

# Hulp bij het vinden van financiering



## Handboek

Leer hoe je verschillende financieringsvormen vindt, aanvraagt en verkrijgt

Uitgave 2021

**KUNST  
LINK**

FLEVOLAND

# Woord vooraf

Steeds meer culturele ondernemers en culturele organisaties komen met uiteenlopende ideeën voor kunstzinnige projecten. En dat is maar goed ook, want de uitdagingen van onze huidige maatschappij vragen hierom! Alleen, hoe zorg je voor voldoende financiële middelen om die geweldige ideeën te realiseren? Internet biedt veel relevante informatie. Toch blijkt het vinden van financiering een van de meest urgente vragen die leven in het culturele veld in Flevoland. Dit is voor ons de reden geweest om actie te ondernemen. In het voorjaar van 2021 organiseerde Kunstlink een eerste samenhangend aanbod in de vorm van webinars, trainingen, spreekuren en begeleiding op maat – uitgevoerd door een expert op het gebied van financiering van uiteenlopende projecten. Een dergelijk traject zal met enige regelmaat plaatsvinden, gezien de duidelijke behoefte hieraan vanuit het Flevolandse culturele veld.

Naast het genoemde traject wil Kunstlink ook iets blijvends aanbieden. Daarom is dit handboek ontwikkeld. In een handzaam en overzichtelijk pakket bieden we een handreiking hoe je verschillende financieringsvormen kunt vinden, aanvragen en verkrijgen. Stapsgewijs nemen we je mee in het proces en geven je praktische tips: over het uitwerken van je idee, het vinden van geschikte fondsen, het schrijven van een projectplan en het evalueren van je project. Allemaal vanuit het doel dat jouw kunstzinnige project gerealiseerd kan worden!

Heb je na het lezen van dit handboek nog vragen, opmerkingen of specifieke hulp nodig? Hiervoor kun je terecht bij een adviseur van Kunstlink. Mail naar [info@kunstlinkflevoland.nl](mailto:info@kunstlinkflevoland.nl) en je hoort snel van ons terug.



november 2021

# Inhoudsopgave

<b>1. Je hebt een idee voor een project</b>	<b>4</b>
1.1 Onderzoek je idee	4
1.2 Vind draagvlak voor je idee	7
<b>2. Geld vinden voor je project</b>	<b>9</b>
2.1 Verken je financieringsbronnen	10
2.2 Kies jouw relevante financieringsbronnen	13
<b>3. Geld aanvragen voor je project</b>	<b>15</b>
3.1 Het projectplan	16
3.2 De begroting en het dekkingsplan	18
<b>4. Evalueren van je project</b>	<b>19</b>
4.1 Kies jouw methode	20
4.2 Betrek je financiers	21
<b>Bronvermelding</b>	<b>22</b>
<b>Bijlage: Project Canvas</b>	<b>23</b>

# 1.

## Je hebt een idee voor een project



Ieder project begint natuurlijk met een idee. Maar, wat kenmerkt dit idee en hoe vind je er draagvlak voor om het tot een succes te maken? In dit hoofdstuk gaan we dieper in op deze en andere vragen.

### 1.1

## Onderzoek je idee

Misschien denk je al maanden of jaren na over een kunstzinnig project of misschien heb je pas kortgeleden een geweldige ingeving gekregen. In beide gevallen is een klein onderzoek de eerste stap om van jouw idee een kunstzinnig project te maken. Door een aantal vragen te beantwoorden wordt duidelijk hoe vergevorderd jouw idee al is:

- of je meteen aan de slag kunt met het benaderen van financiers en het schrijven van een projectplan;
- of dat jouw idee eerst nog verder moet rijpen.



## Stel zes w-vragen



### 1. Wat?

#### > Wat is jouw idee voor een kunstzinnig project en wat is je artistieke visie daarin?

Door met deze vraag te beginnen, word je meteen gedwongen om de kern van jouw project te verwoorden. Een artistieke visie geeft weer waarom en op welke manier een artistiek leider een artistiek product opvoert voor een publiek. De aanvullende vraag over de artistieke en culturele visie is relevant omdat dit de eigenheid van jouw project duidelijk maakt. In de zoektocht naar financiers is juist die visie van belang. Verschillende fondsen, bijvoorbeeld, beschouwen het hebben van een artistieke visie als een van de voorwaarden voor het toekennen van geld.

### 2. Waarom?

#### > Waarom is jouw idee bijzonder?

De tweede vraag daagt je uit om jezelf te onderzoeken. Denk na waar jouw idee vandaan komt. Misschien nadat je een krantenartikel hebt gelezen, iemand hebt ontmoet die een opmerking maakte, een foto of liedje hoorde, iets in het nieuws voorbijkwam of vanwege een jubileum. De mogelijkheden zijn eindeloos. De bron van jouw idee maakt duidelijk waar jouw drive ligt; waar jouw motivatie voor dit project vandaan komt. Het helpt je om de waarde van jouw project te duiden.

### 3. Welke?

#### ➤ Welke bijdrage wil je leveren met jouw project?

Deze vraag ligt in het verlengde van de vorige. Het helpt je om de doelstellingen, resultaten en relevantie van je project te formuleren. Voorbeelden zijn: een bijdrage leveren aan een lokale kwestie of viering, meer publiek bereiken, een nieuwe samenwerking aangaan, een artistieke uitdaging aangaan, het gesprek op gang brengen over een bepaald onderwerp, etc.

