

HET ONDERNEMINGSPLAN

Met een ondernemingsplan maakt u een idee concreet en maakt u voor uzelf duidelijk wat u wilt gaan doen, voor wie en wat uw plannen gaan kosten. Aan de hand van een ondernemingsplan kunt u verschillende stappen aangeven, om uw beroep en of bedrijf te realiseren. En als u externe financiering nodig heeft, is een ondernemingsplan een must. Dit Infoblad behandelt een aantal aspecten van het ondernemingsplan, gevolgd door een lijst met literatuur en adressen.

1. Ondernemingsplan

Een ondernemingsplan brengt structuur aan in uw ideeën en activiteiten. Een aantal aspecten komen altijd terug in een ondernemingsplan: Persoonlijke gegevens, de 5 p's, de markt en de concurrenten, de omzetprognose, de organisatievorm, de financiering.

1.1. Ondernemen en de belastingdienst

Een beginnende kunstenaar komt al snel in aanraking met de fiscus. Deze zal u vragen om uw financiële situatie en de plannen voor de nabije toekomst zo concreet mogelijk uit de doeken te doen. De belastingdienst zal ook van u willen horen dat er sprake is van 'ondernemerschap'. U zult zelf moeten aantonen dat u uw beroep als kunstenaar op professionele wijze uitoefent.

- hebt u minimaal drie opdrachtgevers (in een jaar)?
- kunt u uw eigen tijd indelen?
- is er inderdaad geen sprake van een gezagsverhouding?

Deze vragen kunt u beantwoorden door ze te verwerken in uw ondernemingsplan.

1.2. Ondernemen en de bank

Ook voor een lening bij de bank hebt u een goed uitgewerkt ondernemingsplan nodig. De bank wil inschatten hoe riskant het is om u te financieren. Zal ze ooit iets van het geld terugzien? U moet de bank daarom overtuigen van de levensvatbaarheid van uw onderneming. Met een realistisch en haalbaar plan maakt u een betrouwbare indruk en geeft u de bank enige zekerheid. Er zijn diverse voorbeelden van ondernemingsplannen in de omloop, bijvoorbeeld bij de Kamer van Koophandel of de Sociale Dienst. Deze plannen sluiten alleen meestal niet helemaal aan bij de kunstenaarspraktijk, dus u moet deze voorbeelden aanpassen. Zorg dat ten minste de volgende onderwerpen aan bod komen:

- een inleiding met uw persoonlijke gegevens;
- het doel dat u uzelf stelt;
- het publiek, de doelgroep of de markt waarop u mikt;
- een financieel plan.

2. Het doel

Om te beginnen is het belangrijk een duidelijk en bondig verhaal te hebben over uw beroepspraktijk. Daarin beschrijft u wat u doet en hoe u dat doet. Vervolgens wijdt u uit over wat u artistiek en zakelijk van plan bent te gaan doen op de korte en lange termijn. Een voorbeeld:

'Ik ben veejay en daarnaast maak ik video-installaties. Ik tref mijn doelgroep vooral in het clubcircuit, op festivals en bij culturele evenementen. Ik bouw een reputatie op door onder meer samen op te treden met deejays, muzikanten en theatermakers. Ik bereik mijn doelgroep met flyers en posters. Ik verwacht dat ik het komende jaar €... met deze bezigheid zal verdienen. Verder blijf ik parttime werken in een andere baan, waarmee ik €... per jaar verdien'.

Als beginnend ondernemer kunt u misschien niet meer dan een ruwe schatting geven. Daarom geeft u met een ondernemingsplan slechts een kader aan waarbinnen u van plan bent te werken. Het betekent niet dat u uzelf daaraan strikt hoeft te houden.

Inhoud

1. Ondernemingsplan	1
2. Het doel	2
3. Publiek, markt en bemiddeling	2
4. Financieel plan	3
5. Meer informatie	3

Om erachter te komen of er sprake is van ondernemerschap wil de belastingdienst antwoord op de volgende vragen:

- is er sprake van winst uit onderneming?;
- presenteert u uzelf als zelfstandige aan de buitenwereld?
- werkt u minimaal 1225 uur?

Als blijkt dat het allemaal iets anders loopt, kunt u het plan bijstellen.

Er wordt veel kunst aangeboden. Onderscheiding is belangrijk. Het is daarom belangrijk te bedenken wat uw unieke verkooppunten zijn, welke techniek u beheerst en welk publiek in uw werk is geïnteresseerd of geïnteresseerd zou kunnen zijn. En vooral, hoe kunt u die interesse opwekken? Schroom niet om een lijstje te maken.

Een voorbeeld:

- figuratieve tekeningen tot €300,- verkopen op kunstmarkten;
- beelden in brons verkopen via galeries aan particulieren;
- kunstopdrachten van bedrijven verkrijgen via kunstbemiddelaars;
- relatie- en jubileumgeschenken in glas aanbieden aan vrije beroepsbeoefenaren (advocaten, notarissen, artsen, architecten, grafisch ontwerpers etc.) aan de hand van een catalogus;
- computeranimaties maken in opdracht van televisieproducenten;
- verwerven van opdrachten voor tuinbeelden via tuinarchitecten;
- maken van tijdelijke installaties met behulp van projectsubsidies voor evenementen in de culturele sector.

