

Fondsenaanvraag schrijven

Format voor het opstellen van een (uitgebreide) fondsaanvraag

Toelichting op het gebruik van dit format

Dit format helpt bij het gestructureerd en doeltreffend opstellen van een fondsaanvraag. Het bevat alle essentiële onderdelen die van belang kunnen zijn bij het indienen van een aanvraag. Gebruik het als leidraad en pas het aan op de wensen van jullie organisatie en de eisen van het fonds.

Belangrijke aandachtspunten bij het gebruik van dit format:

- **Niet alle onderdelen zijn altijd van toepassing:** Kijk goed naar de richtlijnen van het fonds. Voor grotere of complexere aanvragen is het logisch om uitgebreider te zijn. Stem je aanvraag af op wat relevant is.
- **Houd het kort en bondig:** Vermijd lange, omslachtige teksten. Schrijf helder en gestructureerd. Beperk je per onderdeel tot de kern: wat wil je doen, waarom is het belangrijk, en hoe ga je het uitvoeren?
- **Ondersteun je verhaal met visuele bijlagen:** Voeg beeldmateriaal toe, zoals foto's, plattegronden, tabellen of video's. Dit maakt je plan concreter en aantrekkelijker.
- **Gebruik voorbeelden uit de praktijk:** Casussen en eerdere resultaten geven inzicht in je werkwijze en laten de impact van je werk zien.
- **Formuleer SMART waar mogelijk:** Doelen en activiteiten kun je het best SMART formuleren: Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch en Tijdgebonden. Dit laat zien dat je plan uitvoerbaar is.
- **Vertel een helder en overtuigend verhaal:** Neem de lezer mee in je visie, motivatie en aanpak. Maak duidelijk wat je doet, voor wie, met wie en welk resultaat je beoogt. Houdt er rekening mee dat iemand jullie initiatief niet kent, dus wees duidelijk en compleet.
- **Extra tip:** laat je aanvraag altijd nalezen. Een frisse blik helpt om te controleren of je aanvraag duidelijk is, logisch is opgebouwd en vrij is van fouten.

Hulp nodig?

Volg een training Fondsenwerving via VCA

Fondsenwerving is een vak apart. Het vinden van het juiste fonds, het schrijven van een sterke aanvraag en het vertellen van het juiste verhaal is niet altijd eenvoudig. Een fondsaanvraag vraagt om maatwerk en een gerichte aanpak. Tijdens de training Fondsenwerving via VCA leer je stapsgewijs hoe je:

- Passende fondsen voor jouw initiatief kunt vinden,
- Wegwijs wordt in de wereld van fondsen en subsidies,
- Praktische tips en handvatten krijgt voor het schrijven van een aanvraag,
- En zelf aan de slag gaat met je eigen projectplan.

Je ontvangt bovendien feedback op je conceptaanvraag. De training is speciaal ontwikkeld voor initiatieven in Amsterdam en helpt je met meer kennis, structuur en zelfvertrouwen aan de slag te gaan.

Neem contact op met een VCA-adviseur:

De organisatieadviseurs van VCA staan kosteloos klaar om met je mee te denken. Maak een afspraak via: www.vca.nu/ons-team

Fondsenaanvraag schrijven

Format voor het opstellen van een (uitgebreide) fondsaanvraag

Titelpagina:

- ✓ Een aansprekende titelpagina met mooi beeldmateriaal.
- ✓ NAW-gegevens.

Inhoudsopgave

Een inleiding/samenvatting

Een inleiding/samenvatting waarin het onderwerp, de probleem- en doelstelling van het project worden beschreven en de opbouw van het projectplan zelf. Houd het kort, 1 pagina max.

Informatie over de organisatie

Kort vertellen over de organisatie: wie we zijn en wat we doen.

Projectplan:

Onderstaande stukken kun je opsplitsen of in elkaar verweven. Het is in ieder geval goed om te zorgen dat de verschillende elementen terugkomen in de beschrijving van het projectplan.

