

Brochure fondsenwerving



Inleiding

In deze brochure overlopen we verschillende manieren die je kunnen helpen om een uitwisselingsreis of een ander WBE-project te bekostigen. We wensen jullie een waaier van mogelijkheden aan te reiken met tips en tricks om zo een succesvolle fundraising te organiseren.

We helpen je graag op weg. Het eerste doel van een fondsenwervende activiteit is natuurlijk winst maken, in het bijzonder om een uitwisselingsreis en/of ander WBE-project te bekostigen. Om jouw activiteiten tot een succes te maken, zetten wij 5 belangrijke tips op een rijtje:

1/ Maak vooraf een planning

Maak voordat je aan je fondsenwerving begint een zo compleet mogelijke planning. Zet hierin wanneer je wat gaat doen, denk hierbij aan activiteiten, verzenden van e-mails, wanneer je wil vergaderen,... Als je activiteit echt van start gaat, wil je geen tijd verliezen aan dingen die je vooraf had kunnen doen. Op deze manier kun je je volledig richten op het zo snel mogelijk binnenhalen van je streefbedrag.

2/ Vertel je verhaal

Kaart de educatieve aspecten van het project aan. Vertel en maak duidelijk waarom anderen dit project moeten steunen. Maak het persoonlijk en concreet. Hoe persoonlijker het verhaal, hoe beter. Tracht je verhaal in 30 seconden te vertellen of maak een filmpje (niet langer dan 1:30 min) waarin het project wordt uitgelegd. Betrek VIA Don Bosco om eventueel samen dit verhaal uit te schrijven.

3/ Kies realistische doelstellingen

Bepaal wat je allemaal nodig hebt om jouw doel te bereiken. Bekijk wat de kosten daarvan zijn en stel een streefbedrag op. Communiceer ook duidelijk wat je precies wil financieren. Duidelijkheid en transparantie is belangrijk bij fondsenwervende activiteiten.

Voorbeelden van doelstellingen:

- 10.000 euro inzamelen om zo een uitwisselingsreis van 10 leerlingen en 2 leerkrachten te helpen bekostigen;
- de educatieve meerwaarde van het project kenbaar maken bij alle leerlingen op school en hun ouders/opvoeders;
- het werk van VIA Don Bosco ter plaatse zichtbaar maken op school;
- het grote publiek sensibiliseren rond een WBE thema.

4/ De kracht van herhaling

Houd iedereen op de hoogte van de ontwikkeling/status van de activiteiten. Het gebruik van verschillende vormen van communicatie rond het project kan helpen om meer fondsen te werven.

5/ Samen vieren

Doelstelling behaald? Streefbedrag binnen? Bedank dan zeker iedereen die meehielp dit te verwezenlijken. Vier het succes samen. Je streefbedrag binnenhalen, betekent echter niet dat je nu klaar bent. Nu de financiering van je project rond is, begint het project pas echt 😊 Houd ook nadien de supporters op de hoogte van de ontwikkelingen zodat ze zien wat er met hun bijdrage werd gedaan.



Deel 1: Fondsenwervende activiteiten

1/ Soorten activiteiten

Grote eenmalige acties

Volgens sommige leerkrachten, kan je beter 2 of 3 grote acties per jaar organiseren dan verschillende kleintjes heel het jaar door. Het probleem met deze korte acties is dat ze vaak niet op lange termijn houdbaar zijn, ze zijn ook weinig rendabel en vragen veel tijd en energie. Grotere acties hebben meer voordelen:

- Ze zijn efficiënter, want ze vragen minder energie en tijd (op voorwaarde dat de taken eerlijk verdeeld zijn);
- ze creëren een goede groepsdynamiek en verbinden nog meer de werkgroep;
- ze geven aan de leerlingen de kans om organisatorische competenties te ontwikkelen en te versterken;
- ze geven verantwoordelijkheden aan leerlingen en deze leren om hiermee om te gaan;
- ze verzamelen iedereen rond het project;
- ze geven de kans om meer te sensibiliseren rond het project, zo wordt ook de educatieve insteek zichtbaarder;
- ze brengen veel geld op, indien ze goed georganiseerd zijn.

Een voorbeeld van een grote actie is het organiseren van een solidariteitsbeurs op school. Iedere klas maakt op voorhand zelf iets dat ze kunnen verkopen op de beurs die doorgaat op de speelplaats. Zo kan een klas bio hapjes en drankjes maken, een andere maakt kleine knutselwerkjes, in een andere klas kan je leuke foto's laten maken en verkopen,... Om het gemakkelijk te maken, kunnen alle mensen die naar de beurs komen aan de ingang jetons kopen waarmee ze binnen alles kunnen betalen.

