

## Een projectplan schrijven: tips en sjabloon

Wil je je (muziek)project goed organiseren dan is een projectplan een goed hulpmiddel. Wil je financiële steun bij je project gaan aanvragen (zie ook dit [artikel over fondsen](#)) dan is het zelfs onmisbaar. Een projectplan is een startdocument waarin een aantal hoofdvragen van het project worden beantwoord: *Wat gaan we doen? Waarom? Hoe? Wanneer? Met wie?* Het schrijven van het plan helpt de organisatie om alle ins en outs van een project te doordenken.

**Ellen van der Sar** heeft veel ervaring met het schrijven van dit soort plannen en zij deelt in dit document praktische tips en een handig sjabloon voor je eigen gebruik.

### Eerst een paar algemene tips:

- Hou goed voor ogen voor wie je het plan schrijft en bedenk dat bij de meeste lezers geen voorkennis aanwezig is. Leg dus alles goed uit.
- Het helpt ook om het projectplan te voorzien van illustraties, bijv. van foto's van eerder gerealiseerde projecten, of een link naar een YouTube-filmpje of een voorbeeld van een oude concertposter.
- Laat tussendoor altijd iemand inhoudelijk meelesen. Missen we iets? Staat het in een logische volgorde? Noemen we overal dezelfde aantallen of bedragen?
- Realiseer je ook dat bij het herschikken en herschrijven van tekst snel fouten kunnen optreden. Laat dus ook iemand met een kritisch oog voor taal meelesen en redigeren.
- Zorg dat je ook zelf enige afstand (in uren of dagen) neemt tot het geschreven plan, voordat je het afrondt en gaat versturen aan de fondsen.

### Sjabloon

In de verschillende tabellen hieronder bied ik je een sjabloon voor een projectplan, geschikt om te gebruiken bij aanvragen bij fondsen of subsidiegevers. Sommige fondsen hanteren eigen eisen of een eigen sjabloon waarin je gegevens moet aanleveren. Check dat altijd voor je begint, maar de hieronder beschreven onderwerpen zul je altijd nodig hebben.

Ook hierbij eerst een paar algemene opmerkingen:

- Het voorblad van je projectaanvraag bevat de details van je organisatie.
- Bij een projectplan van zekere omvang is het handig om een inhoudsopgave toe te voegen.
- Biedt de lezer eerst een korte samenvatting van het project aan, waaruit het enthousiasme en de passie van de aanvragende organisatie blijkt.
- Beschrijf vervolgens het project en geef daarin antwoord op de wezenlijke vragen: Wat? Waarom? Hoe? Wanneer? Met wie?
- Voeg een communicatieparagraaf toe.
- Voeg de begroting en het dekkingsplan toe.
- Geef aan op welke manier je het project zult evalueren.
- Veel fondsen stellen als eis dat je bepaalde documenten (digitaal) mee moet sturen bij je aanvraag. Zorg dat je die beschikbaar hebt, zodat je ze snel en gemakkelijk kunt meesturen of uploaden.
- Wacht zo'n 3 tot 4 maanden in spanning af, wat de reactie van het fonds zal zijn.
- Is je project (helaas) niet beloond met een projectbijdrage? Verbijt je teleurstelling en zoek contact met het fonds en vraag om een nadere toelichting. Om ervan te leren!
- Ontvang je een bijdrage? Lees dan goed welke (aanvullende) voorwaarden eventueel nog gesteld worden. Het kan dan gaan om het (juist) gebruik van het logo van het fonds op al je uitingen, het toesturen van uitnodigingen voor de opening of het opvragen van een voorschot-uitkering.
- In alle gevallen zul je van dit hele proces veel geleerd hebben!

<b>DETAILS VAN JE ORGANISATIE</b>	<b>Toelichting</b>
Naam organisatie	<i>statutaire naam</i>
Naam contactpersoon	
Postadres	
Bezoekadres	
Telefoonnummer contactpersoon	
E-mailadres contactpersoon	
E-mailadres bestuur	
Website	
Rechtspersoonlijkheid	
Registratienummer Kamer van Koophandel	
ANBI-status ja/nee	
IBAN	

