
Helleke van den Braber en Rocco Hueting

Door de coronacrisis moesten popartiesten zoeken naar andere wegen om in contact met hun fans te komen. Voor sommigen opende de gifteconomie nieuwe mogelijkheden. Hoe pakte dit uit en met welke dilemma's kregen ze te maken? Hoe kan een popmecenaat worden vormgegeven?

Maken en meemaken

De dilemma's van het popmecenaat

Voor de popmuzieksector was 2020 een jaar van transitie. Het was het jaar waarin een popband (De Staat) toetrad tot de culturele Basisinfrastructuur (BIS) – een historisch moment, want daarmee verschaften popartiesten zich voor het eerst toegang tot wat geldt als de eredivisie van de cultuur.¹ Het was ook het jaar waarin de coronacrisis popmuzikanten afsneed van hun publiek. De zalen bleven leeg, hun inkomsten droogden op. Daardoor werd 2020 het jaar waarin muzikanten hun luisteraars op nieuwe manieren moesten zien te bereiken en te bevragen, en waarin ze hun muzikale en economische heil niet meer in de oude structuren van de muziekindustrie konden zoeken. Daardoor gaat 2020 de geschiedenis in als het jaar waarin de verhouding tussen bands en overheid, tussen bands en industrie én tussen bands en fans op scherp kwam te staan.²

Marktsfeer en giftsfeer

Het is interessant dat al deze verschuivingen, hoe verschillend ze ook zijn, gemeen hebben dat ze de popmuziek in nauwer contact brengen met de gifteconomie en wat losser maken van de markteconomie.³ Marktdenken is voor veel makers in de pop een gegeven: de meeste popartiesten zitten ingebed in de commerciële en ad hoc opererende muziekindustrie, en zijn gewend te focussen op kortetermijnresultaten.⁴ In deze wendbare ‘marktsfeer’ ontbreekt vaak de ademruimte om wat langer vooruit te kijken.

Bij een mecenaats- uitwisseling staat voor makers méér op het spel dan financiële armslag alleen

Buiten de popsector is dat anders. In de gevestigde kunsten kunnen makers het zich makkelijker veroorloven om zich op de wat langere termijn te richten. Dat lukt ze dankzij subsidies en giften. Rond makers in de klassieke muziek, het theater en de beeldende kunst is, in de woorden van socioloog Hans Abbing, van oudsher naast een ‘marktsfeer’ ook een krachtige ‘giftsfeer’ actief (Abbing 2002, 218). Die sfeer wordt zowel gecreëerd door subsidiegevende overheden als door private donateurs, ‘vrienden’, mecenasen en weldoeners. In die giftsfeer is het voor makers goed toeven: subsidies en giften bieden hun de tijd en ruimte die nodig zijn om zich artistiek te ontwikkelen.⁵ Toch is het niet alles goud wat er blinkt, want juist in de giftsfeer liggen complexe dilemma’s op de loer. Voor de afhankelijkheid van kopers komt immers een nieuwe, ingewikkelde afhankelijkheid in de plaats – die van gevers.

Interdependentie en ‘nieuwe gelijkwaardigheid’

Hans Abbing situeert de ‘giftsfeer’ nadrukkelijk buiten de popsector. Dat is niet terecht, vindt popfilosoof Mat Dryhurst. In september 2020 wees hij op een nieuwe bloei van wat hij omschreef als *interdependence* in de pop (Dryhurst 2020). Dryhurst ziet wereldwijd tal van voorbeelden van popartiesten die zeer bewust wederkerige relaties van onderlinge afhankelijkheid aangaan met de stakeholders om hen heen. In de duurzame allianties die ze opbouwen met (kleine) labels, podia, festivals en online platforms is hun positie gelijkwaardiger en hun onderhandelingspositie beter, omdat in die relaties van beide kanten onderlinge uitwisseling, cocreatie en bereidheid tot geven centraal staan. Zo ontstaat een nieuwe *interdependence* waar popartiesten niet alleen in investeren, maar ook gelijkwaardig van profiteren. Dryhurst wijst erop dat het popmuzikanten via dit soort nieuwe gelijkwaardigheid steeds beter lukt om te delen in de macht die de afgelopen decennia van de industrie is uitgegaan.⁶

Wij stellen voor om de term wat verder op te rekken, en in deze bijdrage te verkennen of we deze groeiende behoefte aan *interdependence* ook herkennen in de relaties die Nederlandse popartiesten anno 2020 onderhouden met een andere, machtige stakeholder: hun publiek.