Waarom (Kopje: Aanleiding/Probleemstelling)

- Aanleiding/probleemstelling: waarom ben je op het idee gekomen voor het project? Wat is de huidige situatie en waarom moet dit anders? Beschrijf het probleem.
- Behoefte en noodzaak: Waarom denk je dat er behoefte is aan dit project en waarom is het urgent? Welk gemis signaleer je?
- Doelgroep: wie ervaart dit gemis? Waarom kloppen zij bij ons aan?
- Beschrijf hierin goed waar je deze informatie vandaan hebt. Uit de praktijk? Wie geeft dit aan? Is er een inventarisatie gedaan? Ervaart de doelgroep dit probleem inderdaad en hoe heb je dit gemeten? Het kan van absolute meerwaarde zijn om een behoefte inventarisatie te doen of om het idee voor te leggen aan een aantal mensen uit de doelgroep.

Wat en hoe:

- Doelstellingen: Wat zijn de doelstellingen en de beoogde resultaten van het project? Het is aan te raden om de resultaten SMART te formuleren: Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch en Tijdgebonden.
- Wat wil je bereiken met het project? Zorg dat de oplossing goed aansluit op het eerdergenoemde probleem (aanleiding).
- Resultaten: Wat gaat het project opleveren?
 - Denk hierbij niet alleen aan de eindresultaten maar ook aan de tussentijdse resultaten.
 - Kwantitatieve resultaten: Hoeveel deelnemers/bezoekers/organisaties/vrijwilligers ga je bereiken? Etc.
 - Kwalitatieve resultaten: versterken samenwerking tussen verschillende partijen/ Nieuwe doelgroepen bereiken en bedienen etc.

- Maak onderscheid tussen wat het project in ieder geval moet opleveren om het project geslaagd te noemen. Alle bijkomende resultaten komen later bij de impact die je verwacht.
- Hoe ga je het project precies vormgeven en uitvoeren, en welke activiteiten zijn daarmee gemoeid?
- ➔ Hou goed voor ogen wat je wilt bereiken. Welk probleem ga je hiermee oplossen en welke situatie gaat het project verbeteren. Neem de lezer mee en beschrijf alleen het noodzakelijke, wollige taal kan verwarren.

Waar:

- Wat is de locatie of wat zijn de locaties waar het project plaatsvindt? (kan in bovenstaande stukken verwerkt)

Wie:

- Wie is/zijn de doelgroep(en) die je met je project gaat bereiken? Beschrijf het profiel van je doelgroep: aantal, kenmerken, uitdagingen, leeftijd, opleidingsniveau o.i.d.
- Beschrijf hier alleen de écht noodzakelijke informatie, maar zorg wel dat helder wordt wie jouw doelgroep is.

Mankracht binnen de organisatie:

- Met wie gaat je het project uitvoeren, met vrijwilligers of professionals? (Inzet van vrijwilligers/ambassadeurs ook opnemen in de begroting. Denk aan volgen training, begeleiding, waardering, onkostenvergoeding).
- Hoeveel vrijwilligers ga je bereiken? Of hoeveel professionals gaan zich hiermee bezighouden?
- Welke personen binnen de organisatie trekken het project? Moet er iemand aangenomen worden (houd hier dan rekening mee in het tijdspad) en welke rol vervullen zij? Wie is bijvoorbeeld beslissingsbevoegd, wie is de projectleider en wie is de contactpersoon richting de fondsen?

Stakeholders/betrokken partijen:

- Met welke relevante partners werk je samen en wie kan er meedenken over het project? Noem ze en betrek ze bij het project. Dit kunnen samenwerkingspartners zijn, potentiële financiers (denk bijvoorbeeld aan een bedrijf waar al contact mee is) of bijvoorbeeld een adviseur die tegen verlaagd tarief mee wil denken.
- ➔ Deze samenwerkingen hoeven nog niet te bestaan, je kan hier ook de intentie benadrukken: “Partij X heeft kennis en ervaring op dit vlak. We hebben in het verleden met deze partij samengewerkt en zullen voor dit project de samenwerking opzoeken om kennis en ervaring uit te wisselen”. Benoem ook de positieve impact van eerdere samenwerkingen met deze partners.
- ➔ Het helpt om ook samenwerkingspartijen te benoemen waar het plan al mee besproken is en wie enthousiast zijn om mee te denken/doen. Of om partijen te noemen waar je bijvoorbeeld expertise zal “inkopen”.