Kleinere en herhaalde acties heel het jaar door

Wanneer je een sensibiliseringstraject doorloopt waarin je de impact wil vergroten, worden kleine terugkomende acties interessant.

Bijvoorbeeld: verkoop van fair trade producten, verkoop van ecologische pennen,...

Een voorbeeld kan een wekelijkse koekjesverkoop zijn op de speelplaats. Er wordt een planning op voorhand gemaakt van wie er die dag verantwoordelijk is voor het meebrengen van zelfgemaakte koekjes en wie de verkoop die week zal doen. Zo wordt er iedere week een klein bedrag opgehaald, maar alle kleine beetjes kunnen op het einde wel een mooie som opleveren.

Het is belangrijk om de actie te blijven stimuleren bij kopers/verkopers. Dit kan je onder andere doen door bijvoorbeeld een prijs uit te reiken aan diegene die het meest koopt/verkoopt.

Een paar **suggesties** als acties:

Grote activiteiten		Kleinere activiteiten	
Thema avond	Sporttoernooi	Gezelschapspelen	Aanwezigheid op markten
Filmvertoning + debat	Lezing met interessante spreker	Tentoonstelling met lokale artiesten	Verkoop fair trade producten
Concert/show	Thematische quiz	Balpenverkoop	Tombola
Rommelmkt/klerenverkoop	Uitzenden van een belangrijke voetbalmatch	Koekjesverkoop	Sponsoring voor challenges
Veiling	Ecologische carwash		

Tips:

Diversifieer je publiek en doelgroep om niet telkens aan dezelfde mensen geld te vragen (leerlingen van de school, leerkrachten, ouders,...). Denk na over het publiek dat je wil bereiken en hoe je hen het best benadert op een manier die bij hen past.



2/ Belangrijke fases voor de actie begint

Bij eender welke activiteit die je organiseert, is het belangrijk om goed na te denken over iedere stap. Door elke stap te bekijken, is de kans op een goede uitkomst veel groter.

Link met het project

Het is noodzakelijk dat de fondsenwervende activiteit een link heeft met het WBE-project en dat je binnen de fondsenwerving oog hebt voor de voorstelling van het project. De uitleg 'wij gaan op uitwisselingsreis met VIA Don Bosco en zamelen geld in' klinkt niet stimulerend genoeg. Neem de tijd om de doelen van het project uit te leggen en de meerwaarde van zo'n reis en de mogelijkheden voor de school nadien duidelijk te maken. De eerste workshop met VIA Don Bosco zal de kans geven aan de groep om het WBE-kader van de reis beter te begrijpen.

Brainstorming

Brainstorming over mogelijke acties gebeurt samen met de leerlingen. Je zal betere resultaten bereiken als leerlingen vanaf het begin worden betrokken. Ze moeten zich aangesproken voelen, zodat ze geloven in de activiteiten die ze op poten zetten. Hoe vlugger ze deel uitmaken van het denkproces, hoe vlugger ze zich betrokken voelen en hoe vlugger ze zelf initiatieven nemen.

Als leerkracht neem je de rol op van raadgever, coach en begeleider om zo de leerlingen te motiveren. Bekijk al jullie mogelijke opties en laat iedereen iets bijdragen. Pols naar de talenten van je leerlingen om deze eventueel in te zetten. Kies de actie(s) die gesteund worden door de meerderheid van de groep, maar houd daarbij rekening met de haalbaarheid van de voorstellen (realistisch, minste risico's,...) De leerlingen moeten begrijpen dat ze een grote inspanning moeten leveren om tot een succesvolle actie te komen. Hierin moeten de leerlingen begeleid worden zonder dat het hun motivatie teniet doet.

Ontleden van elke activiteit

Het is belangrijk om een activiteit volledig te ontleden in kleinere deeltaken om zo aan iedereen gepaste verantwoordelijkheden te geven in functie van hun talenten, voorkeur en interesse.

De verschillende verantwoordelijkheden zullen afhangen van activiteit tot activiteit, maar hier schetsen we even een paar voorbeelden: materiaalbeheer, contact met de directie, het maken van bepaalde producten, budgetbeheer, educatief aspect van het project, communicatie met de doelgroep, logistiek, presentatie en visualisatie,...