### 4. Wie?

#### ➤ Wie wil je met jouw project bereiken? Wie zijn er nog meer enthousiast over jouw idee? Wie gaat het project uitvoeren?

Zoals je ziet zijn er meer vragen met 'wie' te stellen. De eerste vraag helpt je in beeld te brengen wie de doelgroep van het project is. Voor wie is het project van belang? Met de tweede wie-vraag kun je jouw omgeving verkennen. Door met mensen om je heen over jouw idee te praten, krijg je gevraagd en ongevraagd feedback waardoor het project aangescherpt kan worden. Ook kom je erachter of er partijen zijn met gedeelde belangen waardoor je kunt besluiten om een interessante samenwerking aan te gaan. De derde en laatste wie-vraag gaat over jezelf, als individu of organisatie. Ga je het project alleen uitvoeren, met anderen van dezelfde organisatie of trek je inderdaad op met andere partijen? Bedenk bij je antwoord waarom je ergens voor kiest.

### 5. Waar?

#### ➤ Waar vindt jouw project plaats?

Dit is een belangrijke vraag om in beeld te brengen hoe ver het project zal reiken. Dit kan internationaal, nationaal, provinciaal of regionaal zijn. Als je besluit een aanvraag bij een fonds te doen, dan is het van belang dit helder voor ogen te hebben. Sommige fondsen richten zich juist op een groot gebied/breed bereik, terwijl andere specifiek voor een regio of zelfs stad bedoeld zijn.

### 6. Wanneer?

#### ➤ Wanneer vindt jouw project plaats?

Een antwoord op deze laatste vraag helpt je om een planning te kunnen maken. De datum en duur van je project bepalen hoeveel tijd je nog hebt voor alle voorbereidende taken om het project tot een succes te kunnen maken. Het aanschrijven van fondsen en eventueel aangaan van samenwerkingen zijn hier belangrijke voorbeelden van. Zo hebben fondsen namelijk te maken met vaste inzendtermijnen.



TIP

## Zet de antwoorden op deze vragen alvast in grove lijnen op papier

De antwoorden op bovengenoemde vragen kunnen natuurlijk nog veranderen, bijvoorbeeld door met mensen in gesprek te gaan. Toch kan het geen kwaad om je eerste gedachten over je idee alvast op papier te zetten. Het kan zelfs helpen om je gedachten te ordenen. In gesprek met anderen kom je er dan achter of je verhaal samenhangend is. Een instrument dat je hierbij kan helpen is ontwikkeld door **Barbara van der Vaart**, de expert die in opdracht van Kunstlink de training over 'hulp bij het vinden van

financiering' heeft gegeven in het voorjaar van 2021. Op dit Project Canvas staan soortgelijke vragen als hierboven, gebundeld op één A4. Je krijgt hierdoor in één oogopslag een beeld van al je ideeën en ziet sneller de verbinding. Uiteindelijk kun je dit ingevulde instrument weer gebruiken als je een projectplan voor een fonds of subsidiegever gaat schrijven.

➤ Zie bijlage:  
Project Canvas

## 1.2

## Vind draagvlak voor je idee

Een project valt of staat met de juiste mensen om je heen: mensen die jouw project omarmen, er enthousiast over zijn en zich 100% willen inzetten. De een heeft misschien behoefte aan een luisterend oor en stimulerende woorden, terwijl de ander een intensieve samenwerking aangaat waarbij de gezamenlijke inzet bepaalt of een project überhaupt kans van slagen heeft. Volgens **Cultuur+Ondernemen** zijn deze 'stakeholders' onmisbaar: "...mensen of organisaties die jouw idee waardevol vinden of belang hebben bij de realisatie ervan. Zij kunnen je helpen om je idee succesvol te maken...".



## Bereik draagvlak binnen jouw organisatie

Denk na hoe jij anderen het beste van iets kunt overtuigen. Gebruik je liever woorden, beelden, muziek, filmpjes, of toch een andere vorm? Kies de vorm waarmee je jouw ideeën voor het kunstzinnige project op een enthousiaste en bevlogen manier kunt overbrengen. Zorg daarna voor genoeg tijd en ruimte om verder te brainstormen over jouw idee. Verwerk de ideeën van anderen in het oorspronkelijke idee.

Besprek in een volgend overleg of en, zo ja, hoe het idee uitvoerbaar is. Wat is er volgens de mensen uit je organisatie nodig om het project te realiseren? Denk aan: tijd, verdiepend onderzoek, uitvoerende deelnemers, productionele kracht, technici, locatie, interne en externe communicatie, materialen en financiële

middelen. Hierop volgend kun je met elkaar de taken verdelen. Door iedereen al in een vroeg stadium te betrekken – in dit geval de conceptontwikkeling – zijn ze later meer geneigd om een actieve bijdrage te leveren aan de praktische uitvoering van het project.



## Werk samen met externe partijen

In je zoektocht naar draagvlak voor je project kun je ook externe partijen tegenkomen. Een gedeeld draagvlak kan de noodzaak van je project vergroten. Ook kan het de kans op financiering door fondsen vergroten – die veelal expliciet kijken naar je samenwerkingspartners. Besluit je eenmaal samen op te trekken? Realiseer je dan dat een gedeeld draagvlak de eerste stap is. De stappen die volgen zijn het uitspreken van ieders verwachtingen en doelen, en het samen maken van afspraken over hoe je financiers wilt vinden, een projectplan schrijft, het project uitvoert en na afloop evalueert. Spreek de rolverdeling met bijbehorende taken altijd duidelijk af. Toch geldt altijd: hoe duidelijk het ook op papier staat, samenwerken is altijd een kwestie van vertrouwen hebben – in elkaar, in het project en in dat het project succesvol zal zijn.



