



Handleiding communicatie

mondriaan
fonds

Laat je (werk) zien

Dit is een handleiding voor iedereen die een bijdrage heeft ontvangen van het Mondriaan Fonds. Hierin geven we je tips & tricks die je kunt gebruiken om meer aandacht te genereren voor jouw project. Praktische tools waarmee je pers, social media en andere kanalen kunt inzetten om jouw verhaal aan een groter publiek te vertellen. Want delen = vermenigvuldigen. Dat is mooi, want zo komen meer mensen met je werk in aanraking. En belangrijk, want we werken met publiek geld en dus is het ook goed om te laten zien waar dat geld terecht komt.

Laat van je horen

We hebben van alles voor je op een rijtje gezet, inclusief een stappenplan voor de communicatie. Dit zijn onze tips aan jou, maar we leren ook graag! Heb je bijvoorbeeld een succesvolle buzz gecreëerd rondom je project of een sterke troef uitgespeeld bij de pers? Laat het ons weten via communicatie@mondriaanfonds.nl

Hier vind je alle ins & outs over:

- * Beeldmateriaal
- [logogebruik](#)
- Persberichten en nieuwsberichten
- Social media
- Influencers en ambassadeurs
- Ideeën voor een duurzame relatie met beleidsmakers en beslissers

Handleiding op maat

Je kunt zelf het beste bepalen welke communicatiepunten passend zijn voor jou en jouw project. Grote instellingen werken vaak met communicatiemedewerkers, individuele kunstenaars of andere makers doen de communicatie vaak zelf. Kies de categorie die bij je past:

1. Musea en andere erfgoedinstellingen
2. Kunstpodia en kunstinitiatieven
3. Individuele kunstenaars en andere makers

1. Musea en andere erfgoedinstellingen

Musea en erfgoedinstellingen hebben een uitstekende positie om kunst en erfgoed te promoten. Vaak wordt er al een groot publiek bereikt met een doordachte communicatiestrategie van een team van professionals. Passend bij de bijdrage van het Mondriaan Fonds trekken we graag samen op in de communicatie met publiek, (social) media, beleidsmakers en andere influencers. Ook handig om te weten:

Wat verwachten we nou eigenlijk bij een toekenning van musea en/of erfgoedinstellingen?

1. Verplicht logogebruik
2. Pers- en/ of nieuwsbericht
3. Social media
4. Influencers en ambassadeurs
5. Tactieken voor een duurzame relatie met politici

1. Mede Mogelijk Gemaakt Door

De Nederlandse samenleving investeert in beeldende kunst en erfgoed via het Mondriaan Fonds. We willen graag dat publiek, media, beleidsmakers en potentiële aanvragers weten welke projecten namens Nederland via het fonds tot stand komen. Daarom vragen we je te vermelden dat je project mede mogelijk gemaakt is door het Mondriaan Fonds.

Het logo van het Mondriaan Fonds maakt in een oogopslag duidelijk dat het project een bijdrage heeft ontvangen. Neem het logo op in alle communicatie-uitingen zoals:

- Uitnodigingen
- Poster campagnes
- (Digitale) Flyers
- Colofons
- Persberichten
- Websites
- Publicaties
- Aftiteling
- Titelborden
- Social Posts (mentioning mag ook)
- Nieuwsbrieven

Let op! Bij tentoonstellingen en structurele bijdragen voor instellingen moet ook bij de tentoonstelling of in de entreehal het logo goed zichtbaar zijn.

Download logo's

Er zijn verschillende Nederlandse en Engelse logo's beschikbaar. Het logo moet goed zichtbaar zijn op de uiting. De huisstijl van het Mondriaan Fonds heeft vaste kleuren, de logo's kunnen in die kleuren en in het zwart of wit worden gebruikt. Andere kleuren zijn niet toegestaan.

Voeg in tekst voor extra herkenbaarheid toe: '(mede) mogelijk gemaakt door het Mondriaan Fonds'

Het downloaden van logo's kan [hier](#).

Deel resultaten met ons

Deel aankondigingen, uitnodigingen en berichten over resultaten met ons. Wij berichten voortdurend over toekenningen in ons netwerk; bijvoorbeeld via social media of in de nieuwsbrief. Door de krachten te bundelen bereiken we samen meer mensen.

