

VOORBEELDPLAN CITYLAB010

**MAAK KANS OP 50.000 EURO
VOOR JOUW PLAN!**



INHOUDSOPGAVE

SAMENVATTING

PROJECTPLAN

- **BESCHRIJVING INITIATIEF**
- **PLAN VAN AANPAK**
- **OPENBARE RUIMTE**

BEGROTING

- **KOSTEN**
- **OPBRENGSTEN**
- **RESULTAAT**
- **ONDERBOUWING**
- **VERANTWOORDING**
- **TOEKOMSTVISIE**

VERKLARING DE-MINIMISSTEUN

BIJLAGES

SAMENVATTING

Omschrijf bondig in 200 tot 500 woorden je initiatief en hoe Rotterdam hier groener, socialer of veiliger door wordt - of op een andere manier bijdraagt aan Rotterdam(mers). Benoem kort je doelgroep, wat er vernieuwend aan is en hoe je dit wil aanpakken. Vertel ook wie jij bent/jullie zijn en waarom juist jij/jullie dit probleem gaan oplossen. Als er nog onderdelen onbekend zijn, of juist de CityLab010 ondersteuning hiervoor wil inzetten dan kan je dit bij stap 3 aangeven.

Omschrijf bondig in 200 tot 500 woorden je initiatief en hoe Rotterdam hier groener, socialer of veiliger door wordt - of op een andere manier bijdraagt aan Rotterdam(mers). Benoem kort je doelgroep, wat er vernieuwend aan is en hoe je dit wil aanpakken. Vertel ook wie jij bent/jullie zijn en waarom juist jij/jullie dit probleem gaan oplossen. Als er nog onderdelen onbekend zijn, of juist de CityLab010 ondersteuning hiervoor wil inzetten dan kan je dit bij stap 3 aangeven.

Omschrijf bondig in 200 tot 500 woorden je initiatief en hoe Rotterdam hier groener, socialer of veiliger door wordt - of op een andere manier bijdraagt aan Rotterdam(mers). Benoem kort je doelgroep, wat er vernieuwend aan is en hoe je dit wil aanpakken. Vertel ook wie jij bent/jullie zijn en waarom juist jij/jullie dit probleem gaan oplossen. Als er nog onderdelen onbekend zijn, of juist de CityLab010 ondersteuning hiervoor wil inzetten dan kan je dit bij stap 3 aangeven.

INITIATIEF

1.1 MAATSCHAPPELIJKE BIJDRAGE

De initiatiefnemer kan hier omschrijven welke probleem er is; en hoe hoe dit initiatief bijdraagt aan het oplossen van het probleem. Wellicht ziet een plannenmaker risico's of kansen in huidige ontwikkelingen en sluiten de activiteiten hierop aan. CityLab010 ondersteunt plannen die Rotterdam groener, socialer of veiliger maken in de breedste zin. Groener kan bijvoorbeeld geïnterpreteerd worden als: behoud of toename van de biodiversiteit, klimaatadaptatie, groenvoorzieningen, circulariteit, upcycling, afval scheiden, materiaalontwikkeling, nieuwe vormen van landbouw, energietransitie, blauw-groene gebiedsinrichting, e-mobiliteit, en meer.

1.2 VERNIEUWING

Hier wordt omschreven waarom het initiatief vernieuwend is. Bij CityLab010 houdt dat in dat een activiteit nog niet op reguliere wijze voorkomt in (een deel van) Rotterdam. Gaat het om een nieuw product of dienst? Is het een bestaand product of dienst, maar richt je je op een nieuwe doelgroep, een vernieuwend businessmodel, is er sprake van een bijzondere samenwerking of een ga je iets helemaal nieuws ontwikkelen? Indien je organisatie al langer bestaat, beschrijf waarom de activiteiten vernieuwend zijn en zich dus onderscheiden van je reguliere activiteiten.

1.3 DOELGROEP

Hier wordt de doelgroep omschreven, inclusief de behoeftes van deze doelgroep. Omschrijf ook waar je deze bevindingen op baseert. Is er bijvoorbeeld marktonderzoek gedaan? Is er contact geweest met de doelgroep, zijn er cijfers om deze behoefte te ondersteunen?

PLAN VAN AANPAK

2.1 ACTIVITEITEN

Wat ga je precies doen en hoe ga je dit doen? Ontwikkel je een prototype, run je een pilot of ga je een product of dienst in de markt zetten? En wat is dat dan precies en hoe komt dat tot leven? En hoe ga je dat doen? Welke middelen, kennis, locaties of andere zaken als vergunningen zijn hiervoor nodig? Welke risico's zijn er en hoe dek je die af? Wat doe je zelf en wat besteed je uit?

