

Verslag Iepenloftspulbijeenkomst

Datum: maandag 6 november 2017

Locatie: Café Herberg Het Wapen van Baarderadeel, Sluytermanwei 29 te Jorwert

Tijd: 19.30 – 22.00 uur

Afgelopen september hebben de Iepenloftspullen elkaar getroffen in de Notaristuin in Jorwert voor een kijkje achter de schermen en een bezoek aan de voorstelling 'It Foarfal'. Dit najaar waren de organisaties van alle Iepenloftspullen weer van harte welkom in Jorwert voor de jaarlijkse netwerkbijeenkomst.

Keunstwurk en Staf hebben een programma samengesteld bestaande uit verschillende themasessies. Er kwamen thema's aan bod waar de organisaties in de praktijk mee verder kunnen. Een mooi aantal Iepenloftkommissies was aanwezig en hebben een inspirerende avond meegemaakt.

Deelnemende organisaties

- Iepenloftspul Bantegea
- Iepenloftspul Berlikum
- Iepenloftspul Brantgum
- Iepenloftspul de Harkema
- Iepenloftspul Jorwert
- Dodo fan Haske Iepenloftspul Haskerdijken
- Toanielselskip Nij Bigjin
- Stifting "Yn waar en wyn"

Het programma tijdens deze bijeenkomst bestond uit vier sessies waarin externe en interne (Iepenloftspulorganisaties) inspiratie en praktische handvaten gaven over verschillende thema's. In dit verslag wordt kort weergegeven wat tijdens deze sessies aan bod kwam.

1. De zakelijke aspecten van het bestuur

Skelte Aukema hangt zijn verhaal op aan de bestuursspin (zie de bijgevoegde PPT). Hierbij komen allerlei aspecten aan bod waar je als bestuur van een Iepenloftspul organisatie mee te maken krijgt. Skelte wijst er op dat veel informatie over deze zakelijke aspecten ook te vinden in de kennisbank van Stipe.frl. Een aantal aspecten die aan bod kwamen, worden uitgelicht:

Overeenkomsten: Als Iepenloftspulorganisatie ben je vaak een opdrachtgever. Je krijgt te maken met ondernemers, leveranciers, personeel of vrijwilligers. Afspraken hierover leg je vast in overeenkomsten. Let daarbij altijd op welk type arbeidsrelatie je aangaat. Er zijn strenge regels bij de belastingdienst om te bepalen of er sprake is van een dienstverband. Leidend is of er sprake is van een gezagsverhouding en of iemand vervangbaar is. Wanneer je werkt met een zelfstandige ondernemer kun je gebruik maken van een modelovereenkomst (dba). De belastingdienst heeft voor verschillende soorten opdrachtnemers een voorbeeldovereenkomst gemaakt, bijvoorbeeld voor regisseurs. Je moet kijken welke past bij de opdracht. Weet je niet zeker of je te maken hebt met een

echte ondernemer? Controleer altijd of iemand ingeschreven staat bij de Kamer van Koophandel en over een BTW-nummer beschikt. Let er op dat je als opdrachtgever altijd de risicodragers bent. Als het niet klopt bij een controle, ben jij als organisatie verantwoordelijk voor de BTW en aanvullende premies die betaald moeten worden.

Subsidies/sponsors: Een ander onderwerp was subsidies: Ontvang je subsidie? Als de subsidieverstrekker geen tegenprestatie vraagt, dan hoef je er geen belasting over te betalen. Verwachten ze kaartjes, of promotie in het sponsorboekje? Dan moet je wel belasting betalen over de bijdrage.

Vrijwilligers: je kunt je vrijwilligers een vergoeding geven. Daar zijn speciale overeenkomsten voor. Er worden vaste bedragen gehanteerd (zie PPT). Let er op dat een vrijwilliger dan geen andere vergoedingen mag krijgen, zoals een kilometervergoeding. Als een vrijwilliger er voor kiest om deze vergoeding als gift te schenken aan de organisatie, dan kun je dit wel opvoeren als kosten in de begroting. Een tip vanuit de zaal: er zijn collectieve gemeentelijke vrijwilligersverzekeringen.

2. Workshop Subsidieaanvragen/fondsenwerven door Jan Gaasenbeek.

Jan vertelt dat zijn dagelijkse werk voor een groot deel bestaat uit fondsenwerven voor de theaterwereld. Maar voor amateurs is dit eigenlijk niet veel anders. Hij vertelt o.a. dat de financiering vaak bestaat uit verschillende bronnen. Provincie Fryslân en de diverse gemeentes zijn vaak de aanspreekpunten hiervoor. Er zijn fondsen op regionaal niveau, b.v. "Old Burger Weeshuis". Een bekend provinciaal fonds is: Iepen Mienskipsfûns Fryslân en een voorbeeld van een landelijk fonds is "Prins Bernhard Cultuurfonds". Elk fonds heeft zo zijn eigen criteria, dus is het handig om te kijken wat die zijn. Dit kan b.v. de Friese taal zijn, ouderen of b.v. autisten in de samenleving.

