

Infobulletin

Fondswerving: "Hoe komen wij 'samen' aan voldoende middelen?"

1. INLEIDING

Er is altijd wat te vieren of te organiseren in een fotoclub. Zeker bij een jubileumviering. Ook in het geval van een special project of een bijzondere clubtentoonstelling. Als fotoclub wil je aan de weg timmeren om aan de gemeenschap te laten zien dat de club levendig is en dat fotografie bestaat uit een creatief proces dat ook buiten het clubgebouw zichtbaar moet zijn.

De eerste stappen in een dergelijk voornemen bestaan uit het genereren van ideeën over wat je met je acties wilt bereiken: het doel. Daarna is het verstandig om een aantal enthousiaste leden te vragen het voortouw te nemen en ideeën verder uit te werken: er wordt een activiteiten- of jubileumcommissie gevormd. Deze zet de ontvangen ideeën om in een *Plan van Aanpak*, dat activiteiten bevat, een tijdsplanning, de deadlines. In deze fase worden de kosten per activiteit geschat.

Later (als alle ideeën verwerkt zijn en het Plan van Aanpak door het Bestuur is goedgekeurd) is het van belang een gedegen *Activiteiten(detail)plan* met definitieve en realistische begroting en tijdsplanning te maken met de bij elke activiteit behorende kosten, de inkomsten en het benodigde extern te verwerven geld.

Meestal is het saldo van de verenigingskas niet toereikend om deze extra activiteiten te bekostigen. Reserves worden mogelijk al aangeboord of reeds gereserveerde posities worden aangesproken, maar onderaan de streep zien wij toch meestal een tekort.

2. HET BEGIN

2.1 De Projectbeschrijving

Voordat je instellingen, bedrijven, particulieren, overheidsinstanties etc. benadert met de vraag om de gewenste activiteit financieel te ondersteunen, is het van groot belang dat er een duidelijk en vastomlijnd, extern gericht *Projectplan* komt, afgeleid van het (intern gerichte) *Activiteiten(detail)plan*, welk plan specifiek is bedoeld voor de geldgevers. Het Projectplan bevat de volgende informatie:

- De gegevens van je club en het doel van je club (statuten en beleidsplan);
- de aard en het doel van de activiteit waarvoor geld gevraagd wordt;
- een communicatieplan;
- een activiteitenkalender;
- informatie over de deelnemers en de betrokken partijen;
- de begroting (kosten, inkomsten en het te verwerven bedrag van geldgevers);
- het maatschappelijk en/of cultureel belang etc;
- de contactpersoon (adres, tel.nr, emailadres).

2.2 De Projectbeschrijving moet SMART zijn

Het is van wezenlijk belang dat je een helder en degelijk plan indient. Dat helpt je bij het verkrijgen van de benodigde gelden. Je kunt dat bereiken door de plannen **SMART** te beschrijven:

- De omschreven doelen die je wilt bereiken en je activiteiten moeten **S**pecifiek zijn.
- Ze moeten **M**eerbaar zijn in omvang en duur.
- Alles wat je wilt gaan doen moet realistisch en **A**ceptabel zijn, dat geeft tevens het vereiste draagvlak binnen je club.
- Met het plan moet je met beide benen op de grond blijven staan en het moet dus **R**ealistisch en haalbaar zijn.
- De activiteiten moeten plaatsvinden in een afgebakende periode in de **T**ijd.

3. FONDSVERWERVING

De meest dringende vraag bij de start is: "Hoe komen wij aan aanvullende middelen, in contanten of in natura?".

Het verwerven van gelden begint met de eerste stap: het selecteren van de fondsen en de bedrijven, waarop je een beroep gaat doen.

Het ligt voor de hand om ook een subsidie aan te vragen. Te denken valt aan de gemeente, de provincie en het rijk. Daarnaast zijn er allerlei (particuliere) instellingen en fondsen die subsidies aan culturele activiteiten verstrekken en enkele richten zich in het bijzonder op amateurfotografie. Het subsidieland van Nederland is complex en er zijn tal van stichtingen en instanties die elk vanuit hun eigen doelstelling willen subsidiëren. In de bijlage hebben wij enkele suggesties aan de hand gedaan. Selecteer dat fonds of die instelling die het beste aansluit bij je activiteiten of project.

