

Afstudeerrapport

Stichting De Tussenvoorziening

Op weg naar optimale fondsenwerving



Door: Judith Welle

Stichting De Tussenvoorziening
Centraal kantoor
Stafbureau afdeling Communicatie

Hogeschool Utrecht
Instituut voor Communicatie
Communicatiemanagement

Bedrijfsgegevens:

Stichting De Tussenvoorziening
Wittevrouwenkade 6
3512 CR Utrecht
Tel: 030-2340819
Fax: 030-2331769
Website: www.tussenvoorziening.nl



Bedrijfsbegeleidster: Mevr. M. van Scheppingen

Afstudeerrapport

Stichting De Tussenvoorziening: op weg naar optimale fondsenwerving

Utrecht, juni 2011

Stichting De Tussenvoorziening
Centraal kantoor
Stafbureau
Afdeling Communicatie

Hogeschool Utrecht
Instituut voor Communicatie
Communicatiemanagement
Afstudeerrichting Public Communication

Afstudeerbegeleidster Hogeschool Utrecht: Mariëlle van Gelderen

Studentgegevens:

Judith Welle
Lijsterstraat 18Bis
3514 TD Utrecht
T: +31 (0) 6 42 922 992
E: judith.welle@student.hu.nl
Id-code: 1540310

Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1: Inleiding	7
1.1 De Tussenvoorziening.....	7
1.2 Aanleiding van het onderzoek.....	7
1.3 Probleemdefiniëring.....	8
1.4 Probleemstelling.....	8
1.5 Operationalisering begrippen.....	9
1.6 Onderzoeksmethoden.....	9
1.7 Beperkingen.....	10
1.8 Leeswijzer	11
Hoofdstuk 2: Resultaten deskresearch.....	12
2.1 Huidige fondsen van De Tussenvoorziening.....	12
2.2 Potentiële fondsen voor De Tussenvoorziening.....	13
2.3 Fondsenaanvragen van De Tussenvoorziening	16
Hoofdstuk 3: Resultaten literatuuronderzoek	18
3.1 De relatie tussen marketing, fondsenwerving en communicatie	18
3.2 Fondsenwervingspiramide	18
3.3 Concrete doelstellingen.....	19
3.4 Communicatiemotivatiedriehoek.....	19
3.5 Informatiebehoefte fondsen	19
3.6 Relatiebeheer	20
3.7 Leren van voorgaande situaties	20
3.8 Overige wervingsmethoden	21
Hoofdstuk 4: Resultaten praktijkanalyses	24
4.1 Gehonoreerde aanvragen	24
4.2 Afgewezen aanvragen	30
4.3 Toelichting factoren	32
Hoofdstuk 5: Resultaten interviews	35
5.1 Uitkomsten interviews in percentages.....	36
5.2 Toelichting resultaten interviews.....	37
5.2.1 Voorbereidingsfase.....	37
5.2.2 Wervingsfase	38
5.2.3 Samenwerkingsfase.....	41
5.2.4 Belangrijke tips	43
Hoofdstuk 6: Conclusie.....	46
6.1 Beantwoording deelvragen	46
6.2 Beantwoording centrale vraag.....	50
6.3 Aanbevelingen	50
6.3 Checklist.....	51
Literatuurlijst	53

Bijlagen

Bijlage 1: Uitwerking interviews

Bijlage 2: Uitwerking potentiële fondsen

Samenvatting

Inleiding

Stichting De Tussenvoorziening maakt al sinds haar ontstaan gebruik van subsidies, fondsen, giften en andere inkomstenbronnen. De afgelopen jaren heeft de organisatie een enorme groei doorgemaakt, er zijn nieuwe voorzieningen bijgekomen en er zijn bestaande organisaties onderdeel geworden van De Tussenvoorziening. Deze positieve groei brengt kosten met zich mee, alle voorzieningen moeten draaiende worden gehouden. Gezien de huidige kabinetsbezuinigingen ontstaat er voor De Tussenvoorziening meer financiële onzekerheid en krijgt de organisatie steeds meer behoefte aan nieuwe inkomstenbronnen. Dit leidt ertoe dat fondsenwerving een steeds grotere rol gaat spelen.

Probleemstelling

Centrale vraag

1. Wat zijn de mogelijkheden voor De Tussenvoorziening om succesvoller fondsen te werven?

Deelvragen

1. Van welke fondsen en wervingsmethoden maakt De Tussenvoorziening nu gebruik?
2. Wat zijn potentiële fondsen voor De Tussenvoorziening die nog niet zijn aangeschreven?
3. Welke plus- en minpunten spelen een rol bij het wel of niet honoreren van een fondsenaanvraag?
4. Wat is de informatiebehoefte van de fondsen bij het ontvangen van een aanvraag?
5. Welke overige factoren zijn van invloed bij het wel of niet honoreren van een fondsenaanvraag?
6. Wat kan De Tussenvoorziening leren van andere fondsenwervende organisaties?
7. Welke andere wervingsmethoden zijn door De Tussenvoorziening effectief in te zetten?

Onderzoeksmethoden

Om deze vragen te beantwoorden is er gekozen voor drie kwalitatieve onderzoeksmethoden:

- Literatuurstudie
- Een analyse van praktijkvoorbeelden
- Interviews

Resultaten literatuuronderzoek

De literatuur stelt dat een goede relatie tussen de organisatie en het fonds erg belangrijk is. Een organisatie dient hier zoveel mogelijk aan bij te dragen. De begeleidende brief, behorende bij de aanvraag, dient een goede brug te slaan tussen het fonds en de aanvraag. Het is belangrijk dat deze brief goed op het fonds is afgestemd. De theorie benadrukt tevens het belang van een concreet en helder projectplan. Om de organisatie en haar projecten onder de aandacht te brengen bij de achterban worden sociale media en Geef Gratis aanbevolen. Via Geef Gratis kunnen mensen bovendien direct doneren. Er wordt aangeraden om jaarlijks een bedankbrief aan alle donateurs te sturen.

Resultaten praktijkanalyses

Uit de analyse van praktijkvoorbeelden is gebleken dat een viertal factoren een belangrijke rol inneemt bij het wel of niet honoreren van een aanvraag: duurzaamheid, realiseerbaarheid, groepsgerichtheid en resultaatgerichtheid. Vanzelfsprekend is het van belang dat een aanvraag aansluit op de doelstellingen van een fonds. Als aanvragende organisatie is het van belang goed te verklaren waarom de aanvraag juist bij dit fonds past. In het projectplan dienen vervolgens de vier factoren, indien van toepassing, te worden benoemd. Het belang van de aanwezigheid van deze factoren is tevens door de geïnterviewde professionals beaamd.

Resultaten interviews

Bij fondsenwerving is het belangrijk dat een organisatie een goede reputatie heeft. De relatie die de organisatie met fondsen opbouwt draagt hieraan bij. Fondsen hebben onderling contact en dus kan de indruk die een organisatie achterlaat bij het ene fonds ook een ander fonds ten gehore komen. Als een organisatie een slechte indruk bij een fonds achterlaat zal het fonds niet (opnieuw) met de organisatie in zee gaan.

De aanvraag die de organisatie indient geeft de eerste indruk. Fondsen hechten veel waarde aan een complete, concrete en heldere aanvraag. Er moet niet meer informatie worden aangeleverd dan nodig is en de aanvraag moet voor de lezer overzichtelijk zijn. Zorgvuldigheid en kwaliteit zijn hierbij erg belangrijk, taal- en slordigheidsfouten worden niet gewaardeerd.

Bij een aanvraag hoort een begeleidende brief. Het is belangrijk dat deze brief persoonlijk is en goed is afgestemd op het betreffende fonds. In de brief dient duidelijk naar voren te komen waarom de organisatie vindt dat haar aanvraag bij het fonds past.

Na honorering van de aanvraag is het belangrijk om het fonds goed op de hoogte te houden van de stand van zaken. Bespreek met een fonds in hoeverre en via welke wegen zij informatie wenst te ontvangen. Als het project feestelijk wordt geopend of afgesloten, of er vindt een bijzondere gebeurtenis plaats, nodig de steunende fondsen hier dan voor uit. Fondsen stellen dit zeer op prijs. Tevens is het verstandig om een lijst van steunende fondsen op de website van de organisatie te publiceren, een dergelijke lijst wekt vertrouwen. Vraag hiervoor wel eerst toestemming aan het fonds.

Net als in de literatuur komt ook in de interviews naar voren dat sociale media en Geef Gratis erg geschikte middelen zijn om de organisatie en haar projecten onder de aandacht te brengen bij haar achterban, zij kunnen immers ook doneren.

Conclusie

Een aanvraag dient helder, concreet en overzichtelijk te zijn. Er moet veel aandacht worden besteed aan kwaliteit, zorgvuldigheid en leesbaarheid. De begeleidende brief dient goed afgestemd te zijn op het fonds. Groepsgerichte, duurzame, realiseerbare en resultaatgerichte projecten hebben de grootste kans op honorering. Het is dan ook belangrijk deze kenmerken in het projectplan te benadrukken. Het verdient tevens aanbeveling om veel aandacht te besteden aan de relatie met het fonds. Tussentijdse verslagen en het uitnodigen van fondsen voor een opening of afsluiting dragen hieraan bij. De organisatie en haar projecten kunnen het beste onder de aandacht worden gebracht door middel van internet.

Een lijst met potentiële fondsen is te vinden in paragraaf 2.1. Naar aanleiding van dit onderzoek zijn er adviezen uitgewerkt in de vorm van een checklist. Deze checklist is terug te vinden in paragraaf 6.3 van dit rapport.

Voorwoord

Ten tijde van een economische crisis en de daaruit resulterende kabinetsbezuinigingen is het voor non-profit organisaties een extra uitdaging om het hoofd boven water te houden. Een fenomeen als fondsenwerving biedt hierbij uitkomst. Dit heb ik geconcludeerd tijdens mijn afstudeerstage bij Stichting De Tussenvoorziening, een non-profit organisatie gericht op het bieden van hulp in de vormen van begeleiding en opvang aan dak- en thuislozen in Utrecht.

Een groeiende non-profit organisatie als De Tussenvoorziening, opgericht in 1993 en momenteel beschikkende over meer dan twintig faciliteiten in opvang, wonen en geldbeheer, heeft groot belang bij financiële ondersteuning van overheden, fondsen en ander 'geldschieters'.

Effectief fondsenwerving vergt veel voorbereiding en ervaring, en communicatie speelt hierbij een cruciale rol. Vrijwel alle aanvragen verlopen schriftelijk en het inzetten van de juiste factoren kan doorslaggevend zijn voor wel of geen honorering krijgen van financiële steun. Dit betekende voor mij een extra grote uitdaging om onderzoek te doen naar dit fenomeen. Het is belangrijk om als organisatie zo effectief mogelijk in te spelen op de wensen en factoren die een rol spelen bij het toekennen van een fondsenaanvraag. Ik wil De Tussenvoorziening dan ook bedanken voor het vertrouwen dat zij in mij hebben gelegd bij het bieden van deze afstudeeropdracht.

Tot slot wil ik een aantal personen bedanken die hebben bijgedragen aan de totstandkoming van dit afstudeerrapport. Allereerst wil ik mijn collega's bij De Tussenvoorziening, waaronder in het bijzonder mijn stagebegeleidster Maran van Scheppingen, bedanken voor de fijne stageperiode. Door de vele gesprekken en al jullie inzichten hebben jullie mij veel kennis en ideeën bijgebracht die mij hebben geholpen bij het schrijven van dit rapport. Tevens wil ik mijn afstudeerbegeleidster Mariëlle van Gelderen van de Hogeschool Utrecht bedanken voor alle nuttige begeleiding die zij mij het afgelopen half jaar heeft geboden.

Utrecht, juni 2011

Judith Welle

Hoofdstuk 1: Inleiding

Ik heb mijn afstudeeronderzoek uitgevoerd op de communicatieafdeling van Stichting De Tussenvoorziening. Om de context van mijn onderzoek en de hierop gebaseerde adviezen te kunnen begrijpen zal ik eerst de aard van de organisatie toelichten.

1.1 De Tussenvoorziening

De Tussenvoorziening biedt steun, begeleiding en onderdak aan daklozen, ex-daklozen en mensen die dakloos dreigen te worden in Utrecht. Zij voorziet haar doelgroep in veilig onderdak en begeleiding bij het verbeteren van hun leefomstandigheden. Dit doet de organisatie door zoveel mogelijk te helpen bij het ontwikkelen van nieuwe kansen en mogelijkheden. De Tussenvoorziening motiveert mensen om deel te nemen aan de samenleving en daarbij zoveel mogelijk de regie in eigen hand te nemen. De organisatie heeft hierbij oog voor eigen kracht en kwetsbaarheid bij het vinden van een nieuw thuis.

De Tussenvoorziening is opgericht in 1993. De afgelopen 18 jaar heeft de organisatie door middel van eigen initiatieven, fusies en overnames een sterke groei doorgemaakt. Deze non-profit organisatie is 366 medewerkers en 320 vrijwilligers rijk.

De Tussenvoorziening is de moederorganisatie van de tweeëntwintig voorzieningen die de organisatie biedt. De organisatie bestaat uit drie clusters die de uitvoering van de dienstverlening omvatten: cluster wonen, -opvang en -geldbeheer, daarnaast beschikt de organisatie over een stafbureau en een bedrijfsbureau. De organisatie biedt een gevarieerd aanbod op het werkterrein van Maatschappelijke Opvang in Utrecht. Haar expertise ligt op het gebied van opvang, (woon)begeleiding, schuldhulpverlening, activering en toeleiding naar vormen van zorg en hulpverlening.

De Tussenvoorziening beschikt over een zeer diverse en kleurrijke doelgroep. De Tussenvoorziening is er voor iedereen die door sociaal-maatschappelijke of psychische omstandigheden in een kwetsbare (woon)situatie is geraakt. De doelgroep heeft te maken met een complexe problematiek: dakloosheid, schulden, verslaving, detentie, gezondheid, sociale isolatie en psychosociale of psychiatrische problemen. Zij hebben vaak een grote afstand tot de arbeidsmarkt en beschikken vaak niet over een sociaal netwerk.

De missie van De Tussenvoorziening is gebaseerd op de volgende onderdelen:

- Onderdak: het bieden van opvang, wonen en begeleiding
- Thuis komen: het bieden van rust en warmte, een veilige plek en ook een eigen plek
- Heimwee: het verlangen naar een betere toekomst, maar ook een terugkerend verlangen naar de straat, de oude of vertrouwde situaties (zowel positief of negatief) en het cyclisch karakter van maatschappelijk herstel
- Vertrek: het helpen om het leven weer op de rails te krijgen en op de rails te houden
- Eigen kracht en kwetsbaarheid: het streven naar zelfregie, mensen bewust maken van hun potenties

De doelstelling van de organisatie is gericht op verbetering van bestaansvoorwaarden, dit leidt ertoe dat de organisatie erg gericht is op sociale bescherming, re-integratie, participatie en het voorkomen van terugval van sociaal kwetsbaren.

1.2 Aanleiding van het onderzoek

De Tussenvoorziening maakt al sinds haar ontstaan gebruik van subsidies, fondsen, giften en andere inkomstenbronnen. De Tussenvoorziening heeft de afgelopen jaren een enorme groei doorgemaakt: er zijn nieuwe voorzieningen bijgekomen en er zijn bestaande organisaties onderdeel geworden van De

Tussenvoorziening. Deze positieve groei brengt kosten met zich mee, alle voorzieningen moeten draaiende worden gehouden. Gezien de huidige kabinetsbezuinigingen ontstaat er voor De Tussenvoorziening meer financiële onzekerheid en krijgt de organisatie steeds meer behoefte aan nieuwe inkomstenbronnen. Dit leidt ertoe dat fondsenwerving een steeds grotere rol gaat spelen.

Wat is fondsenwerving?

Kortweg gezegd is fondsenwerving het bijeenbrengen van geld om een bepaald doel te realiseren. Een fondsenwervende instelling is een organisatie die om haar doelstellingen te realiseren fondsen benadert om geld te doneren.

Fondsenwerving vergt veel voorbereiding: een analyse van welke fondsen er zijn, welke eisen zij aan organisaties stellen en de wijze van aanvraag die zij hanteren. Daarbij moet worden beoordeeld welke fondsen steun voor De Tussenvoorziening zouden kunnen betekenen en op welke wijze kan De Tussenvoorziening hen het beste kan benaderen. Communicatie speelt hierbij een cruciale rol. Vrijwel alle aanvragen verlopen schriftelijk en het gebruik van de juiste factoren kan doorslaggevend zijn voor wel of geen honorering krijgen van financiële steun.

1.3 Probleemdefiniëring

Zoals in de vorige paragraaf is benoemd speelt communicatie een belangrijke rol op het gebied van fondsenwerving. Succesvol fondsenwerven leidt tot meer doelstellingsmogelijkheden, meer continuïteit en minder afhankelijkheid van subsidiegevers. Het spreekt voor zich dat dit voor De Tussenvoorziening van groot belang is.

In april 2010 is het meerjarenbeleidsplan voor De Tussenvoorziening vastgesteld. Op basis van in- en externe ontwikkelingen en inbreng van cliënten en medewerkers heeft het managementteam vier speerpunten voor de jaren 2010 tot 2014 vastgesteld.

- 1) De cliënt centraal: een vraag- en maatgericht aanbod
- 2) Medewerker als spil van de organisatie
- 3) Grenzen verleggen, verkennen en verwoorden
- 4) Bestendigen van een krachtige organisatie

Om het meerjarenbeleidsplan te realiseren is niet alleen steun van cliënten, medewerkers en andere betrokkenen nodig, ook fondsen spelen hierbij een rol. Zonder fondsen is er minder financiering en kunnen bepaalde projecten en voorzieningen wellicht niet gerealiseerd worden, wat nadelige gevolgen kan hebben voor het behalen van de doelstellingen. De Tussenvoorziening wordt dus in toenemende mate fondsenafhankelijk.

1.4 Probleemstelling

De probleemstelling bestaat uit de onderzoeksdoelstelling en de vraagstelling, opgedeeld in de centrale vraag en deelvragen.

Onderzoeksdoelstelling

Het doel van het onderzoek is een bijdrage te leveren aan fondsenwerving voor De Tussenvoorziening door het opstellen van een overzicht met potentiële fondsen en andere wervingsmethoden die effectief kunnen zijn voor De Tussenvoorziening en een checklist met (verbeter)punten waaraan een fondsenaanvraag moet voldoen.

De onderzoeksdoelstelling leidt tot de centrale vraag en deelvragen. Onder de centrale vraag en deelvragen vallen de onderzoeksvragen die ik wil beantwoorden om de onderzoeksdoelstelling te bereiken.

Vraagstelling

Centrale vraag

1. Wat zijn de mogelijkheden voor De Tussenvoorziening om succesvoller fondsen te werven?

Deelvragen

1. Van welke fondsen en wervingsmethoden maakt De Tussenvoorziening nu gebruik?
2. Wat zijn potentiële fondsen voor De Tussenvoorziening die nog niet zijn aangeschreven?
3. Welke plus- en minpunten spelen een rol bij het wel of niet honoreren van een fondsenaanvraag?
4. Wat is de informatiebehoefte van de fondsen bij het ontvangen van een aanvraag?
5. Welke overige factoren zijn van invloed bij het wel of niet honoreren van een fondsenaanvraag?
6. Wat kan De Tussenvoorziening leren van andere fondsenwervende organisaties?
7. Welke andere wervingsmethoden zijn door De Tussenvoorziening effectief in te zetten?

1.5 Operationalisering begrippen

In dit afstudeerrapport komen een aantal abstracte begrippen voor. Ter verduidelijking van dit rapport worden deze begrippen eerst gedefinieerd naar de context van dit onderzoek.

Informatiebehoefte

Definitie zoals bedoeld in dit onderzoeksrapport: *De feitelijke informatie die fondsen wensen te ontvangen van de aanvrager en in welke mate zij deze wensen te ontvangen.*

Hierbij zal ik kijken naar de documenten inhoudelijk (kwaliteit, leesbaarheid, omvang) en het soort documenten dat het fonds wenst te ontvangen (begroting, statuten, projectplan enzovoorts).

Wervingsmethoden

Definitie zoals bedoeld in dit onderzoeksrapport: *De wervingsmiddelen die door De Tussenvoorziening effectief in zijn te zetten om fondsen te benaderen en om haar projecten bij haar achterban onder de aandacht te brengen.*

Hierbij zal ik kijken naar de verschillende wervingsmethoden (communicatiemiddelen) en welke middelen qua gebruiksfrequentie en kosten het meest geschikt zijn voor De Tussenvoorziening.

1.6 Onderzoeksmethoden

In deze paragraaf licht ik de onderzoeksofzet toe en verantwoord ik de keuze van de methoden. De onderzoeksmethoden zijn allen kwalitatief van aard. Het onderzoek bestaat uit drie onderdelen: literatuurstudie, een analyse van praktijkvoorbeelden en interviews. Ik ben tot deze drie methoden gekomen door per deelvraag te beoordelen welk soort informatie ik benodigde om deze te beantwoorden.

Het doel van het onderzoek is fondsenwerving voor De Tussenvoorziening te optimaliseren door middel van het opstellen van een overzicht met potentiële fondsen en wervingsmethoden, en het opstellen van een checklist met belangrijke (verbeter)punten. Het onderzoeksdoel kon niet worden bereikt middels het verzamelen van statistische gegevens. Het achterhalen van motieven en drijfveren bij het honoreren of afkeuren van een fondsenaanvraag waren bij dit onderzoek van belang. Kwalitatief onderzoek is het meest geschikt om deze motieven in kaart te brengen en dit kon dan ook niet door middel van onderzoek in enquêtevorm worden achterhaald. Dit onderzoek is daarom niet in statistische zin representatief, maar er is wel sprake van inhoudelijke representativiteit.

Literatuurstudie

Voor het schrijven van dit afstudeerrapport heb ik diverse boeken, beleidsdocumenten, artikelen en andere notities over fondsenwerving bestudeerd. In hoofdstuk 3 geef ik duiding van deze literatuur. Hierbij koppel ik de bestudeerde literatuur aan het vraagstuk van de organisatie. De theorieën die in dit hoofdstuk worden benoemd vormen de basis van mijn onderzoek. Naast de theoretische onderbouwing fungeerde dit hoofdstuk als basis voor de interviews met professionals. Bij beantwoording van het vraagstuk in hoofdstuk 6 van dit rapport maak ik een vergelijking tussen de resultaten uit de literatuurstudie en de interviewresultaten.

Praktijkvoorbeelden

Er is een aantal fondsen dat gehonoreerde en afgewezen projecten online heeft gepubliceerd. Deze heb ik bestudeerd om inzicht te krijgen in de factoren die van invloed zijn bij het wel of niet honoreren van een projectaanvraag. Ik heb er bewust voor gekozen alleen praktijkvoorbeelden te analyseren van potentiële fondsen voor De Tussenvoorziening. Deze keuze heb ik gemaakt wegens het feit dat het analyseren van aanvragen bij fondsen die voor De Tussenvoorziening niet optioneel zijn geen toegevoegde waarde zou hebben voor dit onderzoek. Het doel is in kaart te brengen welke factoren een rol spelen bij juist die fondsen die voor De Tussenvoorziening wel mogelijkheden bieden. De conclusies van deze praktijkvoorbeelden hebben tevens als aanvulling gediend voor de interviews met professionals. In totaal is er een negental gehonoreerde en een viertal afgewezen projecten geanalyseerd welke te vinden zijn in hoofdstuk 4.

Ik ben begonnen met het opstellen van een overzicht van alle fondsen die potentie bieden voor De Tussenvoorziening en welke fondsen hiervan hun projectaanvragen openbaar maken. Uit alle voorbeelden heb ik een zo divers mogelijke selectie gemaakt. De geselecteerde voorbeelden heb ik eerst afzonderlijk beoordeeld, waarna ik ze met elkaar heb vergeleken om de verschillen en overeenkomsten zo goed mogelijk in kaart te brengen.

Interviews

Om inzicht te krijgen in de achterliggende motieven en succesfactoren bij fondsenwerving is een negental professionals geïnterviewd. Deze zijn te verdelen in twee groepen: ervaringsdeskundigen aan de toekennende kant (directeuren, commissie-, bestuursleden en coördinatoren van fondsen) en ervaringsdeskundigen aan de aanvragende kant (professionals met veel succesvolle ervaring met het indienen van fondsenaanvragen). De interviews waren half gestructureerd en telden een gespreksduur van ongeveer 45 minuten. Van de interviews zijn bandopnames beschikbaar. Deze zijn volledig uitgeschreven en te vinden in bijlage 1.

De professionals zijn gekozen op basis van hun ervaringen en expertise op het gebied van fondsenwerving en hun relevantie voor De Tussenvoorziening. Fondsen zijn verschillend van aard en niet allen aanschrijfbaar voor De Tussenvoorziening. Om een zo effectief mogelijk advies te kunnen geven was het dan ook van belang professionals te spreken waar De Tussenvoorziening baat bij zou kunnen hebben.

Argumenten om voor interviews te kiezen waren voor mij het doel van de onderzoek, de aard van het onderzoek en de relatief grote zekerheid dat de geïnterviewden mij van informatie over het onderwerp konden voorzien. Alle geïnterviewden zijn eerst per email benaderd, de contactgegevens heb ik zelf verkregen met behulp van internet.

1.7 Beperkingen

Dit onderzoek kent een aantal beperkingen, de beperkingen zullen in deze paragraaf worden toegelicht.

Praktijkvoorbeelden

In hoofdstuk 4 van dit onderzoeksrapport zijn de resultaten van de analyse van praktijkvoorbeelden

weergegeven. Fondsen boden helaas geen inzicht in de volledige aanvraag, waardoor ik deze niet in zijn totaliteit kon beoordelen en ik slechts de korte projectomschrijvingen met elkaar heb kunnen vergelijken. Bovendien worden niet alle aanvragen openbaar gemaakt en wenst de aanvragende organisatie in een aantal gevallen anoniem te blijven. Ik heb geen inzicht verkregen in het gehele projectplan, de begeleidende brief en de overige documenten, waardoor ik de aanvraag niet op volledige inhoud en vorm kon beoordelen. Desondanks acht ik de analyse van deze voorbeelden zinvol genoeg om er conclusies op te kunnen baseren. De voorbeelden zijn vergeleken met de criteria van de betreffende fondsen en de conclusies die naar aanleiding van deze analyse zijn getrokken zijn bovendien bevestigd door de geïnterviewden.

Ten tweede is Stichting Voeten in de Aarde het enige fonds uit de huidige en potentiële fondsenlijst dat naast gesteunde projecten ook afgewezen projecten heeft gepubliceerd. De analyse van afgewezen project heb ik daardoor enkel op voorbeelden van Stichting Voeten in de Aarde kunnen baseren.

Interviews

De heer Ramaekers en de heer Goosen maken beiden deel uit van het bestuur van het fonds Niet Voor Jezelf. Zij zijn tegelijkertijd geïnterviewd, de heer Ramaekers sprak namens hen beiden en de heer Goosen vulde hem aan indien nodig. De heren deelden op elk vlak dezelfde mening, daarom is er bij de resultaten analyse in hoofdstuk 5 voor gekozen om de antwoorden van de heren als één te tellen.

1.8 Leeswijzer

Zoals u hierboven heeft kunnen lezen bestaat het onderzoek uit drie onderdelen: literatuurstudie, praktijkanalyses en interviews. Hoofdstuk 3 bevat een verklaring van alle relevante aspecten die bij het literatuuronderzoek aan bod zijn gekomen. Na het lezen van dit hoofdstuk zult u begrijpen wat fondsenwerving inhoudt en welke aspecten hierbij, volgens de theorie, een belangrijk rol innemen.

In hoofdstuk 4 komen verschillende praktijkvoorbeelden van gehonoreerde en afgewezen fondsenaanvragen aan bod. Per voorbeeld volgt een analyse van factoren die bij het honoreren of afwijzen van de aanvraag een mogelijke rol hebben gespeeld.

Hoofdstuk 5 bevat de resultaten van de laatste onderzoeksmethode, de interviews met professionals. De interviews zijn volledig uitgeschreven en terug te vinden in bijlage 1. De resultaten van de interviews zijn eerst weergegeven in een overzichtelijke tabel, waar in percentages is weergegeven hoeveel geïnterviewden de genoemde factoren van belang achten. Vervolgens is in de daarop volgende paragraaf een uitgebreide toelichting van deze factoren te vinden. De beantwoording van de centrale vraag en deelvragen vindt u terug in hoofdstuk 6, hier vindt u tevens de aanbevelingen en de checklist.

Hoofdstuk 2: Resultaten deskresearch

Alvorens met mijn onderzoek te starten heb ik deskresearch gedaan naar de huidige en potentiële nieuwe fondsen voor De Tussenvoorziening. In onderstaande paragrafen vindt u een overzicht van deze fondsen.

2.1 Huidige fondsen van De Tussenvoorziening

De Tussenvoorziening ontvangt al sinds haar ontstaan steun van fondsen. In de loop der jaren zijn er veel voorzieningen bijgekomen die elk een eigen geschiedenis in fondsenwerving hebben. De fondsen en wervingsmethoden waarvan De Tussenvoorziening gebruik maakt worden hieronder benoemd.

Individuele aanvragen

Er is een aantal voorzieningen waar individuele aanvragen voor cliënten worden gedaan. Dit gebeurt met name bij de voorzieningen Stadsgeldbeheer en de Wegwijswinkel. Het gaat hier om kleine bedragen die gemiddeld tussen de €1.000,- en €1.500,- liggen. Momenteel worden hiervoor aanvragen gedaan bij: het KF Hein fonds (afdeling Individuele Noden), het Bob van der Houtfonds, Stichting NU en Cordaid-Dekkers.

Semi-interne fondsen

De Tussenvoorziening kent tevens een aantal semi-interne fondsen. Dit zijn fondsen die verbonden zijn met een bepaalde voorziening van De Tussenvoorziening. Zo is in 2007 het Odiliafonds opgericht, genoemd naar de grondlegster van de voorziening de BOKA. Het geld van deze stichting wordt uitsluitend aangewend voor de BOKA. Overige semi-interne fondsen zijn: het Bob van der Hout fonds (Bob van der Hout is mede oprichter en eerste voorzitter van De Tussenvoorziening), het Kinderopvangfonds (verbonden aan kinderopvang lejoor, behorende bij voorziening Meisjesstad) en het Fonds Meisjesstad. Tevens heeft Meisjesstad een samenwerkingsverband met de Vrienden Loterij: van alle verkochte loten gaat de helft van de opbrengst naar Meisjesstad.

Internationale aanvragen

De Tussenvoorziening werkt internationaal samen met zusterorganisatie Narodna Dopomoha in Oekraïne. De Tussenvoorziening steunt projecten in Kiev, Lviv en Chernivtsi door hiervoor fondsen te werven. Hiervoor worden aanvragen ingediend bij Emmaus Haarzuilens. Indien de aanvraag wordt gehonoreerd, wordt het toegekende bedrag vervolgens met 70% vergroot door Wilde Ganzen.

Structureel grote giften

Bij fondsenwerving is er sprake van structurele versus incidentele steun. Voor De Tussenvoorziening is voornamelijk het laatste van toepassing. De financiering die De Tussenvoorziening ontvangt wordt ingezet voor activiteiten met een incidenteel karakter. Echter, soms komt het voor dat een langlopend project structurele steun ontvangt. Dit is van toepassing bij het project Wegwijs in de Wijk dat gedurende drie jaar steun ontvangt van het Skanfonds.

Overige fondsen die de afgelopen jaren De Tussenvoorziening structureel hebben gesteund zijn: het Janivo Fonds, de Ridderlijke Duitse Orde Balije van Utrecht, Stichting DOEN, het VSB Fonds en de Van Baaren Stichting. Deze fondsen doen structureel grote giften van €10.000,- per keer.

Naast bovengenoemde fondsen heeft De Tussenvoorziening de afgelopen jaren steun ontvangen van de volgende fondsen: het Anton Jurgens Fonds, de Dirk Jan en Kitty Reek - Versteegh Stichting, de Haëlla Stichting, KCU, Konferentie Nederlandse Religieuzen, Projecten in Nederland, het Nationaal Fonds Geestelijke Volksgezondheid, het Oranje Fonds, het Rabo Stimuleringsfonds, het R.C. Maagdenhuis, Stichting Hulp na Onderzoek, de Utrechtse Hervormde/Gereformeerde SOW en de Guusje Nederhorst Foundation.

Andere wervingsmethoden

Momenteel maakt De Tussenvoorziening weinig gebruik van andere wervingsmethoden dan de 'gewone' fondsenaanvraag. Wel zetten een aantal voorzieningen van De Tussenvoorziening zelf middelen in om meer inkomsten te genereren. Het gaat hierbij om het werven van steun voor de betreffende voorziening en niet voor De Tussenvoorziening als geheel. Er is hier echter sprake van het werven van donateurs en niet van fondsenwerving. Zo heeft de voorziening 't Smulhuis flyers uitgedeeld om de kennis van de smulbonnen te vergroten. Met deze bonnen kunnen daklozen een maaltijd bij 't Smulhuis krijgen. Daklozen kunnen zelf voor hun maaltijd betalen, maar anderen kunnen hen ook, middels deze smulbonnen, een maaltijd cadeau doen. De voorziening de BOKA houdt ieder jaar een rommelmarkt, waarvan de opbrengst naar de voorziening gaat. Over de voorziening PLUSpunten verschijnen regelmatig persberichten in de stadsbladen van Utrecht. Daarnaast heeft de voorziening een online promotiefilmpje gemaakt en doen zij vaak mee aan prijsvragen, waarmee een financiële bijdrage voor de voorziening te winnen valt.

In 2009 heeft De Tussenvoorziening Meisjesstad overgenomen. Met de overname van Meisjesstad is een groot adressenbestand meegekomen. Dit bestand bevat adressen van donateurs. De Tussenvoorziening heeft alle donateurs een brief toegezonden waarin de reden van de overname is uitgelegd. In deze brief benoemt De Tussenvoorziening dat het nog steeds mogelijk is een rechtstreekse donatie aan Meisjesstad te doen, maar dat men ook een donatie aan De Tussenvoorziening kan doen. Deze brief bevatte ook een machtigingskaart. Vervolgens is er een tweede brief verzonden, waarin de samenwerking met de Vrienden Loterij is benoemd. In plaats van doneren, kan men ook deelnemen aan de loterij, de helft van de lotprijs komt ten goede aan Meisjesstad.

Internet

Een middel dat door De Tussenvoorziening wordt ingezet om de organisatie en haar projecten onder de aandacht te brengen is internet. De Tussenvoorziening beschikt over een eigen website en heeft accounts op Twitter, YouTube en Geef Gratis.

Via Twitter brengt De Tussenvoorziening door middel van korte berichtjes allerlei items binnen haar werkveld onder de aandacht. De pagina van De Tussenvoorziening op Geef Gratis bevat een online donatiemodule, wat bezoekers de mogelijkheid biedt om direct een donatie te doen. De ervaring die De Tussenvoorziening heeft met het werven en behouden van donateurs leert, dat het naast extra inkomsten ook veel extra werk (en dus personeelskosten) oplevert voor de afdeling Financiën en Communicatie. Door middel van Geef Gratis kunnen er met weinig extra arbeidskracht toch extra donateurs en incidentele gevers geworven worden. De Tussenvoorziening is bij Geef Gratis aangesloten als goed doel en is dan ook te vinden in de lijst 'alle goede doelen'. Momenteel maakt De Tussenvoorziening weinig tot geen gebruik van deze pagina. Tevens beschikt De Tussenvoorziening over een YouTube account, maar werkt hier nog niet actief mee. Er liggen wel plannen om een promotiefilmpje te ontwikkelen, maar deze zijn nog niet uitgevoerd.

2.2 Potentiële fondsen voor De Tussenvoorziening

In deze paragraaf volgt een overzicht van potentiële fondsen voor De Tussenvoorziening. Dit overzicht is samengesteld met behulp van het Fondsenboek (FIN, 2011) en internet. Deze fondsen zijn in bijlage 2 uitgewerkt aan de hand van de doelstelling(en), de regio waarin het fonds opereert, de criteria, de aanvraagprocedure, de hoogte van de bijdrage en de proceduretermijn die het fonds hanteert. De fondsen zijn onderscheiden in vier groepen:

- Kleine individuele aanvragen

Bij enkele voorzieningen binnen de Tussenvoorziening worden frequent kleine aanvragen voor een cliënt gedaan. Er is een select aantal fondsen dat bijdragen voor dit doeleinde levert.

- Kleine, groepsgerichte aanvragen

Bij kleine, groepsgerichte aanvragen gaat het om bedragen tot 2500 euro voor groepsgerichte projecten.

- Grote, investeringsgerichte aanvragen

Bij grote, investeringsgerichte aanvragen gaat het om bedragen vanaf 2500 euro.

- Fondsen waarbij de hoogte van de gemiddelde bijdrage niet bekend is

Een aantal fondsen heeft geen informatie vrijgegeven over de hoogte van de gemiddelde of maximale bijdrage. Indien mogelijk heb ik bij deze fondsen middels het jaarverslag een indicatie van de gemiddelde bijdrage gegeven. Dit was echter niet bij alle fondsen mogelijk, wat tot gevolg had dat ik deze fondsen niet bij

Kleine, individuele aanvragen			
Fonds	Doelgroep	Gebiedsstrekking	Gemiddelde bijdrage
Andries de la Fontaine Verwey Fonds	Personen in financiële nood	Nederland	Eenmalig maximaal €230,-

een van de bovenstaande groepen in kon delen. Daarom heb ik ervoor gekozen van deze fondsen een aparte groep te vormen.

