

# AANVRAAG SUBSIDIE UIT HET EUROPAFONDS

*Het wordt op prijs gesteld indien u het project kort en bondig, maar zo volledig mogelijk omschrijft.*

<b>1. Naam project</b>
Kies voor Europa
<b>2. Uitvoerende organisatie</b> <i>NB Niet meer dan één organisatie kan de aanvraag indienen. Deze organisatie draagt de verantwoordelijkheid voor het project. Er kan wel worden samengewerkt met andere organisaties (zie punt 6).</i>
Comité Ander Europa
<b>3. Adresgegevens, contactpersoon, e-mailadres, telefoonnummer, bankrekeningnummer</b>
Comité Ander Europa, pa. Eisdstraat 25, 1066 LK Amsterdam. Contactpersoon: W. Bos, Eisdstraat 25, 1066 LK Amsterdam, 020 6156264. <a href="mailto:info@andereuropa.nl">info@andereuropa.nl</a> <a href="mailto:wilmmap@xs4all.nl">wilmmap@xs4all.nl</a> (privé) girorekening 3002840 t.n.v. Stichting Ander Europa, Amsterdam
<b>4. Type aanvrager</b> <i>Bijvoorbeeld: belangenvereniging, bedrijf, bibliotheek, debatcentrum, onderwijsinstelling, kerkgenootschap. Gelieve hier tevens de rechtsvorm aan te geven (alleen rechtspersonen dus geen particulieren, Maatschap, CV, VOF of Eenmanszaak)</i>
Stichting
<b>5. Reputatie en ervaring van de aanvrager</b> <i>Beschrijving van professionaliteit en kwaliteit van de aanvrager, blijvende uit ervaring met vergelijkbare projectactiviteiten. Voeg relevante documentatie bij als bescheiden.</i>
Het Comité Ander Europa is een voortzetting van het samenwerkingsverband Ander Europa. Deze organisaties hebben in 2005 een succesvolle campagne gevoerd tegen de Europese grondwet. Daarvoor is een beperkte subsidie ontvangen van de toenmalige referendumcommissie. Dit jaar voeren wij het project 'Een ander Europa is mogelijk' uit. De kwaliteit van onze werkzaamheden blijkt onder meer uit de mediabelangstelling van o.a. Nova, de Volkskrant, NRC-Handelsblad, Radio 1 en verschillende regionale bladen en radiozenders, het groeiend aantal abonnees op onze nieuwsbrief en de respons op onze initiatieven en activiteiten.
<b>6. Samenwerking met andere organisaties in het kader van het project</b>
Naast de organisaties die indertijd deel uitmaakten van het samenwerkingsverband Ander Europa: TNI, XminY, stichting Zora, Euromarsen, ATTAC Nederland en Eurodusnie, hebben wij de afgelopen periode ook samengewerkt met 'Voor de verandering', het Nederlands Sociaal Forum, SAP-Grenzeloos en SOMO. Bij de uitvoering van dit project zullen wij dit

wederom doen. Daarnaast zullen we ook proberen andere organisaties er bij te betrekken.
<b>7. Looptijd subsidieaanvraag (begin- en einddatum aangeven, per hele maand en jaar)</b>
1 januari 2009 tot en met 31 juli 2009.
<b>8. Totaalbedrag subsidieaanvraag Europafonds</b> <i>Indien van toepassing: hoe verhoudt de bijdrage van het Europafonds zich procentueel tot het totale projectbedrag.</i>
€ 65.250.--
<b>9. Bij welke andere organisaties heeft u een aanvraag voor ondersteuning voor dit project ingediend en voor welk bedrag? Indien van toepassing: wat is de stand van zaken?</b>
Geen.
<b>10. Doelstelling project</b> <i>(Maximaal twee zinnen)</i>
De fundamentele discussie over de toekomst van Europa - wat voor een Europa willen we en hoe moet dat Europa functioneren? - weer aanzwengelen, met name tijdens de campagnes voor de verkiezing van het Europees Parlement. Bijdragen aan het bewustzijn van mensen dat de toekomst van Europa ook afhangt van hun eigen activiteiten en opstelling.
<b>11. Beoogde resultaten project op de korte en de lange termijn</b>
Op de korte termijn: Het geven van een nieuwe impuls aan het debat over de toekomst van Europa. Op de lange termijn: Verhoging van de belangstelling voor en betrokkenheid bij de discussie over de toekomst van de Europese Unie.
<b>12. Beoogde meting resultaten project</b> <i>Bijvoorbeeld: persberichten, enquêtes, aantal deelnemers of bezoekers.</i>
De meting van de resultaten bestaat uit: * Het aantal verspreide kranten. * Aantal deelnemers aan de bijeenkomsten. * Weerslag van de campagne in de media. * Aantal mensen dat de kieswijzer invult. * Aantal bezoekers op de website en aantal reacties daarop. * Aantal verzoeken tot informatie, uitnodigingen voor spreekbeurten en bijeenkomsten e.d.
<b>13. Type project:</b> <i>Bijvoorbeeld: conferentie, website, publicatie, onderwijs.</i>
Centraal in het project staat het uitbrengen en verspreiden van een krant over de toekomst van