Fondsen en instellingen kennen allen een eigen procedure en tijdsplanning.

3.1. Start

TIP: Veel geldgevende instanties vereisen dat de vereniging een rechtspersoon is, enkele eisen tevens dat de vereniging is ingeschreven bij de Kamer van Koophandel.

Maak een lijst met potentiële geldgevers en een contactpersoon. Verzamel informatie over de geselecteerde geldgevende instanties en bedrijven en stel je *per instantie* op de hoogte van de juiste manier/procedure om je aanvraag in te zenden.

Elke instelling, bedrijf of privé persoon vereist, om tot een positief besluit te komen, *een eigen manier* van benaderen. Dit geldt ook voor overheidsinstanties en subsidieverlenende instellingen.

Het is verleidelijk om één standaard begeleidende brief op te stellen, maar dit werkt beslist niet effectief.

TIP: Maak per geldgevende instantie een begeleidende brief, die goed ingaat op de doelen, de missie, en de eisen van die geldgever. De beoordelaar bij die instantie herkent dan direct dat je weet waar zij interesse in hebben en de kans op een positief besluit inzake je aanvraag neemt toe!

- Welk doel/missie heeft de geldgevende instantie; waar richten ze zich bij het verstrekken van gelden op; welk soort activiteiten hebben ze recent gesteund?
- De meeste fondsen financieren geen projecten die reeds zijn gestart.
- Zijn er voorgedrukte formulieren die je voor een aanvraag moet invullen?
- Is de aanvraagprocedure gedigitaliseerd, bereikbaar via hun website?
- Is het mogelijk dat je bij instanties langs gaat of telefonisch contact opneemt en een mondelinge toelichting geeft? Dan kunnen alle vragen en onduidelijkheden uit de weg worden geruimd voordat de aanvraag beoordeeld wordt. Persoonlijk contact verhoogt bovendien de wederzijdse betrokkenheid.
- Elk fonds etc. heeft een eigen planning. Op de sites van deze instanties staan meestal uitgebreid de voorwaarden en termijnen waarop e.e.a. moet zijn ingediend.
- Het is raadzaam om meerdere fondsen, instellingen en bedrijven tegelijk aan te schrijven.

- Laat in je Projectbeschrijving zien welke andere fondsen etc. je aanschrijft en/of noem eventuele aansprekende subsidieverstrekkingen waar men zich mogelijk graag bij aansluit. Als er al een toegekende subsidie bekend is van de eigen gemeente werkt dat positief en vertrouwenwekkend bij fondsen.

Als je het plan hebt ingediend dan volgt een procedure van behandeling die ook aan termijnen is gebonden. Bij het ene fonds heb je binnen drie weken antwoord, andere fondsen doen er langer over en geven je na drie maanden pas uitsluitel.

3.2. Tijdslijn

Bij de planning voor het verwerven van gelden moet rekening worden gehouden met deadlines en interne verwerkingstijd bij de geldgevers. Na het toekennen van gelden kan het nog enige tijd duren voordat deze ter beschikking komen. Een periode van *een jaar* voor het verwerven van het benodigde geld is een realistische periode.

TIP: Plan je activiteiten ruim van te voren in, zodat je op tijd kunt beginnen met het aanvragen van subsidies, sponsorgelden, adverteerders en andere bronnen die je kunnen helpen bij het realiseren van je plannen.

TIP: Het is verstandig om meer tijd dan een jaar te nemen. Dan heb je ruimte om bij te sturen (eventueel activiteiten te schrappen!), indien het beoogde geld niet ter beschikking komt.

3.3. Subsidie

De meeste gemeenten hebben een cultuurnota. Op grond daarvan worden subsidies voor amateurkunst toegekend. De regels per gemeente verschillen onderling sterk. Om in aanmerking te komen voor subsidie zal de vereniging soms moeten aantonen dat (de meeste) leden afkomstig zijn uit de betreffende gemeente. In enkele gevallen voert de gemeente een kwaliteitscontrole uit op de vereniging die een aanvraag indient. Normen hiervoor zijn thans (2011) in ontwikkeling en hebben betrekking op de artistieke prestatie, de manier van organisatie en de wijze van profilering van de vereniging in de gemeente. Bijna alle provincies stellen geld ter beschikking aan de amateurkunst. De aan de provincie verbonden consulenten geven advies over subsidieaanvragen. Anders dan gemeenten, willen provincies vaak dat de activiteit een provinciaal belang heeft.

