

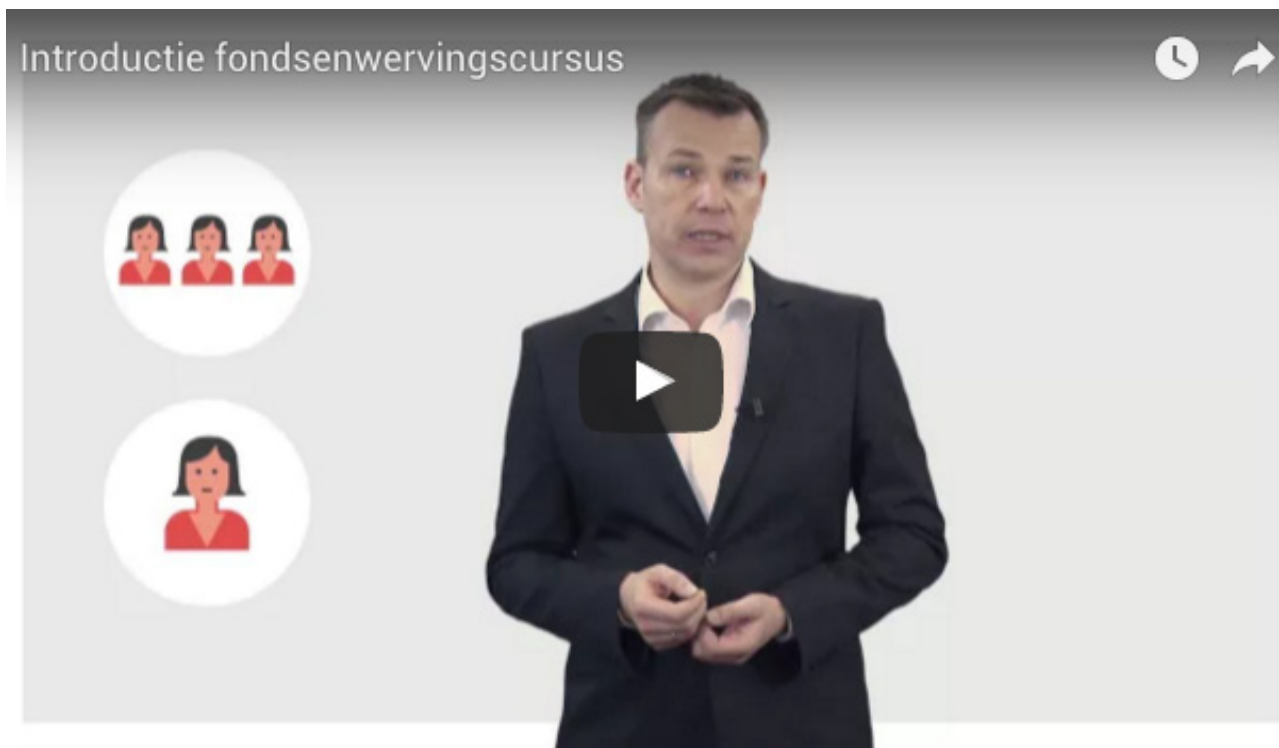
Online cursus fondsenwerving

de bezoeker
het Over
Festival, o
van Zona
studenten
beurs, de
van de Vo
press, de
van Tonee
NieuwLev
de danser
Venlo Dan
vrouwen v
Tiernmo
project, de
bezoekers
Kunsthalk
de leerling
PrinsHeer
publiek va
Opera, de
van Zeere
Scheepva
museum,
van Popke
The Happ
buurtgen
Vonk, de k
Hoedje va
de gebruik
van Dorps
Schingen-
terp, de jo
talenten v
Grachten
deelneme
Langste E
de bewon
van de He
jongeren v
Young Art
de kanshe
Nationale
nieuwings
de bezoek
Festival 5
muzikante
van de Ko
Harmonie
de scouts
van Scout
Hanzeluid
van Speel
nieland, d

Inhoudsopgave

Inleiding	03	Les 5 Doelgroepen	17
<hr/>		Definiëren van doelgroepen	17
Les 1 Financiering van uw project	04	a. De doelgroep betrekken	18
Financieringsbronnen	04	b. Marketing en communicatie	18
a. Fondsen in Nederland	05	<hr/>	
b. De essentie van fondsenwerving	06	Les 6 Begroting en dekkingsplan	19
c. Tips voor het aanvragen	07	Begroting	19
<hr/>		a. Dekkingsplan	20
Les 2 Case for support	08	b. BTW	21
Wat is een case for support?	08	c. Jaarrekening en jaarverslag	21
a. Het schrijven van een case for support	09	<hr/>	
b. Elvevator pitch	10	Les 7 Evaluatie	22
<hr/>		Evaluatieverslag	22
Les 3 Rechtsvorm en bestuurssamenstelling	11	a. Evaluatiepunten	22
Rechtsvormen	11	b. Publieksonderzoek	23
a. Bestuur	12	<hr/>	
<hr/>		Tot slot	24
Les 4 Projectplan	13		
Inleiding	13		
a. SMART formuleren	14		
b. Bouwstenen van een projectplan	14		

Inleiding



Inleiding

Hoe vind ik financiering voor mijn project? Hoe moet ik een aanvraag indienen bij een fonds? Welke tips zijn er om succes te hebben bij een aanvraag? Of u vrijwilliger bent of penningmeester, werkzaam bent in een professionele organisatie of enthousiast meedoet in uw buurt, iedereen wil weten hoe fondsenwerving een succes wordt.

Steun aanvragen bij een fonds is niet iets wat je zomaar even doet. Als u een aanvraag doet, krijgt u ineens te maken met begrotingen, een dekkingsplan, een projectplan met doelgroepen, communicatie, en nog veel meer. Het is veel werk. Maar als u goed voorbereid bent, kost het u veel minder tijd en energie.

We hebben in samenwerking met **3F Academy**, beroepsopleiding fondsenwerving, de online cursus fondsenwerving gemaakt om u op weg te helpen met de financiering van uw project.

In deze online cursus behandelen we de belangrijkste thema's die bij fondsenwerving aan bod komen. In 7 korte lessen worden de belangrijkste thema's die bij fondsenwerving aan bod komen, uitgelegd. De lessen bestaan telkens uit een kort introfilmpje, een theoriegedeelte en een zelftest waarin u kunt testen of u alles goed begrepen heeft.

De lessen gaan over de volgende onderwerpen:

- Financiering van uw project;
- Case for support;
- Rechtsvorm en bestuurssamenstelling;
- Projectplan;
- Doelgroepen;
- Begroting en dekkingsplan;
- Evaluatie.

U vindt de cursus fondsenwerven op

www.vsbfonds.nl/online-cursus-fondsenwerving

In deze pdf vindt u het theoriegedeelte waarin u alles nog een keer rustig kunt nalezen.

Veel succes!

Les 1

Financiering van uw project



Financieringsbronnen

- Fondsen in Nederland
- De essentie van fondsenwerving
- Tips voor het aanvragen

Financieringsbronnen

U heeft een specifiek project voor ogen en daarvoor heeft u geld nodig. U verkent de mogelijkheden voor externe financiering. Dan blijkt al gauw dat er zeer uiteenlopende financieringsmogelijkheden zijn.

Het is belangrijk om een goede keuze te maken uit het aanbod van mogelijke financieringsbronnen. Iedere bron vraagt om een eigen aanpak. Welke bron u het best kunt benaderen, hangt af van het onderwerp van het project waarvoor u werft, de hoogte van het bedrag dat u nodig heeft, de inzet die u zelf kunt leveren en natuurlijk het belang dat uw project heeft voor degene die u benadert.

• Een eigen bijdrage

Zelf kunt u niet het hele project financieren, maar misschien wel een gedeelte. Fondsen waarderen het als uw organisatie een eigen financiële bijdrage levert aan de realisatie van uw project. U toont daarmee aan dat u uw project serieus neemt en dat u er veel voor over heeft om het daadwerkelijk te realiseren. Bedenk daarbij dat een eigen bijdrage ook uit menskracht kan bestaan. Eigen inkomsten kunt u genereren in de vorm van bijvoorbeeld kaartverkoop, opbrengsten catering/horeca, bijdragen van projectdeelnemers, partnerbijdragen etc.