de Europese Unie. Deze krant zal zo breed mogelijk verspreid worden voor en tijdens de campagne voor de verkiezing van het Europees Parlement. De basis van de krant zal gevormd worden door de verwerking van een vragenlijst over de toekomst van Europa die in de periode daarvóór voorgelegd zal worden aan politieke partijen en maatschappelijke organisaties. Aan de hand van de krant willen we de discussie over de toekomst van Europa stimuleren, zowel op bijeenkomsten die we zelf (samen met andere organisaties) organiseren als op bijeenkomsten die door anderen worden georganiseerd (met name in het kader van de campagnes voor de verkiezing van het Europees Parlement.)

De vragen die aan de politieke partijen zijn voorgelegd zullen ook door individuele mensen op onze website beantwoord kunnen worden. Daarbij wordt de uitkomst vergeleken met die van de politieke partijen als een soort kieswijzer.

Verspreid over het land zullen er tien informatie/discussiebijeenkomsten georganiseerd worden over de toekomst van Europa en het belang van de verkiezingen voor het Europees Parlement. Daarbij zal de uitwerking van de vragenlijst worden gepresenteerd en zal er gediscussieerd worden met verschillende vertegenwoordigers van politieke en maatschappelijke organisaties.

Ook in onze reguliere activiteiten; dat wil zeggen op onze website, in onze nieuwsbrieven, op de bijeenkomsten van de aangesloten organisaties zal uitgebreid aandacht worden besteed aan het project.

#### **14. Omschrijving project**

*De omschrijving dient inzicht te bieden in de geplande (sub)activiteiten en in de concrete wijze van uitvoering.*

Zie 13 en de planning van activiteiten.

#### **15. De toegevoegde waarde van het project ten opzichte van reeds bestaande voorlichting en meningsvorming over de Europese Unie in Nederland**

In tegenstelling tot de meeste bestaande voorlichtings- en meningsvormende activiteiten over Europa richten wij ons op mensen die pro-Europees zijn maar sceptisch staan ten opzichte van de huidige Europese Unie. Als organisatie die voortkomt uit de campagne tegen de Europese grondwet en die sindsdien ook steeds een kritisch geluid heeft laten horen, hebben wij een gehoor bij die delen van de bevolking die door de traditionele organisaties en met het traditionele materiaal niet bereikt worden.

#### **16. Doelgroepen**

*Bijvoorbeeld: alle Nederlanders (op nationaal, regionaal of lokaal niveau), jongeren, ouderen.*

In principe is de hele Nederlandse bevolking de doelgroep, daarbij richten wij ons specifiek op die mensen die net als wij sceptisch staan ten opzichte van de huidige Europese Unie. Dat wil zeggen dat deel van de bevolking dat zich in 2005 uitgesproken heeft tegen de Europese grondwet.

