



Een succesvol project in 10 stappen

Checklist voor vrijwilligers

Partoer
CMO Fryslân





Inhoud

Waarom deze checklist?	3
Stap 1: Onderzoek of het project haalbaar is	5
Stap 2: Bepaal het doel	7
Stap 3: Bepaal de doelgroep	8
Stap 4: Bepaal de duur van het project	9
Stap 5: Hoe is het project georganiseerd?	10
Stap 6: Maak een actieplan	12
Stap 7: Maak een communicatieplan	14
Stap 8: Zet op een rij wat u nodig heeft	16
Stap 9: Maak een begroting en dekkingsplan	17
Stap 10: Evalueer het project	19
Meer weten?	20
Bijlage: de 10 stappen in het kort	21



Waarom deze checklist?

Het organiseren van een buurtfeest of markt. Het herinrichten van een kaatsveld. Het opzetten van een steunpunt of een virtueel dorpsplein. Het ontwikkelen van een vaarroute of wandelpad. Zomaar een greep uit de vele voorbeelden van succesvolle projecten die de afgelopen tijd door vrijwilligers in Fryslân zijn uitgevoerd. Een succesvol project begint met een goed idee, maar een goed idee alleen leidt niet automatisch tot een succesvol project. Met deze checklist willen we iedereen helpen die van een goed idee een project wil maken.

Loopt u met een projectidee rond waarmee u graag aan de slag wil? Dan is deze checklist iets voor u. Aan de hand van 10 overzichtelijke stappen helpt de checklist u om een project op te zetten en uit te voeren. Van het onderzoek naar de haalbaarheid tot de evaluatie van het resultaat. Uiteindelijk doel is om burgers en verenigingen te stimuleren om aan de slag te gaan en zo de leefbaarheid van dorp of wijk te vergroten. Ander doel is het versterken van vrijwilligerswerk dat zo'n belangrijke functie heeft, met name in een plattelandsprovincie als Fryslân.

Wat is een project?

Voor we aan de slag gaan, stellen we ons eerst de vraag wat een project eigenlijk is. Een project bestaat uit een of meer activiteiten die binnen een bepaalde periode worden uitgevoerd. Een project is dus altijd tijdelijk en heeft een duidelijk begin en einde. Een project ontstaat uit een vraag, een probleem, een behoefte of een tekort. Bijvoorbeeld: hoe kunnen we het voorzieningenniveau in ons dorp behouden? Hoe kunnen we ervoor zorgen dat de jeugd voldoende en veilige ruimte heeft om buiten te zijn? Of: hoe kunnen we meer

toeristen naar de regio trekken? Een project heeft een duidelijk einddoel en moet binnen bepaalde voorwaarden worden uitgevoerd. Bijvoorbeeld voor de zomer (tijd) of voor een bedrag van maximaal € 5.000,- (geld).

Eerst nadenken, dan doen

Is mijn project eigenlijk wel uitvoerbaar? Wie is mijn doelgroep? Hoe kan ik ze bereiken? Welke mensen en materialen heb ik nodig? Hoe zorg ik voor publiciteit? Heb ik voldoende budget? Hoeveel tijd heb ik nodig om een en ander te organiseren? Hoe zorg ik dat ik voldoende geld heb? Hoe klein of bescheiden een project ook is, het is altijd raadzaam van te voren goed na te denken over de opzet en uitvoering. Dat voorkomt teleurstellingen achteraf. Bezint eer ge begint! Het is beter niet aan een project te beginnen dan halverwege in de uitvoering te stranden.

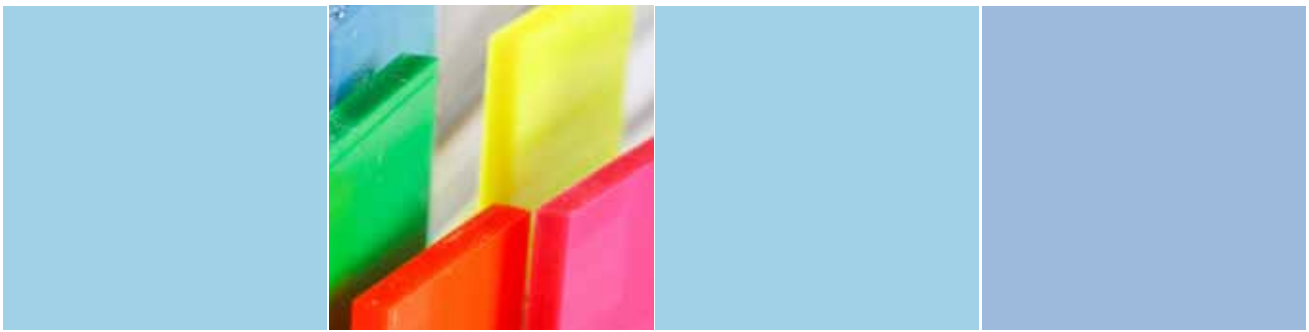
Projectplan als basis

Basis voor elk project is een projectplan, kort of uitgebreid. In het projectplan beschrijft u de inhoud van het project en de stappen die achtereenvolgens nodig zijn om het project te realiseren. Een goed projectplan is te

Checklist!

Hoe herken ik een project?

- Een project
- bestaat uit een of meer activiteiten
- heeft een concreet omschreven einddoel
- heeft een duidelijk omschreven begin en einde
- moet binnen bepaalde voorwaarden worden uitgevoerd



gebruiken als een soort spoorboekje bij de uitvoering. Daarnaast kunt u het projectplan gebruiken als u het project moet presenteren bij samenwerkingspartners of fondsen. De 10 stappen in deze handleiding helpen u bij het schrijven van een dergelijk plan. Bij de uitvoering kunnen de stappen worden gebruikt als checklist. Maak het projectplan nooit langer dan nodig is! Laat het projectplan ter controle altijd door iemand anders lezen.

Goede voorbeelden

Gelukkig hoeft u het wiel niet uit te vinden. Talloze anderen gingen u voor. Daarom verwijzen we in deze checklist geregeld naar goede voorbeelden. Van goede voorbeelden kunt u leren. U kunt succesvolle aanpakken overnemen of bekijken welke oplossingen anderen hebben gevonden voor de vragen waar u nu mee zit. U ziet hoe resultaten tot stand

komen en welke teleurstellingen moesten worden overwonnen. Zo kunt u van te voren al veel valkuilen vermijden. Ook kunnen voorbeelden inspireren om werk te maken van uw idee. Meer voorbeelden vindt u op www.frijwilligerswurk.nl.

Leeswijzer

Hierna gaan we in tien stappen van idee naar project. Elke stap is een apart hoofdstuk. Naast 'theorie' bevat elke stap ook veel praktijkinformatie. Aan het eind van elk hoofdstuk vatten we de informatie voor u samen in een handige checklist. In de bijlage zetten we alle stappen en de belangrijkste vragen per stap overzichtelijk bij elkaar. Handig om te kopiëren en op te hangen. Een digitale versie van deze handleiding staat op www.frijwilligerswurk.nl. Aan de slag!