Verdeel de groep in verschillende werkgroepjes (bv. Logistiek, communicatie, creatie, inhoudelijke experts,...) en stel een leerkracht aan als contactpersoon voor ieder werkgroepje.

Tip:

Het is belangrijk om ook de taken tussen verschillende leerkrachten te verdelen. Dit zorgt voor een beter kennisbeheer omtrent het project, want zo worden meerdere leerkrachten betrokken in het project. Door een goede verdeling wordt zo ook de werkdruk voor elke leerkracht minder.

Vorbereidende fase

Iedere leerkracht waakt erover dat de leerlingen van zijn/haar werkgroep goed vooruitgaan. Je moet aandachtig zijn voor de deadlines en op verschillende hindernissen anticiperen. Aan jullie om te bekijken hoe jullie zich gaan organiseren. Sommigen komen iedere woensdagnamiddag of tijdens de lunchpauze samen, andere maken een WhatsApp groepje of communiceren via Facebook. Overleggen is dus de boodschap! Merk je dat er iets niet werkt? Probeer dan een andere manier uit.

Communicatie fase

Gebruik communicatie in al zijn vormen zodanig dat de hele schoolgemeenschap op de hoogte is van jullie activiteiten: mondelinge reclame, presentatie op de pedagogische studiedag voor de leerkrachten, stand op een Werelddag of ander evenement op school, tijdens de speeltijd en via diverse kanalen (Smartschool, website, nieuwsbrief, Facebook,...).

Hoe meer jullie communiceren, hoe groter de kans op een geslaagde actie.

“Wij hebben een visitekaartje gemaakt met daarop de naam van ons project, de link naar onze blog en ons rekeningnummer. We delen deze uit tijdens onze fondsenwervende activiteiten. Zo zijn de mensen op de hoogte van de vooruitgang van het project en kunnen ze ons financieel steunen.”

(Violette Lebrun, leerkracht aan l’Institut de la Providence).

Logistieke fase

Deze fase is sterk afhankelijk van jullie gekozen actie(s).

Tip: Bespreek voor elke activiteit met de groep wie welk materiaal al heeft of connecties heeft met bedrijven/organisaties/handelaars/... Zo kan er veel bespaard worden.

Betrek ook ouders bij het project. Hoe? Door bijvoorbeeld de ouders te laten koken tijdens een spaghettiavond, terwijl de leerlingen opdienen. Ouders betrekken bij het project garandeert hun steun en stimuleert een vertrouwensband.

Deel 2: Subsidie aanvragen

1/ Het zoeken van subsidies

Bij directie

Sommige scholen hebben een hulpfonds dat gebruikt kan worden. Je kan navragen bij de directie of er een budget kan worden vrijgemaakt voor het project. Indien de directie negatief antwoordt omdat ze geen groot bedrag willen toewijzen aan een kleine groep leerlingen, stel dan eventueel voor om schoolbudget te gebruiken voor sensibiliseringsacties omtrent het project.

Bij de gemeente

De gemeente waar je school zich bevindt kan jullie financieel ondersteunen. Dit kan via een subsidie, maar ook met het gratis ter beschikking stellen van een zaal of materiaal.

Iedere gemeente beheert zelf zijn eigen diensten. Je kan dus nakijken op hun website bij welke diensten je kan aankloppen om steun te vragen: stedenbanden, ontwikkelingshulp, solidariteit, jeugd,....

Jouw aanvraag moet duidelijk en concreet zijn. Het vraagt wat tijd om een dossier aan te maken, maar de steun van de gemeente kan vruchten afwerpen. Een gemeente is vaak gevoelig aan een groot draagvlak (hoeveel leerlingen/ouders/... bereik je met het project?) en de meerwaarde voor de gemeente: samenwerking met diverse actoren uit de gemeente, bedanking op de blog, logo van de gemeente in diverse communicatie, zichtbaarheid tijdens school evenement,...

Houd er rekening mee dat dergelijke aanvragen tijdig dienen te gebeuren. Vaak hebben gemeentes een deadline om een dossier in te dienen. Bekijk dus snel de website of win op tijd informatie in over de te volgen procedure.