• Een overheidssubsidie

Zoek uit of uw project of organisatie in aanmerking komt voor een overheidssubsidie. Een gemeente kan in het kader van haar beleid subsidies verstrekken aan stichtingen of verenigingen die zich inzetten voor de bevordering van o.a. sport, cultuur, maatschappelijk werk, welzijn en vrijetijdsbesteding. Er zijn vele subsidieregelingen. Vaak worden in een subsidiebrief specifieke resultaten vastgelegd die u moet zien te behalen. Steun vanuit de overheid kan ook facilitair zijn. Zo kan een gemeente zorgen voor bewegwijzering en hekwerk bij een evenement. Laat u eventueel bijstaan door een specialist om de mogelijkheden te onderzoeken.

• Sponsors

Bedrijven kunnen steun verlenen aan uw project. Het gaat lang niet altijd alleen om financiële steun. Bedrijven kunnen (delen van) het project ook in natura sponsoren. Denk aan het ter beschikking stellen van een ruimte voor uw activiteit, aan hulp bij de publiciteit voor uw actie of aan de inzet van vrijwilligers die een bedrijf werft onder haar medewerkers. Bedenk daarbij dat bedrijven meestal iets terug willen zien voor hun steun, bijvoorbeeld in de vorm van naamsvermelding, gratis toegangkaartjes of een uitnodiging om aanwezig te zijn bij de aftrap van het project.

- **Giften**

U kunt een beroep doen op vermogende mensen die uw doelstelling een warm hart toedragen en vragen hen om een substantiële gift of donatie te verlenen. Voorwaarde is dat zij u en uw organisatie kennen of leren kennen. Misschien zijn er meer vermogende mensen onder de donateurs die uw organisatie al langere tijd steunen en zijn zij bereid om een bijzondere eenmalige bijdrage doen.

Persoonlijk contact en het opbouwen van een relatie zijn belangrijk en kosten tijd. Zorg dat u een passend voorstel heeft en ook de fiscale voordelen voor de gever in kaart heeft.

- **Crowdfunding**

U kunt gebruik maken van social media en met crowdfunding aan de slag gaan. Bij crowdfunding doet u online en via social media een beroep op iedereen in uw netwerk om aan uw initiatief bij te dragen door het overmaken van een relatief kleine donatie. U kunt een eigen actie-webpagina maken of gebruik maken van bestaande platforms, zoals bijvoorbeeld Voordekunst.nl en Voorjebuurt.nl). Donateurs ontvangen als dank een kleinigheid, afhankelijk van de hoogte van hun bijdrage. Denk aan een gesigndeerde CD, een uitnodiging voor de feestelijke opening etc. Belangrijk is dat u en uw leden, cliënten, collega's etc. zelf veel promotie maken via uw eigen website en social media. Vaak wordt crowdfunding gebruikt als middel om in korte tijd het restbedrag voor een project binnen te halen.

- **Een actie of evenement**

U kunt mensen oproepen om een actie te starten die uw project ondersteunt. Misschien wil een lokale serviceclub zoals de Rotary iets voor u organiseren, zoals een veiling of een wijnproeverij met het doel geld op te halen. Of wellicht draagt een school of vereniging bij dankzij een sponsorloop, of organiseert een van uw leden of cliënten een autowasdag of garagesale voor uw goede doel.

- **Fondsen**

Over een laatste mogelijkheid, de financiering door vermogensfondsen, vindt u in de volgende schermen uitgebreide informatie.

Fondsenwerven is niet iets dat vanzelf gaat. Bereidt u zich goed voor, denk na over welke financieringsbronnen bij uw project passen en welke aanpak u kiest. Reken er op dat het soms een proces is dat veel vergt van u en uw organisatie.

a. Fondsen in Nederland

Nederland kent honderden fondsen: onafhankelijke stichtingen opgericht door particulieren, bedrijven of overheden.

Ze beheren een hoeveelheid geld waaruit ze kunnen putten om maatschappelijke doelen te steunen en stimuleren. Elk fonds heeft zijn eigen achtergrond en formuleert op basis daarvan zijn eigen doelstellingen en voorwaarden.

Meestal zal de donatie van een fonds de vorm hebben van een eenmalige schenking. Maar soms worden donaties ook verstrekt als lening, garantiesubsidie of meerjarige schenking. Check de vorm van de verstrekking dus eerst voordat u een aanvraag doet! De hoogte van de bijdragen kunnen uiteen lopen van een paar honderd euro per project tot een paar ton bij de grote fondsen.

Waar vindt u ze?

Er zijn op internet diverse aanbieders van overzichten van fondsen, maar ook is er het **FondsenBoek** of de **FondsenDisk**. De laatste twee kunt u kopen maar waarschijnlijk ook raadplegen in de bibliotheek van uw gemeente. In deze bronnen vindt u een overzicht van de meest uiteenlopende fondsen en een beschrijving van hun doelstellingen. Gebruik die om fondsen te vinden waarbij u een aanvraag kunt gaan doen.

Diversiteit aan fondsen

Doelstellingen en criteria van fondsen lopen sterk uiteen. Soms zijn ze zeer algemeen geformuleerd, zoals 'bevorderen van de gezondheid van alle inwoners van Nederland'. Andere zijn zeer specifiek, zoals 'bijdragen aan de mobiliteit van ouderen in de regio Hoorn'. Sommige fondsen opereren landelijk andere regionaal. De achtergrond en focus van al deze fondsen verschillen.

- **Overheidsfondsen**

Er zijn door overheden geïnitieerde fondsen. Zo geeft Het Fonds Podiumkunsten namens de Rijksoverheid ondersteuning aan alle vormen van professionele podiumkunsten. Het Mondriaan Fonds heeft als doel het stimuleren van de productie en de presentatie van relevante beeldende kunst en erfgoed uit Nederland in binnen- en buitenland op die plekken waar de markt dit (nog) niet doet.

- **Bedrijfsfondsen**

Ook bedrijven kunnen een eigen fonds of foundation hebben, bijvoorbeeld de Rabobank Foundation of Tempo-Team Foundation. Ook particulieren kunnen een fonds oprichten om goed te doen met hun eigen vermogen, zoals de Van den Ende Foundation van Joop van den Ende.

• **Fondsenwervende fondsen**

Er zijn fondsen die zich op een specifieke onderwerpen of doelgroepen richten, en hun inkomsten werven uit collecties, contributies en acties. Op die manier verwerven zij geld om te kunnen besteden aan projecten. Zo richt het NSGK zich op kinderen met een handicap, het Nationaal Ouderenfonds op kwetsbare ouderen, en of de Hartstichting op het bestrijden voor de bestrijding van hart- en vaatziekten.

• **Vermogensfondsen**

Er zijn ook fondsen die een bestaand vermogen beheren en het rendement uit dat vermogen gebruiken om projecten en goede doelen te ondersteunen. De herkomst van dat vermogen kan op allerlei manieren ontstaan zijn, soms uit rijke families, soms uit bedrijven of andere organisaties. De oorsprong van dat vermogen bepaalt meestal het soort projecten dat men wil ondersteunen.

• **Loterijen**

Onder fondsen worden ook vaak de 'goede doelen loterijen' gerekend. Iedere loterij heeft zijn eigen aandachtsgebied. Ook bij deze fondsen kunt u een aanvraag doen:

- **Postcodeloterij:** ontwikkelingssamenwerking en mensenrechten, natuurbescherming en milieu, sociale cohesie in Nederland
- **Vriendenloterij:** zorg, welzijn en gezondheid
- **BankGiroLoterij:** nationaal openbaar cultuurbezit en cultureel erfgoed

b. De essentie van fondsenwerving

Uitgangspunt is dat u uw aanvraag doet vanuit het besef dat fondsenwerving niet louter het vragen om geld is maar het verbinden van een financier als partner aan uw project.

Fondsenwerving gaat altijd om het geven op basis van vrijwilligheid. U heeft er geen recht op. Daarom is het kweken van interesse en vertrouwen bij een potentiële geldgever essentieel.