2.2 COMMUNICATIE

Denk hierbij aan je markering en sales: welke communicatie-, distributie- en verkoopkanalen ga je gebruiken, zodat je potentiële klant of gebruiker weet dat jouw initiatief bestaat en af gaat nemen? Ga je voor online en/of offline communicatie? Doe je dit zelf of besteed je het uit? En hoe onderhoud je klantrelaties? Hoe stimuleer je herhaalaankopen of zorg je dat men betrokken blijft. Bij meerdere doelgroepen licht je verschillende communicatiemethodes toe.

2.3 RESULTATEN

Hier worden relevante meetbare resultaten toegelicht, alles wat in cijfers is uit te drukken. Denk aan verminderde CO₂ uitstoot, aantal verkochte items, verwijderde stoeptegels, omzet, social mediavolgers, nieuwe fte's, onderzoeksresultaten etc. Deze resultaten dienen onderbouwd en toegelicht te worden.

2.4 IMPACT

Hier omschrijft een initiatiefnemer op welke wijze het plan bijdraagt aan het groener, socialer of veiliger maken van Rotterdam op de lange(re) termijn. Denk na over de effecten die ontstaan dankzij de door jouw initiatief behaalde resultaten. Een initiatiefnemer kan ook op een andere manier omschrijven op welke wijze er een effect ontstaat door de activiteiten die ze willen uitvoeren.

2.5 PLANNING

Hier wordt het plan van aanpak omgezet in concrete mijlpalen en deadlines.

2.6 AANVRAGER

Wie is de initiatiefnemer en waarom is dit de juiste persoon om dit probleem op te lossen? Wat is de missie en visie van de organisatie; en hoe dragen die bij aan het realiseren van de activiteiten. Successen uit het verleden kunnen benoemd worden, of persoonlijke ambities voor de toekomst.

DE ORGANISATIE / HET TEAM

NAAMROL	ROL OMSCHRIJVING
HIER WORDT OMSCHREVEN WAT DE ROL VAN DIT TEAMLID IS. ER KUNNEN	
NAAM PROJECTLEIDERMAXIMAAL VIJF PERSONEN UITGELICHT WORDEN. ER KUNNEN CV'S OF	
ANDERE RELEVANTE DOCUMENTEN TOEGEVOEGD WORDEN.	

SAMENWERKINGSVERBANDEN

Hier worden de samenwerkingspartners omschreven en wat zij concreet gaan bijdragen. Bestaat dit bijvoorbeeld uit kennis, netwerk of middelen? Het is waardevol om intentieverklaringen, toezeggingenbrieven of -mails of andere bijlagen toe te voegen om aan te tonen dat de samenwerking realistisch is.

PARTNER	ROL	ROL OMSCHRIJVING
NAAM	ROL	HIER WORDT OMSCHREVEN WAT DE ROL IS VAN DEZE SPECIFIEKE
PARTNER	PARTNER	SAMENWERKINGSPARTNER.

OPENBARE RUIMTE

3.1 ACTIEVE BUITENRUIMTE

Als het initiatief betekent dat er iets moet wijzigen of dat er een voorwerp worden geplaatst in de openbare buitenruimte, dan kan dit alleen na toestemming van gemeente Rotterdam. Als een voorwerp geplaatst wordt dat vast zit in de ondergrond, dan wordt dit automatisch eigendom van de gemeente en moet er in de begroting rekening worden gehouden met kosten voor beheer en onderhoud en verwijdering in geval van een calamiteit of na afloop van de afgesproken (subsidie)periode. Omschrijf hier het plan van aanpak met betrekking tot de buitenruimte, beheer en onderhoud en eventuele verwijdering; en neem deze op in je begroting.

3.2 OMGEVINGSVISIE EN BESTEMMINGSPLAN

Hier kan de plannenmaker toelichten op welke wijze het initiatief aansluit bij de bestaande omgevingsvisie en het bestemmingsplan.

3.3 DRAAGVLAK

Hier wordt het draagvlak volgens de initiatiefnemer vanuit de wijk toegelicht. Denk hierbij aan bewoners, de wijkraad of de BIZ. De initiatiefnemer kan via de CityLab010-adviseur in contact gebracht worden met de wijkmanager(s).