Bij de provincie

Ook bij de provincies zijn er mogelijkheden tot financiële of logistieke steun. Meer informatie vind je hier:

Provincie West – Vlaanderen

<https://www.west-vlaanderen.be/voor-scholen/subsidies-voor-scholen>

Provincie Oost – Vlaanderen

<https://oost-vlaanderen.be/subsidies.html? charset =UTF-8&Thema=internationaal-samenwerken>

Provincie Antwerpen

<https://www.provincieantwerpen.be/onderwijs-en-educatie/solidariteit.html>

Provincie Vlaams – Brabant

<https://www.vlaamsbrabant.be/onderwijs-vorming/voor-scholen-en-leerkrachten/subsidies/overzicht-subsidies-voor-scholen/index.jsp>

<https://www.vlaamsbrabant.be/welzijn-gezondheid/noord-zuidwerking/index.jsp>

Brussels Hoofdstedelijk Gewest

<http://www.vgc.be/ondersteuning/subsidies/subsidies-onderwijs>

Vlaamse Overheid

<https://www.vlaanderen.be/nl/onderwijs-en-wetenschap#projecten-en-subsidies-voor-scholen>

Kleur Bekennen

Kleur Bekennen ondersteunt jaarlijks WBE-projecten in scholen. De oproep wordt gelanceerd in april en de deadline voor het indienen valt begin september. Houd zeker hun website in de gaten (www.kleurbekennen.be). De financiële steun kan niet gebruikt worden om de kosten van een reis te dekken, maar wel voor alle andere randactiviteiten die te maken hebben met het project.

VVOB Scholenbanden

VVOB Scholenbanden ondersteunt scholen die een duurzaam partnerschap met een school in het Zuiden wenst uit te bouwen. Meer informatie: www.scholenbanden.be

Privé fondsen/bedrijven

Verschillende van deze fondsen worden beheerd door de Koning Boudewijn Stichting en geven geldprijzen uit aan sociale, educatieve of milieuvriendelijke projecten.

Andere stichtingen zijn: Stichting Aurore Ruyffelaere en Stichting Koningin Paola.

Andere organisaties die financiële steun bieden zijn: De Nationale Lotteri en CERA.

Klascement zoekt mee

Ook op de website van Klascement vind je waar je subsidies kan aanvragen.

<https://klascement.info/help/subsidies-zoeken/>

Deel 3: crowdfunding

Crowdgiving is gebaseerd op het principe van crowdfunding en laat de mogelijkheid aan mensen om geld te geven aan een initiatief die ze willen steunen. Het verschil ligt in het feit dat deze mensen dit doen zonder tegenverwachtingen. Hun enigste doel is helpen om een project te realiseren.

Er zijn verschillende sites die je hiermee kunnen helpen:

<https://www.gingo.community/nl>

<https://www.kisskissbankbank.com>

<https://supp.to/nl>

Om een crowdgivingcampagne op te starten is er enige voorbereiding nodig:

- Nadenken over hoe je het project gaat presenteren, welke elementen naar voor te schuiven om potentiële schenkers te overtuigen dat het project een impact zal hebben op de school,...
- Het is belangrijk om na te denken over hoelang de campagne zal duren (niet te lang, niet te kort) en wanneer het beste moment is om deze campagne te doen. Zijn er al heel veel acties op dat moment? Dan stel je jouw actie beter nog even uit. En, waarom dit niet linken aan een sensibiliseringsmoment om het nieuw leven in te blazen?
- Crowdgiving is een interessante manier om geld binnen te halen maar het vraagt wel een dagelijkse opvolging om zoveel mogelijk mensen te bereiken. Het is namelijk de bedoeling om van je eigen invloedssfeer te vertrekken en zo een sneeuwbaaleffect te veroorzaken zodat veel meer mensen jouw actie steunen.





1/ Je eigen cirkel

Begin altijd eerst met het mobiliseren van je vrienden en familie. Of hun steun nu financieel of niet is, hun energie en connecties zullen je gedurende heel het project ondersteunen. Voor kleine crowdfunding is de eerste cirkel al voldoende.

2/ Vrienden van vrienden

Je kent ze niet echt goed, maar toch kunnen ze een belangrijke rol spelen in jouw fondsenwerving; ze staan minder dicht als de eerste cirkel, maar ze zijn wel met veel meer. Je kan deze cirkel pas mobiliseren wanneer de eerste cirkel bereikt werd.

3/ Het grote publiek

Onbekenden gaan niet zomaar komen omdat jij iets doet. Hier moet je ook de juiste methode vinden om jezelf bekend te maken bij het grote publiek. Hiervoor kan je bijvoorbeeld lokale journalisten of *bloggers/vloggers* aanspreken. Maar doe het op het juiste moment, ze zullen pas komen als er al iets succesvols en/of spectaculairs gaande is. Succes trekt succes aan.

Vooraf: Ga niet te snel. Iedere cirkel opent een andere.

