

Where's the money?



Routegids
voor het vinden
van financiering
in de cultuursector

Woord vooraf

Je hebt iets waardevols in handen: een plan, een idee, een droom. Daarmee laat je zien dat je gelooft in de kracht van creativiteit - om te verbinden, te verwonderen en bij te dragen aan de wereld om je heen.

Met dit handboek willen we jou, als bestuurder, (amateur)kunstenaar, cultureel ondernemer of initiatiefnemer, praktisch ondersteunen. Want goede ideeën verdienen een stevige basis, inclusief financiering.



Sinds de eerste editie van deze routegids in 2021 is er veel veranderd. Makers en organisaties hebben te maken met nieuwe strategieën, meer financieringsvormen en steeds meer noodzaak om duidelijk te maken wat de waarde van hun werk is. Daarom brengen we dit handboek opnieuw uit, met een aantal aanpassingen;

¹ Zoals De Waarde van Cultuur (Sociaal en Cultureel Planbureau, 2023)

> Creëer waarde

Het is belangrijker dan ooit om duidelijk te benoemen welke waarde jouw werk heeft. Onderzoek¹ toont aan dat kunst impact heeft op welzijn, verbondenheid en veerkracht. In dit handboek leer je hoe je dat overtuigend vertaalt richting verschillende financiers.

> Meer aanvragers, beperkte middelen

Er is meer concurrentie om geld, terwijl publiek beschikbare budgetten juist verminderen. Daardoor worden private geldbronnen en alternatieve financiering steeds belangrijker. We geven je handvatten om een scherp, uniek projectplan te maken en duurzame partnerschappen te bouwen.

> Focus op impact

Impact is een sleutelwoord geworden. Steeds meer fondsen stellen de vraag: wat is de impact van jouw project op de doelgroep en samenleving? We bieden je in dit handboek een toegankelijke introductie op impactdenken, met verwijzingen naar modellen zoals Theory of Change.

> Technologie als kans

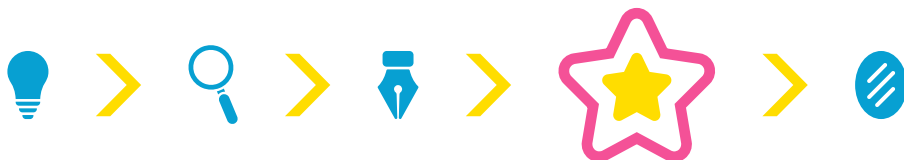
Nieuwe technologieën, zoals AI-tools (bijv. ChatGPT, Canva en Grammarly), helpen kunstenaars en organisaties sneller en scherper werken – van fondsenscreening tot projectplannen. Hun inzet vraagt wel om aandacht voor ethiek en transparantie. In dit handboek vind je tips voor verantwoord en praktisch gebruik.

.....

Heb je na het lezen van dit handboek nog vragen, opmerkingen of wil je een keer vrijblijvend sparren met een van onze adviseurs? Mail dan naar info@kunstlinkflevoland.nl.



Onderdelen



Je hoeft dit handboek niet van begin tot eind te lezen. Het is zo opgebouwd dat je kunt starten bij het hoofdstuk dat voor jou op dit moment relevant is.

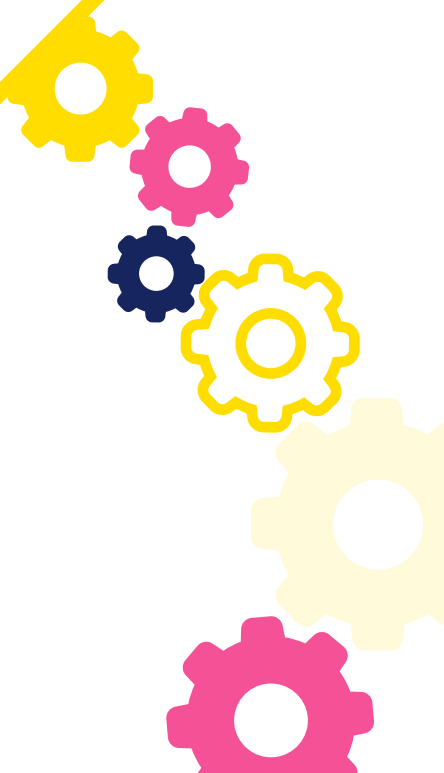
Blader, spring, sla over - gebruik het zoals het jou het beste helpt.

De inhoudsopgave vind je op de volgende pagina.



Handig!

Aan het eind van ieder onderdeel is ruimte voor je eigen aantekeningen. Vergeet daarbij niet de pdf af en toe op te slaan om deze te bewaren.





VAN IDEE NAAR PLAN

6



Scherp je idee aan

7

Bedenk wat en waarom je dit idee wilt realiseren.



Bouw steun en draagvlak

10

Zorg voor de juiste partners en het benodigde netwerk



FINANCIERING VERKENNEN

14



Waar zit het geld?

15

Verken zowel traditionele als alternatieve financieringsbronnen.



Kies je financieringsmix

19

Kies de juiste combinatie van fondsen, sponsors en partners.



SUBSIDIEAANVRAAG SCHRIJVEN

23



Maak je projectplan krachtig

24

Laat zien wat je idee toevoegt en hoe het bijdraagt aan de maatschappij.



Stel een transparante begroting op

29

Wees helder en realistisch over de benodigde middelen.



REFLECTEER EN VERSTERK

33



Meet je impact

34

Begrijp en meet wat je project daadwerkelijk teweegbrengt.



Kijk breder naar impact

37

Onderzoek welke onverwachte effecten jouw project heeft en hoe het bijdraagt aan de bredere context.