Burkens Stichting	Personen in financiële nood	Nederland	Eenmalig maximaal €250,-
Kleine, groepsgerichte aanvragen			
Fonds	Doelgroep	Gebiedsstrekking	Gemiddelde bijdrage
Ana Maria Fonds	Projecten gericht op maatschappelijke verandering	Utrecht	Maximaal €500,-
Stichting Ameyde Fonds	Maatschappelijk zwakkeren	Nederland	Tussen €300,- en €2.500,-
Stichting Elise Mathilde Fonds	Instellingen met een algemeen sociaal, cultureel of ideëel doel	Utrecht en Rotterdam	Tussen €500,- en €2.000,- per project
Stichting Fonds der Familie Antheunis	Instellingen met een algemeen maatschappelijk belang	Onbekend	€500,-
Stichting Fonds van NRC Handelsbladlezers	Mensen in moeilijke situaties of regelrechte nood	Nederland	Gemiddeld een meervoud van €1000,- (Bij uitzondering €10.000,-)
Stichting Monuta Charity Fund	Kwetsbare mensen in de samenleving	Nederland	Eenmalig tussen €1.000,- en €3.000,-
Stichting Niet Voor Jezelf	Mensen aan de arme kant van Nederland	Nederland	Maximaal €2.500,- per aanvraag
Stichting Pieter-Arie van der Kooy Fonds	Instellingen met een algemeen maatschappelijk belang	Nederland	Tussen €500,- en (max.) €3.000,- per aanvraag
Stichting Voeten in de Aarde	Initiatieven gericht op een rechtvaardige verdeling van geld, kennis en macht, behoud en verbetering van het milieu, naleving van de mensenrechten en respectvol omgaan met de medemens	Wereldwijd	€2.000,-

Grote, investeringsgerichte aanvragen			
Fonds	Doelgroep	Gebiedsstrekking	Gemiddelde bijdrage
Dekkers Fonds	Personen in nood	Nederland	Maximaal €7.000,- per project
Eureko Achmea Foundation	Sociaal economisch hulpbehoevenden	Wereldwijd	Gemiddelde bijdrage is onbekend. In 2009 zijn binnen Nederland 3 projecten gehonoreerd met een totaalbedrag van €117.778,-
Stichting Bevordering Maatschappelijke Dienstverlening Rotterdam	Instellingen in de maatschappelijke dienstverlening	Nederland	Maximaal €30.000,-
Stichting Boschuyzen	Jeugdigen (maximaal 30 jaar oud) die maatschappelijke hulp behoeven	Nederland	Tussen €1.000,- en €10.000,-
Stichting Voorzorg Utrecht	Het doel van de stichting is het bevorderen van de gezondheidszorg in de meest ruime zin	Nederland, initiatieven in de regio Utrecht krijgen voorrang	Tussen €500,- en €20.000,- in de vorm van garantstellingen
Hoogte bijdrage onbekend			
Fonds	Doelgroep	Gebiedsstrekking	Gemiddelde bijdrage
Eduard August Otto Vervooren Stichting	Iedere persoon die in behoeftige omstandigheden verkeert	Wereldwijd	Onbekend
Fundatie Van den Santheuvel Sobbe Stichting	Instellingen van menslievende of liefdadige aard	Nederland	Afhankelijk van het doel
Madurodam Steunfonds	Instellingen die een maatschappelijk, cultureel of charitatief belang beogen, in het bijzonder ten bate van jongeren.	Nederland, wereldwijd bij uitzondering	Onbekend
M.A.O.C. Gravin van Bylandt Stichting	Rechtspersonen, welke uitsluitend of nagenoeg uitsluitend het algemeen belang van mens en dier in Nederland beogen en aan natuurlijke personen in Nederland die hulp nodig hebben	Nederland	Onbekend
Stichting Pape Fonds	Daar waar het naar het oordeel van het bestuur doelmatig is: voornamelijk van sociale strekking	Nederland, wereldwijd bij uitzondering	Onbekend, bijdrage is eenmalig
Stichting De Putter	Instellingen die zich inzetten voor menselijke noden	Nederland	Onbekend

2.3 Fondsenaanvragen van De Tussenvoorziening

Om in beeld te brengen hoe De Tussenvoorziening haar fondsenaanvragen indient zijn diverse aanvragen van de organisatie bekeken. Tevens is met de fondsenwerfer van de organisatie gesproken om het verloop van de aanvraag en het traject dat daarop volgt in kaart te brengen.

Bij het zoeken van geschikte fondsen maakt De Tussenvoorziening gebruik van het Fondsenboek (FIN, 2011) en haar persoonlijk netwerk. Een aantal fondsen binnen haar werkgebied kent zij persoonlijk, de aanvragen

die zij hier indient verlopen dan ook vaak middels een (of meerdere) persoonlijk(e) gesprek(ken). De Tussenvoorziening doet aanvragen om haar voorzieningen en lopende projecten in stand te houden. Ook doet zij aanvragen voor de aanschaf van belangrijke middelen voor haar voorzieningen, zoals bijvoorbeeld het maken van een rookruimte. De aanvragen die de organisatie momenteel doet zijn niet zozeer voor het opzetten van nieuwe projecten, maar vooral ter ondersteuning van haar lopende voorzieningen en projecten.

De Tussenvoorziening dient een aanvraag altijd in onder begeleiding van een brief. Zij maakt hierbij gebruik van een standaardbrief met informatie over de organisatie en de betreffende voorziening of het betreffende project. Zij vermeldt in deze brief dat zij de bereid is de aanvraag in een persoonlijk gesprek toe te lichten.

Na toezegging van een aanvraag stuurt de organisatie altijd een bedankbrief naar het betreffende fonds. De Tussenvoorziening houdt het fonds, indien gewenst, op de hoogte van het verloop van het project. Na afloop stuurt de organisatie tevens altijd een financiële verantwoording waarin de besteding van het geld wordt toegelicht.

Hoofdstuk 3: Resultaten literatuuronderzoek

In dit hoofdstuk volgt een weergave van factoren die volgens de literatuur van waarde zijn bij fondsenwerving. Bij beantwoording van de deelvragen behorende bij dit onderzoek zal ik een koppeling maken tussen deze factoren en de resultaten uit de interviews met professionals.

3.1 De relatie tussen marketing, fondsenwerving en communicatie

Ten tijde van bezuinigingen worden non-profitorganisaties steeds fondsenafhankelijker. Hierbij is marketing de kern: hoe breng ik mijn diensten zo goed mogelijk onder de aandacht? In de marketing wordt veelal gesproken van de vier of vijf P's (product/dienst, plaats, prijs, promotie en personeel).

De vijf P's in marketing zijn om te zetten naar vijf W's in fondsenwerving (Van der Westen, 2010 pag. 20-21):

- Waarom doet u een aanvraag?
- Waarvoor dient u een aanvraag in? Sluit de dienst, activiteit of project aan op de doelstellingen van het fonds?
- Welke hoogte heeft de bijdrage die u vraagt?
- Bij wie (welk fonds) dient u een aanvraag in?
- Welke manier gebruikt u om te vragen? Hoe promoot je de activiteit/project zo goed mogelijk?

3.2 Fondsenwervingspiramide

Een terugkerend model in de literatuur is de fondsenwervingspiramide¹. De fondsenwervingspiramide wordt gezien als het basismodel voor structurele werving. Feit is namelijk dat wie eenmaal (tevreden) heeft gegeven, eerder bereid is opnieuw of zelfs extra te geven. Hieronder worden de verschillende lagen van de piramide toegelicht.

- Suspects: De mogelijk aanschrijfbare fondsen.
- Prospects: Binnen de mogelijk aanschrijfbare fondsen bevindt zich een groep waarbinnen de kans op honorering van financiële steun hoger ligt dan bij andere fondsen.
- Eerste gevers: Feit is dat de meeste aanvragen worden gehonoreerd als het gaat om een eenmalige bijdrage. Deze bedragen liggen gemiddeld hoger dan wanneer men een aanvraag doet voor een regelmatige, vaste of langdurige bijdrage.
- Herhaalde gift: Als de gever na de eerste bijdrage positief is over de organisatie en/of het project vergroot dit de kans op een nieuwe bijdrage.
- Vaste gift: Er is een aantal trouwe gevers dat bereid is omvast donateur te worden.
- Hogere giften: Fondsen die regelmatig doneren voelen zich verbonden met de organisatie. Binnen deze groep bevinden zich wellicht fondsen die zich aangetrokken voelen tot specifieke projecten en hiertoe graag een extra bijdrage leveren.
- Grote giften: Door meer persoonlijk contact tussen organisatie en haar donateurs wordt de kans op hogere giften vergroot.
- Legaten en erfstellingen: Structurele gevers die een organisatie al meerdere jaren of hun hele leven steunen, hebben een grote betrokkenheid bij de organisatie. Dit vergroot de kans dat zij, mochten zij



Afbeelding 2: Fondsenwervingspiramide

¹ Afbeelding: bron: Van der Westen (2010) pag. 27 vormgeving: eigen

komen te overlijden, een deel van hun vermogen aan de organisatie nalaten.

De fondsenwervingspiramide geeft het belang van persoonlijk contact met de donateurs weer. Regelmatig contact kan leiden tot meer binding met de organisatie en tot meer structurele giften, in plaats van eenmalige giften. Dit is de verticale werking van de piramide. De top van de piramide bestaat uit de meest royale gevers. Het realiseren van deze piramide vergt veel inspanning. Omdat de piramide steeds smaller wordt dienen er aan de onderkant van de piramide steeds nieuwe fondsen te worden geworven. Dit is de horizontale werking van de piramide (Van der Westen, 2010 pag. 26-29).

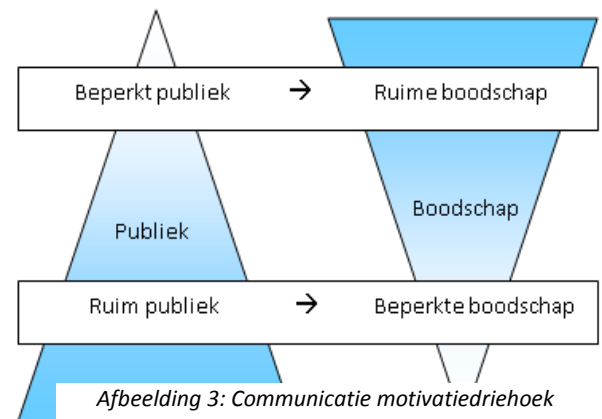
3.3 Concrete doelstellingen

Voor succesvol fondsenwerven is het van belang dat mogelijke donateurs aanvoelen wat er met behulp van hun bijdrage gerealiseerd kan worden. Het is daarom belangrijk om niet het middel centraal te stellen, maar het maatschappelijk effect dat dit middel tot gevolg heeft. Van der Westen (2010, pag. 43-44) hanteert de volgende vier kenmerken voor het ideale fondsenwervingsproject.

1. Strategische projecten met een directe meerwaarde voor de doelgroep: De beste projecten vloeien voort uit het meerjarenbeleidsplan.
2. In één oogopslag duidelijk: hoe meer er moet worden uitgelegd waarom een project nodig is, hoe meer mensen zullen afhaken. Het moet direct duidelijk zijn waarom het project van belang is.
3. Hoe ambitieuzer, hoe beter: hoe groter het project, hoe groter de impact, hoe belangrijker het is voor de cliënten en des te meer het zich leent voor fondsenwerving.
4. Urgentie roept om gedrag: geef duidelijk aan dat er direct steun nodig is, tegenwoordig zijn er zoveel reclameprikkelers dat velen zich hiertegen hebben gewapend. De enige doorkomende boodschappen zijn die met een logische en aansprekende oproep om direct actie te ondernemen.

3.4 Communicatiemotivatiedriehoek

De communicatiemotivatiedriehoek² geeft de verhouding tussen de grootte van het publiek en de complexiteit van de boodschap weer. Wanneer naar een groot publiek wordt gecommuniceerd dient de boodschap beperkt te zijn. Wanneer echter naar een beperkt publiek wordt gecommuniceerd kan men gebruik maken van een ruimere boodschap. Als deze driehoeken worden gekoppeld aan de communicatie in fondsenwerving wordt gesteld dat er sprake is van een ruim publiek en dus een beperkte boodschap. Bij fondsenwerving is er sprake van een groot aantal beoordelaars dat een aanvraag onder ogen krijgt. Alle beoordelaars dienen overtuigd te worden van de noodzaak van hun steun aan het project of de activiteit. De boodschap dient zo goed mogelijk op de lezers te worden afgestemd door middels de aangeleverde documenten een zo helder mogelijke omschrijving en motivatie van het doel te geven (Claes, 2008 pag. 55).



3.5 Informatiebehoefte fondsen

De theorie leert dat elk fonds andere behoeften heeft, maar er is een tweetal documenten dat ieder fonds van een aanvrager verlangt: een projectplan en een begroting (Van der Westen, 2010 pag. 125).

² Afbeelding: bron: Claes, (2008) pag. 55 eigen vormgeving.

Projectplan

Het projectplan dient antwoord te geven op de volgende punten:

- Inhoud van het project
- Welk probleem lost dit project op?/Wat is het belang van dit project?
- Specifieke doelgroep
- Informatie over de organisatie (inclusief statuten en een uittreksel van de Kamer van Koophandel)
- Waarom is juist uw organisatie de aangewezen 'persoon' om dit probleem op te lossen?
- Hoeveel geld wordt van het fonds verlangd?
- Een financieringsplan
- De financiële bijdrage van de organisatie zelf inclusief toelichting
- Waarom benadert de organisatie juist dit fonds?
- Welke andere fondsen steunen het project?
- Een dekkingsplan waaruit blijkt bij welke fondsen aanvragen ingediend zijn en om welke bedragen het hierbij gaat.

Begroting

Bij een projectplan hoort een begroting. Hierin staat duidelijk wat het initiatief gaat kosten en hoe de organisatie deze kosten denkt te dekken. Het is zowel voor het fonds als de organisatie zelf zeer nuttig om de kosten zo specifiek mogelijk in kaart te brengen. De theorie raadt een organisatie tevens aan om minstens 10 à 20 procent zelf te investeren. Als de organisatie zelf een bijdrage levert aan het initiatief toont zij daarmee aan dat het project echt belangrijk voor haar is: als een organisatie immers zelf niet bereid is geld te investeren, waarom zou een ander dit dan wel doen?

Begeleidende brief

Bij een aanvraag hoort een begeleidende brief. Belangrijk is dat deze brief beknopt en helder is. In de begeleidende brief wordt een koppeling tussen het fonds en de organisatie gemaakt. Er wordt een brug geslagen waarmee wordt verklaard waarom het betreffende fonds, op basis van haar doelstellingen, een bijdrage zou kunnen leveren aan het project. Tevens dient in de brief te worden verwezen naar bijgevoegde stukken en een contactpersoon (Van der Westen, 2010 pag. 126).

3.6 Relatiebeheer

Om meer donerende fondsen te werven voor de organisatie dienen de kennis, houding en het gedrag van de betreffende fondsen ten opzichte van de organisatie positief te worden beïnvloed. Allereerst dient de kennis van het fonds, met betrekking tot de organisatie, te worden vergroot. Dit gebeurt onder andere door het aanleveren van de juiste informatie bij het indienen van een aanvraag. De bedoeling is dat door de kennisvergroting ook de houding van het fonds ten opzichte van de organisatie positief wordt beïnvloed. Als het fonds eenmaal een positieve houding heeft ontwikkeld kan dit resulteren in positief (geef)gedrag. Dit vergt echter tijd, zeker als het fonds niet bekend is met de organisatie. Het is daarom belangrijk dat een organisatie werkt aan haar netwerk. Als er bij fondsen al kennis over de organisatie aanwezig is kan deze gemakkelijker geactiveerd worden. Hierop is beter in te spelen dan wanneer een fonds onbekend is met de organisatie en de kennis nog volledig moet worden opgenomen en geaccepteerd (Van der Westen, 2010 pag. 129 en 192 en Verstegen, 2003 pag. 206).

3.7 Leren van voorgaande situaties

Niet alle aanvragen zullen succesvol zijn. Voor een afwijzing kunnen uiteenlopende redenen zijn. Het is voor een organisatie belangrijk om deze redenen te achterhalen, zodat zij een volgende keer beter kan inschatten

of een aanvraag zinvol en specifiek genoeg is, dat scheelt zowel de organisatie als het fonds tijd (Van der Westen, 2010 pag. 129).

3.8 Overige wervingsmethoden

In deze paragraaf zal aandacht worden besteed aan een aantal methoden om particuliere donateurs te werven en methoden om De Tussenvoorziening en haar projecten bij het publiek onder de aandacht te brengen. Per methode zal kort worden verklaard wat deze inhoudt.

Internet

Internet en mobiele telefoons zijn niet meer weg te denken uit onze maatschappij. 95% van de Nederlandse huishoudens beschikt over een internetaansluiting en dus over de mogelijkheid om de website van De Tussenvoorziening te bezoeken. Het is dan ook belangrijk om dit zo optimaal mogelijk te benutten. De kosten zijn relatief laag ten opzichte van andere media en het bereik is daarentegen groot.

Gemiddeld besluit een websitebezoeker na tien seconden of hij wel of niet langer op een website blijft. Een organisatie moet dus voldoende prikkels bieden om de bezoeker vast te houden. Als hij eenmaal besluit te vertrekken, zal hij waarschijnlijk niet (gauw) terugkomen.

Een goede, bruikbare en toegankelijke website berust niet enkel op grafische vormgeving. The User Experience Honeycomb (Morville, P.)³ stelt dat een website zeven belangrijke eigenschappen telt die de gebruikservaring bepalen:

1. Waardevol zijn
2. Nuttig zijn
3. Vindbaar zijn
4. Toegankelijk zijn
5. Geloofwaardig zijn
6. Aantrekkelijk zijn
7. Bruikbaar zijn



Afbeelding 4: User Experience Honeycomb

Een functionele website biedt echter geen garantie voor donaties. Een organisatie dient manieren te ontwikkelen om het publiek te informeren over haar bestaan, haar aanbod en de wijze waarop zij haar kunnen steunen. Middelen die hiervoor geschikt worden geacht zijn sociale media. (Van der Westen, 2010 pag. 261-263).

‘Sociale media’ is een verzamelnaam voor alle internettoepassingen waarmee het mogelijk is om informatie met elkaar te delen. Hierbij valt te denken aan informatie in de vorm van tekst, beeld en geluid. Individuen of groepen sluiten zich bij deze netwerken aan om te communiceren over welke onderwerpen die voor hen belangrijk zijn. De normen en waarden van sociale groepen worden steeds belangrijker. Mensen hebben de neiging zich te vergelijken met anderen. Het zogenaamde sneeuwbal effect treedt op, waardoor er steeds meer bezoekers komen. Sociale media zijn niet direct fondsenwervende middelen, maar het zijn wel geschikte middelen om de organisatie en haar projecten onder de aandacht te brengen. De bekendste voorbeelden van

³ Afbeelding bron: Van der Westen (2010) pag. 262 vormgeving: eigen

sociale media in Nederland zijn: Hyves, Facebook, Twitter, YouTube en LinkedIn. Hieronder volgt een toelichting op deze netwerken (Van der Westen, 2010 pag.270-271).

Hyves

Hyves is een jongeren netwerk. Veel scholieren tot en met veertien jaar heb een profiel. Hyves is momenteel het grootste sociale netwerk in Nederland met ruim negen miljoen profielen. Echter, niet alle profielen zijn actief. Via Hyves is het mogelijk contacten te onderhouden door middel van het achterlaten van berichten en live chatten. Men kan een verzoek indienen om lid te worden van een profiel of groep.

Facebook

Facebook is vergelijkbaar met Hyves, het grote verschil is dat Facebook wereldwijd opereert. Facebook is momenteel sterk in opmars en wint ook in Nederland steeds meer terrein. Facebook heeft, in tegenstelling tot Hyves, juist leden vanaf zestien jaar (uitzonderingen daargelaten) en bereikt ook een groot deel van de 'oudere doelgroep'. Men kan een verzoek indienen om lid te worden van een netwerk en vervolgens is er een directe dialoog mogelijk.

Twitter

Een communicatiemiddel dat erg in opkomst is, is Twitter. Steeds meer organisaties zetten Twitter in om snel veel aandacht voor hun organisatie te genereren. Het is een digitaal platform waarin een constante dialoog mogelijk is. In de vorm van korte berichten kan elke organisatie of individu informatie met anderen delen. Men kan andere individuen en organisaties volgen en men kan door anderen worden gevolgd. Dit biedt direct inzicht in wie de leden zijn. Twitter kan een ondersteunende functie bieden bij het onderhouden van het netwerk en het genereren van meer naamsbekendheid voor een organisatie.

YouTube

YouTube is een wereldwijd populair netwerk voor het plaatsen van video's. Ieder individu kan een gebruikersaccount maken en hierop zelf filmpjes plaatsen. Ook is het mogelijk reacties onder filmpjes van anderen te plaatsen. YouTube is een eenvoudige methode om promotiefilmpjes te plaatsen en deze vervolgens te koppelen aan de website van de organisatie. Een promotiefilmje zou een goede bijdrage kunnen leveren om de organisatie en haar projecten extra onder de aandacht te brengen. De 'goede doelen markt' is een emotiemarkt. Er wordt steun gezocht voor een bepaald project, dus dient men gemotiveerd te worden om deze steun te bieden. Binnen deze markt gebeurt dit vaak door middel van promotiefilmpjes. Via deze methode kan de organisatie letterlijk laten zien wat zij doet en tot welk doel een project dient. Bovendien kan de huidige situatie in beeld worden weergegeven, dit kan de kijker extra motiveren.

LinkedIn

LinkedIn is een sociale netwerksite voor bedrijven en professionals. Elk individu en elke organisatie kan bij LinkedIn een profiel aanmaken en zich aanmelden bij het netwerk van hun (ex)werkgever, collega's, studiegenoten enzovoorts. LinkedIn is gericht op netwerkvergroting. Op LinkedIn kan men een online cv plaatsen en zo zichzelf presenteren. Ook kan men een persoon als collega of werknemer aanbevelen. LinkedIn is geschikt voor het onderhouden van contacten, maar is geen fondsenwervend middel of een middel om nieuwe projecten onder de aandacht te brengen.

Rangschikking en user generated content

Gebruikers van Hyves, Facebook, Twitter en YouTube kunnen aangeven dat zij een geplaatst item leuk vinden. Berichten met veel positieve beoordelingen of reacties komen bovenaan de pagina te staan. Hierdoor zorgen

de gebruikers voor rangschikking van de inhoud. Doordat leden van het netwerk berichten kunnen plaatsten en op berichten kunnen reageren verzorgen zij voor een groot deel zelf de inhoud van de pagina. Een organisatie kan hierdoor gemakkelijk zien welke onderwerpen haar leden aanspreken en waaraan zij waarde hechten. Op deze wijze krijgt het netwerk een *user generated content*: de gebruiker voegt zelf inhoud toe.

Geef Gratis

Geef Gratis is een website waarbij goede doelen zich kunnen aansluiten. Het goede doel krijgt dan een eigen pagina waarop de organisatie zelf informatie kan toevoegen. Een organisatie kan ook toekomstige projecten toevoegen waarvoor zij budget nodig heeft. De pagina bevat een gratis donatiemodule, waardoor bezoekers direct geld kunnen doneren aan het doel van hun keuze.

Nieuwsbrief

Een nieuwsbrief is een middel om meer binding met de achterban van een organisatie te genereren. Er is keuze uit een papieren en een digitale nieuwsbrief. De papieren versie brengt, in tegenstelling tot de digitale versie, veel kosten met zich mee. In het geval van fondsenwerving kan de organisatie haar steunende fondsen door middel van een nieuwsbrief op de hoogte houden van lopende projecten en andere belangrijke zaken. In een nieuwsbrief kunnen ook toekomstplannen worden besproken, wat het fonds wellicht geïnteresseerd kan maken in een nieuw project (Van der Westen, 2010 pag. 272-273).

Telemarketing

Bij telemarketing worden potentiële donateurs telefonisch benaderd met het verzoek een donatie te doen. Deze methode van werven is vrij direct en tijdsintensief, waardoor het hoge arbeidskosten met zich meebrengt. Telefonisch werven wekt vaak irritatie op bij de potentiële donateurs, waardoor het middel een averechts effect heeft. Bovendien kan deze methode voor de werver erg zwaar zijn, het werkt erg ontmoedigend als slechts één op de twintig personen positief reageert. Bovendien blijven de mogelijkheden van telemarketing door de komst van het Bel-me-niet Register steeds meer beperkt (Van der Westen, 2010 pag. 137-140).

Direct mail

Direct mail staat voor het werven van donateurs middels een brief. Direct mail is een milde techniek. Je confronteert mensen niet direct met je vraag, maar geeft ze de tijd om het te laten bezinken. Bij deze techniek wordt de organisatie niet geconfronteerd met brieven die in de prullenmand verdwijnen, maar enkel met de giften die op haar bankrekening binnen komen. De theorie raadt aan de methode te testen, alvorens deze in te zetten. Het is zonde om een groot aantal brieven te versturen, terwijl het aantal donaties uitblijft. Het is daarom verstandig eerst een percentage van het geplande aantal brieven te verzenden om te meten hoe hoog het aantal donaties is (Van der Westen, 2010 pag.146-151).

Zowel telemarketing als bij direct mail brengen relatief hoge kosten met zich mee en er is gemiddeld 1 tot 1,2 jaar nodig om deze kosten terug te verdienen. Bovendien boekt direct mail slechts een gemiddelde respons van 1 tot 2% en gemiddelde eenmalige donatie van €10,- tot €20,- (Van der Westen, 2010 pag. 142).

Bedankbrief

Het valt in alle gevallen, zowel bij fondsenwerving als bij donaties van individuen, aan te bevelen donateurs een bedankbrief te sturen. Dit bevordert de band tussen donateur en organisatie en leidt wellicht tot een tweede donatie (Van der Westen, 2010 pag. 194).

Hoofdstuk 4: Resultaten praktijkanalyses

In dit hoofdstuk vindt u een analyse van negen gehonoreerde en vier afgewezen projecten/initiatieven. Stichting Voeten in de Aarde heeft als enige naast gehonoreerde ook vier afgewezen projecten/initiatieven openbaar gemaakt. Om die reden zijn er niet meer dan vier afgewezen projecten/initiatieven geanalyseerd. Per voorbeeld is uitgewerkt welke factoren aan- of afwezig zijn bij het genoemde project. Aan de hand van deze analyse is deelvraag 3 beantwoord. Deze beantwoording vindt u terug in hoofdstuk 6.

De voorbeelden zijn eerst afzonderlijk beoordeeld. Per voorbeeld is gekeken naar inhoudelijk aanwezige factoren van het project. De projecten zijn tevens vergeleken met de criteria van het fonds. Vervolgens zijn de voorbeelden met elkaar vergeleken om steeds terugkomende factoren in kaart te brengen. Zoals in paragraaf 1.7 is benoemd zijn de analyses enkel op de korte projectomschrijving gebaseerd, omdat fondsen geen inzicht boden in de volledige aanvraag. Er is dus geen informatie bekend over de documenten die door de aanvrager wel of niet zijn aangeleverd bij het indienen van de aanvraag, waardoor de er geen analyse van de totale aanvraag mogelijk was.

Indien de aanvragende organisatie en het gehonoreerde bedrag openbaar is gemaakt, is deze genoemd.

4.1 Gehonoreerde aanvragen

Voorbeeld 1: Het aanleggen van waterleiding in een Nepalees dorp (Stichting Voeten in de Aarde)

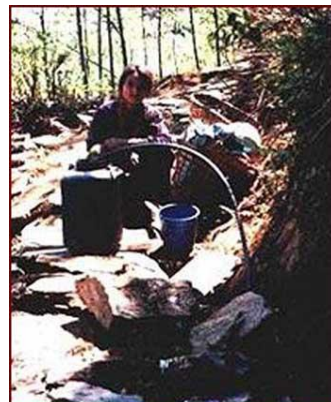
Fonds: Stichting Voeten in de Aarde

Aanvragende organisatie: Vajra

In een bergdorp moet het water te voet van ver worden gehaald, in samenwerking met de plaatselijke bevolking wordt een waterleiding aangelegd. Tevens worden voorzieningen voor onderhoud getroffen. Bijdrage €6.140,- (Voeten in de Aarde, projectvoorbeelden).

Projectinhoudelijk

Stichting Voeten in de Aarde heeft financiële steun geboden voor het aanleggen van een waterleiding in een dorp in Nepal. De aanvraag is ingediend door een organisatie die diverse projecten in Nepal heeft gerealiseerd. Op de afbeelding⁴ is te zien hoe bar de omstandigheden van de oorspronkelijke watervoorziening waren. Water is een van de belangrijkste levensbehoeftes van de mens. Door een waterleiding aan te leggen kan een grote groep mensen in deze levensbehoefte worden voorzien. Door dit project te realiseren is er een kwetsbare groep in de samenleving geholpen. De waterleiding zal vele jaren meegaan en dus zowel nu als in de toekomst mensen van water kunnen voorzien. De resultaten van dit project zijn duidelijk en direct zichtbaar. Dit project werpt na realisatie direct duidelijke vruchten af. De factoren die bij dit project naar voren komen zijn groepsgericht, duurzaam, realiseerbaar en duidelijke zichtbaarheid van de resultaten, ook de urgentie van het project is hier van belang.



Afbeelding 3.1 De oorspronkelijke watervoorziening (Vajra, 1999)

Criteria

Stichting Voeten in de Aarde steunt initiatieven gericht op:

- rechtvaardige verdeling van geld, kennis en macht
- behoud en verbetering van het milieu

⁴ Afbeelding: watervoorziening 'hoe het was'. (1999) Bron: www.vajra.nl

- naleving van mensenrechten
- respectvol omgaan van mensen met elkaar en hun omgeving

En heeft een voorkeur voor:

- kleinschalige, originele, inspirerende en op korte termijn uitvoerbare activiteiten
- directe contacten en korte lijnen met betrokkenen ter plaatse
- initiatieven gericht op zelfwerkzaamheid en zelfredzaamheid en financiële onafhankelijkheid van de betrokkenen

Het aanleggen van de watervoorziening draagt bij aan een rechtvaardige verdeling van geld, kennis en macht. De bewoners van het dorp beschikken zelf niet over de financiële middelen om de waterleiding aan te leggen. De watervoorziening is een voorbeeld van naleving van mensenrechten, aangezien elke persoon recht heeft op schoon drinkwater en goede leefomstandigheden. Er is hier geen sprake van een kleinschalig project, maar wel van een initiatief met directe contacten met de betrokkenen ter plaatse. De waterleiding is in samenwerking met de bewoners aangelegd en er is dus participatie van de doelgroep.

Voorbeeld 2: Het opleiden van Cliniclowns in Roemenië (Stichting Voeten in de Aarde)

Fonds: Stichting Voeten in de Aarde

Aanvragende organisatie: Cliniclowns Nederland

Een ervaren Nederlandse Cliniclown leidt Roemenen op om daar in ziekenhuizen op te kunnen treden. Bijdrage eenmalig €6.800,- en €1.360,- gedurende drie jaar (Voeten in de Aarde, projectvoorbeelden).

Projectinhoudelijk

Stichting Voeten in de Aarde heeft financiële steun geboden voor het opleiden van Cliniclowns. Het gaat hierbij zelfs niet om eenmalige, maar om langdurige steun (drie jaar). Cliniclowns gaan langs bij verschillende ziekenhuizen in Nederland waar zij zieke en gehandicapte kinderen bezoeken. Zij zorgen voor afleiding en plezier voor deze kinderen. Het is duidelijk dat hierbij een specifiek achtergestelde en kwetsbare groep in de samenleving wordt geholpen. Het opleiden van nieuwe Cliniclowns zorgt ervoor dat er aan meer kinderen tegelijkertijd hulp kan worden geboden. De positieve resultaten die het project boekt zijn direct zichtbaar, als de Cliniclowns eenmaal zijn opgeleid kunnen zij direct aan het werk. Het is tevens een duurzaam project, niet alleen kinderen nu, maar ook in de toekomst kunnen worden geholpen. Het project boekt dus ook resultaten op langere termijn. Een praktische factor is dat het project op vrij korte termijn realiseerbaar is. Bij dit project komen dezelfde factoren als bij het bovenstaande project naar voren: het maatschappelijk belang, duurzaamheid, realiseerbaarheid, groepsgerichtheid en de zichtbaarheid van de resultaten.

Criteria

Bij voorbeeld 1 staan de criteria van Stichting Voeten in de Aarde genoemd. In dit initiatief is er niet direct sprake van een eerlijke verdeling van geld, kennis en macht, maar er is wel sprake van eerlijkheid. Zieke kinderen verdienen goede zorg en begeleiding en plezier. Dit zou gezien kunnen worden als naleving van mensenrechten, omdat elk kind recht heeft op een plezierige jeugd. In dit initiatief is er sprake van respectvol omgaan met elkaar en omgeving. Het is een kleinschalig en op korte termijn uitvoerbaar project, bovendien is er bij deze trainingen sprake van direct contact met de betrokkenen: namelijk de Cliniclowns die contact hebben met de kinderen.

Voorbeeld 3: Rolstoelfiets voor bewoners met een beperking (Monuta Charity Fund)

Fonds: Monuta Charity Fund

Aanvragende organisatie: Tehuis Ipse de Brugge

Tehuis Ipse de Brugge diende een aanvraag in voor de aanschaf van een rolstoelfiets. Met deze fiets kunnen de bewoners met een geestelijke of lichamelijke beperking buiten fietsen. Met de donatie van €2.500,- waren ze in staat om de rolstoelfiets aan te schaffen (Monuta Charity Fund, voorbeelden).

Projectinhoudelijk

Een tehuis doet een aanvraag voor een rolstoelfiets voor bewoners met een beperking. Op de afbeelding⁵ is de feestelijke onthulling van deze fiets te zien. Het hebben van een rolstoelfiets biedt voor hen extra mogelijkheden. Het is een aanvraag ten behoeve van een kwetsbare groep in de maatschappij. Door deze aanvraag te honoreren biedt het fonds extra mogelijkheden aan de bewoners van het tehuis. Niet alleen bewoners van nu, maar ook in de toekomst. De rolstoelfiets is een duurzame investering, deze fiets zal naar verwachting meerdere jaren meegaan en kan dus ook in de toekomst uitkomst bieden. De resultaten die de financiële steun levert zijn direct duidelijk. Bovendien is de aanschaf op korte termijn te realiseren. Duurzaamheid, realiseerbaarheid, groepsgerichtheid, het maatschappelijk belang en de zichtbaarheid van de resultaten nemen ook hier een rol in.



Afbeelding 3.2 Onthulling rolstoelfiets(Monuta)

Criteria

Het Monuta Charity Fund steunt projecten die een bijdrage leveren aan de kwaliteit van het leven. De stichting is bedoeld voor kwetsbare mensen in de samenleving in de zin van een verstandelijke of lichamelijke beperking, een ziekte of een sociale of economische achterstand. Het moet gaan om kleinschalige projecten waar normaal gesproken geen geld voor is en waarbij vrijwilligers een rol spelen.

De bijdrage die het fonds levert is eenmalig.

Bij het aanschaffen van een rolstoelfiets gaat het om een eenmalige bijdrage. De rolstoelfiets draagt bij aan de kwaliteit van het leven van de bewoners van het tehuis. De bewoners hebben een geestelijke of lichamelijke beperking. De doelgroep van deze aanvraag past dus volledig bij de doelstelling van het fonds.

Voorbeeld 4: Trainingen voor begeleiders van gespreksgroepen voor dementerenden (R.C. Maagdenhuis)

Fonds: Het R.C. Maagdenhuis

Aanvragende organisatie: onbekend

Het R.C. Maagdenhuis droeg €17.820,- bij voor het opzetten van gespreksgroepen voor mensen met (beginnende) dementie. Het Maagdenhuis financierde de training voor de begeleiders van deze gespreksgroepen (R.C. Maagdenhuis, projecten in Nederland).

Projectinhoudelijk

Deze aanvraag is ingediend voor het opleiden van begeleiders van gespreksgroepen voor mensen met dementie. Dit is een groepsgericht project, waarmee een maatschappelijk belang is beoogd. De resultaten

⁵ Afbeelding onthulling rolstoelfiets. Bron: www.monuta.nl Deze afbeelding is bijgevoegd om de beeldvorming bij de term rolstoelfiets te verduidelijken.

van het project zullen snel zichtbaar zijn, als de begeleiders eenmaal zijn opgeleid kunnen zij direct aan het werk. Aanvragen voor bijdragen voor het organiseren van trainingen zijn veelal duurzaam van aard. De begeleiders kunnen personen in het heden, maar ook in de toekomst begeleiden. Tevens geldt, hoe meer begeleiders er zijn opgeleid hoe meer mensen er kunnen worden begeleid. Bovendien geldt voor dit project hetzelfde als voor het project voor Cliniclowns, het was op korte termijn realiseerbaar, de motivatie van de begeleiders was er al, alleen de financiële middelen ontbraken. Bij dit project komen dezelfde factoren als bij de vorige aanvragen naar voren: duurzaamheid, realiseerbaarheid, groepsgerichtheid, het maatschappelijk belang en de zichtbaarheid van de resultaten.

Criteria

Het Maagdenhuis richt zich vooral op vernieuwende projecten voor ouderen en jongeren. Projecten van/voor allochtonen en zwerfjongeren krijgen bijzondere aandacht. Het Maagdenhuis steunt sociale initiatieven van organisaties, die de doelgroep helpen uiteindelijk beter voor zichzelf te kunnen zorgen.

Aangezien het project gericht is op personen met beginnende dementie, zal de doelgroep vooral uit ouderen bestaan. Dit valt dus binnen de doelgroep van het fonds. Er is sprake van een sociaal initiatief, dat wellicht niet direct tot resultaat heeft dat de doelgroep beter voor zichzelf kan zorgen, maar het kan wel een positieve bijdrage aan het leven van de doelgroep zijn.

Voorbeeld 5: Dakloze jongerenopvang (R.C. Maagdenhuis)

Fonds: Het R.C. Maagdenhuis

Aanvragende organisatie: onbekend

Het R.C. Maagdenhuis droeg €24.820,- bij voor de opvang van dakloze jongeren van 12 tot 17 jaar zonder financiële middelen (R.C. Maagdenhuis, projecten in Nederland).

Projectinhoudelijk

Een projectaanvraag voor het opzetten van een opvang voor dakloze jongeren. Een groepsgericht project waarbij een kwetsbare groep in de samenleving wordt geholpen. Dat het om een jongerenopvang gaat, voor jongeren tussen 12 en 17 jaar, neemt een extra belangrijke rol in. Deze jongeren zijn niet op een leeftijd waarop mag worden verwacht dat zij dermate zelfredzaam zijn. Zij hebben zorg en hulp van anderen nodig en bevinden zich in een kwetsbare positie. Op deze leeftijd zouden zij op school moeten zitten en zich verder ontplooien, in tegenstelling tot het op straat zwerven.

Het opvangcentrum kan directe hulp aan de jongeren bieden, waardoor de resultaten ook direct zichtbaar zijn. Het project draagt bij aan het maatschappelijk belang en de ontwikkeling van deze groep jongeren in de hoop hen een betere toekomst te kunnen bieden. Dit project is ook duurzaam en wel in twee opzichten. Ten eerste het aantal jongeren dat kan worden geholpen: een opvangcentrum kan vele jaren blijven bestaan en kan dus jongeren in het heden en in de toekomst onderdak en hulp bieden. Ten tweede het profijt dat deze jongeren van de opvang hebben: door jongeren onderdak te bieden hebben zij kans op een betere toekomst, daar zullen zij de rest van hun leven profijt van hebben. Hier komen duidelijk dezelfde factoren naar voren als bij de bovengenoemde projecten: duurzaamheid, het maatschappelijk belang, groepsgerichtheid en de zichtbaarheid van de resultaten.

Criteria

De criteria van het R.C. Maagdenhuis staan in het vorige voorbeeld (4) genoemd. In dit voorbeeld is er sprake van een project gericht op zwerfjongeren, dit valt dus volledig binnen de doelgroep van het fonds. Door het

oprichten van de opvang zullen de zwerfjongeren uiteindelijk betere toekomstperspectieven hebben en beter voor zichzelf kunnen zorgen. Dit laatste is tevens een belangrijk punt voor het fonds.

Voorbeeld 6: VoorleesExpress (VSB Fonds)

Fonds: Het VSB Fonds

Aanvragende organisatie: VoorleesExpress

Het VSB fonds ondersteunt de VoorleesExpress, een project waarbij allochtone kinderen wekelijks thuis worden voorgelezen door autochtone jongeren. Dit helpt de taalachterstand bij deze kinderen te verminderen en het brengt mensen met verschillende achtergronden bij elkaar (VSB Fonds, Mens en Maatschappij, projectvoorbeelden).

Projectinhoudelijk

Het VSB fonds heeft financiële steun geboden aan het project de VoorleesExpress. Een project ter bevordering van integratie. Allochtone kinderen worden door autochtone jongeren wekelijks voorgelezen en geholpen met hun taalachterstand, een heel belangrijk punt op het gebied van integratie. Dit project is gericht op een kwetsbare groep in de samenleving. Het project draagt bij aan de kwaliteit van het leven van deze kinderen. Kinderen met een taalachterstand vinden minder snel aansluiting in de maatschappij en zullen ook in de toekomst, als hun taalachterstand niet verbetert, minder mogelijkheden hebben. Door hen hier al op jonge leeftijd in te begeleiden, zal hun taalachterstand steeds kleiner worden en hebben zij betere perspectieven. Dit is duidelijk een duurzaam project, niet alleen kunnen kinderen van nu, maar ook in de toekomst worden geholpen en de kinderen zullen hier hun leven lang profijt van hebben. De resultaten die dit project boekt zijn zichtbaar in de (taal)ontwikkeling van de kinderen. Duurzaamheid, realiseerbaarheid, groepsgerichtheid, het maatschappelijk belang en de zichtbaarheid van de resultaten spelen ook hier een rol.

