naar Foam, om de galerieruimte Foam Editions te ontwikkelen en in samenwerking met KLM de eerste twee edities van de Paul Huf Award op te zetten. “Ik zoek praktische toepassingen van kunstinhoudelijke kennis,” omschrijft hij zijn professionele motivatie. “En ik ben gericht op het verzilveren van netwerken.”

Dat ging hem minder makkelijk af bij zijn volgende werkgever, het Amsterdams Fonds voor de Kunst (AFK). “Ik had het gevoel dat ik op familiefeestjes voortdurend iets had uit te leggen over der subsidies die we verstrekten, dat ik de kunstsector moest verdedigen. Ik merkte ook dat kunstenaars zelf niet goed hun verhaal vertelden, in elk geval niet op zo’n manier dat het bijvoorbeeld mijn oom bereikte. Maar crowdfunding lost dat op: kunstenaars worden gedwongen zich goed te presenteren, het publiek draagt bij en er ontstaat draagvlak.”

Voordekunst werd opgezet onder de vleugels van het AFK, met financiële steun van het Ministerie van OC&W. “Het was echt pionieren en daar hoort een bepaalde naïviteit bij. Ik dacht dat als we een platform hadden, vraag en aanbod elkaar vanzelf zouden vinden. In eerste instantie had ik acht uur redactie per week begroot, maar vooral begeleiding bleek veel tijd te kosten. Het werd al snel een fulltime baan.”



‘Ik merkte ook dat kunstenaars zelf niet goed hun verhaal vertelden’ BEELD RUBEN LAURIAN

Een campagnestrategie bedenken, teksten schrijven, filmpjes maken met AT5 – het betaalde zich uit. De eerste zes projecten die op 4 november 2010 werden gelanceerd zijn allemaal gerealiseerd. Maar daarna bleef het stil. “Koudwatervrees,” denkt Cremers terugkijkend. “Veel kunstenaars zeiden ook: je gaat toch niet bedelen bij het publiek? Terwijl donateurs het helemaal niet zo zien. Die willen onderdeel zijn van een succes of iets moois. Dat - besef drong langzaam door. In 2011 zijn we verzelfstandigd als stichting en verdubbelde het aantal projecten tot driehonderd. De groei is sindsdien organisch gegaan. We zijn nu met zeven medewerkers en drie stagiaires. Elk jaar gaan er ruim zevenhonderd campagnes live.”

Hard werken

In die tijd is er flink geschaafd aan het businessmodel. “We lieten campagnes eerst een halfjaar staan maar we kwamen erachter dat een termijn van maximaal 35 dagen veel beter werkt. In het begin legde het AFK 50 procent van het benodigde bedrag bij maar dat bleek niet motiverend te werken voor donateurs. Dan wordt zo’n campagne te geïnstitutionaliseerd. Het is beter als het fonds op het einde een bedrag bijschrijft en dan niet meer dan 20, 30 procent.”

Ook de crowdfunders zelf zijn wijzer geworden over de jaren. De meeste realiseren zich dat een Voordekunstcampagne meer behelst dan een filmpje online plaatsen en de teller aanzetten. “Het is hard werken. Je moet bedenken wie je wilt benaderen, hoe je je netwerk activeert en welke sociale media je inzet. Een maand voorbereiding is geen overbodige luxe. En je moet het leuk vinden om te communiceren.”

Wie minder ervaren is, kan meer hulp krijgen van het Voordekunstteam en betaalt daar 9 procent van het opgehaalde bedrag voor. Het reguliere tarief bedraagt 7 procent. En iedereen betaalt 121 euro abonnementsgeld waarvoor je een jaar lang zoveel campagnes mag beginnen als je maar wilt. “De marges zijn klein,” stelt Cremers. “Daarom is ons er veel aan gelegen campagnes te laten slagen. Als het streefbedrag niet gehaald wordt, krijgen wij net als de kunstenaar niets. Daarom bestaat de begeleiding vooral uit het stellen van vragen. Als jij mikt op 50.000 euro, willen wij weten hoe je dat denkt te doen, bij wie je dat geld denkt te halen. Een campagne moet realistisch zijn.”

Cremers heeft talloze partijen voorbij zien komen die ook een Voordekunst-achtig platform wilden opzetten, tot ABN Amro aan toe. Slechts een fractie bleek levensvatbaar. “Toch is het crowdfundinglandschap echt tot bloei gekomen,” vindt hij. “Sommige platforms zijn regionaal, een aantal bedient een niche, zoals Cinecrowd voor film of Wijzijnspont. Wat inmiddels heel groot is gegroeid is crowdfunding voor bedrijfsfinanciering, maar dat is toch iets anders. Dan deel je samen in het financiële succes. De motivatie is minder filantropisch.”