# 2

## Geld vinden voor je project



Hoe kom je nu aan geld dat je nodig hebt om je kunstzinnige project te realiseren? Hiervoor zal je de verschillende financieringsvormen moeten onderzoeken en bepalen welke het meest geschikt zijn voor jouw project. **Cultuur+Ondernemen** heeft al een mooi overzicht gemaakt van de zes verschillende geldbronnen die je kunt onderscheiden: eigen inkomsten, sponsoring, mecenaat, donaties van fondsen, subsidies en crowdfunding. Iedere geldbron vraagt om een eigen aanpak. In dit hoofdstuk helpen we je in de verkenning van, het onderzoek naar en de keuze voor de geschikte financieringsbronnen.

## 2.1

# Verken je financieringsbronnen

De eerste stap in de keuze voor de geschikte financieringsbronnen is een algehele verkenning van de verschillende financieringsmogelijkheden. Om je hierbij te helpen, hebben we de belangrijkste kenmerken per geldbron op een rijtje gezet. Houd er rekening mee dat je uiteindelijk (waarschijnlijk) een combinatie van deze financieringsbronnen zal aanspreken, omdat dit veelal een eis van financiers is.





## Eigen inkomsten

Krijg of reken je inkomsten uit de werkzaamheden die je zelf onderneemt? Dan beschik je over eigen inkomsten. De term is overigens misleidend, omdat ook andere - minder op het oog voor de hand liggende - soorten inkomsten hieronder vallen. C+O onderscheidt elf soorten eigen inkomsten. Zes hiervan zijn het meest voorkomend bij kunstzinnige projecten:

- > **Honoraria** | de vergoeding voor jouw ervaring en kwaliteiten (je investeert hierdoor in het project met jezelf);
- > **Publieksinkomsten** | entreegelden/ kaartverkoop en - indien de horeca in eigen handen is - horecaverkoop;
- > **Merchandise** | de verkoop van producten waarmee je de populariteit van een logo of personen, die een belangrijke rol spelen in het project, vergroot;
- > **Verkoop van producten** | bijv. programmaboekje, foto's of souvenirs;
- > **Verkoop van diensten** | bijv. het geven van cursussen, workshops, rondleidingen en lezingen;
- > **Verhuur** | vergoeding voor verhuur van ruimtes en faciliteiten.

Wil je alvast weten hoe je eigen inkomsten kunt opvoeren in je begroting en dekkingsplan?

**Kijk dan op pagina 18.**



## Sponsoring

Er is sprake van sponsoring wanneer een sponsor, meestal een bedrijf, bijdraagt aan de realisatie van jouw project door een financiële bijdrage of met behulp van kennis, advies of materiaal (in natura). Sponsoring gaat altijd uit van wederkerigheid. Dit houdt in dat beide partijen iets terug willen voor de samenwerking. Beiden

hebben een belang, waarbij degene die sponsort altijd een commercieel belang voor ogen heeft. De sponsor gebruikt instrumenten om te communiceren met (potentiële) doelgroepen. Volgens C+O kan "de juiste match tussen sponsor en kunstenaar/instelling [...] grote waarde toevoegen aan een commerciële instelling en omgekeerd aan de culturele instelling."



## Mecenaat

Ken je een persoon die belangeloos een bijdrage zou willen leveren aan jouw project? Dan heb je waarschijnlijk te maken met een mecenas. Een mecenas geeft geld vanuit ideologische motieven. In een zoektocht naar een mecenas helpt het om de ideologie van een eventuele geldschieter te achterhalen: wat vindt de persoon of het bedrijf in kwestie belangrijk? Het kan bijvoorbeeld gaan om het aanleggen van een verzameling, behouden van kennis, genereren van zichtbaarheid of tonen van good will. C+O onderscheidt zes vormen van mecenaat:

- > **Donateurs**
- > **Vrienden en particuliere schenkers**
- > **Vriendenkringen**
- > **Mecenaatkringen**
- > **Grote gevers**
- > **Nalatenschappen**



## Donaties van fondsen

Fondsen zijn misschien wel een van de bekendste financieringsbronnen. Iedereen kent er wel een paar. Een fonds is een organisatie die aanvragen beoordeelt, financiering beschikbaar stelt en lopende toekenningen beheert. Ieder fonds heeft zijn eigen doelstellingen en criteria. Wil je een aanvraag doen? Dan is het zeker

van belang om je in het betreffende fonds te verdiepen. Grofweg kun je drie type fondsen onderscheiden: private, publieke en publiek-private fondsen.

### > **Private fondsen**

Private fondsen zijn opgericht door particulieren of bedrijven. Bekende voorbeelden hiervan zijn het **Prins Bernhard Cultuurfonds**, het **Oranje Fonds**, de **Bankgiro Loterij (Stichting DOEN)**, **VSBfonds** en **Fonds21**. Let op dat sommige van deze fondsen afzonderlijke provinciale afdelingen hebben, zoals het Prins Bernhard Cultuurfonds. Ook zijn er fondsen die gezamenlijk een nieuw fonds oprichten zoals het **Lang Leve Kunst Fonds**.

