



## Hoe schrijf ik een projectplan?

[bron: VSBfonds, <https://www.vsbfonds.nl/media/1424/vsbfonds-cursus-fondsenwerving.pdf>]

Een projectplan is een startdocument dat de uitvoering en de beoordeling van een project ondersteunt. Met een degelijk projectplan heeft u een instrument in handen om de voortgang te bewaken, loopt u minder risico onvoorziene problemen tegen te komen en kunt u na afloop uw project beoordelen.

Maar het projectplan komt niet enkel uw interne organisatie ten goede. Een goed projectplan, biedt buitenstaanders een overzichtelijk en compleet beeld van uw project; dus ook potentiële financiers van uw project. Daarom speelt het een belangrijke rol bij fondsaanvragen.

Het projectplan geeft antwoord op de vijf hoofdvragen over uw project:

- Wat?
- Waarom?
- Hoe?
- Wanneer? Met wie?

### Tips bij het schrijven

- De uitvoerende taken kunnen pas starten wanneer het projectplan gereed is. Begin daarom op tijd met schrijven
- Houd daarbij goed voor ogen voor wie u het projectplan schrijft. Ga niet uit van voorkennis bij de lezer
- Een projectplan hoeft niet per se een saai formeel document te zijn. Gebruik pakkende, aansprekende beelden
- En bent u eenmaal klaar met schrijven, laat dan mensen meelezen, op inhoudsniveau en op taalniveau
- Formuleer SMART

### SMART formuleren

SMART formuleren betekent realistische, meetbare en haalbare doelstellingen formuleren en daar een tijdsfad aan koppelen. Dan begrijpt iedereen meteen wat u bedoelt. U voorkomt hiermee onduidelijkheid en daarmee vertraging en uitstel. En de kans wordt groter dat u uw doelen haalt.

SMART is een afkorting:

- **Specifiek** Formuleer uw doelstelling precies, dan wordt het gemakkelijker om er invulling aan te geven. Een vage doelstelling, zoals “We willen de sfeer in de buurt verbeteren”, is vaak alleen maar de uitdrukking van de wens om een bestaande situatie te veranderen. Een SMART geformuleerd doel beschrijft een bepaald resultaat, niet een inspanning. Omschrijf het doel als concreet gedrag. Bijvoorbeeld: “Om de sfeer in te buurt te verbeteren starten we op 7 september in het buurthuis een wekelijkse inloopavond met elke week een andere activiteit. Iedereen is daarbij welkom.”
- **Meetbaar** Hoeveel gaan we doen? Wat is er gebeurd als het klaar is? Een SMART-doel beschrijft een waarneembaar resultaat waar u een getal, een bedrag of een percentage aan kunt koppelen. Als het mogelijk is, moet u het resultaat kunnen zien, horen, proeven, ruiken of voelen.
- **Acceptabel** Is er draagvlak voor wat u gaat doen? Een SMART-doel is in lijn met het beleid en de doelstellingen van uw organisatie. En is afgestemd met de doelgroep. Het moet voor alle betrokkenen duidelijk en acceptabel zijn waarom dit project nodig is.

Op die manier zullen mensen zich eerder aan de doelstelling verbinden. En daardoor is de kans groter dat het doel wordt gehaald.

- **Realistisch** Is het doel haalbaar? Is er een uitvoerbaar plan met aanvaardbare inspanningen? Een SMART-doel houdt rekening met de praktijk. Alleen een realistisch en bereikbaar doel motiveert mensen. Stel uzelf de vraag of de betrokkenen de gevraagde resultaten daadwerkelijk kunnen bewerkstelligen. Hebben ze voldoende knowhow, capaciteiten, middelen en bevoegdheden?
- **Tijdgebonden** Wanneer beginnen we? Wanneer zijn we klaar? Wanneer is het doel bereikt? Een SMART-doelstelling heeft een duidelijke startdatum en einddatum.