Voor een overzicht van fondsen en subsidieregelingen die voor Friese projecten van toepassing kunnen zijn is er de fondsen database van Keunstwurk: <http://keunstfonds.keunstwurk.nl/fondsen> Wel is er een kentering van de fondsen te bespeuren naar een meer sociaal aspect, is de ervaring van Gaasenbeek. Dit wordt door de mensen van iepenloft Bakkeveen onderstreept. Zij hebben met "Het Oranjefonds" afgesproken dat ze meer jongeren erbij gaan betrekken, b.v. bij het opbouwen van het toneel en het parkeerbeleid tijdens de uitvoeringen. In ruil hiervoor ontvangen zij € 100,-- per jongere tot een maximum van € 3000,--.

Originaliteit

Een fonds selecteert projecten onder meer op originaliteit. Geef veel aandacht aan de omschrijving van het artistieke plan. Tevens letten ze sterk op een realistische begroting en hoe je de verwachte kosten gaat financieren. Een project krijgt meer waardering als het zelf ook zorgt voor financiering en niet alleen z'n hand ophoudt. Vraag een financiële bijdrage dat overeenkomt met wat gewoon is voor die regeling van de gemeente of fonds.

Deadline

Fondsen, gemeenten en de provincie hanteren een deadline voor aanvragen. Soms is dat één deadline per jaar, soms is er de mogelijkheid om meerdere keren per jaar een aanvraag te doen. Houd voor de planning van het project ook rekening met het beslissingstermijn die gehanteerd wordt. Over het algemeen worden financiële bijdragen niet gegeven aan projecten die al gestart zijn.

Jan Gaasenbeek verwijst vervolgens naar de site **stipe.frl** Hier is veel informatie te vinden. Ook voor het maken van een **projectplan** kun je naar deze zelfde site.

Een goed projectplan moet in ieder geval aan 2 eisen voldoen:

- Het moet ambitie uitstralen
- Plan van aanpak; straal uit dat je precies weet wat je doet. (goed dekkingsplan, begroting erbij enz.)
- Post onvoorzien niet zo noemen. Dit geeft wel aanleiding tot het afwijzen van een aanvraag. Noem het eventueel “andere lasten”.

Wat praktische tips:

- Vaak loont het om een betaalde fondsenwerver aan te stellen. Deze persoon verdient zichzelf vaak meer dan terug.
- Nodig de mensen van het fonds uit voor een repetitie of de première. Geef vrijkaarten. Ontvang ze in het bijzonder en houd de hele avond contact. Dit geeft binding.
- Gaat het toneelstuk b.v. over het thema “het boerenleven”, nodig dan de mensen van het fonds uit om een excursie te maken naar een boerderij. Het gevoel van betrokkenheid zo vergroten.
- Leg zelf een Excel-bestand aan met daarop de verschillende criteria van de verschillende fondsen.

De iepenloftkommissie van Jorwert heeft ook ervaringen met een garantiefonds. Draait de vereniging in de min, dan past het fonds bij. Is het positief dan wordt er niet uitgekeerd. Andere commissies menen hierin wel beperkingen te zien. Let wel, ben je een grotere speler in het geheel dan lukt het vaak wel geld weg te zetten in deelprojecten, maar andere kleinere iepenloftkommissies die misschien 1 keer per 3 jaar een uitvoering hebben, zal dit niet goed lukken. Zij moeten dat geld in dat ene jaar wegzetten en dit kan moeilijker te realiseren zijn.

3. Workshop Sponsoring – De Parren door Harry Kaspers

Om aan de hand van een praktisch voorbeeld een inkijk te kunnen geven hoe Jorwert met de sponsoring omgaat, vertelt Harry hoe zij dit hebben aangepakt.

Naast de Rabobank als grote sponsor van Jorwert leek het hen niet onverstandig om daarnaast nog een netwerk op te zetten. Drie jaar geleden zijn 5 ambassadeurs voor dit doel bij elkaar gekomen. Er was een streven om in het eerste jaar 40 sponsors te hebben. Men wilde in totaal naar een 100 sponsors toe. Er werd afgesproken dat een ieder het eerste jaar 10 sponsors zou proberen te werven. Ze maakten een app-groepje aan en dit hielp zeker mee om de onderlinge strijd aan te wakkeren. Men ging niet alleen regionaal te werk en er werd een bedrag gevraagd van € 250,-- /bedrijf.

Het persoonlijk vragen, dus niet telefonisch, staat voorop. Je moet er veel tijd in steken en het vraagt ook om continue alertheid. Als het een keer loopt is het, volgens Harry, succesvoller dan fondsenwerven. En je mag volhoudend, brutaal, zijn want je vraagt het niet voor jezelf!