Daarnaast is fondsenwerving ook verkopen. U verkoopt uw verhaal door aansprekend, duidelijk en overtuigend te zijn. Geef aan wat uw project bijzonder maakt, wat de toegevoegde waarde is. Is het een pilotproject met een

aanjaagfunctie? Is het een innoverend stimuleringsproject, een project dat voorziet in een grote maatschappelijke behoefte? Laat het zien! Houd daarbij de doelgroep voor ogen, voor wie u het allemaal doet. Niet uw organisatie staat centraal maar de eindgebruiker!

Algemene eisen van fondsen aan uw project

Fondsen stellen eisen aan de projecten die zij ondersteunen. Verdiep u hier goed in. Check eerst of er een goede match is voordat u verder gaat. Het kan u een hoop tijd en moeite besparen.

Sommige fondsen bieden de mogelijkheid om een zogenaamde vooraanvraag in te dienen. Dat is nog geen officiële aanvraag. Bij zo'n aanvraag verzoekt u het aangeschreven fonds commentaar en suggesties te geven. Op basis daarvan kunt u een definitieve aanvraag opstellen. Andere fondsen stellen een ontmoeting en een mondelinge toelichting op prijs voordat u de aanvraag officieel indient. En sommige fondsen, zoals VSBfonds, bieden ondersteuning met een digitale quick scan, een korte online vragenlijst aan de hand waarvan u snel duidelijkheid krijgt of uw project aansluit bij de eisen, doelstelling en beleid van het fonds. Een quick scan biedt uiteraard geen garantie voor een donatie.

Stappen voor de aanvraag

Voordat u de aanvraagprocedure gaat starten doorloopt u de volgende stappen:

1. Stel een overzicht van fondsen op met doelstellingen waar uw project bij past
2. Schat de kansen in: past uw project bij het beleid, hoeveel kunt u aanvragen en is dat de moeite van de inspanning waard?
3. Let op criteria, termijnen, gevraagde documentatie
4. Als een fonds de mogelijkheid biedt tot een quick scan of een vooraanvraag, maak daarvan dan gebruik
5. Is er geen vooraanvraag optie? Neem dan vooraf contact op en ga in gesprek over uw aanvraag

Als u deze stappen heeft doorlopen en tot de conclusie bent gekomen dat een aanvraag bij een fonds voor uw project kansrijk is, begint u met de feitelijke aanvraag.

Wie doet de fondsaanvraag?

Een goede aanvraag indienen bij een fonds kunt u waarschijnlijk niet alleen. Vaak is een nauwe samenwerking met de penningmeester en met de inhoudelijk verantwoordelijke, de projectleider of coördinator noodzakelijk. Meestal is diegene die de aanvraag samenstelt ook de contactpersoon. Schrijfvaardigheden en sociale vaardigheden zijn echter

verschillende kwaliteiten. Het kan dus verstandig zijn om een andere persoon dan de schrijver contactpersoon te laten zijn, bijvoorbeeld een bestuurslid.

Iemand van uw organisatie moet in ieder geval bereikbaar en capabel zijn om eventuele vragen van het fonds over het project adequaat te kunnen beantwoorden. Het werven van fondsen is meestal geen eenmalige klus. Maak één iemand in uw organisatie - zo mogelijk voor langere tijd - voor werving verantwoordelijk. Op deze manier doet deze persoon ervaring op en wordt hij of zij het gezicht naar de fondsen. Bovendien behoudt u zo het overzicht. Zeker als er binnen een organisatie meerdere mensen bij hetzelfde fonds voor diverse projecten aanvragen indienen.

c. Tips voor het aanvragen

De aanvraagprocedure verschilt per fonds. Ieder fonds gaat anders te werk. Het is zaak dat u als aanvrager van tevoren een duidelijk en compleet beeld heeft van de procedure.

Zorg dat u weet:

- Wat u moet indienen;
- Wanneer de deadline voor het indienen is; fondsen zonder deadlines hanteren vaak een behandelingstermijn van enkele maanden. Let erop dat uw project (meestal) niet mag starten binnen deze termijn;
- Wanneer u uitsluitel krijgt
- hoe u zich na afloop van het project moet verantwoorden voor de financiële gang van zaken;
- Welke hulp u kunt krijgen

U vindt informatie over de procedure die een fonds volgt:

- Op de website van het betreffende fonds;
- Door te rade te gaan bij organisaties die al eens een donatie hebben gekregen van het betreffende fonds;
- Door te bellen of te mailen naar het fonds. Wees niet terughoudend. Bij fondsen werken ook gewoon mensen. En die mensen ontvangen graag goed afgestemde aanvragen!

Tips voor de aanvraag

Hoe de procedure ook loopt en wat de voorwaarden ook zijn, zorg dat uw aanvraag een mooi verzorgd totaalpakket is. De eerste indruk telt!

- Zorg dat uw aanvraag goed gemotiveerd is en aansluit bij het beleid van het fonds; een fonds aanschrijven is maatwerk
- Toon betrokkenheid en enthousiasme, zowel in uw brief en aanvraag als in persoonlijk contact
- Beschrijf de financiële noodzaak. Waarom zou een fonds een financiële bijdrage aan uw project moeten leveren? Welk fonds u ook benadert, u dient aan te tonen dat er sprake is van een zekere nood: u heeft geld van het fonds nodig om uw project te kunnen realiseren
- Vertel een oprecht verhaal, verhuul niets en maak zaken niet belangrijker of groter dan wat reëel is. Besteed zorg aan een aansprekende en pakkende beschrijving van de aard en omvang van het project. Het is zaak vertrouwen te wekken en aan te geven dat een donatie goed besteed zal worden
- Maak geen schrijf- en rekenfouten en gebruik geen vakjargon. Laat uw aanvraag altijd controleren op leesbaarheid, duidelijkheid en volledigheid voordat u deze verstuurt
- Mocht uw aanvraag zijn afgewezen, vraag dan de reden hiervan na. Het kan zijn dat uw aanvraag bij een volgende ronde wel weer in aanmerking komt. Vraag om tips hoe u een nieuwe aanvraag kansrijker kunt maken

Les 2

Case for support



Wat is een case for support?

- Het schrijven van een case for support
- Ellevator pitch

Wat is een case for support?

Een case for support is het verhaal van uw project in de vorm van een bondige en levendige presentatie die het belang van uw project aantoonst en duidelijk maakt waarom u er geld voor nodig heeft.

In feite is de case for support de samenvatting van uw projectplan in enkele alinea's. Waar het projectplan gedetailleerde informatie biedt om het project zorgvuldig uit te kunnen voeren, is het doel van een case for support om mensen te inspireren om te doneren. Het geeft precies de informatie die mensen nodig hebben om daarover een beslissing te nemen.

Fondsen zien graag een compacte en overzichtelijke maar tegelijkertijd ook aansprekende en inspirerende beschrijving van het project. Laat daarom uw enthousiasme en passie doorklinken!

Als u niet in staat bent om kort en bondig in concrete bewoordingen uit te leggen waarom uw project belangrijk is, zal het u veel meer moeite kosten om anderen te overtuigen dat project te ondersteunen.

Een case for support maakt direct duidelijk waar de aansluiting met het beleid van het fonds zit en welke bijdrage u aan het fonds vraagt.

Daarnaast kan de case for support dienen als basis voor het schrijven en opstellen van een donateursfolder, sponsormap of webpagina.

a. Het schrijven van een case for support

In uw case for support gaat het niet alleen om het overbrengen van informatie. De lezer moet persoonlijk gaan invoelen hoe urgent uw project is! Maar hoe doet u dat?

Beschrijf uw project informerend, overtuigend, emotionerend én tegelijk enthousiasmerend. In situaties waarbij u de noodzaak van uw project op papier moet beschrijven hanteert u de volgende opbouw:

- **Uw organisatie**

Maak uzelf bekend. Noem uw organisatie en schets aan de hand van de doelstellingen waar die voor staat. En de doelgroep waar u zich op richt. Benoem een aansprekend voorbeeld van uw activiteiten, mogelijk iets wat u in het verleden al heeft gedaan. Zo laat u zien waarom juist uw organisatie met dit probleem begaan is en in staat is daar een oplossing voor te (helpen) bieden.