*TIP: Zowel bij provincie als bij gemeenten staat het **Cultureel Ondernemerschap** momenteel hoog in het vaandel. Dat wil zeggen dat je vooral duidelijk moet maken dat er efficiënt en doelmatig wordt georganiseerd en dat je zelf een behoorlijke eigen bijdrage levert, dus dat je niet alleen het handje ophoudt bij een ander maar zelf inventief en creatief bent!*

3.4. Crowd Funding

Een nieuwe ontwikkeling: crowd funding. Het idee hierachter is dat financiering plaatsvindt in de vorm van vele kleine investeringen vanuit een sociaal netwerk. Het Amsterdams Fonds voor de Kunst ontwikkelt in samenwerking met SellaBand een nieuw digitaal platform om de private steun voor kunstprojecten te steunen. Ook kan je hiervoor de sociale media gebruiken. Hyves, Facebook, LinkedIn en Twitter zijn enorme bronnen van sociale contacten en ideale plaatsen om fondsen te werven.

Het zijn tools waarmee ieder clublid eenvoudig en doelgericht vrienden, fans en volgers kan vragen om de plannen van de fotoclub te ondersteunen, zowel financieel als door hand- en spandiensten.

3.5 Sponsoring

Voorals het gaat om lokale bedrijven is het handig gewoon de telefoon te pakken en te bellen. De contactpersoon kennen is handig. Deze kom je veelal te weten via relaties of het netwerk binnen de fotoclub. Leden hebben vaak binnen hun eigen werkring en netwerk contacten met andere werkgevers en bedrijven. Sommige grotere bedrijven hebben een beleid voor sponsoring van doelgroepen en zullen minder snel afwijkende interesses hebben. Oriënteer je vooraf op hun website. Indienen van een sponsorverzoek kan dan alleen maar via hun website. Bij het eerste contact met de potentiële sponsor is het ook van belang dat je niet alleen om geld vraagt, maar dat je meteen een concrete tegenprestatie kunt aanbieden. In een aantal gevallen is geld niet het meest aangewezen middel voor sponsoring. Het leveren van materialen, grootformaat prints, tentoonstellingsborden, ruimtes voor de tentoonstelling, gratis advertenties, publicaties, etc., kan meer voor de hand liggend zijn.

3.6. Voorfinanciering.

Bij het uitvoeren van het plan kun je in een cashflow probleem komen, omdat je al kosten moet maken voordat je met de uitvoering kunt beginnen. Zorg dat je een beginkapitaal beschikbaar hebt.

Als je niet over voldoende eigen middelen beschikt, dan moet je met de geldgever(s) overleggen of voorfinanciering tot de mogelijkheden behoort. Bij voorfinanciering kun je denken aan het vooraf uitkeren van 50-70% van het toegezegde geldbedrag. Uitbetaling van het resterende bedrag vindt dan achteraf plaats, na het realiseren van de activiteit en nadat de bewijsstukken zijn overlegd. Houd er rekening mee dat een dergelijke afhandeling van de subsidie wel enkele maanden kan duren en dat instanties tegenwoordig zelden bereid zijn voor te financieren!

4. DE AANVRAAG INDIENEN

4.1. Aanvraag en Proefaanvraag

Sommige fondsen/instellingen/bedrijven bieden de mogelijkheid om een zogenaamde 'proefaanvraag' in te dienen: dat is dus (nog) geen officiële aanvraag. Bij een 'proefaanvraag' verzoek je om commentaar en suggesties om er zeker van te zijn dat je inspanningen beloond worden. Op basis van de ontvangen reactie kun je dan een definitieve aanvraag opstellen. Sommige fondsen/instellingen/bedrijven hebben een 'quickscan' op hun website gezet, waaruit je kunt afleiden of je aanvraag enige kans maakt. Laat je bij een negatieve uitslag niet afschrikken. Aarzel niet om even telefonisch te checken of je aanvraag daadwerkelijk op voorhand kansloos is en vraag zeker welke mogelijkheden het fonds verder nog heeft. Soms kan een bepaald onderdeel van je project en/of initiatief weer wél gefinancierd worden, of men kan je verwijzen.