Deel je resultaten

41

Laat zien wat je hebt bereikt en betrek je financiers bij je verhaal.

Van idee naar plan



Ieder project begint met een vonk. Een idee dat je wakker houdt, energie geeft of blijft terugkomen. Of je nu al jaren rondloopt met plannen of pas net iets op het spoor bent: elk goed idee heeft scherpte, draagvlak en richting nodig.

In dit hoofdstuk help je jouw idee om te groeien van een ingeving naar een concreet en solide verhaal.

Scherp je idee aan

Een goed idee begint bij het onderzoeken van wat je precies voor je ziet - en waarom. Deze stap helpt je niet alleen om je plan scherper te krijgen, maar vormt ook de basis voor je aanvraag richting fondsen of andere financiers.

De volgende vragen helpen je op weg. Zet je antwoorden alvast in grote lijnen op papier. Dat helpt om overzicht te krijgen en je gedachten te ordenen.

Wat
Waarom
Welke
Wie
Waar
Wanneer

Wat is je idee?

Kan je in een paar zinnen vertellen wat jouw idee is? Wat wil je ermee zeggen of overbrengen? Dit is de kern van je project. Denk ook na over je (artistieke) visie: waarom wil je dit doen of maken, en hoe wil je het aanpakken? Wat maakt jouw aanpak of stijl eigen en herkenbaar? Door dit voor jezelf helder te krijgen, krijg je automatisch meer grip op je idee.

Waarom is jouw idee bijzonder?

Wat is de aanleiding? Misschien is het een maatschappelijke ontwikkeling, een persoonlijk verhaal of een actuele aanleiding die je raakt. Door te achterhalen waar je motivatie zit, wordt vaak ook duidelijk waarom het project waarde heeft, voor jou én voor anderen.

> Welke bijdrage wil je leveren?

Denk aan de impact van je project: artistiek, sociaal of maatschappelijk. Wil je nieuwe doelgroepen bereiken? Iets bespreekbaar maken? Bijdragen aan een thema in de samenleving? Ook hier geldt: hoe concreter je bent, hoe beter.

> Wie zijn betrokken?

Wie is je publiek, wie zijn de deelnemers, wie voert het uit en met wie werk je eventueel samen? Praat er eens over met anderen. Door je idee te delen, krijg je vaak waardevolle informatie. Misschien ontmoet je gelijkgestemden of ontdek je onverwachte samenwerkingen.

> Waar vindt het plaats?

De locatie of context waarin je werkt, zegt veel over je bereik. Gaat het om een lokaal project, een nationale tour of een project met internationale relevantie? Het antwoord op deze vraag geeft richting aan de schaal van je project en helpt bij het maken van praktische keuzes.

> Wanneer wil je het realiseren?

Wanneer wil je het project uitvoeren? En hoeveel tijd heb je nog om alles voor te bereiden? Een globale planning helpt om te bepalen wat haalbaar is, realistisch te plannen én op tijd aan te sluiten bij bijvoorbeeld deadlines van fondsen of locatiehuur.



Tip!

Gebruik deze vragen als kapstok voor een eerste schets van je projectidee. Je hoeft het nog niet in beton te gieten: je antwoorden kunnen tijdens het proces nog veranderen. Het helpt vooral om je verhaal scherp te krijgen.



Voorbeeld

Je hebt het idee om een dansvoorstelling te maken over generaties binnen een familie.²

- ² Dit voorbeeld is gegenereerd door AI (ChatGPT) op basis van de volgende prompt:
"Schrijf een voorbeeldproject in de vorm van een dansproject over generaties binnen een familie. Beantwoord daarbij de vragen: Wat is mijn idee? Waarom is het bijzonder? Welke bijdrage wil ik leveren? Wie zijn betrokken? Waar en wanneer vindt het plaats?"
Zo kun je snel aan de slag met een eerste versie van de 6 W's.

Let op: AI-gegenereerde teksten kunnen onjuistheden bevatten of dingen aannemen die in de praktijk anders liggen. Lees het resultaat daarom altijd goed na, en pas het aan waar nodig.

> Wat is mijn idee?

Een intergenerationele dansvoorstelling waarin drie dansers (een kind, een ouder en een grootouder) samen het podium delen. Door beweging vertellen ze het verhaal van wat verandert en wat hetzelfde blijft in familierelaties.

> Waarom is mijn idee bijzonder?

Het idee ontstond na het overlijden van mijn oma. Tijdens de uitvaart raakte ik gefascineerd door hoe herinneringen van verschillende generaties elkaar raken, maar soms ook botsen. Met deze voorstelling wil ik iets tastbaars maken van dat spanningsveld.

> Welke bijdrage wil ik leveren?

Ik wil met deze voorstelling laten zien hoe belangrijk het is om generaties met elkaar te blijven verbinden, ook als het schuurt. Door dans in te zetten als universele taal, hoop ik ook mensen te bereiken die normaal niet snel naar theater gaan.

> Wie zijn betrokken?

Ik werk samen met twee andere dansers van verschillende leeftijden. Daarnaast zoek ik samenwerking met een lokale muziekschool voor live begeleiding, en wil ik een educatief traject opzetten met een middelbare school in de buurt.

> Waar vindt het plaats?

De première vindt plaats in een buurtcentrum in Dronten, gevolgd door voorstellingen op drie andere locaties in de regio. Later wil ik kijken of het breder te programmeren is, bijvoorbeeld op festivals of scholen.

> Wanneer wil ik het realiseren?

De repetities starten in november, met een eerste try-out in februari en een reeks voorstellingen in maart en april. In mei willen we het project afronden met een terugkomdag en nagesprekken.



