

Een strategie voor fondsenwerving

1) Waar staan we nu?

Wat gaat al goed, welke successen hebben we al geboekt bij het werven van fondsen? Wat kan er verbeterd worden, wanneer en waarom zijn we er niet in geslaagd om fondsen te werven? Hoe is onze fondsenwerving georganiseerd, wie werft fondsen, hoeveel tijd en inspanning stoppen we in fondsenwerving?

2) Waar willen we naartoe en waarom willen we dat?

Wat is onze ambitie wat betreft fondsenwerving? Voor welke doelen willen we fondsen werven? Welke ethische en praktische vraagstukken spelen er rond fondsenwerving? Wat voor soort fondsen hebben we nodig (geld, goederen, menskracht of diensten)? Zijn we ook bereid om onze diensten en producten te verkopen?



Kennis en advies voor
maatschappelijke ontwikkeling

[mantelzorg](#)

[kwetsbare groepen](#)

[vrijwillige inzet](#)

[huiselijk en seksueel geweld](#)

[leefbaarheid](#)

In het boek 'van Dromen naar Scoren' worden drie mogelijke routes onderscheiden.

Het gebaande pad

Fondsen werven via het gebaande pad betekent dat u doorgaat met wat al werkt. U investeert vooral in de relatie met uw belangrijkste partners. U zorgt dat zij er alle belang bij hebben om uw projecten te blijven financieren. Grootste voordeel van het gebaande pad is dat u doet waarin u goed bent. Nadeel is dat u wellicht kansen mist omdat u zich zo sterk richt op de partners waarmee u al ervaring heeft.

De parallelweg

Als u de parallelweg kiest, ontwikkelt u een aantal nieuwe manieren naast de bestaande. U benut het gebaande pad, maar kijkt ook naar de wegen die daarnaast lopen. Deze strategie is vooral van belang voor organisaties die traditioneel middelen ontvangen van één of een paar partners. Voor deze organisaties is het van belang om de mogelijkheden van andere partners te onderzoeken, naast het onderhouden van relaties met de bestaande. Bij de parallelweg zoekt u naar die wegen die het best aansluiten bij wat u al doet. Het grote voordeel van de parallelweg is dat u zichzelf meer mogelijkheden voor fondsenwerving geeft en daardoor uw kwetsbaarheid ten opzichte van enkele partners vermindert. Nadelen kunnen zijn dat u de vaak schaarse middelen moet verdelen over meerdere wegen, dat het een tijdje kan duren voor u succes boekt en dat het gevaar bestaat dat u zich vooral richt op de parallelweg en de bestaande financiers vergeet.

3) Wat kunnen we zelf doen?

Wat zijn onze (hulp)bronnen, wat hebben we in huis? Wat willen we zelf doen, en wat niet? Wie kan ons helpen?

4) Welke route willen we nemen?

Het gebaande pad, de parallelweg of de speurtocht: welke route is voor ons het meest realistisch en haalbaar? En waarom dan?

De speurtocht

De meest radicale route is de speurtocht. U gaat op zoek naar iets nieuws, een manier van fondsen werven die u niet gewend bent. U laat daarbij los wat u altijd al deed. Deze route is interessant voor organisaties die óf geen fondsen meer (zullen) krijgen van hun traditionele financiers óf vinden dat ze een nieuwe richting moeten inslaan. Een speurtocht is niet makkelijk en brengt risico's met zich mee; een goede voorbereiding is essentieel. Een speurtocht is een langer durende investering in menskracht en middelen. Een organisatie moet daar klaar voor zijn en het echt willen. Voordeel van de speurtocht is dat het u een kans biedt om radicaal te breken met het verleden en nieuwe mogelijkheden te ontdekken en ontwikkelen. Daardoor kunt u de organisatie nieuw elan en meer activiteiten bieden. Nadelen van de speurtocht zijn dat resultaten lang op zich kunnen laten wachten en dat een speurtocht naar fondsen ertoe kan leiden dat de hele organisatie overhoop gehaald wordt.

5) Wat heeft onze keuze voor praktische consequenties?

Hoe geven we onze fondsenwervingsstrategie vorm binnen onze organisatie: planning, logistiek, menskracht en hulpbronnen?

Planning (wanneer):

Logistiek/organisatie (hoe en waar):

Menskracht (wie):

Hulpbronnen (wat):

6 Welke stappen gaan we als eerste zetten?

Kunnen we snelle successen of goede praktijkvoorbeelden identificeren? Moeten we eerst investeren in b.v. vrijwilligersmanagement, werving en bestuurskracht voordat we effectief fondsen kunnen werven?