



Schrijftips fondsaanvraag & projectplan voor de cultuursector

Het schrijven van een fondsaanvraag of projectplan vergt veel tijd en aandacht. Er zijn vaak regels en termijnen aan verbonden en het uiteindelijke doel is om jouw plan overzichtelijk en aantrekkelijk te presenteren.

In deze folder geven we je tips en tricks om die kans van slagen te vergroten!



‘De kern is dat je vertelt wat het belang van jouw activiteiten voor de samenleving is; als er ontroering en verbinding inzit, is het aansprekend. Zoek de samenleving ook op door samen te werken met andere kunst disciplines en partijen zoals een verzorgingshuis of een school. Op de foto hierboven zie je een project waarbij we samen hebben gewerkt met jeugdtheaterschool DAT! uit Amsterdam-Noord.’

Jos Zandvliet – Bijlmer Fanfare

Colofon

Benieuwd wat Plein C nog meer doet? Kijk op www.pleinc.nl voor meer informatie over onze dienstverlening.

De tekst uit dit boekje is grotendeels overgenomen van Kunstloc Brabant. Deze folder is met zorgvuldigheid samengesteld en onder voorbehoud van eventuele wijzigingen.

Tekst: Kunstloc Brabant
Redactie: Marlijn Hoefnagel
Eindredactie: Maaïke Dirks-Tempel
Ontwerp: het-kantoor.nl

Schrijftips fondsaanvraag & projectplan voor de cultuursector

Plein C helpt de culturele sector in Noord-Holland!

Contact

Adres: Nieuwe Gracht 45-47, 2011 ND Haarlem | Telefoon: 023 – 79 200 40
www.pleinc.nl | info@pleinc.nl | Volg ons ook op   

plein^C
VERBINDT, VERRIJKT, VERSTERKT

Tips hoe je zelf een fondsaanvraag kunt schrijven

Tips!

1. Voordat je begint met schrijven

Start ruim op tijd met het schrijven van een projectplan en het daaraan gekoppelde fondsenwervingstraject. In de voorwaarden van fondsen en subsidieregelingen lees je vrijwel altijd dat je een aanvraag in moet dienen voordat het project daadwerkelijk start. Vaak is dat minimaal 3 à 4 maanden vooraf.

- **Schrijf in je je plan de waarom, de hoe en de wat.** Dus: waarom wil je dit doen (het doel)? Hoe wil je het aanpakken en welke activiteiten ga je ondernemen om je doel te bereiken? In je projectplan moet je de lezer namelijk overtuigen van de urgentie van je plan.
- **Maak een structuur met een logische opbouw van je plan.** Een heldere structuur helpt de lezer om snel inzicht te krijgen in je verhaal. De lezer van een projectplan bekijkt vaak meerdere plannen achter elkaar. Een snel te doorgronden plan draagt bij aan het begrijpen van je project.

Onderdelen van een goed plan

- **Aanleiding** Waarom gaan we dit doen, wat is de context?
- **Artistieke visie en positionering** Wat kort samen wat het project bijzonder maakt.
- **Algemene projectbeschrijving** Omschrijf bondig wat je gaat doen.
- **Doelen & doelgroepen** Voor wie doe je het? Hoeveel bereik verwacht je?
- **Resultaten** Wat zijn de beoogde effecten? Maak dit aannemelijk.
- **Plan van aanpak** Welke concrete acties ga je doen om je doel te bereiken?
- **Samenwerkingspartners** Wat is de rolverdeling? Wie denkt mee over de inhoud?
- **Communicatie** Hoe en met welke middelen bereik je doelgroep, partners en media?
- **Tijdsfasering / planning** Uit welke stappen bestaat je project? Hoeveel tijd is nodig?
- **Projectorganisatie** Hoe is je team opgebouwd? Wat is de organisatievorm?
- **Begroting / financiering** Wat kost het en hoe ga je dat financieren?

2. Tijdens het schrijven

- **Begin bij jezelf of jouw organisatie.** Begin niet met een droge tekst of moeilijke beleidstaal, maar geef de woorden kleur met jouw eigen stem.
- **Schrijf kernachtig via de waarom.** Heb je er moeite mee om dit kernachtig op te schrijven? Laat je interviewen door iemand die echt doorvraagt naar de kern. Laat deze persoon de vraag 'waarom?' meerdere keren stellen en je komt tot de kern.
- **Houd iemand in gedachte die niet thuis is in jouw wereld.**
- **Probeer in één regel te zeggen wat je wilt doen, licht dit dan in enkele regels toe.**

3. Na het schrijven

- **Gebruik beeldmateriaal van eerdere projecten.** Lezers maken plaatjes in hun hoofd als ze aan lezen zijn. Help ze een handje door dat plaatje alvast met jouw sfeer in te vullen. Ook kan je je plan verrijken door bijvoorbeeld met links te verwijzen naar interessant videomateriaal op je website.
- **Laat je plan door andere mensen lezen.** Het liefst ook door mensen die je plan niet kennen. Begrijpt iedereen je plan? Is je boodschap helder?
- **Gebruik de mogelijkheden voor feedback.** Adviseurs die betrokken zijn bij een specifieke regeling of fonds willen vaak je plan tegenlezen en je adviseren. Maak daar gebruik van!
- **Kun je je plan nu ook in één zin vertellen? Dan zit je plan goed in elkaar!**

Begin niet bij wat je gaat doen, maar **waarom** je het gaat doen. Een interessante theorie over waarom je iets wilt doen komt van Simon Sinek; *Start with why*. Lees hier meer over op www.startwithwhy.com

De **Governance Code Cultuur** is een instrument voor goed bestuur en toezicht in de culturele sector.

Algemene informatie

Aan de slag!

- **Laat zien dat je verwachtingen realistisch en aannemelijk zijn.**
- **Omschrijf je doelgroepen en marketingstrategie** zo concreet mogelijk. Op wie richt je je en waarom? Geef aan welke resultaten je wilt bereiken en geef inzicht in cijfers die je opvoert. En het belangrijkste: hoe ga je je doelgroepen bereiken en activeren?
- **Zorg ervoor dat plan en begroting op elkaar aansluiten.** Een specifieke doelstelling zou je terug moeten zien in de begroting. Wil je bijvoorbeeld extra inzetten op het vinden en binden van nieuw publiek dan moet je meer begroten dan je reguliere marketingbudget.
- **Maak het plan op maat.** Bekijk goed welke eisen er worden gesteld aan het plan. Je kunt bijvoorbeeld een moederplan maken waar je de elementen per financierer uitpikt. Check voordat je een aanvraag schrijft bij de subsidieverstrekker of je plan wel past bij de doelen van de regeling waarop je aan wilt vragen. Zo ja: ga na of er specifieke eisen zijn. Denk ook aan een maximum van het aantal pagina's of een meerjarenbegroting.
- **Formuleer je doelstellingen volgens de SMART methode:** specifiek, meetbaar, acceptabel, realistisch, tijdgebonden.
- **Beschrijf je organisatie-model en de bestuursvorm.** Hoe is je organisatie ingericht en bij wie kun je terecht voor advies? Is er een bestuur of een Raad van Toezicht? Werk je met een klankbord?
- **Geef voorbeelden.** Artistieke inhoud laat zich moeilijk vatten in woorden. Het worden vaak algemene omschrijvingen met daarin de doelen verweven. Gebruik voorbeelden om de lezer mee te nemen in de sfeer die je neer wilt zetten.

Contact met Plein C

Meer weten over het schrijven van een krachtig projectplan? De adviseurs van Plein C geven graag hun feedback op je plannen. Neem contact met ons op via: www.pleinc.nl