Bouw steun en draagvlak

Een goed idee wordt sterker met mensen om je heen die er ook in geloven. Door draagvlak te creëren (zowel binnen je organisatie als daarbuiten), groeit de kracht en haalbaarheid van je project.

Binnen je organisatie

Betrek je team of collega's al in een vroeg stadium. Gebruik een vorm die bij jou en je idee past: een presentatie, schets, video of proefopstelling. Vraag om feedback en verwerk die waar mogelijk. Gezamenlijke ideeën zorgen vaak voor meer inzet en toewijding, én een beter eindresultaat.

Bedenk samen wat nodig is om het idee te realiseren: tijd, ruimte, expertise, communicatie, techniek, productie, promotie en natuurlijk financiering. Door verantwoordelijkheden te verdelen, wordt het project ook echt van jullie samen.

Samenwerken met externe partijen

Externe partners kunnen je project versterken, zowel inhoudelijk als financieel. Veel fondsen waarderen samenwerking en zien het als een teken van draagvlak, bereik en relevantie. Denk aan andere verenigingen, makers, maatschappelijke organisaties, lokale partners of onderwijsinstellingen. Maak duidelijke afspraken over ieders rol en verwachtingen. Een gedeeld idee vraagt om gedeeld eigenaarschap.

Goede samenwerking stopt niet bij het indienen van een aanvraag. Door partners ook tijdens én na je project actief te betrekken, leg je de basis voor duurzame relaties. Dat vraagt om aandacht, wederkerigheid en communicatie.



Enkele tips

Maak heldere afspraken, ook informeel - zo voorkom je misverstanden.

➤ **Wees wederkerig:** denk niet alleen aan wat jij nodig hebt, maar ook aan wat de ander eraan heeft.

➤ **Houd contact:** geef tussentijdse updates en nodig partners uit bij mijlpalen of evaluaties.

➤ **Reflecteer samen:** bespreek wat goed werkte en wat een volgende keer anders kan.

Zo bouw je aan vertrouwen én aan partnerschappen die verder reiken dan één project.



> **Wie zijn betrokken?**



> **Waar vindt het plaats?**

> **Wanneer wil ik het realiseren?**

Financiering verkennen



Je idee staat.

Nu nog het geld om het tot leven te brengen.

Financiering is er in vele vormen: subsidies, sponsoring, eigen inkomsten, mecenaat, crowdfunding, fondsen...

elk met een eigen dynamiek. Wat past bij jouw project?

En hoe combineer je slim verschillende bronnen?

In dit hoofdstuk duik je in de mogelijkheden.

Niet alle wegen leiden naar subsidie;

soms ligt het geld op een verrassende plek.

Waar zit het geld?

Geld vinden voor een kunstzinnig of cultureel project vraagt om een brede blik. De kans is klein dat je het hele bedrag uit één bron haalt; meestal stel je een financieringsmix samen van verschillende geldstromen. Financiers verwachten dat zelfs: wie alleen op subsidie inzet, staat vaak minder sterk.

Daarom: **verken het landschap.**

Waar zit het geld?

Welke bronnen passen bij jouw project, jouw publiek, en bij jou als organisatie, maker of aanbieder?

Op de volgende bladzijdes zetten we de zes belangrijkste financieringsvormen op een rij: van klassiek tot creatief, en van institutioneel tot persoonlijk.



**Sla snel om en ontdek
waar het geld zit ...**



Eigen inkomsten

Voorbeeld: een muzikant organiseert een workshop voorafgaand aan zijn voorstelling. Deelnemers betalen €15.

Je denkt misschien aan je honorarium of de kaartverkoop, maar eigen inkomsten zijn veel breder. Cultuur+Ondernemen noemt maar liefst elf vormen – met deze zes als meest voorkomend bij kunstzinnige projecten:

➤ **Honoraria**
jouw vergoeding als maker of organisator; je investeert in feite jezelf in het project.

➤ **Publieksinkomsten**
denk aan entreegelden of horecaverkoop.

➤ **Merchandise**
t-shirts, posters of andere producten waarmee je het project promoot.

➤ **Verkoop van producten**
zoals programmaboekjes, kunstwerken of opnames.

➤ **Verkoop van diensten**
bijvoorbeeld lezingen, workshops of rondleidingen.

➤ **Verhuur**
van ruimtes, faciliteiten of zelfs techniek.

Wil je weten hoe je dit in je begroting verwerkt? Kijk dan bij het onderdeel: *Stel een transparante begroting op* (pagina 29).



Sponsoring

Voorbeeld: een lokaal printbedrijf drukt gratis flyers in ruil voor hun logo op het promotiemateriaal.

Sponsoring is een samenwerking: jij ontvangt geld of middelen, de sponsor krijgt zichtbaarheid of een inhoudelijke koppeling met jouw project. Bedrijven willen er iets voor terug: of dat nu publiciteit, merkassociatie, of toegang tot een specifieke doelgroep is. Belangrijk is dus de 'match'. Wat heeft jouw project te bieden

waar een sponsor blij van wordt? Denk creatief; sponsoring hoeft niet altijd in de vorm van geld te zijn. Ook materiaal, kennis of personeelsuren kunnen waardevol zijn voor je project.



Mecenaat

Voorbeeld: een kunstverzamelaar steunt de realisatie van een expositie omdat het thema hem persoonlijk raakt.

Een mecenas is iemand die vanuit persoonlijke betrokkenheid of overtuiging bijdraagt. Denk aan een verzamelaar, een gepassioneerde cultuurliefhebber of iemand die jouw verhaal wil ondersteunen, zonder er zakelijk belang bij te hebben. Mecenaat komt in vele vormen: donateurs, vriendenkringen, grote gevers of zelfs nalatenschappen. Je bereikt hen door te ontdekken wat hen raakt. Waarom zou dít project voor hén betekenisvol zijn?



