

CULTUUR+ONDERNEMEN

Transcript Podcast De Makers

Titel: Zo benut je jouw talent en breng je je werk onder de aandacht!

De Makers x Cultuur+Ondernemen

Spreekers: [Dide Vonk](#) (podcastmaker), [Krista Heijster](#) (Cultuur+Ondernemen)

Krista: Het is heel mooi als je in je werk op een gegeven moment een rode draad vindt. Als je gewoon ziet en als je terugkijkt naar de afgelopen jaren: wat is nou echt de boodschap die jij wilt vertellen aan de wereld? Wat is nou echt jouw geluid?

Dide: Welkom bij de makers. Waar je alles hoort over leven en ondernemen als creatieve maker, artiest of kunstenaar. Want, hoe zorg je dat mensen je werk kennen? Hoe ontwikkel je een eigen stijl? Wat is een goede prijs voor jouw werk? Mijn naam is Dide Vonk en samen met een interessante gast geef ik jou de antwoorden. Zodat jij straks met alle vertrouwen aan de slag kan met je creatieve makerschap. Ja, het is weer even geleden, maar hier is weer een gloednieuwe aflevering van De Makers. En niet zomaar eentje. Deze keer spreek ik een gast die ik al heel lang wilde spreken en echt een kanon vol goede adviezen en tips is. Het duurde even voordat er weer een De Makers aflevering online stond, maar tussendoor heb ik zeker niet stil gezeten en een hoop andere mooie podcastseries mogen maken. Zoals Wij zijn kunstenaar, een podcastserie over hoe je met kunst verandering teweeg kan brengen. Vanaf afgelopen 13 mei komt er elke twee weken een nieuwe verhalende aflevering online, waarin ik de meest inspirerende en bevlogen gasten spreek. Ik zou je dus zeker aanraden om Wij zijn kunstenaar even op te zoeken in je podcast apps. Dan, vandaag in de makers Hoe benut ik mijn talent? Hoe vertel ik op de beste manier over mijn werk? Hoe breng ik mijn werk onder aandacht? En hoe verbeter ik mijn website? Dat zijn de vier onderwerpen waar ik het vandaag met mijn gast over ga hebben. En dit is een gast die al heel lang op mijn wensenlijstje stond. Ik was dan ook ontzettend blij toen ik een mailtje ontving over een samenwerking. Want als er iemand is die echt alles, maar dan ook alles weet over ondernemen als maker en kunstenaar, dan is het deze persoon. Niemand minder dan Krista Heijster van Cultuur+Ondernemen. Nou gaat er bij jou misschien niet gelijk een belletje winkelen, want tot mijn grote verbazing kennen heel veel makers Cultuur+Ondernemen nog niet en dat is heel erg zonde, want het is een geweldig gratis platform met oneindig veel informatie en tips voor makers in de kunst en cultuursector. Ook kan je er altijd een gratis oriëntatiegesprek aanvragen als je ergens advies over wilt. De onderwerpen waar ik het met Krista over ga hebben staan ook in hun online kennisgidsen. In die kennisgidsen vind je nog meer achtergrondinformatie, opdrachten, video's en artikelen over deze onderwerpen en nog heel veel meer. Maar nu eerst luisteren, hier is Krista Heijster

Dide: Krista.

Krista: Ja.

Dide: Welkom.

Krista: Dankjewel.

Transcript DM#132: Zo benut je jouw talent en breng je je werk onder de aandacht! De Makers x Cultuur+Ondernemen

Dide: Ik dacht laten we even beginnen bij het begin: wat is nou ondernemen? Om maar even voor eens en voor altijd goed uit te leggen.

Krista: hele goede vraag, ik werk natuurlijk bij Cultuur+Ondernemen, dus die naam is heel erg gekoppeld aan waar wij als organisatie voor staan. Maar wat is nou ondernemen? Want ik vind het ook een beetje een ongelukkige term, omdat ondernemen heel vaak geassocieerd wordt met commercieel, met geld moeten verdienen. Hij heeft een wat negatieve lading, zal ik maar zeggen. Het jammere daarvan is, is dat ondernemen voor mij heel erg staat voor ontwikkelen, voor blijven groeien, voor in beweging blijven, voor kijken waar jij de volgende stap kan gaan zetten. En die stap moet bij jou passen en bij jou als maker passen, als kunstenaar passen. Dat mag dus heel erg ook passend zijn bij waar jij als kunstenaar voor staat. Ik zou heel graag zien dat alle kunstenaars starten over ondernemerschap, bij juist hun artistieke werk, bij de kwaliteit van hun artistieke werk en dat mag getoond worden.

Dide: Hoe bedoel je, dat starten bij je artistieke werk? Want veel mensen zien het niet echt als iets los.

Krista: inderdaad hè? We zien het als iets los of misschien ook wel iets als tegenstrijdigs? Of als iets van: als ik me met ondernemerschap bezig hou, dan moet ik iets loslaten van mijn artistieke kwaliteit. Ik kan mijn tijd ook maar één keer besteden ofzo. En ik zou wensen dat dat veel meer verweven is met elkaar. Dus waar het om gaat, of waar ondernemerschap om gaat is het tonen van je werk, het laten zien van je werk en dat gaat echt om de artistieke kracht en de kwaliteit van je werk. Dus het gaat niet om een soort sales-cursus die wij vanuit Cultuur+Ondernemen je willen leren, maar heel erg van: waar sta je als maker? Waar sta je als kunstenaar en waar zou je heel graag de volgende stap willen maken? En hoe kan je daarvoor zorgen dat je daarvoor in beweging komt. Dus dat is voor mij heel erg ondernemerschap.

Dide: Ja dus die in beweging komen, leren wat je volgende stap kan zijn, je werk laten zien. Waar zou jij het allermeest blij mee zijn dat kunstenaars en makers zou lukken? Wat is jouw grote wens?