Als tegenprestatie werd er in Jorwert ten tijde van de uitvoeringen o.a. een “moarnsbrogge” georganiseerd. Een moment wat veel directeuren van de bedrijven aangrijpen om op hun beurt ook weer te netwerken. Ook een thema-avond organiseren valt in de smaak en als je dit nog kunt koppelen aan het stuk dan is het helemaal een geslaagd geheel. Dit jaar ging het stuk b.v. over autisme en dit werd gekoppeld aan een spreker over dit onderwerp. In elk bedrijf komt autisme voor. Een bedrijfsavond wordt ook zeer op prijs gesteld. Jorwert wil dan niet helemaal vol zitten. Er moet ruimte blijven voor de persoonlijke gesprekken. Wel moet je er voor waken dat deze avond niet een verkapte personeelsavond wordt. Deze avond wordt volledig verzorgd met de nodige hapjes en drankjes. Er wordt wel een entreeprijs gevraagd. Je moet er voor zorgen dat de uitnodigingen voor de bedrijfsavond op tijd worden verstuurd. Er wordt een envelop klaargemaakt met daarin in ieder

geval een poster, de nodige flyers, de rekening en een cadeautje wat affiniteit heeft met het thema van het stuk.

Jorwert heeft met de deze aanpak de laatste jaren goede vooruitgang geboekt en men gaat op deze ingeslagen weg verder.

4. PR en Marketing

Sybe Joostema neemt ons mee van het begin tot het einde van zijn PR en marketingcampagne van de productie Bauck in Berlikum. Met zijn achtergrond als journalist heeft hij een handig netwerk, waardoor hij makkelijk in contact komt met mediapartners, vormgevers, fotografen etc. Hij werkte niet met een commissie, maar had een rechterhand in Hanneke Wateler.

De gouden tips:

1. Kijk naar voorbeelden die je aanspreken
2. Ga in gesprek met mediapartners
3. Kom tijdig met een eerste aankondiging
4. Bepaal altijd wat de nieuwsaarde van een PR uiting is. Waarom zou het interessant zijn voor de krant of televisie?
5. Sponsering/Subsidie: direct een persbericht sturen (een week later is het geen nieuws meer)
6. Wees altijd scherp en benut kansen
7. Sociale media: eigen netwerken inzetten
8. Timing is belangrijk: houdt het spannend, wees ook eens een tijdje stil
9. Herhaling nieuws is belangrijk, maar ook niet overdrijven.
10. Hou 10% van je begroting vrij voor PR/marketing
11. Een krant maken met een oplage van 5000 stuks heeft een groot effect op de kaartverkoop en je kunt er aan verdienen als je veel sponsors er in vermeldt of subsidie aanvraagt voor elk Fries woord dat je gebruikt.
12. Als je budget het toelaat: maak een hele korte (professionele) trailer

Uitslag enquête

Na afloop van de bijeenkomst is er een schriftelijke enquête afgenomen die door 14 deelnemers is ingevuld (78% van het totaal aantal deelnemers).

Gekozen werkvorm

Alle respondenten geven aan dat de gekozen werkvorm geschikt is voor de jaarlijkse bijeenkomst. Deelnemers gaven aan dat het een zinvolle invulling is.

Uit de enquête blijkt dat 50% van de deelnemers eerder bij de jaarlijkse bijeenkomst van de Iepenloftspullen zijn geweest. Er waren een aantal nieuwe organisaties aanwezig, zoals de organisatie van Dodo fan Haske en Toanielselskip Nij Begjin.

Waardering workshops

1. Financiën/besturen
 - Inspirerend 50% zeer / 50% voldoende
 - Leerzaam 25% zeer / 75% voldoende
 - Praktisch 50% zeer / 50% voldoende
2. Fondsenwerving
 - Inspirerend 44% zeer / 56% voldoende
 - Leerzaam 22% zeer / 78% voldoende
 - Praktisch 100% voldoende
3. Sponsornetwerk
 - Inspirerend 100% zeer
 - Leerzaam 50% zeer / 50% voldoende
 - Praktisch 50% zeer / 50% voldoende
4. Publiciteit en Marketing
 - Inspirerend 72% zeer / 38% voldoende
 - Leerzaam 38% zeer / 72% voldoende
 - Praktisch 38% zeer / 72% voldoende

Alle workshops zijn positief beoordeeld. De externe sprekers worden vooral gewaardeerd om hun praktische tips en de sprekers van iepenloftspulorganisaties om hun inspirerende voorbeelden.

Thema's volgend jaar

Als suggestie voor thema's voor de workshops van volgend jaar zijn gegeven:

- Vrijwilligers: hoe ga je er mee om en toon je dankbaarheid?
- PR-format opzetten met een tijdslijn
- Nog meer PR
- Decor/licht/geluid