Fondsen

Voorbeeld: een theatergezelschap ontvangt €8.000 van Fonds21 voor een educatief jongerenproject.

Fondsen zijn organisaties die aanvragen beoordelen, financiering beschikbaar stellen en toekenningen beheren. Elk fonds heeft zijn eigen missie, criteria en werkwijze, dus duik altijd goed in de achtergrond voordat je aanvraagt.

Er zijn drie soorten:



Private fondsen

opgezet door particulieren of bedrijven, zoals Fonds21, VSBfonds of Stichting DOEN.



Publieke fondsen

opgericht door overheden, zoals het Fonds voor Cultuurparticipatie of gemeentelijke cultuurfondsen.



Publiek-private fondsen

samenwerkingen tussen overheid en private partijen, zoals Cultuurfonds Almere.



Subsidies van overheden

Voorbeeld: een buurtfestival krijgt een gemeentelijke subsidie voor cultuurparticipatie van €2.500.

Subsidies zijn overheidsbijdragen aan projecten die bijdragen aan het cultuurbeleid. Je vindt ze op landelijk, provinciaal en gemeentelijk niveau.

➤ **Rijkscultuurfondsen**
ondersteunen vaak grotere, structurele initiatieven.

➤ **Provinciale subsidies**
richten zich op regionale doelen, zoals culturele spreiding of leefbaarheid.

➤ **Gemeentelijke subsidies**
zijn er voor lokale initiatieven – en vaak laagdrempeliger.

Goed om te weten: subsidies worden verstrekt op basis van beleidsdoelen. Hoe beter jouw project aansluit op beleidsdoelen, hoe sterker je aanvraag.



Crowd-funding

Voorbeeld: een filmmaker haalt via Voordekunst €4.200 op voor de postproductie van haar korte film.

Via een online campagne activeer je je netwerk om met kleine bijdragen een groter bedrag op te halen. Maar het is meer dan geld inzamelen: je bouwt ook meteen aan betrokkenheid en publiek.

Via platforms als Voordekunst, Voor je Buurt of CineCrowd promoot je je project en geef je je donateurs iets terug, zoals een uitnodiging, een bedankje of een kunstwerk. Crowdfunderen vraagt om een slimme opzet, heldere communicatie en een flinke dosis enthousiasme.

Kies je financieringsmix

Met een concreet idee en een helder overzicht van mogelijke geldbronnen is het tijd om je financieringsmix te kiezen. Vaak haal je het beste resultaat door verschillende geldbronnen te combineren. Zo vergroot je niet alleen je kans op succes, maar spreid je ook de risico's.

Hoe pak je dit aan?

1. ➤ Breng je netwerk en kansen in kaart

Denk eerst na over wie jouw project waardevol vindt. Dit kunnen verschillende groepen zijn: individuele donateurs, bedrijven, overheden of fondsen. Maak een lijstje met mogelijke financiers en zet ze op volgorde, bijvoorbeeld van meest toegankelijk naar lastig bereikbaar, of van grootste kans naar kleinere bijdragen.

2. ➤ Weeg haalbaarheid en motivatie af

Niet elke financier past bij elk project. Kijk welke financieringsvormen goed aansluiten op jouw idee en doelen, en welke je met jouw netwerk ook daadwerkelijk kunt benaderen. Soms vraagt een fonds om een strak plan, terwijl sponsoring vooral draait om een goede match en wederzijdse belangen.

3. ➤ Stel een planning en takenlijst op

Noteer deadlines voor subsidieaanvragen, fondsen of sponsorvoorstellen. Maak ook een lijst met benodigde documenten en materialen voor elke aanvraag. Zo voorkom je last-minute stress en zorg je dat je op tijd kunt reageren.



4. > **Blijf flexibel en houd overzicht**

Je financieringsmix staat niet vast. Als blijkt dat een fonds niet toekent, of een sponsor afhaakt, kun je snel schakelen naar een alternatief. Houd een duidelijk overzicht bij van wie wat toegezegd heeft, wat er nog openstaat en welke acties nodig zijn.

5. > **Communiceer en onderhoud je relaties**

Financiering is meer dan alleen geld krijgen. Houd contact met je financiers en partners, deel updates over je project en betrek ze waar mogelijk. Dit versterkt de relatie en kan deuren openen voor nieuwe kansen.



Tip

Twijfel je of een subsidie of fonds bij jouw project past? Of zijn er onduidelijkheden over de voorwaarden? Neem dan contact op met het fonds zelf. Vaak kun je een één-op-één-gesprek inplannen of deelnemen aan een spreekuur. Zo krijg je direct antwoord op je vragen en vergroot je de kans op een succesvolle aanvraag.

Voorbeeld 1

Je bent theatermaker en ontwikkelt een voorstelling over lokale geschiedenis. Je combineert eigen inkomsten door workshops te geven, organiseert een crowdfundingcampagne binnen je netwerk en vraagt een bijdrage aan bij een regionaal fonds. Daarnaast werk je samen met een lokale bibliotheek die het project sponsort door ruimte en promotie beschikbaar te stellen. Zo stel je een financieringsmix samen die jouw project mogelijk maakt.



Tip

Zie overheden en fondsen als je partner. Jij helpt hen om hun missies en doelstellingen te realiseren. Zij helpen jou aan de benodigde financiering.

Voorbeeld 2

Je bent betrokken bij een muziekvereniging die binnenkort haar 50-jarig jubileum viert, waarvoor jullie groots willen uitpakken en samenwerken met andere verenigingen uit de buurt.