Krista: Ik ga heel erg aan op als ik het in een training zie gebeuren, of op een bijeenkomst als ze heel erg aangaan op hun eigen kwaliteiten en waar ze goed in zijn en dat juist gaan inzetten in hun ondernemerschap. Bijvoorbeeld sommige mensen zijn heel introvert en verlegen en vinden dat ondernemen heel spannend en een hele grote rots voor zich of als een grote berg zien ze dat voor zich. En ik vind het heel mooi om te kijken wat past echt bij jou om mijn volgende stap te maken. Dus als je juist heel introvert bent zie ik vaak, bijvoorbeeld grafisch vormgevers toevallig, afgelopen week nog een gesprek met een grafisch vormgever, die heel introvert is, maar ongelooflijk zorgzaam is in de relatie. Dus heel erg zorgvuldig met zijn klanten omgaat en heel erg secuur elke keer proces uitlegt en welke volgende stappen die maakt en daardoor zie ik bij hem dan veel meer kans om een vaste klantenkring op te bouwen dan dat hij bij wijze van spreken op een netwerkborrel zichzelf heel hoogst ongemakkelijk dient te maken of op te peppen om daar dan koude acquisitie te gaan doen. Koude acquisitie, mensen die je totaal niet kent en daar dan op afstappen en mee in gesprek gaan.

Dide: Dus dat hoeft eigenlijk niet voor iedereen de manier te zijn.

Krista: Nee absoluut niet, absoluut niet. Je mag echt zoeken naar jouw zakelijke ontwikkeling, op een manier die echt bij jou past, die bij jou als mens past, en ook die bij jou als kunstenaar past. Sommige mensen zijn wel heel extravert, of sommige mensen hebben weer hele andere talenten en gebruiken juist dat talent heel erg in ook de manier waarop je naar buiten treedt met je werk.

Dide: Ja. We gaan het vandaag over een aantal thema's hebben en we rollen volgens mij al een beetje in de eerste. Jullie hebben met Cultuur+Ondernemen een aantal kennisgidsen online staan waarbij je, ja een aantal tips, opdrachten, artikelen, podcasts, eigenlijk allerlei verschillende soorten informatie krijgt over een aantal thema's. Ja laten we beginnen bij die basis. Je bent maker, je bent kunstenaar, je hebt een talent. Misschien moeten we nog een stap terug. Hoe, ja hoe kom je er nou achter wat jouw grote talent is? Misschien weet je dat al niet direct.

Krista: Nee dat klopt. Dat is ook best wel lastig hè. Heel vaak start je met: nou je maakproces, dat willen tonen, vervolgens nadenken hoe je dat onder de aandacht kan brengen en hoe je, ja dat beter naar buiten kant treden en hoe dat geld op gaat leveren. Want dat is natuurlijk uiteindelijk gewoon: er moet brood op de plank komen om kunstenaar te kunnen blijven. En heel vaak ga je dan al heel snel in een soort startblokken om die kant op te gaan, terwijl ik en mijn collega's bij Cultuur+Ondernemen steeds meer ontdekten: er zit ook nog wat voor. Er zit ook nog wat voor in wat nodig is, een beetje reflectie of even stilstaan, jezelf uit de waan van de dag halen en na te denken: nou, waar ben ik goed in? Wat zijn mijn kwaliteiten? Hoe zet ik die in, in mijn artistieke kant? Hoe zet ik die in ook op dat zakelijke vlak? Waar we het net over hadden. Hoe je jouw manier vindt, jouw stijl vindt. En dat vraagt ook wat zelfvertrouwen en wat kracht of zelfvertrouwen dat jouw werk getoond mag worden.

Dide: Ja, maar dan moet je eerst inderdaad geloven in wat je kunt, wat je doet en je had het over die kwaliteiten. Ik vond het al een heel mooi voorbeeld van: nou misschien ben je introvert maar kan dat ook een kwaliteit zijn.

Krista: Zeker.

Dide: hoe kom je achter die eigen kwaliteiten?

Krista: Ja dat is een goede vraag. Dat vraagt wat introspectie hè? Dat vraagt even wat naar binnen keren.

Dide: Ja.

Krista: En we leven natuurlijk best wel in een drukke tijd en een drukke samenleving. Het is goed om af en toe de tijd te nemen om even uit te zoomen en even de waan van de dag los te laten en over na te denken wat jouw goede eigenschappen zijn. En we hebben een kennisgids gemaakt vanuit Cultuur+Ondernemen die heet Hoe benut ik mijn talent? En daarin hebben we een oefening hoe je, ja die kwaliteiten kan onderzoeken. Want bij heel veel kwaliteiten: je noemt dat de kernkwaliteiten-spel of kernkwaliteit-oefening. Bij heel veel kwaliteiten zit ook, als je onder een soort druk en stress staat, een soort overtrekkende, of een soort, die kwaliteit wordt dan minder charmant zal ik maar zeggen, daar zit ook een negatieve keerzijde aan.

Dide: Heb je daar een voorbeeld van?

Krista: Nou bijvoorbeeld zelf kan ik, als ik naar mezelf kijk, ik kan heel erg soort actiegericht zijn, of heel erg gedreven zijn om dingen in gang te zetten. En dat is een absolute kwaliteit en dat is fijn. Maar als ik wat onder stress sta dan ga ik een beetje duwen. Dan ga ik een beetje forceren, of dan ga ik een beetje mijn zin doordrijven. En dat is best wel interessant om eens een beetje een kaart te brengen bij jezelf. En ik zou ook vooral aanbevelen om dat, dat hoeft je echt niet alleen te doen. Dat is ook heel interessant om gewoon met andere kunstenaars met elkaar, een kop thee, gewoon eens met elkaar zo'n oefening door te nemen en te kijken van: waar liggen nou echt mijn kwaliteiten die je inzet als kunstenaar en die je verder kan helpen, juist ook in die zakelijke kant. Je hoeft ook niet alles te kunnen hè? We kunnen ook niet alles. Maar het is interessant van: wat zijn jouw goede eigenschappen, dan kan je ook begrenzen in: oké daar ben ik dus goed in en daar ben ik helemaal niet

goed in, dus daar moet ik hulp bij inschakelen en wie kan ik daarvoor inschakelen? Maakt het allemaal iets concreter en iets praktische toepasbaar.

Dide: Ja, hoewel je wel soms als kunstenaar voelt alsof je het allemaal zelf moet doen en zelf moet kunnen. En zeker als je begint en je hebt nog geen budget of ja, hoe ga je dan mensen om hulp vragen?