Aandachtspunten:

Communicatie en publiciteit:

- Hoe krijg je aandacht van de doelgroep en pers voor je project. Noem bijvoorbeeld samenwerking krant, kennis en inzet communicatieteam of onderzoeken nieuwe PR mogelijkheden om betreffende doelgroep te bereiken.
- Benoemen dat (mits dit zo is uiteraard) er een communicatie- en publiciteitsplan wordt opgesteld, waarin wordt opgenomen welke middelen wanneer worden ingezet om het project te communiceren.
- Effect van de reguliere communicatiemiddelen die je kan inzetten benoemen. Noem bijvoorbeeld het aantal volgers op Twitter/FB/Instagram etc., het aantal nieuwsbriefabonnees, aantal organisaties die zich hebben verbonden aan ons (vacaturebank).

Sterke en zwakke punten van het project

- Beschrijf eventueel de sterke en zwakke punten van het project en hoe je deze gaat ondervangen.

Evaluatie:

- Hoe ga je het project tussentijds en achteraf evalueren? Denk hierbij aan de interne evaluatie van het project maar ook aan de evaluatie onder samenwerkingspartners, doelgroep(en) etc.

Tijdsplanning

- Van wanneer tot wanneer loopt het project (voor de fondsaanvraag), en is het project eventueel in fases op te delen? Denk hierbij bijvoorbeeld aan de fases voorbereiding, pilotfase, uitvoering en evaluatie. Maak alvast een schets van de tijdsplanning.
- Houdt er rekening mee dat er tijd overheen gaat voordat het geld wordt toegekend (meestal wordt op de website een termijn aangegeven). Het is niet handig/mogelijk om al te beginnen met het project wanneer de aanvraag voor een fonds nog loopt. Starten terwijl de aanvraag nog niet is toegekend is risicovol en kan een verkeerd signaal afgeven.

Impactmeting en verspreiding

- Hoe ga je meten of het project geslaagd is? Is dat bij een bepaald aantal deelnemers? Abstracte begrippen als verstevigen of eenzaamheid zijn soms lastig te meten, kijk waar je het wel meetbaar kan maken en denk ook na over de impact op verschillende terreinen (vrijwilliger/deelnemer/buurt in zijn geheel etc.)
- Geef ook de meetinstrumenten aan die je gaat gebruiken (zoals interviews en financiële instrumenten). Dit kan ook een enquête zijn onder bestuurders of een vraag in de advies- of bemiddelingsgesprekken waaraan je de impact meet.
- Denk na over of het project ook anderen ten goede kan komen. Wanneer het een succes wordt heeft het een extra grote impact wanneer de resultaten (mogen) worden gedeeld met andere organisaties en instanties, opdat andere organisaties niet opnieuw het wiel hoeven uit te vinden.

Begroting:

- Niet te ingewikkeld. Belangrijkste is: overzichtelijk, helder en kloppend. Zorg dat het aansluit op wat je beschrijft in het projectplan.
 - De begroting moet dus vooral realistisch zijn. Kleine aanvragen hebben niet persé meer voorrang, houd het dus vooral realistisch. Het plan en de begroting moeten samen overtuigend zijn.
 - Houd rekening met een accountsverklaring aan het einde van het project of jaarlijks (dit kost geld en wordt meestal gevraagd bij toekenningen boven de 30.000 euro).
 - Bij het opstellen van een begroting kun je denken aan:
 - Munten. Hoe ziet de financiering eruit?
 - Mensen. Hoeveel personen worden ingezet voor het project? Denk hierbij ook aan eventuele freelancers en vrijwilligers.
 - Middelen. Welke apparatuur en andere middelen zijn nodig?
 - Media. Welke communicatiekanalen worden ingezet voor het project?
 - Massa. Dit is je netwerk, waar ook de samenwerkingspartners onder vallen.
- ➔ Verwerk waar mogelijk eventuele indirecte kosten (overhead) in de kostprijs van mensen en middelen. Er moet een goede balans zijn tussen transparantie en te veel details, je kan niet alles voorzien en er moet bewegingsruimte blijven. Neem bijvoorbeeld een post onvoorzien van 5-10% in je begroting op (zorg er dan wel voor dat je dit ook in het projectplan beschrijft)