### **Bouwstenen van een projectplan**

Hieronder vindt u de belangrijkste bouwstenen voor een goed projectplan. Ze zijn gebaseerd op een veel gebruikte structuur, maar niet de enige goede. De inhoud van het projectplan is namelijk afhankelijk van het soort project dat u gaat realiseren. Voelt u zich vrij om meer onderwerpen in het projectplan op te nemen en ze in een andere volgorde te presenteren.

#### **1. Aanleiding**

Waarom wilt u dit project realiseren? Wat is de noodzaak?

De beschrijving van de aanleiding voor uw project is de aanloop naar de beschrijving van wat u gaat doen. Vertel in deze paragraaf wat er aan het project voorafgegaan is: • Hoe bent u op het idee gekomen? • Welke omstandigheden brachten u ertoe om uitgerekend dit project te starten? • Waarom wilt u dat nu doen en niet eerder of later? • Is er misschien een bijzondere gelegenheid, een jubileum? • Zijn er speciale kansen of bedreigingen die aanleiding vormen voor het project? • Heeft u een schrijnende mistoestand gezien, een probleem of gemis?

Een vraag die bij het schrijven van deze paragraaf kan helpen is: 'Wat gebeurt er als het project niet gestart wordt?' Ook kunt u in dit onderdeel aangeven of er een relatie is met andere projecten. Vergeet niet te vermelden hoe het project past in het beleid van uw organisatie.

#### **2. Doelstelling en Resultaten**

Wat wilt u concreet bereiken met het project? Wat wilt u dat er veranderd is nadat het project is afgerond? De doelstelling lost een probleem op, of geeft invulling aan een kans. De doelen van uw organisatie klinken door in de doelstelling van uw project.

Maak duidelijk onderscheid tussen het doel wat u wilt bereiken, wat u met het project wilt realiseren of veranderen. En met de concrete resultaten die u wilt realiseren om dat doel te bereiken.

#### **3. Doelgroep**

Voor wie gaat u dit project doen? Beschrijf de doelgroep: zijn de mensen oud of jong, hoog geschoold of ongeschoold? Arm of rijk? Man of vrouw? Gezond of gehandicapt? Heeft de doelgroep aangegeven behoefte te hebben aan de doelen die u stelt? Zijn er uitspraken van de doelgroep die dat verwoorden? Citeer ze dan in dit onderdeel.

Beschrijf ook hoeveel mensen u denkt te bereiken; indien van toepassing opgesplitst naar subdoelgroep. In de les Definiëren van doelgroepen vindt u meer informatie over dit onderwerp.



#### 4. *Inhoud project*

Wat gaat u precies doen? De concrete activiteiten, daar gaat het hier om. Maak die zo concreet en visueel mogelijk. Beschrijf de activiteiten die u gaat ondernemen om uw doel te realiseren. Beschrijf welke stappen u wilt zetten en in welke volgorde u de activiteiten plant. Wees concreet, maar vergeet de zachtere resultaten niet: de effecten van je project die zich niet zo makkelijk laten meten.

Geef daarbij aan waarom u verwacht dat deze aanpak effectief is om uw doel te bereiken. Is er misschien onderzoek of heeft u eerdere ervaringen binnen uw eigen organisatie of elders?

#### 5. *Uitvoering*

Wie gaan het project uitvoeren? Wie is de projectleider, wie zijn de projectmedewerkers en andere (in- en externe) betrokkenen?

Beschrijf wie welke verantwoordelijkheden heeft, wie wat gaat doen en hoe besluiten worden genomen. Geef daarbij ook aan hoe de projectactiviteiten zich verhouden tot de reguliere activiteiten van uw organisatie.

Met wie werkt u samen? Denk daarbij aan zusterorganisaties, partners met specifieke expertise, media, steun van ambassadeurs en 'Vrienden van'. Beschrijf waarom u uitgerkend met deze partijen samenwerkt en wat hun taken zijn.