Krista: Dat is ook hartstikke lastig, want als kunstenaar word je niet... eh, je wordt een soort van verplicht ondernemer. In andere sectoren word je ondernemer op het moment dat je een paar jaar voor je baas hebt gewerkt en denkt: nou dat kan ik beter, of je ziet een soort gat in de markt. Je hebt dus het economie-vraag-en-aanbod-spel en je ziet: oh ja, hier ligt een kans. Daar kan ik me op storten en dan begin je meestal op als latere leeftijd met ondernemerschap. En als kunstenaar is er niet heel veel andere keus. Dus het is ook een... en daar zit denk ik ook die weerstand in. Het is ook: het overkomt je een beetje.

Dide: Ja je bent opeens, ja ondernemer, terwijl je misschien gewoon het liefst lekker wil maken.

Krista: Absoluut, je hebt ermee te dealen, je hebt een soort verplicht iets mee te doen.

Dide: Ja je hebt ermee te doen en daardoor kan je maar beter kijken van welke kwaliteiten heb ik dan in huis om, om dat dan op mijn manier zo goed mogelijk te doen.

Krista: Ja, je mag het echt op jouw manier doen, als jouw soort route, jou weg in vinden en dat mag ook best wel tijd kosten, dat hoeft ook echt niet in twee jaar gefikst te zijn en ook niet als je mid-career bent of juist op latere leeftijd. Maar ga die zoektocht wel aan ook al heb je daar struggles in.

Dide: Ja dat is het denk ik ook vaak, dat je in je eigen hoofd al denkt: dat kan ik niet of wat heeft dat voor zin Want je ziet bij anderen die bijvoorbeeld op social-media heel veel doen en ja, je hebt daar zelf helemaal geen zin in, dan is dat best wel een weerstand om daar iets mee te gaan doen.

Krista: Ja zeker, het is ook een hele lastige markt hè? Deze economie, de kunstsector vraag en aanbod werkt gewoon zo verschillend dan in andere sectoren en we hebben gewoon ontzettend veel aanbod. Er zijn veel kunstenaars, veel goede makers en toch hebben ze allemaal een heel eigen geluid. Het is echt een lastige markt. Het is niet, ik zou het vervelend vinden als ik in deze podcast ja, niet een reëel beeld schep, want aan de ene kant is er dus heel veel wat je zelf kan doen en daardoor nodigt deze kennisgids heel erg toe uit. Er is heel erg veel wat je zelf in kaart kan brengen, zelf in actie in kan komen, actief mee aan de slag kan en tegelijkertijd is het ook een soort oproep van: je hoeft het niet alleen te doen, zoek juist ook andere mensen, zoek ons daar ook in op vanuit Cultuur+Ondernemen, maar ook collega's of andere mensen die je kent, andere goede ondernemers die je kent om daarover te sparren. Veel mensen, ja werken solistisch en blijven daardoor soms ook piekeren en malen over dit thema. Soms kan daar ook ja echt onzekerheid bij horen of schaamte bij horen dat het misschien niet zo lukt als ze het liefst zouden willen. Het is gewoon een hele moeilijke markt om je geld in te verdienen, veel mensen leven onder de armoedegrens, veel heb je te dealen met afwijzingen, er zijn gewoon heel beperkt financiële middelen vanuit fondsen beschikbaar. Ik sprak laatste Olav Velthuis, econoom. En die legt ook heel erg uit: het is een soort piramide economie hè, daar zit ook heel erg het recht van de sterkste in, of een soort geluks-economie. Dat als je eenmaal ergens succesvol geëxposeerd hebt en het valt dan op door iemand en een groot fonds, zoals het Mondriaan Fonds die gaat het ondersteunen, dat geeft heel erg zo'n duw omhoog. Maar dat is gewoon niet voor iedereen beschikbaar dus dat is zo lastig hoe dat model, die cultuursector in elkaar zit. En met deze kennisgidsen proberen we een beetje grip te geven op hoe je daar zelf in kan acteren, en wat je er zelf in kan ontwikkelen om jouw kansen daarin te verbeteren. En ook jouw vaardigheden erin te

versterken, want het is gewoon iets wat je kan leren ondernemen. Het is niet een soort geheim ofzo. Het is niet een soort groot mysterie. Je kan het echt heel erg handig onderverdelen in allerlei stapjes.

Dide: Ja, echt ook praktisch.

Krista: Ja, over Hoe benut ik mijn talent? Je kan het eigenlijk allemaal zo in die stapjes inrichten. En met deze kennisgids kan je gewoon heel erg kijken van nou waar heb ik behoefte aan om meer over te leren en dan kan je in dat thema duiken.

Dide: Ja laten we nog eventjes terugkijken dan naar die kennisgids van Hoe ben ik mijn Talent. Je kan je eigen kwaliteiten gaan onderzoeken. Nou stel, je komt erachter: je bent heel gedreven, je kan mensen enthousiasmeren, dan weet je dat. En wat ga je daar dan vervolgens mee doen?

Krista: Ja hè, wat ga je daar vervolgens mee doen. Nou hè, het is natuurlijk de kunst om goed naar buiten te treden, hè, dat je werkt niet in jouw domein blijft, zal ik maar zeggen, dat je werk niet alleen voor jou en ook je mede collega-kunstenaars, jouw circuit, zal ik maar zeggen, zichtbaar blijft. Het is belangrijk om dat echt naar buiten te laten en dat verhaal te vertellen. Hoe vertel je nou echt goed dat verhaal, hoe kan je nou echt dat goed naar buiten brengen? Er zijn ook gewoon een paar hele concrete stappen in te maken, hoe jouw werk en het vertellen over jouw werk, hoe dat blijft hangen in de hoofden van de luisteraar en hoe dat goed overkomt en wat niet goed overkomt. Voor die stappen hebben we ook een kennisgids gemaakt en dan maakt het eigenlijk niet zo heel veel uit of dat verhaal, zal ik maar zeggen, dat kan in de vorm van een pitch zijn, maar dat kan ook een soort basis leggen voor een subsidie aanvraag, of dat kan ook gewoon hoe je een gesprek voert, informeel, of inderdaad op een netwerkbijeenkomst, of ja hoe je informeel op een verjaardag vertelt over jouw werk.