Naast deze algemene doelgroep hebben we als Ander Europa een specifieke doelgroep bestaande uit de min of meer vaste achterban die we in de afgelopen jaren hebben weten op te bouwen. Dit zijn de mensen die een abonnement op onze nieuwsbrief hebben, onze publicaties lezen, onze bijeenkomsten bezoeken, onze petitie getekend hebben e.d.. Behalve dat we deze mensen zelf van informatie willen blijven voorzien en bij de discussie over de toekomst van Europa willen betrekken, willen we hen ook als intermediair gebruiken naar een veel grotere groep die minder makkelijk is te bereiken. Daarom zijn de tien bijeenkomsten die we

organiseren er ook op gericht mensen te stimuleren zelf met de krant aan de slag te gaan, in de eigen omgeving discussies over Europa te voeren, andere bijeenkomsten te bezoeken, de kieswijzer in te vullen op onze website en op andere podia hun opvattingen te laten horen.

### **17. Omvang doelgroep(en)**

*NB De grootte van de naar verwachting direct en indirect te bereiken doelgroepen.*

We richten ons dus op doelgroepen op drie niveaus:

a. Een zeer algemeen publiek dat we alleen incidenteel bereiken via de media, als die melding maken van onze activiteiten en onze meningen. Afhankelijk van de media gaat het hier om vele honderdduizenden mensen, die op de een of andere manier kennis nemen van onze opvattingen en activiteiten.

b. Dat deel van het algemeen publiek dat we direct via onze publicaties weten te bereiken. In dit geval vooral de mensen die onze krant in handen krijgen of onze website bezoeken. Hier gaat het om tienduizenden mensen.

c. Onze min of meer vaste achterban. Daarbij gaat het om vele duizenden. Die bereiken we niet alleen met ons materiaal, maar proberen we ook actief bij de discussies en activiteiten te betrekken.

### **18. Communicatieplan + mediastrategie**

- *In te zetten middelen en activiteiten voor promotie, werving doelgroep(en) en/of distributie*
- *Benadering nationale en lokale media, zowel geschreven als audiovisueel*
- *Gebruik eigen media*

Wij zijn een organisatie die altijd al redelijk actief is in de richting van de media en daar een zeker gehoor heeft opgebouwd. Die contacten en bekendheid zullen we ook bij dit project inzetten.

Bij de lancering van het project en het uitkomen van de krant zullen we een persbericht uitbrengen en onze vaste perscontacten benaderen. Daarbij zullen we de krant ook onder relevante media en journalisten verspreiden.

Ook bij de lancering van de kieswijzer zullen we een persbericht uit laten gaan en voor de nodige publiciteit zorgen.

Daarnaast zullen we – zoals we dat de afgelopen jaren steeds gedaan hebben – bij relevante gebeurtenissen via persberichten onze opvattingen en eventuele initiatieven bekend maken. Daarbij zullen we die zo veel mogelijk koppelen aan het project.

Via onze vaste kanalen - onze website en nieuwsbrief - zullen we ook dit project bij onze achterban bekend maken en hen oproepen er aan mee te werken en er bekendheid aan te geven.

De discussiebijeenkomsten zullen ook in de (lokale) media aangekondigd worden.

### **19. Planning**

*Onder meer: stappenplan, tijdpad, fases, mijlpalen, deadlines (gelieve specifieke data te noemen).*

In een voorfase van het project (najaar 2008) zal de vragenlijst uitgewerkt, getest en verzonden worden.

Januari: Start project, werven van personeel, vorming van de redactie van de krant, concretisering planning, opzet boekhouding e.d..

Uitwerking van vragenlijst, eerste opzet van de krant.

Februari: Uitwerking opzet van de krant, doorspreken daarvan met de betrokken organisaties, planning van de bijeenkomsten. Bouw van de kieswijzer.

Maart: Eindredactie van de krant. Planning van de verspreiding van de krant. Organisatie van de bijeenkomsten.

April: Opmaak en drukken van de krant. Concretisering van de plannen van de bijeenkomsten en het organiseren daarvan. Lancering van de kieswijzer.

Mei: Lancering van de krant. Verspreiding van de krant. Eerste bijeenkomsten.

Juni: Verdere verspreiding van de krant, laatste bijeenkomsten.