Je zoekt sponsoring bij regionale bedrijven die graag hun betrokkenheid bij cultuur willen laten zien. Daarnaast vraag je subsidies aan bij gemeente en provincie, aansluitend op hun cultuurbeleid. Ook vraag je bijdragen aan bij private fondsen die projecten met maatschappelijke impact steunen. Zo spreid je de financiële risico's en vergroot je de kans dat het festival slaagt.



Subsidieaanvraag schrijven



In het vorige hoofdstuk heb je onderzocht welke financieringsvormen passen bij jouw project. Nu is het moment daar: geld aanvragen.

Subsidie is vaak een logische stap. Niet omdat het eenvoudig is, maar omdat het aansluit op projecten met maatschappelijke, culturele of artistieke waarde. Een goede aanvraag vraagt om een stevig plan, een realistische begroting en een duidelijk dekkingsplan.

In dit hoofdstuk helpen we je om je idee scherp te verwoorden, valkuilen te vermijden en een projectplan te maken dat aansluit bij de beoordelaar én bij jezelf.

Maak je projectplan krachtig

Een krachtig projectplan is helder, overtuigend en afgestemd op degene die het gaat lezen.

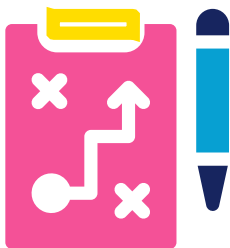
Dit is je kans om te laten zien wat je van plan bent én waarom het steun verdient. Het is geen vrijblijvende beschrijving van je idee, maar een verhaal met richting, urgentie en uitvoerbaarheid.

Tegelijkertijd is een projectplan óók een werkdocument voor jezelf. Het helpt je om je ideeën aan te verduidelijken en keuzes te onderbouwen. Waar zit de kern van je plan? Waar moet je bijsturen? Door alles goed op te schrijven, ontstaat er overzicht – en dat maakt ook de rest van je aanvraag sterker.

In de praktijk werken fondsen vaak met eigen formats of aanvraagformulieren. Die volg je natuurlijk. Maar, of je nu daarin schrijft of eerst een los plan maakt: de volgende punten helpen je om het project overtuigend neer te zetten:



- **Vertel niet alleen wat je doet, maar ook waarom het ertoe doet.**
- **Toon aan dat je weet voor wie je het doet, en dat je hen daadwerkelijk bereikt.**
- **Laat zien dat je plan uitvoerbaar is: realistisch, haalbaar en goed georganiseerd.**
- **Sluit aan bij de waarden, doelen of criteria van het fonds.**
- **Schrijf je plan met hart (persoonlijke passie) en ballen (laat zien dat je durft!).**



In de volgende paragrafen nemen we je stap voor stap mee in hoe je dat doet – en hoe je je verhaal laat aansluiten bij de beoordelaar zonder jezelf te verliezen.

1. ➤ Inleiding

Begin met de aanleiding van je project. Wat zie je, hoor je of ervaar je dat maakt dat dit project nodig is? Omschrijf kort het probleem, gemis of de kans waar je op inspeelt, en vertel wat jij daar met jouw project tegenover wilt zetten. Sluit af met de urgentie: waarom moet dit nú gebeuren, en wat is het verschil dat je wilt maken?

Denk aan de vragen: Waarom doe ik dit? Wat is het grotere doel?

2. ➤ Voorstelrondje

Voordat je verder ingaat op je project, is het belangrijk om kort iets te vertellen over jezelf (en eventueel de organisatie of partners waarmee je samenwerkt). Wat neem jij mee aan ervaring, visie en/of motivatie? Wat maakt jou (of jullie) geschikt om dit project tot een goed einde te brengen? Daarmee laat je zien aan de lezer dat er vertrouwen mag zijn in de uitvoering. Houd het beknopt, maar geef de lezer een helder beeld van wie er achter het plan zit.

Wees authentiek. Dit hoeft niet alleen in tekst, maar ook in de opmaak van je plan. Foto's, video's en stijlkeuzes kunnen je plan laten opvallen!

3. ➤ Doelstelling

Wat wil je bereiken en wanneer is het project geslaagd? Benoem hier het gewenste resultaat van je project. Je kunt de SMART-methode gebruiken (Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch, Tijdgebonden), maar het is niet verplicht. Het belangrijkste is dat jouw doelen helder zijn voor jezelf én voor de partij die je aanvraag beoordeelt.

Formuleer één hoofddoel en eventueel een paar subdoelen. Dat helpt om scherp te blijven.

4. ➤ Doelgroep en locatie

Voor wie is je project bedoeld? Beschrijf wie je wilt bereiken en waarom dit project goed bij hen past. Gaat het bijvoorbeeld om jongeren, buurtbewoners, kunstliefhebbers of makers? Benoem ook waar je project plaatsvindt, en leg eventueel het verband tussen die plek en je doelgroep.

Hoe beter dit klopt, hoe sterker je aanvraag.

5. ➤ Inhoud, taken en planning

Vertel concreet wat je gaat doen. Omschrijf de activiteiten die je uitvoert en hoe deze met elkaar samenhangen. Geef aan in welke volgorde dingen plaatsvinden, wanneer (globaal) wat gebeurt, en wie welke rol heeft. Vergeet hierbij niet eventuele partners of samenwerkingsverbanden te benoemen.

Overzicht helpt: zet dit desnoods in een tabel of tijdlijn, zodat het project in één oogopslag duidelijk is.