Dide: Ja dus eigenlijk je zegt, je moet als ondernemer, als maker moet je naar buiten treden met je werk, dat moet gewoon gezien worden en vertellen en dus dat kan op verschillende manieren, je kunt naar netwerkborrels gaan je kunt plannen schrijven voor subsidie aanvragen, social media, vertellen op een verjaardag, dus dat zijn allemaal vormen waarin je dat kan doen en je had het net over die stappen. Wat zijn dan stappen hoe je dat verhaal zo goed mogelijk vertelt?

Krista: Ja die vormen, die vormen zijn allemaal manieren om mee naar buiten te treden inderdaad, maar in wezen zijn, op welke plek dan ook, welke plek je je verhaal vertelt, in wezen is dat een soort dezelfde basis of zo. Het is heel mooi als je in je werk op een gegeven moment een rode draad vindt, als je gewoon ziet en als je terugkijkt naar de afgelopen jaren: wat is nou echt de boodschap die jij wilt vertellen aan de wereld? Wat is nou echt jouw geluid? En wat is dan, als je kijkt naar bijvoorbeeld verschillende opdrachten die je hebt gedaan, of misschien heb je lesgegeven, of misschien sta je echt ergens voor, of jouw autonomen werken, het is mooi dat je op een gegeven moment ziet: ah ja, hier heeft het allemaal mee te maken. En dat is dus niet zozeer wat je doet, maar heel erg waarom je doet wat je doet. En het is echt belangrijk om daarnaar op zoek te gaan en dat is niet gewoon in een poep en een zucht gedaan hè, sommige mensen die heel analytisch zijn of sommige die dat heel goed kunnen, die kom ik ook wel eens tegen, maar het kan ook echt gewoon een zoektocht zijn, die langere tijd duurt om er echt achter te komen waar gaat mijn werk nou precies over en wat raakt dan zo waarom dat vertelt moet worden. Want als mensen dat horen, waarom jij echt doet wat je wil, dan ga je meer van hart tot hart communiceren, of dan wordt, dan gaan mensen daarop aanhaken, dan gaan mensen daar connectie mee voelen. Of tenminste, de mensen gaan dat voelen die er iets mee kunnen hè, zou ook kunnen dat er mensen zijn die er niks mee kunnen, maar dat is ook prima, dan hoef je daar ook geen energie meer in te steken. Dus het is heel erg een zoektocht naar de oprechtheid van jouw verhaal en dat is ook zoiets, het is echt lastig om te vinden, we schrijven het uit en we worden

daar heel erg geholpen door Marlies van Leupen, die een aantal mooi concrete filmpjes op onze website heeft gezet omdat vorm te geven dat verhaal. En zij adviseert ook altijd heel erg: nou bak een appeltaart, maak een pan soep ga met een groep mensen daarover in gesprek. Omdat je dan heel erg veel feedback terug hoor over hoe daarop gereageerd wordt.

Dide: Wat vraag je dan aan mensen van, hey wat zien jullie als mijn...?

Krista: Ja, je kan met de oefeningen van onze site dat verhaal uitschrijven, hè, daar hebben we ook echt een concrete oefening voor en een A4'tje hoe je dat in kan vullen. En dan is het goed om te oefenen en om uit te proberen. Want het moet uit jou, zal ik maar zeggen hè, ik zit een beetje hier voor de microfoon met het gebaar dat het zo je keel uit moet komen, maar jouw verhaal moet echt je strot uit. En dat, dat is niet iets...dat moet gewoon beoefend worden en vaak geprobeerd worden en zeker eerst geprobeerd worden bij mensen bij wie je veilig voelt, bij wie je je prettig voelt voordat je daar bij die Galerierouder staat waar je echt heel graag wil, dat je daarmee een goed gesprek voert.

Dide: Ja, ik denk dat we vaak denken dat we een soort eerst helemaal dat verhaal perfect moeten maken in ons eentje op onze kamer, dat voor een, dat merk ik nu ook, ik heb nu ook zelf een soort van nieuw passie project in mijn hoofd en dan vertel ik dan juist heel veel mensen over en de ene keer ben ik aan het vertellen denk ik, nou, het komt er helemaal niet goed uit, de andere keer raakt het inderdaad wel, dus het is juist dat oefenen.

Krista: Ja dat is wel belangrijk ja, en dat hoort ook bij ondernemen gewoon, dat hè wat jij zegt van soms komt het er helemaal niet goed uit, dat een beetje op je bek gaan, hoort er ook bij. Dus dat uitproberen en denken: het was echt niet, of een beetje het gevoel van falen en balen, maar ja, dat hoort er echt bij en dat is heel universeel, dat hebben heel veel kunstenaars zijn Maar collega's en ik spreken echt honderden kunstenaars per jaar. Het is echt een heel herkenbaar ingewikkeld lastig iets om mee om te gaan, maar laat je er niet door uit het veld staan. Het is het is ook heel vaak niet persoonlijk, hè, die nee die je hoort, of dat gevoel van niet aansluiting vinden, het heeft vaak helemaal niks met jou en je werk te maken maar het is gewoon een kleine groep die daar wel heel erg in geïnteresseerd is. Het is fijn als je het zoveel hebt geoefend dat het bij hun heel prettig en kloppend uitkomt.

Dide: En ja en het is natuurlijk wel zo dat, je gaat gewoon heel veel nee krijgen misschien, maar je hebt soms ook een subsidie nodig en als je daar dan keer op keer nee op hoort dan kan het leuk zijn dat je buurvrouw het leuk vindt, maar daar heb je dan niet zoveel aan. Moet je dan van koers wijzigen omdat het dan blijkbaar niet aansluit bij wat ons subsidiestelsel wil, wat op een andere manier mensen willen?

Krista: Nou ja dat subsidie landschap is ook ontzettend veranderd, dus er zijn gewoon niet heel erg veel mogelijkheden. En ze zijn er wel, maar ze zijn ook moeilijk te vinden, maar ook daarin, ga die zoektocht niet alleen aan. Ga in gesprek met andere mensen en praat ook hier met elkaar over. Het is altijd heel verleidelijk voor kunstenaars onderling om heel erg te praten over je artistieke werk, maar durf ook eens te praten over hoe je hier in struggled, of hoe je hierin kansen ziet en mogelijkheden ziet en verken die eens met elkaar. Het is belangrijk om een soort doel voor ogen te krijgen. En dat doel voor ogen is misschien niet die subsidie aanvraag maar is wel dat jij bepaald werk maakt wat je... wat je wil, wat je gunt, dat het een podium krijgt. En dat moet, ja dat is eigenlijk het belangrijkste hè dus, daarom ook, in ons begin van ons gesprek, van het ondernemerschap. Het gaat niet om het ondernemen. Het gaat heel erg om de artistieke kwaliteit van je werk en het gaat erom dat dat een podium krijgt. En durf jij dat een podium te gaan geven?