We bekijken of en hoe bands en hun fans interdependente geefrelaties aangaan, en wat beide partijen bij die ondersteuning hebben te winnen – én te verliezen. Daarbij focussen we op de structurele en duurzame ondersteuningsrelaties die bands individueel en op eigen initiatief onderhouden met hun fans en bewonderaars, en die bewonderaars met hen. Dit soort gezamenlijk vormgegeven en duurzame geefrelaties tussen kunstenaar en bewonderaar worden traditioneel aangeduid met de term mecenaat.⁷ Mecenaat is meer dan een verdienmodel: tussen maker en mecenas gaat niet alleen geld over tafel, maar ook de bereidheid tot geven – of juist *niet* geven - van vertrouwen, erkenning, goodwill, en wederzijdse identiteitsbevestiging en legitimatie. Dat betekent dat bij een mecenaats-uitwisseling voor makers dus méér op het spel staat dan financiële armslag alleen.⁸ Van oudsher wordt het mecenaat geassocieerd met een zekere hiërarchie en ongelijkheid tussen degene die vraagt en degene die geeft – meestal denken we bij mecenaat aan een vorst, machthebber of rijke burger die een zeker financieel en sociaal overwicht heeft op de kunstenaar die hij ondersteunt. Hoe verhoudt die ongelijkheid zich dan tot Dryhursts idee van *interdependence*? Bestaat er zoiets als een interdependent, en dus gelijkwaardig(er) popmecenaat?⁹ Lukt het bands die om steun vragen ook om aan hun gevers terug te geven? We bekijken hoe dit type mecenaat zou kunnen bloeien, maar ook welke dilemma's het oproept.

Mecenaat in de popmuziek

Onze stelling is dat er ruimte is voor mecenaat in de popmuziek.¹⁰ Sterker nog, de uitgangspositie van bands en muzikanten lijkt zelfs veelbelovender dan die van makers in de meer gevestigde kunst domeinen. Juist dat wat pop altijd gedragen heeft – de intense en productieve afhankelijkheid van het publiek, het 'eigenaarschap' dat de fans voelen jegens hun favoriete bands, de gedeelde identiteit, het geloof in de muziek, de onderlinge connectie – zet de seinen op groen voor krachtige privéondersteuning. Waar in de gevestigde kunsten de boodschap is dat Cultuur met een grote C uit haar ivoren toren moet komen, hoeft de popmuziek weinig moeite te doen voor cultuurbereik en publieksparticipatie. Geslaagd mecenaat vereist duur-

zame loyaliteit en liefde tussen maker en liefhebber, en dat is in de pop van oudsher een gegeven.¹¹ Dat zet de sector op grote voorsprong.

Maar waarom is het er dan nog niet, dat popmecenaat? Abbing wijst erop dat in de gevestigde kunsten, ivoren toren of niet, al wél een bloeiende giftsfeer bestaat (Abbing 2002). Makers en instellingen slagen er al anderhalve eeuw in om rechtstreeks door groepen bewonderaars te worden aangemoedigd en ondersteund.¹² De gelauwerde musici van het Residentie Orkest zijn trots op de hulp van 1500 liefhebbers, de acteurs van ITA verwelkomen donaties van 2000 toneelfans, en het Concertgebouworkest bedankt jaarlijks 20.000 trouwe vrienden. Zo vloeien in de klassieke muziek en het theater structurele inkomsten rechtstreeks van liefhebber naar maker. De popmuziek heeft daar, alle publieksparticipatie ten spijt, de laatste vijftig jaar geen eigen mecenaatstraditie tegenover weten te zetten.

Wat staat in de weg? Recente initiatieven van pioniers als Pip Blom, Colin Benders en Floor Jansen laten zien dat Dryhursts eis van interdependentie en 'nieuwe gelijkwaardigheid' tussen band en publiek nog niet zo gemakkelijk te realiseren is.¹³ We verkennen een aantal mogelijke oorzaken: (1) de spanning die bands ervaren tussen twee krachtige maar tegenstrijdige impulsen: een behoefte aan controle over hun fans enerzijds, en een verlangen naar hun steun en participatie anderzijds; (2) het romantische ideaal van 'onafhankelijk kunstenaarschap' dat veel muzikanten omarmen, en (3) het daarmee samenhangende taboe op vragen en op commodificeren van fanloyaliteit.¹⁴