Juli: Evaluatie, verslaggeving.

## **20. Gedetailleerde begroting, bestaande uit voorziene inkomsten en uitgaven**

De begroting dient te voldoen aan de volgende begrotingseisen:

- a) Een begroting dient duidelijk en inzichtelijk te zijn, waarbij project-, personeels- en overige kosten en eventuele inkomsten zo specifiek mogelijk zijn aangegeven (stukprijzen, hoeveelheid, uurloon per functie, overhead etc.). Zo veel mogelijk dient aangegeven te worden aan welke begrotingsposten de subsidie van het Europafonds is gelieerd.
- b) De begroting dient 100% kostendekkend te zijn (met vermelding bedragen subsidieaanvraag Europafonds, de toegezegde financiering van derden en de aangevraagde financiering bij derden en de eigen bijdrage).
- c) Begrotingen dienen **inclusief BTW** te worden opgesteld.
- d) Indien het project uit verschillende subactiviteiten bestaat, dient expliciet naar voren te komen welk onderdeel van het subsidiebedrag aan welke subactiviteit is gelieerd. De kostenposten per subactiviteit (inclusief de overheadkosten per subactiviteit) dienen eveneens te worden opgesplitst conform punt a.
- e) Reguliere kosten zoals fax, telefoon en/of secretariële ondersteuning zijn onderdeel van de overheadkosten.
- f) De kostenpost 'onvoorzien' mag maximaal 5% van het totaalbedrag van het projectbedrag beslaan.
- g) Indien van toepassing: maximaal 5% van het projectbudget mag besteed worden aan accountantskosten.

**[Verplicht: de begroting dient uitgewerkt te worden op één of meerdere A4-tjes en vormt ook de basis voor de financiële verantwoording]**

## **21. Eventuele aanvullingen en/of opmerkingen**

**VEREISTE BESCHEIDEN**

**A. Vereiste bescheiden bij indiening aanvraag (in tweevoud per post)**

1. Volledig ingevuld en ondertekend aanvraagformulier
2. Gedetailleerde begroting (zie vraag 20)
3. Kopie akte van oprichting
4. Kopie inschrijving (uittreksel) Kamer van Koophandel (met ondertekening)
5. Kopie fiscale nummer en/of sofi-nummer Belastingdienst
6. Kopie bankafschrift
7. Kopie legitimatiebewijs van de ondertekenaar(s)
8. Overige relevante documentatie

**B. Aanvullende bescheiden bij subsidieaanvragen groter dan € 100.000,--**

Bij subsidieaanvragen groter dan € 100.000,-- worden aanvullende beleidsmatige en/of financiële controles verricht en hiertoe dient de aanvrager, naast de vereiste bescheiden, de volgende documenten aan te leveren:

1. Jaarverslagen en goedgekeurde jaarrekeningen over een periode van maximaal 5 jaar
2. Organogram en globale indeling personeel (aantallen en taken)
3. Overzicht uitvoerende en/of strategische partners
4. AO/IC van de organisatie
5. Meerjarenplan met begroting
6. Externe evaluaties, indien beschikbaar

**De aanvraag wordt pas in behandeling genomen als een ondertekend aanvraagformulier inclusief de vereiste bescheiden in tweevoud per post ontvangen is.**

**Ondertekening van de aanvraag moet geschieden door degene(n) die volgens de statuten daartoe bevoegd is/zijn.**

**Gelieve uw aanvraag zo spoedig mogelijk en niet de laatste dag vóór de deadline in te dienen.**

---

**1) De aanvraag inclusief bescheiden dient ondertekend in tweevoud per post verstuurd te worden aan:**

Ministerie van Buitenlandse Zaken  
Directie Voorlichting en Communicatie  
t.a.v. het Europafonds  
Postbus 20061  
2500 EB Den Haag

**2) Daarnaast dienen het aanvraagformulier en de begroting eveneens elektronisch verstuurd te worden aan:**

dvl-europafonds@minbuza.nl

---

**DATUM & HANDTEKENING(EN)**

**Datum: 11 september 2008.**

**Handtekening:.....**