Brengt me eigenlijk heel erg op de volgende kennisgids die heel erg gaat over Hoe breng ik mijn werk onder de aandacht? Omdat je best onderzoek mag doen en research doen wat dat podium dan is en dat mag je ook concreet maken.

Dide: Dus wat het podium is, daar bedoel je mee waar jij het liefste zou willen dat je werken getoond wordt.

Krista: Ja wat is die plek eigenlijk en hoe ziet die plek eruit? En welke mensen komen daar dan? En hoe reageren ze op je werk, daar mag je best wel over dromen. Daar hebben we ook in onze kennisgids Hoe benut ik mijn talent een oefening voor. Wendelien Koop is een trainer en coach uit de cultuursector en die heeft daar een oefening voor ingesproken, een soort luisteroefening waarin je helemaal meegenomen wordt door haar stem, hoe jij graag wil dat die plek die droomplek eruitziet. En het is heel belangrijk om dat helder te hebben. Anders kan het altijd nog zo'n beetje alle kanten op. En dat is vaak ook zo met ondernemen dan een beetje de zoektocht dat je heel erg gaat kijken van ja waar liggen dan kansen, waar liggen dan financiële kansen en dan ga je al heel snel denken: Oh ja dit moet ik misschien doen, dat is effectief of dat is economisch interessant, of dit is misschien een manier. Maar dan kan je soms ook een beetje afdwalen van wat jij eigenlijk het liefste wilt vertellen aan de wereld en hoe je dat meer focus kan geven. Hoe meer jij die stip op de horizon verbeeld en visualiseert, hoe meer je dat voor ogen krijgt, hoe makkelijker je daarna kansen ziet, hoe makkelijker je dingen gaat herkennen.

Dide: En dan de kansen ziet vanuit: wat wil ik maken en niet vanuit: oh als ik dit doe dan kan ik daar misschien makkelijk subsidie voor krijgen?

Krista: Ja inderdaad. Ja je hebt wel eens... Het is een beetje zo'n traditioneel voorbeeld van vrouwen die graag in verwachting willen raken, of bijvoorbeeld net zwanger zijn, dat je dat dan vervolgens heel veel ziet in het straatbeeld. Of als je bepaald soort rood autootje op het oog hebt om te gaan kopen, dan zie je opeens overal die autorijden. En zo werkt het. Als je iets voor ogen krijgt, als je iets echt scherp en helder krijgt: dit is waar ik naartoe wil groeien. Dit is waar ik over een jaar of vijf zou willen staan, dan ga je makkelijker herkennen wat je aankomt waaien, dan ga je makkelijker herkennen wat erlangs komt.

Dide: Ja die cadeautjes die langs je komen ga je dan herkennen.

Krista: Je gaat die kansen ook herkennen omdat je tegelijkertijd werkt aan een soort heel praktisch overzicht van plekken, organisatie, collega's samenwerkingskunstenaars met wie je graag zou willen samen werken omdat dat past in waar je naartoe wil groeien. Dus daar hebben we ook een lijstje van op onze websites staan, van gewoon: wie zijn dat, hoe kan ik ze bereiken, wanneer ga ik ze bereiken, hoe ga ik dat aanpakken. Een overzicht van het echt heel concreet maken om daarmee aan de slag te gaan. Ja dat netwerk en acquisitie gaat heel erg over, ja, hoe laat ik gewoon mijn werk zien of hoe kan ik dat op een goede manier onder de aandacht brengen.

Dide: En stel je ziet daar dan iemand een contactgegevens tussen staan, je denkt: zo iemand wil ik eigenlijk benaderen. Hoe doe je dat dan het beste, kan je dan vragen van: zullen we koffiedrinken of moet je gelijk zeggen nou ik wil dit. Ja, hoe doe je dat?

Krista: Hoe doe je dat hè? Nou wat ik steeds meer hoor en ook zelf merk, maar ook hoor van bijvoorbeeld een Galeriehouder, van dit ben ik, dat zenden zeg maar, zeggen... je bent al heel erg jouw boodschap aan het uitzenden van dit ben ik, dit is wat ik maak, kijk op mijn website en ga met me samenwerken zal ik maar zeggen. Dat klinkt een beetje gechargeerd, maar dat hele zenden, dat werkt gewoon niet. Dat is dat heel erg zo'n, zo'n stofzuiger verkoper die zijn voet tussen de deur zet.

Dide: Maar dat klinkt ook weer tegenstrijdig, want enerzijds moet je met trots vertellen over je werk en dan wat je doet en daarover vertellen, maar dus ook weer niet teveel.