Dekkingsplan

- Hierin geef je aan hoe je de begroting dekkend krijgt. Probeer zoveel mogelijk co-financiers te krijgen. Denk daarnaast aan subsidie, bedrijfssponsoring, crowdfunding e.d.
- Neem alle aan te schrijven fondsen op in het dekkingsplan met het bijbehorende bedrag. Het is belangrijk dat het dekkingsplan de begroting dekt. Het kan zijn dat er hierdoor een interne "schaduwbegroting" ontstaat, want de kans dat alle fondsen precies het gevraagde bedrag toekennen is klein. Het is goed om hier vast over na te denken en scenario's te overwegen, zo kun je helder blijven communiceren met de fondsen. Fondsen kunnen ook met elkaar communiceren, dus breng een eenduidig verhaal naar buiten dat voor alle partijen klopt en helder is.

Exploitatie/verduurzaming:

- Onderzoek en beschrijf hoe je project na de einddatum van de projectperiode kan blijven voortbestaan. Dit is een erg belangrijk onderdeel, fondsen willen graag ondersteunen maar verwachten vaak wel dat het project daarna wordt voortgezet met andere middelen. Beschrijf bijvoorbeeld dat je in gesprek bent met de gemeente, het bedrijfsleven of dat je donateurs zoekt.

Bijlagen

Referenties:

- Indien aanwezig. Wellicht is er een aanbevelingsbrief van een ambtenaar of kan je de contactgegevens aanleveren van een persoon met wie je eerder succesvol hebt samengewerkt. Dit kan extra vertrouwen geven aan een fonds. Sommige fondsen vereisen dit zelfs.

De meest recente jaarrekening
Een inhoudelijk jaarverslag
Een uittreksel van de Kamer van Koophandel
De statuten van jouw organisatie

Aanvullende tips voor een sterke aanvraag:

- **Laat ruimte voor flexibiliteit**
Je project hoeft niet volledig dichtgetimmerd te zijn. Geef aan dat je tussentijds evalueert en eventueel bijstuurt. *Voorbeeld: "Tussentijds evalueren we of we nog in de juiste richting zitten en blijven aansluiten op de behoeften van de doelgroep."*
- **Voeg ondersteunende bijlagen toe**
Denk aan beeldmateriaal, plattegronden, tabellen, grafieken of links naar video's. Visuele elementen maken je plan concreter en aantrekkelijker.
- **Verdiep je goed in het fonds**
Lees het fondsbeleid zorgvuldig. Gebruik hun taal en zorg dat jouw doelstellingen aansluiten bij die van het fonds. Let op algemene criteria en overweeg een projectscan of telefonisch overleg vooraf.
- **Zorg voor een realistische begroting**
Laat zien dat je goed hebt nagedacht over de kosten. Licht je begroting kort toe en vermeld ook eventuele andere financieringsbronnen.
- **Laat samenwerkingen zien**
Benoem partners of andere betrokkenen. Dit versterkt je aanvraag en toont draagvlak aan.
- **Begin op tijd**
Goede aanvragen kosten tijd. Begin ruim van tevoren, zodat je tijd hebt om te overleggen, aan te passen en compleet in te dienen.

Tips van Sanne ten Bokkel Huinink (Fonds 1818)

Tijdens een webinar met Subsidiegezocht (25 november 2024) gaf Sanne een kijkje in hoe fondsen aanvragen beoordelen. Haar belangrijkste adviezen:

- ✓ **Duidelijkheid boven perfectie.**
Een spelfout is niet erg, zolang je aanvraag helder is en goed laat zien waarom het bij het fonds past.
- ✓ **Bel vooraf.** Persoonlijk contact vergroot herkenning en vertrouwen. Het fonds weet al iets van je project voordat de aanvraag binnenkomt.
- ✓ **Gebruik verhalen naast cijfers.** Cijfers zijn belangrijk, maar een foto of korte anekdote maakt je aanvraag menselijker en overtuigender.
- ✓ **Houd contact na toekenning.** Geef updates en blijf in verbinding. Zo bouw je aan een duurzame relatie en vergroot je de kans op toekomstige steun.
- ✓ **Vertrouwen is cruciaal.** Fondsen willen weten dat hun geld goed besteed wordt. Laat zien dat je betrouwbaar bent en eerder afspraken bent nagekomen.