

Succesvol Fondsen Werven

7 EFFECTIEVE
EN WERKBARE
TIPS VOOR JE
STICHTING

Femke de Caluwé

Succesvol Fondsen Werven

7 effectieve en werkbare tips voor je stichting

HOEVEEL VRAGEN BEANTWOORD JIJ MET JA?

- » Houd jij 10.000 ballen tegelijk in de lucht?
- » Vraagt het kunst en vliegwerk om alles perfect te laten verlopen?
- » Voel jij je verantwoordelijk voor alles wat er binnen je stichting gebeurt?
- » Ben jij verantwoordelijk voor de financiële geldstroom?
- » Ben je al tijdenlang hard aan het werk zonder resultaat?
- » Heb je een tekort aan donateurs?
- » Kom je handen en tijd tekort?
- » Vinden veel mensen je stichting interessant, maar steunen maar weinigen je financieel?

Beantwoord jij drie of meer vragen met een 'ja'?

Dan is het tijd voor structurele en succesvolle fondsenwerving!





Run jij een stichting en is het voor jou elke dag weer een uitdaging om te zorgen dat er voldoende geld binnenkomt? Komt de ondersteuning die je wilt bieden daardoor in gevaar?

Jouw leven bestaat uit het helpen van anderen, van kwetsbare kinderen, zij die jouw hulp zo goed kunnen gebruiken. Dag en nacht zet jij je hiervoor met ziel en zaligheid in. Met jouw stichting kun je echt een verschil maken in het leven van die kwetsbare kinderen. Laat dat nu ook precies mijn missie zijn: het bereiken en helpen van kwetsbare kinderen.

In dit e-book deel ik met jou mijn 7 effectieve en werkbare tips om succesvol fondsen te werven. Dit zijn de eerste stappen die je in staat stellen succesvol en structureel fondsen te werven.

INHOUD

Fondsen werven is topsport

- TIP  1 Zorg voor zichtbaarheid, waarbij je vertrouwen uitstraalt
- TIP  2 Creëer intern draagvlak
- TIP  3 Richt je stichting in op fondsenwerving
- TIP  4 Breng je doelgroepen in kaart
- TIP  5 Kies een aansprekend project
- TIP  6 Selecteer het juiste fonds
- TIP  7 Zorg voor financiële continuïteit

Samenvatting

ZET NU JE VOLGENDE STAP!

Fondsen werven is topsport

Het runnen van een stichting is topsport. Het vergt toewijding, talent, doorzettingsvermogen, incasseringsvermogen en een groots doel voor ogen. Toch is het succes van een stichting voor een belangrijk deel afhankelijk van fondsenwerving. **Fondsenwerving is een must.** Zonder een gezonde financiële basis ligt het einde van de stichting altijd op de loer.

Ik vertel je niets nieuws... elke dag loop je tegen hetzelfde aan: er komt niet genoeg geld binnen om al je projecten uit te voeren. Projecten die van groot belang zijn om de kwetsbare kinderen waar jij je voor inzet te helpen. Je bent constant brandjes aan het blussen en je zou je tijd liever besteden aan het daadwerkelijk helpen van deze kinderen. Je wilt het graag anders doen, maar je weet niet hoe. Je vraagt je regelmatig af waar je moet beginnen en waar je de tijd vandaan moet halen. Het valt niet te ontkennen: geld is hard nodig, maar toen je deze stichting begon, was het niet je droom om daar elke dag mee bezig te zijn.

Geld werven is geen doel op zich. Zeker niet. Het is echter wel degelijk een noodzakelijk middel om je doelstellingen van je stichting te realiseren. Ik zie te vaak dat werven van

inkomsten een bijzaak is. Daar zul je vast iets van herkennen. Natuurlijk ben je liever bezig met de uitvoering van je project. Maar zonder geld, geen project.

Er is nog een essentieel element dat onontbeerlijk is voor het succes van je stichting: draagvlak. **Zonder draagvlak geen stichting.** Ongetwijfeld ben je overtuigd van jouw project. Je vindt het belangrijk dat jouw project wordt uitgevoerd. Je geeft je tijd, talent en inzet om dit doel te realiseren. Voor jou is dat vanzelfsprekend. Toch is dat niet voldoende. En ook dat is geen nieuws.