TIP: Zorg er voor dat de aanvraag geen spel- en stijlfouten bevat.

Als je duidelijk weet welke fondsen, subsidie verstrekkers etc. je aanschrijft, kun je de aanvraag opstellen, gebaseerd op de Projectbeschrijving. Geef in je aanvraag aan hoe je bereikbaar bent en wanneer. En beperk je tot één vaste contactpersoon. Geef aan dat je bereid bent schriftelijk of mondeling aanvullende toelichting te geven. Bij meerdere fondsen is het voldoende om formulieren in te vullen of via hun website de aanvraag in te dienen.

Schrijf je voor een project meerdere fondsen aan, meld dat dan in je aanvraag en geef tevens aan welk fonds je waarvoor aanschrijft. Meestal wordt hier door de fondsen op de aanvraagformulieren ook om gevraagd. Fondsen stellen dat op prijs. Zij kunnen dan onderling overleggen. Wees ook zorgvuldig in de publicitaire verplichtingen die de meeste fondsen stellen aan de toekenning van geld. Zorg dat hun naam wordt genoemd in persberichten en dat hun logo op brochures en uitnodigen staat, enz. Veel fondsen hebben een voorbeeld van persberichten op hun website.

TIP: Of het om een fonds gaat of een gemeente, een bedrijf of welke andere potentiële sponsor dan ook, als er een bestuurs- of clublid is die een persoonlijke band / relatie heeft met een van de mogelijke beslissers is dat kanaal meestal te verkiezen boven een algemene brief. Contact van mens tot mens blijft het mooiste en het meest effectief.

4.2 Check of de aanvraag in goede orde is ontvangen

Nadat de aanvraag is opgestuurd, infomeer je bij de ontvanger van je verzoek of de aanvraag is binnen gekomen als je nog geen bevestiging van ontvangst hebt gehad of nadere informatie gewenst is.

4.3 Reactie op je aanvraag

In principe kun je drie soorten antwoorden op je aanvraag krijgen:

Een positief antwoord met een (gedeeltelijke) toekenning van de aanvraag: reageer en geef een teken van erkentelijkheid.

Een vraag om nadere informatie: reageer per omgaande.

Een negatief antwoord: schrijf een bedankbrief voor de moeite. Indien de afwijzing niet duidelijk is, vraag om verdere toelichting en nader advies.

TIP: Wat het antwoord ook is, reageer alert!

TIP: Een fonds dat de aanvraag afwijst, heeft wellicht een goede suggestie bij wie je wel terecht kunt.

4.4 Scheiden van verantwoordelijkheden en een accountantsverklaring.

Je moet je realiseren dat geldgevers het een risico vinden als het bestuur van de vereniging ook uitvoerder is van de activiteit en/of het programma. Opdrachtgeving en uitvoering zijn in die gevallen niet gescheiden. Dat maakt objectieve controle over het financieel beheer (de wijze waarop de toegekende gelden aangewend worden) lastig, zo niet onmogelijk. Het ontbreken van een objectieve controle op de gelden kan een reden zijn waarom een aanvraag wordt afgewezen. Het is daarom van belang om in de aanvraag toe te zeggen dat over de verantwoording van de uitgaven en inkomsten een accountantsverklaring wordt overlegd, opgesteld door een erkend accountantskantoor. (Begroot wel de benodigde kosten hiervoor of zoek een accountant die het als sponsoring in natura wil doen.)

4.5 Fondsen tussentijds informeren.

Je hebt de financiering rond van je project; de activiteiten kunnen op de rails gezet worden. Blijf de fondsen die financieel aan het project hebben bijgedragen, informeren tijdens de uitvoering van je project/ initiatief.

TIP: Nodig geldverstrekkers uit voor de opening of de start.