2. Vermelding in persbericht en / of nieuwsbericht

- Plaats het logo en de naam van het Mondriaan Fonds altijd in je bericht.
- Verwerk informatie over het fonds in de tekst. Bijvoorbeeld 'Het Mondriaan Fonds is het publieke stimuleringsfonds voor beeldende kunst en erfgoed in Nederland'.
- Noem de motivatie die is meegestuurd in de brief van het Mondriaan Fonds voor de toekenning van het project.
- Neem een citaat op van een kunstenaar, conservator, directeur of andere betrokkene over wát er nu precies mogelijk gemaakt is / wordt dankzij de bijdrage van het Mondriaan Fonds. Daarmee maak je de waarde van publieke financiering concreet.

Neem het Mondriaan Fonds op in je mailinglijst: communicatie@mondriaanfonds.nl

3. Social Media

Social media zijn bij veel musea en erfgoedinstellingen levendig onderdeel van de communicatiestrategie. Ook hier kunnen we elkaar versterken; het Mondriaan Fonds deelt informatie graag verder.

(Hash) Tag het Mondriaan Fonds

Vergeet niet het Mondriaan Fonds te taggen (@mondriaanfonds) in tweets, Facebook- LinkedIn- of Instagramberichten en gebruik de hashtag #mondriaanfonds. Op die manier kunnen wij jouw bericht weer delen met onze vele volgers online. Door in je social post het Mondriaan Fonds te taggen, te noemen of door ons logo toe te voegen in je beeld, wordt zichtbaar dat het project mede te danken is aan publiek geld. Ook mooi meegenomen: tags verschijnen altijd op ons account, dus taggen betekent sowieso meer zichtbaarheid voor jouw project! Qua tekst kun je denken aan: *mogelijk gemaakt met een bijdrage van het @mondriaanfonds*. Of: *dit project is mede mogelijk gemaakt door een bijdrage van het @MondriaanFonds*. Of: *Mede dankzij @MondriaanFonds*.

Verrijk je videocontent

Video is een aantrekkelijke manier om een project op social media zichtbaar te maken. Je kunt aan het begin of eind van de video ons logo vermelden of je vermeld de tekst: Dit project kwam tot stand mede dankzij een bijdrage van het Mondriaan Fonds. Vermeld ook #MondriaanFonds op de socials.

Goed om te weten: wij maken ook videocontent. Mocht je ons willen uitnodigen om een video te komen maken, neem dan contact met ons op via communicatie@mondriaanfonds.nl subject: Verzoek voor video.

4. Influencers en ambassadeurs

Er zijn verschillende bloggers en vloggers die werken met beeldende kunst en/of erfgoed. Die kun je natuurlijk altijd actief benaderen met jouw project. Je kunt ook onderzoeken wie in jouw netwerk erg actief is op de social kanalen. Dan kan een invloedrijk persoon soms best in een onverwachte hoek zitten. Direct betrokkenen kunnen vaak helder en gepassioneerd de missie van musea of erfgoedinstellingen uitdragen aan een betrokken publiek. Zo kan zowel een kunstenaar als een medewerker of vaste bezoeker optreden als ambassadeur voor een tentoonstelling of event.

Wanneer influencers of ambassadeurs een project gaan promoten op hun socials, bespreek dan ook het belang van publieke financiering en de rol van het Mondriaan Fonds. Laat weten dat het op prijs wordt gesteld als het fonds wordt getagd (@mondriaanfonds) of de hashtag #mondriaanfonds wordt gebruikt op social media, zodat ook wij het bericht kunnen delen. Zo bereiken we samen een groot en breed publiek!

Tips voor de inzet van influencers

- 1) Bedenk van tevoren wat een influencer voor jou betekent? Waarom zou je er gebruik van maken?
- 2) Doe research naar influencers (vraag dit ook aan de mensen om je heen). Ga op zoek naar een inhoudelijke/persoonlijke link met jouw project. Dat maakt het benaderen van mensen makkelijker en de samenwerking geloofwaardiger.
- 3) Iemand benaderen voor een samenwerking, dat kan vaak heel simpel via een berichtje op Instagram en/of de website van de persoon in kwestie. Nodig hem/haar bijvoorbeeld uit voor een preview, een persoonlijke rondleiding of de opening van de tentoonstelling.
4. Stuur wat achtergronden, de juiste praktische info + beeld zodat alles bij elkaar staat en een social post maken niet te veel tijd kost. Geef altijd aan dat iemand met de informatie zelf een bericht mag maken met de info, maar dat je ook kunt helpen als dat fijn is.
5. Als iemand die je op deze manier benaderd hebt een bericht heeft geplaatst online, vergeet dan niet het bericht ook zelf te delen en publiekelijk te bedanken.