Succesvol Fondsen Werven gaat over het verbinden van mensen en middelen aan jouw missie. Het gaat over het werven van geld, tijd, middelen en/of expertise, zodat jij je ambities en doelstellingen kunt realiseren. Zo kun jij je bezighouden met de strategie van je stichting, in plaats van constant bezig zijn met operationele zaken. Dat heeft ook alles te maken met het delen van je passie. 'Anderen betrekken bij jouw missie' ligt in de vorm waarin je de vraag toepast.

Succesvol Fondsen Werven gaat over het verbinden van mensen en middelen aan jouw missie.



Wanneer je ruimte biedt om wel of niet aan te haken, kun je heel veel vragen! Veel meer dan je waarschijnlijk denkt. Je vraagt het namelijk niet voor jezelf, maar voor de kinderen die je zo aan het hart gaan! Je wil werkelijk het verschil maken. Besef daarbij dat jouw hulp, ideeën en energie veel meer impact, veel meer resultaat bereiken en veel meer voldoening kunnen bewerkstelligen. Niet alleen voor jou en je stichting, maar vooral ook de kwetsbare kinderen waar jij je dag en nacht voor inzet. Ook zij kunnen een verschil gaan maken met jouw hulp.

Om daadwerkelijk impact te realiseren, is het van belang dat je stichting financieel gezond is. Alleen wanneer jouw stichting financieel gezond is, kun je nog meer kwetsbare kinderen nog beter helpen, van waarde zijn en echt een verschil maken in hun leven. Het verschil dat jij met je stichting kunt maken, is hard nodig. Het is tijd om de fondsenwerving binnen je stichting nieuw leven in te blazen. Daar is focus voor nodig: geef de hoogste prioriteit aan duurzame groei en optimale impact, zowel voor je stichting als voor jezelf. Zorg voor een structurele inkomstenstroom, zodat er altijd en doorlopend geld en middelen beschikbaar zijn om succesvol en van waarde te zijn voor jouw doelgroep.

Waarom kan ik jou van dienst zijn?

De afgelopen 20 jaar heb ik een breed scala aan stichtingen die zich inzetten voor kinderen in binnen- en buitenland met raad en daad bijgestaan, zoals: in Nederland, Afrika, Zuid- & Midden-Amerika, in Canada en in Londen tijdens de Olympische & Paralympische Spelen. Kinderen zijn de toekomst en ik geloof dat het opgroeien in een veilige, vertrouwde en liefdevolle omgeving hun geboorterecht is. Helaas krijgen veel kinderen geen eerlijke en goede start. Mijn missie is om zoveel mogelijk kinderen die eerlijke en veilige start wel te geven. Tijd en geld kan daarbij maar één keer worden besteed en het is daarom van essentieel belang om vooraf heldere, duurzame keuzes te maken die leiden tot optimaal resultaat.

Op 1 augustus 2014 ben ik gestart met mijn bedrijf om goede doelen te ondersteunen om van betekenis te zijn, echt van waarde te kunnen zijn. Een belangrijk onderdeel daarvan is fondsenwerving. Fondsenwerving is niet moeilijk, het is een kwestie van doen, analyseren, bijsturen en opnieuw doen. Dit is een continu proces. Voor mij kwam hier mijn opgedane kennis en ervaring uit mijn werk als communicatie- & event-manager en vanuit mijn vrijwilligerswerk bij diverse goede doelen samen.

Zo heb ik me onder andere ingezet voor stichting MUZIEK AAN BED, met als resultaat een groei van 40 naar 500 donateurs. Deze groei heeft geresulteerd in de groei van het team professionele cellisten, het aantal optredens in ziekenhuizen en verzorgingstehuizen en - nog veel belangrijker - het bereik van zieke kinderen en hun warme omgeving (ouders, familie, verpleging etc.).

Het is nu van belang dat jij in actie komt, zoals ik zelf de afgelopen jaren ook heb gedaan bij het ondersteunen en adviseren van diverse stichtingen. We begonnen met ad hoc fondsen aanvragen, totdat we geen zin meer hadden in brandjes blussen en structureel inkomsten wilden werven, zodat we onze belangrijkste missie konden uitvoeren: kwetsbare kinderen daadwerkelijk helpen. De knop moest om.

