

voordekunst

creativefunding

In samenwerking met:



Universiteit
Utrecht

Over geefmotoren
en crowdfunding

Helleke van den Braber

Kristel Casander

Maud Dik



12 maart 2026

voordekunst



creativefunding

MENU

SPOT

zoeken

campagne beginnen

GEEF ONS VLEUGELS!

AFGESLOTEN
je kunt niet meer doneren

€ 102.040
Opgehaald

102% Doel: € 100.000

1.839 DONATIES

INFO DONATIEURS NIEUWS

Draag bij aan een nieuwe concertvleugel voor het Noord Nederlands Orkest & SPOT!

SPOT Groningen en het Noord Nederlands Orkest (NNO) slaan de handen ineen voor een nieuwe concertvleugel. Deze vleugel is essentieel om grote wereldsterren, zoals Grigori Sokolov, Imogen Cooper en Leif Ove Andsnes, naar Groningen te blijven halen en om ervoor te zorgen dat het orkest op het hoogste niveau kan blijven spelen. De vleugel moet er dit voorjaar komen, zodat het publiek kan blijven genieten van muziek van wereldklasse. Een concertvleugel van dit kaliber heeft een stevig prijskaartje. We dragen zelf bij, maar hebben jouw hulp hard nodig om de laatste €100.000 in te zamelen! Geef jij ons vleugels, om onze muzikale dromen waar te maken?

KIES EEN BEDRAG

€ 40

Win een uniek kijkje achter de schermen en VIP recital voor 2 personen

LANDING Maak kans op een VIP recital en een uniek kijkje achter de schermen voor 20 Topplanet Live de la Salle speelt op 21 mei
[Lees meer >](#)

€ 15

Eeuwige dank: Geef de muziek vleugels!

Eke moet tell! Jouw steun maakt een verschil. Je draagt met €15 - al bij aan de aanschaf van een nieuwe concertvleugel...
[Lees meer >](#)

€ 25

Street-art ansichtkaart: Kunst als aandenken

Ontvang een unieke ansichtkaart met de afbeelding van de street-art kunstenaars Roos Vink en Michiel Velt. Deze kaart is...
[Lees meer >](#)

€ 50

Limited edition print: 'street-art kunstwerk'

Haal een stukje kunst in huis! Deze exclusieve, hoogwaardige print van het campagnebeeld gemaakt door street-art kunst...
[Lees meer >](#)

voordekunst

zoeken

campagne beginnen



De zaak Shell de klas in!

Nederland



switch to [english](#)

deel dit project

Bureau Vergezicht
Theatergezelschap

eindigt over 34 dagen

€ 4.660 van € 17.500 26%

101 donateurs

doneer nu →

het verhaal

updates (0)

donaties (101)

Help jij dit verhaal de klas in?

De zaak Shell is dit seizoen voor het laatst te zien. Het veelgeprezen stuk van Aniek Nuyens en Rebekka de Wit – geïnspireerd op de rechtszaak van Milieudefensie tegen Shell – werd lovend ontvangen door pers en publiek en groeide uit tot een van de meest spraakmakende producties over het klimaatdebat. *"Een groot, beladen onderwerp toegankelijk gemaakt: De zaak Shell doet het."* – de Volkskrant ★★★★★

In vijf scherpe monologen laten Shell, de consument, de overheid, de burger en een jonge generatie horen waarom zij doen wat zij doen. De verantwoordelijkheid wordt steeds doorgeschoven. Zo wordt zichtbaar dat de klimaatcrisis uiteindelijk een verantwoordelijkheids crisis is.

De productie van Bureau Vergezicht werd bekroond op het Nederlands Theater Festival, gezien door meer dan 35.000 bezoekers, verfilmd door de NPO en bewerkt tot een opera door de Nationale Opera & Ballet.

Na afloop klom steeds opnieuw dezelfde vraag:

Spelen jullie dit ook voor scholen?

✓ je krijgt altijd je geld terug als het project niet slaagt

✓ veilig en snel betalen

✓ geen transactiekosten



★ tip van de maker

€ 50 of meer →

Gesigneerd tekstboekje 'De zaak Shell'

Je ontvangt een gesigneerd tekstboekje met alle teksten uit de voorstelling De zaak Shell!

9 donaties

POST



ARTIS



Nieuwe Instituut

Stroom Den Haag

Het Nationale Theater



HAVEN THEATER



O.

Mimic



nederlandse reisopera



rose stories



de do munn en

Wat gaan we jullie vertellen?