5. Beleidsmakers, beslissers, politici en belangenorganisaties

Lokale en nationale politici zijn sleutelfiguren als het gaat om publiek geld: zij nemen hierover als volksvertegenwoordiger de beslissingen. Goede relaties kunnen het draagvlak voor beeldende kunst en erfgoed versterken.

Tactieken voor een duurzame relatie met decision-makers:

- Houd beleidsmakers, politici en belangenbehartigers goed op de hoogte via persberichten en social media.
- Laat weten wat er mogelijk gemaakt is dankzij publieke financiering (maak het concreet zodat ook zij het weer kunnen delen: meer bezoekers, meer werkgelegenheid, een bijzondere aantrekkingskracht voor toerisme, bijzondere gebeurtenissen) etc.
- Nodig dit invloedrijke netwerk van mensen uit voor je openingen en evenementen. Laat eventueel een fotograaf (pers)foto's maken. Zorg dat ze snel beschikbaar zijn met de juiste credits en omschrijving (fotograaf, locatie, gelegenheid), zodat de aanwezigen deze zelf later ook kunnen gebruiken.
- Organiseer bijeenkomsten waar lokale organisaties, politici en bedrijven kunnen netwerken en culturele, social en economische zaken kunnen bediscussiëren. Hiermee vergroot je interesse en betrokkenheid en creëer je mogelijk een initiatiefrijke basis voor de toekomst.
- Bied aan rond verkiezingstijd een debat te organiseren, waarin het thema cultuur naar voren komt.
- Contactgegevens van Tweede Kamerleden zijn [hier](#) te vinden. Je kunt hen ook een persoonlijke brief of pakket sturen. Deze moet je van tevoren aanmelden via de postkamer van de Tweede Kamer. Hoe dat gaat staat [hier](#).

Musea kunnen informatie over communiceren met een invloedrijk netwerk vinden bij belangenorganisaties, zoals de [Museumvereniging](#).

Delen = vermenigvuldigen

In alle gevallen geldt: laten we samen zorgen voor meer zichtbaarheid van de bijzondere projecten die met de bijdragen van het Mondriaan Fonds mogelijk worden gemaakt. Wie suggesties of specifieke voorstellen heeft is van harte welkom contact op te nemen met onze communicatieafdeling: communicatie@mondriaanfonds.nl

2. Kunstpodia en kunstinitiatieven

We begrijpen dat je als culturele instelling met beperkte middelen al ontzettend veel bereikt. Passend bij de bijdrage van het Mondriaan Fonds trekken we graag samen op in het contact met publiek, media, beleidsmakers en andere influencers. We hebben een aantal instrumenten voor je op een rij gezet. Ook zonder hoge kosten is het mogelijk jouw projecten breder onder de aandacht te brengen. Ook handig om te weten:

Wat verwachten we nou eigenlijk bij een toekenning van de kunstpodia en kunstinitiatieven?

1. Verplicht logogebruik
2. Persbericht en/ of nieuwsbericht
3. Social media
4. Influencers en ambassadeurs
5. Tactieken voor een duurzame relatie met politici

1. Verplicht Logogebruik: Mede Mogelijk Gemaakt Door

De Nederlandse samenleving investeert in beeldende kunst en erfgoed via het Mondriaan Fonds. We willen graag dat publiek, media, beleidsmakers en potentiële aanvragers weten welke projecten namens Nederland via het fonds tot stand komen. Daarom vragen we je te vermelden dat je project mede mogelijk gemaakt is door het Mondriaan Fonds.

Het plaatsen van het logo van het Mondriaan Fonds maakt in één oogopslag duidelijk dat het project een bijdrage heeft ontvangen. Neem ons logo op in alle communicatie-uitingen zoals:

- Uitnodigingen
- Poster campagnes
- (Digitale) Flyers
- Colofons
- Persberichten
- Websites
- Publicaties
- Aftiteling
- Titelborden
- Social Posts (tekstuele mentioning mag ook)
- Nieuwsbrieven

Let op! Bij tentoonstellingen en structurele bijdragen voor kunstpodia moet ook bij de tentoonstelling of in de entreehal het logo goed zichtbaar zijn.