4.6 Tussentijdse herzieningen.

Stel: je project loopt door onvoorziene omstandigheden anders dan gepland. Je wordt gedwongen het project bij te stellen, onderdelen eraan toe voegen en/of onderdelen te schrappen. Informeer de fondsen over deze tussentijdse herziening of bijsturing en geef aan welke gevolgen dat heeft voor de financiering.

Stel: je project loopt helemaal vast en je moet voortijdig afsluiten. Het is je niet gelukt de doelstellingen te realiseren. Ook in deze situatie informeer je de fondsen hierover en spreek je af hoe de afronding moet zijn.

Bij tussentijdse wijzigingen in contactpersonen e.d. moet je ook de aangeschreven instellingen, fondsen en bedrijven informeren.

TIP: Let er ook op dat bij personele wijzigingen een goede overdracht plaatsvindt met betrekking tot de aanvraag en verplichtingen die uit toekenningen voortvloeien.

5. ANDERE OPTIES

5.1 Tegenprestaties

Als een sponsor of bedrijf geïnteresseerd is in je activiteit dan kan in de onderhandelingen altijd het onderwerp "tegenprestatie" ter sprake worden gebracht. Het ligt voor de hand dat e.e.a. op het gebied van fotografie komt te liggen, omdat je immers een fotoclub bent. Maar houd er rekening mee dat het leveren van een fotoreportage of bedrijfsfotografie de professionele vakfotografen in de wielen kan rijden, wees hierin zeer terughoudend.

Voorbeelden van tegenprestaties:

- Je kunt het accountantskantoor vragen de accountantsverklaring als sponsoring te zien. Je vermeldt dit in je publicatie en je kunt eventueel een advertentie als tegenprestatie plaatsen in je programmablad of andere publicaties.
- Bij een tentoonstelling zou je als tegenprestatie voor het adverteren een retailer in de fotobranche kunnen uitnodigen voor een demonstratie van zijn producten.
- De lokale fotowinkel kan ook passen in dit beleid.
- Je zou aan het personeel van de sponsor een cursus fotografie kunnen aanbieden. Of de kantoorhal kunnen opvrolijken met een expositie van foto's van clubleden. Het bedrijf komt daarmee positief en op een andere manier in de publiciteit.

5.2 Advertenties

Een andere bron van inkomsten is het werven van advertenties: een intensief karwei dat beslist niet onderschat mag worden.

- Begin met het opstellen van een lijst met potentiële adverteerders. Voor de hand ligt dat je uitgaat van een selectie van bedrijven, fotowinkels, internetbedrijven, fotobladen, etc. die enige relatie hebben met fotografie. Ook: financiële instellingen, de lokale banken, lokale horecagelegenheden zijn potentiële adverteerders.
- Zorg voor een wervende tekst in je aanbiedingsbrief, waarin je aangeeft wat je gaat doen en wanneer en hoe de advertentie onder de ogen van mensen zal komen.
- Meld dat de adverteerders een digitaal bestand moeten aanleveren voor de drukker. (logo en advertentie tekst). Noem en bewaak de geldende inlevertermijnen hiervoor.
- Maak het de bedrijven e.d. aantrekkelijk om al voor een klein bedrag te kunnen adverteren. Een volledige achterpagina kost dus meer dan een kleine advertentie!

Geef de afmetingen van je advertentie met de daarbij behorende kosten duidelijk aan.

- Na je mailing is het van belang dat je binnen 1 à 2 weken een bel rondje houdt en vraagt of de brief is ontvangen en of men geïnteresseerd is om een advertentie te plaatsen en/of eventueel een afspraak moet worden gemaakt voor verdere invulling.
- Het sturen van de rekening met de overeengekomen prijs en het meezenden van het bewijsstuk dat de advertentie is geplaatst is de laatste handeling van de advertentie acquisitie.

TIP: Let er op dat de eventuele kosten die je club zelf moet maken voor de opmaak, het ontwerp en andere mogelijk bijkomende kosten voor het realiseren van de wensen van een adverteerder niet hoger zijn dan de opbrengst!