1. De relatie
2. De 8 geefmotoren
3. Populaire geefmotoren
4. Crowdfunding
5. Geefmotoren jonge donateurs
6. Jullie geefmotoren? > Hallo donateur!



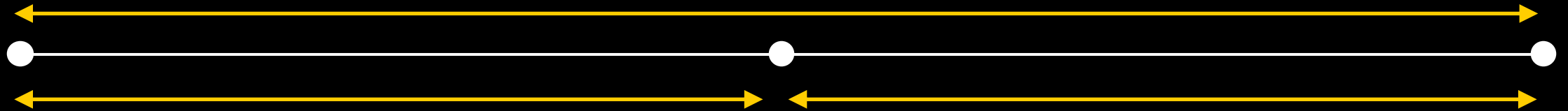


onderzoek

achterban van 'vrienden', donateurs, crowdfunders

particuliere geveer

culturele organisatie



kunstwerk
tentoonstelling,
voorstelling,
concert

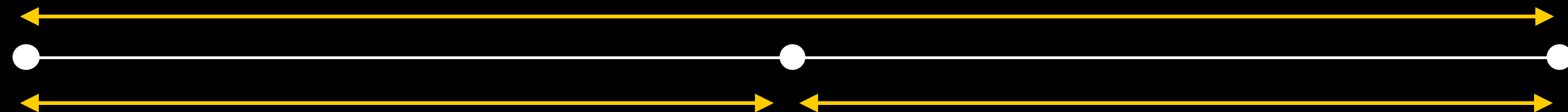
wederkerigheid

balans

achterban van 'vrienden', donateurs, crowdfunders

particuliere geveer

culturele organisatie

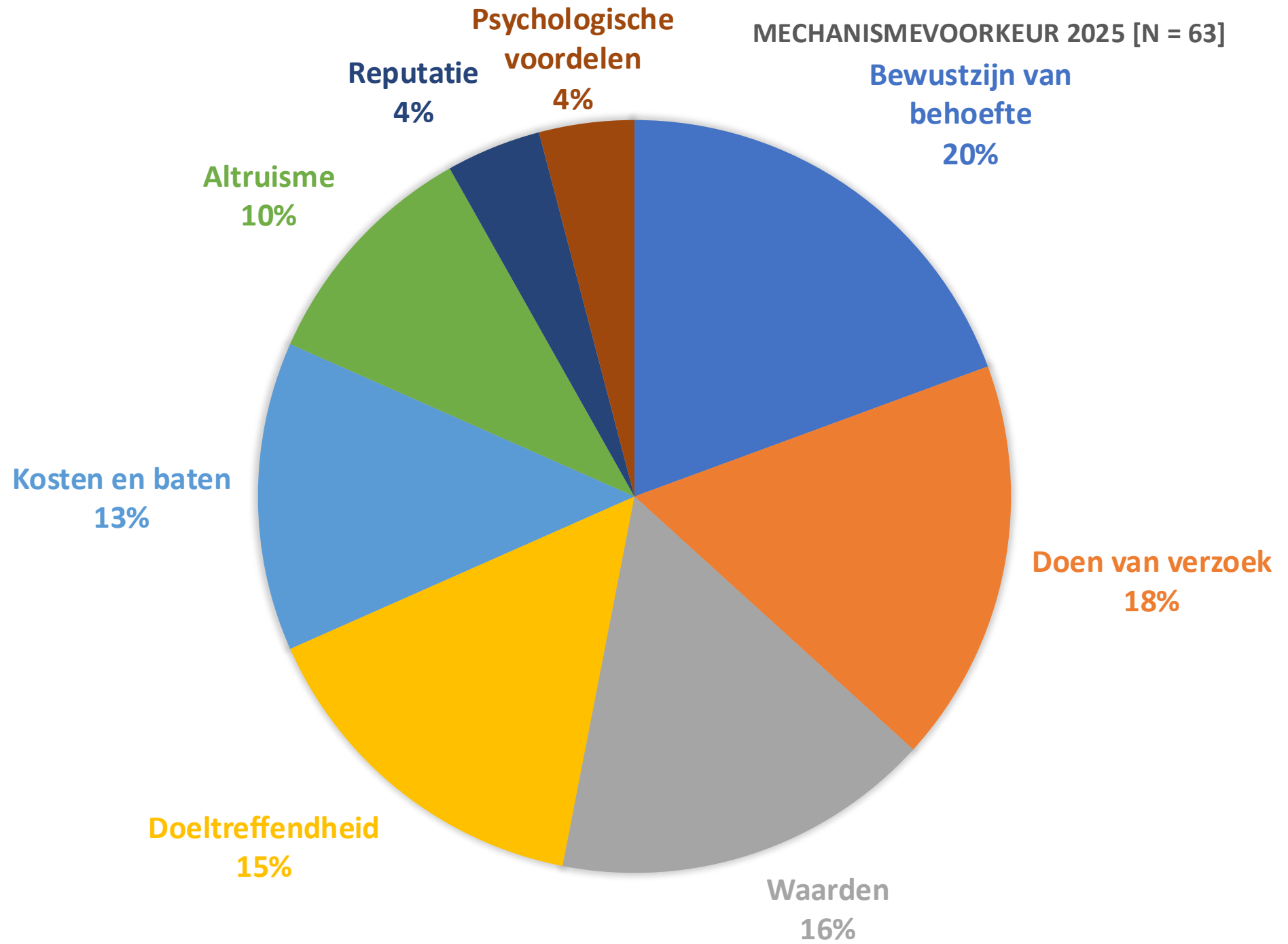


kunstwerk
tentoonstelling,
voorstelling,
concert

Acht geefmotoren. Welke zet je aan?

1. *Bewustzijn van behoefte:* ik maak aan mijn gevers duidelijk dat de gift nodig is
2. *Stellen van de vraag:* ik vraag mijn gevers om een gift
3. *Kosten en baten:* voor mijn gevers zijn kosten en opbrengsten in balans
4. *Altruïsme:* ik speel in op de onbaatzuchtigheid van mijn gevers
5. *Waarden:* ik zorg dat ik aansluit bij hun normen en waarden
6. *Doelmatigheid:* ik zorg voor doelmatige besteding van de gift
7. *Reputatie:* ik help mijn gevers aan anderen te tonen dat ze geven
8. *Psychologische voordelen:* ik help mijn gevers aan beter zelfbeeld en zingeving

MECHANISMEVOORKEUR 2025 [N = 63]



Bewustzijn van behoefte. Een *museum* schrijft:

“Ik denk dat het heel belangrijk is dat je als museum precies geformuleerd hebt waarom je wilt vragen. Voor een gever is duidelijkheid en geruststelling in alle opzichten van belang. Het gaat dan om zaken als: waarom is de gift nodig, wat is het belang, en waarom kunnen we niet zonder.”

Waarden. Een *muziekgezelschap* schrijft:

“We voelen zeer dat onze donateurs aan ons geven omdat ze vinden dat we iets toevoegen aan de wereld. Dat verschilt van ‘een lichtpuntje in donkere tijden’ tot ‘oneindige schoonheid met jullie prachtige projecten’. We zien het zo: we proberen mensen te bewegen tot geven aan wat zij, én wij, belangrijk vinden.”