### > **Publieke fondsen**

Publieke fondsen zijn opgericht door de overheid en worden daarom ook wel overheidsfondsen genoemd. Hierbinnen is een onderscheid te maken tussen Rijkscultuurfondsen en provinciale- en gemeentelijke fondsen. Per provincie en gemeente zijn er ook verschillende fondsen. In Flevoland is er bijvoorbeeld het **Cultuurfonds Almere**, het **Han Lammersfonds** en het **Jeugdfonds sport en cultuur**.

### > **Publiek-private fondsen**

Publiek-private fondsen zijn gezamenlijk opgericht door de overheid en de particuliere sector. Een voorbeeld hiervan was de samenwerking tussen de Minister Bussemaker en de VandenEnde Foundation, en andere private partijen, om tot 2020 een gelijkwaardig bedrag te investeren in het muziekonderwijs met de regeling Impuls Muziekonderwijs.



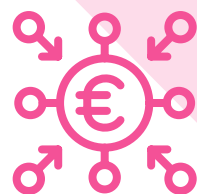
## **Subsidies**

De overheid kan financiële steun verlenen met behulp van subsidies. Subsidies voor cultuur

zijn altijd gekoppeld aan cultuurbeleid. Dus heb je als persoon, onderneming of instelling doelstellingen die aansluiten bij cultuurbeleid, dan kun je op zoek naar een passende subsidie. Houd in gedachten dat deze doelstellingen altijd gericht zijn op het in stand houden, ontwikkelen en/of verspreiden van cultuur. Degene die subsidies verstrekt, is het Rijk, een provincie en/of een gemeente. Provincies kennen bijvoorbeeld subsidie toe aan personen of organisaties die zich inzetten voor projecten met een provinciale uitstraling en specifieke vraagstukken, zoals het vergroten van het leefklimaat met behulp van cultuuraanbod.

### **Let op!**

Wil je een aanvraag doen bij een landelijk fonds? Probeer dan altijd eerst een lokale of provinciale subsidie te verkrijgen. Landelijke fondsen zien het verkrijgen van een subsidie namelijk als een teken dat er lokaal, regionaal of provinciaal draagvlak is voor een project. Hierdoor zijn zij eerder geneigd om een aanvraag toe te kennen.



## **Crowd-funding**

Een laatste manier om eigen inkomsten te genereren is het organiseren van een crowdfundingcampagne. Je promoot jouw idee voor een kunstzinnig project in een (eigen) netwerk en moedigt mensen op die manier aan om een bedrag te doneren, én hun enthousiasme voor het project te delen via online platforms. Als dank kun je de donateurs iets teruggeven zodra het project daadwerkelijk uitgevoerd wordt. Denk aan een product of een uitnodiging voor de opening. Het daadwerkelijk organiseren van een campagne gebeurt meestal via internet. Er zijn een aantal bestaande platforms die je kunt gebruiken, zoals **Voordekunst**, **Voor je Buurt** of **CineCrowd**.

## 2.2

# Kies jouw relevante financieringsbronnen

Je hebt inmiddels niet alleen een concreter beeld van je idee voor het kunstzinnige project, maar je weet ook welke financieringsbronnen er zijn. Nu is de vraag welke bronnen jou gaan helpen om het idee te realiseren tot een project. Hieronder geven we een suggestie voor te volgen stappen, zodat duidelijk wordt welke financieringsbronnen jij kunt aanspreken.

### > Voorbereiding

Houd je antwoorden op de w-vragen bij de hand en lees die nog eens door als je die hebt opgeschreven. Realiseer je dat je meerdere geldbronnen moet vinden.



Zoom in op de vraag wie jouw idee waardevol kan vinden of er belang bij heeft. Denk hier heel breed, dus:

- > Welke stakeholders kunnen jouw project interessant vinden?
- > Zijn dat individuele personen, het Rijk, provincies en gemeentes, of bedrijven en organisaties?



Orden deze stakeholders. De ordening kun je bijvoorbeeld doen op basis van verwachte inkomsten (van groot naar klein), maar ook op basis van je netwerk (van warm naar koud) of het type financieringsbron. De keuze van je ordening doe je op basis van je voorkeur.



Verdiep je in de stakeholders op basis van de gemaakte ordening en bepaal of er financieringsmogelijkheden liggen. Hieronder houden wij voor het gemak vier groepen stakeholders aan, gekoppeld aan bijbehorende financieringsbronnen.



### > Personen

Ga na in hoeverre je individuele personen kent die een bijdrage aan jouw project willen leveren. Benader deze personen persoonlijk, via-via of middels platforms en sociale media om erachter te komen in hoeverre zij geïnteresseerd zijn in jouw project. Krijg je een positieve reactie? Dan heb je waarschijnlijk jouw eerste inkomstenbron(nen) gevonden in de vorm van eigen inkomsten, mecenas en/of crowdfunding. Houd er wel rekening mee dat deze inkomsten meestal relatief klein zijn en eerder een aanvulling vormen op grotere inkomstenbronnen. In het geval van crowdfunding is het ook van belang om je eerst te verdiepen in het platform dat je wilt gebruiken. Mogelijk hanteert deze nog criteria of deelt tips waar je iets aan hebt.



### > Bedrijven

Ken jij een bedrijf waaraan je jouw project wilt verbinden? Bedenk dan waarom je dit wilt.

Hoe kun je door dit bedrijf jouw doelstelling (beter) bereiken? En hoe zou jouw project van commercieel belang kunnen zijn voor het bedrijf? Als je een antwoord kunt formuleren op deze vragen, dan kun je met jouw verhaal bij een bedrijf aankloppen voor sponsoring.