5.3 Andere mogelijkheden

- De lokale fotograaf of fotografiehandel als partner (sponsor) kiezen.
- wedstrijd met inschrijfgeld uitschrijven;
- veiling houden van eigen clubfoto's;
- verkoop van fotoboek, kalender, ansichtkaarten;
- eenmalig retoucheerwerk van bijvoorbeeld oude familieportretten aanbieden (lokale media etc.);
- collecte (winkelcentra, aankondiging in de lokale bladen, posters achter de collectant). *Let op: Hier is een vergunning voor nodig!*
- donatieverzoek (lokale bladen, mét info over de activiteit).

6. AFRONDING

Na afronding van het project willen veel de fondsen een verslag van het uiteindelijke resultaat. Meestal wordt verslag gedaan van de activiteiten en de resultaten en/of doelstellingen zijn gehaald. Daarnaast is een financiële verantwoording nodig van de inkomsten en uitgaven. Zoals eerder is aangegeven is het in veel gevallen nodig een accountantsverklaring te laten opstellen door een erkend accountant. Bij de begroting van je activiteit moet je hiermee rekening houden.

DOCUMENTATIE

- Website Fotobond www.fotobond.nl:

infobulletins en infobladen
Infobulletin de jaarlijkse enquête van de fotovereniging Infobulletin formele organisatie van de fotovereniging Infobulletin fondswerving Infobulletin de verenigingsscan voor de fotovereniging Infobulletin Auteurs- en portretrecht
Infoblad Activiteiten en diensten van de Fotobond Infoblad verzekeringen
status 2011: in voorbereiding: Infobulletin meerjarenplan en beleidsplan Infobulletin financiën en verzekeringen Infobulletin explosieve groei en doelgroepen Infobulletin verenigingsaccommodatie Infobulletin exit interview Infobulletin introductieaanpak nieuwe leden Infoblad Wat doet de TG BO voor je? <p style="text-align: center;"><i>Voor de actuele infobladen en infobulletins: zie de website van de Fotobond!</i></p>

- Kamer van Koophandel (Handelsregister) www.kvk.nl.
- "De vereniging in de praktijk", 744 pagina's, € 88, Mr F.C. Kollen, april 2007, Uitgeverij Kluwer, Deventer. ISBN-13: 97 890 1300 312 3, ISBN-10: 90 130 0312 5.
- Kunstfactor: Amateurlustwijzer 2010 www.kunstfactor.nl -> publicaties.
- www.verenigingen.nl (o.a. model statuten voor grote verenigingen)

BIJLAGEN

Fondsverwerving tips.

- **Verschillende belangen:** Verdiep je goed in de belangen van het uit te voeren project en zoek fondsen die daarbij aansluiten vanuit hun eigen ideologieën, consumentenbelang, ondersteuning van cultuurbevordering, etc.
- **Uitgangspunt: de organisatiedoelen van de geldgever:** Ga altijd uit van de doelen van de financier. Probeer uit te vinden wat zijn missie is en bedenk hoe je project daarop aansluit. Laat zien hoe de financier op een eenvoudige manier een goed resultaat kan bereiken.
- **Financiers steunen alleen concrete projecten en geen vage ideeën.**
- **Niet alleen geld vragen:** Denk bij sponsoring niet alleen aan geld! De drempel voor sponsoring in natura ligt veel lager.
- **Tegenprestaties:** Maak een lijst van tegenprestaties die de club kan en wil leveren. Zaken die voor je club nauwelijks waarde hebben, kunnen voor een sponsor heel interessant zijn, bijvoorbeeld een artikel in je clubblad, de melding van de geldgever als sponsor in een artikel over het evenement in een fotoblad of in een lokale krant.
- **Benader niet alleen bekende sponsors:** Een bedrijf dat nog niet aan sponsoring doet zal een goed doordacht voorstel met interesse bekijken. Kijk vooral naar de lokaal gevestigde bedrijven.
- **Aanvraag niet direct officieel indienen:** Probeer zoveel mogelijk een aanvraag voor financiële steun eerst in concept /proefaanvraag in te leveren. De geldgever kan dan nog feedback geven. Vervolgens verwerk je de ontvangen verbeterpunten in de definitieve aanvraag.
- **Project in woorden uitschrijven:** Werk het projectvoorstel beeldend uit. Een plan komt vaak beter over door het tevens te visualiseren.