Durf te vragen

Hoe krachtig dat taboe is bleek in maart 2020, toen metalzangeres Floor Jansen publiekelijk en met enige nadruk haar twijfels uitte over haar besluit de videoregistratie van een van haar grote shows via crowdfunding te financieren.¹⁵ Jansen liet weten het moeilijk te vinden om zelfs maar een klein bedrag aan haar fans te vragen, al was de registratie voor diezelfde fans bedoeld. Wat Jansen te winnen had (geld) woog ze af tegen wat de hulpvraag haar kostte: de kans op reputatieschade vanwege wat zij zag als 'bedelen' en (te) schaamteloos profiteren van de trouw van haar volgers.¹⁶ Het gaat hier om een crowd-

fundingsproject, en niet om het meer structurele, wederkerige mecenaat waar wij op doelen, maar de dilemma's zijn vergelijkbaar: de legitimeringsdruk die makers voelen (is mijn werk de steun wel waard?), de angst voor onthulling (mag ik laten zien dat kunst maken geld kost?) en het framen van kunstenaarschap als onafhankelijk en dus authentiek (ik dop mijn eigen boontjes en toon dat ik liever aan mijn fans geef dan van hen terugvraag).¹⁷

Twee maanden later, juni 2020, durfde indie-band Pip Blom wél te vragen. De band lanceerde met 'Pip Blom Backstage' een app die fans in rechtstreeks contact brengt met de muzikanten en met elkaar.¹⁸ Via een zorgvuldig getrappt abonnementsstelsel laat de app structurele ondersteuning naar de band vloeien, en toegang tot exclusieve inhoud en nieuwe muziek naar de fans. Wie meer doneert, mag dichterbij. Dit is een belangrijke stap richting popmecenaat, want we zien hier een duurzame geefrelatie waarbij beide partijen iets te winnen hebben: de fans krijgen toegang tot kennis en nabijheid, en de band tot draagvlak, inkomsten en inzicht in de data van hun volgers.¹⁹ Maar is dit de 'nieuwe gelijkwaardigheid' waar Dryhurst op doelt? Niet helemaal. Wie de app bestudeert, ziet Pip Blom zorgvuldig waken voor autonomieverlies en

Wie durft te vragen én durft te geven komt verder

de touwtjes stevig in handen houden. De band bepaalt en bestuurt zelf het platform en begrenst nauwkeurig wat er wél en niet gedeeld wordt. Het dilemma lijkt hier: donaties zijn welkom, maar hoe dichtbij durven we onze gevers te laten komen? En ook: hoe balans te vinden tussen wat we verkopen en wat we weggeven? De gevers krijgen – het idee van gedeelde identiteit en gedeeld 'eigenaarschap' ten spijt – (nog) geen ruimte zelf iets in te brengen of te cocreëren.

Durf te geven

Colin Benders durfde, anders dan Pip Blom, de controle over zijn volgers grotendeels los te laten – met hun intensieve en veelsoortige participatie tot gevolg. Benders verzamelde voorjaar 2020 een internationale groep van 4500 dance-liefhebbers met gratis gestreamde 'modular lockdown'-sessies. Hij zag hen in de loop van de maanden spontaan veranderen van liefhebbers in betrokken participanten, en van participanten in gevers en cocreators. Die metamorfose zette Benders zelf in gang, door een intense uitwisseling met hen aan te gaan die wederkerig van aard was en waarin hij vrijuit aan zijn volgers gaf, van hen ontving, aan hen teruggaf en een vervolgvraag durfde stellen. Opvallend is dat deze hele *gift loop* niet op gang kwam door een verzoek om steun van Benders zélf: zijn gevers boden hun hulp op eigen initiatief aan, in reactie op zijn gratis streams. Wie de uitwisseling op Benders' Discord-kanaal bestudeert, ziet zijn volgers spontaan tijd, energie, aanmoediging en goede raad doneren, maar ook goederen, diensten en (uitzicht op) geld. In reactie daarop biedt Benders hun toegang tot kennis, nabijheid, een gevoel van 'ertoe doen' en impact op wat hij onder hun ogen bezig is te maken.²⁰ De uitwisseling culmineerde in een opmerkelijke omkering van de traditionele verhoudingen: Benders besloot zélf de rol van gever op zich te nemen. Hij stuurde al zijn volgers na maanden van samenwerking gratis een vinylversie van zijn muziek toe – een opmerkelijke tegengift die hem in november 2020 tussen de 15.000 en 20.000 euro kostte (Vrieze 2020b). De giftuitwisseling levert hem in deze fase dus op geen enkele manier geld op, maar wel draagvlak, inspiratie en aanmoediging.²¹ In de relatie tot zijn gevers zien we de muzikant navigeren tussen afstand nemen en nabijheid zoeken, en vrijuit zijn middelen