### > Overheden

Zoek je een geschikte subsidie? Bestudeer dan het huidige cultuurbeleid op de website van het Rijk en die van de provincie en de gemeente(s) waar jij je project (voor) wilt uitvoeren. Ga na in hoeverre de uitgangspunten van jouw project overeenkomen met en een aanvulling zijn op het cultuurbeleid en de bijbehorende doelstellingen. Breng vervolgens alle andere criteria van de subsidie in kaart. Kun jij met jouw project een bijdrage leveren aan de totstandkoming van het beleid én voldoe je aan alle criteria? Dan kun je een subsidie aanvragen. Als je nog specifieke vragen hebt, dan kun je contact opnemen met een beleidsmedewerker cultuur.



### > Fondsen

Bepaal of je al een (of meer) geschikt(e) fonds(en) voor ogen hebt. In dat geval kun je naar de website van het betreffende fonds om de richtlijnen en criteria te bekijken. Print deze uit en leg ze naast jouw kenmerken van het project. Het is heel simpel: voldoe je aan hun criteria, zoals de doelstellingen, de doelgroep en de plaats van uitvoering? Dan kun je een aanvraag doen. Zo niet, dan moet je op zoek naar een ander fonds. Hoe je dit kan aanpakken lees je in het kader hiernaast.



Zodra je jouw financieringsbronnen hebt gekozen, volgen een aantal acties. Zoek in het geval van subsidies en fondsen de inzendtermijn van een eventuele aanvraag op. Maak daarnaast voor het gewenste fonds op tijd een account aan. Dit is nodig om überhaupt een aanvraag in te kunnen sturen. Verzamel vervolgens de volgende documenten: een uittreksel van de Kamer van Koophandel, statuten, recente bankafschriften, recente jaarverslagen en CV's van belangrijke medewerkers zoals een artistiek

leider en een productieleader. Bij een aanvraag wordt veelal naar deze documenten gevraagd.

### **Heb je nog geen idee welke fondsen er überhaupt zijn?**

Raadpleeg dan websites en/of boeken voor een overzicht van alle cultuurfondsen in Nederland. Die kunnen je helpen in jouw zoektocht naar een geschikt fonds. Denk aan de websites [fondsenin nederland.nl](http://fondsenin nederland.nl) of [fondsenzoeken.nl](http://fondsenzoeken.nl) of het Fondsboek 2021. Ook na een verfijnde zoekopdracht kun je hier echter voor verrassingen komen te staan, omdat er meer dan 700 fondsen voor kunst en cultuur zijn!

### **Ben je specifiek geïnteresseerd in de mogelijkheden van een fonds?**

Voor het Fonds Podiumkunsten, VSB Fonds en Fonds voor Cultuurparticipatie zijn matchmakers beschikbaar. In Almere is matchmaker **Mo Hersi** beschikbaar. Hij geeft je meer informatie over de subsidiemogelijkheden, koppelt je aan fondsmedewerkers of verwijst je door naar andere initiatieven. Ook het Mondriaan Fonds helpt je wanneer je aanvraag wilt doen voor een project dat gekoppeld is aan beeldende kunst of cultureel erfgoed. Zij werken met regiomakelaars die een onderzoekende en stimulerende rol spelen. **Erna aan de Stegge** is de regiomakelaar voor Flevoland. Ten slotte kun je natuurlijk ook telefonisch of via de e-mail contact opnemen met een medewerker van een fonds. Kijk voor de juiste contactgegevens op de website van het betreffende fonds.

### **Wil je een onafhankelijk adviserend gesprek over de mogelijkheden voor een aanvraag bij een fonds?**

Een adviseur van Kunstlink staat je graag te woord en denkt mee over de mogelijkheden voor jouw specifieke project.

Als je eenmaal een geschikt fonds hebt gevonden, dan geldt opnieuw: *ik kan een aanvraag doen zodra ik aan de criteria voldoe*. Die staan altijd op de website van de verschillende fondsen.

# 3.

## Geld aanvragen voor je project

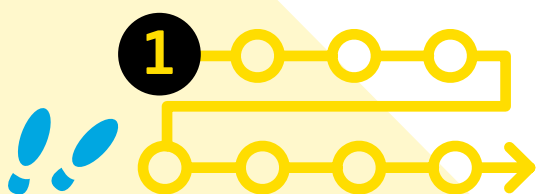


Je bent angekommen op het punt dat je weet welke geldbronnen je wilt aanspreken. Nu is het natuurlijk zaak om dit ook daadwerkelijk te doen! En dit is helaas meestal een behoorlijke kluit werk. Het aanvragen van geld kost veel tijd, aandacht en energie. Je hebt een gedegen projectplan, begroting en dekkingsplan nodig. En dan nog is het geen gelopen race. Je bent afhankelijk van anderen of zij de waarde van je plannen daadwerkelijk inzien en hiervoor geld willen investeren. In dit hoofdstuk geven we je tips voor het opstellen van een projectplan, begroting en dekkingsplan.