Tip!

Inspiratie nodig?

Op www.frijwilligerswurk.nl vindt u voorbeelden van succesvolle projecten in Fryslân. U kunt zoeken op thema, plaats, naam van het project en trefwoord. Klik op de button 'goede voorbeelden'.

Checklist!

Wat staat er in een projectplan?

- Naam en korte omschrijving van het project
- Aanleiding
- Doel en doelgroep
- Organisatie en samenwerkingspartners
- Plan van aanpak: wie doet wat en wanneer?
- Middelen
- Eisen: wanneer is het project geslaagd?
- Evaluatie
- Begroting



STAP 1

Onderzoek of het project haalbaar is

Als een project niet haalbaar is, kunt u er beter niet aan beginnen. Dat klinkt logisch. Toch gebeurt het maar al te vaak dat pas veel te laat duidelijk wordt dat een project niet te realiseren is. Bijvoorbeeld omdat het project te duur dreigt te worden of niet binnen de gestelde tijd kan worden uitgevoerd. Het is dus goed eerst stil te staan bij de kans op succes van het project. Op basis van die analyse neemt u een besluit. Doorgaan of niet? Go or no go?

Tijdens deze eerste stap onderzoekt u dus of van het idee een project te maken is. U maakt een inschatting van de kans op succes. U gaat bijvoorbeeld na hoe het idee is ontstaan. Waarom wilt u het project starten? Wie kwam met het idee? Wanneer? Waar? Natuurlijk stelt u zich de vraag of het project bij uw vereniging of in uw buurt past. Sluit het aan bij uw visie, uw taken of doelen, andere projecten? Ook gaat u na of anderen al een vergelijkbaar project uitvoeren. Kunt u het beter dan zij? Of doen zij het beter dan u ooit zult kunnen?

Leren van anderen

Is het idee nieuw? Zo nee, kan een vergelijkbaar project ons helpen? Hoe succesvol was dat andere project? Maak gebruik van ervaringen van anderen. Maak een afspraak met een vereniging die al een vergelijkbaar project uit heeft gevoerd. Over het algemeen vinden mensen het leuk om over hun project te praten.

Draagvlak?

Ook bekijkt u of het idee kan rekenen op steun. Wie is enthousiast? Alleen bestuursleden of ook leden van de vereniging? Werkgroepleden?

Potentiële deelnemers? Vrijwilligers? Waar komt eventuele weerstand vandaan en wat kunt u eraan doen? Als er weinig enthousiasme is, wil dat overigens nog niet zeggen dat u niet aan het project moet beginnen. Reken er in dat geval wel op dat u mensen gaandeweg het project voor uw idee zult moeten winnen. Bovendien zal het meer moeite kosten om mensen te vinden die u willen helpen. Goed om bij stil te staan.

Tijd, middelen en geld

Ook is het zinvol een eerste inschatting te maken van de benodigde tijd, middelen en de kosten van het project. Lukt het inderdaad om binnen twee maanden resultaat te boeken of is dat op voorhand al niet haalbaar? Zijn er voldoende vrijwilligers om het project te draaien? Wilt u samenwerken met anderen? Willen die dat ook? Wat gaat het project globaal kosten en hoe komt u aan het geld? Zijn de locaties en middelen beschikbaar tegen de tijd dat u ze nodig heeft? Een mooi voorbeeld is het project van de Vereniging voor Dorpsbelang Marssum (zie kader). Het project was niet mogelijk geweest zonder inzet van vrijwilligers en subsidies.

Goed voorbeeld!

In het Friese dorp Marssum wordt het steeds stiller. De bevolking vergrijsd. Het aantal verenigingen loopt terug en enkele winkels sloten inmiddels hun deuren. Met alle gevolgen van dien voor de leefbaarheid van het dorp. De Vereniging voor Dorpsbelang Marssum onderzoekt de mogelijkheden voor het behoud van een bakkerswinkel en komt met een haalbaar concept: een bakkerswinkel met Dorpsbelang Marssum als eigenaar en een externe partij als exploitant. 'Dit project was niet mogelijk geweest zonder de inzet van vrijwilligers en subsidies. Er is zoveel geld mee gemoeid, dat haal je er nooit uit met de verkoop van brood, koek en gebak'.



Hulpmiddel SWOT

Een handige methode om de haalbaarheid van het project te onderzoeken, is de SWOT-analyse. De vier letters staan voor Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats. Oftewel: wat zijn de sterke en zwakke kanten van het project of je eigen organisatie, en welke kansen en bedreigingen zijn er? De sterke en zwakke kanten gaan over de 'binnenkant' van het project. Waar bent u goed in en waarin niet? De kansen en bedreigingen gaan over de 'buitenkant'. Welke positieve ontwikkelingen zijn er, welke mogelijkheden dienen zich aan of kunt u zelf creëren? En welke negatieve

ontwikkelingen zijn er? Wat is een gevaar voor het project? Een SWOT-analyse kunt u samen met anderen maken. Zo creëert u al in een vroegtijdig stadium draagvlak voor het project. Meer weten? Kijk bijvoorbeeld eens op www.movisie.nl.

Go of no go?

Alle verzamelde informatie helpt u bij het maken van het besluit: gaan we door of niet? Besluit u dat het haalbaar moet zijn om van het idee een project te maken, dan begint het echte werk pas echt. Ga door naar stap 2!

Checklist!

Stap 1: Onderzoek of het project haalbaar is

- Hoe is het idee ontstaan? Bij wie, wanneer, waar?
- Past het project bij ons? Bij visie, taken, doelen of andere projecten?
- Voeren anderen vergelijkbare projecten uit? Waarom kunnen wij het beter?
Zijn er goede voorbeelden waar we van kunnen leren?
- Is er draagvlak voor het project? Waarom wel? Waarom niet?
- Wat levert een eerste inschatting van tijd, middelen en geld op?
- Wat zegt een SWOT-analyse over kansen en bedreigingen?
- Kan het project succes hebben? Gaan we door of niet?



STAP 2

Bepaal het doel

Nu u besloten heeft om uw idee uit te voeren in de vorm van een project, stelt u zich de vraag wat u met het project wilt bereiken. Alleen met een helder doel vooraf, kunt u achteraf bepalen of het project een succes is. Stap 2 luidt dan ook: bepaal het doel!

Stel uzelf de vraag waar het project een bijdrage aan moet leveren. Wat is er straks gerealiseerd? Wat is er veranderd? Wat is zichtbaar als het project klaar is? Welk product ligt er? Het goed formuleren van doelen is belangrijk en kan u helpen bij het maken van een plan van aanpak (zie stap 6). Aan de doelen kunt u later activiteiten hangen ('wat moeten we doen om dit doel te halen?'). Per activiteit bepaalt u wie het doet en wanneer het klaar moet zijn.

