

# Financiering van een project

## HET FONDSENWERVINGSPLAN

- Document waarin je systematisch beschrijft welke middelen tot je beschikking zijn. Ook menskracht, communicatie en budgetten.
- Gebruik spreadsheet/Excel, maak het levend document.

Inhoud fondsenwervingsplan:

- Missie en probleemstelling.
- Doelen: algemeen formuleren → per jaar 5000 nieuwe donateurs, 5% van het jaarlijkse budget halen uit bijvoorbeeld sponsoring etc.
- Doelstelling: inhoudelijk → welke projecten ga je in de periode dat dit plan bestrijkt realiseren? Wees concreet. Actie, gedrag, resultaat.
  - Wat wil je bereiken
  - Wie is er bij betrokken
  - Waar
  - Wanneer.
- SWOT analyse opstellen.
- Omschrijving en strategie per (bestaande)doelgroep voor werven van financiën.
  - Heb je donateurs en op welke manier geven zij? (structureel of eenmalig: ijkpersoon)
  - Raad van toezicht/bestuur: wat kunnen zij doen binnen hun netwerk?
  - Vrijwilligers: wat kunnen zij doen binnen hun netwerk?
  - Doelgroep project: kan de doelgroep van je project zich ook inzetten voor het verwerven van meer financiën?
- Stel een goede sponsorpropositie samen. Wat is de kernboodschap? Benadruk niet dat je geld nodig hebt maar wat de sponsor bijdraagt. Door uw bijdrage kunnen wij.....etc. etc.
- Communicatiemiddelen: Welke middelen ga je inzetten om de doelgroepen te bereiken? Denk hierbij aan sociale media, free publicity, persberichten etc.

# Donateurs

## WERVEN DONATEURS

- Niet voor eenmalige fondsenwervende acties.
- Trouwe donateurs gaan geleidelijk aan meer geven.
- Donateurs zijn persoonsonafhankelijk netwerk (niet afhankelijk van bv directeur of bestuur van de stichting).
- Donateurs zijn een klankbord (maak er gebruik van).
- Donateurs zijn maatschappelijk draagvlak.
- Inkomsten van donateurs zijn vaak ongelabeld.
- Vaste donateur is trouw en blijft langer verbonden met je organisatie.

### Hoe werven?

- Vraag persoonlijk: persoonlijke gesprekken leveren het meest op.
- Peer to Peer: de donateur of je doelgroep werft voor jou.
- Bellen (hiervoor wel database nodig).
- Straatwerving of huis aan huis (alleen bij groot publiek).

### AIDA formule:

- Attention (wervende teksten ontwikkelen).
- Interest (omschrijf de ernst van het probleem en de noodzaak van een oplossing).
- Desire (biedt mogelijkheden aan lezer om bij te dragen aan de oplossing).
- Action (bijvoorbeeld door een antwoordkaart, tikkie etc).

Alternatief: deelnemen aan Oranje fonds Collecte.

## Online fondsenwerving

### *DIVERSE VORMEN SOCIALE MEDIA EN ONLINE WERVEN*

Nog steeds ietwat onderschat!

- Aantrekkelijke website die up to date is. Betaalmogelijkheden, doneerbutton etc. Ook zichtbaar op mobiel en tablet.
- Zorg voor een goede SEO Search Engine Optimization.
- Facebookpagina ( voor ietwat oudere doelgroep): zorg dat alle informatie is toegevoegd. Plaats berichten o juiste tijdstip.
- Instagram (jongere doelgroep).
- LinkedIn (zakelijk).
- Twitter (korte berichten).
- YouTube (plaats filmpjes, ook achter de schermen).
- Crowdfunding zoals Whydonate, voordekunst of kickstarter. Online platformen.

### **Evenementen en acties organiseren**

- Publiciteit genereren.
- Sponsorpartners vinden.
- Nieuwe donateurs werven.
- Bestaande contacten onderhouden.
- Uitbreiden community.
- Motiveren van vrijwilligers en overige betrokkenen.
- Geld werven.

Vergeet echter niet een begroting te maken van de kosten van de organisatie! De opbrengst kan immers ook minder zijn dan de gemaakte kosten.

### **Sponsoring**

Zie sponsorpropositie.

## Fondsenaanvraag

### HET WERVEN BIJ VERMOGENSFONDSEN

#### *Benodigheden bij aanvragen bij vermogensfondsen:*

- Beleidsplan, statuten, uittreksel Kamer van Koophandel, dagafschrift.
- Projectplan met begroting en dekkingsplan.
- Geduld.

Begroting opstellen door het projectplan door te gaan: regel voor regel en dan bekijken wat geld gaat kosten. Vergeet niet:

- Ook je inzet in uren opvoeren als kostenpost.
- Vergoedingen vrijwilligers.
- Wervingskosten inkomsten (max 25%).
- Overhead (max 11% afhankelijk van het fonds).
- Onvoorzien (max 10%).
- Afschrijvingen.

Vaak willen fondsen reguliere exploitatiekosten niet vergoeden. Wanneer dit geen probleem is mag je maximaal 14% opvoeren in je projectbegroting.

Houdt rekening met BTW. Wanneer je niet BTW plichtig bent dien je de kosten op te voeren inclusief BTW.

#### *Dekkingsplan:*

Wie gaat wat betalen?

Het totaal van het dekkingsplan komt overeen met de totale kosten.

Houdt rekening met het budget van de vermogensfondsen.

#### *Goede kans van slagen:*

- Je dient als indiener een rechtspersoon te zijn.
- Het project heeft een begin en eind.
- Project mag niet starten voordat financiering rond is.
- Je project is onderscheidend.
- Je werkt samen met anderen.
- Je project is urgent.
- Je project heeft een reële begroting.
- Je hebt een goed publiciteitsplan.
- Je hebt de ANBI status.

### *Kansrijke fondsen selecteren:*

Maak gebruik van:

- Fondsendisk (aan te schaffen).
- Online abonnement fondsenwervingonline ( ongeveer 180,00 per jaar).
- Inzet van een fondsenwerver.

Wanneer je mogelijk fonds hebt gevonden:

- Bekijk de historie van het fonds.
- Doelstelling, missie van het fonds.
- Speerpunten.
- Werkgebied.
- Voorwaarden ( heel belangrijk).
- Wijze van aanvragen.
- Vergaderdata.
- Maximaal aan te Vragen bedrag.
- Bijlages die mee gestuurd moeten worden.

Vergeet niet een begeleidende brief:

- Je slaat hiermee een brug tussen je organisatie en het fonds.
- Geef een korte samenvatting van het project en hoe het aansluit bij het fonds.

Bij afwijzing kun je bellen met het fonds voor een nadere toelichting.

Verantwoording:

- Treden er wijzigingen op tussentijds? Geef het door aan de fondsen.
- Houdt een correcte administratie bij.
- Soms vragen fondsen een accountantsverklaring.
- Zorg voor publiciteit wanneer fondsen dit vragen.