Criteria

Het VSB Fonds wil bijdragen aan de individuele ontwikkeling van de mens en diens betrokkenheid bij de samenleving vergroten.

Het fonds wil bevorderen dat:

- mensen elkaar ontmoeten, zodat ze elkaar leren kennen, begrijpen, respecteren en inspireren
- iedereen kan deelnemen aan het sociale en economische leven onder condities die het welbevinden en individuele potenties stimuleren, zodat niemand wordt uitgesloten
- mensen inzicht krijgen in de cultuurhistorische context van zichzelf en anderen om daarmee zichzelf en anderen beter te begrijpen en met anderen samen te leven.
- het innerlijk leven van een zo groot mogelijke groep mensen wordt verrijkt en de verbeeldingskracht gevoed, opdat mensen daarmee vreugde ervaren en de inspiratie vinden om zichzelf verder te ontwikkelen en een bijdrage te leveren aan de samenleving.

De VoorleesExpress is gericht op de individuele ontwikkeling van kinderen. Mensen ontmoeten elkaar en leren elkaar kennen. Door de kinderen met hun taalachterstand te helpen worden hun individuele potenties gestimuleerd, waardoor zij anderen beter kunnen begrijpen.

Voorbeeld 7: Kerstpakketten(Stichting Boschuyzen)

Fonds: Stichting Boschuyzen

Aanvragende organisatie: Stichting STEK (Stad en kerk)

Stichting Boschuyzen heeft afgelopen jaar Stichting STEK in Den Haag geholpen met het mogelijk maken van kerstpakketten voor gezinnen die het niet breed hebben (Boschuyzen, voorbeelden).

Projectinhoudelijk

Stichting Boschuyzen bood financiële steun aan Stichting STEK om gezinnen die het niet breed hebben van kerstpakketten te kunnen voorzien. Een groepsgerichte aanvraag, waarbij een achtergestelde groep in de samenleving direct baat heeft. Deze mensen hebben in de maatschappij minder mogelijkheden door hun financiële situatie. Het project is misschien niet duurzaam in de zin van dat het langdurige resultaten boekt, maar wellicht blijft dit gebaar wel langdurig bij deze mensen in gedachten. Het project is kleinschaliger en simpeler in vergelijking met de eerder genoemde projecten. Bij dit project nemen vooral realiseerbaarheid en groepsgerichtheid een rol in.

Criteria

Stichting Boschuyzen biedt alleen steun aan:

- op jongeren gerichte projecten in Nederland, met een lichte voorkeur voor projecten in Den Haag
- instellingen, verenigingen, stichtingen of persoonlijke initiatieven zonder winstoogmerk
- het liefst kleinschalige projecten, (mede) opgezet door vrijwilligers

Dit project is gericht op gezinnen, waardoor de doelgroep jongeren is betrokken. Het project vindt plaats in Den Haag, waarvoor de stichting een lichte voorkeur heeft. Het project is kleinschalig en het is opgezet door vrijwilligers. Dit project sluit dus goed aan op de criteria van het fonds.

Voorbeeld 8: Nieuwe uniformen voor dorpsharmonie (Elise Mathilde Fonds)

Fonds: Elise Mathilde Fonds

Aanvragende organisatie: onbekend

Het Elise Mathilde Fonds doet een bijdrage aan een dorpsharmonie die nieuwe uniformen en instrumenten nodig heeft (Elise Mathilde, donaties).

Projectinhoudelijk

Een dorpsharmonie doet een aanvraag voor nieuwe uniformen en instrumenten. Een aanvraag met een duurzaam karakter, want nieuwe uniformen en instrumenten gaan meerdere jaren mee. Gezien het culturele karakter van het project wordt ook hiermee een maatschappelijk belang beoogd. Tevens is het bespelen van een instrument goed voor de ontwikkeling van de mens. Een project met een ander karakter dan de grotere groepsgerichte projecten genoemd hierboven, maar eveneens een project waarbij groepsgerichtheid, duurzaamheid en realiseerbaarheid een rol spelen.

Criteria

Het fonds verleent steun aan:

- instellingen die een algemeen sociaal, cultureel of ideëel doel nastreven

Voorwaarde is dat deze instellingen:

- zonder winstoogmerk opereren
- werken met inzet van vrijwilligers en statutair gevestigd zijn in regio Utrecht of Rotterdam, tenzij van landelijk belang

Op incidentele schaal wordt een bijdrage geleverd aan de aanschaf van professionele muziekinstrumenten of museale kunstvoorwerpen.

Zoals in de criteria staat vermeld doet het fonds incidenteel bijdragen voor de aanschaf van muziekinstrumenten, hiervan is in dit voorbeeld sprake. Dit project heeft een sociaal en cultureel karakter en sluit dus aan op de criteria van het fonds.

Voorbeeld 9: Opvangcentrum voor zwerfjongeren (RDO Balije van Utrecht)

Fonds: RDO Balije van Utrecht

Aanvragende organisatie: Singelzicht

Singelzicht biedt onderdak en individuele begeleiding aan dak- en thuisloze jongens en meisjes van 17 tot 23 jaar. De focus ligt op het oplossen van problemen en het werken aan een positieve toekomst in en met de maatschappij (RDO Balije van Utrecht, projectondersteuning).

Projectinhoudelijk

Een projectaanvraag voor het opzetten van opvangcentrum voor zwerfjongeren in Utrecht. Een voorbeeld van een uiterst duurzaam project. Een groepsgericht project waarmee een kwetsbare groep in de samenleving wordt geholpen. Het maatschappelijk belang van deze jongeren staat voorop. De focus ligt op het oplossen van hun problemen en het werken aan een positieve toekomst. Er mag worden verwacht dat dit opvangcentrum vele jaren dienst kan doen. Hierbij zijn zowel zwerfjongeren nu als in de toekomst gebaat. Tevens zullen de jongeren de rest van hun leven profijt hebben van de hulp die hen nu wordt geboden. Bovendien zal een dergelijk opvangcentrum positief zijn voor de gehele samenleving in Utrecht, aangezien er nu minder jongeren op straat zwerven. Het is een project wat meer tijd vergt om te realiseren, maar zeker zijn vruchten afwerpt. Door deze jongeren onderdak te bieden bied je hen een kans op een betere toekomst. De jongeren worden niet alleen opgevangen, maar ook geholpen met hun problemen en begeleid. Hier komen duidelijk dezelfde factoren naar voren als bij de bovengenoemde projecten: duurzaamheid, maatschappelijk belang, groepsgericht en de zichtbaarheid van de resultaten.

Criteria

Het fonds biedt zowel individuele steun als projectmatige steun waarbij een grote groep hulpbehoevenden is gebaat. Er wordt alleen steun verstrekt die direct bestemd is voor de hulpbehoevenden. Er worden geen bijdragen gegeven voor personele of exploitatiekosten.

Voorbeelden van steunwaardige projecten zijn:

- Hospices
- Opvangcentra voor zwerfjongeren
- Voeselbanken
- Laagdrempelige eetgelegenheden voor meer sociale cohesie
- Resocialisatieprojecten
- Noodhulpbureaus

Met het opzetten van deze opvang is een grote groep hulpbehoevenden gebaat. De financiële steun is direct bestemd voor de doelgroep. In de voorbeelden van steunwaardige projecten wordt ook het opvangcentrum genoemd. Dit initiatief sluit dus goed aan op de criteria van het fonds.

4.2 Afgewezen aanvragen

Voorbeeld 1: Bijdrage deelname vrijwilligerswerk (Stichting Voeten in de Aarde)

Een recent afgestudeerde gezondheidspsychologe vraagt een bijdrage om aan een vrijwilligersproject in Indonesië deel te kunnen nemen (Voeten in de Aarde, projectvoorbeelden).

Fonds: Stichting Voeten in de Aarde
Aanvragende organisatie: onbekend

Projectinhoudelijk

Bij deze aanvraag vraagt een psychologe een bijdrage om aan een vrijwilligersproject deel te kunnen nemen. Dit is in principe een positief initiatief. Echter, de bijdrage die zij hier vraagt is voor haarzelf en komt niet ten behoeve van het vrijwilligersproject. De bijdrage zal dienen om haar reis naar Indonesië te financieren en is dus niet direct ten behoeve van de doelgroep van het vrijwilligersproject. De bijdrage die hier wordt aangevraagd is voor een individu, namelijk de studente en dus niet groepsgericht. Bovendien is hier ook niet direct sprake van een aanvraag voor een project, het vrijwilligersproject wordt wel genoemd, maar hier is de bijdrage niet direct voor bestemd. Het bieden van financiële steun aan deze psychologe zou geen zichtbare effecten hebben voor een kwetsbare groep.

De groepsgerichtheid, zichtbaarheid van resultaten, duurzaamheid en het maatschappelijk karakter dat de in de vorige paragraaf genoemde projecten hebben ontbreken hier.

Criteria

Stichting Voeten in de Aarde steunt initiatieven gericht op:

- rechtvaardige verdeling van geld, kennis en macht
- behoud en verbetering van het milieu
- naleving van mensenrechten
- respectvol omgaan van mensen met elkaar en hun omgeving

En heeft een voorkeur voor:

- kleinschalige, originele, inspirerende en op korte termijn uitvoerbare activiteiten
- directe contacten en korte lijnen met betrokkenen ter plaatse
- initiatieven gericht op zelfwerkzaamheid en zelfredzaamheid en financiële onafhankelijkheid van de betrokkenen

De stichting heeft een uitgesproken voorkeur voor projecten waarbij duidelijk sprake is van eigen initiatief en inbreng van de doelgroep. Als zij een aanvraag had gedaan voor een bijdrage voor het vrijwilligersproject in kwestie, had zij wellicht kans van slagen gehad, omdat er dan wel een directe groep bij gebaat zou zijn. Dit initiatief is niet gericht op een van de criteria of voorkeuren van het fonds.

Voorbeeld 2: Buurtfeest (Stichting Voeten in de Aarde)

Fonds: Stichting Voeten in de Aarde
Aanvragende organisatie: Buurtwerk stichting

Een buurtwerk stichting vraagt een bijdrage voor het organiseren van een buurtfeest (Voeten in de Aarde, projectvoorbeelden).

Projectinhoudelijk

Deze aanvraag verschilt van de eerdere genoemde aanvragen. Bij deze aanvraag is er niet direct sprake van een maatschappelijk belang. Deze aanvraag biedt geen mogelijkheden of kansen voor een kwetsbare groep in de samenleving. Wellicht zou een buurtfeest tot meer integratie en sociale participatie in de buurt kunnen leiden, maar dit staat hier niet als beoogd doel genoemd. Tevens leidt het organiseren van een buurtfeest niet

tot zichtbare en duurzame resultaten in het maatschappelijk belang. Het ontbreken van deze factoren is mijns inziens de reden geweest tot afwijzing van deze aanvraag.

Criteria

Net als in het vorige voorbeeld sluit ook dit initiatief niet aan op de criteria en voorkeur van het fonds. Het is wel een kleinschalig en op korte termijn realiseerbaar initiatief, maar er is geen sprake van een project. Een bijdrage leveren aan dit project zou geen invloed hebben op de verdeling van geld, kennis en macht, het behoud of verbetering van het milieu of de naleving van mensenrechten.

Voorbeeld 3: Inrichtingskosten (Stichting Voeten in de Aarde)

Fonds: Stichting Voeten in de Aarde

Aanvragende organisatie: Buurtcentrum

Een buurtcentrum vraagt een bijdrage voor inrichtingskosten (Voeten in de Aarde, projectvoorbeelden).

Projectinhoudelijk

Dit is een voorbeeld waarbij geen directe kwetsbare groep in de samenleving is gebaat. De inrichtingskosten zouden alleen ten goede komen aan de buurtbewoners die dit buurtcentrum bezoeken. Bovendien zouden deze kosten ook op een andere manier gefinancierd kunnen worden. De buurtbewoners zouden bijvoorbeeld zelf een bijdrage kunnen leveren. Als zij een nieuwe inrichting echt noodzakelijk achten, mag worden verwacht dat de buurtbewoners dit steunen. Door het bieden van financiële steun zou het fonds geen steun bieden aan een maatschappelijk belang.

Criteria

Dit voorbeeld sluit net als de vorige voorbeelden niet aan op de criteria en voorkeur van het fonds. Er is geen sprake van een project, maar van een bijdrage voor inrichtingskosten, hiervoor is het fonds niet bestemd.

Voorbeeld 4: Conferentie (Stichting Voeten in de Aarde)

Fonds: Stichting Voeten in de Aarde

Aanvragende organisatie: Faculteit Bedrijfskunde

Een Faculteitsvereniging Bedrijfskunde vraagt een bijdrage voor het organiseren van een conferentie. (Voeten in de Aarde, projectvoorbeelden).

Projectinhoudelijk

Met het indienen van deze aanvraag is geen achtergestelde groep in de samenleving gebaat. Deze conferentie helpt geen kwetsbare groep in de samenleving. De kosten van deze conferentie zouden normaliter voor rekening van de faculteitsvereniging vallen. Bovendien is hier geen sprake van een daadwerkelijk project. In de voorwaarden van Stichting Voeten in de Aarde staat vermeld dat zij uitsluitend bijdragen doen voor het opzetten van projecten waarbij kwetsbare groepen worden geholpen.

Criteria

De criteria van Stichting Voeten in de Aarde zijn in voorbeeld 1 van deze paragraaf genoemd. Er is hier geen sprake van een project, maar van een bijdrage voor een conferentie. Die sluit niet aan op de criteria en voorkeur van het fonds. Honorering van deze aanvraag zou geen positieve invloed hebben op een van de criteria van het fonds.

4.3 Toelichting factoren

In deze paragraaf zal ik factoren die in paragraaf 4.1 en 4.2 aan bod zijn gekomen nader toelichten.

Duidelijke zichtbaarheid resultaten

Fondsen bieden steun aan projecten die duidelijke resultaten boeken en positieve effecten hebben voor kwetsbare groepen in de samenleving. Het moet duidelijk zijn welke invloed het project op de doelgroep zal hebben en welke belangen hiermee zijn beoogd. Een project wordt meestal opgezet om een bepaald probleem op te lossen of om een bepaalde groep mensen te helpen.

Duurzaamheid

De duurzaamheid van projecten speelt een belangrijke rol. 'Hoe lang blijft het beoogde effect zichtbaar?', is een belangrijke vraag die wordt gesteld bij het wel of niet honoreren van een aanvraag. Stichting het R.C. Maagdenhuis financierde een opvang voor dakloze jongeren in de leeftijd van twaalf tot zeventien jaar. De RDO Balije van Utrecht financierde een soortgelijk project, namelijk een opvang voor zwerfjongeren in de leeftijd van zeventien tot drieëntwintig jaar waar hen zowel onderdak als begeleiding wordt geboden. Beide opvangcentra zullen tot ver in de toekomst stand kunnen houden en zullen dus niet alleen jongeren van nu hulp kunnen bieden maar ook in de toekomst. De duurzaamheid van deze voorzieningen is dus zeer hoog.

Groepsgericht

Bij alle gehonoreerde aanvragen is er sprake van groepsgerichte projecten. De fondsen in deze voorbeelden honoreren geen aanvragen voor individuen of het eigen belang van een organisatie. Het project moet voor een grote en/of specifieke groep in de samenleving bestemd zijn en tot een verbetering in het leven van de doelgroep leiden. Als een afgestudeerde gezondheidspsychologe een bijdrage vraagt om deel te kunnen nemen aan een vrijwilligersproject in het buitenland, is dit een aanvraag voor een individu. Als zij een bijdrage zou vragen voor een project dat zij daar wil opzetten, heeft zij meer kans van slagen.

Realiseerbaar

Het is vanzelfsprekend dat een aanvraag realiseerbaar moet zijn, anders is een bijdrage weggegooid geld. Er zijn aanvragen die binnen enkele dagen of weken te realiseren zijn en aanvragen die meer tijd vergen. Deze tijdsperiode heeft in principe geen invloed op het wel of niet honoreren van de aanvraag, als maar duidelijk is dat de aanvraag te realiseren is.

Stichting Voeten in de Aarde droeg bij aan het opleiden van Cliniclowns en het R.C. Maagdenhuis leverde haar bijdrage aan trainingen voor begeleiders van personen met dementie. Dit zijn voorbeelden van projecten die op korte termijn realiseerbaar zijn en die een directe bijdrage leveren aan een groep mensen die in behoeftige omstandigheden verkeert. Naast trainingen zijn er ook andere projectvoorbeelden die op korte termijn realiseerbaar zijn, sommigen behoeven een grote financiële bijdrage, anderen een kleinere.

Aanvragen die meer realisatietijd vergen zijn veelal projecten waarbij grote bedragen worden gevraagd, zoals de waterleiding in Nepal en de opvangcentra voor dakloze jongeren. Dat deze projecten meer tijd vergen is niet belangrijk, het is belangrijk dat deze projecten überhaupt te realiseren zijn. Als projecten bij voorbaat al geen positieve perspectieven bieden tot realisatie, is financieren van een dergelijk project als wedden op een dood paard. Het feit dat juist zulke grootschalige en doelmatige projecten wel degelijk te realiseren zijn is positief.

Maatschappelijk belang

Het maatschappelijk belang wordt ook meerdere keren benoemd. Dit is vanzelfsprekend omdat alle fondsen in dit rapport opereren in de maatschappelijke sector. Fondsen in deze sector steunen projecten waarbij de kwaliteit van het leven van een kwetsbare groep in de samenleving direct wordt verbeterd.

Bij hogere bedragen worden er hogere eisen gesteld. Dit is begrijpelijk. Het fonds investeert in een project omdat zij verwacht dat het beoogde resultaat zal worden behaald. Fondsen zien graag dat hun bijdrage doelmatig wordt besteed. Zij mogen dan ook verwachten dat de betrokkenen zich voor de volle 100% inzetten om dit waar te maken.

Hoofdstuk 5: Resultaten interviews

In dit hoofdstuk vindt u de belangrijkste punten die in de interviews met professionals naar voren zijn gekomen. In totaal zijn er negen interviews afgenomen, waarvan vijf met fondsen en vier met succesvolle aanvragers. Een overzicht van de geïnterviewde personen is hieronder weergegeven.

Geïnterviewde fondsen: de positie van de toekenner

De heer G. Ramaekers	Secretaris Fonds Niet Voor Jezelf
De heer H. Goosen	Voorzitter Fonds Niet Voor Jezelf
Mevrouw M. Oosthof	Fondsencoördinator Monuta Charity Fund
De heer T. van Oosten	Adjunct directeur Oranje Fonds
De heer W. Stille	Fondsencoördinator Eureko Achmea Foundation

Geïnterviewde aanvragers: de positie van de aanvrager

De heer N. Ooms	Fondsenwerver voor 't Groene Sticht
Mevrouw M. Etman	Eigenaresse Tawa Tawa: ondersteuning en advies voor maatschappelijke organisaties (m.b.t. o.a. fondsenwerving)
	Fondsenwerver voor Fanga Musow en Stichting LOS
	Geeft workshops fondsenwerving
Mevrouw F. Meijer	Eigenaresse bedrijf: 'Communicatie en fondsenwerving'
	Fondsenwerver voor diverse organisaties
Mevrouw F. Verloop	Partner/Consultant fondsenwerving, sponsoring en communicatie bij Leenaers Verloop
	Associate senior consultant bij Brakeley UK
	Fundraising & Management Consultants
	Geeft workshops en lezingen over sponsoring en grote gift fondsenwerving

In de eerste paragraaf zijn de belangrijkste uitkomsten in tabelvorm weergegeven. Het gaat hier om elf factoren die volgens de geïnterviewden een belangrijke rol innemen bij succesvol fondsenwerven. Per geïnterviewde is aangegeven of hij/zij deze factor wel of niet belangrijk vindt. In de tabel is ook het percentage van geïnterviewden dat deze mening deelt weergegeven.

De factor naamsbekendheid wordt in de tabel twee keer genoemd, namelijk grote naamsbekendheid en enige naamsbekendheid. Deze keuze is gemaakt omdat uit de interviews is gebleken dat de naamsbekendheid van de aanvrager voor fondsen een geringe tot geen rol inneemt, maar dat het hebben van een heel grote naamsbekendheid voor de aanvragende organisatie wel nadelig kan zijn. Ook is door een aantal geïnterviewden benoemd dat het wel voordeel kan bieden als een fonds al enigszins bekend is met de aanvragende organisatie, ten opzichte van een situatie waarin het fonds nog nooit van de organisatie heeft gehoord.

De antwoorden van de heer Ramaekers en de heer Goosen worden als één geteld aangezien zij werkzaam zijn in het bestuur van hetzelfde fonds en tegelijkertijd geïnterviewd zijn. Hierbij is gebleken dat zij op elk vlak dezelfde mening delen.

5.1 Uitkomsten interviews in percentages

Relevante factoren									
Belangrijk ja/nee	Fondsen				Aanvragers				Percentage ja
Geïnterviewde	De heer Ramaekers en de heer Goosen	Mevrouw Oosthof	De heer van Oosten	De heer Stille	De heer Ooms	Mevrouw Etman	Mevrouw Meijer	Mevrouw Verloop	
Grote naamsbekendheid	Nee	Nee	Nee	Nee	Nee	Nee	Ja	Nee	12,5%
Enige naamsbekendheid	Ja	Nee	Nee	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	75%
Reputatie	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	100%
Aanwezige voorkeur voor bepaalde projecten/doelgroepen bij fondsen	Ja	Ja	Nee	Nee	Ja	Ja	Ja	Ja	75%
Persoonlijke brief	Ja	Ja	Nee	N.v.t.	Ja	Ja	Ja	Ja	86%
Hoeveelheid informatie	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	100%
Zorgvuldigheid en kwaliteit	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	100%
Duurzaam, realiseerbaar, groepgericht en duidelijke resultaten	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	100%
Inhoudelijke betrokkenheid	Ja	N.v.t.	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	100%
Fondsen uitnodigen	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	100%
Vernoeming op website	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	100%

5.2 Toelichting resultaten interviews

In deze paragraaf worden de resultaten uit de interviews toegelicht. Het fondsenwervende traject is hierbij verdeeld in drie fasen: de voorbereidingsfase, de wervingsfase en de samenwerkingsfase. Per fase zullen de belangrijkste stappen die een aanvragende organisatie kan zetten worden behandeld. Alvorens hier dieper op in te gaan zal ik eerst de verschillende fasen toelichten.

De voorbereidingsfase is de fase voorafgaand aan de daadwerkelijke werving. In deze fase heeft de organisatie besloten aan fondsenwerving te gaan doen. In de voorbereidingsfase dienen de zaken eerst op een rijtje gezet te worden, voordat er actief naar fondsen kan worden gezocht. Er zijn verschillende methoden om geschikte fondsen te vinden, deze zullen hier worden benoemd.

De wervingsfase is de fase waarin de aanvrager fondsen gaat benaderen. Bij het indienen van aanvragen dienen diverse documenten aangeleverd te worden, wat fondsen precies wensen te ontvangen verschilt per fonds. Een aantal documenten is extra belangrijk, dit zal hier worden toegelicht.

De samenwerkingsfase is de fase na honorering van de aanvraag. De aanvraag is goedgekeurd en het fonds heeft een bijdrage aan de organisatie gedaan. Deze fase heeft betrekking tot het contact dat na de honorering plaatsvindt tussen de organisatie en het fonds. Er zijn verschillende manieren en middelen om dit contact te onderhouden, de belangrijkste methoden worden hier benoemd. In de subparagrafen zijn ook door de geïnterviewden gegeven tips genoemd.

5.2.1 Voorbereidingsfase

Naamsbekendheid

Zoals in de inleiding van dit hoofdstuk is aangegeven, is de factor naamsbekendheid gesplitst in grote naamsbekendheid en enige naamsbekendheid. Met 87,5% zeggen bijna alle geïnterviewden dat een grote naamsbekendheid voor een aanvragende organisatie niet belangrijk is. Op basis van de geïnterviewde fondsen is dit zelfs 100%. Slechts één persoon van de geïnterviewde aanvragers denkt dat een grote naamsbekendheid belangrijk is. Fondsen stellen dat zij zich niet laten beïnvloeden door de bekendheid van een aanvragende organisatie. De meesten van hen geven zelfs aan dat een aanvragende organisatie eerder in het nadeel is als zij grote naamsbekendheid heeft. Fondsen proberen in te schatten wat de kansen zijn dat de aanvragende organisatie elders financiële steun kan vinden en passen eventueel hun besluit hierop aan. “Een organisatie is eerder in het nadeel als zij een grote naamsbekendheid heeft, zij kan dan elders ook wel slagen, zij hebben hun kanalen”, zegt de heer Ramaekers hierover. Een grote naamsbekendheid lijkt voor een aanvragende organisatie dus niet nodig.

Hier staat echter tegenover dat 75% van de geïnterviewden wel denkt dat het hebben van enige naamsbekendheid van belang is. Alle geïnterviewde aanvragers zijn het hierover eens, van de geïnterviewde fondsen is dit de helft. De aanvragers trekken deze conclusie op basis van hun ervaringen met het werven voor onbekende beginnende organisaties. Dit is bij hen moeizaam verlopen, terwijl zij in het werven voor organisaties met enige bekendheid wel slaagden. “Organisaties met enige bekendheid, dat lukt wel, maar de echt beginnende onbekende, dat is echt heel moeilijk”, zegt mevrouw Etman. De heer Ramaekers bevestigt deze conclusies voor zijn fonds, “Organisaties die wij in ons werkveld al kennen en die een positieve reputatie hebben zijn wel in het voordeel”. Hieruit blijkt dus dat een organisatie in het voordeel kan zijn als zij enige naamsbekendheid geniet, maar dat het geen zaak is om een heel grote naamsbekendheid te genereren. De relatief onbekende aanvragende organisatie moet laten blijken met welke andere organisaties of doelen zij heeft gewerkt en aan wie zij eventueel is gekoppeld. “Als je niet bekend bent is het belangrijk om te laten zien

wat je hebt gedaan, wie je bent, welke mensen jou kennen, met wie je hebt gewerkt en wie er in je bestuur zitten”, zegt mevrouw Meijer hierover.

Reputatie

Bij het horen van de naam van een organisatie komen bepaalde associaties naar boven. Deze associaties hebben vaak te maken met de reputatie van een organisatie. De reputatie van een organisatie speelt volgens de geïnterviewden een belangrijke rol. Met 100% zijn alle geïnterviewden het hierover eens. Een aanvrager dient betrouwbaar te zijn en een goede reputatie draagt hieraan bij. De geschiedenis van de aanvragende organisatie dient zo vlekkeloos mogelijk te zijn. De heer Stille van de Eureko Achmea Foundation geeft aan dat zij altijd via internet onderzoek doen naar de geschiedenis van een organisatie. Het ene fonds besteedt hier meer tijd aan dan het andere, maar het is als organisatie altijd belangrijk om een goede reputatie te hebben. Een aantal fondsen doet bij twijfel over de aanvragende organisatie navraag bij derden. Bovendien hebben fondsen vaak onderling contact. De indruk die een aanvragende organisatie bij het ene fonds achterlaat kan dus ook andere fondsen ten gehore komen. Op de vlekkeloosheid van de reputatie heeft een organisatie geen volledige invloed, maar er zijn wel een aantal vlakken waarop zij zelf aan haar reputatie kan bijdragen. Het gaat erom dat een aanvragende organisatie (en zeker een organisatie waarvan de aanvraag is gehonoreerd), een goede indruk bij het fonds achterlaat. Er is in de interviews een aantal middelen aan de orde gekomen dat hieraan kan bijdragen: de begeleidende brief, de hoeveelheid informatie, de zorgvuldigheid en kwaliteit, het tussentijdse contact en het natraject. Het tussentijds contact en het natraject hebben betrekking tot de samenwerkingsfase. Deze zullen in paragraaf 4.2.3 worden toegelicht.

Voorkeur

De geïnterviewde aanvragers denken dat fondsen soms een (onuitgesproken) voorkeur hebben voor bepaalde projecten of doelgroepen. De helft van de geïnterviewde fondsen beaamt soms inderdaad een voorkeur te hebben. Bij het Monuta Charity Fund (MCF) is dit vooral aan de orde als zij al meerdere malen eenzelfde soort doel heeft gesteund. Een aanvrager heeft dan wellicht meer succes als hij een aanvraag doet voor een project of product waaraan het fonds nog niet haar bijdrage heeft geleverd. Echter, niet alle fondsen delen deze mening. Het Oranjefonds en de Eureko Achmea Foundation laten zich hier niet door leiden. Zij beoordelen de urgentie van de aanvraag en als zij een bijdrage nodig achten, leveren zij die. Een aanvrager heeft immers geen invloed op wat andere organisaties aanvragen.

Mevrouw Meijer geeft een handige tip om enigszins rekening te kunnen houden met deze eventueel aanwezig voorkeur. Zij bekijkt voor zij een aanvraag indient bij een fonds de projecten die het fonds al heeft gesteund. Door hier vooraf goed naar te kijken kan zij bepalen of haar project of doelgroep nieuw is voor het fonds, maar ook of het doeleinde past binnen het fonds. Als het fonds meerdere projecten met hetzelfde doeleinde heeft gesteund kan dit betekenen dat die doelgroep bij het fonds een hoge prioriteit heeft. Deze informatie is vaak op de website van het fonds of in hun jaarverslag terug te vinden. “Door goed in de gaten te houden wat er al is en welke projecten fondsen al hebben gesteund, kun je ervoor zorgen dat je uniek bent en goed bij het fonds past”, zegt zij. Een tweede tip die zij geeft is om te kijken wat voor projecten en activiteiten er al voor de doelgroep zijn in de regio. Zijn er in de regio al meerdere initiatieven gestart dan maakt dit het wellicht lastig. Juist als er nog weinig voor de doelgroep wordt gedaan, vergroot dit de kans op honorering van de aanvraag.

5.2.2 Wervingsfase

De wervingsfase heeft betrekking tot het benaderen van potentiële fondsen. Elk fonds heeft een eigen wijze van benaderen, aanvragen lopen voornamelijk schriftelijk via een aanvraagformulier dat te downloaden is op

de website van het fonds. Bij het benaderen van fondsen is er een aantal documenten dat zo goed mogelijk op het fonds dient te worden afgestemd, dit zal in deze paragraaf nader worden toegelicht.

Persoonlijke begeleidende brief

Aanvragen worden vaak verzonden onder begeleiding van een brief. Sommige aanvragende organisaties hanteren hiervoor een standaardbrief die naar verschillende fondsen kan worden gestuurd. Andere organisaties verzenden een persoonlijke brief die zij precies afstemmen op het betreffende fonds, elk fonds waarbij zij een aanvraag indient ontvangt dus een andere brief. Deze laatste methode is volgens de geïnterviewden het meest succesvol. Weliswaar hechten sommige fondsen meer waarde aan een dergelijke brief dan anderen en bij een klein aantal fondsen is een begeleidende brief zelfs niet nodig, maar de fondsen die zo'n brief wensen te ontvangen vinden het prettig als deze brief ook echt aan hen is gericht. "Je kunt direct aan de stijl van de brief zien wat voor organisatie erachter zit, soms zie je een standaardbrief waarvan je weet dat die zo naar tien andere fondsen is gestuurd zonder ook maar iets aan te passen, dat is jammer", aldus de heer Goosen.

Voor de heer van Oosten van het Oranjefonds is een persoonlijke brief niet van belang, zij hechten meer waarde aan de kwaliteit van de informatie die de aanvragende organisatie aanlevert. De Eureko Achmea Foundation werkt zonder begeleidende brief, maar hanteert een format. Bij hen is een persoonlijke brief dus niet van toepassing, maar de heer Stille kan wel bevestigen dat een persoonlijke brief succesvoller zal zijn dan een standaardbrief.

Met 86% is het merendeel van de geïnterviewden het erover eens dat een persoonlijke brief erg belangrijk is. De brief draagt bij aan de indruk die de aanvrager bij een fonds achterlaat, het laat namelijk zien dat de aanvrager zich heeft verdiept in het fonds. Mevrouw Oosthof sluit zich hierbij aan: "Ik verwacht wel dat een aanvrager zich verdiept in ons fonds, dat hij weet bij wie hij wat aanvraagt en ook hoe hij dat moet aanvragen. Wij willen geen onpersoonlijke brief met geachte heer/mevrouw erboven, die tien keer wordt uitgeprint en zo overall naartoe wordt gestuurd". Het werkt voor een aanvragende organisatie in hun voordeel als hier veel aandacht aan wordt besteed, dit belang wordt ook door de geïnterviewde aanvragers benadrukt. Mevrouw Meijer zegt hierover: "De begeleidende brief is cruciaal, die stem je af op het fonds en hierin geef je aan waarom je vindt dat het project bij het fonds past. Het beste is als je het fonds al door de brief kunt overtuigen".

Hoeveelheid informatie

Bij het indienen van een aanvraag worden door fondsen verschillende bescheiden gevraagd. Fondsen vragen om een projectplan, een begroting en vaak een jaarverslag, statuten en een dekkingsplan. Welke bescheiden fondsen precies willen zien verschilt per fonds, de bovengenoemde documenten worden vrijwel altijd gevraagd, maar sommige fondsen willen nog extra documenten zien. De hoeveelheid informatie die een aanvrager aanlevert neemt dan ook een belangrijke rol in. De geïnterviewde fondsen irriteren zich aan grote, overbodige pakken papier. Aanvragende organisaties blijken vaak geneigd om zoveel mogelijk informatie mee te sturen, meer dan waar fondsen om hebben gevraagd. Anderen sturen juist niet alle gevraagde bescheiden mee, ook dit laat bij fondsen geen professionele indruk achter.

Het is belangrijk dat een aanvragende organisatie aanlevert wat er wordt gevraagd en dat deze informatie duidelijk en helder is. De informatie dient over een heldere structuur te beschikken. Het moet voor de lezer duidelijk zijn waar hij welke informatie kan vinden en hoofd- en bijzaken dienen goed gescheiden te zijn. Het moet de lezer zo makkelijk mogelijk gemaakt worden. Fondsen vinden het erg vervelend als zij zelf moeten gaan zoeken in de documenten, omdat niet duidelijk is aangegeven wat van grotere en wat van mindere

relevantie is. “Ik moet dan als fonds het werk van de aanvrager gaan doen en daar heb ik natuurlijk geen zin in”, aldus de heer Ramaekers. Bovendien zijn fondsen bij aanlevering van heel grote stapels papier vaak van mening dat de aanvragers die kosten beter in het project waarvoor zij een aanvraag indienen hadden kunnen steken. Om deze reden kiest de Eureko Achmea Foundation ervoor om alle aanvragen digitaal te laten aanleveren. Zij staan voor duurzaam ondernemen en vinden het zonde als er grote hoeveelheden papier worden geprint waarvan een deel overbodig is. De heer Stille geeft als tip: wees kort, to the point, overzichtelijk en transparant. De heer van Oosten zegt: “Wij geven duidelijk aan welke informatie wij willen zien, men kan dan nog een hoop andere dingen meesturen, maar dit heeft geen invloed op de beoordeling”. Het meesturen van een hoop extra informatie heeft dus geen positief effect op de aanvraag, eerder negatief. De heer Goosen gaat in zulke gevallen juist op zoek naar fouten, het aanleveren van veel overbodige informatie wekt bij hem juist argwaan.

Alle geïnterviewden zijn het eens over het belang van aanleveren van heldere en juiste informatie. De geïnterviewde aanvragers zorgen dan ook voor een duidelijke structuur in hun aanvraag. Mevrouw Verloop voorziet haar aanvragen altijd van een leeswijzer, zodat de lezer direct duidelijk in kaart heeft welke informatie hij waar kan vinden. Mevrouw Meijer voorziet haar aanvragen altijd van een samenvatting, de lezer kan dan zelf bepalen over welke onderdelen hij meer wil weten. Als mevrouw Etman merkt dat haar totaalpakket te groot is of als zij nog extra documenten zou kunnen leveren, benoemt zij in de begeleidende brief de bescheiden waarover zij beschikt en geeft aan dat het fonds deze bij haar kan opvragen. Het kan hierbij gaan om een folder over de organisatie of het project, maar ook om meer uitgebreide versies van de aangeleverde bescheiden. Op deze manier krijgen de fondsen geen overvloed aan informatie, maar laat je als organisatie wel blijken dat er meer beschikbaar is. Uiteraard zorg je wel dat de gevraagde informatie erbij zit.

Zorgvuldigheid en kwaliteit

Alle geïnterviewden zijn van mening dat zorgvuldigheid en kwaliteit bij een aanvraag erg belangrijk zijn. Fondsen hechten hier veel waarde aan en de geïnterviewde aanvragers zijn zich hiervan bewust. De duidelijke structuur in een aanvraag die hierboven al werd genoemd draagt hieraan bij. Van professionele organisaties verwachten fondsen ook een professionele aanvraag, spel- en andere slordigheidsfouten maken geen goede indruk. “Een aanvraag wordt er niet direct door afgekeurd, maar het wordt wel in perspectief geplaatst. Het komt niet professioneel over. Als je hier als aanvrager juist veel aandacht aan besteedt werkt dat wel in je voordeel”, zegt de heer Ramaekers. Ook de heer van Oosten benadrukt dit: “Van een professionele organisatie verwachten wij een professionele aanvraag, als dat niet zo is kun je twijfelen aan de professionaliteit van de organisatie”. Mevrouw Oosthof ziet het nog vaak gebeuren dat namen verkeerd worden gespeld of dat er in de rest van de aanvraag veel taalfouten staan, “Als je al met zulke kleine dingen fouten maakt, zet ik twijfels bij de rest van je verhaal”, zegt zij hierover. Het is als aanvragende organisatie erg belangrijk om een aanvraag meerdere malen te checken totdat men er zeker van is dat er geen fouten instaan en de aanvraag is zoals hij moet zijn. “Je moet echt veel tijd besteden aan de aanvraag. Je kunt er beter drie dagen over nadenken dan dat je het direct de deur uitdoet”, zegt mevrouw Etman.

De heer Stille zegt: “Hoe iemand zich presenteert zegt iets over hoe iemand werkt”. Iemand die een rammelend projectplan aanlevert, zal naar mijn idee ook op die manier met het project bezig zijn. Het wekt weinig vertrouwen als een aanvraag maar zo in elkaar geflanst is. Wij verwachten wel professionaliteit”. Uit deze uitspraak blijkt dat de zorgvuldigheid van een aanvraag ook bijdraagt aan de betrouwbaarheid die een aanvrager wekt. Het aanleveren van een kwalitatief goede aanvraag zonder slordigheidsfouten draagt ook bij aan de reputatie van een organisatie. Een slordige aanvraag wekt niet alleen een slechte indruk, maar het heeft ook een negatief effect op de professionaliteit van de organisatie.

Duurzaam, realiseerbaar, groepgericht en duidelijke resultaten

In hoofdstuk 3 staan de resultaten van de praktijkanalyses weergegeven. Het belang van de factoren die hierbij naar voren zijn gekomen wordt door de geïnterviewden bevestigd. De heer van Oosten duidt aan dat het soms lastig kan zijn om de resultaten of effecten van een project daadwerkelijk te meten. Wat echt belangrijk is, is dat een gesteund project of initiatief resultaten boekt. Wat er voor fondsen toe doet is dat er bij de doelgroep van het project een verbetering zichtbaar is. Dit kan op allerlei vlakken zijn, bijvoorbeeld doordat zij de taal beter beheersen, doordat zij niet of minder op straat leven of doordat zij meer sociale contacten hebben.