Krista: Nee, je moet daar zeker niet ehm...kijk de kunst is heel erg van hoe jij zelf ook benaderd wil worden. Als jij benaderd wordt door iemand die, nou ja we worden allemaal gebeld door de energieleveranciers enzo, dat roept gewoon heel veel weerstand op. Dus de kunst is ook om met jouw werk en waar jij naartoe wil en hoe concreter je dat hebt, of hoe meer gevisualiseerd je dat hebt, hoe je gaat kijken hoe dat samenvalt met waar iemand anders mee bezig is. En hoe die twee een beetje gaan samenvallen met elkaar. Daar zit een soort kruispunt in of een soort overlap in waar jij echt van betekenis bent voor een ander. Maar dat vraagt ook heel veel interesse en oprechte nieuwsgierigheid om uit te vogelen waar iemand anders staat en mee bezig is. En dat vind ik juist heel leuk aan netwerken en daarvan zie ik ook heel vaak dat kunstenaar heel erg op aangaan, dat is eigenlijk ook gewoon niks anders dan heel veel interesse in de ander tonen. Als je bijvoorbeeld beeldend kunstenaar bent en je maakt installaties en je zou graag willen dat dat gezien wordt op bijvoorbeeld hè, we zijn nu vandaag hier dit aan het opnemen in Rotterdam, zou graag willen dat dat bijvoorbeeld bij Brutus gezien wordt. Dus dat is ook al iets, wees daar al concreet in, en dat lijstje hè. Als je in Rotterdam installaties maakt, wat zijn dan toffe plekken om je werk te tonen? Wat zijn dan de instellingen, de samenwerkingen tussen kunstenaars. Wat is de lokaliteit, wat is in de regio, wat zijn de plekken waar je werk gezien kan worden? En maak daar gewoon een heel concreet lijstje van. Zet daar gewoon eens 10 dingen op waarvan je denkt: nou als het daar toch zou staan zou ik tevreden zijn, want dan kan je echt heel concreet gaan kijken: wie ken ik daar en jouw vraag was hè: hoe ga ik die dan benaderen? Hoe ga je dat aanpakken. Maar breng het eerst eens in kaart, dus je hoeft niet gelijk de telefoon te pakken en dan een soort heel koud te gaan doen. Ga het eerst eens even inventariseren en in kaart brengen en ga eens naar de opening van Brutus. Kijk eens of je in gesprek kan komen met de andere kunstenaars die daar exposeren en wees eens nieuwsgierig hoe zij daar gekomen zijn. Dus je hoeft nog niet daar met dé curator die ertoe doet, gelijk een mail te sturen en dit is mijn werk en kijk op mijn site.

Dide: Want dat is inderdaad is de meest koude droge manier die je kunt doen.

Krista: Ja, dus maak ook een soort mix van... je hebt dan dus een lijst van mensen waar je graag of hè, partijen waar je graag zou willen dat je werk getoond wordt...maak dan een mix ook van mensen die daar al kent of mensen die je helemaal niet kent je hoeft echt niet de hele dag koude telefoons te gaan doen hè? Dat is gewoon veel te spannend, dan moet je zelf helemaal niet aandoen, dat je zelf helemaal zit op de puffen dat je dat maandagochtend gaat doen. Wees ook mild voor jezelf en wat haalbaar is, dus als jij houdt van nou openingen gaan, gebruik dan die vorm en ga daar een leuke avond hebben en ga ervan genieten. Maar stel je zelf wel tot doel dat je twee mensen gaat vertellen over je werk en beoefen dat dan.

Dide: Ja dat is eigenlijk al een kleine stap.

Krista: ja geef jezelf een doel, maak het concreet en hang daar niet een oordeel gelijk op van: oh ja, dit heb ik wel of niet goed gedaan. Probeer het een beetje van een afstand te bekijken, ga die twee gesprekken aan, denk er daarna rustig over na, laten we de volgende dag goed bedenken van: nou ja wat ging er nou goed aan, wat ging er nou niet zo goed aan. Weet je het moet, het hoeft allemaal niet nu nu en in één keer. Dat hele ondernemen mag de tijd krijgen om zich te ontwikkelen en net zoals jouw artistieke werk de tijd heeft gekregen om te rijpen en jouw handschrift te vinden en jouw signatuur vinden en zo mag je dat ook met ondernemen doen. [Muziek]

Dide: We hebben nog een vrij concreet onderwerp waar jullie ook een kennisgids over hebben en dat gaat over Hoe verbeter ik mijn website? Heb je daar nog wat concrete tips over?

Krista: ja eigenlijk iedereen, vrijwel iedereen heeft een website, en terecht, want het is toch ook belangrijk voor jouw vindbaarheid te zorgen hè? Als ik jouw werk ergens tegenkom in een tijdschriftje of ergens onderweg, en ik ben geïnteresseerd. Hoe maak je dan voor die geïnteresseerde de drempel zo laag mogelijk om meer over jou te weten te komen? En je website kan je op heel veel verschillende manieren verbeteren en dat is vooral heel belangrijk dat als je hem opent dat het gelijk zichtbaar is: wie ben je, wat doe je en jouw werk mag gezien worden, mag getoond worden en daar hoeven niet hele lappen tekst op te staan. En als je fotograaf bent, of als je een conceptueel kunstenaar bent is het tof om gelijk dat een soort kunnen kaderen. De hoofden van mensen gaan gewoon... hebben gewoon helaas allemaal hokjes. En die vinden het prettig om een beetje te onderzoeken: waar kan ik iemand plaatsen, waar kan ik iemand duiden? En dan is het goed om een soort tagline te hebben, een soort ondertitel, zoals jij Dide. Jij bent podcast maker en je bent een podcast maker in de culturele sector, of je bent podcast maker om kunstenaars in beweging te brengen. Dat zou een soort tagline kunnen zijn dat het gelijk duidelijk is voor de bezoeker.

Dide: Ja dat dat gelijk tot de verbeelding spreekt: waar kan ik jou voor vragen of ja wat doe jij?

Krista: Wat doe jij? Bijvoorbeeld een keramist die heel een soort poëtisch werk maakt, heel subtiel heel verfijnd, weet je dat mag je gewoon noemen in zo'n tagline. Dan is het al heel duidelijk in welke hoek je het niet hoeft te vinden. En heel vaak zegt het beeld dat ook wel, maar we hebben op onze website de neiging om dat met heel veel woorden te gaan vertellen. En niemand die het leest.

Dide: Nee dus in ieder geval een goede tagline. Ik heb wel ook, als ik soms voor deze podcast dan, nou gasten aan het onderzoeken ben, een beetje rondkijk van: nou wat is over die persoon te vinden, dat je soms ook bij kunstenaars hele vage websites hebt. Dus soms hebben kunstenaars denk ik ook het gevoel heel erg in hun kunstzinnige stijl te houden, maar je wilt gewoon ook zeker als het gaat om als je een journalist bent, of iemand wil ook even weten: waar ben ik aan toe? Wie ben jij?