delen. Dat is een bij uitstek interdependente houding, die bovendien past bij het ideaal van ‘samen delen’ en collectieve actie van de *commons* (Hess 2008).²² Met deze aanpak duwt Benders het (pop)mecenaat ferm de 21ste eeuw in. Maar maakt dat dit voorbeeld het meest kansrijk van de drie? Dilemma’s zijn er immers ook: betekent ontvangen ook altijd teruggeven? Is wat je maakt uiteindelijk voldoende om je community bijeen te houden? Zijn onverwachte giften altijd welkom? En opnieuw: wat is voor popmuzikanten anno 2020 de balans tussen verkopen en weggeven?

Dat zijn cruciale vragen. Nadenken over popmecenaat is belangrijk, en niet alleen voor de popsector. Het helpt makers het idee te verkennen dat voor kansrijk mecenaat wellicht een vorm van interdependentie en vooral van vertrouwen nodig is: wie durft te vragen én durft te geven komt verder. Nadenken over popmecenaat is ook voor de wetenschap van belang: het geeft nieuw inzicht in wat mecenaat is, hoe het werkt en hoe het er in de 21ste eeuw zou kunnen uitzien. En het kan de blik openen van beleidsmakers die zich anno 2020 oriënteren op nieuwe verdienmodellen en subsidies in de pop. Voor het eerst een band in de BIS: dat is voor de overheid toch hét moment om te overwegen wat de relatie kan zijn, komende decennia, tussen popartiesten en belastingbetalers? Wij durven de stelling aan dat ook in die relatie vertrouwen, verbinding en wederkerigheid de toekomst hebben. ●

Literatuur

- Abbing, H. (2002) *Why are artists poor: the exceptional economy of the arts*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Baym, N. (2018) *Playing to the crowd: musicians, audiences, and the intimate work of connection*. New York/Londen: New York University Press.
- Braber, H. van den (2018) ‘Les avantages de la vantage: les rapports ambigus du Wu-Tang Clan avec le mécénat privé’. In: *Proteus. Cahiers des Théories de L’Art*, nr. 13, 45-55.
- Braber, H. van den en R. Hueting (2018) ‘Te koop: rockband’. In: *de Volkskrant*, 23 maart.
- Braber, H. van den en R. Hueting (2020) ‘Popmecenaat is er nog niet maar kan er komen’. In: *de Volkskrant*, 12 mei.
- Dalla Chiesa, C. (2020) ‘From digitalisation to crowdfunding platforms: fomenting the cultural commons’. In: *Cultural commons and urban dynamics: a multi-disciplinary perspective*, 173-186.
- Dryhurst, M. (2020) ‘Building an interdependent music scene: a list of resources’. In: *Crackmagazine*, 18 september.
- Haynes, J. en L. Marshall (2018) ‘Reluctant entrepreneurs: musicians and entrepreneurs in the “new” music industry’. In: *The British Journal of Sociology*, jrg. 69, nr. 2, 459-482.
- Hess, Ch. (2008) *Mapping the new commons*. S.l.: s.n.
- Hitters, E. (1996) *Patronen van patronage: mecenaat, protectoraat en markt in de kunstwereld*. Utrecht: Van Arkel.
- Hueting, R. (2015) *Knollen voor citroenen: een onderzoek naar de ontstaansgeschiedenis van Fortarock en naar de rol van Robert Korstanje als moderne mecenas binnen de kaders van het huidige culturele veld*. Nijmegen: s.n. (Masterscriptie Radboud Universiteit).
- Jenkins, H. (2016) *Fans, bloggers, and gamers: exploring participatory culture*. New York/Londen: New York University Press.
- Keunen, G. (2014) *Alternative mainstream: making choices in pop music*. Amsterdam: Valiz.
- Lowndes, S. (2016) *The DIY movement in art, music and publishing: subjugated knowledges*. Abingdon: Routledge.
- Moor, T. de (2013) *Homo cooperans: instituties voor collectieve actie en de solidaire samenleving*. Utrecht: Universiteit Utrecht (oratie).
- Palmer, A. (2014) *The art of asking*. New York: Little, Brown and Company.
- Stichting Kultuurbaarbaar (2020) *De Staat: het kunstenaarscollectief van binnen naar buiten 2021-2024* (subsidieaanvraag BIS, ongepubliceerd).
- Velthuis, O. (2019) *Geven om geld: waarom de marktsamenleving giftrelaties nodig heeft*. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam (oratie).
- Vinken, H. (2020) *Tariefafspraken voor freelance musici: resultaten van een onderzoekstraject*. Tilburg: HTH Research.
- Vrieze, A. de (2020a) ‘Footing, donaties en crowdfunding: het taboe voorbij: het ongemak van nieuwe verdienmodellen’. Op: www.3voor12.vpro.nl, 23 april
- Vrieze, A. de (2020b) ‘Waarom in hemelsnaam geeft Colin Benders 4.000 vinyls weg? Synth wizard in de ban van zijn Discord community’. Op: www.3voor12.vpro.nl, 7 oktober.