Bij duurzaamheid gaat het erom dat de effecten van een project of initiatief niet verdwijnen zodra het project is afgelopen. Het is belangrijk dat wanneer het project afloopt, de effecten of resultaten van het project voortduren. Het belang van realiseerbaarheid is voor de geïnterviewden vanzelfsprekend. Als een fonds bij voorbaat verwacht dat een project niet te realiseren is steunen zij niet. Het is daarom als aanvrager belangrijk om de realiseerbaarheid van de aanvraag goed aan te tonen.

Groepsgerichtheid neemt bij veel aanvragen een belangrijke rol in. Van alle fondsen in Nederland is het grootste deel gericht om het steunen van groepen in de samenleving, het aantal fondsen dat individuen steunt is klein. Dat voor de geïnterviewde fondsen een groepgerichte aanvraag belangrijk is, is dan ook niet verrassend.

5.2.3 Samenwerkingsfase

Relatiemanagement

Als een fonds besluit een aanvraag te honoreren start de samenwerkingsfase. Op dat moment gaat de aanvragende organisatie een relatie aan met het fonds. Het hebben van een goede relatie met het fonds draagt bij aan de reputatie van de organisatie. Als het fonds geen positieve gevoelens bij de samenwerking heeft, zal dit de reputatie van de aanvragende organisatie niet ten goede komen. Het indienen van een tweede aanvraag bij een fonds zal weinig kans op succes hebben als het fonds de vorige samenwerking met de organisatie als onprettig heeft ervaren. Er zijn verschillende factoren van invloed op de relatie die een organisatie met een fonds heeft. Zoals de manier waarop contact wordt gehouden met het fonds en waarop het fonds bij de organisatie wordt betrokken. De eerste stap hierin is de begeleidende brief die in de vorige paragraaf aan bod is gekomen. Met de brief en de kwaliteit van de aanvraag wordt een bepaalde indruk bij het fonds gewekt. Na honorering volgt het verdere contact door middel van eventuele tussentijdse verslagen, het uitnodigen van fondsen voor de opening of afsluiting van het project en een vermelding van het fonds op de website van de aanvrager. Het belang van deze methoden zal hieronder worden toegelicht. Een handige tip hierbij is om aan het fonds te vragen in hoeverre zij op de hoogte willen worden gehouden: willen zij bijvoorbeeld een nieuwsbrief, een tussentijds- of eindverslag ontvangen en willen zij genoemd worden op de website?

Inhoudelijke betrokkenheid

Als de aanvraag eenmaal is goedgekeurd, is het belangrijk om het fonds goed op de hoogte te houden. Fondsen doen bijdragen voor eenmalige aanschaffingen, voor kortlopende projecten en voor langlopende projecten. Als het om een eenmalige bijdrage voor een aanschaf gaat, zoals bij het Monuta Charity Fund, is er geen verdere verslaglegging nodig. Als een fonds echter een project steunt, zal dit project een bepaalde looptijd hebben. De geïnterviewde fondsen geven aan het in deze gevallen op prijs te stellen als zij op de hoogte worden gehouden van het verloop van het project. Zij horen graag of alles nog op schema loopt, of er zich problemen voordoen, of als er iets bijzonders gebeurt: als het project bijvoorbeeld op televisie komt. Als

dergelijke situaties zich voordoen is het dan ook zaak om de fondsen hiervan op de hoogte te stellen. Sommige fondsen stellen deze contactmomenten als eis, het is dan nog belangrijker om dit goed te doen. Alle geïnterviewden benadrukken het belang van dit tussentijdse contact. De heer Ooms zegt hierover: “Het is belangrijk om de relatie goed te houden, hiervoor hoeft je helemaal geen gekke dingen te doen, het gaat puur om de wederkerigheid”. Dit contact kan door middel van schriftelijke verslagen, per e-mail of telefonisch, afhankelijk van het fonds zelf prettig vindt.

Nodig fondsen uit

Een ander middel dat bijdraagt aan de relatie met het fonds is het uitnodigen van de fondsen voor de feestelijke opening of afsluiting van het project. Fondsen beschikken niet altijd over de tijd om op deze uitnodigingen in te gaan, maar zij kunnen dit zeker waarderen. “Ook al komen ze negen van de tien keer niet, dat wil niet zeggen dat zij niet willen worden uitgenodigd”, zegt mevrouw Verloop. De heer Ooms heeft hiermee ervaring bij de opening van 't Groene Sticht, waarvoor hij de fondsenwerving heeft gedaan. “Bijna alle fondsen zijn gekomen en welke niet konden hebben ons een brief gestuurd waarin zij aangaven het heel jammer te vinden er niet bij te kunnen zijn”.

Als er geen opening of afsluiting is, stuur dan een bedankbrief naar het fonds voor hun bijdrage. “Fondsen vinden het leuk om een briefje te krijgen waarin staat dat het project super is verlopen en dat het hartstikke leuk was”, zegt mevrouw Verloop. “Een fonds vindt het leuk als je hieraan denkt, ze voelen zich gezien”. Het Monuta Charity Fund doet alleen bijdragen voor eenmalige aanschaffingen en niet voor projecten, dus is er geen contact meer nodig. Er is echter altijd een ambassadeur van het fonds die een symbolische cheque overhandigt aan de aanvrager. “Wij vinden het altijd fijn als de aanvrager en dan echt een feestje van maakt”, zegt mevrouw Oosthof.

De heer Stille van de Eureka Achmea Foundation, een fonds dat wereldwijd opereert geeft aan dat zij binnen Nederland altijd proberen op de uitnodigingen in te gaan. Bovendien zegt hij: “Een uitnodiging wordt zonder meer op prijs gesteld, een organisatie moet er nooit vanuit gaan dat wij niet zullen of willen komen. Het zou niet leuk zijn om achteraf te horen dat er een feestje is geweest en wij niet waren uitgenodigd”.

Een groot fonds als het Oranjefonds met meer dan 5000 aanvragen per jaar, kan begrijpelijk niet op alle uitnodigingen ingaan, maar de waardering is hierom niet minder. Adjunct directeur de heer van Oosten zegt hierover: “We kunnen, gezien de hoeveelheid aanvragen die we krijgen, niet op alle uitnodigingen ingaan, maar we vinden het altijd heel leuk om uitnodigingen te ontvangen”. Als organisatie is het daarom belangrijk om fondsen altijd uit te nodigen als het project feestelijk wordt geopend of afgesloten. Het is aan de fondsen zelf om te beslissen of zij willen komen of niet, maar de organisatie heeft dan in ieder geval laten blijken dat zij welkom zijn.

Vermelding fondsen op website organisatie

Voor sommige fondsen is het een eis, voor anderen niet: een vernoeming van het steunende fonds op de website van de aanvrager. Alle geïnterviewde fondsen gaven aan een vermelding op de website erg op prijs te stellen. Dit draagt ook bij aan de positieve indruk die een organisatie bij het fonds achterlaat. Bovendien kan het ook bij toekomstige fondsenwerving in het voordeel werken. Als fondsen een aanvragende organisatie beoordelen en zien dat zij in het verleden gesteund is door verschillende fondsen met een goede naam, draagt dit bij aan de betrouwbaarheid die de organisatie wekt. De heer Stille zegt hierover: “Wij bekijken altijd de website van de aanvrager. Als een organisatie gekoppeld is aan fondsen die bij ons positief bekend zijn, dan werkt dat wel in je voordeel. Dat heeft dan iets te maken met de betrouwbaarheid van je organisatie, als die fondsen je steunen weten wij dat je al enigszins gescand bent”. Het benutten van dit middel kan dus op

meerdere manieren in het voordeel van de organisatie werken. Het draagt bij aan de positieve indruk die de organisatie wil achterlaten bij het fonds dat de organisatie gesteund heeft en het draagt bij aan de betrouwbaarheid die de organisatie bij andere fondsen wekt.

5.2.4 Belangrijke tips

Naast de belangrijke factoren genoemd in de voorgaande paragrafen zijn er door de geïnterviewden ook een aantal tips met betrekking tot fondsenwerving gegeven. Aangezien deze tips enkel door een of twee geïnterviewden zijn benoemd heb ik ervoor gekozen deze tips in een aparte paragraaf te vermelden.

Fondsenboek en disk

Elk jaar worden opnieuw het fondsenboek en de fondsendisk uitgegeven. Deze bevatten de namen van ongeveer 1000 fondsen die zich hebben aangesloten bij De Vereniging van Fondsen In Nederland (FIN). Dit zijn fondsen die provinciaal of plaatselijk opereren, maar ook fondsen die in heel Nederland actief zijn, in Europa, of zelfs wereldwijd. De geïnterviewden maken veel gebruik van deze middelen en raden elke fondsenwervende organisatie aan om deze aan te schaffen.

Netwerken

In Nederland zijn er ongeveer 13000 vermogensfondsen. Hiervan zijn er slechts 1000 te vinden in het Fondsenboek (FIN, 2011). De overige 12000 zijn verborgen fondsen. Verborgene fondsen zijn fondsen zonder website en vaak zonder geregistreerd telefoonnummer: deze fondsen wensen onbekend te blijven. Dit maakt het in contact komen met deze fondsen erg lastig. Terwijl juist deze fondsen vaak over een ruim bestedingsbudget beschikken. De geïnterviewde aanvragers geven aan dat zij vooral via hun netwerk met deze fondsen in contact komen. Je moet iemand kennen binnen het fonds, of iemand die jou ermee in contact kan brengen. Hiervoor is het dus belangrijk om te netwerken. "Vraag binnen je netwerk rond of iemand contacten bij dergelijke fondsen heeft. Hetzelfde geldt voor serviceclubs als de Rotary of Lions, daar kom je ook niet op een andere manier binnen", zegt mevrouw Etman.

De geïnterviewde aanvragers raden echter aan, als een organisatie eenmaal contactgegevens van een verborgen fonds via hun netwerk heeft verkregen, om niet direct een aanvraag te sturen. Mevrouw Etman heeft hiermee slechte ervaringen en raadt aan eerst telefonisch of schriftelijk contact met het fonds op te nemen waarbij de aanvrager uitlegt hoe hij aan de contactgegevens is gekomen en vraagt of een aanvraag mogelijk zou zijn.

Gluren bij de burens

Een tip die de geïnterviewde aanvragers geven is: gluren bij de burens. Het is een handige manier om meer fondsenamen te vinden. Het houdt in dat een fondsenwervende organisatie op websites van andere instanties kijkt of zij gepubliceerd hebben door welke fondsen zij worden gesteund. Op deze manier komen er wellicht fondsenamen aan bod die de organisatie zelf nog niet kende. Vervolgens kan bij deze fondsen weer worden bekeken aan wie zij hun steun nog meer hebben verleend en of zij wellicht gekoppeld zijn aan andere fondsen, enzovoorts.

Weet wat je aanvraagt en bij wie

Dit is een tip die door de heer Ramaekers, de heer Goosen en mevrouw Oosthof is genoemd. Zij krijgen soms aanvragen binnen die niet bij het fonds passen. Het gaat hier dan om aanvragen waarvan de aanvrager vooraf al duidelijk had kunnen inschatten dat de aanvraag niet bij het fonds thuishoort. Een aanvrager moet de criteria dus vooraf goed doornemen. Deze tip wordt ook door de heer Ooms benadrukt, "Het is erg belangrijk

om goed uit te zoeken of het project bij het fonds past en dan ook aan het fonds uit te leggen waarom je dit als aanvrager vindt”.

Wees helder

De heer Stille noemt onduidelijkheid als kritiekpunt bij sommige aanvragen. “Soms is het niet duidelijk wat er nu precies van ons wordt gevraagd en hoe het project in elkaar zit”. De heer van Oosten zegt: “Omschrijf duidelijk wat je wilt, waarom je het wilt en op wie je je wilt richten. Breng dit duidelijk in kaart”. Daarbij geeft hij de tip: “een project moet niet alleen aansluiten bij het fonds, maar ook bij de organisatie zelf. Zowel qua inhoud als qua uitvoering en omvang”. Ook benadrukt hij de professionaliteit, niet alleen in de aanvraag, zoals al is behandeld in de vorige paragraaf, maar ook in het kunnen aantonen hoe een project voortbouwt op eventuele eerdere ervaringen. “Er moet worden aangegeven waarom een organisatie het project nodig vindt, waaruit het project voortkomt en of zij het hebben getoetst”.

Verplaats je in het fonds

Mevrouw Verloop ziet in haar vakgebied dat men er moeite mee heeft zich te verplaatsen in het fonds. “Er wordt niet altijd begrepen dat fondsen ook hun doelstellingen moeten halen”. Fondsen moeten ook verantwoording afleggen aan hun achterban. Als zij hun budget te ‘makkelijk’ besteden aan projecten die niet altijd binnen hun doelstellingen passen, krijgen zij ook kritiek. Mevrouw Verloop geeft het advies om fondsenwerving te bekijken als een win win situatie.

Wees enthousiast

Mevrouw Verloop zegt: “Big money follows big ideas”, dit houdt in dat een organisatie moet durven dromen. Een aanvragende organisatie moet fondsen (en anderen) weten te enthousiasmeren voor haar initiatieven. Daar zit volgens haar het geheim van de smid. “Ook al heb je maar duizend euro nodig, als je jezelf zielig opstelt zonder ambitie heb je grote kans dat je zelfs die duizend euro niet bij elkaar krijgt”.

Participatie van de doelgroep

De heer Ramaekers en Goosen benoemen de betrokkenheid van de doelgroep als belangrijk aspect. “Er wordt heel veel over mensen beslist, maar niet met hen”. Zij vinden het belangrijk dat de doelgroep echt betrokken is bij het project, dat zij meedoen of medebedenkers zijn. Zij geven aan dat dit voor meerdere fondsen een belangrijk punt is.

Garantiebijdragen

Soms dient een organisatie een aanvraag in bij meerdere fondsen. De situatie kan zich voordoen dat als een van deze fondsen de aanvraag niet honoreert, het project niet door kan gaan. De heer Ooms geeft hierbij de tip om bij twee fondsen een garantiebijdrage aan te vragen. Dit houdt in dat de organisatie de fondsen vraagt een bijdrage te doen, mits een van de andere fondsen de aanvraag niet honoreert. Hierdoor wordt het risico dat het project niet door zou kunnen gaan verkleind.

Fondsenoverleg

Mevrouw Etman is in dienst van een stichting die elk jaar een fondsenoverleg organiseert. Dit houdt in dat zij de vier á vijf grootste financiers uitnodigen om de resultaten van het afgelopen jaar en de plannen voor het komende jaar te bespreken. Het is een erg open werkwijze, die bijdraagt aan de relatie die de organisatie met de fondsen heeft. Bovendien leer je elkaar kennen van gezicht. Mevrouw Etman zegt dat fondsen vaak tijdens het overleg al aangeven dat zij een project willen steunen, waardoor andere fondsen ook overstag gaan. Fondsen kunnen onderling overleggen over de hoogte van de bijdrage. Tijdens het overleg worden er dus

vaak al toezeggingen gedaan. Dit biedt voordeel als de organisatie nog aanvragen bij andere fondsen moet doen, omdat je kunt laten zien welke toezeggingen er al zijn.

Sociale media en fondsenwerving

Er is de fondsen gevraagd of zij naast de behandeling van de aanvragen die zij binnenkrijgen, ook zelf op zoek gaan naar steunwaardige projecten. De geïnterviewde fondsen gaven allen aan dit niet te doen. De argumentatie die zij hiervoor geven is dat zij aan de binnenkomende aanvragen al veel tijd kwijt zijn, waardoor zij geen tijd hebben om ook nog zelf op zoek te gaan. Tevens passen de aanvragen die zij binnenkrijgen vaak maar net binnen hun bestedingsbudget. Er is dus zowel tijdsmatig als op financieel vlak niet de ruimte om zelf naar steunwaardige project te zoeken.

De reden dat deze vraag aan hen is gesteld is om te achterhalen of het inzetten van andere wervingsmiddelen dan de schriftelijke of digitale aanvraag nodig is bij fondsenwerving. Uit de interviews is gebleken dat deze middelen voor het benaderen van fondsen niet geschikt zijn, simpelweg omdat fondsen niet via deze weg benaderd willen worden en niet zelf organisaties zullen benaderen.

Echter is wel gebleken dat middelen als sociale media inzetbaar zijn voor vergroting van draagvlak. Er is de geïnterviewde aanvragers gevraagd naar hun ervaringen met sociale media. Zij bleken hier allemaal geen tot weinig ervaring mee te hebben, maar het een effectieve manier te vinden om een organisatie en haar initiatieven onder de aandacht te brengen in de maatschappij. Fondsenwerving via sociale media zal dus niet effectief zijn, maar sociale media kan wel bijdragen aan een vergroting van de achterban van de organisatie. De heer van Oosten benadrukt het belang van draagvlak bij de achterban van de organisatie. “Hoe groter het draagvlak, hoe sterker je als organisatie staat”, zei hij hierover. Sociale media kunnen dit draagvlak vergroten. Bovendien kan een organisatie sociale media gebruiken om aan te tonen hoe groot hun achterban is en eventueel ook de mening die hun achterban heeft ten opzichte van bepaalde project. Een aanvrager staat sterker als hij een grote achterban heeft en er een groot draagvlak is voor het initiatief waarvoor hij de aanvraag indient. Bovendien moet niet worden vergeten dat ook de achterban een donatie kan doen.

Kloosterorden

Een tip die door de geïnterviewde aanvragers wordt gegeven is het aanschrijven van kloosters. Kloosters hebben vaak een ruim budget te besteden aan goede doelen, veelal gaat het om bedragen van enkele duizenden euro's.

Hoofdstuk 6: Conclusie

In dit hoofdstuk wordt antwoord gegeven op de deelvragen die in hoofdstuk 1 van dit onderzoeksrapport zijn genoemd. Hierbij zal een koppeling worden gemaakt tussen de resultaten van de verschillende onderzoeksmethoden. In paragraaf 6.2 vindt u aanbevelingen die naar aanleiding van dit onderzoek worden gedaan. In paragraaf 6.3 vindt u de checklist met (verbeter)punten en tips voor De Tussenvoorziening om zo optimaal mogelijk fondsen te werven.

6.1 Beantwoording deelvragen

Deelvraag 1: Van welke fondsen en wervingsmethoden maakt De Tussenvoorziening nu gebruik?

De Tussenvoorziening is de afgelopen jaren een samenwerking aangegaan met zevenentwintig fondsen. Het gaat hier om incidentele giften, structurele giften, internationale aanvragen en er zijn een aantal semi-interne fondsen. Deze fondsen zijn terug te vinden hoofdstuk 1 van dit rapport.

Naast fondsenaanvragen zet De Tussenvoorziening een aantal middelen om particuliere donateurs te werven en meer aandacht voor de organisatie en haar projecten te genereren. Deze middelen worden door de voorzieningen zelf georganiseerd en niet door De Tussenvoorziening als geheel (zoals het flyeren door 't Smulhuis en de rommelmarkt van de BOKA).

Om De Tussenvoorziening onder de aandacht te brengen bij het publiek maakt de organisatie gebruik van internet. In hoofdstuk 3 zijn de zeven website-eigenschappen uit de The User Experience Honeycomb van Morville aan bod gekomen. De Tussenvoorziening probeert haar website zo optimaal mogelijk op deze factoren af te stemmen, door zich continu bezig te houden met nieuwe ontwikkelingen en de vindbaarheid van haar website. De Tussenvoorziening heeft tevens accounts op Twitter, Youtube en Geef Gratis. Van Youtube en Geef Gratis maakt zij nog niet veel gebruik, de organisatie is het meest actief op Twitter.

Deelvraag 2: Wat zijn potentiële fondsen voor De Tussenvoorziening, welke nog niet zijn aangeschreven?

In hoofdstuk 1 is er een lijst opgesteld bestaande uit tweeëntwintig potentiële fondsen voor De Tussenvoorziening. Deze fondsen zijn in bijlage 2 uitgewerkt aan de hand van de doelstelling(en), de regio waarin het fonds opereert, de criteria, de aanvraagprocedure, de hoogte van de bijdrage en de proceduretermijn die het fonds hanteert.

Deelvraag 3: Welke plus- en minpunten spelen voor fondsen een belangrijke rol bij het wel of niet honoreren van een aanvraag?

Uit de analyse van praktijkvoorbeelden blijkt dat een viertal factoren een belangrijke rol speelt bij honorering van een fondsenaanvraag: de zichtbaarheid van resultaten, de duurzaamheid, de groepsgerichtheid en de realiseerbaarheid van het project. Het is van belang dat deze factoren duidelijk naar voren komen in het projectplan. Het belang van deze factoren wordt tevens door de geïnterviewden bevestigd.

Deelvraag 4: Wat is de informatiebehoefte van de fondsen bij het ontvangen van een aanvraag?

Fondsen wensen altijd een tweetal documenten te ontvangen: een projectplan en een begroting. Deze worden normaliter verzonden onder begeleiding van een brief. Naast deze documenten verlangen fondsen vaak nog extra bescheiden, welke dit zijn verschilt per fonds. Hieronder wordt op basis van de interviews met professionals toegelicht in welke mate de fondsen informatie wensen te ontvangen en welke bijbehorende factoren bij het beoordelen van de aanvraag een rol innemen.

Het standaardpakket dat fondsen vrijwel altijd wensen te ontvangen bestaat uit: een projectplan, een begroting, een of meerdere jaarverslagen, een dekkingsplan en een begeleidende brief. Welke bescheiden

fondsen precies willen zien staat duidelijk op hun website vermeld. Mocht dit toch niet het geval zijn, zoek dan telefonisch contact met het fonds en vraag hen naar de gewenste bescheiden.

Fondsen hebben laten blijken het belangrijk te vinden dat enkel de juiste documenten worden aangeleverd. Deze documenten dienen helder en overzichtelijk te zijn. De informatie moet beknopt zijn en er moet alleen het noodzakelijke worden vermeld. Het aanleveren van veel extra informatie zorgt eerder voor ergernis dan waardering. Als een organisatie toch de behoefte heeft om een aantal extra documenten mee te sturen, moet zij duidelijk het belang van dit document aangeven.

Deelvraag 5: Welke factoren spelen voor fondsen een belangrijke rol bij het wel of niet toekennen van de aanvraag?

De vraagstelling van deelvraag 3 komt enigszins overeen met deze deelvraag. In beide gevallen gaat het om punten, dan wel factoren, die een belangrijke rol innemen bij het wel of niet honoreren van een aanvraag. Deelvraag 3 is beantwoord op basis van de geanalyseerde praktijkvoorbeelden. Deelvraag 5 is beantwoord op basis van de informatie die ik heb geput uit de interviews met professionals, gekoppeld aan de factoren die volgens de theorie een belangrijke rol innemen.

Reputatie aanvragende organisatie

De reputatie van de aanvragende organisatie neemt een zeer belangrijke rol in. Fondsen steunen geen organisaties met een slechte reputatie. In hoofdstuk 5 zijn er verschillende factoren aan bod gekomen die kunnen bijdragen aan een goede reputatie.

Aanvraag moet aansluiten op doelstellingen fonds

Fondsen honoreren geen aanvragen die niet aansluiten op hun doelstellingen. Bovendien laat een organisatie geen goede indruk achter bij het fonds als zij een aanvraag indient die totaal niet bij het fonds past. Het is voor een aanvragende organisatie belangrijk om goed te beoordelen of de aanvraag echt bij het fonds past en om dan ook duidelijk naar voren te brengen waarom zij dat vindt.

Kwaliteit en zorgvuldigheid

Fondsen hechten veel waarde aan een kwalitatief goede en zorgvuldige aanvraag. Taal- en slordigheidsfouten worden niet gewaardeerd. Fondsen stellen zelfs dat zij door een aanvraag met veel fouten gaan twifelen aan de professionaliteit van de aanvragende organisatie.

Begeleidende brief

De begeleidende brief heeft invloed op de professionaliteit die een organisatie uitstraalt. Uiteraard moet de brief zonder fouten worden aangeleverd, maar in de brief moet de aanvragende organisatie tevens laten blijken dat zij weet wie zij aanschrijft. Door duidelijk aan te geven waarom juist bij dit fonds een aanvraag wordt ingediend laat een organisatie merken dat zij weet aan wie zij de brief richt. Dit zorgt voor een extra stukje persoonlijkheid en draagt bij aan een goede relatie met het fonds.

Helder projectplan

Een projectplan dient duidelijk, beknopt en helder te zijn. Er dient een duidelijke structuur in de aangeleverde documenten te zitten, zodat het voor de lezer overzichtelijk is welke informatie hij waar kan vinden.

Duurzaam, realiseerbaar, groepsgericht en resultaatgericht

Deze vier factoren hebben betrekking tot het initiatief waarvoor een aanvraag in wordt gediend. Uit de praktijkanalyses is het belang van deze vier factoren gebleken, waarna deze door de geïnterviewde

professionals is bevestigd. Het is als aanvragende organisatie goed om deze factoren te benoemen in het projectplan en duidelijk uit te leggen hoe deze factoren een rol spelen bij het project.

Relatie tussen de organisatie en het fonds

In de theorie is het belang van een goede relatie tussen de organisatie en het fonds ruimschoots aan bod gekomen (Van der Westen, 2010). Het belang van een goede relatie met het fonds wordt tevens door de geïnterviewden benadrukt. Het hebben van een goede relatie met het fonds en het achterlaten van een goede indruk kan voor toekomstig fondsenwerven van belang zijn. Het indienen van een tweede aanvraag bij een fonds zal weinig kans op succes hebben als het fonds de vorige samenwerking met de organisatie als onprettig heeft ervaren.

Deelvraag 6: Wat kan De Tussenvoorziening leren van andere fondsenwervende organisaties?

Uit de interviews zijn diverse factoren en middelen naar voren gekomen die een belangrijke rol in kunnen nemen bij succesvol fondsenwerven. Deze zijn hieronder uitgewerkt. Indien De Tussenvoorziening de in de interviews genoemde middelen al benut, zijn deze hier niet nogmaals uitgewerkt.

Netwerken

Met de zogenaamde verborgen fondsen kan men alleen 'via via' in contact komen. In dit geval is het dus belangrijk voor een organisatie om aanspraak te doen op haar netwerk. Wellicht heeft een van hen contacten bij deze fondsen, of weet iemand hoe de organisatie ermee in contact gebracht kan worden. Hetzelfde geldt ook voor het in contact komen met serviceclubs.

Gluren bij de burens

Veel organisaties publiceren een overzicht met steunende fondsen op hun website. Hier staan wellicht fondsenamen tussen die De Tussenvoorziening nog niet kent.

Fondsenlijsten op websites worden meestal jaarlijks vernieuwd, waardoor de organisatie dus elk jaar nieuwe namen tegen kan komen. Om over zoveel mogelijk namen van potentiële fondsen te beschikken is het belangrijk dat De Tussenvoorziening dit regelmatig in de gaten houdt.

Leeswijzer, samenvatting en opvragen extra bescheiden

Fondsen hebben laten blijken dat zij graag heldere en beknopte aanvragen ontvangen, waarbij alle gevraagde bescheiden worden aangeleverd. Grote, onoverzichtelijke en overbodige documenten worden niet op prijs gesteld. Twee tips die in de interviews zijn genoemd zijn het bijvoegen van een leeswijzer en een samenvatting. Als de organisatie meerdere documenten ter beschikking heeft die niet direct door het fonds worden gevraagd, of als de organisatie over een meer uitgebreide versie van de geleverde documenten beschikt is het verstandig om te vermelden dat het fonds deze documenten bij de organisatie op kan vragen.

Garantiebijdragen

Vaak komt het voor dat een project door meerdere fondsen wordt gefinancierd. Er kan zich in deze situaties het probleem voordoen dat wanneer een fonds de aanvraag niet honoreert, de financiering van het project niet volledig is. Het is daarom verstandig om naast de noodzakelijke fondsenaanvragen ook bij twee fondsen aanvragen te doen voor garantiebijdragen. Fondsen worden dan gevraagd het project te steunen, mits een van de andere fondsen de aanvraag niet honoreert.

Fondsenoverleg

Bij een fondsenoverleg nodigt de organisatie de vier of vijf grootste financiers uit. De organisatie presenteert

aan hen haar huidige positie en haar toekomstplannen. Fondsen kunnen direct met elkaar in overleg en beoordelen of zij een project wel of niet willen steunen. Deze methode is erg open en de fondsen en de organisatie leren elkaar beter kennen. Fondsen kunnen zich hierdoor meer verbonden gaan voelen met de organisatie, wat positieve invloed kan hebben op hun geefgedrag. Een fondsenoverleg is een middel dat goede voorbereiding vergt. De organisatie moet duidelijke concrete plannen hebben voordat zij hieraan begint. Een dergelijk overleg zou voor De Tussenvoorziening tot de mogelijkheden behoren.

Deelvraag 7: Welke andere wervingsmethoden, waarvan zij nu nog geen gebruik maakt, zijn door De Tussenvoorziening effectief in te zetten?

Uit de interviews is gebleken dat fondsen niet zelf op zoek gaan naar steunwaardige initiatieven. Fondsen behandelen enkel de aanvragen die via hun aanvraagprocedure zijn binnengekomen. Om deze reden zijn middelen als sociale media en reclamecampagnes niet geschikt als fondsenwervendmiddel. Er is echter wel gebleken dat een aantal van deze middelen goed inzetbaar is om initiatieven onder de aandacht te brengen in de maatschappij. Dit kan leiden tot een vergroting van de achterban en draagvlak, wat een positief beeld kan schetsen bij het fonds. Tevens moet niet worden vergeten dat individuen ook een bijdrage kunnen leveren. Bij de beantwoording van deze deelvraag wordt daarom aandacht besteed aan de middelen die voor De Tussenvoorziening inzetbaar zijn om de organisatie en haar projecten in het algemeen onder de aandacht te brengen en niet zozeer als fondsenwervende middelen.

Geef Gratis

Geef Gratis wordt zowel door de literatuur als de geïnterviewden benoemd als een zeer handig donatiemiddel. De Tussenvoorziening is bij Geef Gratis aangesloten als goed doel en is dan ook te vinden in de lijst 'alle goede doelen'. Momenteel maakt De Tussenvoorziening weinig tot geen gebruik van deze pagina. Inmiddels is de informatie op deze pagina uitgebreid, het verdient echter aanbeveling deze pagina verder uit te breiden met meer informatie over de projecten van de organisatie. Vervolgens dient er dan actief naar de pagina te worden verwezen, dit kan middels een button op de website.

Online promotievideo

De YouTube account van De Tussenvoorziening kan worden benut om een online promotievideo te plaatsen. In de workshop 'Fondsenwerven en Media' op 7 december jl. zijn hiervoor een aantal handige tips gegeven voor het maken van een dergelijk filmpje. De Tussenvoorziening is in bezit van deze tips.

Digitale nieuwsbrief

Om de relatie met verschillende fondsen en donateurs te versterken kan een digitale nieuwsbrief worden ingezet. Middels deze nieuwsbrief kan de organisatie hen op de hoogte houden van wat er binnen de organisatie speelt.

De Tussenvoorziening kan op haar website de mogelijkheid creëren voor overige belangstellenden om zich aan te melden voor de nieuwsbrief. De organisatie is dan verzekerd van een geïnteresseerde doelgroep, zij melden zich immers zelf voor de nieuwsbrief aan. Fondsen die de organisatie al steunen blijven op de hoogte van de projecten en kunnen direct zien welke initiatieven er gaan komen.

Kloosterorden

Kloosters hebben gemiddeld een ruim budget wat zij besteden aan goede doelen. De Tussenvoorziening beschikt over een kloosterlijst, waarvan zij weinig gebruik maakt. Het verdient aanbeveling om deze adressen aan te schrijven.

6.2 Beantwoording centrale vraag

Centrale vraag

Wat zijn de mogelijkheden voor De Tussenvoorziening om succesvoller fondsen te werven?

Om fondsenwerving voor De Tussenvoorziening zo succesvol mogelijk te maken is het allereerst van belang om een goede database met fondsennamen bij te houden. Door gebruik te maken van het fondsenboek, de fondsendisk en het 'gluren bij de burens' kan de organisatie veel fondsennamen te weten komen.

Als het aankomt op het werven zelf is een goede voorbereiding er belangrijk. De organisatie dient goed uit te zoeken aan welke eisen de aanvraag moet voldoen, zodat zij haar aanvraag optimaal op het fonds kan afstemmen. Het is erg belangrijk dat de aanvraag bij het fonds past en dat het ook voor het fonds bij het lezen van de aanvraag duidelijk is dat deze bij hen thuishoort. De Tussenvoorziening dient daarom goed te letten op de criteria en doelstellingen van het fonds. Middels een begeleidende brief kan zij een koppeling maken tussen de aanvraag die zij indient en de doelstellingen van het fonds. De aanvraag die zij indient moet volledig zijn, alle documenten die het fonds wenst te ontvangen dienen aanwezig te zijn. Fondsen hechten veel waarde aan een complete, heldere en verzorgde aanvraag. Ook kwaliteit is hierbij erg belangrijk, de aanvraag dient daarom gecontroleerd te worden op spelling en leesbaarheid. Belangrijke factoren om te benoemen in het projectplan zijn de groepsgerichtheid, resultaatgerichtheid, duurzaamheid en realiseerbaarheid van het project.

Als het fonds de aanvraag heeft gehonoreerd is het belangrijk om goed contact met het fonds te houden. De organisatie moet het fonds goed op de hoogte houden van de gang van zaken rondom het project of de activiteit waaraan het fonds heeft bijgedragen. Een goede relatie tussen het fonds en de organisatie is erg belangrijk. De Tussenvoorziening kan hieraan bijdragen door het fonds uit te nodigen voor een opening, afsluiting, borrel, conferentie enzovoorts. Daarnaast kan zij het fonds op de hoogte houden middels een nieuwsbrief, waarin zij tevens het fonds kan bedanken voor de geleverde steun. Het wordt door fondsen tevens gewaardeerd als De Tussenvoorziening een vermelding van de steun maakt op haar website.

Om het fondsenwerven voor De Tussenvoorziening zo succesvol mogelijk te laten verlopen is het van belang dat de organisatie de aanbevelingen in de volgende paragraaf volgt. Deze aanbevelingen zijn in paragraaf 6.3 weergegeven in de vorm van een checklist. Deze checklist biedt De Tussenvoorziening een overzichtelijke leidraad bij haar fondsenwervingstraject.

6.3 Aanbevelingen

- Houd pagina's van collega-instanties waarop steunende fondsen vermeld staan goed in de gaten. Wellicht zitten er voor u geschikte fondsen bij.
- Benut uw netwerk. Wellicht kennen zij potentiële fondsen of serviceclubs die u nog niet kent en kunnen zij u hier zelfs mee in contact brengen.
- Bekijk (op de website of in het jaarverslag) welk soort initiatieven het fonds de afgelopen periode heeft gesteund. Hierdoor kunt u een betere inschatting maken van uw kansen.
- Dien een aanvraag in onder begeleiding van een persoonlijke brief. In deze brief dient een koppeling te worden gemaakt tussen het fonds en het project. Er moet blijken dat u weet bij wie u een aanvraag indient.
- Lever alle gevraagde bescheiden aan. Als er onduidelijkheid is over welke bescheiden het fonds wil zien, neem dan contact met hen op en vraag hiernaar.

- Lever heldere en beknopte informatie bij de aanvraag. Zorg voor een duidelijke en overzichtelijke structuur in de documenten, zodat de lezer niet hoeft te zoeken naar de informatie.
- Voorzie de aanvraag van een leeswijzer of samenvatting en vermeld, indien van toepassing, welke extra bescheiden u kunt aanleveren als het fonds meer informatie behoeft.
- Vraag aan het fonds hoe en in welke mate zij op de hoogte gehouden willen worden van het verloop van het project. Door deze vraag aan hen te stellen kunt u hier zo goed mogelijk op inspelen.
- Als het project feestelijk wordt geopend of afgesloten, nodig dan de steunende fondsen uit. Dit geldt ook als er op een andere manier aandacht aan het project wordt besteed.
- Plaats een vermelding van het steunende fonds op uw website, vraag hiervoor wel eerst toestemming aan het fonds.
- Als de organisatie besluit een digitale nieuwsbrief in te zetten, vermeld hier dan ook welke fondsen hebben bijgedragen om de genoemde projecten mogelijk te maken.
- Maak actiever gebruik van Geef Gratis door de pagina van De Tussenvoorziening uit te breiden en op de website van De Tussenvoorziening (middels een button) naar de donatiemodule te verwijzen.
- Schrijf de adressen op de kloosterlijst aan.

6.3 Checklist

In hoofdstuk 1 is aangegeven dat naar aanleiding van dit onderzoek een checklist zou worden opgesteld met daarop belangrijke (verbeter)punten met betrekking tot het werven van fondsen voor De Tussenvoorziening. Deze checklist is terug te vinden op de volgende pagina.

Checklist

Deze checklist bevat adviezen met betrekking tot de communicatie bij het werven van fondsen voor Stichting De Tussenvoorziening.

Deze checklist is bestemd voor alle medewerkers van Stichting De Tussenvoorziening die betrokken zijn bij het werven van fondsen voor de organisatie.

De checklist bestaat uit drie fasen: de voorbereidingsfase, de wervingsfase en de samenwerkingsfase. Alle drie de fasen nemen een even belangrijke rol in.

De checklist biedt praktische tips met betrekking tot het werven van fondsen. 'Hoe benader je een fonds, hoe houd je een fonds betrokken, in welke mate informeer je een fonds en hoe communiceer je na afloop?'