Krista: Ja dat is al interessant dat je dat zegt. Want voor wie is die website eigenlijk hè? Is het voor jou een soort verzamelbak van al het werk wat je gedaan hebt afgelopen tijd, dat je het echt gebruikt als een soort portfolio? Of dient hij echt om mensen te informeren om naar jou toe te komen en om contact met jou op te nemen. En dat laatste is natuurlijk eigenlijk het belangrijkste. Je hoeft niet perse al je werk te laten zien als je gewoon een goede keus maakt en dat heeft dus ook weer te maken, daarom is een beetje die cirkel, van ondernemerschap, daar hoort het allemaal wel bij elkaar, dat verhaal wat je wil vertellen en die rode draad in je werk, dat is ook heel belangrijk om op je website zichtbaar te hebben, dat daar een soort logica in zit en dat mensen begrijpen: Oh ja. Dat is leuk aan een website, want dat kan zo je daar ook in beoefenen, als je je website aan het verbeteren bent, als je aan het creëren bent of wat anders, het roer wil omgooien, je niet meer tevreden daarover, dan dan moet je heel erg over die vragen nadenken van: ja wat zou eigenlijk het verhaal wat ik wil vertellen? Wat is nou eigenlijk het project uit het verleden waar ik heel trots op ben en hoe geef ik dat allemaal een plek?

Dide: Ik had altijd veel de neiging om gewoon een soort alles erop te zetten. Maar je kunt ook kiezen in: wat zet ik meer in de spotlight? Waar wil ik meer van doen?

Krista: Ja, je wil de toekomst erin, waar wil je naartoe groeien? En wat is daar dan passend bij? En het is inderdaad voor onszelf heel soort vertrouwd, omdat het erbij hoort ofzo.

Dide: Ja zelf snap je gewoon wat je doet.

Krista: Ja maar die ander moet wel door al die bomen het bos nog zien dat het gewoon een overzichtelijk geheel wordt en heel vaak kan ik geen mailadres vinden of een telefoonnummer vinden. Als ik geïnteresseerd ben in iemands werkt. Ja, zorg dan dat je al die drempels weg neemt, zo laag mogelijk. Dat ze echt contact met je op kunnen nemen.

Dide: En ben je dan ook voor prijzen op je website zetten of niet?

Krista: Ja dat is een interessante discussie. Denk er wel echt over na. Denk er kritische over na en Eline Levering met wie we deze kennisgids hebben gemaakt, is er echt voorstander van om dat wel te doen, omdat je daarmee ook een drempel weghaalt van een publiek om toegang te verlenen. Dus het is ook zo dat als je daarmee in bepaald prijssegment zit en mensen verwachten veel lager, dat je al die teleurstelling en die nee dus gelijk al helemaal niet ontmoet. Dat het gewoon gelijk helder is er gelijk duidelijk is. Dus degene die je dan ontmoet en die je spreekt zijn ook wezenlijker geïnteresseerd, dat is echt het voordeel van je prijsplan. Dus denk er echt wel kritische over na en experimenteer er ook in, weet je dat hoeft ook niet wat je al eerder zei, al helemaal een soort perfect uitgedacht zijn, die in jouw eigen atelier. Ga het gewoon eens uitproberen en haal het er weer af als je denkt, nou daar voel ik met ongemakkelijk bij. Weet je, wees trouw aan jezelf en dus ook jou weg die je daarin wil afleggen, maar schuw niet het proberen, want dat is eigenlijk heel erg wat ondernemen is. Het is... ondernemen is doen is, is actie gericht, maar in die beweging gaat het stromen en gaan de dingen op je pad komen en gaat er iets gebeuren.

Dide: Zeker. We hebben heel veel behandeld denk ik al. Ik heb nog twee vraagjes. Eentje die je hierop aansluit nog, of misschien, eh ja een tip die ik zelf daar nog bij zou willen geven als het gaat om website. Ja ik heb denk ik in het begin heel erg de fout gemaakt dat ik dacht: ik moet echt een hele goede website hebben en die moet iemand dan maken en dan was dat met WordPress en dat was dan heel ingewikkeld maar ja, als ik dan iets nieuws wilde toevoegen aan mijn site dan was dat ontzettend ingewikkeld en er was me dan een keer wel uitgelegd hoe dat moest, maar dan deed ik drie dingen en dan zag die hele site er niet meer uit. Maar er zijn nu zoveel echt simpele mooie sites waarmee je een eigen website kan bouwen en ik vind het zelf nu heerlijk dat ik gewoon bij elk klein dingetje inderdaad even weer iets kan toevoegen of iets kan weghalen, dat je daar zelf veel meer controle over hebt. Ja je wordt dan niet heel afhankelijk van anderen, wat dan ook elke keer moeite kost of geld kost.

Krista: Dit is ook echt zo iets van: kijk waar je kwaliteit te liggen en vind je dat ook leuk om mee te puzzelen en doe dat dan echt vooral zelf, want dat maakt je gewoon onafhankelijker en is veel makkelijker om dingen te veranderen.

Dide: Ja want het is toch een levend iets, je carrière.

Krista: Jazeker die website dat is inderdaad ongoing ja. [Muziek]

Dide: dan mijn laatste vraag, je had het over die stip op de horizon en weten wat jouw doel is. Ik zie heel veel makers ook om me heen die juist heel veel verschillende dingen heel erg leuk vinden en goed in zijn en dus niet zo heel duidelijk, die het moeilijk vinden om duidelijk één stip op de horizon te zetten, want dat kunnen er best veel zijn. Wat heb je daarvoor advies voor?

Krista: Ja dit is goed dat je dat vraagt want dat dat komt inderdaad heel veel voor: een gemengde praktijk is heel erg logisch. Ik adviseer nooit om daar een soort keuzes in te maken. Maar ook daarin zie je heel vaak, als je een paar gesprekken voert met mensen, dat er toch echt wel een rode draad in te vinden is of een duidelijk lijn in te vinden is. Want iemand wordt ergens warm van. Wat is dan het thema zal ik maar zeggen. Dus ga heel erg op zoek wat wel een soort overkoepelende boodschap is

wat je aan het doen bent. En dat vraagt soms wel even graaf werk en daar zou ik ook zeker iemand bij zoeken die daarbij kan helpen, gewoon in jouw privé omgeving of, nou dan kan dus ook bij Cultuur+Ondernemen zijn, maar ja, zoek iemand met wie je dat dan een beetje uit kan kristalliseren.

Dide: Ja dus het hoeft het niet per se te zijn dat je letterlijk weet: dit wil ik gaan doen, maar dat de gedachte erachter in ieder geval wel duidelijk is.