Psychologische voordelen. Een *museum* schrijft:

“Bij het stellen van je geefvraag willen we inspelen op een positief zelfgevoel van onze gever. Het gevoel dat hun bijdrage er echt toe doet, het verschil maakt: zo bereik je een psychologisch voordeel bij je gevers. De juiste toonzetting is daarbij wel van groot belang.”

Meer weten?

<https://mecenaatstudies.sites.uu.nl/>



Zoek in deze site

Kennispunt Mecenaatstudies

Home Leerstoel Mecenaatstudies Kennisbank Onderzoekers Onderwijs Blog Samenwerken Call for proposals



Kennisbank

Voer trefwoorden in

Tekst Type:

Wetenschappelijk (69)

De behoefte aan goed onderbouwde kennis over mecenaat is groot – niet alleen bij kunstenaars, culturele instellingen, gevers, beleidsmakers en de media, maar ook bij de groeiende groep studenten die jaarlijks op het thema afstudeert. Daarom biedt deze kennisbank een breed scala aan gepubliceerd onderzoek door wetenschappers verbonden aan Nederlandse en Vlaamse



Volg ons op
LinkedIn!

crowdfunding

Het profiel

±25-40

Gedrag

- kleinere bedragen
- projectgericht
- incidenteel

Motivatie

- impact
- persoonlijke connectie
- maatschappelijke waarden

Kanalen

- digitaal / mobiel
- crowdfunding
- community-gedreven

Interesses

maatschappelijke thema's
minder vanzelfsprekend cultuur (tenzij gekoppeld aan identiteit of maker).



Van afstand naar betrokkenheid

Crowdfunding maakt doneren:

- persoonlijker
- zichtbaarder
- interactiever

Belangrijke **triggers** voor deze doelgroep:

- emotie
- sociale invloed
- betrokkenheid bij een verhaal



Hoe crowdfunding meerdere geefmotoren tegelijk activeert

Crowdfunding is interessant omdat het **meerdere geefmotoren tegelijk activeert**, vooral bij jongere donateurs.

