



SUBSIDIES & FONDSEN AANVRAGEN

- een beginnersgids -

1. LANDSCHAP FONDSEN & SUBSIDIËNTEN

2. RICHTLIJNEN (DO'S & DON'TS) IN 15 punten

3. INTRO BEGROTINGEN (FLOOR)

4. VRAAGGESPREK & CASUSSEN

LANDSCHAP FONDSEN & SUBSIDIËNTEN IN NL

- publiek / privaat
- landelijk / provinciaal / gemeentelijk
- meerjarig (structureel) / incidenteel (projectbasis)
- gericht op publiek / gericht op ontwikkeling & onderzoek
- specifieke beleidspijlers/niches

1. EEN SUBSIDIEAANVRAAG = INTEGRAAL ONDERDEEL VAN JE PROJECT

→ **voor jezelf**

een logische en systematische werkwijze
voor het vergroten van kwaliteit en slagingskans

→ **voor (potentiële) samenwerkingspartners en je team**
om met je mee te denken en doen, om samen te werken

→ **voor subsidiënten en financiers**

ze steken geld in iets als ze begrijpen wat je wilt doen
en vertrouwen dat het gaat lukken

1. EEN SUBSIDIEAANVRAAG = INTEGRAAL ONDERDEEL VAN JE PROJECT

een projectplan = eerste denkoefening voor verdieping van je (artistieke) concept en de vertaling daarvan naar realisatie

een subsidieaanvraag ligt dus níet BUITEN jezelf of je project

TIP: gebruik de aanvraag (richtlijnen, formulieren en checklists) als leidraad voor je project

Het dwingt je om afspraken te maken, dingen te regelen, mensen te betrekken en na te denken over:

- ARTISTIEKE CONCEPT (waarom → hoe)
- BELANG/TOEGEVOEGDE WAARDE
- WAT HEB IK NODIG (mensen/materieel)
- SAMENSTELLING TEAM
- AFSPRAKEN PARTNERS
- TIJDSPAD / PLANNING
- PUBLIEKSBEREIK

2. PLANNEN PLANNEN PLANNEN: BEGIN OP TIJD

- beperkt aantal deadlines per jaar
- doorlooptijd fondsen (3 tot 4 maanden)
- zekerheid bieden team / partners (beschikbaarheid, contracten en projectafspraken)
- plan een GO / NO GO moment in en plan RUIJM

	eerste gesprekken concept en tijdspad maker	
12 mnd vóór start repetities	schrijven projectplan	meer dan 14 mnd vóór eerste publieke toonmoment
	meetings partners & team	
	beschikbaarheid checken en data in optie	
	intentieverklaringen verzamelen	
	samenwerkingsovereenkomst coproductanten	
	(aanvraag)begroting maken	
10 mnd vóór start repetities	subsidies indienen	
	communiceren GO/NO GO MOMENT	
	PLAN B maken	
6 mnd vóór start repetities	GO NO GO	
3 mnd vóór start repetities	vaststellen (werk)begroting	vanaf dit moment ben je kosten aan het maken
	contractonderhandeling/prijsafspraken	
	contracten maken	
	meeting productie en techniek	uitvoerend team
1-2 maanden vóór premiere	marketingcampagne/uitnodigingen	
	start repetities	
	montage	
	premiere	eerste publieke toonmoment
	voorstellingen	
	tour	
binnen 1 maand na laatste speeldatum	evaluatie	
uiterlijk drie maanden na laatste datum	afrekeningen en verantwoording fondsen indienen	

3. FONDS + MAKER = MATCH (?)

**verdiep je in de doelstellingen: waarom is een fonds 'op aarde'?
past dat bij jouw project?**

**match op inhoudelijk thema, doelgroep, niche of regio
of punt in je carrière/ontwikkeling**

**kijk af bij soortgelijke projecten (zie hun websites of
promomateriaal: welke fondsen hebben eraan bijgedragen?)**

4. DO: BASISPLAN AANSCHERPEN PER FONDS

niet verzinnen of forceren

maar:

benadrukken, uitlichten en herhalen

5. BALANS TUSSEN AFSPRAAK & AMBITIE

→ tegenstrijdigheid harde criteria en eisen projectplan

versus

→ openheid en veranderlijkheid van een creatief proces

OPLOSSING 1: DE DRIETRAPSRAKET

5. BALANS TUSSEN AFSPRAAK & AMBITIE

OPLOSSING: BOUW EEN DRIETRAPSRAKET

1. nog onzeker/onduidelijk

wél heldere denkrichtingen en ambities benoemen

2. in gesprek/nog niet bevestigd

geef vertrouwen dat er een grote kans is, vraag of je gesprekspartners in je plan mag noemen, vraag om referenties