Concrete doelen

Omschrijf doel en resultaat zo concreet mogelijk. Ontwikkelt u 10 of 20 wandelroutes? Ligt er straks een handboek of een kant en klare cursus? Is het doel op 1 juli of 1 september behaald? Splits een doel indien nodig uit in een aantal subdoelen. De doelen vorm het uitgangspunt voor het formuleren van activiteiten in het actieplan (zie stap 6).

Tip!

Zo?

- We willen vrouwen meer kans geven op werk

Zo!

- Als het project afgelopen is, hebben dertig vrouwen werk of volgen een opleiding
- Tien vrouwen hebben voor 31 december een basiscursus omgaan met computers met succes afgerond en kunnen zelfstandig de computer gebruiken

Checklist!

Stap 2: Bepaal het doel

- Omschrijf de (sub)doelen zo concreet mogelijk: wanneer is wat gerealiseerd?
- Welke producten moeten worden opgeleverd?



STAP 3

Bepaal de doelgroep

Na het formuleren van de doelen van het project, gaat u na op wie het project zich richt. Wie is de doelgroep? En niet onbelangrijk: wat wil de doelgroep eigenlijk? Die vraag stelt u zichzelf bij stap 3.

Probeer zo duidelijk mogelijk te omschrijven voor wie het project is bedoeld. Verbijzonder bijvoorbeeld naar leeftijd(sgroep), sekse, etniciteit, regionale herkomst (dorp, stad, wijk, regio), beroep (bijvoorbeeld werkend of werkzoekend), bezigheid (bijvoorbeeld: recreant, 65-plusser) en interesse (bijvoorbeeld: wandelaar, fietser).

Bereik

Probeer ook een inschatting te maken van het aantal mensen (deelnemers) dat u met het project wilt bereiken. Dat is later handig, bijvoorbeeld bij het bepalen van de kosten voor bijvoorbeeld de catering of het drukwerk. Organiseert u een feest of een bijeenkomst in het dorp, verwacht dan niet dat alle dorpsbewoners komen, maar ga uit van een reëel opkomstpercentage. Het is ook handig om te weten of er een maximum of minimum is. Heeft u een bepaalde locatie op het oog, dan bent u vaak gebonden aan een maximaal aantal deelnemers. Ga ook na hoeveel mensen u minimaal wilt bereiken om uit de kosten te komen.

Wat wil de doelgroep?

U richt zich op een bepaalde doelgroep, maar is de doelgroep wel geïnteresseerd in het project? Met andere woorden: hoe kunt u het project zo inrichten dat u de doelgroep ook daadwerkelijk bereikt? Stel uzelf bijvoorbeeld de vraag: waarom zou de doelgroep meedoen? Probeer in de huid van de doelgroep te kruipen. Hoe denkt de doelgroep? Wat wil de doelgroep?

Hoe kunt u ze verleiden en wat willen ze juist niet? Met welke argumenten trekt u ze over de streep? Het is een goed idee om leden van de doelgroep te betrekken bij de organisatie van het project (zie ook stap 5). Zet ze in een klankbordgroep en laat ze meedenken over de aanpak. Zij kennen de doelgroep tenslotte het best. Ook kunt u een enquête houden naar de wensen van de doelgroep, zoals is gebeurd in het project Blauwhûs (zie kader).

Goed voorbeeld!

Hoe kunnen de activiteiten voor oudere inwoners van Blauwhûs tijdelijk worden voortgezet in de periode dat het Teatskehûs wordt gesloopt en opnieuw wordt opgebouwd? Het ging daarbij om bestaande activiteiten en voorzieningen die niet graag gemist worden in een dorp: het koersbalspel en jeu de boules, biljarten, de soos(kaarten), volksdansen, bibliotheek en de kapper. Deze activiteiten hebben allemaal een tijdelijk onderdak gevonden en zijn tijdens de bouw van het Taetskehûs gewoon doorgedaan, bijvoorbeeld in het café en de pastorie. Een enquête onder 55-plussers uit Blauwhûs en omstreken leverde nog meer projectideeën op. Zo vonden er regelmatig koffieochtenden plaats in de pastorie en daaraan waren activiteiten verbonden. Ook nu de verbouwing klaar is, komen veel bewoners uit de regio voor activiteiten naar het Taetskehûs.

Checklist!

Stap 3: Bepaal de doelgroep

- Voor wie is het project bedoeld?
- Hoeveel mensen wilt u bereiken?
- Is er een minimum en maximum aan het aantal deelnemers?
- Maak een inschatting van de grootte van de doelgroep en het bereik van het project
- Waarom zou het project de doelgroep aanspreken?
- Eventueel: laat leden van de doelgroep meedenken over het project



STAP 4

Bepaal de duur van het project

Een project heeft een duidelijk omschreven begin en einde. Het is goed voor alle betrokkenen bij het project dat ze weten wanneer het project start en wanneer het is afgerond. Hoelang is betrokkenheid gewenst? Wanneer moet het resultaat zichtbaar zijn? Stap 4: bepaal de duur van het project.

De duur van een project ligt vast nadat startdatum en datum van afronding zijn bepaald. Vaak bent u vrij in de keuze van begin en eind, maar soms ook niet. In alle gevallen is het belangrijk realistisch te zijn: maak een planning die haalbaar is. Start niet voordat alle voorbereiding zijn afgerond. U doet er goed aan ook rekening te houden met de doorlooptijd van eventuele aanvragen van subsidies, vergunningen en ontheffingen. Valt een besluit op een subsidieaanvraag niet voor 1 juli te verwachten en is doorgang van het project van de subsidie afhankelijk, dan is starten op 1 juli niet realistisch.

Soms staat duur vast

Vaak zijn begin en einde van een project wel bepaald. Bijvoorbeeld als een subsidiegever voor een bepaalde datum resultaat verlangt (zie kader). Ook dan blijft realisme geboden. Is het echt niet haalbaar, kijk dan bijvoorbeeld of u ook een deelresultaat kunt leveren of dat de deadline toch kan worden verschoven. Soms zit u qua planning vast aan logisch

moment. Een kerstmarkt organiseert u in december en zomeractiviteiten voor de jeugd vinden doorgaans in de schoolvakanties plaats.

Fasering

Soms is het nodig of handig de looptijd van een project in te delen in een aantal fases. Dit is zeker het geval bij grotere projecten. Formuleer per fase een duidelijke deadline en een eindresultaat. Eventueel neemt u bij bepaalde fase ook een go/no go-moment op. Afhankelijk van het verloop van een bepaalde fase kunt u besluiten om door te gaan met het project of te stoppen.

Voortgang en rapportage

Bedenk van te voren ook hoe u de voortgang van het project gaat bewaken. Hoe komt u aan de informatie? Hoe laat u betrokkenen weten of de verschillende activiteiten op schema liggen? Wat doet u bij vertraging? Wie rapporteert u hierover en in welke vorm?

Goed voorbeeld!