Vorbereidingsfase

- Schaf de nieuwste versie van het Fondsenboek en de fondsendisk aan
- Zoek op websites van collega-instanties naar fondsenamen
- Doe een beroep op uw netwerk, wellicht kennen zij fondsen die u nog niet kent
- Bekijk (op de website of in het jaarverslag) welk soort initiatieven het fonds de afgelopen periode heeft gesteund. Hierdoor kunt u een betere inschatting maken van uw kansen
- Fondsen vermelden duidelijk op hun website welke bescheiden zij wensen te ontvangen, houd hier rekening mee
- Zorg dat u de standaard gewenste bescheiden, indien mogelijk, altijd op voorraad hebt

Wervingsfase

- Schrijf een persoonlijke begeleidende brief aan het fonds
- Maak in de brief een duidelijke koppeling tussen het fonds en het doel van de aanvraag
- Lever kwalitatief sterke documenten aan, laat deze documenten door een ander controleren op onduidelijkheden en/of fouten
- Lever alle gevraagde bescheiden aan
- Lever een heldere en concrete aanvraag aan: geen onnodige informatie
- Voorzie de bescheiden (indien nodig) van een leeswijzer en samenvatting
- Als u grotere versies van de bijgeleverde documenten, of extra documenten ter beschikking heeft, biedt het fonds dan de mogelijkheid deze op te vragen
- Benadruk in de aanvraag, indien van toepassing, de duurzaamheid, realiseerbaarheid, groepsgerichtheid en de verwachte resultaten van uw initiatief

Samenwerkingsfase

- Vraag fondsen hoe en in welke mate zij wensen op de hoogte te worden gehouden
- Houd fondsen op de hoogte van het verloop van het project
- Vermeld het steunende fonds op uw website, vraag hiervoor wel eerst toestemming
- Nodig steunende fondsen uit voor de opening en/of afsluiting

Literatuurlijst

Geïnterviewde personen

De heer G. Ramaekers	Secretaris Fonds Niet Voor Jezelf
De heer H. Goosen	Voorzitter Fonds Niet Voor Jezelf
Mevrouw M. Oosthof	Fondsencoördinator Monuta Charity Fund
De heer N. Ooms	Fondsenwerver voor 't Groene Sticht en
Mevrouw M. Etman	Eigenaresse Tawa Tawa: ondersteuning en advies voor maatschappelijke organisaties (m.b.t. o.a. fondsenwerving)
	Fondsenwerver voor Fanga Musow en Stichting LOS
	Geeft workshops fondsenwerving
De heer T. van Oosten	Adjunct directeur Oranje Fonds
Mevrouw F. Meijer	Zelfstandig communicatieadviseur en fondsenwerver
Mevrouw F. Verloop	Partner/Consultant fondsenwerving, sponsoring en communicatie bij Leenaers Verloop
	Associate senior consultant bij Brakeley UK
	Fundraising & Management Consultants
	Geeft workshops en lezingen over sponsoring en grote gift fondsenwerving
De heer W. Stille	Fondsencoördinator Eureko Achmea Foundation

Geraadpleegde literatuur

Boeken

- Baarda en De Goede (2006). *Basisboek Methoden en Technieken*. 4^e geheel herziende druk. Wolters-Noordhoff Groningen | Houten.
- Boer, D.J. den, Bouwman, H. Frissen, V. Houben, M. (2005). *Methodologie en statistiek voor communicatie-onderzoek*. 2^e druk. Kluwer uitgeverij.
- Claes, K. (2008). *'t Is voor het goede doel: Van 1 euro tot 1 miljoen. Hoe efficiënt fondsen werven*. Schiedam: Uitgeverij Lannoo Campus, Leuven en Scriptum.
- FIN: Vereniging van Fondsen in Nederland (2010) *Fondsenboek 2011*. Zutphen: Walburg pers.
- Pol, B. Swankhuisen, C. Vendeloo, P. van (2009). *Nieuwe aanpak in overheidscommunicatie*. Uitgeverij Coutinho Bussum.
- Ruyter, K. de en Scholl, N.(2001). *Kwalitatief marktonderzoek: theorie en praktijkcases*. Utrecht: Lemma.
- Sanders, Geert (2006). *Fondsen werven: De relatiegerichte aanpak*. Assen: Van Gorcum.
- Verstegen, M. C.G (2009). *Mede mogelijk gemaakt door... Het complete werk over sponsoring en fondsenwerving in de non-profitsector*. 4^e Herziende druk. Maarssen: Elsevier gezondheidszorg.
- Westen, H. van der (2010) *Handboek sponsoring en fondsenwerving voor non-profitorganisaties*. Zutphen: Walburg pers.

- Krikke, H. Veelenturf, R. Kooij, S. (2010). *Fondsenwerving, doe het zelf, handleiding voor vrijwilligers en vrijwilligersorganisaties*. 2^e herziene druk (April 2010). Uitgegeven door: Protestantse Diaconie samenwonen en samenleving.

Beleidsdocumenten

- *Fondsenplan Tussenvoorziening* (Januari 2011). Scheppingen, M. van.
- *Meerjarenbeleidsplan Stichting De Tussenvoorziening 2010-2014*. (April 2010). De Tussenvoorziening. Dam, J. van, Maan, R., Appelman, S., Ruiter, J.

Internetpagina's

- 4P-. Lijst van een aantal fondsen. Beschikbaar via: <http://www.4pmin.nl/pages/index.php?rID=62>. Laatst geraadpleegd op 21 december 2010.
- Afbeelding Nederland (gebruikt in bijlage 2). Beschikbaar via: <http://www.bedandbreakfast.nl/img/nederland2.gif>. Laatst geraadpleegd op 13 april 2011.
- Afbeelding Wereld (gebruikt in bijlage 2). Beschikbaar via: <http://images.androidworld.nl/wp-content/uploads/wereldbol.png>. Laatst geraadpleegd op 13 april 2011.
- Afbeelding Rolstoelfiets. Monuta Charity Fund. Voorbeelden, rolstoelfiets voor bewoners met berperking. Beschikbaar via: <http://www.monuta.nl/mediabank/over-monuta/mcf/Monuta-Charity-Fund-rolstoelfiets.jpg>. Laatst geraadpleegd op 19 januari 2011.
- Afbeelding Voorleesexpress. Locatie Delft. Beschikbaar via: <http://www.voorleesexpress.nl/~media/Voorleesexpress/Images/Voorleesexpress%201.ashx?mw=166>. Laatst geraadpleegd op 19 januari 2011.
- Afbeelding Watervoorziening. Vajra. Waterproject in Chulti. Beschikbaar via: http://www.vajra.nl/Resources/watervoorziening_hoe_het_was.jpg. Laatst geraadpleegd op 19 januari 2011.
- Ana Maria Fonds. Ondersteuning, criteria. Beschikbaar via: <http://www.amf.nl/images/stories/pdf/amf%20an%20criteria%20website.pdf>. Laatst geraadpleegd op 5 januari 2011.
- Dekkers Fonds. Beschikbaar via: <http://www.maatschappelijkeactivering.nl/site/default.asp?oFrame=alginform.asp?old=13>. Laatst geraadpleegd op 23 december 2010.
- Elsevier, CBS meldt 18.000 daklozen in Nederland. Beschikbaar via: <http://www.elsevier.nl/web/Nieuws/Economie/285347/Onderzoek-CBS-18.000-daklozen-in-Nederland.htm>. Laatst geraadpleegd op 3 januari 2011.
- Elsevier, subsidie totaal. Lijst van een aantal fondsen. Beschikbaar via: <http://www.subsidietotaal.nl/>Doel: Zorg, welzijn en sport>Doelgroep: non-profit>Regio: Nederland>Regelingen>Verstrekker: Fonds>. Laatst geraadpleegd op 21 december 2010.

- Encyclopedie online. Voor het opstellen van de begrippenlijst. Beschikbaar via: <http://www.encyclo.nl/begrip/>. Laatst geraadpleegd op 8 december 2010.
- Eureko Achmea Foundation. Criteria en organisatie. Beschikbaar via: <http://www.eurekoachmea.foundation.nl/nl/Pages/home.aspx>. Laatst geraadpleegd op 23 december 2010.
- Eureko Achmea Foundation. Jaarverslag 2009. Beschikbaar via: <http://www.eurekoachmea.foundation.nl/nl/EAFDocumenten/Jaarverslag%202009.pdf> Laatst geraadpleegd op 5 januari 2011.
- Fondsen 2003. Informatie over een aantal Nederlandse fondsen ten behoeve van zelforganisaties. Winter, H en Halewijn, R. Beschikbaar via: <http://www.forum.nl/pdf/fondsen-03.pdf>. Laatst geraadpleegd op 23 december 2010.
- Fundatie Van den Santheuvel Sobbe Stichting. Voor wie, aanvraagprocedure. Beschikbaar via: <http://www.fundatiesobbe.nl/>. Laatst geraadpleegd op 5 januari 2011.
- Gemeente Utrecht. Zorg en welzijn, gezondheidszorg, verslavingszorg, binnenplaats, veelgestelde vragen: hoe groot is de groep (verslaafde) dak- en thuislozen in Utrecht. Beschikbaar via: <http://www.utrecht.nl/smartsite.dws?id=118966>. Laatst geraadpleegd op 11 januari 2011.
- Haëlla Stichting. Projecten. Beschikbaar via: <http://www.haella.nl/page.php?id=5>. Laatst geraadpleegd op 6 januari 2011.
- Johanniter. Overzicht van fondsen die de organisatie steunen. Beschikbaar via: http://www.johanniter.nl/hulpverlening/pagina.php?pagina_id=13. Laatst geraadpleegd op 21 december 2010.
- Loswalde bonnen. Lijst van een aantal fondsen. Beschikbaar via: <http://www.loswaldebonnen.nl/links.html>. Laatst geraadpleegd op 21 december 2010.
- Madurodam Steunfonds. Goede doelen. Beschikbaar via: <http://www.madurodam.nl/>. Laatst geraadpleegd op 3 maart 2011.
- M.A.O.C. Gravin van Bylandt Stichting. Beschikbaar via: http://www.informatiegids.gouda.nl/bsk/vieworga.asp?org_guid=DF9E05B5-DFFB-4482-9EE4-8F5F6018B31E. Laatst geraadpleegd op 3 maart 2011.
- Niet Voor Jezelf. Actie, subsidie nodig, achtergronden en contact. Beschikbaar via: <http://www.nietvoorjezelf.nl/>. Laatst geraadpleegd op 22 december 2010.
- Niet voor jezelf. Gesteunde groepen. 2006, 2007, 2008, 2009. Beschikbaar via: <http://www.nietvoorjezelf.nl/gesteundegroepen.htm>. Laatst geraadpleegd op 6 januari 2011.
- NRC Lezersfonds. Beschikbaar via: [http://vorige.nrc.nl/krant/lezersfonds/article 1513378.ece/Lezersfonds_NRC_Handelsblad](http://vorige.nrc.nl/krant/lezersfonds/article%201513378.ece/Lezersfonds_NRC_Handelsblad) . Laatst geraadpleegd op 3 maart 2011.

- Oranje Fonds. Richtlijnen. Beschikbaar via: <http://www.oranjefonds.nl/oranjefonds/Richtlijnen/>. Laatst geraadpleegd op 8 december 2010.
- R.C. Maagdenhuis. Projectvoorbeelden in Nederland. Beschikbaar via: http://www.maagdenhuis.nl/client/1/?websiteid=1&contentid=52&hoofdid=6&pagetitle=Projecten_in_Nederland. Laatst geraadpleegd op 6 januari 2011.
- Ridderlijke Duitse Orde Balije van Utrecht. Projectondersteuning. Beschikbaar via: http://www.rdo.nl/pagina/Het_fonds/Projectondersteuning. Laatst geraadpleegd op 6 januari 2011.
- Social Media. Beschikbaar via: <http://www.social-media.nl/>. Laatst geraadpleegd op 27 januari 2011.
- Stichting Boschuyzen. Algemeen, voorwaarden, voorbeelden en aanvraagformulier. Beschikbaar via: <http://boschuysen.nl/stichting/index.php?id=11>. Laatst geraadpleegd op 5 januari 2011.
- Stichting Boschuyzen. Voorbeelden. Beschikbaar via: <http://boschuysen.nl/stichting/index.php?id=10>. Laatst geraadpleegd op 6 januari 2011.
- Stichting DOEN. Projectvoorbeelden. Beschikbaar via: <http://www.doen.nl/web/show/id=44613>. Laatst geraadpleegd op 6 januari 2011.
- Stichting Elise Mathilde Fonds. Doelstelling, aanvragen en vergaderdata. Beschikbaar via: <http://www.elisemathilde.nl>. Laatst geraadpleegd op 23 december 2010.
- Stichting Elise Mathilde Fonds. Donaties. Beschikbaar via: <http://www.elisemathilde.nl/content/donaties.htm>. Laatst geraadpleegd op 6 januari 2011.
- Stichting Monuta Charity Fund. Voorbeelden. Beschikbaar via: <http://www.monuta.nl/over-monuta/monuta-charity-fund/voorbeelden/>. Laatst geraadpleegd op 6 januari 2011.
- Stichting Monuta Charity Fund. Voorwaarden, aanvragen. Beschikbaar via: <http://www.monuta.nl/over-monuta/monuta-charity-fund/>. Laatst geraadpleegd op 23 december 2010.
- Stichting Pape Fonds. Beschikbaar via: <http://www.papefonds.nl/>. Laatst geraadpleegd op 23 december 2010.
- Stichting Voeten in de Aarde. Overzicht gehonoreerde aanvragen. Beschikbaar via: <http://www.voetenindeaarde.nl/paginamap/projecten.html>. Laatst geraadpleegd op 8 december 2010.
- Stichting Voeten in de Aarde. Doelstelling, werkwijze en aanvragen. Beschikbaar via: <http://www.voetenindeaarde.nl/>. Laatst geraadpleegd op 22 december 2010.
- Stichting Voeten in de Aarde. Projecten. Beschikbaar via: <http://www.voetenindeaarde.nl/paginamap/projecten.html>. Laatst geraadpleegd op 6 januari 2011.

- Stichting Voorzorg Utrecht. Beschikbaar via: <http://www.voorzorg-utrecht.nl/>. Laatst geraadpleegd op 2 maart 2011.
- Stichting VSB Fonds. Projectvoorbeelden. Beschikbaar via: <http://www.vsbfonds.nl/mens-&-maatschappij/projectvoorbeelden>. Laatst geraadpleegd op 6 januari 2011.
- Trends in fondsenwerving. 27 december 2008. Beschikbaar via: <http://www.zzp-mkb.nl/cms/artikelen/111/1/Trends-in-fondsenwerving/Pagina1.html>. Laatst geraadpleegd op 3 januari 2011.
- Vermogensfondsen in Nederland. Maatschappelijke en sociale doelen. Beschikbaar via: <http://vermogensfondsen.startpagina.nl/>. Laatst geraadpleegd op 3 januari 2011.

Bijlage 1: Interviews

Stichting De Tussenvoorziening

Op weg naar optimale fondsenwerving



Door: Judith Welle

Stichting De Tussenvoorziening
Centraal kantoor
Stafbureau afdeling Communicatie

Hogeschool Utrecht
Instituut voor Communicatie
Communicatiemanagement

In deze bijlage vindt u de interviews afgenomen met professionals in fondsenwerving. Deze interviews zijn ingedeeld in twee groepen. De eerste groep bestaat uit de interviews afgenomen met fondsen zelf, de toekennende kant. Hier is gesproken met coördinatoren, directeuren en bestuursleden van fondsen.

De tweede groep bestaat uit interviews afgenomen met professionals aan de aanvragende kant. Hier is gesproken met succesvolle fondsenwerfers voor allerlei organisaties.

Hieronder vindt u een overzicht van de geïnterviewde professionals en hun functie(s).

Geïnterviewde fondsen: de positie van de toekenner

De heer G. Ramaekers	Secretaris Fonds Niet Voor Jezelf
De heer H. Goosen	Voorzitter Fonds Niet Voor Jezelf
Mevrouw M. Oosthof	Fondsencoördinator Monuta Charity Fund
De heer T. van Oosten	Adjunct directeur Oranje Fonds
De heer W. Stille	Fondsencoördinator Eureko Achmea Foundation

Geïnterviewde aanvragers: de positie van de aanvrager

De heer N. Ooms	Fondsenwerfer voor 't Groene Sticht
Mevrouw M. Etman	Eigenaresse Tawa Tawa: ondersteuning en advies voor maatschappelijke organisaties (m.b.t. o.a. fondsenwerving)
	Fondsenwerfer voor Fanga Musow en Stichting LOS
	Geeft workshops fondsenwerving
Mevrouw F. Meijer	Eigenaresse bedrijf: 'Communicatie en fondsenwerving'
	Fondsenwerfer voor diverse organisaties
Mevrouw F. Verloop	Partner/Consultant fondsenwerving, sponsoring en communicatie bij Leenaers Verloop
	Associate senior consultant bij Brakeley UK
	Fundraising & Management Consultants
	Geeft workshops en lezingen over sponsoring en grote gift fondsenwerving

Interviews fondsen

Interview 1 en 2

De heer G. Ramaekers - Secretaris Fonds Niet Voor Jezelf
De heer H. Goosen - Voorzitter Fonds Niet Voor Jezelf
Utrecht, 8 februari 2011

De heer Ramaekers en de heer Goosen heb ik tegelijkertijd gesproken. Zij maken beiden deel uit van het bestuur van het Fonds Niet Voor Jezelf. De heer Ramaekers voerde het woord namens hen beiden, de heer Goosen deed eventueel aanvullingen wanneer hij dit nodig achtte.

Hoeveel personen hebben er zitting in het bestuur?

“Momenteel zijn wij met zes personen, gelijk verdeeld over man en vrouw”.

Is dat een bewuste keuze?

“We kijken wel bewust naar de samenstelling, we zoeken een goede verdeling, maar dat varieert wel, het is niet zo dat wij perse een man of vrouw zoeken”.

Hoe vaak vergadert het bestuur?

“Wij vergaderen één keer per twee maanden. Daarvan valt er meestal één vergadering uit. Dus vijf á zes keer per jaar”.

Hoeveel aanvragen komen er gemiddeld per jaar binnen?

“Gemiddeld krijgen wij tussen de 35 en 40 aanvragen per jaar. We hebben er nu bij de vergadering twaalf behandeld, dus dat is in verhouding veel ten opzichte van de rest van het jaar. Normaal hebben we tussen de zes en zeven aanvragen per vergadering”.

Hoeveel van deze aanvragen worden gemiddeld gehonoreerd?

“Ongeveer de helft van de aanvragen wordt goedgekeurd. Maar, dat wil niet zeggen dat wij ook de volledige bedragen toekennen. We kennen soms ook kleinere bedragen toe dan wat wordt gevraagd. We bekijken de kostenposten en daarin willen we nog wel eens schrappen. Soms krijgen we ook aanvragen die eigenlijk niet bij ons passen, maar als wij dan toch enthousiast zijn over het project willen we nog wel een sympathie bijdrage toekennen, dat is dan maximaal 500 euro”.

Gaat u ook zelf, als fonds, op zoek naar steunwaardige projecten of initiatieven?

“Nee, dat doen wij niet. Wij hebben een bepaald budget te besteden, onze inkomsten en bestedingen liggen rond hetzelfde bedrag. Dus wij hebben ook niet de financiële ruimte om zelf op zoek te gaan. Het maximale bedrag waarvoor wij kunnen steunen aan een project is ongeveer 2500 euro”.

Is de naamsbekendheid van de aanvragende organisatie belangrijk?

“Nee, wij steunen vooral juist lokale kleinere initiatieven, die genieten vaak geen hele grote bekendheid. Een organisatie is eerder in het nadeel als zij een grote naamsbekendheid hebben, zij kan dan elders ook wel slagen, zij hebben hun kanalen. Wij zijn er voor de kleinere, onbekende clubjes die leuke initiatieven hebben, dat past ook beter binnen ons bestedingsbudget”.

Later vult de heer Ramaekers aan: “Ik bedenk me nu, dat de naamsbekendheid en reputatie eigenlijk toch wel een rol speelt. Organisaties die wij in ons werkveld al kennen en die een goede reputatie hebben, die zijn wel in het voordeel”.

In hoeverre speelt de reputatie van de organisatie een rol?

De heer Ramaekers: “Soms komt het voor dat een van de bestuursleden wel iets afweet van de instelling. Als dit negatief is dan nemen we dat wel mee in ons besluit. Maar wij gaan niet heel actief op zoek naar informatie, we gaan wel uit van vertrouwen. Maar als er een signaal is dan handelen we daar wel naar”.

De heer Goosen: “Doordat wij allen in een ander deel van het land wonen, krijg je wel meer dingen mee. Als we dan horen dat er in een bepaalde organisatie iets gebeurt, dan nemen we dat wel in onze beoordeling mee”.

Hoe wordt gehandeld als iemand uit uw bestuur betrokken is bij de aanvragende organisatie?

“Als een bestuurslid persoonlijk betrokken is bij een aanvraag, dan stemt hij of zij niet mee. Het bestuur hoeft ook niet unaniem te zijn, de meerderheid geldt. Als we dan op 3-3 uitkomen stemt de voorzitter niet mee”.

Wint u ook informatie over de aanvragende organisatie in bij derden?

“Alleen als wij twijfels hebben bij de aanvraag”.

Houdt u altijd een persoonlijk gesprek met de aanvrager?

“Nee, zelden. We baseren onze keuze op alle schriftelijke informatie die we ontvangen”.

Zijn er drukke en rustige perioden in het jaar, wat betreft het aantal aanvragen dat u ontvangt?

“De zomer is altijd heel rustig, die vergadering valt meestal ook uit. Tijdens de rest van het jaar is het eigenlijk gelijk”.

Speelt de hoeveelheid informatie die een organisatie aanlevert een rol?

De heer Ramaekers: “Ja. We krijgen vaak een heleboel papierwerk binnen, veel te veel eigenlijk. Als je ons aanvraagformulier hanteert en verder de gevraagde bescheiden aanlevert, dan moet dat voldoende zijn. Als je niet beknopt kunt omschrijven wat je van ons wilt, dan klopt er eigenlijk iets niet. Dan moet ik als secretaris het werk voor de aanvrager gaan doen, daar heb ik natuurlijk geen zin in. De aanvrager moet zelf zorgen dat het compleet en helder is en niet ik. En als je twijfelt of je informatie volledig is, of dat je misschien te veel aanlevert, pak dan gewoon de telefoon en bel ons op”.

De heer Goosen: “Juist als we zo’n groot pakket aangeleverd krijgen, ga ik het doorspitten op negatieve dingen, het werkt bij mij juist argwaan. Ik krijg het gevoel dat de aanvrager de computer heeft aangezet en werkelijk alles heeft uitgedraaid wat maar mogelijk was”.

Wordt er veel waarde gehecht aan zorgvuldigheid in een aanvraag? Zoals goede spelling en het uiterlijk? En ziet u ook veel onpersoonlijke brieven, de standaardbrief die naar allerlei fondsen wordt verstuurd?

De heer Ramaekers: “Als ik niet de indruk krijg dat mensen serieus een aanvraag indienen, of dat ze er amper moeite voor gedaan hebben, dan is het snel klaar. Ik ben ook allergisch voor spelfouten. Het ziet er niet netjes uit. Maar het wordt er niet direct door afgekeurd, maar ik plaats het wel in perspectief. Het komt niet professioneel over. Als je daar als aanvrager juist veel aandacht aan besteedt, dan werkt dat wel in je voordeel”.

De heer Goosen: “Ik let ook vaak op de stijl waarin het geschreven is. Je kunt aan de stijl vaak zien wat voor soort organisatie erachter zit. Soms zie je dat het een standaardbrief is, totaal niet persoonlijk. Een brief die zo naar 10 fondsen tegelijk is gestuurd zonder ook maar iets aan te passen en dat is jammer”.

Zijn er tips die u zou kunnen geven aan aanvragende organisaties?

“Wat voor ons en volgens mij ook voor meerdere fondsen erg belangrijk is, is dat de doelgroep voor wie het project is ook daadwerkelijk betrokken is bij het project. Dat zij meedoen of meebedenkers zijn. Er wordt heel veel over mensen beslist en niet met hen”.

De heer Goosen: “Als tip zou ik mee willen geven dat de aanvrager goed uitzoekt bij wie hij iets aanvraagt. Wij krijgen bijvoorbeeld aanvragen binnen voor vergoedingen van verbouwingen of nieuw meubilair, daar zijn we niet voor. Dat staat ook duidelijk in onze voorwaarden, maar mensen proberen het dan toch”.

Is inhoudelijke betrokkenheid tijdens de looptijd van het project belangrijk?

“Op dit moment hebben we dit wel in onze voorwaarden staan, maar we zijn hier niet heel actief in. Maar we hebben het toevallig vandaag wel weer in de vergadering besproken. We zouden het wel prettig vinden om geïnformeerd te worden over de resultaten, of een verslag ontvangen van de activiteiten. En als we bij een bepaald project extra op de hoogte gehouden willen worden, dan geven we dit ook aan.

We zouden het zelf juist fijn vinden als onze donateurs wat meer betrokken waren. Vorig jaar wilden wij iets ondernemen, in het kader van ons 20 jarig bestaan, maar de respons was zo laag dat we het uiteindelijk maar afgeblazen hebben. Wij waren in de veronderstelling dat dat juist erg gewaardeerd zou worden, omdat we het zelf wel erg leuk vinden, dus dat was erg teleurstellend.

“Wij hebben vandaag ook besloten dat we graag meer na afloop een verantwoording willen zien. Daar tilden we tot nog toe niet zoveel aan en dat willen we toch wel veranderen”.

Wordt het op prijs gesteld als u wordt uitgenodigd voor de opening van een project dat het fonds heeft gesteund?

“Soms worden we wel ergens voor gevraagd, dat vinden we dan leuk, maar we kunnen er niet altijd naartoe. Het hangt ook van het soort project af, maar we kunnen het altijd waarderen dat we welkom zijn en dat we nog eens wat horen”.

Hoe denkt u over een vermelding van de steun op de website van de aanvrager?

“We zijn nu bezig om wat meer bekendheid te verwerven, dus dat kunnen wij zeker waarderen. Wij vinden het wel leuk als wij vermeld worden, maar we stellen het niet als eis. Het is natuurlijk voor een organisatie heel makkelijk om ons even te benoemen of er een logo te plaatsen. Het is toch weer een beetje extra naamsbekendheid voor ons en een blijk van waardering”.

Zijn er veel voorkomende fouten die u aanvragers ziet maken?

De heer Goosen: “Voortdurend, maar je kijkt dan wel vanuit je eigen situatie. Je moet natuurlijk ook kritisch zijn als je als fonds geld moet verdelen. Dan moet je denken aan de gigantische aanvragen met ontzettend veel papierwerk”.

De heer Ramaekers: “En het feit dat wij een sympathiebijdrage hebben, voor aanvragen die hier eigenlijk niet horen maar die we toch goed vinden, dat zegt natuurlijk ook wel wat. Dan zijn er dus nog altijd organisaties die niet goed uitzoeken of hun project wel aansluit bij het fonds. Dat is toch al gauw een derde van de totale aanvragen”.

De heer Goosen: “Ze hebben dan gewoon de criteria niet gelezen en dat moet je natuurlijk gewoon altijd doen. En de aanvragen waaraan te zien is dat ze het bij zestig fondsen hebben ingediend en alleen maar

telkens kopietjes hebben gemaakt, die aanvragen zijn ook totaal niet afgestemd op het fonds en heel onpersoonlijk. Maar dat laatste komt gelukkig niet vaak voor”.

De heer Ramaekers: “En ze denken natuurlijk ‘niet geschoten is altijd mis’, maar als ze totaal geen aandacht besteden aan de aanvraag en het is niet zorgvuldig en onprofessioneel en ook nog onpersoonlijk, dan houdt het natuurlijk gewoon op”.

Voor mijn onderzoek heb ik praktijkvoorbeelden van gehonoreerde en afgewezen aanvragen geanalyseerd. Hieruit concludeerde ik dat er vier factoren een belangrijke rol innemen: duurzaamheid, realiseerbaarheid, groepgerichtheid en de directe effecten die het project heeft. Kunt u dit beamen?

“Ja, wij zijn zeer gecharmeerd van duidelijk omschreven project die duidelijke resultaten boeken en ook echt goed realiseerbaar zijn. Groepsgerichtheid is sowieso een eis bij ons fonds, dat is voor ons heel belangrijk”.

De heer Goosen: “Als wij van te voren al zien dat het niet gaat lukken, dan heeft het geen nut om iets toe te kennen”.

Heeft u soms een voorkeur voor bepaalde projecten of doelgroepen boven andere?

“Soms wel, wij moeten natuurlijk keuzes maken tussen bepaalde projecten. Allereerst kijken wij of een project überhaupt binnen ons fonds past. Dan moet ook worden bekeken hoe de aanvraag binnen ons bestedingsbudget past. Als dan blijkt dat er moet worden geschrapt, dan zullen wij het ene project wellicht boven het andere moeten stellen. Maar het is niet zo dat wij bij voorbaat al bepaalde projecten niet willen steunen, wij beslissen dat pas na beoordeling als we prioriteiten moeten stellen”.

Heeft u zelf nog toevoegingen?

“Wat heel belangrijk is, is dat je duidelijk weet wat en waarvoor je iets aanvraagt. Dat moet je duidelijk kunnen verwoorden en uitleggen. Vervolgens is het wel belangrijk dat je, je wel verdiept in het fonds waar je het aanvraagt. Je moet specifiek kijken waar het fonds op is gericht en dat je dat in je aanvraag ook laten blijken.

Wat ook gebeurt, is dat aanvragers zich wel hebben verdiept in ons fonds, maar toch niet goed weten of hun project nou wel of niet bij ons past. Zij sturen dan een brief of bellen ons op, met de vraag of zij bij ons op de juiste plek zouden zijn. Dat kunnen we wel waarderen, ze laten merken dat ze zich in ons verdiept hebben, maar dat ze het toch moeilijk te plaatsen vinden en het scheelt ons het lezen van een hoop papierwerk als het project niet bij ons zou passen. Veel aanvragende clubs vergeten volgens mij soms wel hoeveel tijd het ons kost om alles door te nemen, het kost niet alleen maar hen tijd om het op te stellen en te verzenden, wij moeten het vervolgens beoordelen. Wij vinden het dan heel eerlijk als een organisatie toegeeft er niet zeker van te zijn of het project wel bij ons past”.

Interview 3

Monique Oosthof – Fondsencoördinator Monuta Charity Fund Apeldoorn, 10 februari 2011

Wat houdt uw functie als fondsencoördinator precies in?

“Ik controleer of alle aanvragen die we binnenkrijgen voldoen aan de criteria en voorwaarden van het fonds. Ik verzamel de aanvragen en zorg dat ze vier keer per jaar bij onze commissie aanvraagdonatie terechtkomen en bij het bestuur. Ik zorg ervoor dat betalingen gedaan worden en dat de cheques uitgeschreven worden die we aanbieden. Ik maak persberichten voor de uitreikingen van de cheques en ik zorg dat de aanvragers een

afwijzingsbrief of een goedkeuringsbrief krijgt.

Daarnaast werken wij met ambassadeurs, dat wil zeggen dat iedereen die bij Monuta werkt ambassadeur is van het fonds. Aanvragen kunnen ook alleen worden ingediend via ambassadeurs van het fonds. Ik zorg er dan voor dat de ambassadeur geïnformeerd wordt over het verloop van zijn of haar aanvraag”.

Hoeveel personen hebben er zitting in het bestuur?

“Op dit moment zitten er vijf personen in de commissie aanvraagdonatie, dat is een commissie die eerst heel strikt volgens alle richtlijnen een aanvraag bekijkt. Daarna gaan de aanvragen naar het bestuur. Wij hadden altijd vijf bestuursleden maar onlangs hebben twee bestuursleden afscheid van ons genomen. Wij zijn nu nog zoekende naar twee nieuwe bestuursleden en op het moment zitten er dus drie personen in het bestuur”.

Als ik het goed begrepen heb vergadert het bestuur dus vier keer per jaar?

“Ja, dat klopt”.

Hoeveel aanvragen komen er gemiddeld per jaar binnen?

“Er komen per jaar bijna 400 aanvragen binnen. Waarvan er ongeveer tussen de 75 en de 80 per vergadering worden behandeld. Een aantal wordt door mij bij voorbaat al afgewezen omdat ze niet voldoen aan onze criteria”.

Hoeveel van deze aanvragen worden gemiddeld gehonoreerd?

“Van die aanvragen wordt ongeveer 75% goedgekeurd, misschien zelfs wel 80%. Dit komt doordat de aanvragen al door meerdere personen zijn bekeken. Eerst door mijzelf en vervolgens door de commissie aanvraagdonatie. Wij hebben dus al getoetst of de aanvragen aan onze criteria voldoen. Daarna kijkt het bestuur ernaar, maar de kans is dan dus al heel groot dat het gewoon een goede aanvraag is. Ik doe dit werk nu vier jaar, dus ik heb inmiddels zelf goed door wat wel en niet goedgekeurd zal worden, waardoor ik ook de aanvrager goed kan adviseren.

We kennen wel regelmatig een ander bedrag toe dan wordt gevraagd. Er zijn bepaalde posten waarvoor wij vaste bedragen hanteren. Zoals een dagje uit, daarvoor hanteren wij 25 euro per persoon. Als er dan tien personen meegaan kom je dus op een totaal van 250 euro, dan kunnen ze wel 1500 euro aanvragen, maar dat geven we dan niet. Dat zijn gewoon vaste bedragen en richtlijnen en daar wijken wij niet van af, dus dan wordt er minder gegeven dan aangevraagd is. Wij geven overigens nooit meer dan is aangevraagd”.

Gaat u ook zelf, als fonds, op zoek naar steunwaardige projecten of initiatieven?

“Nee, wij gaan niet zelf opzoek naar projecten. Dat hoeft ook niet, er komt zoveel aan aanvragen binnen, waar we soms al met de kaasschaafmethode het geld moeten toekennen, dat er geen budget is om ook nog zelf op zoek te gaan. Je gunt iedereen wat, dus soms is er al niet voldoende geld om aan ieders vraag te voldoen, dus er is voor ons geen ruimte om nog meer te doen”.

Is de naamsbekendheid van de aanvragende organisatie belangrijk?

“Nee, de naamsbekendheid speelt geen rol. Wel zal een organisatie eerder in het nadeel dan in het voordeel zijn als zij een hele grote naamsbekendheid hebben. Wij werken met kleinschalige projecten, projecten met een projectbegroting hoger dan 25000 euro komen bij ons niet in aanmerking. Dus die hele bekende organisaties en projecten, die komen bij ons niet in aanmerking. En die grote bekende organisaties vinden elders ook wel budget”.

Hoe wordt gehandeld als iemand uit uw bestuur of de commissie betrokken is bij de aanvragende organisatie?

“Er wordt dan eigenlijk juist kritischer naar de aanvraag gekeken, om allerlei belangenverstrengelingen te voorkomen”.

In hoeverre speelt de reputatie van de organisatie een rol?

“Ja, de reputatie is erg belangrijk. Een organisatie moet geen negatieve berichtgeving hebben, omdat wij daar niet aan gelinkt willen worden. Dat kan voor onze reputatie een slechte invloed hebben. En aangezien wij ook een uitvaart- en verzekeringsbedrijf zijn, moeten wij er goed rekening mee houden waar wij ons aan linken en waar wij ons geld aan geven. Uitvaart is toch een heel gevoelig iets en dat moet niet botsen met onze schenkingen”.

Wint u ook informatie over de aanvragende organisatie in bij derden?

“Nee, wij zoeken geen informatie bij derden. Wel zoeken we de organisatie altijd op via Google, om te kijken wat er dan naar boven komt”.

Houdt u altijd een persoonlijk gesprek met de aanvrager?

“Wel met de ambassadeur en de aanvrager, maar niet met mij”.

Zijn er drukke en rustige perioden in het jaar, wat betreft het aantal aanvragen dat u ontvangt?

“In de zomer is het rustig, dan krijgen we minder aanvragen. Vooral in de maanden juni en juli. Het budget wordt daar niet op aangepast”.

Wat doet u als u niet voldoende budget heeft voor de aanvragen die u wilt toekennen?

“Dan passen we de kaasschaafmethode toe, dan krijgt iedereen een klein beetje minder, zodat toch iedereen wat krijgt”.

Moet het bestuur unaniem zijn in hun beslissing?

“Het bestuur hoeft niet unaniem te zijn, maar in principe verloopt het altijd wel in goed overleg. Bij sommige aanvragen gaat het heel snel en bij een andere kunnen ze er soms wel langer over discussiëren”.

Speelt de hoeveelheid informatie die een organisatie aanlevert een rol?

“Ja, het is niet goed als we maar twee blaadjes krijgen, maar bij grote pakken papier denken we toch: dat geld had je beter voor wat je aanvraagt kunnen gebruiken. We willen gewoon zien wat nodig is en niet allerlei andere dingen. Het moet ook niet te professioneel zijn. Het moet gewoon duidelijk zijn, er moet geleverd worden wat wij nodig hebben.

Een begroting is wel heel belangrijk, het moet niet zo zijn dat wij zien dat een instelling een groot eigen vermogen of budget heeft en dan bij ons een aanvraag in gaat dienen voor een bijdrage”.

Wordt er veel waarde gehecht aan zorgvuldigheid in een aanvraag? Zoals goede spelling en het uiterlijk?

“Ja, daar let ik heel erg op. Als een brief vol zit met spelfouten kijk ik veel kritischer dan anders. Ik vind het heel erg belangrijk dat aanvragen goed omschrijven wat het project inhoudt, wat ze willen gaan doen en daar een goede projectbeschrijving bij hebben. Wat mij erg tegen de haren instrijkt is als wij een brief ontvangen waarin staat: wij willen graag 2000 euro en u kunt het overmaken naar dat en dat rekeningnummer, zo werkt het niet. Ik verwacht wel dat de aanvrager zich verdiept in ons fonds, dat hij weet bij wie hij wat aanvraagt en ook hoe hij dat aan moet vragen. En geen onpersoonlijke brief, met geachte heer/mevrouw die tien keer wordt uitgeprint en zo overal naartoe wordt gestuurd. Op onze site kun je ook zien dat alle aanvragen via mij gaan, dus daar zien ze mijn naam en weten ze dat ik een vrouw ben. Het stoort

me dan ook heel erg als mensen dat niet doen, of als ze vervolgens mijn naam verkeerd geschreven hebben. Vaak zie ik ook dat namen van bestuursleden verkeerd worden gespeld, dat vind ik nog erger. Dat is gewoon heel slordig. Dat is toch het minste wat je kunt doen, een naam goed spellen. Als je al met zulke kleine dingen slordigheidsfouten maakt vraag ik me vaak af, hoe is dan de rest van het verhaal, daar krijg ik dan twijfels bij. Dus ja, ik vind zorgvuldigheid erg belangrijk”.

Voor mijn onderzoek heb ik praktijkvoorbeelden van gehonoreerde en afgewezen aanvragen geanalyseerd. Hieruit concludeerde ik dat er vier factoren een belangrijke rol innemen: duurzaamheid, realiseerbaarheid, groepgerichtheid en de directe effecten die het project heeft. Kunt u dit beamen?

“Ja, dat klopt. De bijdrage moet echt ten goede komen aan de doelgroep, dat moet duidelijk zichtbaar zijn. Dat zie je ook terug in de criteria van allerlei fondsen. En daar horen al die factoren wel bij”.

Heeft het fonds soms een voorkeur voor bepaalde projecten boven andere projecten?

“Ja, we zijn op dit moment ook bezig met een herijking, we krijgen toch vaak dezelfde soort aanvragen. Het fonds bestaat elf jaar en we werken al 11 jaar met hetzelfde bestuur, die hebben ‘alles al 100x voorbij zien komen’. We geven op dit moment bijdragen voor een wikip tot een duofiets en alles wat er tussen zit. We willen weer wat meer bij Monuta gaan zitten, dichterbij de basis. We zijn er nog niet uit welke richting we uit willen gaan, maar we zijn nu bezig met een onderzoek om te bekijken hoe we dat in willen vullen.

We houden ook een bestand bij van welke afdelingen van een organisatie al bijdragen hebben gehad, je ziet dan dus ook dat we van elke afdeling van een instelling wel een aanvraag binnenkrijgen. Het enige waaraan wij altijd een bijdrage schenken zijn hospices, daaraan geven we altijd, ongeacht waar het voor is, omdat het heel dicht bij onze Cor business ligt”.

Is inhoudelijke betrokkenheid tijdens de looptijd van het project belangrijk?

“Nee, juist liever niet. Wij doen alleen eenmalige schenkingen en onze bijdragen zijn vaak voor de aanschaf van iets of bijvoorbeeld een studiedag of een uitje. Dat zijn dus afgeronde gehelen, er is geen echt vervolgtraject. Wij reiken de cheque uit en daarbij wordt bijvoorbeeld de rolstoelfiets gegeven en daarmee is het dan klaar. Bovendien hebben wij 400 aanvragen per jaar, als wij van allemaal nieuwsbrieven en dergelijke gaan ontvangen zien we door de bomen het bos niet meer, het is heel aardig bedoeld, maar aan ons niet besteed.