Een eenvoudige inventarisatie als deze brengt u al snel op ideeën, bijvoorbeeld over hoe u uw publiek wilt laten zien dat u bestaat. Laat u een galerie het werk doen of ziet u meer in bemiddeling via een kunstenaarsinitiatief of een medium als het internet? En wat zijn de voor- en nadelen van de verschillende tactieken? Welke prijs rekent u en wat is het bereik van de galerie? Afgewingen als deze zijn zeker de moeite waard. Er kan immers wat tijd overheen gaan voordat de potentiële kopers op de hoogte zijn van uw werk. Kortom, hoe eerder u begint met het bewerken van 'de markt', hoe beter.

3. Publiek, markt en bemiddeling

De markt is natuurlijk een abstractie, want ze bestaat uit verschillende groepen en individuen. Zo heeft u niet alleen te maken met kunstliefhebbers, verzamelaars, kunstenaars, galeriehouders en kunstbemiddelaars, maar ook met opdrachtgevers van bedrijven en culturele instellingen. En waarschijnlijk zult u iedere groep op een andere manier moeten benaderen om maximaal effect te sorteren. Tussenpersonen, zoals galeriehouders en kunstbemiddelaars, zijn doorgaans het makkelijkst te traceren.

Als u eenmaal heeft vastgesteld wat u wilt aanbieden en aan wie, bepaalt u hoe u met deze groepen in contact wilt komen. Persoonlijke contacten werken doorgaans het beste. Vergeet daarom niet een kaartenbak of database aan te leggen met de adresgegevens van de mensen die u ontmoet en u van dienst zouden kunnen zijn. Noteer ook waar of bij welke gelegenheid u iemand heeft ontmoet. De vraag

is nu, hoe benader ik de markt? Hier volgt een lijst met enkele mogelijkheden:

- bezoeken van galeries en contact leggen met de galeriehouder;
- benaderen van podia met programmavoorstel;
- benaderen van een aantal bedrijven en beroepsbeoefenaars met een mailing;
- presentatie van uw werk aan (televisie)producenten na telefonisch contact;
- inschrijven op opdrachten die worden gepubliceerd in BK-informatie;
- subsidieaanvragen;
- artikelen schrijven voor bijvoorbeeld tijdschriften;
- plaatsen van advertenties;
- deelnemen aan kunstmarkten en vakbeurzen.

U moet misschien wat drempelvrees overwinnen, maar eigen initiatief levert echt veel op. U kunt ook met andere kunstenaars samenwerken. Zorg in ieder geval voor een goede documentatie van uw werk en een recent Curriculum Vitae. Bovendien is het nooit weg om te experimenteren met verschillende vormen van communicatie; het kan u op goede ideeën brengen.

4. Financieel plan

Dit onderdeel van het ondernemingsplan moet inzicht geven in de financiële behoeftes en mogelijkheden van uw onderneming. Een financieel plan bestaat uit

- A. investeringsbegroting
- B. financieringsplan
- C. exploitatiebegroting.

A. De investeringsbegroting

De investeringsbegroting is een opsomming van de grote en noodzakelijke uitgaven. Afhankelijk van de kunst die u maakt, kunnen dit uitgaven zijn als computer- of fotoapparatuur, instrument(en), een keramiekoven, schilderslinnen, verf, duur gereedschap, enzovoort. Ook een verbouwing, de inrichting en de afzuiginstallatie van het atelier vallen hieronder. U kunt voor deze investeringen eventueel een lening afsluiten.

B. Het financieringsplan

Het financieringsplan geeft aan hoe u de investeringen denkt te financieren. Misschien heeft u geld gespaard of is een vriend of familielid bereid om u geld te lenen. U kunt ook overwegen om via Kunstenaars&CO een Cultuurlening af te sluiten. U moet dan wel een ondernemingsplan kunnen laten zien.

C. De exploitatiebegroting

Uit uw exploitatiebegroting moet af te lezen zijn hoeveel u denkt te verdienen op jaarbasis (omzet) en hoeveel beroepskosten u daarvoor moet maken. De winst kunt u beschouwen als inkomen waarover u uiteindelijk inkomstenbelasting moet betalen. Als u verlies maakt, heeft u waarschijnlijk andere inkomsten, zoals een uitkering, of misschien heeft u een partner met een toereikend inkomen. Bent u eenmaal in staat om volledig van de verkoop van het werk te leven, dan is uw bedrijf levensvatbaar.

Het kan zijn dat uw inspanningen nog niet zoveel geld opleveren. Probeer in dat geval op zijn minst een kostendekkende exploitatie na te streven.

Voorbeeld exploitatiebegroting:

OMZET verkopen	€.....
verhuur	€.....
opdrachten	€.....
	€.....

Totaal OMZET	€.....

af: directe materiaalkosten	€.....	-/-

Bruto Resultaat	€.....	

Beroepskosten:

atelierkosten	€.....
materialen	€.....
expositiekosten	€.....
promotiekosten	€.....

reiskosten	€.....	
werkkleding	€.....	
vakliteratuur	€.....	
contributies	€.....	
afschrijvingen	€.....	
financieringslasten	€.....	

Totaal	€.....	-/-

WINST/VERLIES	€.....
---------------	--------

5. Meer informatie

Voor informatie over andere Infobladen kijk op:

www.kunstenarsenco.nl/Infobladen

Of neem contact op met:

De Kunstenaarslijn van Kunstenaars&CO

0900 535 25 99 (10 cent p/m) op werkdagen van 09.30 tot 16.30 uur

Kunstenaars&CO

Kunstenaars&CO stimuleert en ondersteunt kunstenaars bij hun professionalisering en ontwikkeling naar economische zelfstandigheid.

E: info@kunstenarsenco.nl

www.kunstenarsenco.nl

© Niets uit dit informatieblad mag worden vervoelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke andere wijze dan ook zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Kunstenaars, Cultuur en Ondernemerschap.