Het kaatsveld van Hidaard wordt multifunctioneel gemaakt, zodat het voor meerdere doeleinden kan worden gebruikt. Het beeldbepalende karakter van het kaatsveld, met de dorpskerk, moet blijven bijdragen aan het karakteristieke terdorp. Het kaatsveld wordt een ontmoetingsveld. Versterking van de cohesie in het dorp, de gemeenschapszin en de leefbaarheid. Het project begint in 2008 en loopt over 2 à 3 jaar: 2008, 2009 en afronding in 2010. In verband met eisen van subsidiegevers moet het project uiterlijk op 1 september 2010 zijn afgerond.

Checklist!

Stap 4: Bepaal de duur van het project

- Wanneer start het project? Wanneer eindigt het project?
- Zijn er logische moment om te starten of te stoppen? Zijn er eisen van bijvoorbeeld subsidiegevers?
- Is de planning van het project haalbaar?
Ook gelet op het aanvragen van subsidies, vergunningen of ontheffingen?
- Moeten fases worden onderscheiden? Welke? Welke hoofdactiviteiten vinden per fase plaats?
- Zijn er mijlpalen of beslismomenten?
- Hoe wordt de voortgang bewaakt?
- Hoe wordt over de planning gerapporteerd?

Hoe is het project georganiseerd?

Een project staat of valt met een goede organisatie. Het is bijvoorbeeld belangrijk dat alle betrokkenen bij uw project weten wie waar verantwoordelijk is en wie wat doet. Ook moet u nadenken over een rechtsvorm. Onmisbaar als u juridische of financiële verplichtingen aangaat. Tijdens deze stap gaat u bovendien contacten leggen met andere organisaties. Wie heeft u nodig voor een vergunning of bij wie kunt u aankloppen voor raad en advies?

Voor het openen van een rekening of het aanvragen van subsidies is het nodig dat u een stichting of vereniging bent. Het eenvoudigst haakt u aan bij een bestaande organisatie. Dat scheelt tijd, kosten en veel rompslomp.

Aanhaken bij een bestaande organisatie

Bij de start maakt u als projectgroep duidelijke afspraken met de 'moederorganisatie' over de verdeling van taken en verantwoordelijkheden. De projectgroep en het stichtingsbestuur leggen hun afspraken vervolgens vast. De projectgroep krijgt vaak veel eigen verantwoordelijkheid onder het bestuur. In de afgesproken overlegvormen worden de activiteiten afgestemd. Denkt u ook aan praktische afspraken zoals wie roept de vergadering bijeen en wie notuleert de bijeenkomsten.

Zelf doen

Ook kunt u zelf een stichting oprichten. U moet een naam kiezen voor het project en de doelstelling duidelijk hebben. U stelt statuten op. De notaris zet alles zwart op wit.

Projectorganisatie

Hoe wilt u het project organiseren? Is er een bestuuroverleg? Wie zitten er in de projectgroep? Werkt u op deelthema's (bijvoorbeeld communicatie en financiën) met aparte werkgroepen? Misschien besluit u een klankbordgroep samen te stellen met leden van

de doelgroep (bijvoorbeeld bewoners). Zo zorgt u dat u steeds weet wat de doelgroep wil en werkt u aan draagvlak.

Overlegstructuur

Wie overlegt met wie? In welke bijeenkomst worden alle afspraken afgestemd zodat het totaal overzichtelijk blijft? Als de afspraken worden vastgelegd kan iedereen op de hoogte blijven van de vorderingen van het project. Daarom denkt u ook na over praktische zaken als rapportage, verslaglegging en postafhandeling.

Afhankelijk van anderen

Welke organisatie of groep hebt u nodig bij de uitvoering van de plannen? Begin met het benoemen van alle betrokken partijen. Stel daarna vast wat de rol is van ieder afzonderlijk. Wat moet aan wie gevraagd worden? Een voorbeeld: de gemeente gaat over vergunningen. Maar soms moet een andere instantie, bijvoorbeeld het waterschap, ook om vergunning gevraagd worden. Dit neemt vaak nogal wat tijd in beslag. Er moet dus in het begin van het project een aanvraag gedaan worden.

Ondersteuning

Soms is het mogelijk om hulp te krijgen bij het ontwikkelen van projecten. Een gemeenteambtenaar kan u bijvoorbeeld helpen bij het aanvragen van een subsidie

Tip!

Wat doet u als er zaken misgaan?

Sluit een aansprakelijkheidsverzekering af!



STAP 5

of vergunning. Welzijnsorganisaties werken regionaal en kunnen met hun kennis en ervaring het project ondersteunen. Ook provinciaal zijn diverse organisaties actief. Sport Fryslân heeft bijvoorbeeld veel kennis op het gebied van sportactiviteiten. Partoer is deskundig op het terrein van zorg en welzijn. Andere provinciale organisaties zijn bijvoorbeeld de ouderenbonden.

Aansluiten bij andere activiteiten?

In de omgeving van uw project kunnen zich activiteiten afspelen die een prachtige aanvulling zijn op wat u wilt doen. Of... het zijn juist activiteiten die concurrerend zijn. Zoek het overleg en probeer tot afstemming te komen. Zorg hoe dan ook voor een goede verstandhouding met externen.

Randvoorwaarden en specifieke eisen
Het is ook raadzaam u van te voren af te vragen of uw project aan bepaalde voorwaarden of eisen moet voldoen. Organiseert u

een popconcert dan probeert u hinder en geluidsoverlast zoveel mogelijk te voorkomen. Maar misschien zijn er ook wel regels op het gebied van hygiëne, veiligheid en gezondheid waar u zich aan moeten houden. Zijn er specifieke eisen? Bijvoorbeeld van toekomstige gebruikers, projectpartners, beheerders of vergunningverleners?

Vinger aan de pols

De kwaliteit bewaakt u door helder afspraken te maken over hoe u dingen doet. Met een gedetailleerde beschrijving van de projectonderdelen is het project goed te bewaken. Dit geldt ook voor het beheer van de financiën. Met het opstellen van een tijdsplan is het gemakkelijk om voortdurend na te gaan of het project op schema ligt of dat er bijstellingen nodig zijn. Maar kwaliteit is toch vooral een zaak van mensen. Zij zorgen voor goede afspraken en het nakomen van de afspraken op de juiste manier.

Tip!

Kijk voor organisaties die u kunnen helpen ook eens op www.frijwilligerswurk.nl

Checklist!

Stap 5: Hoe is het project georganiseerd

- Wie is de rechtspersoon (stichting of vereniging)?
- Hoe is het project georganiseerd? Is er een projectgroep?
 - Zijn er aparte werkgroepen?
 - Werkt u met een klankbordgroep?
- Wie doet wat in het project?
- Hoe worden afspraken vastgelegd?
- Met wie gaat u samenwerken?
- Van welke instanties bent u afhankelijk?
- Zijn er instanties die u kunnen ondersteunen?
- Kunt u bij bestaande activiteiten aansluiten? Welke?
- Zijn er randvoorwaarden? Welke? Denk aan veiligheid en gezondheid.
- Zijn er specifieke eisen? Bijvoorbeeld van toekomstige gebruikers, projectpartners, beheerders, vergunningverleners etc.?
- Hoe bewaakt u de kwaliteit van het project?