Wel vinden wij het erg belangrijk dat er aan de schenking aandacht wordt besteed, door bijvoorbeeld een persbericht. Ook een bedankbrief stellen wij zeer op prijs en een vernoeming op de website, maar wij hoeven verder geen contact. Het heeft bij ons ook geen zin omdat mensen niet nogmaals een aanvraag kunnen doen. Verder is een verantwoording ook niet verplicht, sommige instellingen sturen die automatisch, dat vinden wij erg netjes, maar doen zij dit niet, dan ga ik daar niet achteraan”.

Wordt het op prijs gesteld als u wordt uitgenodigd voor de opening van een project dat het fonds heeft gesteund?

“Onze ambassadeur is sowieso aanwezig bij de uitreiking van de cheque. Wij vinden het altijd wel fijn als de aanvragers van de uitreiking echt een feestje maken en dat ze de krant uitnodigen. Wij reiken echt een cheque uit en dan vinden we het wel leuk als er een persbericht aan wordt besteed bijvoorbeeld”.

Zijn er veel voorkomende fouten die u aanvragers ziet maken?

“Ja, het niet meesturen van alle gevraagde bescheiden. Er staat overal zo duidelijk aangegeven wat we willen hebben en toch worden er dan vaak bepaalde documenten niet meegestuurd. En bij grotere instellingen is

vaak niet iedereen op de hoogte van alle documenten die er zijn. Of je ziet dat er binnen de organisatie niet goed is afgestemd wie wat doet en welke bescheiden er beschikbaar zijn, waardoor aanvragen heel rommelig kunnen worden. Ik heb één keer een aanvraag gehad, waarbij zowel de voorzitter als de secretaris van dezelfde instelling een aanvraag had gedaan en zij wisten dit niet van elkaar”.

Zijn er tips die u zou kunnen geven aan aanvragende organisaties?

“De grootste tip is toch wel: weet wat je aanvraagt en bij wie het aanvraagt. Wij geven hele kleinschalige bedragen, dus vraag geen 25000 euro aan, want dat krijg je toch niet. Doe je huiswerk. Ga geen aanvragen indienen voor bedragen waarvan je bij voorbaat al kunt weten dat wij daar niet aan kunnen voldoen. Lever de gevraagde papieren en vul ook de aanvraagformulieren helemaal in, bereid je goed voor en laat merken dat je ook weet waar je mee bezig bent”.

Interview 4

Theo van Oosten – Adjunct directeur Oranje Fonds Utrecht, 23 februari 2011

Hoeveel personen hebben er zitting in het bestuur?

“Negen personen”.

Hoe vaak vergadert het bestuur?

“Vier keer per jaar”.

Hoeveel aanvragen komen er gemiddeld per jaar binnen?

“Tussen de 5000 en 6000 aanvragen”.

Hoeveel van deze aanvragen worden gemiddeld gehonoreerd?

“Van die 5000 á 6000, waren er vorig jaar ongeveer 3000 via een speciale actie: ‘Burendag’. Dat zijn kleine aanvragen, gericht om in de buurt activiteiten te ontwikkelen. De echte aanvragen, dat zijn er dus ook ongeveer 3000, daarvan kennen we er ongeveer tussen de 1500 en 1800 toe. Die grote afwijking heeft ermee te maken dat veel mensen het ‘toch gewoon maar proberen’. Daar heeft eigenlijk de hele sector last van, aanvragen die helemaal niet aansluiten op de doelstellingen. Het is alsof je bij de slager naar binnen loopt terwijl je bij de groenteboer moet zijn. Dat soort aanvragen horen hier niet”.

Gaat u ook zelf, als fonds, op zoek naar steunwaardige projecten of initiatieven?

“Niet naar projecten, maar wij zoeken wel naar belangrijke onderwerpen. De helft van ons budget besteden wij op aanvraag, de andere helft besteden wij via programma’s. Die programma’s komen tot stand doordat we kijken wat er gaande is in de samenleving en of wij bij die onderwerpen als fonds een rol kunnen spelen. Zo hebben we een aantal jaar geleden het project ‘taalontmoeting’ opgezet. Dit project steunt dan allerlei projecten die hierop aansluiten.

Onze werkwijze hierbij is als volgt. We maken bekend dat we zo’n programma hebben, wat de voorwaarden zijn en welke mogelijkheden we bieden. Organisaties kunnen hier dan op intekenen, waarna we selectiegesprekken houden om te kijken wat goede projecten zijn. We kunnen ongeveer 25 projecten plaatsen van de 100 aanbiedingen. Met deze 25 gaan we dan in zee, die steunen we dan voor ongeveer 3 jaar. We geven ze niet alleen geld, maar zorgen ook voor begeleiding en dergelijke”.

Is de naamsbekendheid van de aanvragende organisatie belangrijk?

“Nee, totaal niet. Het is belangrijk dat het een goed project is met goede activiteiten en dat het binnen de

doelstellingen van het fonds past. We kijken wel naar de organisatie zelf, of het een sterke organisatie is, of er sprake is van continuïteit, draagvlak en of het financieel goed in elkaar zit. We toetsen dus wel de organisatie, maar we kijken niet naar hun bekendheid. We proberen wel in kaart te brengen of de organisatie betrouwbaar is, dat is wel belangrijk.

Wat we wel altijd doen, is na toekenning van een aanvraag altijd aan de organisatie vragen of zij aandacht willen besteden aan de toekenning. Veel organisaties weten ons toch nog niet te bereiken, dus het is voor ons belangrijk dat onze eigen naamsbekendheid groeit, waardoor organisaties ons makkelijker kunnen vinden.

De inschatting of een organisatie ergens anders geld kan krijgen speelt wel mee, we hebben daar ook wel een redelijk beeld van, maar dat speelt meer mee aan het eind van de beoordeling, als we de organisatie en het project hebben beoordeeld en we willen beoordelen of de begroting reëel is. Dan kijken we ook naar wat de organisatie elders kan krijgen en wat onze bijdrage dan zou zijn. Dit geven we dan soms ook als suggestie mee”.

In hoeverre speelt de reputatie van de organisatie een rol?

“Wij zien niet altijd alles, als een organisatie bijvoorbeeld twee jaar geleden negatief in het nieuws is geweest en hij dient vandaag een aanvraag in, dan beoordelen we de organisatie zoals die vandaag is. Het gebeurt ook maar zelden dat het bij een lokale organisatie zo misgaat, dat daar landelijk aandacht aan wordt gegeven. Maar vaak komen dergelijke gebeurtenissen wel terug in een jaarverslag, bijvoorbeeld ‘wij hebben helaas afscheid moeten nemen van onze frauderende penningmeester’. En als we echt twijfels hebben, dan bellen we de gemeente om te achterhalen hoe de organisatie in elkaar zit, of zij goed functioneert en of het een steunwaardige organisatie is”.

Hoe wordt gehandeld als iemand uit uw bestuur betrokken is bij de aanvragende organisatie?

“De bestuursleden zijn niet betrokken bij de aanvraagbehandeling, daar is dus al geen risico. Wat echter wel kan gebeuren, is dat binnen het bureau er mensen zijn die de organisatie kennen. Medewerkers moeten dit melden, ook al hun nevenfuncties moeten zij melden. Als ik weet dat er een aanvraag komt voor een organisatie waarbij ik betrokken ben, dan meld ik dat bij de directeur. Personen die op wat voor manier dan ook bij de aanvragende organisatie betrokken zijn, mogen niet betrokken zijn bij de aanvraag. Dat betekent dus dat de aanvraagbehandeling optimaal objectief verloopt. Dat is ook de enige manier om het goed te doen”.

Wint u ook informatie over de aanvragende organisatie in bij derden?

“Soms, dat hangt af van het soort aanvraag en wat er aan informatie beschikbaar is, maar dit is niet standaard”.

Houdt u altijd een persoonlijk gesprek met de aanvrager?

“Nee, het liefst zo weinig mogelijk. Wij krijgen ontzettend veel aanvragen binnen, het is voor ons niet mogelijk om met al deze aanvragers te spreken. Hier hebben we de tijd en de menskracht niet voor. De kleine eenvoudige aanvragen proberen we zoveel mogelijk schriftelijk af te handelen. Naar mate een aanvragen groter of gecompliceerder wordt, bellen we de aanvrager of we vragen hem nadere informatie te leveren, soms bellen we de gemeente of we gaan op werkbezoek, maar dat zijn allemaal gradaties die we alleen toepassen waar nodig”.

Zijn er drukke en rustige perioden in het jaar, wat betreft het aantal aanvragen dat u ontvangt?

“Nee, daar is geen pijn op te trekken”.

Speelt de hoeveelheid informatie die een organisatie aanlevert een rol?

“Wij geven duidelijk aan welke informatie we willen hebben, mensen kunnen dan nog een hoop andere dingen meesturen, maar dit heeft geen invloed op de beoordeling. Wij geven specifiek aan wat we willen zien en dat moet er dus gewoon bijzitten”.

Wordt er veel waarde gehecht aan zorgvuldigheid in een aanvraag? Zoals goede spelling en het uiterlijk?

“Dat is afhankelijk van het soort organisatie, van een professionele organisatie verwachten wij een professionele aanvraag. Het is ook niet altijd nodig, soms gaat het om eenvoudige aanvragen. Als wij maar kunnen begrijpen waar het om gaat, wat er wordt gevraagd en waarom het gevraagd wordt. Nogmaals, van een professionele organisatie verwachten wij een professionele aanvraag, als dat niet zo is kun je twijfelen aan de professionaliteit van de organisatie”.

Zijn er tips die u zou kunnen geven aan aanvragende organisaties?

“Een project moet altijd aansluiten bij wat een organisatie doet, qua inhoud maar ook qua uitvoering en omvang. Daarnaast het draagvlak van de aanvraag, hoe groter het draagvlak hoe sterker je staat. Bij grote organisaties is de professionaliteit van belang, niet alleen in de aanvraag, maar ook in het aantonen hoe een project voortbouwt op eerdere ervaringen, of binnen de organisatie of binnen de sector. Er moet worden aangegeven waarom ze een project nodig achten en waaruit het project voortkomt, maar ook of ze het getoetst hebben”.

Heeft het fonds soms een voorkeur voor bepaalde projecten boven andere projecten?

“Nee. Wij hanteren ons bestedingsbeleid en een aanvraag past daar wel of niet in. Als wij vinden dat wij een bepaalde groep of een bepaald soort project vaak genoeg hebben gesteund, passen wij ons bestedingsbeleid aan. Dan steunen we het komende jaar bepaalde projecten niet meer. Maar het is niet zo dat wij halverwege het jaar denken, dat hebben we nu vaak genoeg gesteund, dat doen we niet meer”.

Is inhoudelijke betrokkenheid tijdens de looptijd van het project belangrijk?

“Ja, maar dit verschilt per aanvraag. Bij simpele aanschaffingen is dat niet nodig. We horen wel graag achteraf of het project het gewenste resultaat heeft gehad. Bij grotere projecten blijven we wel graag tussentijds op de hoogte”.

Wordt het op prijs gesteld als u wordt uitgenodigd voor de opening van een project dat het fonds heeft gesteund?

“Ja, dat vinden we altijd leuk. Daar maken we af en toe ook gebruik van. Een opening is een goede gelegenheid om te kijken wat er nou precies gebeurd is. Soms spreken wij er zelf of we overhandigen een symbolische cheque. We kunnen, gezien de hoeveelheid aanvragen, echter niet op alle uitnodigingen ingaan, maar we vinden het altijd heel leuk om uitnodigingen te ontvangen”.

Hoe denkt u over een vermelding van de steun op de website van de aanvrager?

“Dat vinden we erg fijn. Het is geen eis, maar het is wel een extra middel om onze naamsbekendheid te vergroten. Wij zijn er om steun te bieden en als maar genoeg mensen dit weten, kunnen wij onze functie beter vervullen”.

Zijn er veel voorkomende fouten die u aanvragers ziet maken?

“Sommige aanvragers vinden het gewoon moeilijk om een aanvraag in te dienen. Het is iets waar je veel tijd en aandacht aan moet besteden. Je ziet dat niet iedereen het kan en dat niet iedereen het goed doet. Dat is jammer, wij missen dan informatie, daar moeten we dan weer naar vragen, waardoor de behandeltermijn van

een aanvraag flink oplopen. Het belangrijkste is dus dat de aanvrager voldoende aandacht en tijd besteed aan het indienen van de aanvraag, goed uitzoekt wat wij willen zien en wat wij willen hebben. En wij van onze kant, moeten natuurlijk ons best doen en toetsen of onze procedure nog goed werkt”.

Ziet u ook veel onpersoonlijke brieven, de standaardbrief die naar allerlei fondsen wordt verstuurd?

“Ja, maar dat is niet altijd erg. Een aanvraag hoort bij ons of hoort niet bij ons. En als dan maar de juiste informatie is bijgeleverd en het project bij ons fonds past, dan vinden we het geen probleem”.

Voor mijn onderzoek heb ik praktijkvoorbeelden van gehonoreerde en afgewezen aanvragen geanalyseerd. Hieruit concludeerde ik dat er vier factoren een belangrijke rol innemen: duurzaamheid, realiseerbaarheid, groepgerichtheid en de directe effecten die het project heeft. Kunt u dit beamen?

“Ja, in grote lijnen wel. Duurzaam, ja een project moet iets opleveren, je moet er iets aan hebben, dat is sowieso een belangrijk punt. Het effect moet niet weg zijn op de dag dat je je project afsluit. Er moet draagvlak zijn, dat zegt ook iets over de mensen die je ermee bereikt. Realiseerbaarheid, uiteraard, dat is de kern van de beoordeling. Als wij een project niet realiseerbaar vinden, dan steunen we niet. De effecten zijn zeker belangrijk, alleen lastig om te meten. We horen ook altijd graag van de aanvrager wat zij aan onze toekenning hebben gehad, via die weg proberen wij te achterhalen wat het effect is geweest. Maar sommige projecten hebben op heel veel vlakken effecten, dan is het lastig om te beoordelen op welk niveau je die effecten wilt zien. Ik zou eerder spreken over resultaten, de outcome van een project”.

Heeft u zelf nog toevoegingen?

“Duidelijk omschrijven wat je wilt, waarom je het wilt en op wie je je wilt richten. Ga je fondsenwerving doen voor de hele organisatie, of voor onderdelen ervan. Als een onderdeel van de organisatie een grotere of betere bekendheid heeft dan de organisatie als geheel, maak hier dan gebruik van. Breng duidelijk in kaart wat je wilt en hoe”.

Interview 5

Wim Stille – Fondsencoördinator Eureka Achmea Foundation Zeist, 23 maart

Hoeveel personen hebben er zitting in het bestuur?

“Zeven personen”.

Hoe vaak vergadert het bestuur?

“Vier keer per jaar”.

Hoeveel aanvragen komen er gemiddeld per jaar binnen?

“Per vergadering behandelen wij er maximaal 30, dat is na selectie. In totaal krijgen we tussen de 200 a 300 aanvragen binnen”.

Hoeveel van deze aanvragen worden gemiddeld gehonoreerd?

“We kennen ongeveer 80% van de aanvragen toe, dit ligt zo hoog omdat de aanvragen die in de vergadering worden behandeld al door een selectie zijn gegaan”.

Zijn er veel voorkomende fouten die u aanvragende organisaties ziet maken?

“Wij hanteren een format, dat format dwingt organisaties al in een bepaalde positie. Als zij dat format hanteren kunnen zij eigenlijk geen fouten maken, tenzij zij het format niet volgen. Wij geven heel duidelijk aan wat zij aan bijlagen bij moeten voegen, dus echte fouten worden daarin niet gemaakt. Wat wel gebeurt is

dat aanvragende organisaties soms heel vaag zijn in hun begroting, dat niet duidelijk is hoe het nu precies in elkaar steekt en wat ze nu precies vragen. Een beetje onduidelijk, dus dat is wel een kritiekpunt, maar echte fouten zien wij niet”.

Gaat u ook zelf, als fonds, op zoek naar steunwaardige projecten of initiatieven?

“Nee, dat doen wij niet”.

Is de naamsbekendheid van de aanvragende organisatie belangrijk?

“Nee, wij willen het verschil maken als fonds. Wij zijn niet erg gericht op grote organisaties, maar juist op de kleinere organisaties. Die genieten vaak niet een heel grote naamsbekendheid. Wij krijgen aanvragen van zowel bekende als onbekende organisaties. Wel is er een voordeel als wij een organisatie al kennen, als zij al eerder een project hebben uitgevoerd met onze steun. Als dat goed verlopen is en de rapportages waren netjes, dan hebben zij een grote kans op een tweede of derde keer steun”.

In hoeverre speelt de reputatie van de organisatie een rol?

“Ja, die is natuurlijk wel van belang. Sowieso moet het een onbevlekt organisatie zijn en wij gaan ook altijd via internet na wat de voorgeschiedenis van een organisatie is”.

Hoe wordt gehandeld als iemand uit uw bestuur betrokken is bij de aanvragende organisatie?

“Dan heeft dat bestuurslid op dat moment geen advies- of stemrecht”.

Wint u ook informatie over de aanvragende organisatie in bij derden?

“Nee, meestal niet. Wij vragen statuten en jaarverslagen en dergelijke op, dat levert ons al veel informatie. Vervolgens zoeken we op internet nog naar de voorgeschiedenis, dus we gaan niet ook nog bij anderen informatie opvragen. Bovendien krijgen wij veel meer aanvragen binnen dan we kunnen toekennen, dus we moeten vaak al prioriteiten stellen. Als wij een aanvraag dan niet helemaal vertrouwen, komt hij al lager op de stapel te liggen. Wij gaan dan niet extra moeite doen om via derden uit te zoeken hoe het nu werkelijk zit, want er zijn altijd wel anderen die beter scoren”.

Houdt u altijd een persoonlijk gesprek met de aanvrager?

“Nee, niet altijd. Met ongeveer 20% van de aanvragers doen we dat, maar dat is dan op verzoek van de aanvrager zelf. Wij gaan daar niet zelf afspraken voor maken. Deze gesprekken zijn zowel met organisaties aan wie wij al toekenningen hebben gegeven, maar het zijn ook organisaties die het gesprek willen om te ontdekken of een aanvraag bij ons zou passen. Op zich vind ik het heel prettig om een aanvrager te kennen en vooraf kennis met elkaar te maken, maar het fysiek onmogelijk om dit met elke aanvrager te doen”.

Moet het bestuur unaniem zijn in haar besluit?

“Nee, de meerderheid is voldoende”.

Zijn er drukke en rustige perioden in het jaar, wat betreft het aantal aanvragen dat u ontvangt?

“Ja, de septemberperiode is hartstikke druk, vlak na de zomerperiode. De laatste maand van ieder kwartaal hebben we een bestuursbijeenkomst. December is weer iets rustiger”.

Hoe wordt er gehandeld als het aantal aanvragen dat u wilt toekennen boven het budget ligt?

“Ons budget is een percentage van de winst van Eureko. Ons budget ligt daardoor de ene keer hoger of lager dan de andere keer. Soms kijken wij dan of bepaalde projecten ook gerealiseerd kunnen worden met een lagere bijdrage, maar soms maken we ook gewoon een keuze uit de projecten. We moeten dan helaas toch sommige projecten afwijzen, we kiezen dan de meeste urgente projecten uit”.

Speelt de hoeveelheid informatie die een organisatie aanlevert een rol?

“Het gaat erom dat het to the point is en dat ons format wordt gevolgd. Daarbij zijn bepaalde bijlagen essentieel. Een begroting hoeft niet tot drie cijfers achter de komma te zijn, het moet gewoon helder en duidelijk zijn. Wat voor mij erg belangrijk is, is dat duidelijk is hoe het project wordt opgezet, wat de tijdsplanning is en wat het resultaat moet zijn. De hoofdzaak moet erin staan en wij vinden het zonde als wij gigantische pakken papier zien terwijl het ook met minder toe kan. Bovendien laten wij onze aanvragen nu ook digitaal verlopen, omdat wij het zonde vinden als er zoveel papier moet worden geprint. Wij krijgen dan soms nog dikke pakketten per post, maar ons streven is ook om duurzaam te ondernemen.

Bovendien scannen wij door de aanvragen heen, op basis daarvan maken wij een selectie, dat is ongeveer de helft. Daarna gaan we die selectie volledig doornemen. Het is dus ook belangrijk dat er duidelijke structuur in de aanvraag is en dat het duidelijk is wat wij waar kunnen vinden. Het moet niet zo zijn dat wij al zoekend door de aanvraag moeten gaan. Dit gebeurt naar mijn ervaring niet altijd. De grotere professionele organisaties doen dit vrij goed, maar de kleinere nieuwere organisaties doen dit minder”.

Wordt er veel waarde gehecht aan zorgvuldigheid in een aanvraag? Zoals goede spelling en het uiterlijk?

“Ja, daar hecht ik wel waarde aan. Hoe iemand zich presenteert, zegt iets over hoe iemand werkt. Iemand die een rammelend projectplan aanlevert, zal naar mijn idee ook op die manier met het project bezig zijn. Het wekt weinig vertrouwen als een aanvraag maar zo in elkaar geflanst is. Wij verwachten wel professionaliteit”.

Ziet u ook veel onpersoonlijke brieven, de standaardbrief die naar allerlei fondsen wordt verstuurd?

“Wij maken geen gebruik van begeleidende brieven. Bij ons dienen aanvragers het format te volgen en alle bijlagen aan te leveren en dat is voldoende”.

Zijn er tips die u zou kunnen geven aan aanvragende organisaties?

“Kort, to the point, overzichtelijk en transparant zijn is heel erg belangrijk. Het moet sowieso voldoen aan onze hoofddoelstelling, dat is sociaal economisch achtergesteld. Het moet projectmatig en duurzaam zijn, helder verwoord en zelfredzaamheid is belangrijk. Wanneer het daaraan voldoet gaat de aanvraag door naar het bestuur, dit echt naar de diepgang en de outcome van het project gaat kijken. Dan wordt ook beoordeeld wat de ernst van de situatie is en daardoor ook de urgentie van het project. Als daar allemaal aan voldaan is en het ziet er net uit, de begroting is helder, het is allemaal duidelijk, dan heb je het wat mij betreft netjes gedaan”.

Heeft het fonds soms een voorkeur voor bepaalde projecten boven andere projecten?

“Wij steunen in drie regio's. Nederland, in Europa in landen waar onze organisatie werkt en dan wereldwijd en dat is dan in Zuid-Oost Azië, Afrika en Zuid Amerika. Wij krijgen voor Afrika de meeste aanvragen, maar wij zullen gaan daardoor niet meer projecten in andere gebieden toezeggen. Als het project bij ons past dan kunnen zij steun krijgen en wij hebben daarin geen voorkeuren. Maar doordat wij wereldwijd opereren zijn het ook wel heel verschillende projecten. Ernst en urgentie zijn bij ons criteria, dus dat neemt een heel belangrijke rol in”.

Is inhoudelijke betrokkenheid tijdens de looptijd van het project belangrijk?

“Als een project eenmaal loopt willen wij wel tussentijds contact. Dat willen wij altijd. Er is wel verschil tussen projecten van een jaar of meerjarige projecten. Bij de eenjarige projecten willen wij een eindrapportage, bij de meerjarige projecten willen wij elk half jaar een rapportage. Daarin wordt dan bekeken of de planning nog goed loopt en over er zich geen problemen voordoen.

Organisaties sturen ons meestal ook een nieuwsbrief, dat vinden wij erg leuk. Om die manier word je ook op een andere wijze betrokken bij de organisatie dan alleen via de formele zaken”.

Wordt het op prijs gesteld als u wordt uitgenodigd voor de opening van een project dat het fonds heeft gesteund?

“Ja, wij zullen niet altijd gaan, zeker in het buitenland niet, maar hier in Nederland proberen wij altijd wel aanwezig te zijn. Het wordt zonder meer op prijs gesteld, een organisatie moet er nooit vanuit gaan dat wij niet zullen of willen komen. Het zou niet leuk zijn om achteraf te horen dat er een feestje is geweest en wij niet waren uitgenodigd”.

Hoe denkt u over een vermelding van de steun op de website van de aanvrager?

“Dat soort zaken stellen wij altijd op prijs. Het is geen eis, maar het wij kunnen het erg waarderen. Er moet dan goed op worden gelet dat je ook echt alle steunende fondsen noemt. Wij hebben eens een nieuwsbrief ontvangen van een organisatie wij hadden gesteund, in die nieuwsbrief werden alle fondsen genoemd, alleen wij stonden er niet bij, dat doet dan wel pijn. Echte dankbaarheid hoeft niet, maar vermeldingen worden erg op prijs gesteld, maar zorg dan ook dat je daar volledig in bent. Wij kunnen het waarderen omdat onze naam dan ook een bepaalde uitstraling krijgt, het steunen van projecten kan daaraan bijdragen, dat heeft effect op het beeld wat mensen van ons fonds hebben.

Bovendien wekt het bij ons ook een goede indruk als wij andere fondsen genoemd zien op de website van de aanvragende organisatie. Zoals ik benoemde bekijken wij de website van de aanvrager, als die organisatie gekoppeld is aan fondsen die bij ons positief bekend zijn, dan werkt dat wel in je voordeel. Dat heeft dan iets te maken met de betrouwbaarheid van je organisatie, als die fondsen je steunen weten wij dat je dus als enigszins gescand bent.

Als wij een tweede of derde aanvraag krijgen van een organisatie, die wij eerder hebben gesteund, dan kijken wij op de website of wij worden genoemd. Als wij dan niet daarop voorkomen, of op de website of in de nieuwsbrief, en anderen worden wel genoemd, dan heeft dit geen streepje voor. Nogmaals, het is geen eis, wat wel een eis is, is dat als wij ergens worden vermeld dat wij dit ook horen. Wij willen dan ook zien wat er wordt vermeld”.

Voor mijn onderzoek heb ik praktijkvoorbeelden van gehonoreerde en afgewezen aanvragen geanalyseerd. Hieruit concludeerde ik dat er vier factoren een belangrijke rol innemen: duurzaamheid, realiseerbaarheid, groepgerichtheid en de directe effecten die het project heeft. Kunt u dit beamen?

“Ja, absoluut. Een dilemma waar veel fondsen mee zitten, waar ik ook met andere fondsen over spreek, is dat vaak de exploitatiekosten niet goed geregeld zijn. Een project of programma moet ook voort kunnen duren na afloop van onze steun, dit moet goed geregeld zijn”.

Interviews aanvragers

Interview 6

Nico Ooms – Fondsenwerver voor 't Groene Sticht Utrecht, 16 februari 2011
--

Wat zijn uw ervaringen in de fondsenwerving?

“De grootste ervaring heb ik met de fondsenwerving voor 't Groene Sticht. Bij elkaar is dit ongeveer 940.000 euro, die we bij elkaar hebben gekregen voor de bouw van 't Groene Sticht. Hier zitten ook bijdragen van de Europese Unie bij, de zogeheten B2 subsidie, daar houd ik ook de gesprekken voor het aanvragen van deze subsidie. Daarnaast hebben we ook bijdragen gekregen van de gemeente Utrecht. Verder schrijven we gewoon alle mogelijke fondsen die we tegenkomen aan en ook parochies en kloostergemeenschappen. Ik doe zelf de aanvragen en de eventuele gesprekken met fondsen en andere geldschietters. En ik doe ook de fondsenwerving voor activiteiten die we hier bij 't Groene Sticht organiseren. En daarnaast ben ik coördinator voor een kleine jeugdzorgorganisatie in Deventer, daar doe ik ook de fondsenwerving voor”.

Via welke middelen zoekt u geschikte fondsen?

“Ik gebruik vooral het fondsenboek, dat is het belangrijkste middel. Daarnaast maak ik gebruik van mijn kennissenkring, via via krijg je veel weet van allerlei fondsen”.

Maakt u ook gebruik van internet?

“Ja, maar in tweede instantie. Als ik een naam van een fonds heb gehoord ga ik via internet zoeken wat voor dat fonds speerpunten zijn en hoe ik mijn aanvraag daarop kan afstemmen. Maar ik ga niet via internet op zoek naar nieuwe fondsen”.

Hoe pakt u het aan als u meerdere fondsen tegelijk aanschrijft?

“Dat is een lastig iets. Althans, om te bekijken welk onderdeel je dan waar aanvraagt. Voor de bouw van 't Groene Sticht hebben we het als het ware in plakjes gesneden. Zoals het wonen voor kwetsbare groepen of werkgelegenheid. Dit is iets waar je altijd heel goed over na moet denken, wat je waar kunt aanvragen en wat je dan kunt verwachten. Je moet altijd een begroting opstellen waarin ook te zien is welke bedragen je bij andere fondsen hebt aangevraagd. Zij zullen dan vaak hun bijdrage hier ook op aanpassen. Hierdoor kun je het risico lopen dat, als je ergens een bijdrage niet krijgt, je het project niet meer rond krijgt. Je moet dus heel goed beoordelen waar je aanvraag kansrijk is.

Wat wij in zulke situaties vaak doen is het aanvragen van een garantiebijdrage bij bijvoorbeeld twee fondsen. Dan vragen wij aan de fondsen om een bijdrage te doen, mits wij een van de andere aanvragen niet toegezegd krijgen. Dan loop je in ieder geval minder risico”.

Heeft u in uw ervaring met fondsenwerving gemerkt dat de naamsbekendheid van de organisatie belangrijk is?

“Ja, maar vooral in de vorm van je reputatie. Of je bekend staat als een betrouwbare organisatie en er geen negatieve verhalen boven komen bij het noemen van je organisatie. Ik ken een organisatie die, een fondsenwerver in dienst had die heel erg had gesjoemeld met de bijdragen, deze fondsenwerver hebben zij ontslagen, maar toch kregen zij daarna hun fondsenwerving niet rond. De fondsen wisten wat er met de vorige fondsenwerver was voorgevallen, waardoor zij toch het vertrouwen kwijt waren. Fondsen wilden op dat moment niets met die organisatie te maken hebben. De naam van de organisatie moet dus wel betrouwbaarheid wekken.

Ik denk dat het bij 't Groene Sticht veel verschil heeft gemaakt dat het een uniek concept is in Nederland. Het was nog nooit eerder vertoont. Ik zie vaker bij fondsen dat ze graag willen steunen aan een nieuw en innovatief project. Dat merk ik ook in mijn functie in Deventer. We hebben vaak problemen met het vinden van fondsen, omdat veel fondsen niet willen steunen omdat het een al lopend project is. Fondsen hebben liever een nieuw project dat nog moet starten en dat maakt het lastig. Je moet dan uitleggen dat het om een bestaand project gaat met daarin weer nieuwe projecten en activiteiten. Dan merk je wel dat je het moet hebben van je netwerk.

Een organisatie is wel enigszins in het voordeel als een fonds al enigszins bekend is met de organisatie denk ik, ten opzichte van er nog nooit van te hebben gehoord”.

Denkt u dat fondsen soms een voorkeur hebben voor bepaalde projecten of doelgroepen boven andere?

“Ja, ik denk wel dat dat voorkomt. Je moet het fonds natuurlijk wel aanspreken en enthousiast maken. Zij moeten dan ook keuzes maken en bepaalde projecten tegen elkaar afwegen”.

Maakt u veel gebruik van uw netwerk?

“Dit kan voor en nadelen hebben, het kan twee kanten opgaan. Er zijn fondsen die niet te vaak aan dezelfde organisatie willen geven. Dus dan moet je heel duidelijk kunnen maken dat je een ander deel van de grotere organisatie bent, dan waar tot nog toe aan is gesteund. Bij de grotere aanvragen voor 't Groene Sticht heb ik heel veel moeten netwerken. Dit zijn dan vooral de aanvragen bij de Europese Unie en de Gemeente Utrecht, daar moet je meerdere malen op gesprek en dan weet je nog niet eens of je wel in aanmerking komt. Maar hier gaat het dan ook om vrij grote bijdragen.

Bij de kleinere aanvragen neemt dit een minder grote rol in, er zijn ook aanvragen die toegekend worden zonder dat je elkaar ooit hebt gezien. Fondsen hebben hier ook lang niet altijd tijd voor, als ze met elke aanvrager zouden moeten afspreken hebben ze nergens anders meer tijd voor. Als je in de brief duidelijk weergeeft waar het om gaat en je aanvraag goed aansluit krijg je het vaak direct gehonoreerd”.

Wat betreft de hoeveelheid informatie die u aanlevert, levert u alleen het gevraagde aan, of ook nog extra informatie?

“Ik vind dat ze veel vragen, dus ik lever alleen aan wat wordt gevraagd. Tenzij er bij uitzondering een aantal dingen niet worden gevraagd die normaal wel worden gevraagd, dan doe ik er wel eens wat extra bij. Dan doen we soms een boekje over het ontstaan van 't Groene Sticht erbij. We hebben ook na de bouw van 't Groene Sticht, aan alle steunende fondsen, dat boekje cadeau gestuurd. Achterin staan ook alle fondsen benoemd die hebben gesteund en ik merk dan ook dat dat wel wordt gewaardeerd”.

Besteedt u veel aandacht aan de kwaliteit en zorgvuldigheid van uw aanvraag?

“Ja ik let hier altijd erg op, ik laat het ook altijd door een ander nalezen om de spelling te controleren. Daarnaast vind ik het heel belangrijk om de brief echt op het fonds af te stemmen. Je moet niet naar tien fondsen dezelfde brief sturen. De brief moet echt bij het fonds passen, dat het fonds echt het idee heeft van deze aanvraag past bij ons en niet het gevoel van dit is een aanvraag van dertien in een dozijn.

Het is ook aan te raden om ruim de tijd te nemen voor het opstellen van een aanvraag. Een fonds vergadert maar een aantal keren per jaar, het kan soms zijn dat hier al drie maanden tijd overheen gaat. Als vervolgens blijkt dat hen iets onduidelijk is in je aanvraag of ze willen extra informatie, ben je opnieuw drie maanden tijd kwijt, omdat je de informatie moet aanvullen en moet wachten op de nieuwe vergadering. Dan ben je zo weer een half jaar verder en dat is gewoon zonde.

Fondsen hebben vaak ook onderling onderleg, sowieso de fondsen die je aanschrijft, dus zorg ook dat je die bedragen op elkaar afstemt, dat het kloppend is”.

Zijn er bepaalde factoren die u echt opvallen, die heel succesvol kunnen zijn of juist niet, tips bijvoorbeeld?

“Een handige tip is, soms kun je vooraf nog niet precies voorzien hoeveel het project in totaal gaat kosten. Er zijn een aantal kleine fondsen, die kennen een bepaald bedrag toe voor het project of de organisatie en je kunt zelf bepalen waar je het besteedt. In zulke gevallen kun je dat bedrag goed besteden bij projecten waar je wat risico loopt dat het begrote bedrag hoger uitvalt.

En het is altijd goed om je huiswerk te doen wat betreft de fondsen. Kijk waar fondsen mee bezig zijn, wat voor projecten zij steunen. Hierdoor kun je beter beoordelen of je project bij hun doelstellingen aansluit, en je kunt dit meenemen in je aanvraag. Je kunt dan beter aangeven waarom je vindt dat het fonds bij je project past”.

Als een aanvraag wordt goedgekeurd, houdt u dan tijdens de looptijd van het project ook contact met de fondsen?

“Nou, ik probeer de relatie met het fonds zo goed mogelijk te houden, door ze bijvoorbeeld uit te nodigen voor de opening van het project. Tijdens de bouw van 't Groene Sticht hebben wij ook alle steunende fondsen uitgenodigd, zodat ze ook kunnen zien wat ze realiseren. Sommige fondsen hebben toen de bouw afgerond was gevraagd of zij hier konden komen kijken, in de vorm van een personeelsuitje, zodat ze konden zien wat ze hebben helpen realiseren. Het is belangrijk om zulke dingen te doen en om daarin mee te gaan. Die relatie moet je goed houden, daar hoeft je helemaal geen gekke dingen voor te doen, maar puur de wederkerigheid”.

Nodigt u fondsen altijd uit voor een opening?

“Ja, dat doe ik altijd. We sturen niet altijd een verslag na afloop, maar we nodigen de steunende fondsen altijd uit voor de opening. Als ze dan niet willen of kunnen komen maakt het niet uit, dan heb je in ieder geval de stap gezet en dat is wat gewaardeerd wordt. Fondsen krijgen dan in ieder geval de optie en kunnen zelf bepalen of ze daar behoefte aan hebben.

Bij de opening van 't Groene Sticht zijn ook veel genodigde fondsen gekomen en welke niet kwamen hebben bijna allemaal een bedankbrief gestuurd waarin ze aangaven dat ze helaas niet konden komen. Hieruit merk je dat het wel op prijs wordt gesteld. In de uitnodigende brief zetten we dan ook welke fondsen allemaal hebben gesteund, zodat ze ook hun naam zien staan”.

Zou u ook aanraden om de steun van de fondsen op de website te vermelden?

“Ja, sommige fondsen eisen dat hun bijdrage wordt vermeld op je website, dit is sowieso altijd netjes om te doen en bovendien een kleine moeite. Maar houd er wel rekening mee dat niet elk fonds dit wil. Als een fonds aangeeft dat zij niet genoemd willen worden respecteer dit dan en zet bijvoorbeeld onderaan de steunende fondsen als slot: en een aantal fondsen dat niet met naam genoemd wenst te worden. Zo laat je toch je waardering blijken zonder hun wensen te schenden. Vraag daarom ook altijd aan fondsen of ze wel of niet genoemd willen worden, de meesten kunnen dit erg waarderen, maar er is een klein uitzonderlijk groepje dat dit niet wil”.

Zijn er (begin)fouten die u zelf hebt gemaakt, of die u anderen ziet maken?

“Fouten die ik ander heb zien maken, is tegen het ene fonds het ene vertellen en aan het andere fonds het andere. Dit moet je nooit doen, wees eerlijk over de aanvragen die je hebt lopen en welk budget je nodig hebt om het project te realiseren.

Een ander punt is dat je goed moet uitzoeken of het project bij het fonds past. Stem de brief op het fonds af en stuur niet overal dezelfde brief heen”.

Denkt u dat fondsenwerving wordt onderschat?

“Ja, door buitenstaanders wel. Die weten niet altijd wat het inhoudt en wat er allemaal bij komt kijken. Dat merk je doordat ze bijvoorbeeld zeggen van “kun jij dat niet even erbij doen”. Omdat ze niet beseffen hoeveel tijd erin gaat zitten, het is gewoon heel veel werk. Alleen al het zoeken van fondsen en vervolgens het goed afstemmen, communiceren, aan de voorwaarden voldoen, vragen beantwoorden enzovoorts. Mensen die dit nooit eerder hebben gedaan, zeggen wel eens “dan dien je toch even een aanvraag in”, die weten niet dat het zoveel tijd kost”.

Interview 7

Marion Etman – Eigenaresse Tawa Tawa: ondersteuning en advies voor maatschappelijke organisaties (m.b.t. o.a. fondsenwerving)
Fondsenwerver voor Fanga Musow en Stichting LOS
Geeft workshops fondsenwerving
Utrecht, 25 februari 2011

Hoe bent u in de fondsenwerving terecht gekomen?

“Ik ben langzaam in de fondsenwerving gegroeid. Ik heb heel veel functies gehad en daar zat altijd wel een stukje fondsenwerving bij. Mijn echte grote ervaring met fondsenwerving heb ik opgedaan in Nicaragua. Daar deed ik fondsenwerving voor de projecten daar. Die aanvragen deed ik bij internationale fondsen, dat verliep heel erg makkelijk. De toestemmingen waren er al en ik vroeg continu de verlengingen aan. Ik moest daarvoor de verantwoording doen. Dit waren projecten voor meisjes in de prostitutie, jongens die lijm snuiven en aidspreventie. De fondsenwerving voor deze projecten ging eigenlijk heel goed, de fondsen waren heel toegenegen. Er werden grote bedragen beschikbaar gesteld, waardoor je met twee á drie fondsen klaar was. Dat was niet moeilijk in ieder geval.