- **Het probleem**

Hier beschrijft u welk probleem er speelt, wat de oorzaak daarvan is, wie het betreft en waarom daar nu iets aan gedaan moet worden. Uw case hoeft natuurlijk niet perse een probleem te zijn, maar kan ook plan of initiatief waar vraag naar zal zijn. Het gaat om de aanleiding, de motivatie om een project te willen realiseren.

Beschrijf de situatie waarop uw project zich richt concreet en vanuit de beleving van de doelgroep. Vermijd beleidstermen van uw organisatie en spreek het inlevingsvermogen van de lezers aan. Gebruik daarvoor ook quotes van gebruikers en beeldmateriaal.

Als initiatiefnemer kent u de situatie al langer en bent u al lang doordrongen van de noodzaak daar iets aan te doen. Maar voor een buitenstaander is dit alles nieuw. Overdrijf in uw beschrijving niet maar wees ook niet bevreesd om de situatie waarheidsgetrouw uit de doeken te doen!

Beschrijf hoeveel mensen ermee te maken hebben, erbij betrokken zijn. Zo leert een fonds de impact kennen van uw project.

- **De oplossing**

In dit deel van uw verhaal wil de lezer nu echt van u vernemen hoe dit probleem opgelost kan worden. Wat gaat u doen om dit probleem aan te pakken en welke voorzieningen of activiteiten u wilt realiseren. In welk tijdsbestek en met welk resultaat? En hoe dragen die voorzieningen en activiteiten concreet bij aan de nagestreefde oplossing? Wat is het concrete resultaat en welke eventuele gunstige neveneffecten verwacht u?

Ter onderbouwing kunt u hier ook partijen noemen die uw oplossing onderschrijven. Denk daarbij aan wetenschappers, politieke partijen, autoriteiten, bekende Nederlanders en het Comité van Aanbeveling.

- **Financiën**

Last but not least beschrijft u concreet de financiering van uw project. Beschrijf hoeveel geld en middelen er nodig zijn voor het realiseren van de oplossing en hoe u die kosten bij elkaar denkt te krijgen. Denk daarbij aan de volgende vragen:

- Hoeveel geld heeft u nodig?
- Hoeveel kunt u zelf investeren?
- Is het eenmalig of periodiek?
- Als het een deel van de totale kosten betreft: waarom zoveel en niet meer?
- Indien u niets investeert: waarom niet? Het is toch een belangrijk project voor u?
- Wanneer heeft u het geld nodig?
- En wat gebeurt er met uw project als u minder of helemaal geen geld binnenhaalt: is er een plan-B?

b. Elevator pitch

Een bijzondere vorm van uw case for support is een elevator pitch. In een elevator pitch legt u het belang van uw project en de noodzaak om bij te dragen uit in een enkele minuut. In de tijd die u heeft als u met iemand in de lift staat en hem daar uw verhaal doet.

Uw verhaal moet zo wervend zijn, dat de toehoorder enthousiast raakt en financiële steun aan uw project in overweging neemt. De elevator pitch is een verhaal dat u altijd paraat heeft, omdat u altijd in situaties terecht kunt komen waarin u de kans krijgt om in kort tijdsbestek support te vragen voor uw case.

Voorbeeld

De case for support in het filmpje is gericht aan een mogelijke sponsor. In die vorm is de case for support zeer compact; een elevator pitch.

In het kader van een fondsaanvraag kunt u een uitgebreidere case for support schrijven. U gebruikt dan andere taal en geeft een uitgebreidere toelichting. Daardoor zal de case for support langer zijn dan een elevator pitch maar ook in geschreven vorm bouwt u hem op uit dezelfde vier elementen.

Les 3

Rechtsvorm en bestuurssamenstelling



Rechtsvormen

a. Bestuur

Rechtsvormen

Elk fonds wil weten aan welke organisatie het doneert, dus moet u aangeven wat voor soort organisatie u bent.

Fondsen doneren doorgaans aan 'rechtspersonen', zeg maar: organisaties. De meeste fondsen doneren niet aan privépersonen, maar er zijn uitzonderingen zoals studiefondsen en fondsen voor mensen in nood. Er zijn allerlei verschillende organisatievormen, elk met hun eigen kenmerken.

- **Stichting**

Stichtingen staan bekend als rechtsvorm voor het goede doel. Bij wet is vastgelegd dat een stichting een bepaald doel moet hebben dat zij probeert te verwezenlijken. Een stichtingsbestuur ziet er op toe dat het doel wordt nageleefd en verwezenlijkt. Er mag echter geen winst aan het bestuur worden uitgekeerd. Een stichting heeft geen leden; een vereniging wel.

- **Vereniging**

De vereniging is een rechtsvorm die wordt gebruikt om meerdere personen in een bepaald verband te verenigen. De vereniging richt zich op een bepaald doel, zoals 'muziek maken' of 'het beschermen van de plaatselijke natuur'. Volgens de wet is de vereniging een rechtspersoon met leden. In verenigingen worden de belangrijkste besluiten genomen in de ledenvergaderingen. De vereniging mag geen winst verdelen onder haar leden.

- **VOF**

Een Vennootschap onder Firma is geen rechtspersoon, maar een samenwerkingsvorm tussen partijen die samen een firma vormen. De vennoten blijven zelf aansprakelijk. VOF's worden vaak opgericht voor een speciaal project. Omdat een VOF formeel geen rechtspersoon is, willen lang niet alle fondsen doneren aan een VOF.

- **Eenmanszaak**

Ook een eenmanszaak is geen rechtspersoon, maar een bedrijfsvorm waarbij één persoon verantwoordelijk is voor alle activiteiten. In vergelijking met een privépersoon heeft de eenmanszaak vooral fiscale voordelen. Net als bij de VOF zijn er veel fondsen die liever niet doneren aan eenmanszaken.

- **Besloten vennootschap**

Een BV is een organisatie die eigendom is van de aandeelhouders, die vaak tot de oprichters behoren. Niet de eigenaren, maar de BV is verantwoordelijk voor de afspraken en voor eventuele schulden. Omdat een BV primair gericht is op het maken van winst, willen de meeste fondsen liever niet doneren aan een BV.

- **Naamloze Vennootschap**

De NV is een organisatie waarbij het eigendom berust bij de aandeelhouders, waarbij die aandelen vrij verhandelbaar zijn. Net als bij een BV heeft een NV primair een commercieel doel, dus willen de meeste fondsen liever niet doneren aan een NV.

Verreweg de meeste fondsen ondersteunen in het bijzonder stichtingen en verenigingen. Ze vermelden dat vaak expliciet in hun voorwaarden. De praktijk laat dan ook zien dat de meeste gehonoreerde fondsaanvragen gedaan zijn door een stichting of vereniging.

a. Bestuur

De kennismaking met een fonds strekt zich uit tot het bestuur van uw organisatie. In organisaties zijn diverse bestuursmodellen mogelijk:

- Een uitvoerend bestuur bestaande uit vrijwilligers
- Een bestuur samen met een directie. Het bestuur stelt een directie aan die verantwoordelijk is voor de dagelijkse uitvoerende taken
- Een Raad van Toezicht met directeur-bestuurder. De directeur-bestuurder is verantwoordelijk voor zowel het bestuur als de dagelijkse uitvoerende taken

Het bestuur heeft meestal een toezichthoudende, beleidsmatige en representatieve functie. Dit in tegenstelling tot de directie, die zich bezighoudt met de dagelijkse gang van zaken en het beleid van jaar tot jaar. De taken van beide partijen moeten gescheiden zijn en zijn vastgelegd in statuten of een aanvullend directie- en bestuur statuut.

Geef aan welk bestuursmodel uw organisatie hanteert. Hoe zijn functies, taken en verantwoordelijkheden verdeeld? Laat zien dat u voldoet aan de criteria voor goed bestuur. Goed bestuur begint bij transparantie; datzelfde geldt voor uw aanvraag.

Belangenverstrengeling

Fondsen letten er goed op of een bestuur onafhankelijk is en of er geen sprake is van belangenverstrengeling. Bestuursleden mogen geen persoonlijk belang hebben bij de doorgang van een project. Het bestuur van een organisatie mag niet bestaan uit mensen met onderlinge belangen, zoals een vriendenkring. Voor veel fondsen geldt ook dat familieleden of gezinsleden niet samen in een bestuur mogen zitten. Dat wekt al gauw de sfeer van belangenverstrengeling.