STAP 6

Maak een actieplan

Tijdens stap 2 heeft u de doelen en subdoelen van uw project geformuleerd. Nu gaat u de diepte in door de activiteiten te benoemen waarmee u die doelen gaat bereiken. In een helder en beknopt actieplan geeft u aan wie wat doet en voor wanneer. Voor de eigen projectorganisatie werkt het actieplan als een spoorboekje: zitten we nog op het goede spoor? Hoe ver zijn we met onze plannen?

Van doelen naar acties

Het actieplan geeft antwoord op de volgende vragen: wie doet wat, waarmee, waar, hoe en wanneer? Een actieplan ontstaat door vanuit de doelen activiteiten te onderscheiden. Per doel of subdoel benoemt u concrete activiteiten die dat doel moeten helpen realiseren. Aan elke activiteit hangt u vervolgens een naam en een deadline. Let er wel op dat alle activiteiten die u bedenkt passen bij het project. Het actieplan kan er als volgt uitzien: zie *schema*

Draaiboek

Als alle activiteiten benoemd zijn, kan duidelijk worden dat activiteiten verschillen in omvang en duur. Voor grotere activiteiten kan apart een

draaiboek worden gemaakt. Het draaiboek is een actieplan waarin zoveel mogelijk details worden benoemd. Hoe laat zijn de vrijwilligers aanwezig om op te bouwen? Hoe laat komen de muzikanten? Wie staat de pers te woord? Wie maakt foto's?

Wie doet wat?

Het projectteam zal waarschijnlijk niet alle activiteiten uit het actieplan zelf uitvoeren. Het aantrekken van vrijwilligers zet u op tijd in gang. Hoeveel vrijwilligers er nodig zijn, hangt af van wat er gebeuren moet. Moet er veel geregeld worden? Zijn er sprekers, lobbywerkers, schrijvers of doeners nodig?

voorbeeld: vul het schema in!

ACTIEPLAN						
Doel	Wat moet er gebeuren?	Wat is er voor nodig?	Wie doet het?	Wanneer? (maand, jaar)	Waar?	Afgerond? (datum)



STAP 6

Ook het tijdstip waarop de mensen actief moeten zijn probeert u in te schatten. Iemand met verstand van websites vraagt u al in het beginstadium van het project.

Wanneer?

De activiteiten zet u in de tijd uit. Probeer een inschatting te maken van de tijd die nodig is voor een activiteit. U maakt een planning met mijlpalen en beslismomenten. Om de

voortgang te bewaken is op vergaderingen de stand van zaken geregeld aan de orde.

Middelen en materialen

Het actieplan geeft een helder overzicht van activiteiten. Dit maakt het voor u mogelijk om per activiteit de kosten te berekenen. Ook gaat u per activiteit na welke materialen u nodig heeft. Meer hierover bij stap 8.

Tip!

Denk bij acties ook eens aan:

- Het betrekken van de doelgroep bij het project. U kunt een klankbordgroep samenstellen of een peiling onder de doelgroep houden. Welke benadering kiest u? Schriftelijk? Mondeling? Op welk tijdstip moet dat plaats vinden? Laatstgenoemde is soms een strategische keuze: bijvoorbeeld niet vlak voor een vakantie.
- Het schrijven van een communicatieplan (zie stap 7). Wie doet dat en voor wanneer?
- De afronding. Daar hoort bij: evaluatie en financiële afwikkeling. Misschien wilt u mensen bedanken. Hoe gaat u dat doen? Als hiervoor een activiteit georganiseerd wordt is dat een onderdeel van het actieplan. Bedanken kan ook schriftelijk, mondeling of per mail.

Checklist!

Stap 6: Maak een actieplan

- Wat moet er gebeuren om de doelen uit stap 2 te bereiken?
- Wie doet wat?
- Wanneer moeten de activiteiten zijn afgerond?
- Wat is er nodig voor de activiteiten? Denk ook aan het aanvragen van vergunningen of ontheffingen.
- Waar vinden de activiteiten plaats?
- Voor welke activiteiten moet een apart draaiboek komen?



STAP 7

Maak een communicatieplan

Na het opstellen van het actieplan heeft u goed in beeld wat u gaat doen. Maar hoe zorgt u ervoor dat anderen ook weten wat u gaat doen? Communicatie helpt u om het project zichtbaar te maken. Bijvoorbeeld bij bewoners, deelnemers, politiek, bedrijfsleven... kortom iedereen die u nodig heeft om van uw project een succes te maken. Hoe zorgt u dat mensen geïnformeerd, betrokken en enthousiast zijn en blijven? Welke boodschap brengt u over? Welke middelen zet u in? De antwoorden staan in het communicatieplan. Dat is stap 7.

Wat staat er in een communicatieplan?

In het communicatieplan zet u op een rij hoe u de communicatie aanpakt. Stel u allereerst de vraag wat u met communicatie wil bereiken. Bekendheid geven aan het project? Deelnemers werven? Draagvlak en betrokkenheid organiseren bij bijvoorbeeld buurtbewoners of de politiek? Overdragen van informatie? Weet u wat u wilt bereiken, dan bekijkt hoe u dit doet en met inzet van welke middelen. Elk doel vraagt om andere middelen. Het informeren van mensen doet u bijvoorbeeld met een website of een brochure. Om deelnemers te werven moet u misschien een advertentie zetten of flyers uitdelen in de winkelstraat. Wat u ook doet, het communicatieplan helpt u om de organisatie van de communicatie inzichtelijk te maken.

Taakverdeling

In het communicatieplan staat wanneer u bijvoorbeeld mededelingen, oproepen of persberichten de deur uit doet. Maak één of meer personen binnen het project verantwoordelijk voor communicatie, bijvoorbeeld in de vorm van een speciale werkgroep. Er zijn altijd wel

mensen met creatieve ideeën en een vlotte pen. Deze mensen houden onder andere een actuele lijst bij van personen die bij het project betrokken zijn of over het project moeten weten. Deze lijst kan tijdens het proces groeien. Sommige communicatieactiviteiten kosten geld. Dit moet opgevoerd worden op de begroting.

Informatie verspreiden

Om bekendheid aan het project te geven, stuurt u alle betrokkenen regelmatig informatie. Iedereen is dan op de hoogte van de actuele stand van zaken en eventuele nieuwe ontwikkelingen. Dit doet u bijvoorbeeld door een nieuwsbrief rond te sturen. Andere middelen? Denk aan publicatie van notulen, een belondje, het bijhouden van een website of het versturen van berichten via e-mail.