Een idee kan alleen worden uitgevoerd als er genoeg geld is

TIP: Voeg foto's toe aan de projectbeschrijving!

De inhoud van een aanvraag.

Een aanvraag bestaat meestal uit een aantal onderdelen:

- Begeleidende- of aanvraagbrief;
- De Projectbeschrijving;
- Het beleidsplan van je club en de statuten;
- De begroting, kosten en dekkingsplan van het project en een toelichting daarop;
- Informatie over de Fotobond en je fotoclub;
- Jaarverslag en financieel verslag (goedgekeurde versie, afgelopen twee jaren);
- Uittreksel van de Kamer van Koophandel.
- Probeer je aanvraag kort en zakelijk te houden. Bedenk dat fondsen tientallen of soms honderden aanvragen per jaar binnen krijgen.

- Informeer altijd ruim van te voren hoe een fonds de aanvraag toegestuurd wil krijgen: volstaat een inzending via email, willen ze de aanvraag per post ontvangen, moet de aanvraag in drievoud, enz.
- Check (website) welke missie/doelen het fonds heeft en verwijst daarnaar in de begeleidende brief van de aanvraag.
- Nummer altijd de onderdelen van je aanvraag als referentiepunt in briefwisselingen en bij overleg.
- Gebruik briefpapier van je club.
- Vermeld de naam, het adres, e-mailadres en telefoonnummer van de contactpersoon waar het fonds nadere informatie kan verkrijgen, gebruik hiervoor het liefst de persoon die de aanvraag- of begeleidende brief ondertekent.

Het jaarverslag.

Een jaarverslag dat alleen bedoeld is voor de eigen clubleden hoeft niet uitgebreid en gedetailleerd te zijn. De meest kenmerkende punten volstaan dan. Het kan handig zijn om voor Fondswerving een meer uitgebreid verslag te schrijven. Het is een middel om te *informer* en te *werven*. Het jaarverslag is dan een helder en informatief document mét een opsomming van de activiteiten en de resultaten daarvan en met een financiële verantwoording.

Voor welke vorm van het jaarverslag je ook kiest: het dient gebaseerd te zijn op het *beleidsplan* en de *jaarplanning* van de club.

Het klinkt mogelijk wat zwaar, maar je laat zien dat je als fotoclub uitstijgt boven het gemiddelde. Het moet een professionele en zorgvuldige indruk achterlaten.

Lijst van fondsen/instellingen

- Bank- en financiële instellingen.
- Verzekeringsmaatschappijen.
- Multinationals met lokale vestiging.
- Energiemaatschappijen.
- Bedrijven gerelateerd aan de fotobranche.
- Uitgeverijen van fototijdschriften en fotoboeken.
- Regionale bedrijven/winkels.
- De gemeente waar de fotoclub is gevestigd.
- De provincie waar de fotoclub is gevestigd.
- Stichting Bevordering van Volkskracht : <http://www.volkskracht.nl/>
- Erasmus Stichting: <http://www.erasmusstichting.nl/>
- Fotobond B.N.A.F.V.: <http://www.fotobond.nl/index.php>
- G.P.H. Verhagen Stichting: <http://www.verhagenstichting.nl/>
- Prins Bernhard Cultuurfonds: <http://www.prinsbernhardcultuurfonds.nl/>
- Stichting Organisatie Effectenhandelaren:
<http://www.fondswervingonline.nl/regeling/stichting-organisatie-van-effectenhandelaren-te-rotterdam/4512>
- Van der Mandele Stichting: <http://www.vandermandele.org/>
- Van Leeuwen van Lignac Stichting: Postbus 1110
3000 BC ROTTERDAM
- VSB Fonds: <http://www.vsbfonds.nl/>
- Fonds voor cultuur participatie: <http://www.cultuurparticipatie.nl/>
- SNS REAAL Fonds: <http://www.snsreaalfonds.nl/>
- Schipholfonds: <http://www.schiphol.nl/InDeSamenleving/SponsoringDonaties.htm>
- Het Amsterdams Fonds voor de Kunst: www.amsterdamsfondsvoordekunst.nl