6. ➤ Evaluatie

Hoe weet je straks of je project geslaagd is? Wat is de verwachte impact? En wat wil je leren of meenemen naar een volgende keer? Beschrijf hoe je dat gaat meten of onderzoeken. Denk aan het tellen van deelnemers, verzamelen van feedback, of het houden van een afsluitend gesprek met partners of publiek. Het model 'Theory of Change' kan helpen de verwachte impact in deze fase te concretiseren. Zie hoofdstuk 4.1 voor meer informatie over dit model.

Maak dit onderdeel niet te zwaar – het gaat erom dat je laat zien dat je bewust reflecteert.



Vertaal de waarde van je project

Verschillende financiers (zoals subsidies, investeerders of fondsen) kijken elk op hun eigen manier naar wat waardevol is. Waar de één vooral let op maatschappelijke impact, kijkt de ander juist naar financiële haalbaarheid of innovatieve kracht. Door je verhaal aan te passen aan de belangen en taal van je doelgroep, laat je beter zien waarom jouw project voor hen relevant is. Dit vergroot niet alleen de kans op financiering, maar helpt ook om je project steviger neer te zetten.

➤ **Publieke fondsen**
Benadruk maatschappelijke relevantie en aansluiting op beleid.

Voorbeeld

"We bevorderen cultuurdeelname onder jongeren in Almere-Buiten, passend bij provinciaal beleid voor leefbaarheid."



➤ **Private fondsen**
Leg de nadruk op impact voor specifieke doelgroepen.

Voorbeeld

"Onze voorstelling maakt mentale gezondheid bespreekbaar bij jongeren."

> **Sponsoren**

Focus op zichtbaarheid en reputatie.

Voorbeeld

"Samenwerking met lokale bedrijven versterkt hun maatschappelijk profiel."

> **Mecenassen**

Spreek op emotioneel of esthetisch niveau.

Voorbeeld

"Het concert doet denken aan verlies en herinnering - thema's die persoonlijk raken."

Tot slot: een paar praktische checks

- > Check of je projectplan aansluit op de voorwaarden en wensen van het fonds waar je gaat aanvragen. Vaak zijn deze concreet te vinden in de regelingsdocumenten van de desbetreffende subsidie.
- > Vraag feedback van iemand anders: snapt diegene je verhaal? Wordt diegene er enthousiast van?
- > Zorg voor een verzorgde presentatie. Denk aan opmaak, spelling, beeldmateriaal, citaten en linkjes.



Tip

Hulp nodig bij formuleren of aanscherpen? Gebruik AI-tools (zoals ChatGPT) om je tekst aan te scherpen, te herschrijven of feedback te simuleren. Laat het je helpen helder en overtuigend te formuleren.

Stel een transparante begroting op



Een goede begroting maakt je projectplan helder en geloofwaardig. Je laat ermee zien dat je realistisch hebt nagedacht over wat je project kost én hoe je het gaat financieren.

In dit hoofdstuk helpen we je op weg om overzichtelijk en overtuigend te begroten - op een manier die past bij wat financiers belangrijk vinden.

Je begroting en dekkingsplan

Een begroting is een opsomming van alle kosten die je verwacht te maken: van honoraria tot materialen en van reiskosten tot publiciteit. In het dekkingsplan geef je aan met welk geld (of welke middelen) je deze kosten gaat betalen. Denk aan inkomsten uit kaartverkoop, subsidies, sponsoring of bijdragen van samenwerkingspartners.



Tip

Werk met Excel of Google Sheets. Maak aparte tabbladen aan voor je begroting en je dekkingsplan. Dit houdt het overzichtelijk en je kunt makkelijk optellen met formules.

Een begroting bestaat uit een lijst van alle verwachte kostenposten. Denk hierbij aan:

- > honoraria voor jezelf en eventuele medewerkers**
- > inhuur van externe specialisten**
- > reiskosten en verblijf**
- > materialen en techniek**
- > communicatie en promotie**
- > huur van ruimtes of apparatuur**
- > post onvoorziene kosten**
(gebruikelijk is 5-10% van het totaal)

Wees zo concreet mogelijk. Gebruik tools als tabellen met adviestarieven van FairPACCT of de Rekentool Kunstprofessionals in Cultuureducatie en Amateurkunst om fair-pay tarieven te hanteren. Vermeld waar nodig toelichtingen in een begroting, bijlage of hoofdstuk om je keuzes te onderbouwen.

In het dekkingsplan zet je onder elkaar welke inkomsten je verwacht en waar ze vandaan komen. Maak onderscheid tussen:

- **eigen inkomsten**
(zoals kaartverkoop of deelnemersbijdragen)
- **bijdragen van partners of fondsen**
- **sponsoring of crowdfunding**
- **inzet van bestaande middelen zoals uren, ruimtes of materiaal**
(bijvoorbeeld via een instelling)

Veel fondsen willen een financieringsmix zien: een combinatie van verschillende bronnen. Toon ook de waarde van niet-geldelijke bijdragen, zoals je eigen tijd of het gebruik van een repetitieruimte. Dat maakt je plan sterker.



AI-tip

Ook voor het checken van je begroting op helderheid, of om te helpen met het herschrijven van toelichtingen bij posten is AI een handig hulpmiddel. Lees en controleer wel altijd voordat je teksten en berekeningen overneemt, AI kan fouten maken!



A series of horizontal dotted lines spanning the width of the page, intended for handwriting practice.

Reflecteer en versterk



Je hebt financieringsbronnen aangeschreven, het benodigde budget verzameld en je project uitgevoerd. Maar het werk is nog niet helemaal klaar. Nu begint een minstens zo belangrijk onderdeel: de reflectie.