Gemêleerd bestuur

Een bestuur heeft een omvang van bij voorkeur minimaal drie leden. Fondsen zien graag een gemêleerd bestuur qua geslacht, leeftijd en afkomst, maar vooral wat betreft de expertise van de leden. Denk bijvoorbeeld aan deskundigheid op het gebied van financiën, op het gebied van communicatie, juridisch en projectinhoudelijk.

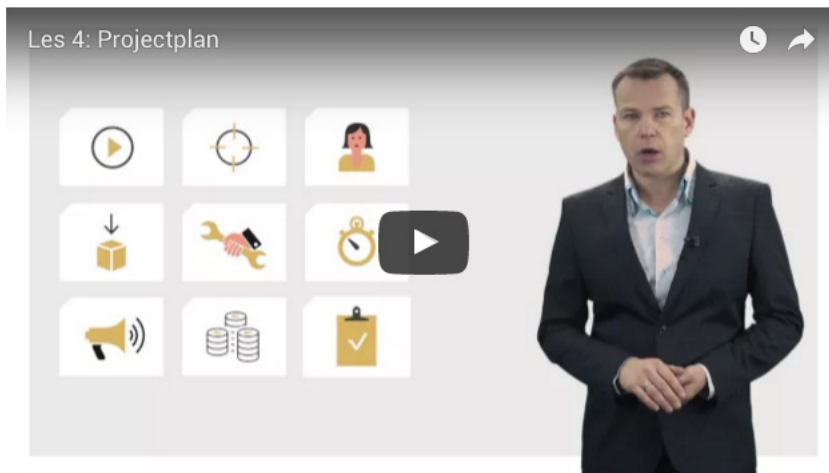
Uw aanvraag is erbij gebaat als u kunt laten zien dat er in het bestuur mensen zitten die deel uitmaken van de doelgroep of daar dicht bij staan.

Bezoldiging

Als het bestuur een vergoeding krijgt, leg dan uit hoeveel dat is en waarom. Fondsen kijken naar de hoogte en redelijkheid daarvan. De noodzakelijkheid van een donatie is niet geloofwaardig als de vergoeding aan bestuurders hoger is dan nodig.

Les 4

Projectplan



Rechtsvormen

- SMART formuleren
- Bouwstenen van een projectplan

Inleiding

Een projectplan is een startdocument dat de uitvoering en de beoordeling van een project ondersteunt.

Met een degelijk projectplan heeft u een instrument in handen om de voortgang te bewaken, loopt u minder risico onvoorziene problemen tegen te komen en kunt u na afloop uw project beoordelen.

Maar het projectplan komt niet enkel uw interne organisatie ten goede. Een goed projectplan, biedt buitenstaanders een overzichtelijk en compleet beeld van uw project; dus ook potentiële financiers van uw project. Daarom speelt het een belangrijke rol bij fondsaanvragen.

Het projectplan geeft antwoord op de vijf hoofdvragen over uw project:

- Wat?
- Waarom?
- Hoe?
- Wanneer?
- Met wie?

Tips bij het schrijven

- De uitvoerende taken kunnen pas starten wanneer het projectplan gereed is. Begin daarom op tijd met schrijven
- Houd daarbij goed voor ogen voor wie u het projectplan schrijft. Ga niet uit van voorkennis bij de lezer
- Een projectplan hoeft niet per se een saai formeel document te zijn. Gebruik pakkende, aansprekende beelden
- En bent u eenmaal klaar met schrijven, laat dan mensen meelesen, op inhoudsniveau en op taalniveau
- Formuleer SMART

a. SMART formuleren

SMART formuleren betekent realistische, meetbare en haalbare doelstellingen formuleren en daar een tijdspad aan koppelen. Dan begrijpt iedereen meteen wat u bedoelt.

U voorkomt hiermee onduidelijkheid en daarmee vertraging en uitstel. En de kans wordt groter dat u uw doelen haalt.

SMART is een afkorting.

- **Specifiek**

Formuleer uw doelstelling precies, dan wordt het gemakkelijker om er invulling aan te geven. Een vage doelstelling, zoals “We willen de sfeer in de buurt verbeteren”, is vaak alleen maar de uitdrukking van de wens om een bestaande situatie te veranderen. Een SMART geformuleerd doel beschrijft een bepaald resultaat, niet een inspanning. Omschrijf het doel als concreet gedrag. Bijvoorbeeld: “Om de sfeer in te buurt te verbeteren starten we op 7 september in het buurthuis een wekelijkse inloopavond met elke week een andere activiteit. Iedereen is daarbij welkom.”

- **Meetbaar**

Hoeveel gaan we doen? Wat is er gebeurd als het klaar is? Een SMART-doel beschrijft een waarneembaar resultaat waar u een getal, een bedrag of een percentage aan kunt koppelen. Als het mogelijk is, moet u het resultaat kunnen zien, horen, proeven, ruiken of voelen.

- **Acceptabel**

Is er draagvlak voor wat u gaat doen? Een SMART-doel is in lijn met het beleid en de doelstellingen van uw organisatie. En is afgestemd met de doelgroep. Het moet voor alle betrokkenen duidelijk en acceptabel zijn waarom dit project nodig is. Op die manier zullen mensen zich eerder aan de doelstelling verbinden. En daardoor is de kans groter dat het doel wordt gehaald.

- **Realistisch**

Is het doel haalbaar? Is er een uitvoerbaar plan met aanvaardbare inspanningen? Een SMART-doel houdt rekening met de praktijk. Alleen een realistisch en bereikbaar doel motiveert mensen. Stel uzelf de vraag of de betrokkenen de gevraagde resultaten daadwerkelijk kunnen bewerkstelligen. Hebben ze voldoende knowhow, capaciteiten, middelen en bevoegdheden?

- **Tijdgebonden**

Wanneer beginnen we? Wanneer zijn we klaar? Wanneer is het doel bereikt? Een SMART-doelstelling heeft een duidelijke startdatum en einddatum.

b. Bouwstenen van een projectplan

Hieronder vindt u de belangrijkste bouwstenen voor een goed projectplan.

Ze zijn gebaseerd op een veel gebruikte structuur, maar niet de enige goede. De inhoud van het projectplan is namelijk afhankelijk van het soort project dat u gaat realiseren. Voelt u zich vrij om meer onderwerpen in het projectplan op te nemen en ze in een andere volgorde te presenteren.

1. Aanleiding

Waarom wilt u dit project realiseren? Wat is de noodzaak?

De beschrijving van de aanleiding voor uw project is de aanloop naar de beschrijving van wat u gaat doen. Vertel in deze paragraaf wat er aan het project voorafgegaan is:

- Hoe bent u op het idee gekomen?
- Welke omstandigheden brachten u ertoe om uitgerekend dit project te starten?
- Waarom wilt u dat nu doen en niet eerder of later?
- Is er misschien een bijzondere gelegenheid, een jubileum?
- Zijn er speciale kansen of bedreigingen die aanleiding vormen voor het project?
- Heeft u een schrijnende mistoestand gezien, een probleem of gemis?

Een vraag die bij het schrijven van deze paragraaf kan helpen is: ‘Wat gebeurt er als het project niet gestart wordt?’ Ook kunt u in dit onderdeel aangeven of er een relatie is met andere projecten. Vergeet niet te vermelden hoe het project past in het beleid van uw organisatie.

2. Doelstelling en Resultaten

Wat wilt u concreet bereiken met het project? Wat wilt u dat er veranderd is nadat het project is afgerond?

De doelstelling lost een probleem op, of geeft invulling aan een kans. De doelen van uw organisatie klinken door in de doelstelling van uw project.

Maak duidelijk onderscheid tussen het doel wat u wilt bereiken, wat u met het project wilt realiseren of veranderen. En met de concrete resultaten die u wilt realiseren om dat doel te bereiken.

3. Doelgroep Voor wie gaat u dit project doen?

Beschrijf de doelgroep: zijn de mensen oud of jong, hoog geschoold of ongeschoold? Arm of rijk? Man of vrouw? Gezond of gehandicapt? Heeft de doelgroep aangegeven behoefte te hebben aan de doelen die u stelt? Zijn er uitspraken van de doelgroep die dat verwoorden? Citeer ze dan in dit onderdeel.