Uitnodigen en werven

Communicatie kan zich ook richten op het werven van deelnemers voor een activiteit of het aantrekken van vrijwilligers. Hiervoor kunt u heel gericht uitnodigingen versturen of een algemene oproep plaatsen. Welke middelen geschikt zijn, hangt af van de activiteit en de situatie. In een dorp kan een briefje of poster bij de dorpswinkel

Checklist!

Wat staat er in een communicatieplan?

- Doel: wat wilt u bereiken?
- Doelgroep: op wie richt u zich met communicatie?
- Boodschap: wat wilt u vertellen of overbrengen?
- Strategie: hoe is uw aanpak?
- Middelen: welke communicatiemiddelen zet u in?
- Organisatie: wie doet wat?
- Begroting: wat kost het?
- Planning: wanneer gebeurt wat?



het goede middel zijn. In een stad is er misschien meer nodig, bijvoorbeeld een artikel in de krant. Ook kunt u flyers of kaartjes uitdelen, op straat of in eigen kring.

Free publicity

Schrijf zelf eens een artikel of persbericht over het project. Stuur dit ook naar de lokale krant. Met publiciteit in kranten of op tv bereikt u veel mensen. Voor een hoogtepunt in het project

kunt u de pers uitnodigen. Maak hiervoor een persbericht. Heel vaak nemen de huis aan huis kranten uw tekst over. Vraag eens een wethouder, gedeputeerde of burgemeester om aan het project mee te doen. Deze persoon kan een opening verrichten of het startschot geven voor een activiteit. De 'gratis' publiciteit die dit oplevert in de krant of op tv is ook een middel om aandacht te geven aan het project.

Checklist!

Stap 7: Maak een communicatieplan

- Hoe geeft u bekendheid aan het project? Welke activiteiten kunt u gebruiken?
- Wat wilt u met communicatie bereiken?
- Op wie richt u zich?
- Wat is de boodschap?
- Welke communicatiemiddelen zet u in, hoe en wanneer?
- Welke mogelijkheden zijn er voor 'free publicity'?



STAP 8

Zet op een rij wat u nodig heeft

Met elke stap maakt u het project concreter. Het schema 'actieplan' in stap 6 is ingevuld. Nu u weet wat u moet doen om de doelen te halen, zet u per activiteiten op een rij wat u nodig heeft. Grofweg in te delen in mensen, middelen en materialen.

Mensen

Per activiteit schat u in hoeveel mensen er nodig zijn. Wanneer zijn ze nodig? Op welke plaatsen worden vrijwilligers ingezet? Welke kwaliteiten zijn nodig? Voordat u mensen vraagt om mee te werken aan activiteiten maakt u een inschatting hoeveel tijd het ze gaat kosten. Neem in deze berekening alle tijd mee die nodig is voor de voorbereiding, de uitvoering, de afronding en het opruimen.

Bij de uitvoering van het project betreft u 'eigen' mensen. Soms is het ook goed om mensen van 'buiten' aan te trekken. Bijvoorbeeld een dagvoorzitter of onafhankelijke juryleden. Het kan daarbij gaan om betaalde krachten. Denk hierbij aan de deskundige die een lezing houdt of een workshop geeft. Natuurlijk is de muziekband ook niet gratis.

Middelen

Nu er meer duidelijk is over aard en aantal van de activiteiten, maakt u een berekening van de kosten per activiteit. Ook gaat u na waar het geld voor activiteiten en materialen vandaan moet komen. Meer hierover in stap 9.

Materialen

Welke materialen zijn nodig? Dat hangt af van het doel van het project en de activiteiten. Voor een scholingsplan zijn heel andere materialen nodig dan voor een feest of voor de ontwikkeling van een recreatief wandelpad.

Lenen, huren of kopen?

Veel materiaal is te huur. Ook materiaal voor inrichting en belichting: tafels en stoelen, kraampjes, licht en geluid. Voor een spelactiviteit met kinderen kunt u de spellen natuurlijk ook kopen om ze later nog eens te gebruiken. U kunt zich eerst oriënteren op waar de materialen te vinden zijn. Wat gaan we huren? Waar? Wat moeten we kopen? Wat is te leen? Soms duurt het bestellen van materiaal enige tijd of moet voor de huur van materiaal gereserveerd worden. Het advies is: op tijd beginnen.

Goed voorbeeld!

Bij de spelweek in Littenseradiel zijn de meest uiteenlopende materialen geleend: stropakken, trekkers met wagens en steigerplanken.

Locatie

Waar vindt de activiteit plaats? Welke ruimtes zijn er nodig? Is er ook een buitenactiviteit? U bepaalt welke activiteiten waar moeten plaatsvinden en gaat eventueel op zoek naar een geschikte locatie. Maak een schatting van het aantal mensen dat er aan mee gaat doen. Aan welke eisen moet de ruimte dan voldoen? Wat moet er gedaan worden voor de veiligheid? Zijn vergunningen of ontheffingen nodig?

Tip!

Kopen en verkopen via marktplaats

Op www.marktplaats.nl is de wereld aan spullen te koop. Soms is het mogelijk de spullen na gebruiken opnieuw te verkopen (met winst!)

Checklist!

Stap 8: Zet op een rij wat u nodig heeft

- Welke materialen heeft u nodig? Kopen of huren?
- Welke mensen wilt u inschakelen? Wanneer, waar en voor hoe lang?
- Wat doet u zelf en wat besteedt u uit?
- Aan welke locatie denkt u?



STAP 9

Maak een begroting en dekkingsplan

Een project kost geld. Dat moet ergens vandaan komen. In deze stap maakt u een begroting. U schat in wat de verschillende activiteiten u gaan kosten. Onderdeel van een begroting is een dekkingsplan. Daarin zet u de verwachte inkomsten op een rij.

Budget, begroting en dekkingsplan

Soms staat bij de start van het project vast hoeveel het project mag kosten. U maakt een begroting waarbij dit budget uitgangspunt is. Vaak is er geen budget vooraf vastgesteld. Door een begroting te maken krijgt u zicht op de kosten. Dan weet u hoeveel geld er nodig is voor het project. Hoe u de kosten uit de begroting dekt, staat in het dekkingsplan.

Het maken van een begroting

U kunt de kosten per activiteit uit het actieplan vermelden of groeperen in kostenposten: bijvoorbeeld vergaderkosten, materiaalkosten, publiciteitskosten, personeelskosten. Gebruik hierbij het actieplan, zodat u geen activiteiten vergeet. Soms weet u nog niet exact wat bepaalde activiteiten gaan kosten, bijvoorbeeld omdat dit afhangt van het aantal deelnemers. Neem in dit geval een aantal scenario's in de begroting op. Wat zijn de kosten als er 50 personen meedoen en wat ben ik kwijt bij een deelname van 200 personen? Voor kosten die u nu nog niet kunt overzien of die gaandeweg het project kunnen ontstaan, neemt u een post 'onvoorzien' op (vaak 5 tot 10 procent van de totale begroting). In de loop van het project wordt het duidelijk welke kosten er nog meer gemaakt worden. Eventueel stelt de penningmeester de begroting en het financiële plan bij. Als uw project over meer jaren loopt, moet u rekening houden met prijsstijgingen. De meeste uurtarieven van externen die u inhuurt gaan elk jaar omhoog.