Noten

- De toekenning markeert een nieuwe fase in de relatie tussen de overheid en de popsector; in zijn bijdrage aan deze *Boekman Extra* belicht André Nuchel-mans hoe moeizaam die relatie de afgelopen decennia is geweest.
- De term band bedoelen we inclusief: we verstaan er ook makers en acts onder die zich minder herkennen in het bandformat, bijvoorbeeld omdat ze in genres actief zijn (zoals hiphop) waarin andere vormen en samenstellingen gebruikelijker zijn.
- Velthuis (2019) verkent de verschillen tussen de markt- en de gifteconomie, en laat ook helder zien hoe markt- en gifttransacties (onder andere in de kunstsector) in elkaar overlopen of zich als elkaar voordoen.
- Zie voor de druk die de kortetermijn-cyclus in de popmuziek voor artiesten oplevert Keunen (2014). Over de onderhandelingspositie van de individuele maker in de Nederlandse muziek-industrie verscheen in november 2020 het rapport *Tariefafspraken voor freelance musici* (Vinken 2020). Daarin constateren popartiesten dat de popsector, vergeleken met de klassieke muziek, ‘een arme en achtergestelde sector’ is waarin makers een ongunstige onderhandelingspositie hebben en hard moeten werken voor lage honoraria (p. 24). De onderzoekers wijzen erop dat ‘politiek en publiek geen idee [hebben] dat popmusici voor een tarief onder het minimum werken’ (p. 35).
- Zo wijst De Staat er in de BIS-aanvraag van de band op dat subsidie ruimte voor artistieke groei geeft: ‘de ambitie is om uit te groeien tot een topgroep op nationaal en internationaal niveau. Die groei wordt gezocht in het zetten van weloverwogen, uitgekende stappen, waarin een focus op economisch rendement wordt gezien als voorwaarde om uiteindelijk alle potentiële artistieke waarde te kunnen verzilveren’ (Stichting Kultuurbaarbaar 2020, 3).
- Dryhurst is zeker niet de eerste die hierop wijst; mediawetenschapper Henry Jenkins (2006) verkent al sinds begin jaren negentig de opkomende participatiecultuur die deze interdependentie mogelijk heeft gemaakt, en popsociologen Haynes en Marshall (2018) onderzochten het nieuwe ondernemerschap onder muzikanten dat er deel van uitmaakt. In de popmuziek én daarbuiten zijn bovendien in reactie op de macht van de gevestigde instituties niet alleen anno 2020, maar al vanaf de jaren zestig DIY-culturen tot bloei gekomen (zie bijvoorbeeld Lowndes 2016).