Download logo's

Er zijn verschillende Nederlandse en Engelse logo's beschikbaar. Het logo moet goed zichtbaar zijn op de uiting. De huisstijl van het Mondriaan Fonds heeft vaste kleuren, de logo's kunnen in die kleuren en in het zwart of wit worden gebruikt. Andere kleuren zijn niet toegestaan.

Voeg in tekst voor extra herkenbaarheid toe: '(mede) mogelijk gemaakt door het Mondriaan Fonds'

Het downloaden van logo's kan [hier](#).

Deel resultaten met ons

Deel aankondigingen, uitnodigingen en berichten over resultaten met ons. Wij berichten voortdurend over toekenningen in ons netwerk; bijvoorbeeld via social media of in de nieuwsbrief. Door de krachten te bundelen bereiken we samen meer mensen.

2. Vermelding in persbericht en / of nieuwsbericht

Door informatie overzichtelijk aan te leveren bij (lokale) media vergroot je de kans op aandacht. Een pers-of nieuwsbericht is een heldere manier om over het project te vertellen. De kans op aandacht is nog groter als je voor het grote publiek aansprekend beeldmateriaal meestuurt. Zorg ervoor dat dit in hoge resolutie opvraagbaar is. Vermeld in je bericht altijd de bijdrage van het Mondriaan Fonds.

- Plaats het logo en de naam van het Mondriaan Fonds altijd in je bericht.
- Verwerk informatie over het fonds in de tekst. Bijvoorbeeld 'Het Mondriaan Fonds is het publieke stimuleringsfonds voor beeldende kunst en erfgoed in Nederland'.
- Noem de motivatie die is meegestuurd in de brief van het Mondriaan Fonds voor de toekenning van het project.
- Neem een citaat op van een kunstenaar, conservator, directeur of andere betrokkene over wát er nu precies mogelijk gemaakt is / wordt dankzij de bijdrage van het Mondriaan Fonds. Daarmee maak je de waarde van publieke financiering concreet.

Neem het Mondriaan Fonds op in je mailinglijst: communicatie@mondriaanfonds.nl

3. Social Media

Social media zijn bij veel kunstpodia en kunstinitiatieven levendig onderdeel van de communicatiestrategie. Ook hier kunnen we elkaar versterken; het Mondriaan Fonds deelt informatie graag.

(Hash) Tag het Mondriaan Fonds

Vergeet niet het Mondriaan Fonds te taggen (@mondriaanfonds) in tweets, Facebook- LinkedIn- of Instagramberichten en gebruik de hashtag #mondriaanfonds. Op die manier kunnen wij jouw bericht weer delen met onze vele volgers online. Door in je social post het Mondriaan Fonds te taggen, te noemen of door ons logo toe te voegen in je beeld, wordt zichtbaar dat het project mede te danken is aan publiek geld. Ook mooi meegenomen: tags verschijnen altijd op ons account, dus taggen betekent sowieso meer zichtbaarheid voor jouw project! Qua tekst kun je denken aan: *mogelijk gemaakt met een bijdrage van het @mondriaanfonds*. Of: *dit project is mede mogelijk gemaakt door een bijdrage van het @MondriaanFonds*. Of: *Mede dankzij @MondriaanFonds*.

Verrijk je videocontent

Video is een aantrekkelijke manier om een project op social media zichtbaar te maken. Je kunt aan het begin of eind van de video ons logo vermelden of je vermeld de tekst: Dit project kwam tot stand mede dankzij een bijdrage van het Mondriaan Fonds. Vermeld ook #MondriaanFonds op de socials.

Goed om te weten: wij maken ook videocontent. Mocht je ons willen uitnodigen om een video te komen maken, neem dan contact met ons op via communicatie@mondriaanfonds.nl

4. Influencers en ambassadeurs

Er zijn verschillende bloggers en vloggers die werken met beeldende kunst en/of erfgoed. Die kun je natuurlijk altijd actief benaderen met jouw project. Je kunt ook onderzoeken wie in jouw netwerk erg actief is op de social kanalen. Dan kan een invloedrijk persoon soms best in een onverwachte hoek zitten. Direct betrokkenen kunnen vaak helder en gepassioneerd de missie van musea of

erfgoedinstellingen uitdragen aan een betrokken publiek. Zo kan zowel een kunstenaar als een medewerker of vaste bezoeker optreden als ambassadeur voor een tentoonstelling of event.