Dekningsplan

Nu u weet wat het project gaat kosten, brengt u in kaart hoe u deze kosten gaat dekken. U kunt subsidie aanvragen of fondsen aanschrijven. Ook kunt u bedrijven vragen bepaalde activiteiten te sponsoren. Natuurlijk kunt u ook kaartjes of artikelen verkopen aan deelnemers of hen om een vrijwillige bijdrage vragen.

Aan de slag met het dekkingsplan!

- Oriënteren op subsidies, subsidies aanvragen
- Relevante fondsen zoeken en aanschrijven
- Andere inkomsten: sponsoring, zelfwerkzaamheid, bijdrage deelnemers, verkoop van artikelen

Subsidie

Om kosten te dekken kunt u een subsidie aanvragen, bijvoorbeeld bij een gemeente, provincie of ministerie. U zoekt uit of het project in aanmerking komt voor subsidie. De penningmeester neemt bijvoorbeeld contact op met de gemeente voor informatie over het aanvragen van subsidies. Houdt u er rekening mee dat dit veel tijd kost. Zorg dat daar ruimte voor is in de planning. Er zijn instanties die u kunnen helpen bij het vinden en aanvragen van subsidies. Een voorbeeld hiervan is het projectbureau Plattelandsprojecten van de provincie Fryslân.

Tip!

Het duurt soms een hele tijd voor er duidelijkheid is over alle aangevraagde gelden. Maak afspraken over hoeveel geld er binnen moet zijn voor de activiteiten in gang gezet worden. Wachten op het allerlaatste bedrag kan behoorlijke vertraging opleveren.



STAP 9

Fondsen

Dekking voor de kosten van het project kunnen ook gevonden worden bij fondsen of sponsors. Er zijn heel veel fondsen. Lang niet alle fondsen passen bij uw project. Standaardformulieren voor het aanvragen van fondsgelden zijn er niet. Ieder fonds heeft zijn eigen formulier. Elk fonds heeft ook zijn eigen planning: Wat zijn de termijnen voor het indienen van verzoeken? Wanneer vergaderen ze over de aanvragen? Om hier uw weg in te vinden kunt u gebruik maken van de webpagina fondsen. Zie tip!

Sponsoring

Denk ook eens aan het werven van sponsors. Misschien zijn er voor uw activiteiten bedrijven

te vinden die wel een bijdrage willen leveren. Als tegenprestatie kan de bedrijfsnaam op de een of andere wijze in beeld gebracht worden. Ga van te voren na welke organisaties of bedrijven eventueel geïnteresseerd zouden kunnen zijn in uw project.

Andere inkomsten

Sommige activiteiten kunnen ook weer geld opleveren. Deelnemers kunnen een bijdrage betalen voor een activiteit. De winst van artikelen die verkocht worden kunt u weer in het project investeren.

Tip!

Fondsen vinden

Op www.Partoer.nl zoekt u in Publicaties. Ga dan naar Vermaatschappelijking en Leefbaarheid. In een lijst van publicaties vindt u de 'Handleiding op zoek naar fondsbijdragen'. In deze handleiding staat een lijst 'webpagina fondsen'. Wanneer u doorklikt komt u bij het fonds van uw keuze. Op de websites van de betreffende fondsen vindt u aanvullende informatie. Staat er een telefoonnummer bij het betreffende fonds, aarzel dan niet om het fonds te vragen of uw plan past in het toewijzingsbeleid.

Checklist!

Stap 9: Maak een begroting en dekkingsplan

- Wat is het projectbudget?
- Wie beheert het geld? Wie is gemachtigd om geld uit te geven?
- Hoeveel kosten de activiteiten in het project?
- Zijn er mogelijkheden voor fondsen of subsidies? Wie vraagt de subsidies aan?
- Zijn er andere mogelijkheden om inkomsten te genereren? Denk aan sponsoring, bijdrage van deelnemers of verkoop van artikelen.
- Hoe wordt omgegaan met budgetoverschrijdingen?
- Wat doet u met prijsstijgingen en andere financiële wijzigingen?
- Wie maakt de begroting? In welke administratief systeem?

STAP 10

Evalueer het project

En dan komt de dag dat uw project is afgerond en u hopelijk tevreden kunt terugkijken. Het werk is gedaan, maar niet voor u. Elke project levert namelijk leerpunten op. Voor uzelf, maar ook voor anderen. Door uw project te evalueren brengt u in kaart wat goed ging en wat minder. Zijn er afwijkingen van het oorspronkelijke projectplan? Welke? Waarom? In bijna alle gevallen vragen subsidiegevers en fondsen om een inhoudelijk en financieel eindverslag.

Hoe gaat u evalueren?

Aan het eind van het project stelt de projectgroep vast hoe het project is verlopen. Daarbij kunt u allereerst kijken naar het objectieve resultaat. Zijn de doelen behaald? Zijn de producten zoals voorzien ook gerealiseerd? Waarom wel of niet? Klopt de eindafrekening met de begroting? De opmerkingen uit tussentijdse evaluaties leveren ook informatie op. De doelen kunnen bijvoorbeeld tijdens het proces zijn bijgesteld. Over eventuele klachten of schades neemt u tijdens de evaluatie een besluit.

Het proces in beeld

Daarnaast kunt u het proces evalueren. Dit is een meer subjectieve benadering, omdat iedereen nou eenmaal zijn of haar eigen beeld heeft van het project. Hoe was het verloop van het project van begin tot het eind? Was de projectgroep slagvaardig? Bent u tevreden over het resultaat? Waren de deelnemers tevreden? Wat ging er goed en fout? Wat kan beter of anders? Wat ging dermate goed dat anderen er ook iets aan zouden kunnen hebben? Betrek ook anderen bij de evaluatie van uw project. Peil de tevredenheid bij doelgroep of deelnemers. Dit kan schriftelijk, mondeling of per mail. Denk ook aan de uitvoerders: vrijwilligers, organisatoren en de ingehuurde krachten. Vraag ze hoe zij het project beoordelen.

Het eindverslag

Denk goed na voor wie het eindverslag is bedoeld en wat u er mee wilt. Dit bepaalt

mede hoe het verslag er uit komt te zien. Wordt het een sober verslag of komt er een mooi vormgegeven verslag met veel foto's dat u aan alle betrokken toestuurt als herinnering en blijk van waardering? De meeste subsidiegevers en fondsverstrekkers nemen genoegen met een zakelijk eindverslag met een inhoudelijke en financiële verantwoording. Het programma en bijvoorbeeld een folder kunnen worden meegestuurd als bijlage. Er staat meestal een termijn voor het aanleveren van het evaluatieverslag. Kleine projecten kunnen ervoor kiezen een eenvoudig tekstverslag te maken om tijd en kosten te besparen. Vermeld ook beschikbare cijfers over de doelgroep, de vrijwilligers en de activiteiten.