Al is iedere organisatie en elk project uniek, toch zijn er primair universele tips te formuleren en in te zetten. De kans is groot dat je je herkent in een of meerdere van deze tips en dat de daaruit voortkomende inzichten je verder helpen bij het realiseren van jouw missie.

Wil je ook (meer) rendement halen uit je fondsenwerving en het bestaansrecht van je stichting waarborgen?



Zet dan nu de eerste stap, lees dit e-book en benut de tips voor jouw stichting.

Marieke (Stichting MUZIEK AAN BED)

Femke heeft zich een aantal jaren ingezet voor Stichting MUZIEK AAN BED. Ik heb haar meegemaakt als heel betrouwbaar, snel en precies. Altijd vrolijk en met verstand van zaken. Femke blijft ook onder grote druk rustig wat ik een heel sterke eigenschap vind. Femke's betrokkenheid en gedrevenheid hebben de Stichting op een hoger plan gebracht en daar plukken wij nu de vruchten van. We zijn in alle opzichten gegroeid en kunnen nu nog meer van waarde zijn voor onze doelgroep.

***Wat ik geef is mezelf.
Wat ik krijg is vertrouwen.
Wat je krijgt is verbinding.
- Milka Miller-Sies -***

Tip 1: Zorg voor zichtbaarheid, waarbij je vertrouwen uitstraalt

Het belang van zichtbaarheid

Jouw organisatie zet zich al jaren in voor kwetsbare kinderen. Je hebt al veel bereikt, en toch is er nog veel werk aan de winkel. Je hebt doorlopend het gevoel dat je brandjes aan het blussen bent. Het blijft hard werken om steeds maar weer voldoende financiële middelen binnen te halen en je weet niet meer hoe je het moet aanvliegen. Je komt nauwelijks meer toe aan de werkzaamheden die je echt leuk vindt om de kinderen te helpen.

Er zijn onvoldoende structurele inkomsten om je stichting verder te laten groeien, terwijl je hoofd vol zit met ideeën hoe je al die kinderen verder kunt helpen. Afgelopen week stond je bij een netwerkborrel met 150 directeuren en bijna niemand was echt op de hoogte van jouw activiteiten. Gisteravond had je bestuursvergadering en ook daar bleek dat de bestuursleden nauwelijks op de hoogte zijn van wat er nou echt speelt.

Zonder weinig naamsbekendheid voor jouw stichting, voor jouw doelen, is het moeilijk of zelfs onmogelijk om te werven. Zelf geef je regelmatig aan verschillende goede doelen, maar om geld voor je eigen goede doel te vragen blijft toch lastig.

Waar blijft jouw stichting zonder groei aan naamsbekendheid?

Als mensen niet op de hoogte zijn van jouw activiteiten, van jouw stichting of zelfs niet bekend zijn met jouw stichting, is het heel simpel: dan blijven de inkomsten uit.

Er volgen geen financiën, geen materialen, geen handjes die zo hard nodig zijn. Je gaat nog harder werken om alles voor elkaar te krijgen. Het bestaansrecht van je stichting komt in gevaar als je op deze manier blijft doorwerken. Heb je je daarvoor al die tijd ingezet, alles gegeven en alles opzij gezet? Alles voor niks, zo voelt het, en erger nog, de kinderen die het zo hard nodig hebben, worden nu niet geholpen. Dat voelt als een zware last.

Hoe kun jij zorgen voor meer bekendheid voor je project of je stichting?

Mensen geven graag. Zelf geef ik ook regelmatig aan goede doelen. Geven heeft voor mij onder andere te maken met vertrouwen, het waardevol vinden en het iemand gunnen. Ik leer iemand kennen, ik heb een goed gevoel bij diegene, ik vertrouw diegene. Dit is een belangrijk proces bij het succesvol fondsen werven. Ook wel bekend als het *know-like-trust* principe. Mensen geven eerder als ze je

vertrouwen. Als ze weten dat hun geld in goede handen is en daar terecht komt waar het voor bedoeld is. Ze geven dan wellicht zelfs vaker of meer. Als jouw stichting of het project waar je voor werft dus niet bekend is, (nog) geen vertrouwen kent, gaan mensen je ook niks geven. Ze moeten je dus eerst leren kennen, je leuk gaan vinden, waarderen en dan gaan vertrouwen. Het is daarom van essentieel belang dat je goed in kaart brengt wie je doelgroepen zijn, zowel intern als extern, en op welke manier je met hen kunt communiceren.