3. bevestigd

gesprekken gevoerd en toezeggingen op papier (intentieverklaringen)

Speelbeurten in zomer/najaar

- Amsterdam, premiere [redacted] (bevestigd)
- Amsterdam, speelbeurt [redacted] (bevestigd)
- Deventer, Theater Bouwkunde/MIMIK [redacted] (bevestigd)
- Utrecht, Theater Kikker - [redacted] (bevestigd)
- Arnhem, Theater a/d Rijn [redacted] (bevestigd)
- Amsterdam, Theater Bellevue [redacted] (bevestigd)
- Enschede, Vrijhof (Universiteit Twente) - [redacted] (bevestigd)
- Breda, Chassé Theater - n.t.b. datum (intentieverklaring)
- Tilburg, De Nieuwe Vorst - n.t.b. datum (intentieverklaring)
- Leiden, Theater Ins Blau - n.t.b. datum (intentieverklaring)
- Nijmegen, Theater LUX - n.t.b. datum (intentieverklaring)
- Almere, Corrosia - n.t.b. datum (intentieverklaring)
- Den Haag, Zaal 3 (vervolggesprek oktober 2019)
- Groningen, Jonge Harten Festival (vervolggesprek oktober 2019)
- Rotterdam, Krijn Boon Studio - (vervolggesprek oktober 2019)
- Groningen, Grand Theatre (in gesprek)
- Drachten, Theater De Lawei (in gesprek)
- Zwolle, Theaters Zwolle (in gesprek)
- Maastricht, Theater aan het Vrijthof (intentie voor gesprek)
- Den Bosch, Verkadefabriek (intentie voor gesprek)
- Haarlem, Toneelschuur (intentie voor gesprek)
- De Harmonie, Leeuwarden (intentie voor gesprek)

- Hedon Zwolle (bevestigd)
capaciteit: 180
- Luxor Arnhem - kleine zaal (intentieverklaring)
capaciteit: 150
- Simplon Groningen - kleine zaal (in gesprek, warm contact)
capaciteit: 150
- Melkweg Amsterdam - bovenzaal (contact gelegd, wordt vervolgd)
capaciteit: 250, te verkleinen naar 150
- Grounds Rotterdam - kleine zaal (in gesprek, eerder gestaan)
capaciteit: 150
- Burgerweeshuis Deventer (bevestigd)
capaciteit: 300, te verkleinen naar 150

6. HOE CONCRETER, HOE BETER

Aanvraag

Concept, Tekst & Spel: Booi Kluiving | **Concept, Digitale creatie:** Abel Enklaar | **Concept, Scenografie:** Kars van den Heuvel | **Eindregie:** Mathijs de Wit | **Artistieke (tekst)begeleiding:** notk | **Productie:** De Nieuwe Oost theater en dans

Voorstelling

Concept, tekst en spel: Booi Kluiving | **Virtueel spel:** Maurice Vonk | **Scenografie:** Kars van den Heuvel | **Digitaal concept:** Abel Enklaar | **Eindregie:** Thijs de Wit | **Tekstbegeleiding:** Rik van den Bos | **Soundscape:** Wieke van Rosmalen | **Techniek:** Rob Daanen | **Productie:** De Nieuwe Oost | **Met dank aan:** Eve Hopkins, Wieke van Rosmalen, Het Huis Utrecht

6. HOE CONCRETER, HOE BETER

BIJ PROJECT / PRODUCTIESUBSIDIES:

→ PUBLIEK TOONMOMENT OF PUBLICATIE =
ESSENTIEEL ONDERDEEL VH PLAN

Niet alleen bij kopje publieksbereik & marketing

6. HOE CONCRETER, HOE BETER

Het is een PLAN, niet in steen gebeiteld - wijzigingen onderweg zijn OK

Als je het artistieke resultaat niet van A tot Z kunt beschrijven, neem ze mee in je WERKWIJZE & UITGANGSPUNTEN

Ook hier: balans tussen vaste kaders en nog in te vullen onderdelen

6. HOE CONCRETER, HOE BETER

Denk niet: wat kun je niet zeggen?

bv. hoe het exact gaat klinken/eruit gaat zien

6. HOE CONCRETER, HOE BETER

Denk niet: wat kun je níet zeggen?

bv. hoe het exact gaat klinken/eruit gaat zien

Denk wel: wat kan ik er wél over zeggen?

bv. werkwijze, inspiratiebronnen, voorbeelden, denkrichtingen, uitgangspunten stijl/verloop

7. COMPLEET

Verplichte documenten: AANLEVEREN

Bij uitzondering: vervangend document

Indien mogelijk: aanbiedingsbrief erbij!