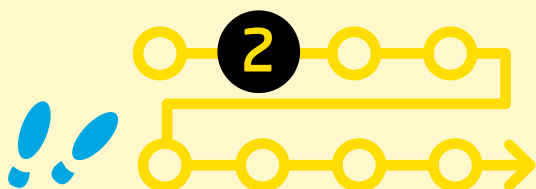
## 3.1

# Het projectplan

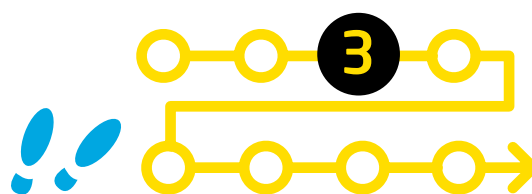
Projectplannen kunnen er heel verschillend uitzien. Toch heeft ieder projectplan grofweg dezelfde onderdelen. We nemen je weer stapsgewijs mee in het schrijven van een plan. Heb je zelf een andere methode, dan kan dit natuurlijk ook.



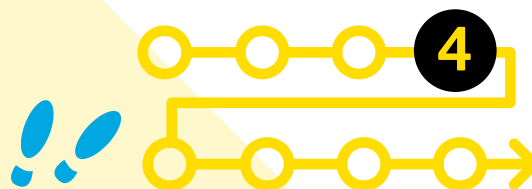
Het schrijven van een projectplan begint met de zes w-vragen waarmee jij jouw eerste ideeën over het project hebt verkend. De antwoorden op deze vragen vormen de kern van je projectplan. Schrijf daarom de antwoorden op - als je dit nog niet had gedaan. Had je het een en ander al wel op papier gezet? Lees alles dan eens aandachtig door. Klopt het nog, nu je een keuze hebt gemaakt voor bepaalde financieringsvormen en waarschijnlijk contact hebt gehad met personen, bedrijven, overheden en fondsen? Weerspiegelen de antwoorden ook hun belangen, wensen en doelen? Dit is wat je wilt om de kans op toekenning van gelden te vergroten. Vul de antwoorden aan om dit te bereiken.



Pak alle informatie van de stakeholders die je hebt verzameld, en de doelstellingen, criteria en richtlijnen die zij hanteren, bij de hand.



Besluit je een fonds aan te schrijven? Kijk dan eens naar de [gratis te volgen videolessen](#) van het VSBfonds. Les 4 gaat bijvoorbeeld over het schrijven van een projectplan. Tijdens de video krijg je zinvolle tips.



Maak een eerste opzet voor je projectplan (excl. begroting en dekkingsplan). Je kunt hiervoor de onderstaande onderwerpen gebruiken. Per onderwerp staat kort weergegeven welke informatie je er kunt neerzetten en - tussen haakjes - bij welke w-vragen dit aansluit.

### > Inleiding

Leg uit wat de aanleiding van jouw project is. Dit kan een bepaald probleem zijn, een gelegenheid die zich voordoet of een gemis dat je ervaart. Hoe sluit jouw project hierbij aan? Hiervoor ga je in op wat jouw kunstzinnige project kenmerkt. Sluit af met de urgentie van je project: het verschil dat je gaat maken. (waarom en wat)



## Doelstelling

De doelstelling hangt samen met de urgentie van je project. Verwoord wat je met jouw project wilt bereiken en wanneer het project geslaagd is. Je kunt hiervoor de SMART-methode gebruiken. Je formuleert de doelen dan Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch en Tijdgebonden. Ben je benieuwd wat deze methode precies inhoudt? Op internet staan veel verschillende websites met een toelichting op deze methode. Kies je ervoor om dit te gebruiken, dan helpt het uiteindelijk ook om je project na afloop te evalueren. (welke)

## Doelgroep en plaats

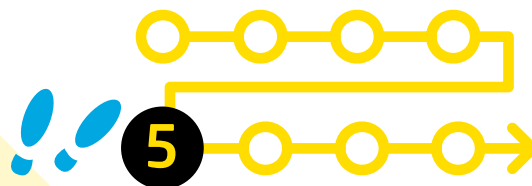
Leg uit wie de doelgroep is van je project. Leg ook altijd uit waarom jouw project voor deze doelgroep geschikt is. Licht ook toe waar jouw project gaat plaatsvinden. Indien dit mogelijk is, kun je uitleggen wat de samenhang is tussen de plaats van uitvoering en de doelgroep. (wie en waar)

## Inhoud, taken en planning

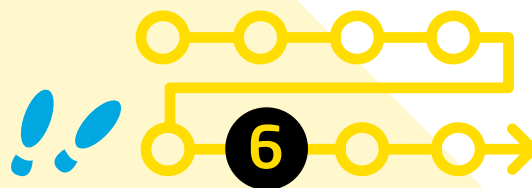
Ga in op de concrete activiteiten van je project. Leg uit wat je precies gaat doen, in welke volgorde en binnen welke termijn (= duur). Licht toe welke (andere) partijen een rol spelen. Dit laat niet alleen zien dat je eventueel gesteund wordt in het project, maar ook welke concrete bijdrage iedereen levert. Het advies is om de taakverdeling en planning direct te koppelen aan de concrete activiteiten van je project. Je legt hiermee meteen de afspraken vast die je onderling maakt. Door dit op een gestructureerde manier weer te geven, zoals in een tabel, wordt in een oogopslag duidelijk hoe je over de praktische uitvoering en evaluatie hebt nagedacht (wat, wie, wanneer).

## Evaluatie

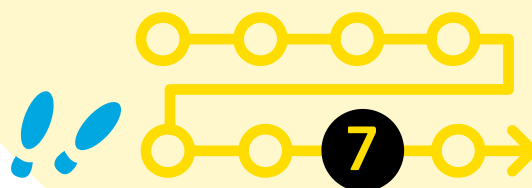
Dit onderdeel hangt samen met de doelstellingen die je hebt geformuleerd. Herhaal wanneer je project geslaagd is en hoe je gaat meten of, en op welke manier, dit is gelukt. Je kunt kiezen voor een kwantitatieve (tellen) en/of kwalitatieve (gesprekken) evaluatie.