Ze geven omdat ze worden geïnspireerd door jouw verhaal. Ga nu eerst eens met elkaar na of het beeld dat anderen van jouw stichting hebben, de uitstraling van diverse onderdelen van je stichting, in orde zijn. Denk daarbij aan je eigen uitstraling, de communicatie van en naar je medewerkers en vrijwilligers, de mails die je verstuurt, de informatie op je website, hoe vaak en naar wie verstuur je een nieuwsbrief, wat plaats je op social media, de naam van je stichting en je activiteiten. Dit kun je doen door je eigen teamleden te vragen hoe ze dit zien, maar ook alle direct betrokkenen, zoals familie, vrienden, donateurs, volgers en samenwerkingspartners. Klopt dit imago met wat je wilt uitstralen en wat je wil bereiken met je missie?!

Tip 2: Creëer intern draagvlak

Intern draagvlak is een must

Fondsenwerving doe je niet alleen. Toch? Of jij wel? Ben jij nadat je de hele organisatie aanstuurt ook nog elke avond projectplannen aan het schrijven, aanvragen aan het indienen en zorgen dat er ergens geld vandaan komt? De subsidie loopt af en het is onzeker of die volgend jaar weer binnenkomt. Intern wil niemand zich er echt mee bezig houden, omdat ze er niet van houden om te leuren om geld. Het kost veel tijd en ze hebben wel wat beters te doen. Dus dan doe jij het maar weer. In je eentje aan de slag om te werven? Houd er dan rekening mee dat je hoogstwaarschijnlijk van een koude kermis thuis komt.

Zonder intern draagvlak geen stichting

Als er intern geen draagvlak is en dit zo blijft, is de kans heel groot dat jouw project, en zelfs je stichting op de klippen loopt en ophoudt te bestaan. En dat is meer dan alleen vervelend. Je kunt dan niet al die kinderen helpen waar je je nu met hart en ziel voor inzet en waarvan je ziet hoe hard ze het nodig hebben en hoeveel verschil het voor ze maakt dat jij ze helpt. Het bestuur geeft aan dat je prioriteiten moet stellen en niet steeds nieuwe dingen moet bedenken om maar fondsen te

werven. De vrijwilligers die je steunen zijn enorm betrokken maar zien het niet zitten om weer een nieuw project op te starten en hebben er eerlijk gezegd ook geen tijd en energie voor. Eén van je vaste steunpilaren heeft een baan aangeboden gekregen en heeft aangegeven helaas nu niets meer voor je te kunnen betekenen. Kortom: geen steun, geen hulp, geen geld. De moed zakt je in de schoenen...

Hoe creëer je intern draagvlak?

Fondsenwerving is teamwerk. Dat kun en moet je niet alleen willen doen. Alleen doen betekent veel tijd en energie investeren, bloed, zweet & tranen met de vraag wat het je nou echt gaat opleveren.

Fondsenwerving is een activiteit die een vast onderdeel moet zijn van je stichting, van de taken. Je moet je stichting inrichten op fondsenwerving. Hoe doe je dit? Start met intern communiceren. Het is leuk om samen in actie te komen voor een project. Samen sta je sterk. Investeer in het wij-gevoel. Je werkt met een team bevlogen en betrokken mensen, die jouw stichting, jouw missie allemaal een warm hart toedragen en op hun manier hun steentje bijdragen.

Nieuw project, nieuw idee, geld nodig? Betrek je team bij je ideeën! Presenteer je idee. Maak er een desnoods een pizza-avond van en ga met elkaar brainstormen.

Ben jij op de hoogte van ieders talent en passie? Breng dit in kaart en maak hiervan gebruik om je team te betrekken, mee te laten denken, hun eigen invulling aan hun rol te geven, je idee te dragen, hun talent in te zetten. Samen zie je en weet je zoveel meer dan alleen. Je creëert andere invalshoeken en mogelijkheden. Wist jij bijvoorbeeld dat die ene vrijwilliger heel goed kan schrijven (projectplan!) en één van de bestuursleden goede connecties heeft met de directeur van een vermogend lokaal bedrijf?!