<b>PROJECTSAMENVATTING</b>	<b>Toelichting</b>
Naam van het initiatief	
Projectlocatie	<i>Waar vindt het plaats?</i>
Doelgroep	<i>Maatschappelijke doelgroepen, samenwerkingspartners, publieksgroepen</i>
Projectdoelstelling	
Wanneer vindt het plaats	<i>Eenmalig? Herhaaldelijk?</i>
Totale projectbudget	
Gevraagd bedrag bij dit specifieke fonds	<i>Overvraag niet, kijk naar het bestedingsbeleid in voorgaande jaren.</i>

Een goed projectplan bestaat uit een aantal onderdelen. Hieronder worden deze beschreven. De opsomming is niet limitatief, en het hoeft ook niet persé in deze volgorde. Het kan behulpzaam zijn om op de websites van de geselecteerde fondsen te kijken of zij een eigen format hanteren. Andere fondsen geven een indicatie van de onderwerpen die tenminste aan de orde moeten komen. Houd je aan voorschriften als: *niet meer dan 200 woorden per vraag, of: ten hoogste 3 A4, of: ten hoogste 5000 woorden.*

<b>PROJECTPLAN</b>	<b>Toelichting</b>
<b>WAAROM</b> : projectachtergrond	<i>Beschrijf de aanleiding of de noodzaak van het project. Laat enthousiasme doorklinken. Beschrijf zo mogelijk ook (kort) ervaring met soortgelijke projecten. Hoe past het project in het beleid van je organisatie?</i>
<b>WAT:</b>	
korte omschrijving	<i>Omschrijf je motivatie en de inhoud van het project.</i>
projectdoelstelling	<i>Waar streef je naar, wat is het doel van het project. Waarom is er vraag naar dit project?</i>

<b>PROJECTPLAN</b>	<b>Toelichting</b>
concrete resultaten van het project	<i>Wat is het eindresultaat: een evenement? Concert? Publicatie? Workshop? Lezing? Formuleer het SMART: specifiek, meetbaar, acceptabel, realistisch, tijdgebonden</i>
aard en aantal van de activiteiten	<i>Omschrijf de activiteiten; wat is de artistieke kwaliteit; overzicht van personen (actoren) die hierbij betrokken zijn. Verdeel het in drie fasen: voorbereiding - realisatie - evaluatie</i>
<b>WANNEER:</b> planning en looptijd	<i>Fondsen willen een aanvraag ontvangen (ruim) vóórdat het project van start gaat!</i>
projectplanning	<i>Wat zijn belangrijke mijlpalen? Is er een go/no go-moment?</i>
<b>WAAR:</b> locatie van het project	
plaatsen en locatie(s) waar het project wordt uitgevoerd	<i>Waarom hier? Voordelen van de locatie(s). Voorzieningenniveau van de locatie.</i>
<b>WIE:</b> belangrijkste belanghebbenden	<i>Denk aan publieksgroepen, vrijwilligers, eigen leden, bijzondere doelgroepen (bijv. mensen met een beperking, mensen met een laag besteedbaar inkomen), samenwerkingspartners</i>
details van de directe doelgroepen	<i>Bijv. aantal amateurs en professionals, aantal vrijwilligers, verwachte publieksaantallen</i>
details van de indirecte doelgroepen	
details van overige belanghebbenden	
<b>HOE:</b> haalbaarheid van het project	
Projectteam	<i>Wie is de hoofdverantwoordelijke voor de organisatie? Wie zijn er nog meer betrokken? Betaalde krachten of vrijwilligers?</i>
Participatie door de doelgroep(en)	
Monitoring, tussentijdse bijstelling	<i>Wat te doen als de inkomsten achterblijven? Worden dan elementen uit het plan geschrapt? Wordt een tekort geaccepteerd? Gaat het helemaal niet door?</i>
Duurzaamheid?	<i>Bijv. geen tickets meer, maar digitale toegangskaartjes. Serviesgoed van glas of steen (geen plastic of karton).</i>
Diversiteit?	
<b>WELKE MIDDELEN:</b> begroting	<i>Vergeet de btw niet!</i>
uitgaven - projectkosten	<i>Probeer de kosten zo goed mogelijk te specificeren. Besteed evt. aandacht aan Fair Practice.</i>
uitgaven - post 'onvoorzien'	<i>Bijv. max. 5% van de totale uitgaven</i>
inkomsten - kaartverkoop	<i>Tariefdifferentiatie voor verschillende doelgroepen (jongeren, ouderen, aantal vrijkaarten)</i>
inkomsten - eigen bijdrage(n)	<i>Laat duidelijk zien wat je eigen investeringen zijn; niet alleen in geld maar ook in menskracht, faciliteiten etc. Kapitaliseer deze bijdragen in de begroting, bijv. tegen een uurvergoeding ter waarde van het minimumloon, € 15,00</i>
dekkingsplan - subsidies en fondsen	
<b>PROMOTIE</b>	