Krista: Ja inderdaad de gedachte daarachter. En soms zie ik ook nog wel in adviesgesprekken, dat het toch wel, als je een paar gesprekken met mensen voert, dat je gewoon een soort... dat je kan pellen van: ja dit is eigenlijk helemaal niet meer waar mijn energie in zit, dit is eigenlijk wel heel erg waar ik op leegloop. En eigenlijk wil ik heel erg daar naartoe groeien en past dat veel beter bij me, dus vaak zitten wel een soort ontwikkeling in, dus maar dat vraagt ook echt wel introspectie, dat vraagt echt wel gewoon te kijken: oké waar stond ik nou 5 jaar geleden en hoe zag mijn praktijk er nu uit en hoe is het nu? En waar ben ik dan heel erg trots op, wat is er er afgelopen jaren gebeurd? Ja waar heb je veel energie van gekregen en waar zou je naartoe willen gaan en past dat dan nog met elkaar? En soms is het ook heel erg natuurlijk financieel gedreven, want we geven bepaalde opdrachten toch inkomen, of bepaald lesgeven, en soms weerhoud je dat dan ook om echt aandacht te geven wat je het liefste wil doen.

Dide: Zeker, dat hoor ik ook echt heel veel. Ja dat je dan toch elke keer maar voorlaat gaan om omdat je dan weer wat geld hebt. Krista: En ook terecht, logisch.

Dide: Maar dan eigenlijk wat je het allerliefste wil doen... Krista: Kom je dan niet helemaal aan toe. Ja soms kan een baan naast je artistieke werk ook heel erg veel vrijheid geven. Jaar of 10 geleden was het echt *not done*, om daar voor uit te komen hè?

Dide: Dat je dan een beetje gefaald bent eigenlijk.

Krista: En ben je wel echt kunstenaar als je vier dagen in de week ook op een andere plek werkt. Ik ben heel blij dat dat beeld daarover aan het verminderen is. Dat geeft je ook heel vrijheid.

Dide: Omdat je dan niet die financiële zekerheid uit je kunst hoeft te houden.

Krista: Ja en die druk die je kan ervaren op dat ondernemerschap en inderdaad die financiële noodzaak die er is wordt dan ontspannener en dat geeft ook wel soms meer ruimte om echt te maken wat je wil maken.

Dide: En je gaf al eerder aan van je: Je kunt ook naar ons toe komen. Hoe werkt dat? Kan je gewoon de telefoon oppakken en bellen?

Krista: Jazeker mag je dat doen, ja zeker. Kijk, je kan altijd bij ons terecht, daar hebben we kantoor in Amsterdam, maar werken ook door het hele land. We hebben heel veel gesprek ook online en je kan altijd bij ons een gratis gesprek aanvragen, voor elke professioneel werkende kunstenaar in Nederland van wat voor discipline dan ook, daar gaan we heel graag met je in gesprek. En dat doe je eigenlijk via de makkelijkste route via onze website. We noemen dat een oriëntatiegesprek en daarmee kan je kort invullen wat je vraag is wat je zou willen bespreken en dan gaat mijn collega heel erg kijken welke adviseur is het beste bij jou vraagstuk en we denken dan een uur helemaal met je mee dat is kosteloos. We denken een uur met je mee, ja, waar je nu staat waar je vandaan komt en waar je heel graag naartoe zou willen groeien. En daar kunnen onderwerpen als dit aan de orde komen. Maar het kan ook weer over iets heel anders gaan als je een stichting op wilt richten of als je echt financiering wilt vinden, daar hebben we daar ook collega's van die daar heel veel over weten. Dus wees altijd welkom, voel vooral ook geen belemmering als je denk: ja ik moet eerst, hè wat jij net ook zei, het

eerst perfect zijn, of ik moet eerst verhaal hebben, goede vragen hebben, ja dat hoeft echt allemaal niet. Wij tunen in op waar jij op dat moment staat.

Dide: Ja, dus ook al zijn het een paar verschillende dingen waar je even niet helemaal uitkomt...

Krista: Allemaal prima, ja allemaal prima.

Dide: Heel veel dank voor al je informatie. Krista: Heel graag gedaan.

Dide: Dat was 'm weer en heel veel dank voor het luisteren en hier zijn mijn takeaways van dit gesprek:

1. Neem tijd voor introspectie en onderzoek wat jouw goede eigenschappen en kwaliteiten zijn.
2. Kies vervolgens een manier van ondernemen die daarbij past. Als dat enorm actief zijn op social media is: super. Is dat het niet? Doe dan dan niet. Zoek uit waar jij energie van krijgt, geef het andere uit handen of laat het weg.
3. Zoek naar de rode draad in je werk. Dus niet wat je doet. Maar waarom je doet wat je doet. Als jij weet waarom je maakt wat je maakt kun je er ook veel beter over vertellen en zullen de juiste mensen er veel sneller op aangaan.
4. Het hoeft niet in één keer perfect, op geen enkel gebied. Het belangrijkste van ondernemen is dat je gaat uitproberen en experimenteren en waarschijnlijk soms op je bek gaan en dat is helemaal oké. Leer ervan, sta weer op en doe een andere poging.
5. Maak heel concreet een lijst van plekken waar jij wilt staan of partijen waar je mee wilt werken. Je hoeft vervolgens niet direct de mailen met: dit is mijn werk en ik wil in jullie galerie staan, maar stel in plaats daarvan vragen en leef je echt in in de ander, zoek ook hierin weer een manier van netwerken die bij jou past.
6. Voor wie is jouw website is in één oogopslag helder. Wie je bent en wat je doet. Zorg dat dat goed zichtbaar is en vergeet niet om een goede tagline te hebben.

Heel erg veel dank voor het luisteren en Krista bedankt voor al je wijze lessen, voor alle informatie uit de kennisgidsen en over wat Cultuur+Ondernemen voor jou kan doen. Check cultuur-ondernemen.nl of kijk in de shownotes. Vond je dit een interessante aflevering, heb je er iets aan gehad? Abonneer of volg dan De Makers in alle podcast apps of check De Makers podcast op Instagram voor veel extra tips en andere podcast in de kunst en cultuursector. Wil je nou ook eens samenwerken met De Makers, zoek je een presentatrice of interviewer of wil je vanuit jouw culturele instelling ook een podcast beginnen? Dan mag je me altijd mailen voor een vrijblijvend gesprek of meer informatie op info@demakerspodcast.com

[Muziek]