Zorg ervoor dat fondsenwerving een mindset wordt waarbij iedereen eigenlijk voortdurend op zoek is naar nieuwe kansen. Je kunt hiervoor verschillende vormen en werkwijzen kiezen zoals een werkgroep samenstellen, een projectteam voor eenmalige acties opzetten of een fondsenwerver inhuren die een en ander kan opstarten.

Tip 3: Richt je stichting in op fondsenwerving

De valkuil van fondsenwerving als bijzaak

Oh ja, we moeten ook nog even fondsen werven. Herken je dat? Ik hoor dit namelijk veel bij de stichtingen die ik ondersteun. Je bent vooral bezig om anderen te helpen, daar is je stichting immers voor bedoeld. Fondsenwerving wordt vaak gezien als bijzaak waardoor het op het moment dat het er op aankomt veel stress en druk oplevert. Met als gevolg dat je meestal niet de gewenste bedragen en middelen binnenhaalt.

Natuurlijk het lukt je wel! Je bent enorm goed in rennen, vliegen, alles regelen en alle ballen in de lucht houden. Je team en je vrijwilligers aansturen en die hebben het ook al heel druk. Kortom de fondsenwerving komt dan toch ook weer op jouw bordje terecht, want daar ga je dan toch niet een ander mee opzadelen. Jij bent eindverantwoordelijke, dus jij zal in basis moeten zorgen voor de financiën om de stichting draaiende te houden en alle kinderen te helpen.

Wat zijn de gevolgen van deze valkuil?

Daar ligt ie weer. De stapel papierwerk op je bureau. En niet alleen die stapel zorgt voor stress, ook de tijd en druk om alles draaiende te houden is groot. Morgen is de deadline voor die

ene belangrijke, grote fondsaanvraag. Je redt het niet. Of toch wel. Gewoon even wat op papier zetten en op sturen en dan zie je wel of het wordt goedgekeurd. Niet geschoten is altijd mis. Je hebt al genoeg stress omdat er te weinig geld binnenkomt, je geen tijd hebt om dat in goede banen te leiden, geen tijd om dat te doen waar je goed in bent: kwetsbare kinderen helpen, datgene doen, waarvoor jouw stichting is opgericht. In plaats daarvan, verdwijnt jouw expertise steeds meer naar de achtergrond. De druk wordt steeds hoger, want er moet toch echt geld binnenkomen, omdat op deze manier ook het bestaansrecht van de stichting in gevaar komt. Je wil het niet weer aan die ene vrijwilliger vragen, want die doet al zoveel, en hij is vrijwilliger, dus dat kun je niet maken, toch?

Hoe richt je je stichting in voor fondsenwerving?

Doe een stap terug. Je weet als geen ander dat jouw stichting onder andere geld nodig heeft om de kinderen die jij zo'n warm hart toedraagt te helpen.

Neem je stichting eens aandachtig onder de loep.

Welke rollen zijn er nu binnen je stichting?

En welke heb je nodig als je je stichting wilt laten voortbestaan, bestaansrecht wilt geven en gaat inrichten op fondsenwerving?

Welke talenten zijn er aanwezig en welke mis je? Vorm een team voor je fondsenwerving, bepaal de verschillende rollen binnen het team. Stel vacatures op voor de rollen die je mist, vraag in je netwerk of mensen je hiermee willen ondersteunen of dat zij iemand weten.

Betrek iedereen binnen de organisatie, stel iedereen op de hoogte, zorg ervoor dat iedereen zich betrokken voelt en je passie en missie optimaal deelt. Los van de rol die een ieder daarin wil of kan vervullen.

Fondsenwerving begint bij teambuilding en teamwork.

Kwetsbare kinderen helpen is teamwork!

Tip 4: Breng je doelgroepen in kaart

Waarom werkt fondsenwerving uit de losse pols niet?

Je hebt continu inkomsten nodig om je projecten te realiseren. Om die kwetsbare kinderen waar jij je voor inzet te helpen. De subsidie wordt volgend jaar gehalveerd, bij de bank zit een andere contactpersoon die aangeeft niet meer te sponsoren. Je inkomstenbronnen lijken uitgeput te raken. Waar en bij wie zou je nu weer om geld kunnen vragen?