Daarna, toen ik naar Nederland kwam, heb ik voor Stedenbanden gewerkt, voor hen heb ik ook altijd de fondsenwerving gedaan. Dat was ook heel divers, het waren wel aanvragen bij allemaal Nederlandse fondsen, maar wel van klein tot groot. Dat ging ook heel goed. En nu doe ik gericht fondsenwerving voor bepaalde ‘clubs’, zoals Stichting Los, dat is een hele grote. Voor Stichting Los moet ik dik 200.000 euro per jaar werven. Daarnaast doe ik fondsenwerving voor Fanga Musow, een opvanghuis voor vrouwen en kinderen zonder verblijfsvergunning in Utrecht en ook voor Docu Congo, een heel klein vrijwilligers clubje dat opkomt voor de belangen van asielzoekers. Daarnaast doe ik wel veel kleine dingen eromheen, maar dit zijn de grote drie die ik nu doe.

Ik zal je gelijk iets vertellen wat me opvalt. De fondsenwerving voor onbekende clubs is ontzettend moeilijk, dat lukt me bijna niet”.

U bedoelt het werven voor een vrij onbekende, beginnende organisatie?

“Ja, organisaties die nog nooit eerder iets hebben gedaan, die echt net beginnen. Ik had contact met een Somalische vrouwenorganisatie, een zelforganisatie, die een paar keer per jaar bij elkaar komen om te discussiëren over problemen in de gemeenschap. Ik vond het een hartstikke leuk initiatief. Ze dragen zelf ook geld bij voor alle evenementen die ze organiseren en ze wilden dingen leren, daarvoor wilden ze cursussen organiseren. Ik dacht dit heb ik zo binnen, geen enkel probleem, maar ik kwam er niet doorheen. Het lukte

gewoon niet. Op den duur is de organisatie zelf afgehaakt, anders had ik wel doorgezet. Ik heb de organisatie wel geadviseerd om meer contact te zoeken zodat ze meer bekendheid krijgen.

Ik was er echt verbaasd over, het is een groep zonder enige ervaring, maar ze hebben eigen inbreng, ze draaien al jaren zonder fondsen en dan organiseren ze een keer een cursus en dan krijgen ze niets. En mij lukt het eigenlijk altijd wel, dus ik vond het heel gek. Organisaties met enige bekendheid, dat lukt wel, maar de echt beginnende onbekende organisaties, dat is echt heel moeilijk.

Dat komt dan gelijk op mijn volgende vraag, of u denkt dat de naamsbekendheid belangrijk is?

“Ja, dat denk ik dus nu wel. Ik kan het me ook wel voorstellen, fondsen moeten ook verantwoording afleggen aan hun achterban. Er is wel draagvlak nodig. Als een fonds steun biedt aan allerlei clubjes die niemand kent, dan vindt de achterban dat waarschijnlijk ook niet zo interessant.

Ik vind ook dat het ontzettend verschillend is, het contact met fondsen. Elk fonds is eigenlijk uniek, er zit geen enkele logische lijn in. De een wil absoluut geen contact, die hebben geen website, geen telefoonnummer. Dan heb je fondsen die niet benaderd willen worden, maar alleen maar zelf benaderen. Ik kende zo’n fonds via een stichting, toen heb ik het fonds toch benaderd, ik kreeg een woedende brief terug, hoe ik het in mijn hoofd haalde. Dat was erg jammer, het project paste perfect binnen hun doelstellingen, maar sommige fondsen willen dat gewoon absoluut niet. Sommige fondsen willen niet gebeld worden, anderen moet je juist bellen, ik vind dat heel lastig af en toe”.

Houdt u de fondsen ook op de hoogte tijdens de looptijd van het project?

“Als er iets belangrijks gebeurt tijdens het project, als we bijvoorbeeld ermee op televisie komen, dan mail ik alle financiers wel een link zodat, mochten ze interesse hebben, ze kunnen kijken. Dat vinden ze volgens mij ook leuk, dat wordt volgens mij wel gewaardeerd. Je houdt dan toch contact en dat is naar mijn idee altijd goed”.

Nodigt u fondsen altijd uit als er een feestelijke opening van het project of activiteit is?

“Voor conferenties nodigen we de fondsen altijd uit. De keus is uiteraard aan hen of ze wel of niet komen, maar het is toch een gebaar wat je maakt, waaruit blijkt dat ze welkom zijn”.

Zijn er (begin)fouten die u zelf hebt gemaakt, of die u anderen ziet maken?

“Nee, dat zou ik eigenlijk niet weten. Ik begon natuurlijk in Nicaragua ook in een gespreid bedje, de fondsen gaven al. Daar heb ik geleerd hoe ik de verantwoordingen moest doen en daarna heb ik het gewoon verder opgepakt”.

Via welke middelen zoekt u geschikte fondsen?

“Sowieso het fondsenboek, de fondsendisk, Elsevier, Subsidiegids en internet. Ik kijk heel veel bij concurrenten door wie zij worden gesteund. Gluren bij de burens noem ik dat. En vervolgens kijk ik bij die fondsen weer wie ze allemaal steunen en voor hoeveel. Ik print continu bedanklijsten, waarin fondsen worden bedankt voor hun steun. Die bewaar ik in een ordner, als ik dan weer fondsen ga zoeken pak ik die erbij. Soms krijg ik ook tips van fondsen zelf, bij welke andere fondsen ik het zou kunnen proberen.

Wat ook heel leuk is, wat ik echt een tip vindt voor andere organisaties: bij Stichting Los houden we een fondsenoverleg. Dit houdt in dat we de grootste financiers ieder jaar uitnodigen voor een vergadering. Hier vertellen we dan over ons werk en wat we nog willen gaan doen, fondsen geven dan vaak al aan van ‘oh dit vinden we leuk, dat willen we wel steunen’. Ik vind het echt geweldig. Dit overleg bestond al voordat ik bij Stichting Los begon. Fondsen kunnen met elkaar overleggen, je kunt je plannen onder de aandacht brengen,

dat is echt heel open. Je kent elkaar van gezicht, fondsen kunnen aangeven welk project bij hen past en wat niet en fondsen kunnen onderling ook overleggen over de bijdragen. Vaak krijg je tijdens het overleg al toezeggingen, dat is altijd fijn als je nog verder moet werven. Je kunt laten zien dat je al toezeggingen binnen hebt, waardoor er meer zekerheid is, dat helpt erg bij het werven. De fondsen zijn geïnteresseerd in je thema's, de coördinator is aanwezig, die heeft alle kennis op dat gebied. Het is voor fondsen heel interessant. Dit is op zich vrij makkelijk te realiseren, je nodigt de top vier of vijf van je financiers uit, mits zij daar behoefte aan hebben en gaat met hen overleggen. Je komt met een plan en je kunt het op een persoonlijke manier onder de aandacht brengen”.

Zet u ook sociale media in om de projecten onder de aandacht te brengen?

“Nee, eigen niet, behalve dan de gewone website. Maar ik wil het wel meer in de gaten gaan houden omdat het zo in opkomst is. Ik volg het wel heel erg, maar ik denk dat het voor de ene organisatie ook meer geschikt is dan voor de ander, de een heeft het ook harder nodig dan de ander. Er gaat ook heel veel tijd in zitten. En voor de traditionele fondsen is het niet nodig, zij maken er geen gebruik van. Ik denk dat sociale media goed inzetbaar zijn voor speciale acties, maar niet zozeer voor het werven zelf. Ook niet alle fondsen zitten op twitter, of andere netwerken. Het is wel een middel om zelf meer fondsen namen te leren kennen. Wel maak ik gebruik van Geef Gratis, elke organisatie waarvoor ik werk meld ik aan”.

Maakt u veel gebruik van uw netwerk?

“Nee eigenlijk niet, maar in sommige gevallen is dit wel slim om te doen. Er zijn bepaalde clubs, zoals de Rotary, waar je gewoon alleen maar via via mee in contact kan komen. Ik zit zelf niet in die wereld, dus ik zou daarvoor wel mijn netwerk moeten aanspreken. Ik neem mezelf wel voor om dat nog te doen, gewoon rond mailen binnen mijn netwerk, of iemand contacten heeft bij de Rotary of serviceclubs. Wat wel gebeurt is dat mensen in mijn omgeving, die weten dat ik in de fondsenwerving zit, mij mailen als zij een naam van een fonds voorbij zien komen. Dus in die zin benut ik mijn netwerk wel”.

Wat betreft de hoeveelheid informatie die u aanlevert, levert u alleen het gevraagde aan, of ook nog extra informatie?

“Ik hanteer een standaardpakket, daar zit in wat eigenlijk altijd gevraagd wordt. Soms doe ik er wel een extraatje bij als een nieuwsbrief of een kaart. Het hangt er vanaf wat het fonds uitstraalt, als het fonds aangeeft dat zij grote stukken tekst niet kunnen waarderen dan houd ik daar rekening mee. Ik stem de informatie wel af op het fonds, ik kijk altijd wat zij willen zien en daar pas ik het op aan. Wel geef ik liever iets meer informatie dan te weinig. En in gevallen waarin het echt om heel veel informatie gaat, geef ik aan dat ze bepaalde documenten kunnen opvragen mochten ze daar belang bij hebben, anders is het gewoon zo ontzettend veel informatie. Maar ik lever wel altijd aan wat gevraagd wordt”.

Stelt u voor elk fonds een andere brief of, of hanteert u een standaardbrief voor alle fondsen?

“Ik stuur elk fonds een andere brief. Ik stem de brief echt af op het fonds. Verder doe ik altijd één gekleurd blaadje erbij, om de aanvraag een beetje op te laten vallen. Ik hoor namelijk om mij heen dat aanvragen tegenwoordig steeds ‘gelikter’ worden, wat betreft vormgeving e.d. Ik hoor dat fondsen zich daar juist aan ergeren, omdat dit nog best wat kost en de aanvrager deze kosten beter aan het project kan besteden”.

Besteedt u veel aandacht aan de kwaliteit en zorgvuldigheid van uw aanvraag?

“Ja, ik vind dat heel erg belangrijk. Je moet echt veel tijd besteden aan de aanvraag, ik vind het heel belangrijk dat de aanvraag goed geformuleerd is. Je kunt er beter drie dagen over nadenken dan dat je het direct de deur uit doet”.

Houdt u ook nog rekening met de periode in het jaar waarin u een aanvraag indient?

“Het ligt eraan voor welke organisatie ik op dat moment moet werven. Op zich probeer ik het wel in de gaten te houden, vlak voor de zomer of net na de zomer, net voor de kerst. Ik weet wel waar de hoogtepunten zitten voor de fondsen, maar bij sommige fondsen is het het hele jaar door druk. Ik probeer er rekening mee te houden, maar het is ook heel erg lastig. Je kunt dit niet continu in de gaten houden. En soms heb je ook die ruimte niet, als een project zo snel mogelijk van de grond moet, dan moet je direct gaan werven, dan heb je geen speling. Het lastige is ook dat sommige besturen niet samenkomen in rustige perioden. Het hangt van allerlei factoren af of je er rekening mee kunt houden”.

Zijn er bepaalde factoren die u echt opvallen, die heel succesvol kunnen zijn of juist niet, tips bijvoorbeeld?

“Zorgvuldigheid vind ik heel belangrijk, naam en toenaam, de brief moet goed in elkaar zitten, een inzichtelijke begroting en daarnaast moet je de fondsen tussentijds goed op de hoogte houden. Het fondsenwerven gaat eigenlijk altijd wel goed, ik probeer me altijd af te vragen waarom, maar dat vind ik lastig te zeggen”.

Voor mijn onderzoek heb ik praktijkvoorbeelden van gehonoreerde en afgewezen aanvragen geanalyseerd.

Hieruit concludeerde ik dat er vier factoren een belangrijke rol innemen: duurzaamheid, realiseerbaarheid, groepgerichtheid en de directe effecten die het project heeft. Kunt u dit beamen?

“Ja absoluut”.

Heeft u ook de indruk dat fondsen soms een onuitgesproken voorkeur hebben voor bepaalde projecten?

“Ja, zeker weten. Ik heb het ook gemerkt bij een project waarvoor ik moest werven. Ik kreeg van een fonds geen honorering, maar het project paste 100 procent bij dat fonds. Ik heb drie keer aangevraagd, maar ik kreeg telkens niks. Toen heb ik er achteraan gebeld, om te vragen waar het nu fout ging en toen werd mij gezegd ‘we vinden het gewoon niet leuk’. Dus daaruit maak ik wel op dat fondsen soms ook een persoonlijke voorkeur hebben”.

Als u geen honorering krijgt, vraagt u dan altijd uitleg aan een fonds?

“Ja, dat probeer ik altijd wel. Tenminste, als er geen verklaring is gegeven via een afwijzingsbrief bijvoorbeeld, dat doen de meeste fondsen wel. Maar als er geen reden is probeer ik die wel te achterhalen, daar leer je dan weer van”.

Raadt u organisaties ook aan om de steun op hun website te vermelden?

“Ja dat doe ik altijd. Dat is ook een kleine moeite. Fondsen vragen vaak via allerlei wegen publiciteit, sommige fondsen willen dat je een persbericht uitstuurt bijvoorbeeld, dat kost wel veel tijd en is wel een extra belasting. Maar je moet het ook wel doen, want ze steunen natuurlijk je project. Je mag best een beetje moeite doen voor ze. En een vermelding op de website is zo gedaan”.

Interview 8

**Fre Meijer – Eigenaresse bedrijf: ‘Communicatie en fondsenwerving’
Amsterdam, 3 maart 2011**

Hoe bent u in de fondsenwerving terecht gekomen?

“Van huis uit ben ik kunsthistorica, een tijdje heb ik hierin een eigen bedrijf gehad, wij hielpen kunstenaars met het aanvragen van subsidies, zo is het begonnen. Wij zagen dat kunstenaars schrijven heel moeilijk vonden, en bij subsidieaanvragen komt toch veel schrijven kijken.

Daarna ben ik gaan werken bij de Westergasfabriek, mijn baas deed hier wel aan fondsenwerving, maar niet erg gestructureerd. Ik heb toen het idee ingebracht om dit van hem over te nemen, om dit meer gestructureerd aan te gaan pakken en daar ging hij mee akkoord. Dat is heel goed gegaan, bij verschillende plekken hebben wij heel veel geld binnen kunnen halen. De fondsenwerving voor de Westergasfabriek had betrekking tot de aanleg van het park, toen het park klaar was ben ik voor mezelf begonnen”.

Via welke middelen zoekt u geschikte fondsen?

“Ik gebruik de fondsendisk, die scan ik met bepaalde zoekwoorden/termen. Ik kijk ook op andere websites, van organisaties in dezelfde branche, om te kijken waar zij hun inkomsten vandaan hebben gehaald”.

Maakt u veel gebruik van uw netwerk?

“Het contact met fondsen gaat via hun aanvraagformulier op de website. Toen ik net begon belde ik vaak een fonds op, dan vertelde ik over het project, met de vraag of het binnen hun beleid past. Dan kreeg ik toch vaak het antwoord nee dat past niet, maar dit komt omdat het verhaal dan niet compleet is. Een project kan ingewikkeld zijn en verschillende aspecten hebben, wat ik niet in een kort verhaal kan vertellen, dus dan zeggen fondsen al snel nee, terwijl als ze het grotere verhaal zien, ze het misschien wel interessant vinden. Dus bellen dat doe ik niet meer, ik doe gewoon de aanvraag via de formulieren”.

Heeft u in uw ervaring met fondsenwerving gemerkt dat de naamsbekendheid van de organisatie belangrijk is?

“Ja, absoluut. Ik heb dat bij de Westergasfabriek gemerkt, toen was er een enorme relatie tussen hun bekendheid en het feit dat ze geld kregen. Mijn bedrijf heet ‘Communicatie en fondsenwerving’, die twee horen ook bij elkaar, als jij een kleine organisatie bent en niemand kent jou, niemand weet van jouw bestaan, dan is je kans op geld toch een stukje minder.

Ik denk ook, als je dan niet bekend bent, dan is het belangrijk om te laten zien wat je hebt gedaan, wie je bent, welke andere mensen jou kennen, wie er in je bestuur zitten enzovoorts. Als jij positieve namen in je bestuur hebt zitten, dan heeft dit een positief effect voor je organisatie, zeker als deze onbekend is.

Ik neem bij aanvragen ook altijd een onderdeel op waarin staat met wie we samenwerken, dat geeft dan weer welke andere personen in je organisatie geïnteresseerd zijn, wat anderen kan motiveren.

Je moet heel goed je netwerk laten zien, sommige organisaties laten dit niet genoeg zien, als ik dit signaleer dan adviseer ik ze ook om dat meer naar buiten te tonen”.

Stelt u voor elk fonds een andere brief op, of hanteert u een standaardbrief voor alle fondsen?

“De begeleidende brief is cruciaal, die stem je af op het fonds en hierin geef je aan waarom je vindt dat het project bij het fonds past. Het beste is als je het fonds al door de brief kunt overtuigen.

De meeste fondsen hebben een eigen aanvraagformulier, deze zijn vaak al allemaal anders. Daarnaast hebben velen ook hun eigen model voor de begroting, waardoor je sowieso al druk bent om alles op elk fonds af te stemmen. Elk fonds vindt andere punten belangrijk. Ik zorg dat ik een heel helder projectplan aanlever, dit is meestal zo’n 20 pagina’s. Hierbij zorg ik altijd voor een mooie voorkant en afbeeldingen erbij”.

Wat betreft de hoeveelheid informatie die u aanlevert, levert u alleen het gevraagde aan, of ook nog extra informatie?

“Je moet aanleveren wat ze vragen, maar je moet wel onderscheid maken tussen wat echte hoofdzaak is en wat ook in bijlagen kan. Meestal willen ze al heel veel zien, dus ik lever ook niet meer aan. Tenzij ik belangrijke bijlagen hebben die nodig zijn voor het project. Het gaat er ook om hoe het eruit ziet, bij de eerste blik moet

een fonds al denken 'dat ziet er netjes uit'. Als het er goed uitziet zijn ze naar mijn idee meer gemotiveerd tijdens het lezen.

Je moet wel oppassen dat je je projectplan niet te lang maakt, ik hanteer altijd ongeveer 20 pagina's, ik zorg altijd dat er een samenvatting voorin zit, als men dan geen zin heeft om het hele plan door te nemen hebben ze aan de samenvatting voldoende".

Ik maak uit uw antwoord net op dat u veel aandacht besteedt aan de kwaliteit en zorgvuldigheid van uw aanvraag, merkt u ook dat dit succes heeft?

"Ja, ik krijg er wel positieve reacties op, de fondsenwerving die ik doe is in de meeste gevallen erg succesvol. Dit komt ook doordat ik direct bekijk of een project haalbaar is of niet. Als iemand mij in dienst neemt en ik heb geen vertrouwen in het project, dan ga ik met die persoon praten om het zo aan te passen dat het wel een goed project wordt".

Houdt u ook nog rekening met de periode in het jaar waarin u een aanvraag indient?

"Het is voor mij lastig om daar rekening mee te houden. Iemand benadert mij om voor hem/haar de fondsenwerving te doen en die persoon heeft een bepaalde planning waaraan ik me moet houden".

Zijn er bepaalde factoren die u echt opvallen, die heel succesvol kunnen zijn of juist niet, tips bijvoorbeeld?

"Wat het allerbelangrijkste is, is dat het een origineel project is, dat het nog niet eerder is gedaan. Waar fondsen ook naar kijken is de spreiding over het land, als een bepaald project al meerdere keren in Amsterdam is gedaan, maar nog niet in Groningen, heb ik in Groningen grotere kans op honorering dan in Amsterdam. Daarnaast kijken ze of het realistisch is wat je wilt bereiken, of het ook concreet is. Wees duidelijk in wat je precies wilt gaan doen en waarom. Dat is ook het eerste wat ik doe, als ik een projectplan schrijf start ik met concreet onder woorden brengen wat we willen doen. Daarnaast ook voor wie je het doet, met wie je samenwerkt, wat voor bestuur je hebt. Er zijn een hele hoop factoren die erg belangrijk zijn voor een succesvolle aanvraag.

Ik werk ook voor 'Eboman'. Een computerprogramma om kinderen op een hele makkelijke manier te laten knippen en plakken met video's, vooral online. En dat loopt gewoon heel goed, ik krijg alle aanvragen gehonoreerd, fondsen zien dat het een heel goed project is en dat het uniek is. Ik toon dan ook in het projectplan aan dat het project nog niet eerder is gedaan".

Zijn er (begin)fouten die u zelf hebt gemaakt, of die u anderen ziet maken?

"Ik heb de fondsenaanvraag gedaan voor een bepaald project, ik wil liever niet in details treden over het project zelf, maar die fondsenaanvraag is toen niet gelukt. Ik heb toen in het projectplan heel erg benadrukt wat er allemaal was aan hulpverlening voor de doelgroep. Volgens mij heb ik het toen te veel benadrukt, de fondsen zeiden: "er wordt al zoveel gedaan, dit project is niet nodig". Ik ben toen dus eigenlijk te diep erin gegaan, het was te grondig.

Dat heb ik overigens ook bij een ander project gezien, als je te veel benadrukt dat er al heel veel gebeurt in een bepaalde regio, zeggen fondsen juist: in dit gebied is het niet nodig, het gebeurt hier al. Hoewel er ook andere organisaties waren die het wel een geweldig project vonden en wel steunden".

Als u een project of initiatieven onder de aandacht wilt brengen, bij fondsen of in het algemeen, welke middelen zet u dan in?

"Ik zet de middelen niet zelf in, omdat ik alleen wordt aangenomen om de fondsen te werven. Ik lever dan wel altijd een communicatieplan aan, waarin ik ook aanraad om social media en dergelijke te gebruiken".

Heeft u ook de indruk dat fondsen soms een onuitgesproken voorkeur hebben voor bepaalde projecten?

“Ja, dat denk ik wel. Soms krijgen ze te veel aanvragen voor het budget, en dan moeten ze gewoon kiezen. Dan kiezen ze voor wat hen het meest aanspreekt.

Je moet veel research doen naar ‘wat er al is’, in de context van het project dat je wilt realiseren. Wat wordt er al gedaan en in welke regio. Kijk bij de fondsen wat voor soort projecten zij steunen, wat voor projecten zij heel vaak steunen en wat juist minder. Op die manier kun je zorgen dat je uniek bent en goed bij het fonds past.

Wat ook belangrijk is om in kaart te brengen is, hoe ga je de doelgroep bereiken. Aanvragers stellen vaak heel enthousiaste doelen, maar je moet ook kunnen uitleggen waarom je denkt dat dat je gaat lukken. Hoe denk je je doelen te realiseren, dat moet je goed kunnen aantonen. Je moet ook kunnen aantonen dat er überhaupt behoefte aan is, de doelgroep moet ook zitten te wachten op het project.

Je moet eigenlijk je projectplan starten met het probleem dat er is, een project moet eigenlijk ontstaan door een probleem. Dan kun je aantonen wat het probleem is en dat er behoefte is aan een oplossing”.

Als u geen honorering krijgt, vraagt u dan altijd uitleg aan een fonds?

“Ja, maar vaak krijg je ook wel een goede uitleg, ze sturen dan wel een duidelijke brief. Als dit niet het geval is, dan bel ik er wel even achteraan om meer duidelijkheid te krijgen, maar die krijg je dan vaak ook niet”.

Als een aanvraag wordt goedgekeurd, houdt u dan tijdens de looptijd van het project ook contact met de fondsen?

“Ik raad dit altijd wel aan, aan de mensen die het project gaan doen. Als er belangrijke dingen veranderen, dan moeten ze de fondsen hiervan op de hoogte stellen”.

En als er een feestelijke opening o.i.d. is?

“Ja, je moet ze altijd uitnodigen, zo veel mogelijk, zeker weten. Soms heb je ook een gesprek met fondsen, dit doen sommige fondsen niet, of alleen bij hele grote organisaties. Dit persoonlijk contact is wel erg belangrijk, dit heb je natuurlijk het liefst. Ze zijn toch een soort sponsor van je project, daar moet je goed mee omgaan.

Bij sommige fondsen kun je meerdere keren een aanvraag indienen, dus die wil je sowieso te vriend houden. Fondsen waar je eenmalig steun kunt krijgen, daar ligt het iets anders, maar het is sowieso belangrijk om een goede relatie te houden”.

Raadt u organisaties ook aan om de steun op hun website te vermelden?

“Ja, zeker, dit wordt ook vaak door fondsen geëist. Sommige fondsen willen ook onbekend blijven, maar anderen willen juist meer bekendheid krijgen”.

Voor mijn onderzoek heb ik praktijkvoorbeelden van gehonoreerde en afgewezen aanvragen geanalyseerd. Hieruit concludeerde ik dat er vier factoren een belangrijke rol innemen: duurzaamheid, realiseerbaarheid, groepgerichtheid en de directe effecten die het project heeft. Kunt u dit beamen?

“Ja, dat is zeker belangrijk. En dan ook originaliteit, behoefte bij de doelgroep, een goede organisatie, je moet laten zien dat het realiseerbaar is, dat is het belangrijkste denk ik”.

Interview 9

Fusien Verloop - Partner/Consultant fondsenwerving, sponsoring en communicatie bij Leenaers
Verloop
Associate senior consultant bij Brakeley UK - Fundraising & Management
Consultants
Geeft workshops en lezingen over sponsoring en grote gift fondsenwerving
Utrecht, 16 maart 2011

Hoe bent u in de fondsenwerving terecht gekomen?

“Ik heb jarenlang bij de Nederlandse Spoorwegen gewerkt in allerlei communicatiefuncties. Ik was daar onder andere ook verantwoordelijk voor de sponsorportefeuille. Zo ben ik met het vakgebied in contact gekomen. Daar zag ik ook heel nadrukkelijk dat er allerlei, vaak heel sympathieke leuke projecten bij ons langskwamen, die een aanvraag deden voor geld, maar totaal niet aansloten bij wat ik met het sponsorbudget moest bereiken. Dat was eigenlijk wel iets waardoor ik dacht, er is ruimte voor iemand om daar een soort vertaalslag te maken tussen wat de bedrijven uit een sponsordeal willen halen en wat een culturele instelling of een maatschappelijke organisatie eruit wil halen. Dat komt moeilijk bij elkaar zonder een soort intermediair. Dat is eigenlijk de begingedachte geweest van ons bureau. Ik vind het zelf ook heel leuk om in die kunst en cultuursector te werken, maar het feit dat ik van de andere kant heb ervaren dat er een hoop kan worden verbeterd, dat is wel de oorsprong”.

Wat zijn uw ervaringen in de fondsenwerving?

“Ik werk voor een groot deel voor culturele instellingen, die zijn, naast de overheidssubsidies, echt wel voor een heel groot deel afhankelijk van vermogensfondsen. Daar krijg ik dus ook heel veel van mee. Zeker in de culturele sector merk ik wel dat veel mensen wel redelijk handig en bedreven zijn in die manier van aanvragen. Tegelijkertijd hoor ik ook wel heel veel van de fondsen zelf, dat ze toch heel vaak slechte aanvragen zien. Wat mensen uit de cultuursector, of andere fondsenwervende organisaties, niet altijd lijken te begrijpen is dat het voor de fondsen ook heel lastig is om hun geld te verdelen. Zij hebben een budget met een bepaalde bestemming, dat kunnen ze als het ware weggeven, maar ze moeten wel hun doelstellingen halen. Het lijkt heel makkelijk, maar dat is nog best lastig. Plus dat ik van fondsen ook vaak hoor, dat ze toch soms gewoon niet hele goede projecten zien. Dus dat is nog een slag dieper, het is belangrijk dat je je aanvraag goed doet, dat je een goed verhaal hebt te vertellen en dat je goed onder woorden kunt brengen waarom je dingen doet en bovendien, dat je verhaal wel overeind blijft als iemand gericht vragen gaat stellen. Daar zie ik toch wel heel veel organisaties niet sterk in zijn. Ik vind het interessant om te zien dat het net zo goed moeilijk is om je geld goed te besteden als om het binnen te halen.

Ik doe nu ook een opdracht voor een organisatie, die mevrouw heeft zelf een fonds, daarbij kun je aanvragen indienen en zij voelt zich dan ook tekort gedaan in de manier waarop ze, nadat ze geld heeft gegeven, op de hoogte wordt gehouden van het project. Dan komt er weer een nieuwe aanvraag, waarbij zij denkt: zorg eerst maar eens dat de rest goed loopt. Ik merk dat veel organisaties daar enorm van schrikken, misschien wel ook aanvoelen dat die mevrouw gelijk heeft, maar dat ze zich toch niet realiseren dat het niet alleen maar een pot met geld is waar de kraan open gaat en waarna je vervolgens niks meer hoeft te doen. Je moet ook die contacten netjes onderhouden, daar gaat het vaak mis. Dat wordt zowel op inhoudelijk niveau als op relationeel niveau niet goed gedaan. Dat is ook een bepaalde vorm van beleefdheid. Afgezien van of het handig of onhandig is, mensen bij fondsen vinden het net zo goed prettig om dankjewel te horen en netjes op de hoogte gehouden te worden. Ik vind het ook gewoon intens onhandig als je er zo mee omgaat, dat je niet begrijpt dat het zo werkt. Als jij je netjes opgesteld en laat merken dat je heel blij bent met hun steun en laat

weten wat het allemaal oplevert, dan zullen fondsen ook de volgende keer anders naar jouw aanvraag gaan kijken. Het heeft heel veel te maken met je kunnen verplaatsen in de positie van de andere. Ik zie dat mensen daar veel moeite mee hebben en dat ze niet altijd begrijpen dat fondsen ook hun doelstellingen moeten halen. Als jij als medewerker bij een fonds geen goede projecten financiert krijg je ook kritiek van je baas, fondsen hebben ook belangen. Dat is denk ik waar het vaak mis gaat, dat vaak alleen vanuit je eigen gat in je begroting wordt gedacht en niet van beide kanten. Je moet het bekijken als een win win situatie, dat levert veel meer op”.

U geeft ook lezingen en workshops, kunt u daar iets over vertellen: vragen die vaak worden gesteld en aandachtsgebieden die u altijd aan bod laat komen bijvoorbeeld?

“Je hebt eigenlijk drie fasen in de werving, de voorbereidende fase, de wervingsfase zelf en de samenwerking. Wat ik vaak merk is dat mensen die naar workshops komen, mensen vragen eigenlijk altijd naar de tweede fase, kun je me helpen om te werven. Wij vragen dan waarvoor precies en hoeveel, dat vinden ze vaak nog moeilijk te beantwoorden. Mensen hebben de notie dat extra geld handig zou zijn, maar ze hebben niet duidelijk in kaart waarvoor ze het precies doen en zo werkt het natuurlijk niet. Wij benadrukken altijd, zo zijn de workshops ook opgebouwd, dat die voorbereiding eerst goed moet zijn. Wat ik al benoemde, je missie, je visie en wat je nou precies wilt bereiken. Je moet weten wie nou je publiek en je doelgroep is en wie dat zijn, die complete analyse zorgt ervoor dat je veel gericht en met een goed verhaal de wervingsfase in kunt gaan. Dan weet je voor wie je belangrijk bent en voor wie het dan interessant is om bij te dragen. Dat wordt veel duidelijker als je die voorbereiding goed doet.

En daarna vergeten mensen vaak het belang van de samenwerkingsfase, zeker bij sponsorrelaties, dan begint het eigenlijk pas. Bij een fonds het is belangrijk om hier zorgvuldig mee om te gaan, je moet ze uitnodigen voor openingen of conferenties, alles wat maar belangrijk is voor het fonds. Ook al komen ze negen van de tien keer niet, dat wil niet zeggen dat ze niet willen worden uitgenodigd.

Daarmee kun je ervoor zorgen dat het niet bij een eenmalige steun blijft, maar dat je een de kans op continue of langdurige steun vergroot. Daarvoor moet je de relatie goed houden, zeker als je er in de toekomst weer een beroep op wilt doen. Dat is de grote lijn in het fondsenwerven. Als je de voorbereidingsfase niet goed doet heb je weinig kans op succes. En als je de samenwerkingsfase niet goed doet, krijg je misschien een keer steun, maar dan houdt het daarna ook op. Daarvoor moet je je heel goed verplaatsen in de ander.

Met het ene project bereik je bij fondsen helemaal niks en de ander heeft een droom, een visie, waarvan iedereen denkt: ‘wow, dit is het, dit moet het doen’. Big money follows big ideas, dat is zeker waar. Dan komen er vanuit allerlei hoeken geld. Terwijl, als je maar duizend euro nodig hebt, maar je stelt je heel ‘zielig’ op zonder al te veel ambitie, dan heb je grote kans dat je zelfs die kleine duizend euro nog niet bij elkaar krijgt. Daar zit volgens mij een deel van het geheim van de smid. Als je mensen maar enthousiast weet te krijgen voor wat je wilt bereiken”.

Denkt u dat fondsenwerving wordt onderschat?

“Ik denk dat mensen er onterecht erg tegenop zien, althans zo lijkt het. Bij het schrijven van fondsenaanvragen zijn mensen soms wel nonchalant denk ik, ze sturen dertig dezelfde aanvragen uit en zien wel wat er gebeurt, dat zie ik wel gebeuren. Maar ik denk dat mensen het over het algemeen enorm ingewikkeld en eng vinden. Maar ik zie ook wel dat sommige mensen hun beleidsplan maar gewoon dertig keer kopiëren en met een paar statuten in een envelop stoppen, zonder het echt toe te spitsen op een fonds. En in het onderhouden van de relatie na de honorering, ik denk dat daar dingen ontzettend onderschat worden”.

Zijn er (begin)fouten die u zelf hebt gemaakt, of die u anderen ziet maken?

“Veel beter voor jezelf formuleren, ook op een manier waarop een buitenstaander begrijpt wat je nu eigenlijk wilt. Je kunt lukraak voor allerlei projecten geld aanvragen, maar ik heb het wel het idee dat fondsen verwachten dat jij een bepaalde visie hebt over wat je als organisatie toevoegt aan de samenleving. Je moet niet alleen voor jezelf mooie dingen willen maken, maar ook andere mensen daar van laten genieten. Je moet een boodschap hebben, dat ‘verhaal’ en hoe je project daaraan bij kan dragen is een soort argumentatie die mensen soms totaal missen. Mijn ervaring toont dat als mensen een soort lijn voor ogen hebben, dit is mijn ambitie en dit is mijn strategie, dan vallen dingen op zijn plaats en dan weet de buitenwereld wat je wilt. Als dat het geval is zullen anderen eerder denken: dit is leuk, daar wil ik aan bijdragen. Dat heeft te maken met voor jezelf duidelijker bepalen waar je naartoe wilt en wat je relevantie is voor de rest van de wereld, dat is denk ik de basis. Je kunt er beter twintig gesprekken aan wijden waarin je aan iedereen maar blijft vragen: begrijp je wat ik wil en wat ik vind, totdat het scherp is en aan de hand daarvan je aanvraag gaat doen, dan dat je in het wilde weg aanvragen gaat schrijven die nog niet goed in elkaar zitten.

Ik snap überhaupt niet dat mensen alleen maar achter hun bureau zitten om dingen te schrijven, want volgens mij wordt ieder idee beter als je het er met een collega of een buitenstaander erover hebt.

Gooi gewoon een balletje op om te kijken wat iemand ervan vindt. Dat kun je ook bij fondsen doen, mits ze daarvoor open staan. Als zij dan aangeven dat het niet bij hen past kun je je de moeite verder besparen, of je kunt het juist beter op hen toespitsen. Daar wordt het alleen maar sterker van, dat helpt je plan en dan heb je een veel grotere kans dat je hele project uiteindelijk succesvol is”.

Als een aanvraag wordt goedgekeurd, houdt u dan tijdens de looptijd van het project ook contact met de fondsen?

“Ja absoluut. Ik vind dat de hele organisatie daarin ook alert moet zijn, als de directeur van het fonds bijvoorbeeld naar een voorstelling of opening komt, stel iedereen dan ook op de hoogte en zorg dat de directeur van je organisatie hem ook even een hand geeft. Het fonds is toch een belangrijke stakeholder voor je organisatie en die relatie moet je goed houden.

En als je daar onhandig in bent, dan moet je daar een procedure voor inbouwen. Een standaardprotocol opstellen, waarin staat dat je fondsen op de mailing voor de nieuwsbrief moet zetten bijvoorbeeld. Als je zelf niet handig bent in zulke dingen, dan moet je zorgen dat er een soort borg is in je organisatie dat het goed gaat. Ook als je bang bent dat iemand het vergeet, zorg dan in je organisatie dat zulke dingen geregeld zijn.

Ook iemand van een fonds vindt het leuk om een briefje te krijgen waarin staat dat het project super is verlopen en hartstikke leuk was. Een fonds vindt het leuk als je daaraan denkt, ze voelen zich gezien. Wat ik mensen ook altijd wil adviseren, als je fondsen uitnodigt en ze komen niet, wil dat niet zeggen dat zij dat niet registreren en het niet leuk vinden dat ze zijn uitgenodigd. De een stuurt een bericht terug waarin ze aangeven het op prijs te stellen maar helaas niet kunnen komen, de ander laat wellicht niks horen, maar dat wil niet zeggen dat het geen effect heeft. En je kunt het ook na de honorering al vragen: hebben jullie behoefte om een nieuwsbrief te ontvangen, willen jullie bij de opening zijn, enzovoorts. Bespreek het gewoon, wat vindt het fonds leuk, waar willen ze genoemd worden, het is heel goed om die vraag gewoon te stellen.

Bovendien, je krijgt een pot geld. Daar mag ook wel wat tegenover staan. Het is zo makkelijk om te denken het geld is er en klaar. En er zijn fondsen die steunen eenmalig, maar wellicht werkt daar nu iemand die over

een aantal jaar bij een ander fonds werkt, waar je dan mee te maken krijgt. En bovendien, fondsen praten ook onderling, het is niet goed voor je reputatie. Als je de relatie en je reputatie sterk houdt heb je daar baat bij. En natuurlijk kost het tijd, maar het is onhandig als je die tijd er niet aan besteedt”.

Mag ik daaruit opmaken dat het hebben van een groot netwerk belangrijk is bij fondsenwerving?

“Ja, absoluut. Je bent veel meer op de hoogte en zeker als je in contact wilt komen met verborgen fondsen, dat gaat alleen maar via via. Het helpt altijd”.

Heeft u in uw ervaring met fondsenwerving gemerkt dat de naamsbekendheid van de organisatie belangrijk is?

“Ik denk dat de grote professionele fondsen daar minder gevoelig voor zijn. Dat vind ik moeilijk om te beoordelen. Ik denk dat het bij kleinere fondsen een grotere rol inneemt. Als mensen al van je gehoord hebben en daardoor het gevoel krijgen dat je een goede organisatie bent, ben je wel in het voordeel. Je kunt dan ook zelf laten zien met wie je al gewerkt hebt. Het is toch altijd moeilijk om in zee te gaan met een totaal nieuwe organisatie, als je dan al wat kunt laten zien maakt dit het wel makkelijker.

Wat ik ook merk bij hele bekende organisaties, dat het ook juist lastig is om te werven, omdat vaak wordt gedacht dat zij wel genoeg geld krijgen. In die zin kan het dus ook weer tegen je werken”.

Hoe staat u tegenover het inzetten van bijvoorbeeld sociale media om je bekendheid te vergroten of je projecten onder de aandacht te brengen?