Beschrijf ook hoeveel mensen u denkt te bereiken; indien van toepassing opgesplitst naar subdoelgroep. In de les Definiëren van doelgroepen vindt u meer informatie over dit onderwerp.

4. Inhoud project Wat gaat u precies doen?

De concrete activiteiten, daar gaat het hier om. Maak die zo concreet en visueel mogelijk. Beschrijf de activiteiten die u gaat ondernemen om uw doel te realiseren. Beschrijf welke stappen u wilt zetten en in welke volgorde u de activiteiten plant. Wees concreet, maar vergeet de zachttere resultaten niet: de effecten van je project die zich niet zo makkelijk laten meten.

Geef daarbij aan waarom u verwacht dat deze aanpak effectief is om uw doel te bereiken. Is er misschien onderzoek of heeft u eerdere ervaringen binnen uw eigen organisatie of elders?

5. Uitvoering

Wie gaan het project uitvoeren? Wie is de projectleider, wie zijn de projectmedewerkers en andere (in- en externe) betrokkenen?

Beschrijf wie welke verantwoordelijkheden heeft, wie wat gaat doen en hoe besluiten worden genomen. Geef daarbij ook aan hoe de projectactiviteiten zich verhouden tot de reguliere activiteiten van uw organisatie.

Met wie werkt u samen? Denk daarbij aan zusterorganisaties, partners met specifieke expertise, media, steun van ambassadeurs en 'Vrienden van'. Beschrijf waarom u uitgerekend met deze partijen samenwerkt en wat hun taken zijn.

In het algemeen geldt dat samenwerking met andere partijen het project efficiënter maakt. Voor fondsen wordt het daardoor mogelijk aantrekkelijker om u te ondersteunen. Als u samenwerkt met andere organisaties in het project, verdeel dan helder verantwoordelijkheden en taken van de diverse partners, en maak ook goed duidelijk aan het fonds wie de projectleider en leidende organisatie is en dus ook de formeel aansprakelijke aanvrager.

6. Planning en looptijd project

Wanneer begint u? Wat is de beoogde einddatum? En welke belangrijke mijlpalen zitten daartussen?

Schrijf uw planning op hoofdlijnen, niet in detail. Voor fondsen zijn beslismomenten die het gehele project betreffen van belang. Details kunt u beschrijven in uw eigen projectplanning. Maar dat document maakt geen deel uit van de aanvraagprocedure.

Let op! De meeste fondsen willen uw aanvraag een aantal maanden voor de start van uw project ontvangen. Ze hebben die tijd nodig om uw aanvraag te onderzoeken en te beoordelen en willen een besluit nemen voordat u met het project van start gaat.

7. Marketing en Communicatie

Hoe zorgt u ervoor dat u uw doelgroep of publiek bereikt? Hoe wilt u vrijwilligers werven en hoe krijgt u aandacht van de doelgroep en de pers?

Dat beschrijft u in deze paragraaf aan de hand van een communicatieplan. Daarin staat beschreven welke doelgroep op welk moment met welke middelen van communicatie wordt voorzien.

8. Financiën

Naast tijd heeft u middelen nodig. Wat gaat dat allemaal kosten?

Bij een aanvraag voegt u een begroting toe en een dekkingsplan. In de les Begroting en dekkingsplan vindt u meer informatie over deze onderwerpen.

In een projectplan beschrijft u de kosten op hoofdlijnen. Die kosten baseert u op de deelactiviteiten van uw project. Denk bijvoorbeeld aan materiaalkosten en personele kosten. Zie bij die laatste post de interne arbeidskosten niet over het hoofd. Denk ook op de langere termijn: wat is er nodig om uw project te kunnen laten voortbestaan? Wat zijn eenmalige kosten en wat zijn terugkerende kosten?

Tip! Stel een begroting niet alleen op. Vraag input en ondersteuning bij de financieel deskundigen in uw organisatie.

9. Evaluatie

Gaat u evalueren? Mooi zo! Dat is verstandig.

Beschrijf voor u begint wat u gaat evalueren en hoe u dat gaat doen. De overige paragrafen van het projectplan kunnen daarbij een leidraad vormen; daar staat immers alles in.

Met wie u gaat evalueren? Doet u dat enkel met intern betrokkenen of nodigt u ook externe deskundigen uit? Een nulmeting om de startsituatie te beschrijven is van belang. Dan kunt u na afloop van uw project vaststellen wat u van uw doelstelling bereikt hebt.

In de les Evaluatie vindt u meer informatie over dit onderwerp.

Tot slot

Een goed projectplan biedt geen garantie voor een succesvolle fondsenwerving. Daar is meer voor nodig. Maar een goed projectplan helpt wel om een fonds te overtuigen. Bovendien is het een noodzakelijk hulpmiddel om uw project goed te laten verlopen.

Les 5

Doelgroepen



Definiëren van doelgroepen

- a. De doelgroep betrekken
- b. Marketing en communicatie

Definiëren van doelgroepen

Waarschijnlijk heeft u de neiging om in uw aanvraag zo goed mogelijk te beschrijven wat u gaat doen. Dat is goed, maar voor fondsen is het minstens zo belangrijk om een beeld te krijgen voor wie u dat gaat doen.

Een fonds vraagt zich af:

- Op welke doelgroep(en) uw project zich richt;
- Hoeveel mensen het betreft;
- Hoe u deze mensen denkt te helpen of bereiken.

Deze gegevens zijn om meerdere redenen van belang. Informatie over de doelgroep geeft een fonds zicht op het belang van uw project, op de kans van slagen en de te verwachten impact. Dat alles is richtinggevend voor de hoogte van de donatie.

Ook hier geldt dat u deze informatie niet alleen ten behoeve van de aanvraag verzamelt, maar vooral voor uzelf. Als u een duidelijk beeld heeft van uw doelgroep, kunt u gericht en relevanter communiceren en zo de kans van slagen van uw project vergroten.

Aard van de doelgroep

Wanneer een project start, gaat het al snel over 'de bezoeker' of 'de cliënt'; over bepaalde dingen die deze wel of niet zou willen of zou begrijpen. Maar over welke bezoeker of cliënt heeft u het precies?

Ga er niet zonder meer van uit dat iedereen hetzelfde beeld heeft van de doelgroep. Een bestuurder van uw organisatie heeft misschien wel een heel andere bezoeker voor ogen dan iemand die dichterbij de uitvoering van uw project staat. Wees daarom in de beschrijving van uw doelgroep zo specifiek mogelijk: welke leeftijd, uit welke regio of stad, welke sociale omgeving of achtergrond, opleidingsniveau, man of vrouw, gezond of met een beperking?

Denk ook aan de volgende zaken:

- Heeft de doelgroep aangegeven behoefte te hebben aan het doel van uw project?
- Om hoeveel mensen gaat het?
- Wat is hun informatiebehoefte en welke media gebruiken ze?
- Zijn het vaste bezoekers of incidentele bezoekers?

Omvang van de doelgroep

Niet alleen de aard van de doelgroep moet u zo goed mogelijk toelichten. Ook het aantal mensen dat gaat meedoen of bereikt wordt is belangrijk om goed toe te lichten in uw aanvraag. Want de impact van de bijdrage is voor het fonds een belangrijk criterium. Een fonds kan dat laten meewegen in de bepaling van de hoogte van een donatie. Een donatie van vijfduizend euro waar slechts drie mensen van profiteren wordt heel anders beoordeeld dan eenzelfde aanvraag voor een festival waar tienduizend bezoekers op af komen. We zeggen hier bewust 'kan', want het hoeft niet: beoordelaars laten meerdere criteria meewegen.

a. De doelgroep betrekken

Geef aan hoe u de doelgroep precies gaat bereiken. En hoe u ze gaat betrekken bij uw project.

Mogelijk kunt u de doelgroep al tijdens de voorbereidingen een rol toebedelen. Dat geeft bekendheid aan uw project en vergroot het draagvlak.

Geef ook aan waarom uw doelgroep interesse heeft in uw project. Als u over treffende uitspraken van mensen uit de doelgroep beschikt, vermeld ze dan. Daarmee schetst u tegelijk de doelgroep en het probleem of de behoefte. Dat maakt uw aanvraag sterker.