Financieel verslag

De inkomsten en uitgaven van het project staan in het financieel verslag. Pas als alle rekeningen binnen zijn, is bekend wat de uitgaven voor het project zijn. Dan pas kan het verslag afgerond en ondertekend verstuurd worden.

Afsluiting

De afsluiting van het project kan ook een activiteit zijn. Denk aan de opening van het wandelpad, een voorstelling of presentatie. Is de afsluitactiviteit bedoeld voor de doelgroep? Of meer voor iedereen die geholpen heeft? Of wilt u de financiers en de mensen die materiaal geleverd hebben bedanken? Stuur u betrokkenen iets toe, zorg dan dat u niemand vergeet!

Tip!

Voeg uw project toe aan de goede voorbeelden op www.frijwilligerswerk.nl. Zorg dat anderen van uw project kunnen leren!

Checklist!

Stap 10: Evalueer het project

- Hoe gaat u het project evalueren? Welke onderdelen evalueert u?
- Zijn de doelen uit stap 2 gehaald?
- Is de doelgroep tevreden? Zijn de medewerkers tevreden?
- Wat ging goed en wat minder? Wat zou u achteraf anders doen?
- Moet u een verslag maken voor subsidiegevers of fondsverstrekkers?
- Is er een financieel verslag nodig?
- Hoe sluit u het project af?



Meer weten?

Wilt u meer weten over het opzetten en uitvoeren van projecten?
Bezoek de website www.frijwilligerswurk.nl, een gezamenlijk initiatief van Sport Fryslân, Keunstwurk, Doarpswurk en Partoer CMO Fryslân.

De website is bedoeld voor Friese vrijwilligers. Met veel informatie over cursussen, goede voorbeelden en praktische tips in de vorm van dossiers. Ook deze handleiding kunt u op de website downloaden.

Colofon

'Een succesvol project in 10 stappen' is een uitgave van Partoer CMO Fryslân.

Idee, concept en teksten:

Partoer CMO Fryslân, Wil Groen

Eindredactie en vormgeving:

Groot Haar + Orth communicatie en creatie

© 2010



Een succesvol project in 10 stappen

Checklist *Om uit te printen!*

Stap 1

Onderzoek of het project haalbaar is

- Hoe is het idee ontstaan? Bij wie, wanneer, waar?
- Past het project bij ons? Bij visie, taken, doelen of andere projecten?
- Voeren anderen vergelijkbare projecten uit? Waarom kunnen wij het beter? Zijn er goede voorbeelden waar we van kunnen leren?
- Is er draagvlak voor het project? Waarom wel? Waarom niet?
- Wat levert een eerste inschatting van tijd, middelen en geld op?
- Wat zegt een SWOT-analyse over kansen en bedreigingen?
- Kan het project succes hebben? Gaan we door of niet?

Stap 2

Bepaal het doel of de doelen

- Omschrijf de (sub)doelen zo concreet mogelijk: wanneer is wat gerealiseerd?
- Welke producten moeten worden opgeleverd?

Stap 3

Bepaal de doelgroep

- Voor wie is het project bedoeld? Waarom zou het project de doelgroep aanspreken?
- Maak een inschatting van de grootte van de doelgroep en het bereik van het project

Stap 4

Bepaal de duur van het project

- Wanneer start het project? Wanneer eindigt het project?
- Zijn er logische moment om te starten of te stoppen? Zijn er eisen van bijvoorbeeld subsidiegevers?
- Is de planning van het project haalbaar? Ook gelet op het aanvragen van subsidies, vergunningen of ontheffingen?
- Moeten fases worden onderscheiden? Welke? Welke hoofdactiviteiten vinden per fase plaats?
- Zijn er mijlpalen of beslismomenten?
- Hoe wordt de voortgang bewaakt?
- Hoe wordt over de planning gerapporteerd?

Stap 5

Hoe is het project georganiseerd?

- Wie is de rechtspersoon (stichting of vereniging)?
- Hoe is het project georganiseerd? Is er een projectgroep? Zijn er aparte werkgroepen? Werkt u met een klankbordgroep?
- Wie doet wat in het project?
- Hoe worden afspraken vastgelegd?
- Met wie gaat u samenwerken?
- Van welke instanties bent u afhankelijk?
- Zijn er instanties die u kunnen ondersteunen?
- Kunt u bij bestaande activiteiten aansluiten? Welke?
- Zijn er randvoorwaarden? Welke? Denk aan veiligheid en gezondheid.
- Zijn er specifieke eisen? Bijvoorbeeld van toekomstige gebruikers, projectpartners, beheerders, vergunningverleners etc.?
- Hoe bewaakt u de kwaliteit van het project?

Stap 6

Maak een actieplan

- Wat moet er gebeuren om de doelen uit stap 2 te bereiken?
- Wie doet wat?
- Wanneer moeten de activiteiten zijn afgerond?
- Wat is er nodig voor de activiteiten? Denk ook aan het aanvragen van vergunningen of ontheffingen.
- Waar vinden de activiteiten plaats?
- Voor welke activiteiten moet een apart draaiboek komen?

Stap 7

Maak een communicatieplan

- Hoe geeft u bekendheid aan het project? Welke activiteiten kunt u gebruiken?
- Wat wilt u met communicatie bereiken?
- Op wie richt u zich?
- Wat is de boodschap?
- Welke communicatiemiddelen zet u in, hoe en wanneer?
- Welke mogelijkheden zijn er voor 'free publicity'?

Stap 8

Zet op een rij wat u nodig heeft

- Welke materialen heeft u nodig? Kopen of huren?
- Welke mensen wilt u inschakelen? Wanneer, waar en voor hoe lang?
- Wat doet u zelf en wat besteedt u uit?
- Welke locatie heeft u op het oog?

Stap 9

Maak een begroting en dekkingsplan

- Wat is het projectbudget?
- Wie beheert het geld? Wie is gemachtigd om geld uit te geven?
- Hoeveel kosten de activiteiten in het project?
- Zijn er mogelijkheden voor fondsen of subsidies? Wie vraagt de subsidies aan?
- Zijn er andere mogelijkheden om inkomsten te genereren? Denk aan sponsoring, bijdrage van deelnemers of verkoop van artikelen.
- Hoe wordt omgegaan met budgetoverschrijdingen?
- Wat doet u met prijsstijgingen en andere financiële wijzigingen?
- Wie maakt de begroting? In welke administratief systeem?

Stap 10

Evalueer het project

- Hoe gaat u het project evalueren? Welke onderdelen evalueert u?
- Zijn de doelen uit stap 2 gehaald?
- Is de doelgroep tevreden? Zijn de medewerkers tevreden?
- Wat ging goed en wat minder? Wat zou u achteraf anders doen?
- Moet u een verslag maken voor subsidiegevers of fondsverstrekkers?
- Is er een financieel verslag nodig?
- Hoe sluit u het project af?