Blijf in dialoog met de fondsen als je voelt dat criteria systematisch niet aansluiten op de praktijk: jij bent het veld

DO: WEES COMPLEET & CONCREET

LEVER/BESCHRIJF HET GEVRAAGDE

OF LEG UIT WAAROM JE DAT NIET DOET

**(lever evt. een alternatief → bv. geen jaarrekening?
onderbouw in een brief dat je goede zakelijke
begeleiding hebt van een partner)**

8. PITCH OP PAGINA 1

Wie ben je / wat ga je maken / waarom (aanleiding) /
wat wil je bereiken (kwalitatief/kwantitatief)

**tip: test je pitch op een bekende van 'buiten' de
sector**

8. PITCH OP PAGINA 1

Deze samenvatting plaatst je hele plan in perspectief en creëert een logische samenhang / navolgbaarheid van je keuzes. Voeg dit toe aan het begin. Je wil er als lezer niet pas op pagina 3 achter komen wat je precies gaat maken/voor wie en waar.

tip: voeg evt. één (voor)pagina met de 'wapenfeiten' van je project: de pitch/samenvatting, je team, je samenwerkingspartners, de waar, wanneer

9. MOTIVEER JE KEUZES

10. MAAK HET GROTER DAN JEZELF (EN JE PROJECT)

11. *NAMEDROPPING*: DO & DON'T

→ ga er niet vanuit dat ze jou en je werk kennen of Googlen (dus noem expliciet in je plan)

→ ga er óók niet vanuit dat ze géén navraag of onderzoek doen naar bv andere (financiële) partners die je noemt

9. MOTIVEER JE KEUZES

10. MAAK HET GROTER DAN JEZELF (EN JE PROJECT)

11. *NAMEDROPPING: DO & DON'T*

12. LAAT ANDEREN VOOR DE KWALITEIT VAN JE WERK SPREKEN

(referenties, quotes van vakmensen, juryrapporten etc.)

9. MOTIVEER JE KEUZES

10. MAAK HET GROTER DAN JEZELF (EN JE PROJECT)

11. *NAMEDROPPING*: DO & DON'T

12. LAAT (OOK) ANDEREN VOOR JE SPREKEN

13. INSPIRATIE & EIGENHEID

14. FONDSENWERVING = GEEN EENRICHTINGSVERKEER

onderhoud de relatie.

15. HELDER PLAN = BETER BEGROTEN

**1. SUBSIDIEAANVRAAG = INTEGRAAL ONDERDEEL VAN JE PLAN.
GEBRUIK HET ALS ZODANIG.**

2. BEGIN OP TIJD, NEEM JE PLANNING SERIEUS (GO/NO GO)

3. ZOEK JE MATCH, KIJK AF BIJ ANDEREN

4. SCHERP JE BASISPLAN AAN PER FONDS

**5. VIND DE BALANS IN (VASTE) AFSPRAKEN & AMBITIES
deel het eventueel op in 'nog niet bepaald - in optie - bevestigd'**

**6. HOE CONCRETER, HOE BETER
neem je lezer mee in werkwijze**

7. WEES COMPLEET

en beargumenteer/leg uit wanneer dat niet kan (bv in aanbiedingsbrief)

8. PITCH / SAMENVATTING / CASE FOR SUPPORT

zo vroeg mogelijk in het plan, evt. een (voor)pagina met 'wapenfeiten'

9. MOTIVEER JE KEUZES

10. MAAK HET GROTER DAN JEZELF (EN JE PROJECT)

11. *NAMEDROPPING*: DO & DON'T

12. LAAT (OOK) ANDEREN VOOR JE SPREKEN

13. INSPIRATIE & EIGENHEID

gebruik je sterke kanten (storytelling, vormgeving, schrijftalent, filosofische bespiegelingen en artistieke inspiratiebronnen), je creativiteit en je persoonlijke kunstenaarsvisie: gedrevenheid en authenticiteit zijn belangrijker dan de zgnd. 'beleidstaal'

14. FONDSENWERVING IS GEEN EENRICHTINGSVERKEER

onderhoud de relatie, stel ze op de hoogte van wijzigingen. Bel/mail de adviseurs van de fondsen, zij kunnen vóór het indienen vaak nog feedback leveren op je project (idem voor adviesorganen zoals Cultuur + Ondernemen en Schakel025).

15. HELDER & DOORDACHT PLAN

→ **BETERE BEGROTING**