Het nieuwe geven

De streefbedragen op Voordekunst lopen van 1000 euro tot een ton, maar het gemiddelde ligt op 7000 euro. De projecten variëren van een jaarlijkse uitvoering van een amateurkoor tot de restauratie van een molen of de aanschaf van een stilleven door het Dordrechts Museum. Middelbare schoolmusicals zoeken financiële ondersteuning, maar ook de Nationale Opera & Ballet. Fotograaf Martijn van de Griendt voerde al zes succesvolle campagnes.

“Een bijzonder project waarvoor geldt: nu of nooit,” omschrijft Cremers het ideale crowdfundingproject. “Een mooie tegenprestatie kan stimulerend werken. Maar vaak vinden de kunstenaars dat wederkerige belangrijker dan de donateurs – ze streven naar een bepaalde gelijkwaardigheid. Voor gevers is het goede gevoel meestal beloning genoeg.”

Cremers bestempelt crowdfunding als ‘het nieuwe geven’. En er zit groeipotentie in: 30 procent van de 270.000 donateurs die in de afgelopen tien jaar via Voordekunst een project hebben ondersteund deden dat voor het eerst. Gemiddeld gaven ze 70 euro. Maar er zijn ook vaste mecenassen. “We hebben iemand die elke maand 500 euro aan twee projecten geeft, als sinds 2011.”

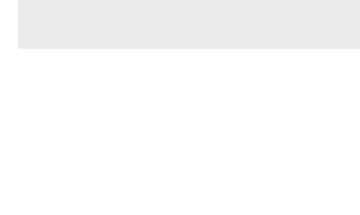
Toch is dat geld relatief, vindt Cremers. “Daar begint een crowdfundingcampagne natuurlijk mee, maar veel belangrijker is de relatie die je opbouwt met je donateurs. Met hun gift geven ze aan geïnteresseerd te zijn in jouw kunst. Ze zijn potentiële ambassadeurs en wellicht dat ze je in de toekomst weer willen steunen. Daar zie ik voor Voordekunst dan ook de grootste mogelijkheden voor de komende tien jaar: relatiebeheer en -management. Want dat geld komt binnen en is eigenlijk snel weer verdwenen, maar de band met een donateur kan veel langer duren en veel waardevoller zijn.”

Uitschieters

- Eerste campagne: Miktor & Molf (2010), die voor €7500 een skatebaan bij NDSM wilden beschilderen bij wijze van sociaal sculptuur.
- Meest succesvol in aantal donateurs: Save Dating for Geeks (2019), €44.448 (bij streefbedrag van €15.000): 1666 donateurs.
- Snelste succesvol: Fotoroman Ype Drissen (2019), binnen 24 uur €6000 opgehaald, uiteindelijk €14.607 met 321 donateurs.
- Hoogste bedrag: Help Hilsen – De Kleine Komedie (2015): €80.119, 1181 donateurs.
- Meest bijzondere tegenprestatie: 70 jaar Metropole Orkest, bij donatie van € 1945 of meer. Samen met het orkest een professionele opname maken van een nummer uit het orkestarchief (4 x gekozen).

Lees ook:

- [Amsterdam meest vrije stad wat betreft creativiteit](#)



MEER OVER ROY CREMERS KUNST, CULTUUR EN ENTERTAINMENT
KUNST EN ENTERTAINMENT ECONOMIE, BUSINESS EN FINANCIËN EDO DIJKSTERHUIS

PS



Plus Achtergrond

Een kliklijn voor wie geen afstand houdt? ‘Nu is het belangrijk’



Plus Interview

Juliette de Wit tekent coronacartoons van gesprekken op straat



Dossier

Waar bestellen we? Lees hier al onze bezorgsten



Interview

Een fleurige poster om zorgverleners te bedanken



#maskerwatmoosvan

Paaskleurplaat: inkleuren, ophangen en ga op ‘cierjacht’



Tips

Wat te doen nu we binnenzitten? Een overzicht

Meer PS v

Wilt u belangrijke informatie delen met Het Parool?

[Tip hier onze journalisten](#)

Algemeen

- Contact
- Privacystatement
- Abonnementsvoorwaarden
- Gebruiksvoorwaarden
- Cookiebeleid

Service

- Klantenservice
- Krant niet bezorgd?
- Mijn profiel
- Vakantieservice
- Adverteren
- Losse verkoop

Meer Parool

- Abonneren
- Nieuwsbrieven
- Digitale krant
- Webwinkel
- RSS-feeds
- Android apps
- iOS apps
- Facebook
- Twitter

Navigeer

- Archief