Crowdfunding mechanisme

Voortgangsbalk

Community rond project

Social sharing

Samen iets mogelijk maken

Geactiveerde geefmotor

Bewustzijn van behoefte

Waarden

Reputatie

Psychologische voordelen



De zaak Shell de klas in!

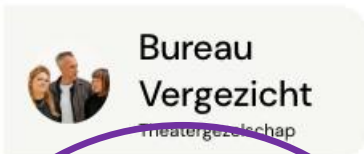
Nederland



Ik ga zeker wat bijdragen.

switch to [english](#)

deel dit project [f](#) [in](#) [🗨️](#)



eindigt over 34 dagen

€ 4.660 van € 17.500 26%

101 donateurs

doneer nu →

het verhaal

updates (1)

donaties (150)

Wat een geweldige start!

11 maart 2026

Lieve donateurs,

Wat een start! In de eerste week hebben al bijna 150 donateurs bijgedragen en is 39% van het doelbedrag opgehaald. Dank voor jullie steun, vertrouwen en alle mooie reacties.

Het laat zien hoeveel mensen het belangrijk vinden dat dit verhaal ook jongeren bereikt. Dat het gesprek over klimaat en verantwoordelijkheid niet alleen in de rechtszaal of het theater plaatsvindt, maar juist ook in het klaslokaal.

We delen graag een paar reacties die ons de afgelopen dagen hebben geraakt:

"Geweldig project, dit moet op alle scholen! Must see, en hoort bij een goede, toekomstbestendige opvoeding :-)"



Een donateur

Iedere euro helpt en met dit kabinet moeten we kunst en cultuur zeker steunen!

12-12-2024, 18:35



Een donateur

Omdat ik het mooi vind om creatieve initiatieven te ondersteunen die laten zien dat je altijd je talent kunt inzetten om verder te komen

30-9-2024, 19:53



Een donateur

Belangrijk dat dit blijft bestaan en groeien voor iedereen in Rotterdam En ook bereikbaar is voor iedereen.

14-12-2024, 10:30



Robin

De fotograaf waar ik het hardste om moet lachen, maar ook een inspiratiebron voor mijn eigen fotografie 🙏

10-11-2024, 01:02

Aline

Laatste €38 duurt me te lang, dus bij deze. 😊

8-11-2024, 22:15



Marie-Jozé

Alles voor de kunst!

11-12-2024, 09:51

Stimuloog

Doe eens gek. Doe het gewoon! 🤪

5-11-2024, 21:20

Gebruik sociale dynamiek

Deze doelgroep geeft vaker als ze zien dat anderen ook geven.

Werkende mechanismen:

- crowdfunding meters
- social sharing
- ambassadeurs
- peer-to-peer fundraising

Sociale invloed is voor deze doelgroep significant sterker dan voor oudere generaties.

Crowdfunding activeert de geefmotoren die voor jongere donateurs het sterkst werken: waarden, reputatie, bewustzijn en psychologische betrokkenheid.

Jullie geefmotoren?

Hallo donateur!

Doel: ontdekken waar in je bestaande klantreis je al geefmotoren kunt activeren.

Een donatie ontstaat niet in één klik,
maar in een reeks contactmomenten waarin
verschillende geefmotoren worden
geactiveerd.

Stap 1 – Wie is je potentiële donateur? (5 min)

Schrijf in 1 zin op:

“Mijn potentiële donateur is...”

Bijvoorbeeld:

- cultuurbezoeker van 30–45 jaar
- trouwe festivalbezoeker
- jonge maker-supporter
- museumvriend

Stap 2 – Waar ontmoet je deze persoon al? (10 min)

Schrijf 3 bestaande contactmomenten op.

Bijvoorbeeld:

- ticket aankoop
- nieuwsbrief
- social media
- event / voorstelling
- workshop
- Website

En schrijf erbij:

Wat vraag je nu?

Stap 3 – Waar kan een geefvraag? (10 min)

Kies één contactmoment waar een geefvraag logisch zou zijn.
En schrijf 2 dingen op:

1. Welke geefvraag zou hier passen?

Bijvoorbeeld:

- “Steun deze maker”
- “Help dit project mogelijk maken”
- “Rond je ticket af met €5 steun”

2. Welke geefmotor raakt dit?

Kies er één uit:

- Waarden (ik geloof in dit project)
- Altruïsme (ik help een maker)
- Bewustzijn van behoefte (dit project heeft steun nodig)
- Psychologische voordelen (ik hoor erbij)

Vragen?

Bedankt!



creativefunding

voordekunst