Wanneer influencers of ambassadeurs een project gaan promoten op hun socials, bespreek dan ook het belang van publieke financiering en de rol van het Mondriaan Fonds. Laat weten dat het op prijs wordt gesteld als het fonds wordt getagd (@mondriaanfonds) of de hashtag #mondriaanfonds wordt gebruikt op social media, zodat ook wij het bericht kunnen delen. Zo bereiken we samen een groot en breed publiek!

Tips voor de inzet van influencers

- 1) Bedenk van tevoren wat een influencer voor jou betekent? Waarom zou je er gebruik van maken?
- 2) Doe research naar influencers (vraag dit ook aan de mensen om je heen). Ga op zoek naar een inhoudelijke/persoonlijke link met jouw project. Dat maakt het benaderen van mensen makkelijker en de samenwerking geloofwaardiger.
- 3) Iemand benaderen voor een samenwerking, dat kan vaak heel simpel via een berichtje op Instagram en/of de website van de persoon in kwestie. Nodig hem/haar bijvoorbeeld uit voor een preview, een persoonlijke rondleiding of de opening van de tentoonstelling.
4. Stuur wat achtergronden, de juiste praktische info + beeld zodat alles bij elkaar staat en een social post maken niet te veel tijd kost. Geef altijd aan dat iemand met de informatie zelf een bericht mag maken met de info, maar dat je ook kunt helpen als dat fijn is.
5. Als iemand die je op deze manier benaderd hebt een bericht heeft geplaatst online, vergeet dan niet het bericht ook zelf te delen en publiekelijk te bedanken.

5. Beleidsmakers, beslissers, politici en belangenorganisaties

Lokale en nationale politici zijn sleutelfiguren als het gaat om publiek geld: zij nemen hierover als volksvertegenwoordiger de beslissingen. Goede relaties kunnen het draagvlak voor beeldende kunst en erfgoed versterken.

Tips

- Houd beleidsmakers, politici en belangenbehartigers goed op de hoogte via persberichten en social media.
- Laat weten wat er mogelijk gemaakt is dankzij publieke financiering (maak het concreet zodat ook zij het weer kunnen delen: meer bezoekers, meer werkgelegenheid, een bijzondere aantrekkingskracht voor toerisme, bijzondere gebeurtenissen) etc.
- Nodig dit invloedrijke netwerk van mensen uit voor je openingen en evenementen. Laat eventueel een fotograaf (pers)foto's maken. Zorg dat ze snel beschikbaar zijn met de juiste credits en omschrijving (fotograaf, locatie, gelegenheid), zodat de aanwezigen deze zelf later ook kunnen gebruiken.
- Organiseer bijeenkomsten waar lokale organisaties, politici en bedrijven kunnen netwerken en culturele, social en economische zaken kunnen bediscussiëren. Hiermee vergroot je interesse en betrokkenheid en creëer je mogelijk een initiatiefrijke basis voor de toekomst.
- Bied aan rond verkiezingstijd een debat te organiseren, waarin het thema cultuur naar voren komt.
- Contactgegevens van Tweede Kamerleden zijn [hier](#) te vinden. Je kunt hen ook een persoonlijke brief of pakket sturen. Deze moet je van tevoren aanmelden via de postkamer van de Tweede Kamer. Hoe dat gaat staat [hier](#).

Een belangrijke speler op het gebied van communiceren met beleidsmakers is [De Zaak Nu](#), de belangenbehartiger voor kunstpodia en kunstinitiatieven voor beeldende kunst in Nederland.

3. Individuele kunstenaars & andere makers

Als kunstenaar, beschouwer of curator heb je een zelfstandig opgebouwd netwerk en je brengt je werk zelf onder de aandacht. Passend bij de bijdrage van het Mondriaan Fonds vragen we je aandacht te geven aan de projecten die je met onze financiering realiseert. Ook zonder hoge kosten is het mogelijk je projecten breder onder de aandacht te brengen. We hebben een aantal instrumenten voor je op een rij gezet. Handig om te weten:

Wat verwachten we nou eigenlijk bij een toekenning van musea en/of erfgoedinstellingen?

1. Verplicht logogebruik
2. Persbericht en/ of nieuwsbericht
3. Social media
4. Influencers en ambassadeurs
5. Tactieken voor een duurzame relatie met politici

1. Verplicht Logogebruik: Mede Mogelijk Gemaakt Door

De Nederlandse samenleving investeert in beeldende kunst en erfgoed via het Mondriaan Fonds. We willen graag dat publiek, media, beleidsmakers en potentiële aanvragers weten welke projecten namens Nederland via het fonds tot stand komen. Daarom vragen we je te vermelden dat je project mede mogelijk gemaakt is door het Mondriaan Fonds.