Het is niet alleen van belang dat u het project gaat realiseren, maar ook dat uw doelgroep er gebruik van gaat maken. De kenmerken van uw doelgroep zijn mede bepalend voor de manier waarop u met de doelgroep communiceert.

Aan de hand van een goede beschrijving van uw doelgroep, krijgt een fonds zicht op de maatschappelijke en culturele impact van het project. Het project krijgt immers pas maatschappelijk belang als de juiste mensen er baat bij gaan hebben!

Kwalitatief beeld van de doelgroep

Geef niet alleen inzicht in de omvang van de doelgroep maar ook op welke manier deze gebruik gaat maken van uw project. Wat gaan ze doen? Hoe maken ze gebruik van het resultaat van uw project? Met andere woorden: geef naast een kwantitatieve beschrijving ook een kwalitatieve beschrijving van de doelgroep.

b. Marketing en communicatie

De juiste afstemming op de doelgroep(en) is van cruciaal belang om een project te laten slagen.

Wat die juiste afstemming precies is, is van is van veel factoren afhankelijk. Zeker bij grote projecten is het belangrijk om een communicatieplan op te stellen. Een goed communicatieplan bevat een aantal elementen. U bepaalt welke doelgroepen u wilt bereiken, stelt een SMART-geformuleerde doelstelling op per doelgroep en bepaalt de boodschap: wat wilt u communiceren? Ook gaat u in op de media en middelen die u wilt inzetten. U maakt een planning en een begroting. En u denkt na over de manier waarop u de uitvoering en resultaten gaat monitoren en evalueren. Meer informatie kunt u vinden op onze website bij Publiciteit [\[link\]](#).

Doelgroepenanalyse

In sommige gevallen kan uw aanvraag gebaat zijn bij het toevoegen van een nadere analyse van de doelgroep(en). Vanzelfsprekend doet u dat alleen als de middelen het toelaten. Een professionele doelgroepenanalyse is met name interessant als u een groot bedrag nodig heeft van fondsen, als u zich richt op een zeer breed publiek, maar ook als u voor het eerst een groot project opstart.

Tips voor marketing en communicatie

- Zorg dat er voldoende deelnemers zijn om het project succesvol te maken. Bij een sportstimuleringsproject voor de jeugd is het belangrijk dat u voldoende deelnemende scholen vindt om ook echt impact te kunnen hebben op een grote groep kinderen.
- Breng uw project onder de aandacht van een extra groot publiek. Om 'maatjes' voor ouderen te werven brengt u bijvoorbeeld eerst de gesignaleerde eenzaamheid onder de aandacht via free publicity in lokale kranten. Zo werkt u aan bewustwording en maakt u het mogelijk meer maatjes te werven. Bijkomend voordeel is dat uw organisatie meer naamsbekendheid krijgt.
- Let bij het samenstellen van communicatiemiddelen niet alleen op de inhoudelijke informatie, maar ook op de juiste toon en aanspreekvorm. Zorg daarnaast ook voor passend en aantrekkelijk beeldmateriaal.
- Een communicatiemiddel op zich levert geen publiciteit op. U zult daarnaast nog meer moeite moeten doen om uw middelen bij de doelgroep onder de aandacht te krijgen. Zorg dat folders op de juiste plaatsen liggen. Bouw een relatie op met journalisten en redacties van dagbladen, vakbladen, tijdschriften, radio- en televisieprogramma's. Genereer traffic naar uw website en Facebookpagina. Verzamel emailadressen van geïnteresseerden voor verspreiding van uw e-nieuwsbrief.
- Maak voor zover mogelijk ook gebruik van gratis publiciteit. Denk daarbij aan het versturen van persberichten, het geven van interviews voor dagbladen en tijdschriften. U kunt meeliften op de publiciteit van organisaties waar u mee samenwerkt of gebruik maken van communicatiemiddelen van bedrijven of verenigingen in de omgeving die aandacht willen besteden aan uw project.

Les 6

Begroting en dekkingsplan



Begroting

- a. Dekkingsplan
- b. BTW
- c. Jaarrekening en jaarverslag

Begroting

Bij ieder project hoort een begroting, een overzichtelijke inschatting van de totale projectkosten.

Denk aan kosten van personeel, huisvesting, materialen, productie en uitvoering, publiciteit, verzekeringen, advies en ondersteuning.

Tips voor het maken van een begroting

- Een goede begroting heeft een heldere structuur.
- Maak gebruik van overzichtelijke posten. Probeer de kosten zo goed mogelijk te specificeren.
- Stel uw begroting realistisch op. Zorg ervoor dat u de kosten zo veel mogelijk op basis van reële offertes inschat.
- Het is aan te raden om ook 5-10% onvoorziene kosten op te nemen.
- Controleer altijd op rekenfouten.

Fondsen kunnen vragen naar een 'go or no-go moment' en naar een plan-B met een minimaal benodigd kostenplaatje. Geef er blijk van dat u professioneel met de financiën omgaat en grip hebt op de materie. Toon aan dat u alternatieven hebt als dat nodig mocht zijn. Het is voor uzelf goed en het maakt een goede indruk bij een fonds als u twee scenario's in beeld kunt brengen: één waarbij het beoogde plan volgens het maximale budget gepresenteerd wordt en één van een afgeslankte versie met een minimaal budget.

Sommige fondsen, zoals VSBfondsen, willen van u horen of u werkt met een externe fondsenwerver. Laat dan ook zien welke kosten u daarvoor maakt.

Bij grote projecten zullen fondsen van u vragen om na afloop een controleverklaring van een accountant aan te leveren.

a. Dekkingsplan

In uw dekkingsplan staan alle inkomsten waarmee u de kosten gaat dekken. Dat kunnen inkomsten zijn die uw project genereert, maar ook subsidies en donaties van fondsen.

Een goed dekkingsplan is haalbaar, realistisch en breed. Het laat een goede verdeling zien tussen de verschillende soorten inkomstenbronnen. De meeste fondsen zien het liefst een breed financieel draagvlak. Dat betekent een goede verhouding tussen:

- een eigen bijdrage, naar vermogen;
- bijdrage fondsen;
- bijdrage overheid;
- sponsoren;
- eigen inkomsten via entreegelden, acties, verkoop, standverhuur, etc.

De keuze voor externe bronnen is afhankelijk van het type project dat u wilt realiseren. Stelt u zich niet te subsidie- en fondsafhankelijk op. Het is een risico voor uw project als u maanden moet wachten op de uitslag van een fonds.

De hoogte van de aanvraag

U vraagt zich af hoe hoog de bijdrage van een fonds is aan uw project? Daarvoor bestaan geen vaste richtlijnen. Verdiept u zich in wat het beleid van de fondsen is die u wilt benaderen. Zoek uit wat een fonds doorgaans als maximum bijdraagt. Soms is dat een percentage van de kosten, soms is het een vast bedrag. Veel fondsen publiceren over hun toekenningen en schroom niet om contact op te nemen.

Meerdere fondsen benaderen

Als u meerdere fondsen benadert, neem dan een overzicht van de te verwachten bijdragen van de verschillende fondsen op in uw dekkingsplan.

Maak op basis van de gegevens die uw onderzoek oplevert, een evenredige verdeling van de bijdragen die u aanvraagt bij elk fonds. Bij grotere fondsen kunt u een hoger percentage aanvragen; bij de kleinere een lager percentage van het totaal dat u nodig heeft.

Neem een overzicht op in uw dekkingsplan. Vermeld welke fondsen u benadert, welk bedrag u aanvraagt en wat de status van de aanvraag is. Weet dat fondsen elkaar kennen en soms onderling informatie uitwisselen.

Overdekking

Uw begroting moet onder de streep in ieder geval gelijk zijn aan het totale dekkingsplan.

Sommige financiers willen niet dat de (verwachte) inkomsten groter zijn dan de kosten van uw project. Andere begrijpen dat u in deze fase nog ruimte inbouwt. Check de voorwaarden van de fondsen bij wie u een aanvraag doet en vraag na hoe u hiermee om moet gaan. Maar wees in ieder geval eerlijk en volledig. Wees transparant richting fondsen en laat hen weten als er nieuws is. Houd fondsen altijd op de hoogte van belangrijke ontwikkelingen en wijzigingen in de begroting en het dekkingsplan.