Je hebt je naasten al zo vaak om geld gevraagd. De drempel om te vragen wordt steeds hoger. Je huidige netwerk is niet meer toereikend genoeg om jaarlijks die €75.000 binnen te halen. Je huidige gevers zijn trouw, maar geven samen niet genoeg om de kinderen die jij helpt te steunen. Je bent zeer kwetsbaar, want als een van je andere grotere gevers er nu ook ineens de stekker uit trekt, nee daar wil je al helemaal niet aan denken. Achter de computer maar weer, en hup een nieuwe aanvraag schrijven.

Wat zijn de gevolgen van te weinig doelgroepen?

Als je steeds een beroep doet op die paar doelgroepen die je in beeld hebt, zul je structureel inkomsten tekort komen om jouw missie maximaal uit te voeren. Er komt te weinig geld

binnen en je bent erg kwetsbaar. Wat doe je als die grotere gever stopt met geven? Waar sta je dan? Hoe ga je dan al die kinderen helpen die jouw hulp zo hard nodig hebben? Een klein netwerk betekent niet alleen weinig inkomsten, maar ook minder handjes, materiaal en kennis om uit te putten. Je kunt niet altijd alles zelf blijven doen.

Hoe kom je aan voldoende doelgroepen?

Ga met een divers team (bv. bestuurslid, vrijwilliger, vriend, medewerker en jijzelf) aan tafel om te brainstormen. Welke doelgroepen kun je allemaal bedenken waar jij als stichting mee te maken hebt. Zowel intern als extern.

Denk out-of-the-box, zo breed mogelijk en schrijf alles op. Van de bakker om de hoek, tot de familieleden van de kinderen die je helpt en van toeristen tot de landelijke bedrijven die een MVO-potje hebben. Maak een overzicht van alle doelgroepen (hulpontvangers, donateurs, bedrijven, fondsen en samenwerkingspartners) die je kunt bedenken.

Bepaal vervolgens aan de hand van deze lijst een top 5 van doelgroepen waarbij je geld gaat werven. Neem de tijd met elkaar. Kijk naar je huidige netwerk. Wie van deze lijst kennen jullie samen al, wie kan je ergens introduceren en een goed woordje voor je doen, welke vermogende mensen zitten er in

je netwerk, bij welke businessclubs zou je kunnen aansluiten of een presentatie geven? Bepaal vervolgens de boodschap die je naar hen gaat communiceren omtrent, bijvoorbeeld, een bepaald project. Deel je boodschap! Jouw verhaal moet gehoord worden.

Waarom doe jij wat je doet? Je hebt iets te vertellen. Je helpt mensen die het nodig hebben. Kinderen die jouw specifieke hulp nodig hebben. Samen met je team sta je voor hen klaar en doe je er alles aan om hen te helpen. Jij weet als geen ander wat er nodig is om hen te helpen. Breng van tevoren goed in kaart wat er nodig is. Als je je verhaal gaat doen en mensen voelen zich geïnspireerd, aangesproken, enthousiast en willen weten waar ze mee kunnen helpen, wees dan voorbereid: inkomsten, kennis, handjes, materiaal, drukwerk, een kantoor, een aanhangwagen, een opslag, you name it, van groot tot klein. Laat ze kennis maken met het project! Laat ze meedenken! Creëer ambassadeurs en spread the word!

Mensen helpen graag anderen. Mensen geven graag. Vertel je verhaal, deel je verhaal en geef zo je eigen enthousiasme en missie door aan mensen die willen luisteren.

Tip 5: Kies een aansprekend project

Zonder een duidelijk doel geen fondsen

Mensen geven graag. Maar mensen geven niet om jouw begrotingstekort aan te vullen. Mensen geven graag om anderen te helpen. Mensen geven graag voor een duidelijk, aansprekend doel met zichtbare impact. Als jij geen duidelijk inspirerend, aansprekend doel voor ogen hebt geven mensen (die jou niet kennen) niet of nauwelijks. Schieten met losse flodders noem ik dat ook wel. Werven omdat je geld nodig hebt. Even snel een aanvraag doen. Brandjes blussen. Hierbij loop je zelf steeds tegen dezelfde muur. Het geeft stress en levert niet de gewenste resultaten op. Er komt structureel te weinig binnen.