<b>PROJECTPLAN</b>	<b>Toelichting</b>
doelstellingen van de communicatie	<i>(Bijv.) meer leden, deelnemers, publiek, verkoop</i>
communicatiestrategie	<i>Op welke manier worden de verschillende doelgroepen bereikt? Welke middelen zet je in en hoe sluiten deze aan bij de doelgroepen? Denk aan social media, geschreven pers (lokaal, regionaal, landelijk), free publicity, advertenties, flyers, posters</i>
boodschap per doelgroep	<i>Maak onderscheid tussen reguliere bezoekers en 'nieuwe' bezoekers of deelnemers</i>
besteding van het communicatiebudget	
<b>EVALUATIE</b>	<i>Start hier direct na afloop van het project mee, en zorg dat uiterlijk drie maanden na afloop de verantwoordingen bij de participerende fondsen binnen zijn. Sommige fondsen hanteren eigen termijnen; houd je daar aan!</i>
zijn de gestelde doelen bereikt?	<i>Inhoudelijk en financieel</i>
zijn alle doelgroepen bereikt?	
hoe is de uitvoering verlopen?	
realisatie van inkomsten en uitgaven	<i>Voeg een kolom 'realisatie' toe in het oorspronkelijk aan de fondsen toegestuurde model begroting- en dekkingsplan</i>
knelpunten en de oorzaken ervan	
zichtbaarheid in de media	<i>Verzamel alles!</i>
onverwachte (succesvolle) neveneffecten en wat hiervan te leren	

Of je de aanvraag nu indient via e-mail of via een digitaal aanvraagformulier van het fonds, bijna altijd moet je verschillende bijlagen meesturen of uploaden. Zorg daarom dat je onderstaande documenten paraat hebt, als je aan de (online) aanvraag begint. Sla Word- of Excelbestanden altijd op als pdf-bestand, en verzend uitsluitend deze pdf-bestanden. Zorg voor rechtsgeldige ondertekening van de aanvraag, dus door een bestuurder of gevolmachtigde.

<b>MEESTUREN</b>	<b>Toelichting</b>
Uittreksel Kamer van Koophandel	<i>Afschrift niet ouder dan 1 jaar, inhoudelijk correct</i>
Motivatiefbrief / aanbiedingsbrief	<i>Gericht op het fonds! Je enthousiasme en passie moeten erin doorklinken. Besteed kort aandacht aan je ervaring met het organiseren van soortgelijke initiatieven (if any).</i>
Kopie statuten	
Meest recente jaarverslag en jaarrekening	<i>Fondsen willen inzicht in de liquide middelen en het eventuele eigen vermogen van je organisatie. Financiële stabiliteit is een (stille) voorwaarde van veel fondsen.</i>
Recent bankafschrift	<i>Met leesbaar: tenaamstelling, IBAN. Saldi mogen worden weggelakt</i>
Projectplan (integraal)	<i>Sommige fondsen stellen eisen aan de lengte van een projectplan. Houdt hier rekening mee!</i>

MEESTUREN	Toelichting
Projectbegroting en dekkingsplan	<i>Kan onderdeel uitmaken van integrale projectplan, maar wordt vrijwel altijd ook afzonderlijk gevraagd</i>
Marketingplan	<i>Kan onderdeel uitmaken van integrale projectplan, maar wordt meestal ook afzonderlijk gevraagd</i>

Zo! Het plan is klaar en je gaat het snel versturen via het digitale aanvraagformulier van het geselecteerde fonds. Houd er rekening mee dat je opnieuw een aantal vragen zult moeten beantwoorden over je doelgroep, doelstelling en resultaten van het project. Je kunt hiervoor elementen uit je projectplan citeren, maar soms zul je nieuwe formuleringen moeten schrijven! En mij overkomt het vrijwel altijd, dat ik een vraag moet beantwoorden waarover ik binnen de context van het project nog niet eerder heb nagedacht...!

Veel succes!

Ellen van der Sar ([info@opmaat-producties.nl](mailto:info@opmaat-producties.nl))