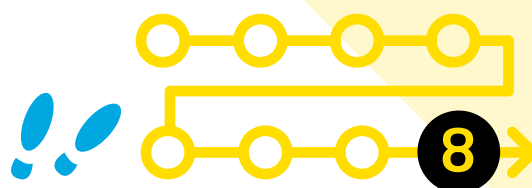
Lees je opzet en conceptprojectplan door en controleer of deze voldoet aan alle eventuele criteria die de geldschieter stelt. Verwerk deze er nog in om het geheel compleet te maken.



Laat het projectplan lezen aan bekenden en vraag of ze er enthousiast van worden en het begrijpen.



Twijfel je over iets of wil je advies van een expert? Dan kun je Kunstlink benaderen. Een adviseur leest mee en geeft tips om het projectplan succesvol te maken.



Zorg dat het geheel er visueel aantrekkelijk uitziet. Denk hierbij aan de vormgeving met foto's, linkjes naar relevante filmpjes en belangrijke quotes van mensen.

## 3.2

# De begroting en het dekkingsplan

Een essentieel onderdeel van je projectplan is de begroting en het dekkingsplan. In een begroting verwoord je welke kosten je voor de verschillende posten verwacht te maken. In een dekkingsplan staat hoe, en met welk geld, je deze kosten wilt dekken. Hoe doe je dit nu concreet? En hoe zorg je ervoor dat het overzichtelijk blijft? We geven je weer wat tips.



### Gebruik Excel

In Excel kun je gemakkelijk tabellen maken. Door het invoeren van formules kun je totalen berekenen. Maak twee tabbladen aan: een voor de begroting en een voor het dekkingsplan.



### Maak de begroting

Specificeer alle kostenposten, denk aan: honoraria van jezelf of medewerkers, inhuur van andere mensen, reiskosten, materialen, communicatiemiddelen, overige producten of diensten. Deze posten plaats je in een eerste kolom, in verschillende rijen onder elkaar. Bedenk wat de posten concreet gaan kosten. Hiervoor kun je uitgaan van wat je al weet, of offertes opvragen. Zet de kosten in de kolom ernaast. Houd in je begroting ook rekening met tegenvallers in een post onvoorziene kosten. Dit is meestal 10% van het totale begrote bedrag.



### Maak het dekkingsplan

Maak een lijstje met de financieringsbronnen die je gaat aanspreken. Maak een duidelijk onderscheid tussen eigen inkomsten en de inkomsten uit bijvoorbeeld sponsoring, een subsidie of een fonds. Onder de eigen inkomsten kun je bijvoorbeeld de kaartverkoop, deelnemersgelden of verkoop van producten plaatsen. Werk je bij een instelling en werk je voor een deel van je uren aan het kunstzinnige project waar je het plan voor schrijft? Je kunt dan deze reguliere uren - die via een vast salaris worden uitbetaald - zichtbaar maken in je dekkingsplan voor het bedrag dat ze waard zijn. Dit geldt ook voor de inzet van eigen (repetitie-)ruimtes en materialen waarover de instelling beschikt. Op die manier kun je voldoen aan de voorwaarde van een financieringsmix, die veel (landelijke) fondsen stellen.

# 4.

## Evaluëren van je project



Je hebt met jouw projectplan financieringsbronnen aangeschreven en uiteindelijk het geld gekregen dat je nodig had. Je hebt het kunstzinnige project zelfs kunnen uitvoeren. Dan is het nu tijd om alles te evalueren. Niet alleen voor jezelf, om ervan te leren voor een volgend project, maar zeker ook voor anderen. Als je namelijk geld hebt gekregen van een fonds, dan is het een vereiste om de inspanningen en resultaten van je project te verantwoorden. In dit hoofdstuk gaan we daarom in op dit belangrijke onderwerp.

## 4.1

# Kies jouw methode

Met een geschikte methode kun je de beoogde doelstellingen van je project evalueren. Welke dit is, hangt af van verschillende factoren, zoals het type doelstellingen, de doelgroep en de beschikbare tijd en geld die er zijn voor de evaluatie.

## Doelstellingen

Bestaan je doelstellingen voornamelijk uit harde cijfers? Dan volstaat een kwantitatieve meting. Je telt bijvoorbeeld het aantal bezoekers. Als de doelstellingen zachter van aard zijn dan is een kwalitatieve analyse geschikter. Misschien heb je als doel dat ouderen door jouw kunstzinnige project socialer worden. Om hierachter te komen, is het volgende nodig: je specificeert wat je onder sociaal gedrag verstaat en je weet welke middelen je inzet om hun gedrag positief te beïnvloeden. Vervolgens kies je een methode om het sociale gedrag van de ouderen voorafgaand aan het project te meten (nulmeting) en na afloop (evaluatie). Aangezien het in dit geval om sociaal gedrag gaat, is observatie als methode wellicht het meest geschikt, maar een interview zou ook geschikt kunnen zijn.

## Doelgroep

De doelgroep heeft vooral invloed op de keuze voor de middelen die je tijdens de evaluatie inzet. In het voorbeeld van hierboven is het gebruik van digitale middelen bijvoorbeeld minder voor de hand liggend. Bij jongeren zou dit weer wel een optie zijn. Je kunt bijvoorbeeld een app gebruiken waarmee ze met icoontjes hun waardering over onderdelen van het project geven. Bij jonge kinderen kun je bijvoorbeeld stickers laten plakken.