Zonder duidelijk doel geen geloofwaardigheid

Als je geen onderscheidend en aansprekend project kiest, kom je inkomsten tekort. Fondsen worden overladen met aanvragen dus als je vandaag denkt: ik dien morgen nog even snel een aanvraag in en dan krijgen we daar heus wel geld voor, dan heb je het mis. Dat lukt misschien 1x of een aantal keer, maar op de lange termijn kost het je uiteindelijk geld. Het zorgt onder andere voor een negatief beeld bij fondsen over jouw stichting. Als je zomaar even snel iets inlevert, zien

beoordelaars dat meteen. Als zij geen inspirerend, aansprekend op maat gemaakt voorstel ontvangen dan beland jouw aanvraag al snel in de papierbak en komt er wellicht zelfs een negatieve aantekening voor vervolgaanvragen. Schiet dus niet met losse flodders, dat kost je geld, en sterker nog, het kost je je geloofwaardigheid en betrouwbaarheid.

Hoe maak je een goede kans op een fondsbijdrage?

Dat is gelukkig minder moeilijk dan je zo op het eerst oog zou denken. Je kunt hiervoor deze stappen volgen:

Stap 1

Zorg allereerst voor een goed, aansprekend verhaal.

Een vernieuwend project dat daadwerkelijk een verschil maakt en bijdraagt aan een betere wereld.

Stap 2

Zorg bij elke aanvraag voor maatwerk en lever niet zomaar dezelfde aanvraag bij diverse fondsen in.

Stap 3

Laat zien waarom dit project een belangrijk verschil maakt en wat je hiervoor nodig hebt, zelf inbrengt en bij anderen aanvraagt.

Stap 4

Toets je project ook bij anderen. Intern, bij het bestuur en vrijwilligers, extern bij partners en (grote) gevers.

Stap 5

Stel een groep samen en presenteer je verhaal.
Laat mensen meedenken en advies geven.

Stap 6

Vraag donateurs om hun mening.

Stap 7

Onderzoek of er daadwerkelijk behoefte is aan jouw project en benoem de impact die je kunt realiseren met dit project nu en op de lange termijn.

Kortom: zorg dat het breed gedragen wordt, des te groter het draagvlak, des te groter de kans van slagen bij het aanvragen van een fonds.

Tip 6: Selecteer het juiste fonds

Waarom levert fondsenwerving je nog niets op?

Je ervaart fondsenwerving als zeuren en leuren. Je hebt geld nodig en klopt weer aan, 'ja daar ben ik weer...'. Zo voelt het, en het voelt beslist niet goed. Het kost veel tijd en energie en levert niet de gewenste inkomsten en energie op die je nodig hebt om de kinderen te helpen. Fondsenwerving is voor jou bijzaak en kost nu alleen maar tijd en energie.

Wat betekent dat voor de lange termijn?

Als je helemaal niet aan fondsenwerving doet betekent dit dat je je stichting niet serieus neemt. Er komt geen geld, geen hulp binnen die je nodig hebt om je missie optimaal uit te voeren. Op de lange termijn betekent dit dat het misschien wel onmogelijk wordt om de kinderen te helpen zoals je dat nu doet, of eigenlijk zou willen doen. Dit kost immers tijd en geld en daar ontbreekt het je aan. Als je helemaal geen fondsenwerving doet en misschien alleen leunt op subsidie en/of een paar (gulle) gevers, ben je tot overmaat van ramp ook zeer kwetsbaar en kan je met jouw stichting elk moment omvallen. Wat ten koste gaat van alle kinderen die je helpt of kunt helpen. Dit wil je absoluut voorkomen.

Hoe kom je tot succesvolle fondsenwerving?

Succesvolle fondsenwerving vraagt om een aansprekend project, dat mag inmiddels duidelijk zijn. Even belangrijk is dat je daarbij het ook het juiste fonds kiest. Een goede fondsenanalyse is het halve werk. Doe hier onderzoek naar en maak een longlist van fondsen, lokaal, regionaal, landelijk. Onderzoek welke richtlijnen en voorwaarden ze hanteren en of die aansluiten bij jouw project. Vraag nooit bij één fonds aan en zorg bij elk fonds voor maatwerk. Laat zien dat je kennis van zaken hebt, je huiswerk hebt gedaan en dat je zonder hun bijdrage niet kunt starten. Deel je verhaal. Fondsenwerving is veel meer dan alleen geld werven. Het draait om relatiebeheer en kent vele vormen van werven. Kies de vorm(en) die bij je past en die je je eigen kunt maken, die de gewenste inkomsten, energie en voldoening oplevert en die je op de lange termijn ook verder helpen om zoveel mogelijk kinderen te helpen.