Door terug te kijken kun je leren van wat goed ging én van wat beter kon - waardevol voor jezelf, je samenwerkingspartners en je volgende project. Bovendien vragen veel fondsen om een verantwoording: een terugblik waarin je helder maakt wat je met hun bijdrage hebt gerealiseerd.

In dit laatste hoofdstuk verkennen we hoe je die evaluatie niet alleen als verplichting uitvoert, maar juist als kans benut.

Meet je impact

Je project is uitgevoerd, het publiek heeft gereageerd, de betrokkenen zijn geïnspireerd... maar wat heeft het nu daadwerkelijk opgeleverd? Door je impact in kaart te brengen, leer je als maker of organisatie, en laat je aan financiers en partners zien wat je hebt bereikt. Impactmeting helpt je niet alleen bij het verantwoorden, maar ook bij het versterken van toekomstige plannen. Er zijn verschillende manieren om dit te doen, afhankelijk van je doelstellingen, doelgroep, middelen en tijd.

Theory of Change

Om goed grip te krijgen op je impact en deze helder te maken, kun je gebruikmaken van handige modellen zoals de Theory of Change (ToC). Dit is een model waarin je stapsgewijs vastlegt hoe jouw activiteiten leiden tot de gewenste veranderingen of impact. Je brengt in kaart welke resultaten je verwacht op korte, middellange en lange termijn, en welke aannames je doet. Dit maakt de logica van je project inzichtelijk, wat helpt bij het schrijven van een helder projectplan.

Hoe pas je Theory of Change toe bij je projectplan?

➤ **Formuleer je doelen helder**

Begin met het uiteindelijke doel van je project: wat wil je op de lange termijn bereiken?

➤ **Werk terug naar activiteiten**

Bedenk welke resultaten nodig zijn om dat doel te halen. Welke concrete activiteiten voer je uit die deze resultaten opleveren?

➤ **Leg verbanden vast**

Maak duidelijk hoe jouw activiteiten leiden tot directe resultaten, en hoe die resultaten bijdragen aan het uiteindelijke doel.

➤ **Beschrijf aannames en risico's**

Wat moet er gebeuren of juist vermeden worden om je doelen te bereiken? Welke factoren kunnen invloed hebben?

➤ **Gebruik het als leidraad**

Met deze structuur houd je focus bij het opstellen van je plan en kun je later makkelijk meten of je op koers ligt.

Voorbeeld

Lange termijn doel:
**Verhoogde sociale
verbondenheid onder
ouderen**

**Middellange termijn
resultaat:**
**Ouderen nemen vaker
deel aan gezamenlijke
activiteiten**

Direct resultaat:
**Organiseren van
maandelijks
ontmoetingsworkshops**

Activiteit:
**Workshops plannen
en uitvoeren**

Kies een passende methode

Welke evaluatiemethode je kiest, hangt af van je doelstellingen. Heb je doelen die je in aantallen kunt uitdrukken (zoals bezoekersaantallen of verkoopcijfers)? Dan is een kwantitatieve meting vaak voldoende. Denk aan tellen, turven of enquêtes.

Heb je 'zachtere' kwalitatieve doelen, zoals het bevorderen van saamhorigheid, sociale ontwikkeling of artistieke verdieping? Dan is een kwalitatieve aanpak geschikter: interviews, observaties, of reflecties in de vorm van verhalen of citaten.



Voorbeeld

Je wilde dat ouderen door je project meer contact met elkaar zouden hebben. Je definieert wat je onder sociaal gedrag verstaat, observeert dit gedrag vooraf (nulmeting) en na afloop, of vraagt deelnemers naar hun ervaring in een gesprek.

Houd rekening met je doelgroep

Wie je publiek is, bepaalt welke methoden je gebruikt. Digitale tools zijn handig bij jongeren; denk aan polls op Instagram of het gebruik van een app. Voor jonge kinderen kun je een speelse aanpak kiezen, zoals stickers plakken bij onderdelen die ze leuk vonden. Werk je met ouderen? Dan zijn gesprekken of papieren vragenlijsten vaak toegankelijker.

Voorbeeld

Een jongeren-theatergroep gebruikt na afloop van een voorstelling een QR-code op een flyer, waarmee jongeren via hun telefoon feedback kunnen geven op een emoji-schaal.

Denk slim om met tijd en budget

Heb je weinig tijd of geld, kies dan voor eenvoudige en toegankelijke methoden zoals korte online enquêtes (bijvoorbeeld via Google Forms). Heb je meer middelen, dan kun je ook een externe onderzoeker inschakelen of diepgang zoeken in interviews of groepsgesprekken.

Belangrijk: Welke methode je ook kiest: wees helder over wat je wilt weten, waarom en hoe je dat meet.



Kijk breder naar impact



Impact is méér dan cijfers of individuele ervaringen. Steeds meer financiers en maatschappelijke partners hechten waarde aan bredere effecten. Denk hierbij aan:

> **Storytelling als krachtig instrument**

Naast kwantitatieve resultaten kunnen verhalen je impact tastbaar maken. Verzamel quotes van deelnemers of maak korte video-interviews. Deze menselijke kant van je impact blijft vaak beter hangen dan getallen.

“Door deze expositie raakte ik in gesprek met mensen in de buurt die ik nog nooit had gesproken.”

> **Realtime feedback via sociale media**

Gebruik polls, stickers of reacties op Instagram en TikTok om snel en laagdrempelig feedback te verzamelen – vooral handig bij jongeren.

➤ **Duurzaamheid en maatschappelijke waarde**

Laat zien hoe je project bijdraagt aan duurzame of sociale doelen. Werkte je lokaal? Hergebruikte je materiaal? Dat zijn allemaal waardevolle pluspunten.