Het plaatsen van het logo van het Mondriaan Fonds maakt in één oogopslag duidelijk dat het project een bijdrage heeft ontvangen. Neem ons logo op in alle communicatie-uitingen zoals:

- Uitnodigingen
- Poster campagnes
- (Digitale) Flyers
- Colofons
- Persberichten
- Websites
- Publicaties
- Aftiteling
- Titelborden
- Social Posts (tekstuele mentioning mag ook)
- Eigen mailing of nieuwsbrief

Download logo's

Er zijn verschillende Nederlandse en Engelse logo's beschikbaar. Het logo moet goed zichtbaar zijn op de uiting. De huisstijl van het Mondriaan Fonds heeft vaste kleuren, de logo's kunnen in die kleuren en in het zwart of wit worden gebruikt. Andere kleuren zijn niet toegestaan.

Voeg in tekst voor extra herkenbaarheid toe: '(mede) mogelijk gemaakt door het Mondriaan Fonds'

Het downloaden van logo's kan [hier](#).

Deel resultaten met ons

Deel aankondigingen, uitnodigingen en berichten over resultaten met ons. Wij berichten voortdurend over toekenningen in ons netwerk; bijvoorbeeld via social media of in de nieuwsbrief. Door de krachten te bundelen bereiken we samen meer mensen.

2. Vermelding in persbericht en / of nieuwsbericht

Zijn er media, landelijk of lokaal, die aandacht willen besteden aan je werk of project? Door informatie overzichtelijk aan te leveren bij (lokale) media vergroot je de kans op aandacht. Denk aan een persbericht. Of deel een nieuwsbrief met je contacten. Denk daarbij ook aan beeldmateriaal. Vermeld in je bericht ook de bijdrage van het Mondriaan Fonds.

- Plaats het logo en de naam van het Mondriaan Fonds altijd in je bericht.
- Verwerk informatie over het fonds in de tekst. Bijvoorbeeld 'Het Mondriaan Fonds is het publieke stimuleringsfonds voor beeldende kunst en erfgoed in Nederland'.
- Noem de motivatie die is meegestuurd in de brief van het Mondriaan Fonds voor de toekenning van het project.
- Neem een citaat op van jezelf een conservator, directeur of andere betrokkene over wát er nu precies mogelijk gemaakt kan worden dankzij de bijdrage van het Mondriaan Fonds. Daarmee maak je de waarde van publieke financiering concreet.

Neem het Mondriaan Fonds op in je mailinglijst: communicatie@mondriaanfonds.nl

3. Social Media

Social media zijn voor veel kunstenaars en andere makers een toegankelijk middel om zichzelf en hun werk zichtbaar te maken voor een groot publiek. Denk er ook eens aan je eigen social netwerk te verrijken met influencers, vloggers en / of cultuurjournalisten. En ook hier kunnen we elkaar versterken; we delen de informatie graag op de social kanalen van het Mondriaan Fonds.

(Hash) Tag het Mondriaan Fonds

Vergeet niet het Mondriaan Fonds te taggen (@mondriaanfonds) in tweets, Facebook- of Instagramberichten en gebruik #. Mogelijk delen wij je bericht met onze volgers. Door in je social post het Mondriaan Fonds te taggen, te noemen of door ons logo toe te voegen in je beeld, wordt zichtbaar dat het project mede te danken is aan publiek geld.

Bijvoorbeeld: *mogelijk gemaakt met een bijdrage van het @mondriaanfonds*. Of: *dit project is mede mogelijk gemaakt door een bijdrage van het @mondriaanfonds*. Of: Mede dankzij het @MondriaanFonds

Verrijk je videocontent

Video is een aantrekkelijke manier om een project op social media zichtbaar te maken. Je kunt aan het begin of eind ons logo vermelden of je vermeld de tekst: Dit project kwam tot stand mede dankzij een bijdrage van het Mondriaan Fonds. Tag ons in de post en vermeld ook #MondriaanFonds.

Goed om te weten: wij maken ook videocontent. Mocht je ons willen uitnodigen om een video te komen maken, neem dan contact met ons op via communicatie@mondriaanfonds.nl subject: videocontent.