- 7 Crowdfunding is een vorm van ondersteuning die meestal niet structureel en duurzaam is, en die wat dat betreft dus buiten onze definitie van mecenaat valt. Ondersteuning via generieke platforms als Patreon is wél structureel en duurzaam, maar dan weer in beperkte mate individueel vormgegeven (makers en gevers hebben zich te houden aan de regels en geefstructuren die platforms als Patreon voorschrijven).
- 8 In hun bijdrage aan deze *Boekman Extra* hanteren Yosha Wijngaarden en Ellen Loots een wat smaller mecenaatsbegrip. Zij zien mecenaat als een (potentieel) verdienmodel voor kunstenaars, en als zakelijk onderdeel van hun cultureel ondernemerschap. In dat model is het voor makers zaak hun ondersteuners zo efficiënt mogelijk op projectbasis of in een abonnementsconstructie aan zich te binden; wederkerigheid is daar een middel toe.
- 9 Dit betekent niet dat hiërarchisch mecenaat niet bestaat in de pop. De ondersteuning die rockmecenas Jan 't Hoen momenteel aan de band Wild Romance geeft is directief van aard en zet de autonomie van de band onder druk. Aan de relatie tussen 't Hoen en Wild Romance wijdde regisseur Teus van Sintmaartensdijk de documentaire *Buying the Band* (2014). Zie ook Braber et al. (2018). Voor een internationaal voorbeeld van directief popmecenaat zie Braber (2018).
- 10 We verdedigden deze stelling eerder in Braber et al. (2020).
- 11 Ook Atze de Vrieze wijst in zijn bijdrage aan deze *Boekman Extra* op het belang van deze duurzame betrokkenheid van fans: alleen op die voorwaarde kan een structureel popmecenaat tot bloei komen.
- 12 Zie ook: Hitters (1996).
- 13 In deze bijdrage leggen we louter Nederlandse en coronagerelateerde casussen van ná maart 2020 voor. Uiteraard zijn er internationaal tal van voorlopers aan te wijzen van de initiatieven van Floor Jansen, Pip Blom en Colin Benders; denk aan Dresden Dolls-voorzvrouw Amanda Palmer, die vanaf 2012 een grote online community duurzaam tot geven wist te bewegen (zie ook Palmer 2014).
- 14 Communicatiewetenschapper Nancy Baym (2018) onderzocht de spanning tussen controle en participatie in de manier waarop bands en muzikanten met hun fans omgaan.
- 15 Het gaat hier om de shows die Jansen maart 2020 zou geven in Afas Live, en die later vanwege de coronacrisis werden afgelast. Jansen lichtte haar aarzelingen toe in VPRO-podcast *De Machine* van 10 maart 2020. De crowdfundingactie was overigens een groot succes: het benodigde bedrag werd door fans binnen drie uur bij elkaar gebracht. Het is interessant dat de gevers kennelijk minder moeite met de actie hadden dan de ontvanger.
- 16 Zie voor de relatie tussen mecenaat en crowdfunding noot 8. De aarzeling van Jansen is ook verklaarbaar uit de norm van onbaatzuchtigheid en denken vanuit het collectief die in de metalscene heerst. Zie voor onderzoek naar mecenaat in de metal Hueting (2015).
- 17 Zie voor een nadere verkenning van taboes rond vragen in de popmuziek Vrieze (2020a).
- 18 Een toelichting bij de app is te vinden op <https://backstage.pipblom.com/>. Op 27 november 2020 kregen gebruikers van de app het bericht dat Pip Blom Backstage op dat moment wereldwijd meer dan 700 leden heeft.
- 19 Pip Blom liet potentiële gevers op 8 juni 2020 weten de ambitie te hebben de uitwisseling uit te bouwen tot duurzaam verdienmodel: 'Can Pip Blom Backstage become a serious source of income for us over time? To be honest: we hope so! We'll see, but we put all our energy in it. We work hard for it. One member at a time!' (*Pip Blom Newsletter* 35). (<https://www.getrevue.co/profile/pipblom/issues/join-us-because-we-launch-something-special-pip-blom-backstage-245309>)
- 20 De uitwisseling vindt plaats op Discord, een op interactie gerichte tool die normaal vooral door gamers gebruikt wordt (Colin Benders Modular Mayhem). (<https://discord.com/invite/cCjGDvW>).
- 21 Maar Benders wijst er in interviews op dat hij op dit draagvlak onder fans in een later stadium wel degelijk financieel zou willen kapitaliseren, bijvoorbeeld via een gerichte Kickstarter-campagne (Vrieze 2020b).
- 22 De term *commons* verwijst naar de wereldwijde beweging van burgers die de oplossing van maatschappelijke vraagstukken niet meer over willen laten aan de markt of de overheid, maar zich daar liever gezamenlijk en in collectieve of coöperatieve actie sterk voor maken. In die gezamenlijke acties staat bereidheid tot delen van hulpbronnen (zoals geld, kennis of connecties) ten behoeve van de goede zaak centraal. Zie ook: Moor (2013). Zie voor recent onderzoek naar de relatie tussen culturele crowdfunding en de *commons* Dalla Chiesa (2020).



Helleke van den Braber is hoogleraar Mecenaatstudies aan de Universiteit Utrecht
Fotografie: Emil Cobussen



Rocco Hueting is muzikant in onder andere De Staat en cultuurwetenschapper
Fotografie: Nick Helderma