➤ **Reflecteer op je eigen leerproces**

Wat werkte goed in het proces en wat zou je anders doen? Neem als maker of team ook je eigen ontwikkeling mee in de evaluatie; dit is waardevol om te delen met partners of het bredere veld.

➤ **Betrek de doelgroep bij je evaluatie**

Laat deelnemers meedenken over wat er gemeten wordt. Zo wordt impactmeting iets van jullie samen en leer je wat écht belangrijk is voor je publiek.

➤ **Gebruik AI als ondersteuning**

AI-tools kunnen helpen bij het opstellen van enquêtevragen, structureren van antwoorden of schrijven van samenvattingen. Zie het als een hulpmiddel dat je tijd bespaart en nieuwe inzichten kan geven.



Tip

Wees transparant over het gebruik van AI en blijf altijd zelf verantwoordelijk voor de interpretatie.

Wil je meer inzicht in hoe anderen hun impact meten? Kijk eens naar voorbeelden binnen jouw sector of praat met collega-makers. Impactmeting is geen exacte wetenschap, maar een manier om betekenis zichtbaar te maken, voor jezelf én voor de wereld om je heen.

Deel je resultaten

Evalueren doe je niet alleen voor jezelf, maar ook voor je financiers, partners en publiek. Wie bijdraagt aan jouw project - met geld, middelen of vertrouwen - wil weten wat er met die inzet is gebeurd. Het delen van je resultaten is dus een cruciale fase in je project. Niet alleen als verantwoording, maar ook als kans om jouw verhaal verder te vertellen.



Er zijn grofweg drie momenten waarop je financiers en andere betrokkenen actief betreft:

1. > **Tijdens het schrijven van je projectplan**

Laat in je projectplan al zien dat je oog hebt voor de belangen van financiers. Ken hun criteria, gebruik hun taal en sluit aan op hun maatschappelijke doelen. Benoem heldere en meetbare doelstellingen, en geef aan hoe je achteraf evalueert.



Tip

Voeg een aparte alinea toe waarin je expliciet beschrijft hoe je de resultaten gaat delen na afloop. Bijvoorbeeld: "De uitkomsten van dit project worden gedeeld via een beknopt digitaal verslag, inclusief quotes van deelnemers, beeldmateriaal en een korte financiële toelichting." Hiermee laat je zien dat je verantwoordelijkheid neemt én dat je weet hoe je zichtbaar en transparant communiceert.

2. > Tijdens de uitvoering van je project

Betrek je financiers ook tijdens de loop het project. Dit is vaak niet verplicht, maar een update of uitnodiging laat zien dat je het contact waardeert, en zorgt voor betrokkenheid. Denk aan tussentijdse foto's, quotes of een korte blog over hoe het gaat.



Tip

Stuur bijvoorbeeld halverwege een korte nieuwsbrief met een sfeerimpressie of interview met een deelnemer. Dit hoeft niet formeel te zijn: authentiek en persoonlijk werkt vaak beter.

3. > Na afloop: transparant en aantrekkelijk rapporteren

Na afloop verwachten financiers een inhoudelijke en financiële verantwoording. Maak een helder verslag waarin je uitlegt wat er is gerealiseerd, wat goed ging en waar je van hebt geleerd. Licht afwijkingen in de begroting toe en wees eerlijk over tegenvallers. Maar denk ook verder dan alleen cijfers en verantwoording:

Laat je impact zien

Maak een korte aftermovie, verzamel reacties van bezoekers of maak een kleine online publicatie waarin je het verhaal van het project deelt. Laat de menselijke kant zien.

Gebruik visuals

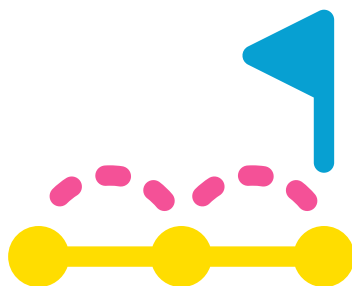
Maak grafieken, infographics of een tijdlijn. Dit maakt je rapportage leesbaarder en deelbaar.

Vergeet je publiek niet

Je publiek is vaak óók onderdeel van je succes. Deel je resultaten bijvoorbeeld ook op sociale media of je nieuwsbrief. Zo bouw je aan je zichtbaarheid en versterk je je community.

Tot slot: van verantwoord naar versterken

Door goed te rapporteren, sluit je een project waardig af én bereid je de weg voor de volgende samenwerking of aanvraag. Je laat zien dat je professioneel werkt, reflecteert en groeit. Delen is daarmee geen verplichting, maar een krachtig middel om te blijven bouwen aan vertrouwen – en aan jouw zichtbaarheid als maker of organisatie.



Hopelijk heeft dit document je een aantal handvatten gegeven om jouw idee te concretiseren, en mogelijk te realiseren.

We wensen je heel veel succes met het schrijven van je projectplan. En wanneer je nog vragen of een opmerking hebt of vrijblijvend wilt sparren kan dat altijd met een van onze adviseurs:

> info@kunstlinkflevoland.nl



A series of horizontal dotted lines spanning the width of the page, intended for handwriting practice. There are 20 rows of these dotted lines.



FLEVOLAND

Agorabaan 3
8224 JS Lelystad

info@kunstlinkflevoland.nl
0320 727 023

Postbus 354
8200 AJ Lelystad

Colofon

Auteurs > Carmen Huitema
Tamarah van der Ploeg
Joury van der Vecht
Mariska Rietveld
Karlijn Vriend
Nelleke Brand

Vormgeving > Lisette | Studio Rodenhuis



kunstlinkflevoland.nl