“Ik denk dat sociale media je enorm kan helpen. Het kan je achterban vergroten, wat weer in je voordeel kan zijn bij een fondsenaanvraag, als jij kunt aantonen dat veel mensen jou actief volgen en steunen. Het is toch een bewijs van draagvlak in de maatschappij en een manier om nieuw publiek te bereiken. Ik denk sociale media veel effect kunnen hebben, mits je ze goed inzet. Om het effect te laten hebben kost veel tijd en aandacht, je moet heel duidelijk bedenken wat bij je past en wat je gericht wilt doen”.

Heeft u ook de indruk dat fondsen soms een onuitgesproken voorkeur hebben voor bepaalde projecten?

“Ja. Er is natuurlijk ook heel veel geld nodig voor projecten die er al zijn en al goed lopen, maar die zijn dus eigenlijk niet meer uniek, waardoor fondsen zich daar niet toe geroepen voelen. Zij willen nieuwe projecten en unieke projecten, dat merk je ook bij aanvragende organisaties, het is veel moeilijker om te werven voor projecten die al lopen en al worden gedaan, dan voor nieuwe innovatieve projecten”.

Denkt u dat bij het indienen van een aanvraag, de hoeveelheid informatie een belangrijke rol speelt?

“Ja, zeker weten. Ik merk het zelf ook met informatie die ik aangeleverd krijg als mensen mij een opdracht geven. Je kunt me wel dertig pagina's aan krantenknipsel geven om te bewijzen dat je een goede organisatie bent, maar je kunt ook gewoon de tien beste koppen in een document plakken. Ik word gek van als ik alles door moet spitten, het is in mijn ogen ook een vorm van luiheid, dat jij niet even de preselectie doet. En dat gaat bij fondsenaanvraag natuurlijk precies hetzelfde, jij moet gewoon zorgen dat het goed en gericht is. En dat je bijlagen aansluiten op wat je wilt beargumenteren en niet dat je maar print wat er te printen valt. Je moet gewoon beknopt kunnen vertellen wat je wilt en anders doe je iets niet goed. En natuurlijk, als jij een fantastische brochure hebt gemaakt, doe die erbij, maar doe het in bijlagen en maak een leeswijzer zodat de lezer weet wat hij waar kan vinden. Er wordt vaak te veel willekeurige informatie bij elkaar gepropt”.

Ik maak uit uw antwoord op dat u kwaliteit en zorgvuldigheid heel belangrijk vindt.

“Je kunt beter drie goede aanvragen schrijven dan dertig dezelfde de deur uit doen. Je hebt echt heel erg veel geluk als er van die dertig maar één toehapt. En je krijgt geen feedback op die dertig aanvragen, terwijl het goed is in kaart te brengen waar de fout zit. Als fondsen zien dat je je best hebt gedaan krijg je vaak wel

een uitleg. Bovendien kun je dan ook zelf bellen en aangeven dat je echt goed over je aanvraag hebt nagedacht en vragen waarom het niet gelukt is. Mensen zien altijd dat je je best hebt gedaan. Dan kun je er ook van leren, terwijl als je in het wilde weg maar aanvragen verstuurt, dat heeft geen zin. En daarnaast, het moet er ook verzorgd uitzien. Bovendien leerde je dat vroeger al op school, als iets er netjes uitziet en met mooie plaatjes, kreeg je vaak al extra punten. Dat komt ook professioneel over”.

Deze vraag hebben we eigenlijk in de loop van het gesprek al behandeld, het opstellen van een persoonlijke brief gericht op een fonds en niet een standaardbrief naar elk fonds sturen.

“Ja, absoluut. Dat moet je altijd doen”.

Raadt u organisaties ook aan om de steun op hun website te vermelden?

“Dat is nou typisch iets wat je met het fonds moet bespreken. Sommige fondsen willen het absoluut niet en anderen kunnen het erg waarderen. Daar moet je gewoon heel netjes mee omgaan. En de anonieme fondsen, die nergens genoemd willen worden, kunnen het wel op prijs stellen om uitgenodigd te worden voor een opening bijvoorbeeld. Het zeker de moeite waard om te bespreken wat een fonds precies wil en wat zij leuk vinden, zo simpel is het”.

Voor mijn onderzoek heb ik praktijkvoorbeelden van gehonoreerde en afgewezen aanvragen geanalyseerd. Hieruit concludeerde ik dat er vier factoren een belangrijke rol innemen: duurzaamheid, realiseerbaarheid, groepgerichtheid en de duidelijke resultaten die het project heeft. Kunt u dit beamen?

“Ja, zeker. Als fondsen aan een van deze factoren twijfelen wordt het denk ik al lastig. Ik denk dat dit absoluut belangrijk is. Het is wel belangrijk om aandacht aan deze punten te besteden in je projectplan, benoem ze letterlijk en leg uit hoe dit een rol inneemt bij je project”.

Bijlage 2: Uitwerking potentiële fondsen voor De Tussenvoorziening

Stichting De Tussenvoorziening

Op weg naar optimale fondsenwerving



Door: Judith Welle

Stichting De Tussenvoorziening
Centraal kantoor
Stafbureau afdeling Communicatie

Hogeschool Utrecht
Instituut voor Communicatie
Communicatiemanagement

In deze bijlage zullen de volgende symbolen worden gehanteerd:



Het fonds heeft de voorkeur voor initiatieven in Utrecht, of steunt uitsluitend projecten in Utrecht.



Het fonds steunt initiatieven in heel Nederland.



Het fonds steunt initiatieven wereldwijd.

1. Kleine individuele aanvragen

Andries De La Fontaine Verwey Fonds

Veldhuizerdijk 5
7431 PG Diepenveen
Telefoon: 0570 – 642100
Fondsenboek: pag. 197



Doel: De stichting verleent financiële steun in de vorm van een eenmalige schenking aan degenen die daarvoor, naar het oordeel van het bestuur, in aanmerking komen. Er wordt uitsluitend financiële hulp verleend aan personen of gezinnen die door welke omstandigheden dan ook in een financiële noodsituatie zijn geraakt.

Regio: Financiële ondersteuning wordt verleend aan activiteiten die worden uitgevoerd in Nederland.

Overige criteria: Personen voor wie een aanvraag wordt ingediend moeten Nederlandse ingezetenen zijn, dan wel over de Nederlandse nationaliteit beschikken of minstens een langdurige verblijfsvergunning hebben.

Aanvraagprocedure: Aanvragen moet schriftelijk geschieden. Alleen maatschappelijk werk(st)ers van een instantie voor maatschappelijk werk kunnen een aanvraag indienen. Er wordt geen hulp verstrekt voor schuldsanering, aanschaf van (aangepast) auto's, reis- en/of vakantietickets en opleidings- of onderwijs faciliteiten.

Bijdrage: De stichting levert een maximale bijdrage van €230,-

Termijn: De stichting heeft geen informatie over procedure termijn openbaar gemaakt.

Burkens Stichting

Cederlaan 39
2282 KC Rijswijk
Telefoon: 070 – 3900842
Fondsenboek: pag. 106
Contactpersoon: Dhr. D.J. Burkens



Doel: De stichting verstrekt financiële steun aan personen met financiële problemen en waarvoor geen, dan wel met groot bezwaar, een beroep kan worden gedaan op algemeen sociale voorzieningen.

Regio: Financiële ondersteuning wordt verleend aan activiteiten die worden uitgevoerd in Nederland.

Overige criteria: Het gaat hierbij om eenmalige individuele schenkingen ter verlichting van dringende materiële noden. Aanvragen moeten worden ingediend door erkende non-profit instellingen werkzaam op sociaal-maatschappelijk terrein en welke tevens bereid zijn het toegekende geld te beheren en controle uit te oefenen op de juiste besteding ervan.

Aanvraagprocedure: Aanvragen kunnen schriftelijk worden ingediend op één A4. Hierbij moet een duidelijke situatie- en probleemomschrijving zijn gegeven en vermelding van het verlangde bedrag en inzicht in de financiële situatie van de betrokkenen.

Bijdrage: De stichting doet over het algemeen geen schenkingen hoger dan €250,-.

Termijn: De stichting heeft geen informatie over procedure termijn openbaar gemaakt.

2. Kleine groepsgerichte aanvragen

Ana Maria Fonds

Lauwerecht 55
3515 GN Utrecht
Telefoon: 030 – 2760930
Fax: 030 – 2721532
E-mail: info@amf.nl
Website: www.amf.nl



Doel: Het fonds steunt projecten die aanzetten tot maatschappelijke verandering of maatschappelijke verandering stimuleren.

Regio: Het fonds steunt project in Nederland, maar project uit de regio Utrecht, Amsterdam, Nijmegen en Wageningen krijgen voorrang boven andere projecten.

Overige criteria: Het project dient over voldoende professionaliteit en capaciteit te beschikken, tevens moet er maatschappelijk draagvlak en financiële haalbaarheid voor het project zijn.

Aanvraagprocedure: Aanvragen kunnen schriftelijk worden ingediend.

Bijdrage: Het fonds doet bijdragen van maximaal €500,- (aanvragen die dit bedrag overschrijden worden niet in behandeling genomen), tevens mogen de totale projectkosten niet meer dan €10.000,- bedragen.

Termijn: De stichting heeft geen informatie over procedure termijn openbaar gemaakt.

Stichting Ameyde Fonds

Lijsterbesweg 37
4328 JV Burgh-Haamstede
Fondsenboek: pag. 37



Doel: De stichting doet uitkeringen aan rechtspersonen die zorg dragen voor kinderen en maatschappelijk zwakkeren. Het Ameyde Fonds zet zich ook op andere manieren voor deze groepen in.

Regio: Financiële ondersteuning wordt verleend aan activiteiten die worden uitgevoerd in Nederland.

Aanvraagprocedure: Aanvragen verlopen uitsluitend schriftelijk en enkel aanvragen van rechtspersonen worden in behandeling genomen.

Bijdrage: De gemiddelde bijdrage van de stichting ligt tussen de €300,- en €2500,-.

Termijn: De stichting heeft geen informatie over procedure termijn openbaar gemaakt.

Stichting Elise Mathilde Fonds

Postadres:

Postbus 192

3950 AD Maarn

Bezoekadres:

Woudenbergseweg 11

3953 Me Maarsbergen

Telefoon: 0343 – 554063

Fax: 0343 – 413430

E-mail: elisemathilde@teslincs.nl

Website: www.elisemathilde.nl

Fondsenboek: pag. 179

Contactpersoon: Mw. L.T.M. van Erp-Habes



Doel: De stichting biedt financiële ondersteuning in de vorm van schenkingen aan personen en organisaties in de geest van de stichtster Elise Mathilde van Beuningen. Zij verleent eenmalige ondersteuning bij uitzonderlijke behoeften of periodieke ondersteuning aan personen uit de beschaafde stand, ongeacht godsdienstige gezindheid of politieke overtuiging, die naar het oordeel van het bestuur niet op behoorlijke wijze in hun onderhoud kunnen voorzien.

De stichting doet uitkeringen voor opvoeding, studiedoeleinden en/of levensonderhoud. Daarnaast biedt zij ondersteuning aan instellingen die een algemeen sociaal, cultureel of ideëel doel nastreven.

Projecten waarbij voornamelijk vrijwilligers en amateurs betrokken zijn genieten de voorkeur.

Regio: De stichting biedt voornamelijk steun in de regio's Rotterdam en Utrecht, tenzij van landelijk belang.

Aanvraagprocedure: Aanvragen kunt u uitsluitend online indienen. U dient eerst de 'Quickscan' op de website doorlopen. Als het project binnen de criteria van het Elise Mathilde Fonds valt krijgt u een uniek inlognummer en wachtwoord voor het indienen van een aanvraag. Vervolgens kunt u uw aanvraag indienen en de benodigde bijlagen toevoegen; een projectbegroting en dekkingsplan, het meest recente jaarverslag, statuten en een uittreksel van de Kamer van Koophandel.

Bijdrage: De gemiddelde bijdrage ligt tussen de €500,- en €2000,- per project.

Termijn: De procedure duurt circa 4 maanden. Vijf maal per jaar komt het bestuur bijeen om een besluit te doen.

Stichting Monuta Charity Fund

Postbus 20
7300 AA Apeldoorn
Bezoekadres:
Schumanpark 11
7336 AM Apeldoorn
Telefoon: 055 – 5391700
Fax: 055 – 5391320
E-mail: charity@monuta.nl
Website: www.monuta.nl
Fondsenboek: pag. 333
Contactpersoon: Mw. Monique Oosthof



Doel: De stichting steunt projecten die een bijdrage leveren aan de kwaliteit van het leven. De stichting is bedoeld voor kwetsbare mensen in de samenleving in de zin van een verstandelijke of lichamelijke beperking, een ziekte of een sociale of economische achterstand.

Regio: Financiële ondersteuning wordt verleend aan activiteiten die worden uitgevoerd in Nederland.

Overige criteria: Het moet gaan om kleinschalige projecten waar normaal gesproken geen geld voor is en waarbij vrijwilligers een rol spelen. De projecten moeten een dienen voor een lokale gemeenschap in Nederland en mogen geen politiek of religieus karakter hebben, tevens mag de projectbegroting niet hoger zijn dan €25000,-.

Aanvraagprocedure: De aanvrager moet een rechtspersoon zijn en een aanvraag wordt altijd samen met een ambassadeur van het Monuta Charity Fund gedaan. Hiervoor is een contactformulier beschikbaar op de website. Benodigde bijlagen zijn: een uittreksel van de KvK, statuten, project- en doelomschrijving, planning en begroting project, financiële verantwoording en een omschrijving van de doelgroep. Voor het indienen van een aanvraag kan contact opgenomen worden met een plaatselijke Monuta onderneming of – zorgadviseur.

Bijdrage: De gemiddelde bijdrage ligt tussen €1000,- en €3000,- en is eenmalig. Op de website zijn criteria en richtbedragen per soort project te vinden.

Termijn: De stichting heeft geen informatie over procedure termijn openbaar gemaakt.

Stichting Fonds der Familie Antheunis

Postadres:

Postbus 875

3000 AW Rotterdam

Bezoekadres:

Schiekade 75-77

3033 BD ROTTERDAM

Telefoon: 010 – 4669358

Fax: 010 – 4665812

E-mail: secretariaat@stichtingantheunis.nl

Fondsenboek: pag. 40

Doel: De stichting doet uitkeringen aan instellingen welke een algemeen maatschappelijk belang beogen en onderhoudsuitkeringen aan behoeftige familieleden en anderen.

Regio: De stichting heeft geen informatie over regio openbaar gemaakt. Voor informatie verwijs ik u naar de stichting.

Overige criteria: De Stichting geeft voorkeur aan bijdragen aan de elementaire zaken voor de allerarmsten, zijn doen geen bijdragen voor schuldsanering en vervoersvoorzieningen.

Aanvraagprocedure: Aanvragen verlopen uitsluitend schriftelijk.

Bijdrage: De gemiddelde bijdrage van de stichting ligt rond de €500,-

Termijn: De stichting heeft geen informatie over procedure termijn openbaar gemaakt.

Stichting Fonds van NRC Handelsbladlezers

p/a: H. Vis

Postbus 3372

1001 AD Amsterdam



Doel: Het steunen van mensen in moeilijke situaties of regelrechte nood.

Regio: Het fonds steunt uitsluitend initiatieven in Nederland.

Overige criteria: Het fonds verstrekt subsidies van aanvullend karakter. Het gaat hier vrijwel altijd om extra bijzondere kosten, eenmalige investeringen of uitzonderlijke uitgaven die bij reguliere geldgevers tussen wal en schip vallen. Het fonds verleent geen subsidie voor uitgaven die onder de gemeente of het rijk vallen. Steun wordt verleent bij concrete projecten: de aanschaf van een apparaat, ondersteuning van vrijwilligers bij een activiteit, een bijzondere onderhoudspost of een eenmalige investering. Het fonds biedt geen steun aan individuen.

Aanvraagprocedure: U kunt per jaar één aanvraag indienen. Deze dient duidelijk omschreven te zijn en zich bij voorkeur te richten op een concrete uitgave, tevens dient de aanvraag voorzien te zijn van een jaarverslag.

Bijdrage: Het fonds geeft meestal eenmalige bijdragen van enkele duizenden euro's. Het fonds doet soms echter ook grotere bijdragen van €10.000,-. Uiteraard zijn ook aanvragen voor kleinere bedragen welkom.

Termijn: De commissie vergadert twee keer per jaar, in februari en oktober. U krijgt daarna zo spoedig mogelijk bericht.

Stichting Niet Voor Jezelf

Postbus 8504

3503 MR UTRECHT

Telefoon: 030 - 8801886

Fax: 030 – 8801944

E-mail: secretariaat@nietvoorjezelf.nl

Website: www.nietvoorjezelf.nl



Doel: De stichting is gericht op het bevorderen van een betere positie voor mensen aan de arme kant van Nederland. Er wordt echter geen individuele hulp verleend, er moet altijd sprake zijn van een groepsactiviteit. Deze activiteit moet naar buiten zijn gericht, op collectieve belangenbehartiging, bewustwording en/of een actie rond de problematiek van uitkeringsgerichtden (de kloof tussen arm en rijk in Nederland).

Aanvragen ter bevordering van deskundigheid, dan wel een training kunnen ook in aanmerking komen.

Regio: Financiële ondersteuning wordt verleend aan activiteiten die worden uitgevoerd in Nederland.

Aanvraagprocedure: Een aanvraagformulier kan worden opgevraagd bij het secretariaat, dan wel worden gedownload op de website. De aanvraag moet worden voorzien van een omschrijving van de activiteit, de doelgroep en financiële gegevens. U kunt dit zowel schriftelijk als per email aanleveren.

Bijdrage: De bijdrage is maximaal €2500,- per aanvraag. Als organisatie staat het u vrij om meerdere aanvragen in te dienen, hiervoor staat een maximum van vijf gehonoreerde aanvragen per drie jaar waarbij een maximale totale bijdrage van €5000,- geldt.

Termijn: Gemiddeld wordt er binnen zes weken over uw aanvraag een besluit genomen. Dit kan uitlopen door onvolledige informatie, of als het bestuur besluit advies te vragen aan een collega organisatie.

Indien u het als aanvragen oneens bent met het besluit kunt u binnen één maand een bezwaarschrift indienen. Er wordt dan opnieuw een besluit genomen waarbij u de gelegenheid krijgt om uw standpunt mondeling te verdedigen.

Stichting Pieter-Arie van der Kooij Fonds

Postbus 5340

3008 AH Rotterdam

Bezoekadres:

Goereesestraat 6

3083 DJ Rotterdam

Telefoon: 010 – 4811144

Fax: 010 – 4815623

E-mail: info@st-rotonde.nl

Fondsenboek: pag. 281



Doel: De stichting doet uitkeringen en stelt gelden en/of goederen ter beschikking aan instellingen die een algemeen maatschappelijk belang beogen.

Regio: Financiële ondersteuning wordt bij voorkeur verleend aan activiteiten die worden uitgevoerd in Nederland.

Overige criteria: Alleen rechtspersonen die in Nederland gevestigd zijn komen in aanmerking. Individuele subsidie of subsidie direct aan één of meerdere personen is niet mogelijk. Ook wordt er geen subsidie verleend voor inrichting- en/of verbouwingskosten. De aanvrager moet zelf ook een bijdrage leveren of worden gesteund door de overheid.

Aanvraagprocedure: Aanvraag bij voorkeur digitaal aanleveren inclusief een begroting.

Bijdrage: De gemiddelde bijdrage ligt tussen de €500,- en (maximaal) €3000,- per aanvraag.

Termijn: De stichting heeft geen informatie over procedure termijn openbaar gemaakt.

Stichting Voeten in de Aarde

Buurt IV – 23

1156 BH Marken

E-mail: info@voetenindeaarde.nl

Website: www.voetenindeaarde.nl



Doel: Het fonds biedt steun aan initiatieven gericht op een rechtvaardige verdeling van geld, kennis en macht, het behoud en verbetering van het milieu, naleving van de mensenrechten en respectvol omgaan met de medemens.

Regio: Het fonds steunt zowel initiatieven in Nederland als in de rest van de wereld.

Overige criteria: Projecten waarbij sprake is van eigen initiatief en inbreng van de doelgroep genieten de voorkeur. Daarnaast hebben ook projecten op humanistische grondslag voorkeur boven projecten vanuit een geloofsovertuiging. Het fonds geeft tevens voorkeur aan kleinschalige, originele, inspirerende en op korte termijn uitvoerbare activiteiten en projecten gericht op zelfwerkzaamheid, -redzaamheid en financiële onafhankelijkheid van betrokkenen.

Aanvraagprocedure: Een aanvraag dient per e-mail (voorkeur) of schriftelijk ingediend te worden. Een aanvraag dient kort en bondig antwoord te geven op onderstaande vragen:

- Het algemene doel van de organisatie
- De werkwijze van de organisatie
- De concrete activiteit waar het om gaat
- Wie de betrokkenen zijn
- Het te verwachten resultaat op korte termijn
- De regeling van onderhoud en/of de exploitatie op langere termijn
- Het verwachte resultaat op langere termijn
- Hoe de organisatie dit verwachte resultaat heeft bepaald
- Begroting
- Wie worden om een financiële bijdrage gevraagd?
- Het soort bijdrage dat wordt gevraagd (lening, gift, garantie)
- De grootte van de bijdrage die gevraagd wordt
- Vermelding contactpersoon en telefoonnummer

De aanvraag mag maximaal 1000 woorden beslaan. Bijlagen als statuten worden niet gewaardeerd.

Bijdrage: Het fonds biedt steun in die vorm giften, garanties of leningen. En doet een gemiddelde bijdrage van €2000,- Het fonds steunt zelden projecten waarvan de totale omvang meer dan €50.000,- bedraagt.

Termijn: Bij de eerst volgende vergadering wordt de aanvraag behandeld. Op de website staat vermeldt wanneer deze plaatsvindt.

3. Grote investeringsgerichte aanvragen

Dekkers Fonds

Sint Annastraat 20

5025 KB TILBURG

Telefoon: 013 – 4647608

E-mail: info@actioma.nl

Website: www.dekkersfonds.nl



Doel: Het Dekkers Fonds vindt het van belang dat mensen in hun eerste levensbehoeften worden voorzien en de kans krijgen om uit de schulden te komen, om zo weer een menswaardig bestaan op te kunnen bouwen.

Het Dekkers Fonds hecht waarde aan initiatieven die uitsluiting ondersteunen en integratie of vrijwilligheid bevorderen. Het Dekkers Fonds biedt financiële steun, in de vorm van eenmalige bijdragen, bij individuele noden (waarin niet op een andere wijze wordt voorzien) en projecten op het terrein van zorg en welzijn.

Regio: Financiële ondersteuning wordt verleend aan activiteiten die worden uitgevoerd in Nederland.

Overige criteria: Aanvragen voor individuele noodhulp moeten altijd via een erkende hulpverleningsinstantie worden ingediend. Deze instantie moet de urgentie van de aanvraag kunnen bevestigen. Hierbij wordt de voorwaarde gesteld dat de hulpverleningsinstantie een plan opstelt waaruit blijkt dat dit uitweg uit de noodsituatie biedt.

Aanvraagprocedure: Aanvragen moeten schriftelijk worden ingediend bij het secretariaat. Het secretariaat is ondergebracht bij de Stichting Actioma, (de telefoon zal ook onder deze naam worden beantwoord). Projectaanvragen dienen te beschikken over een projectplan waarin in de reden, de doelgroep en het doel van het project worden verklaard. Daarnaast moet het worden voorzien van een begroting en tijdsplanning. Het zeer belangrijk is dat er duidelijk wordt verklaard wanneer het project als geslaagd kan worden bestempeld. Vermeldt bij een projectaanvraag ook altijd het KvK inschrijfnummer.

Bijdrage: De maximale bijdrage van het Dekkers Fonds voor projecten bedraagt € 7.000,- per project.

Financiële steun zal in eerste instantie in de vorm van een voorschot zijn. De aanvrager dient het Dekkers Fonds op de hoogte te houden van zowel inhoudelijke- als financiële ontwikkelingen en/of een eindrapportage. Als dit volgens afspraken gebeurt volgt de eindafrekening.

Termijn: Het secretariaat verstuurt na ontvangst van de aanvraag een ontvangstbevestiging. Middels deze brief zal u tevens worden geïnformeerd over de datum waarop uw aanvraag in behandeling wordt genomen.

Eureko Achmea Foundation

Postadres:

Postbus 866

3700 AW Zeist

Bezoekadres:

Handelsweg 2

3707 NH Zeist

Telefoon: 030 – 6937000

Fax: 030 – 6937227

E-mail: info@eurekoachmeafoundation.nl

Website: www.eurekoachmeafoundation.nl

Fondsenboek: pag. 184

Contactpersoon: Dhr. W. Stille



Doel: De stichting wil door middel van het inzetten van financiële middelen in de vorm van schenkingen daadwerkelijk bijdragen aan duurzame verbetering van de economische en/of sociale omgeving van groepen hulpbehoevenden in de samenleving. De doelgroep van de stichting bestaat uit alle sociaal-economische hulpbehoevenden.

Regio: De stichting steunt zowel initiatieven in Nederland als in de rest van de wereld.

Overige criteria: Er dient sprake te zijn van een financiële steunvraag ten behoeve van het sociaal economisch belang van de hulpbehoevenden. Het moet hierbij gaan om een groep, er worden geen bijdragen gegeven voor individuen. Het moet een daadwerkelijke (duurzame) verbetering van hun leefomgeving tot gevolg hebben. Daarnaast is het voor de stichting van belang dat de aanvragende organisatie als primair doel het helpen van hulpbehoevenden heeft gesteld.

Aanvraagprocedure: Aanvragen dienen per e-mail te worden aangeleverd, het aanvraagformulier is te downloaden op de website. Een aanvraag dient voorzien te zijn van een plan van aanpak, een gespecificeerde begroting, statuten, de laatste twee jaarverslagen en een uittreksel van de Kamer van Koophandel.

Bijdrage: De stichting heeft geen informatie over gemiddelde bijdragen openbaar gemaakt.

Termijn: De vergaderdata zijn te vinden in de agenda op de website. Aanvragen dienen minimaal 8 weken vóór de aanvang van de bestuursvergadering bij het secretariaat van de stichting ingediend te zijn.

Stichting Bevordering Maatschappelijke Dienstverlening Rotterdam

Zuiderstraat 2

2921 XS Krimpen aan de IJssel

Telefoon: 0180 - 553266

E-mail: sbmdr@planet.nl

Fondsenboek: pag. 69

Contactpersoon: Dhr. dr. A. Pool



Doel: De stichting steunt projecten van rechtspersonen en vrijwilligersorganisaties in de maatschappelijk dienstverlening, thuiszorg, eerstelijnszorg (met uitzondering van kinderopvang), koepelorganisaties, voedselhulp en activiteiten van kerkelijke organisaties.

Regio: De stichting steunt met voorrang projecten in de regio Rijnmond, maar steunt ook projecten in de rest van Nederland.

Overige criteria: De stichting steunt projecten, investeringen, studiedagen, congressen en publicaties binnen de bovenstaande doelstelling.

Aanvraagprocedure: Het aanvraagformulier en de criteria kunnen telefonisch of per e-mail worden opgevraagd.

Bijdrage: De stichting doet een bijdrage van maximaal €30.000,-

Termijn: De stichting heeft geen informatie over procedure termijn openbaar gemaakt. Wel is bekend dat de bestuursvergaring eind maart en eind september plaatsvindt.

Stichting Boschuysen

Jozef Israëlsplein 36

2596 AV 's-Gravenhage

Telefoon: 070 - 3248988

Fax: 070 - 3264608

E-mail: rentmeester@boschuysen.nl

Website: www.boschuysen.nl

Fondsenboek: pag. 89

Contactpersoon: Dhr. ir. S.A. ten Bokkel Huinink



Doel: Het bevorderen van de opvang, verzorging, opvoeding, scholing en ontwikkeling van jeugdige personen, in beginsel niet ouder dan dertig jaar, die maatschappelijk gezien hulp van derden nodig hebben. De stichting verleent financiële steun aan instellingen, verenigingen of stichtingen die zich inzetten voor deze groep.

Regio: Financiële ondersteuning wordt verleend aan activiteiten die worden uitgevoerd in Nederland. De stichting heeft een lichte voorkeur voor projecten in Den Haag.

Overige criteria: Er wordt alleen steun toegekend aan organisaties zonder winstoogmerk met een voorkeur voor kleinschalige projecten, (mede) opgezet door vrijwilligers. Van de verleende steun dient ten minste 75% aan jongeren (maximaal dertig jaar) ten goede te komen.

De stichting ontvangt graag na afloop een evaluatie van het project. Hiervoor is een formulier beschikbaar op de website, dit formulier is voldoende op het project te evalueren.

Aanvraagprocedure: Het aanvraagformulier is op de website te vinden, deze dient geprint te worden en per post te worden ingeleverd. Daarnaast ontvangt de stichting graag een financiële verantwoording.

Bijdrage: De bijdrage varieert over het algemeen tussen de €1000,- en de €10.000,-.

Termijn: Op de website staat vermeldt wanneer de volgende vergadering is en wanneer uw aanvraag uiterlijk binnen dient te zijn om in deze vergadering te worden behandeld.

Stichting Voorzorg Utrecht

Molenaarshoek 1

3981 TL Bunnik

E-mail: bestuur@voorzorg-utrecht.nl

Website: www.voorzorg-utrecht.nl

Contactpersoon: de heer drs. P.H. van Setten (secretaris)



Doel: Het bevorderen van de gezondheidszorg in de ruimste zin.

Regio: Initiatieven in de regio Utrecht krijgen voorrang om initiatieven uit andere gebieden in Nederland.

Overige criteria: Het fonds heeft een voorkeur voor projecten die het belang van de doelgroep zo breed mogelijk dienen. Er worden geen bijdragen gedaan voor individuele steun. Tevens steunt het fonds geen aanvragen voor project die reeds gestart zijn.

Er wordt geen steun verleend aan buitenlandse projecten, wetenschappelijk onderzoek, exploitatie- of overheadkosten, reeds gestarte projecten, projecten waarvoor niet alle vereiste document zijn aangeleverd of waarvan het aanvraagformulier niet volledig is ingevuld of ondertekend en projecten die door instelling zelf dienen te worden bekostigd (o.a. opleiding personeel).

Aanvraagprocedure: Het aanvraagformulier dient, met de gevraagde bijlagen, schriftelijk in drievoud te worden ingediend. Het aanvraagformulier kan worden gedownload op de website. De aanvraag dient te beschikken over een gedetailleerde projectbeschrijving, een gespecificeerde begroting, een motivatie waaruit blijkt waarom juist bij SVU subsidie wordt aangevraagd, een overzicht van overige fondsen waar subsidie is aangevraagd of verkregen en er dienen tenminste twee referenties, in de vorm van een referentiebrieven, te worden bijgevoegd. Op de website van de stichting zijn de eisen voor deze brief vermeld.

Bijdrage: Het fonds doet over het algemeen bijdragen die liggen tussen €500,- en €20.000,-. In uitzonderlijke gevallen kan hiervan worden afgeweken.

De bijdrage die het fonds doet is in de vorm van een garantiestelling. Dit houdt in dat de aanvrager zich zal blijven inspannen om het toegekende bedrag elders te verkrijgen. Als dit niet mogelijk blijft zal de stichting het bedrag dat niet gedekt kan worden uitbetalen.

Termijn: Aanvragen dienen voor 1 april of 1 oktober binnen te zijn. Het wordt op prijs gesteld als de aanvraag ruim voor deze sluitingsdata binnen is. U wordt dan in mei of november op de hoogte gesteld van het besluit.

4. Hoogte bijdrage onbekend

Eduard August Otto Vervooren Stichting

Klein Brabant 155

5262 RS Vught

Telefoon: 073 - 6570524

Fax: 073 - 6563522

Fondsenboek: pag. 485

Contactpersoon: Dhr. M. van Asselt



Doel: De stichting verleent financiële steun aan iedereen die in behoeftige omstandigheden verkeert. De stichting biedt zowel steun aan non-profit instellingen als individuen.

Regio: De stichting steunt zowel initiatieven in Nederland als in de rest van de wereld.

Aanvraagprocedure: Een aanvraag indienen kan uitsluitend schriftelijk en dient altijd voorzien te zijn van een recent (financieel) rapport van een maatschappelijk werker en/of een instelling werkzaam op maatschappelijk gebied.

Bijdrage: De stichting heeft geen informatie over gemiddelde bijdragen openbaar gemaakt.

Termijn: De stichting heeft geen informatie over procedure termijn openbaar gemaakt.

Fundatie Van den Santheuvel Sobbe Stichting

Herengracht 524a

1017 CC Amsterdam

Telefoon: 020 - 6233246

Website: www.fundatiesobbe.nl

Fondsenboek: pag. 409

Contactpersoon: Mw. Drs. E.M.L. den Braber



Doel: De stichting verleent financiële steun tot oprichting, uitbreiding of instandhouding van instellingen van menslievende of liefdadige aard.

Regio: Financiële ondersteuning wordt verleend aan activiteiten die worden uitgevoerd in Nederland.

Overige criteria: Het fonds verstrekt giften aan maatschappelijke projecten met de volgende doeleinden: instellingen voor maatschappelijk werk, op het gebied van jeugdzorg, gezondheidszorg, ouderenzorg en mensen met een (verstandelijke) beperking en instellingen ter bevordering van de integratie. Daarnaast verstrekt het fonds giften aan projecten op het gebied van werkgelegenheid, dorpshuizen, buurtcentra, opvanghuizen voor onder andere verslaafden, GGZ-cliënten, jongeren en vrouwen, groepsvakanties voor ouderen, mensen met een (verstandelijke beperking) en jongeren en kinderen in achterstandsituaties.

Aanvraagprocedure: Aanvrager dient eerst een schriftelijke brief te zenden waarin de organisatie en het project worden omschreven. Als het project aan de eisen van de stichting voldoet, zal de organisatie een aanvraagformulier toegezonden krijgen. Het aanvraagformulier dient u retour te zenden onder begeleiding van: een uittreksel van de Kamer van Koophandel, statuten, jaarverslagen (zowel financieel als sociaal), een specificatie van de projectkosten en een dekkingsplan.

Bijdrage: Er wordt niet meer dan eenmaal per drie jaar aan een instelling gegeven, tenzij het gaat om een koepelorganisatie met gespreide projecten. De hoogte is afhankelijk van het doel van de aanvraag.

Termijn: Antwoord op de brief kan enkele weken duren. Uitslag van het besluit na inzending van het aanmeldingsformulier duurt ongeveer twee à drie maanden.

Madurodam Steunfonds

T.a.v. Secretariaat Madurodam
George Maduroplein 1
2584 RZ Den Haag
Telefoon: 070 - 4162411
E-mail: steunfonds@madurodam.nl
Website: www.madurodam.nl



Doel: Het verlenen van steun en bijstand aan instellingen die een maatschappelijk, cultureel of charitatief belang beogen, in het bijzonder ten bate van jongeren.

Regio: Het fonds biedt steun aan initiatieven in Nederland, bij uitzondering in het buitenland.

Overige criteria: De bijdrage moet worden benut voor de aanschaf van duurzame gebruiksgoederen of duidelijk omschreven projecten op het gebied van gezondheidszorg, jeugdwerk, cultuur en integratie ten behoeven van jongen of gebruikt door jongen. Er worden geen bijdragen verleend ten behoeve van ouderen. Uitsluitend aanvragen ingediend door rechtspersonen worden in behandeling genomen.

Daarnaast geeft het fonds geen steun aan:

- studentenverenigingen
- festivals of manifestaties
- buurthuizen en wijkcentra
- sportverenigingen (m.u.v. gehandicaptensport)
- speeltuinen, speeltoestellen (tenzij voor gehandicapte kinderen)
- muziekkorpsen en uniformuitrusting.

Aanvraag procedure: Een aanvraag dient schriftelijk te worden ingediend bij de coördinator subsidieaanvragen. Het fonds hanteert een eigen aanvraagformulier, dit is te downloaden op de website.

De aanvraag dient van de volgende bijlagen te worden voorzien:

- een beknopte projectomschrijving
- financieringsplan en begroting
- afschrift van de statuten
- een recent uittreksel van de inschrijving bij de Kamer van Koophandel
- een balans en staat van baten en lasten van vorig boekjaar
- de begroting van dit jaar

Bijdrage: Voor informatie over de hoogte van de bijdrage verwijs ik u naar het fonds.

Termijn: De behandeling van uw aanvraag neemt gemiddeld maximaal 2 maanden in beslag.

M.A.O.C. Gravin van Bylandt Stichting

Wassenaarseweg 64

2596 CJ 'S-GRAVENHAGE

Telefoon: 070 - 3246936

Fax: 070 - 3284890

E-mail: bylandt@hetnet.nl

Contactpersoon: Mevr. E.Y. Beelaerts van Blokland-van Schaijk



Doel: De M.A.O.C. Gravin van Bylandt Stichting verleent financiële steun aan rechtspersonen, welke uitsluitend of nagenoeg uitsluitend het algemeen belang van mens en dier in Nederland beogen en aan natuurlijke personen in Nederland die hulp nodig hebben.

Regio: Het fonds verleent steunt aan initiatieven in heel Nederland.

Het fonds heeft geen verdere informatie openbaar gemaakt. Voor meer informatie over het fonds verwijst ik u naar het e-mailadres en de contactpersoon.

Stichting Pape Fonds

Wassenaarseweg 19

2596 CE 's-Gravenhage

Telefoon: 070 - 3248796

Fax: 070 - 3281351

E-mail: info@papefonds.nl

Website: www.papefonds.nl

Fondsenboek: pag. 369



Doel: De stichting verleent financiële steun in de vorm van eenmalige schenkingen met voornamelijk sociale strekking daar, waar het naar het oordeel van het bestuur doelmatig is.

Regio: Financiële ondersteuning wordt verleend aan activiteiten die worden uitgevoerd in Nederland. In uiterst bijzondere gevallen kunnen ook activiteiten in het buitenland in aanmerking komen.

Overige criteria: Instellingen kunnen, mits de bijdrage is bestemd voor op hulpverlening gerichte activiteiten, voor een eenmalige bijdrage in aanmerking komen.

Aanvraagprocedure: Aanvragen kunnen uitsluitend schriftelijk worden ingediend.

Bijdrage: De stichting heeft geen informatie over gemiddelde bijdragen openbaar gemaakt.

Termijn: De stichting heeft geen informatie over procedure termijn openbaar gemaakt.

Stichting De Putter

Pastoorstraat 5

1411 SC Naarden-Vesting

Telefoon: 035 - 6933596

Fondsenboek: pag. 381

Contactpersoon: Mw. A.A.M. Vles-Rosenmöller



Doel: De stichting verleent financiële steun in de vorm van giften aan personen en instellingen die zich inzetten voor menselijke noden. Bij het verlenen van deze steun laat het bestuur zich in sterke mate leiden door de zorg voor de noden van de mens.

Regio: Financiële ondersteuning wordt verleend aan activiteiten die worden uitgevoerd in Nederland.

Overige criteria: Persoonlijke aanvragen worden slechts in behandeling genomen wanneer deze zijn ingediend of zijn toegelicht door een organisatie actief op het gebied van zorg, sociaal- of maatschappelijk werk of door een arts.

Aanvraagprocedure: De stichting heeft geen eigen aanvraagformulier. Aanvragen geschieden uitsluitend schriftelijk, het is van belang deze te voorzien van een duidelijke motivatie en begroting, dan wel inzicht te verschaffen in de financiële situatie.

Bijdrage: De stichting heeft geen informatie over gemiddelde bijdragen openbaar gemaakt.

Termijn: De stichting heeft geen informatie over procedure termijn openbaar gemaakt.