## Tijd en geld

Heb je genoeg tijd om te evalueren? Dan zijn kwalitatieve vormen, zoals interviews en observaties, mogelijk. Als je genoeg budget hebt, kun je een extern onderzoeker inhuren om dit te laten doen. Is de tijd en het budget echter beperkt? Dan is een korte enquête bijvoorbeeld een optie.



TIPS

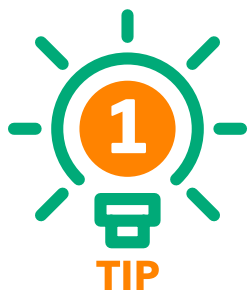
- **Welke methode je ook kiest: houd duidelijk voor ogen wat je te weten wilt komen, waarom je iets wilt weten en met welke criteria je meet!**
- **Evalueren is altijd achteraf en omvat een oordeel.**
- **Wil je een ontwikkeling meten? Dan is een nulmeting een vereiste.**

➤ **Op zoek naar een goede enquête-tool? Denk eens aan het gratis te gebruiken Google Forms!**

## 4.2

# Betrek je financiers

Evalueren doe je dus ook voor je financiers: zij willen weten waaraan hun geld is uitgegeven. Eigenlijk zijn er drie fasen om je financiers bij het project te betrekken: gedurende het schrijven van je projectplan, tijdens de uitvoering van je project en na afloop van je project. Voor iedere fase geven we je een tip hoe je de financiers kunt betrekken.



### Neem hun belangen op in het projectplan

Dit is al veelvuldig genoemd: zorg ervoor dat je weet welke wensen en belangen je financiers hebben. Houd ook de richtlijnen en criteria in de gaten in het geval van subsidies en fondsen. Probeer in je projectplan met al deze factoren rekening te houden zodat de (potentiële) financiers hun belangen herkennen en daardoor sneller geneigd zijn om geld te investeren.



### Breng hen van afwijkingen op de hoogte tijdens de uitvoering

Tijdens de uitvoering van je project kan het voorkomen dat er afwijkingen ontstaan ten opzichte van de plannen die in je projectplan omschreven staan. Als dit gebeurt, breng de financiers hiervan op de hoogte. Leg uit dat, én waarom, het plan bijgesteld moet worden. Ze zullen in dat geval sneller akkoord gaan met de wijzigingen. Een ander belangrijk punt is om de financiers te noemen in je communicatie. Je verwoordt dan dat je dankzij de financiers het project kunt realiseren. Dit is voor hen een visitekaartje.



### Informeer hen na afloop over de daadwerkelijke realisatie

Formuleer een transparant verhaal over wat er wel en niet is gelukt in de realisatie van je plannen. Geef daarnaast in de afrekening aan wat de daadwerkelijke kosten en inkomsten zijn geweest. Leg altijd uit waarom er afwijkingen zijn, indien hiervan sprake is.

# Bronvermelding

➤ **C+O Culturele Financieringswijzer**  
Laatst geraadpleegd 19 oktober 2021.

➤ **Kvk. SMART doelen stel je zo**  
Laatst geraadpleegd 19 oktober 2021.

➤ **Rienstra, R (2015).**

**Private cultuurfondsen brengen dynamiek in de cultuur.**

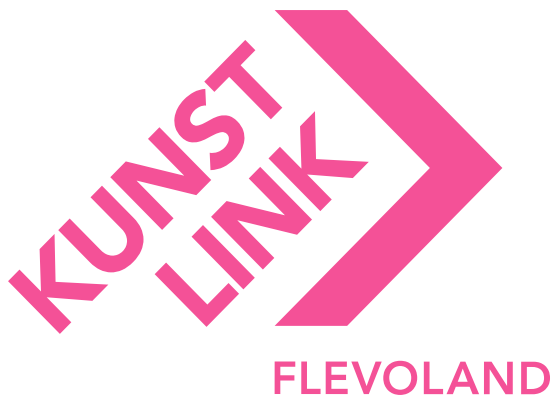
**In: Boekman 103.**



# Bijlage

## Project Canvas **van idee naar plan** ©2015 Barbara van der Vaart

<p><b>Wat is het probleem of de vraag?</b> Beschrijf in 1 zin:</p>	<p><b>Wat ga je doen?</b> Beschrijf je activiteiten in max. 5 zinnen:</p>	<p><b>Wat is de vraag / behoefte van de doelgroep?</b></p> <p>Hoe zijn ze betrokken?</p>
<p><b>Impact: wat zijn de resultaten?</b> Winst in cijfers:</p>	<p>Wie zijn je beoogde samenwerkingspartners?</p>	<p><b>Wat is de urgentie? Waarom nu?</b></p>
<p>Wie hebben er allemaal baat bij?</p>		<p><b>Wie/wat zijn ook actief hiermee?</b> Beschrijf in 1 zin:</p>
<p><b>Uitgaven:</b></p>	<p><b>Inkomsten:</b></p>	<p><b>Waarom jij?</b> Ben jij / is jouw organisatie de aangewezen persoon?</p>



Agorabaan 3  
8224 JS Lelystad

info@kunstlinkflevoland.nl  
0320 727 023

Postbus 354  
8200 AJ Lelystad

Auteur > Irja Hartenberg

Mede mogelijk gemaakt door >  
provincie Flevoland

> [kunstlinkflevoland.nl](http://kunstlinkflevoland.nl)