In het algemeen geldt dat samenwerking met andere partijen het project efficiënter maakt. Voor fondsen wordt het daardoor mogelijk aantrekkelijker om u te ondersteunen. Als u samenwerkt met andere organisaties in het project, verdeel dan helder verantwoordelijkheden en taken van de diverse partners, en maak ook goed duidelijk aan het fonds wie de projectleider en leidende organisatie is en dus ook de formeel aansprakelijke aanvrager.

#### 6. *Planning en looptijd project*

Wanneer begint u? Wat is de beoogde einddatum? En welke belangrijke mijlpalen zitten daartussen?

Schrijf uw planning op hoofdlijnen, niet in detail. Voor fondsen zijn beslismomenten die het gehele project betreffen van belang. Details kunt u beschrijven in uw eigen projectplanning. Maar dat document maakt geen deel uit van de aanvraagprocedure.

Let op! De meeste fondsen willen uw aanvraag een aantal maanden voor de start van uw project ontvangen. Ze hebben die tijd nodig om uw aanvraag te onderzoeken en te beoordelen en willen een besluit nemen voordat u met het project van start gaat.

#### 7. *Marketing en Communicatie*

Hoe zorgt u ervoor dat u uw doelgroep of publiek bereikt? Hoe wilt u vrijwilligers werven en hoe krijgt u aandacht van de doelgroep en de pers?

Dat beschrijft u in deze paragraaf aan de hand van een communicatieplan. Daarin staat beschreven welke doelgroep op welk moment met welke middelen van communicatie wordt voorzien.

## 8. Financiën

Naast tijd heeft u middelen nodig. Wat gaat dat allemaal kosten?

Bij een aanvraag voegt u een begroting toe en een dekkingsplan. In de les Begroting en dekkingsplan vindt u meer informatie over deze onderwerpen.

In een projectplan beschrijft u de kosten op hoofdlijnen. Die kosten baseert u op de deelactiviteiten van uw project. Denk bijvoorbeeld aan materiaalkosten en personele kosten.

Zie bij die laatste post de interne arbeidskosten niet over het hoofd. Denk ook op de langere termijn: wat is er nodig om uw project te kunnen laten voortbestaan? Wat zijn eenmalige kosten en wat zijn terugkerende kosten?

Tip! Stel een begroting niet alleen op. Vraag input en ondersteuning bij de financieel deskundigen in uw organisatie.

## 9. Evaluatie

Gaat u evalueren? Mooi zo! Dat is verstandig.

Beschrijf voor u begint wat u gaat evalueren en hoe u dat gaat doen. De overige paragrafen van het projectplan kunnen daarbij een leidraad vormen; daar staat immers alles in.

Met wie u gaat evalueren? Doet u dat enkel met intern betrokkenen of nodigt u ook externe deskundigen uit? Een nulmeting om de startsituatie te beschrijven is van belang. Dan kunt u na afloop van uw project vaststellen wat u van uw doelstelling bereikt hebt.

Tot slot Een goed projectplan biedt geen garantie voor een succesvolle fondsenwerving. Daar is meer voor nodig. Maar een goed projectplan helpt wel om een fonds te overtuigen. Bovendien is het een noodzakelijk hulpmiddel om uw project goed te laten verlopen.

Het Jans Smeets Fonds is onderdeel van de provinciale popkoepel Pop in Limburg. Pop in Limburg is een door de Provincie Limburg gesubsidieerde organisatie die zich op een breed terrein inzet voor de ondersteuning en ontwikkeling van de Limburgse popcultuur. Pop in Limburg is partner in het landelijke poporgaan POPnl en de Muziekhub Zuid-Nederland.

Contact: Mauritslaan 23, 6161HP Geleen • +31(0)46 202 1360 • info@popinlimburg.nl • www.popinlimburg.nl • IBAN: NL84 RABO 0137 7390 28