Tip 7: Zorg voor financiële continuïteit

Financiële continuïteit is een noodzaak

Er komt geen structurele stroom aan inkomsten binnen. Elke dag vraag dit jouw aandacht, jouw tijd, jouw energie. Je daadwerkelijke bijdrage om een verschil te maken voor kinderen lijkt steeds meer naar de achtergrond te verdwijnen.

Hoe ga je die ballen in de lucht houden? Geld zorgt, of liever gezegd geen geld, zorgt voor kopzorgen en je hebt eigenlijk wel wat beters te doen: zoveel mogelijk kinderen zo snel mogelijk helpen. Dat lukt nu eenmaal niet zonder geld, zonder structurele inkomsten. Hierdoor gaat bijna al jouw tijd zitten in het werven van inkomsten. Met tegenzin, droge kost, die stress opleveren.

Wat veroorzaakt de afwezigheid van financiële continuïteit?

Als structurele inkomsten achterwege blijven zal dit op den duur betekenen dat je moet stoppen met je stichting. Moet stoppen met het helpen van kinderen. Jouw passie om anderen te helpen staat daarmee ook op het spel en komt onder vuur te liggen. Je bent met andere zaken bezig dan je eigenlijk zou willen en dit gaat ten koste van alles.

Van je expertise, je inzet, je passie, je enthousiasme, maar ook je gezin, je familie, je sociale leven.

Met een grote kans dat je vindt van jezelf dat je hebt gefaald.

Hoe zorg je voor financiële continuïteit?

Financiële continuïteit is een belangrijke pijler voor het bestaansrecht van jouw stichting. Dat moge duidelijk zijn. Dit kun je doen in de volgende stappen:

Stap 1

Een eerste stap hierin is het maken van een meerjarenbegroting.

Stap 2

Deel de meerjarenbegroting op in projecten

Stap 3

Bepaal per project wat je nodig hebt aan tijd, kennis, geld, materiaal, mensen en handjes.

Bepaal dit voor de komende drie jaar.

Stap 4

Per project ga je bepalen hoe je aan deze inkomsten en benodigdheden gaat komen. Maak een verdeling over fondsen, bedrijven, eigen inbreng, donateurs, particulieren, crowdfunding etc.

Stap 5

Maak keuzes en neem de tijd. Wat is wanneer nodig? En wie heb je nodig om dit te realiseren?

Stel een team samen en bepaal wie wat doet en waarvoor die persoon verantwoordelijk is.

Stap 6

Kom regelmatig samen om de stand van zaken en voortgang te bespreken. Evalueer eens in de zoveel tijd, hoe het ervoor staat, wat loopt wel, wat loopt niet, schaf bij daar waar nodig.

Samenvatting

Je hebt nu gelezen hoe je met deze 7 tips de basis legt voor succesvol fondsen werven.

Ik zet ze voor het gemak nog even voor je op een rij:

Tip 1: Zorg voor zichtbaarheid, waarbij je vertrouwen uitstraalt

Tip 2: Creëer intern draagvlak

Tip 3: Richt je stichting in op fondsenwerving

Tip 4: Breng je doelgroepen in kaart

Tip 5: Kies een aansprekend project

Tip 6: Selecteer het juiste fonds

Tip 7: Zorg voor financiële continuïteit

Wacht niet langer en start nu met succesvol fondsen werven!

Het is belangrijk dat je na het lezen van dit e-book stappen gaat zetten. De eerste tips heb ik je hiervoor gegeven en hier kun je prima zelf mee aan de slag. Weet dat ik je daarbij ook kan ondersteunen.

Om daadwerkelijk de volgende stap te zetten, nodig ik je uit voor een Kennismakingssessie. Tijdens de kennismakingssessie ga ik in op je vragen. Samen met een andere aanwezige stichting kijken we waar je tegenaan loopt en wat je volgende stap is. Ik geef je tips mee waar je direct mee aan de slag kunt. Ik doe slechts een aantal kennismakingssessies per kwartaal, dus meld je nu direct aan en zet de volgende stap naar succesvol fondsen werven.

JA, ik meld me direct aan voor een kennismakingssessie.