Checklist voor een geslaagde fondsenwervende activiteit

Dit is een non-exhaustieve checklist om je te helpen de juiste vragen te stellen wanneer je een fondsenwervende activiteit op poten wil zetten.

Fase 1: het concept

- Waarom of voor wie willen we geld inzamelen?
- Welke activiteit gaan we doen om geld in te zamelen?
- Zijn er kleinere acties die in de grote activiteit passen om nog meer geld op te halen?
- Wat gaat ervoor zorgen dat men jullie geld zal geven?

Fase 2: de voorbereiding

- Wanneer doen we het evenement?
- Voor wie? Wie is de doelgroep? Met hoeveel zijn ze? Met hoeveel zijn we nodig om dit te organiseren?
- Waar organiseren we dit?
- Wat hebben we nodig?
- Welke toestemmingen hebben we nodig?
- Hoe gaan we de actie bekend maken?
- Wie kan ons helpen met materiaal?
- Hoeveel gaat het ons kosten? Hoeveel denken we dat het gaat opbrengen en is het meer dan de voorziene kosten?

Fase 3: de organisatie

- Wat zijn de verschillende stappen in de organisatie van de actie? Wat is de timing hiervoor?
- Wat moet voorbereid worden? Wat moet opgeruimd worden?
- Wie gaat dit allemaal doen?
- Wie kan er aanwezig zijn tijdens de actie zelf?
- Kortom: wie doet wat en wanneer?

Fase 4: de uitvoering

Het moment van de uitvoering van je actie is echt het moment om aan de slag te gaan en niet meer om opnieuw veel in vraag te stellen. Wanneer je dit zou doen, ontstaat er alleen maar onduidelijkheid. Iedereen moet zijn rol zo goed als mogelijk vervullen. Indien er een kleine aanpassing nodig is, kan dit nog op het moment zelf. Mochten er grote aanpassingen moeten gebeuren, dan kan je dit meenemen naar een evaluatiemoment en hier in de toekomst rekening mee houden. Vermijd dan ook discussies over deze grote zaken, want die kunnen er alleen maar voor zorgen dat de sfeer in je groep minder goed wordt.

Zorg ervoor dat iedereen juist weet wat hij moet doen, waar en wanneer. Communicatie is de sleutel voor een succesvolle fundraising. Zorg er ook voor dat jullie met voldoende mensen zijn zodat jullie kunnen inspringen in geval er problemen zijn.

Breng jullie boodschap over onder de vorm van een verhaal (getuigenissen, video's, podcasts, foto's, ...). Dit is vaak de beste manier om de gevoelige snaar van mensen te raken en ze zo te overtuigen om geld te geven. Zo betrekken jullie ze bij een positieve actie, iets wat mensen altijd leuk vinden.

Een beetje humor kan nooit kwaad. Humor blijft steeds hangen en het geeft mensen een goed gevoel. Ideaal dus als jullie deze actie de volgende jaren willen herhalen!

Fase 5: de evaluatie

- Is de actie een succes geweest?
 - o Is het voorziene aantal mensen inderdaad komen opdagen?
 - o Was er genoeg voorzien voor iedereen?
 - o Is iedereen die beloofd had te komen helpen ook gekomen?
 - o Heeft de actie het vooropgestelde bedrag behaald? Indien niet, waarom?
 - o Was het werk eerlijk verdeeld?
 - o Was er een goede communicatie tussen de organisatoren?
- Willen we deze actie nog eens doen?
- Wat kunnen we beter doen volgende keer?
- Hoe gaan we het succes communiceren met de mensen die ons gesteund hebben?

Bedankt!

VIA Don Bosco bedankt alle personen die geholpen hebben bij het ontwikkelen van deze brochure: de deelnemende organisaties van Move with Africa 2017-2018, de dienst 'jumelages et coopération internationale d'Ixelles' en de directie van l'Institut Don Bosco van Sint-Pieters-Woluwe.

Interessante links:

<https://www.kbs-frb.be/>

http://www.kleurbekennen.be/projectoproep_begeleiding

<https://www.gingo.community/fr>

<https://www.kisskissbankbank.com/>

<https://www.leetchi.com/fr/>

<https://supp.to/nl>

<https://www.nationale-loterij.be/nl/over-ons/subsidies/subsidieaanvraag>

<https://www.cera.be/nl/MaatschappelijkeProjecten/ProjectsteunAanvragen>

<http://www.sk-fr-paola.be/nl>

<https://www.foundationfuturegenerations.org/nl/project/jongeren>