Na afloop van het project

Fondsen willen in de meeste gevallen weten hoe uw project uiteindelijk is verlopen. Dat geldt voor de inhoud (zie de les 'Evaluatie'), maar ook voor de financiën. Welke eisen een fonds daaraan stelt, verschilt per fonds. Oriënteert u zich vooraf onder welke voorwaarden een donatie wordt verstrekt. Houd te allen tijde een goede inhoudelijke en financiële projectadministratie bij. In de donatieovereenkomst kan staan dat de organisatie alle financiële informatie en verslaglegging ter beschikking stelt aan het fonds. Sommige fondsen nemen in hun toekenning een clause op dat zij het recht hebben om een accountant te laten controleren hoe het gefinancierde bedrag is besteed. Met andere woorden, of de donatie daadwerkelijk is besteed aan het project dat is omschreven in de overeenkomst. In zo'n geval zal uw organisatie aan een dergelijke accountantscontrole moeten meewerken.

b. BTW

Omzetbelasting, of btw, is een belasting op de verkoop van diensten of producten. Niet iedereen is btw-plichtig. Geef dus aan of uw organisatie btw-plichtig is of niet.

Zo ja, vergeet de btw niet in uw begroting op te nemen. U zou helaas niet de eerste zijn die deze post vergeet. Als u zonder btw rekent en straks 21% extra moet betalen over bepaalde kostenposten, heeft u er een flinke kostenpost bij!

Organisaties die btw-plichtig zijn krijgen van de Belastingdienst een btw-nummer. Als u geen btw-nummer heeft betekent dit overigens niet automatisch dat u niet btw-plichtig bent; de Belastingdienst kan u hierover informeren.

Bent u btw-plichtig, dan kunt u uw begroting opstellen exclusief btw. De btw is dan namelijk aftrekbaar en vormt daardoor voor u geen werkelijke kostenpost. Indien u niet btw-plichtig bent, adviseren wij u een begroting inclusief btw in te dienen.

Er is een hoog en een laag btw-tarief. Ga na welke activiteiten/posten onder welke tarief vallen. Bij sommige posten hoort een hoog, bij andere een laag btw-tarief.

c. Jaarrekening en jaarverslag

Financiële informatie over uw organisatie staat beschreven in een jaarverslag. Een jaarrekening is een louter financieel overzicht van inkomsten en uitgaven van uw organisatie. En maakt vaak deel uit van een jaarverslag.

Een jaarverslag, ook wel sociaal jaarverslag genoemd, is een verhalend verslag dat over meer dan alleen financiële zaken gaat. U vertelt daarnaast hoe het uw organisatie het betreffende jaar gegaan is op uiteenlopende terreinen als (sociaal) beleid, personeel en kwaliteitsbeleid.

Eigen vermogen

Sommige fondsen eisen dat u een jaarrekening meestuurt, andere niet. Fondsen die er om vragen, willen inzicht in de liquide middelen en het eigen vermogen van de organisatie. Mocht blijken dat u als stichting of vereniging een groot negatief eigen vermogen heeft, dan kan een fonds besluiten om geen ondersteuning te geven. Fondsen willen organisaties ondersteunen die financieel stabiel zijn.

Als anderzijds blijkt dat uw organisatie een groot eigen vermogen heeft, dan zullen fondsen overwegen om ook dan niet te doneren, het lijkt er immers op dat u de bijdrage niet nodig hebt.

In beide gevallen geldt dat uw toelichting op uw financiële situatie het belangrijkste is.

Stichtingen en verenigingen hebben in hun statuten opgenomen hoe zij vorm geven aan hun financiële boekhouding per jaar. Dat kan door het opmaken van een jaarrekening, maar ook met een baten- en lastenoverzicht, een balans. Voor sommige fondsen volstaat dat niet. De mogelijkheid bestaat dat zij in zo'n geval aanvullende informatie opvragen. Een nieuwe stichting moet meestal een openingsbalans laten zien.

Les 7

Evaluatie



Evaluatieverslag

- a. Evaluatiepunten
- b. Publieksonderzoek

Evaluatieverslag

Fondsen willen weten waar hun bijdrage toe heeft geleid. Zij vragen vaak bij uw aanvraag al naar uw evaluatieplan.

De vraag is niet alleen óf u gaat evalueren maar ook wat u gaat evalueren en hoe u dat wilt gaan doen.

Het is goed om daarover al in een vroeg stadium na te denken. Om achteraf goed te kunnen evalueren zorgt u vanaf de start voor een goede administratie. U weet welke zaken u wilt bijhouden en beschrijven. Bespreek dit alles ook met betrokkenen.

Naast een financiële verantwoording zien fondsen graag dat u uw project na afloop inhoudelijk - en soms ook procesmatig - evalueert. Dat getuigt van professionaliteit. De hoeveelheid informatie die een fonds wenst te krijgen loopt erg uiteen. Sommige fondsen willen een uitgebreid evaluatieverslag zien.

Zij hebben daarvoor aparte formulieren. Andere zijn minder veeleisend en zijn tevreden met een financiële afrekening en een aantal foto's van het project. Ook als uw project niet succesvol is, ziet een fonds graag een analyse van de mislukking op basis van inzichtelijke gegevens.

a. Evaluatiepunten

Een project kunt u op tal van punten evalueren. Denk bijvoorbeeld aan:

- het bereiken van de gestelde doelen;
- het realiseren van de gestelde resultaten;
- het bereiken van de doelgroep;
- de uitvoering van activiteiten en producten;
- inkomsten en kosten;
- knelpunten en de oorzaken daarvan

Het projectplan kan een leidraad vormen; daar staat immers alles in. Als het is gelukt uw project SMART te beschrijven, heeft u daar bij het opstellen van een evaluatieplan veel profijt van.

Schrijf in uw plan uw verwachtingen en doelstellingen concreet op en geef aan wanneer uw project geslaagd kan worden genoemd.

Beschrijf in uw evaluatie ook welke eventuele veranderingen en bijsturing er gedurende het project plaatsvonden op het gebied van samenwerking, planning en werkwijze, samenwerking, inzet en betrokkenheid van medewerkers.

Eindig uw evaluatie met de geboekte successen. Dat kunnen ook onverwachte neveneffecten zijn! Uiteraard geeft u ook aan of het project een vervolg krijgt. Zo ja, hoe en welke leerpunten ontleent u hieraan? Dit stuk verplaatsen naar boven.

b. Publieksonderzoek

Betrek in uw evaluatie zowel kwantitatieve gegevens (bezoekersaantallen, omzet) als kwalitatieve gegevens (de ervaring van mensen).

Denk aan het laten invullen van een vragenlijst, of interviews met bezoekers en projectmedewerkers. Of nodig uw doelgroep uit om te reageren per e-mail, op de site of op de Facebook-pagina van uw project.

Leren

Evalueren doet u niet alleen voor het fonds. Het is ook nuttig en waardevol voor u en voor uw organisatie. Het brengt gegevens naar boven waar u bij een volgend project uw voordeel mee kunt doen. Door goed te evalueren krijgt u inzicht in uw krachten en verbeterpunten.

Wees dus ook niet bang om in uw evaluatie op te nemen wat er niet lukte. Een eerlijk beeld van plus- en minpunten is vaak overtuigender dan uitsluitend successen. Geef een verklaring bij alles dat anders is gelopen dan u verwachtte.

Tot slot



Veel succes

Gefeliciteerd. U hebt nu alle zeven lessen van onze online cursus fondsenwerven doorlopen.

Wij hopen dat u in deze cursus nuttige tips en handvaten heeft gekregen voor het indienen van een aanvraag bij fondsen. En we kunnen ons voorstellen dat u meteen aan de slag wilt met uw aanvraag.

Kijk op www.vsbfonds.nl als u meer informatie wilt over ons donatiebeleid. Of bel met een van onze voorlichters als u vragen heeft over bijvoorbeeld deze cursus: 030 230 33 03.
Of mail naar info@vsbfonds.nl.

Veel succes!

Deze cursus hebben wij voor u gemaakt in samenwerking met [3F Academy](http://www.3facademy.nl), de beroepsopleiding fondsenwerving.