KOSTEN

VOORBEREIDINGSKOSTEN INITIATIEF-, VOORBEREIDINGSFASE

ONDERDEEL	BEDRAG
PERSONEEL	€ 1.000,00
INHuur DERDEN	€ 4.000,00
OPRICHTINGSKOSTEN STICHTING/BV (NOTARIS/ADVIES ACCOUNTANT)	€ 1.000,00
ADVIESKOSTEN	€ 0,00
HUISVESTINGSKOSTEN	€ 0,00
MATERIAAL	€ 0,00
VERGOEDING VRIJWILLIGERS	€ 0,00
REIS EN VERBLIJFKOSTEN	€ 0,00
ADMINISTRATIEKOSTEN	€ 0,00
OVERIGE VOORBEREIDINGSKOSTEN	€ 0,00
TOTAAL	€ 6.000,00

UITVOERINGSFASE

ONDERDEEL	BEDRAG
PERSONEEL	€ 2.000,00
INHUUR DERDEN	€ 4.000,00
VRIJWILLIGERSVERGOEDING	€ 2.500,00
HUISVESTINGSKOSTEN	€ 0,00
MATERIALEN	€ 10.000,00
REIS EN VERBLIJFKOSTEN	€ 0,00
ADMINISTRATIEKOSTEN	€ 3.000,00
AUTOKOSTEN	€ 0,00
OVERIGE UITVOERINGSKOSTEN	€ 0,00
TOTAAL	€ 21.500,00

PUBLICITEIT EN MARKETING

ONDERDEEL	BEDRAG
PERSONEEL/INHUUR DERDEN	€ 1.000,00
PUBLICITEITSMATERIALEN (FLYERS, PROGRAMMAS ETC.)	€ 750,00
PUBLICITEITSACTIES (ADVERTENTIES, POSTERING ETC.)	€ 0,00
MARKETING (SOCIAL MEDIA, PUBLIEKSACTIES, KORTINGEN ETC.)	€ 0,00
KOSTEN OPENING	€ 0,00
OVERIGE PUBLICITEIT EN MARKETING	€ 0,00
TOTAAL	€ 1.750,00

EDUCATIE

ONDERDEEL	BEDRAG
PERSONEEL/INHUUR DERDEN	€ 0,00
EDUCATIEVE MATERIALEN (LESBRIEVEN ETC.)	€ 0,00
PRESENTATIEMATERIALEN, TECHNIEK	€ 0,00
OVERIGE EDUCATIE	€ 0,00
TOTAAL	€ 0,00

ALGEMENE BEDRIJFSLASTEN

ONDERDEEL	BEDRAG
KANTOORKOSTEN	€ 5.000,00
INVENTARIS EN INRICHTINGSKOSTEN	€ 0,00
ADMINISTRATIE EN ACCOUNTANT	€ 1.500,00
ASSURANCERAPPORT VAN DE ACCOUNTANT	€ 0,00
VERZEKERINGEN(WA-BEDRIJF, INVENTARIS, BEDRIJFSSCHADE)	€ 1.000,00
OVERIGE ALGEMENE KOSTEN	€ 0,00
TOTAAL	€ 7.500,00

OPENBARE RUIMTE

ONDERDEEL	BEDRAG
BEHEER EN ONDERHOUD	€ 12.000,00
VERWIJDERINGSBIJDRAGE	€ 3.000,00

TOTAAL	€ 15.000,00
--------	-------------

SUB-TOTAAL KOSTEN

€ 51.750,00

ONVOORZIENE UITGAVEN

3 %

TOTALE KOSTEN

€ 53.302,50

OPBRENGSTEN

CO-FINANCIERING

LABEL	PRICE
EIGEN FINANCIËLE BIJDRAGE	€ 5.000,00
EIGEN UREN	€ 10.000,00
CROWDFUNDING	€ 0,00
INKOMSTEN UIT VERKOOP ETC.	€ 0,00
SPONSORING	€ 5.000,00
OVERIGE	€ 0,00
SUBSIDIES	€ 10.000,00
LANDELIJKE OVERHEID	€ 0,00
PROVINCIE	€ 0,00
FONDSEN	€ 3.300,00
TOTAAL	€ 33.300,00

GEMEENTE ROTTERDAM (CITYLAB010)

€ 20.000,00

TOTALE OPBRENGSTEN

€ 53.300,00

RESULTAAT

€ -2,50

3.1 ONDERBOUWING KOSTEN

Hier worden de kosten onderbouwd die zijn opgevoerd. Let op: enkel activiteiten en de daaruit voortvloeiende kosten uit de subsidiale periode kunnen opgevoerd worden. Dit zijn dus de kosten voor activiteiten na toekenning van het startbudget (uiterlijk 15 februari 2024) en voor 31 december 2025.

3.2 ONDERBOUWING OPBRENGSTEN

Hier worden de opbrengsten onderbouwd die zijn opgevoerd. Let op: enkel activiteiten en de daaruit voortvloeiende kosten uit de subsidiale periode kunnen opgevoerd worden. Dit zijn dus de kosten voor activiteiten na toekenning van het startbudget (uiterlijk 15 februari 2024) en voor 31 december 2025.

VERANTWOORDING

4. VERANTWOORDING

Een impacttraject is een verplicht onderdeel van de subsidievestiging. Ook is men verplicht om zowel inhoudelijke als financiële afwijkingen van 10% of meer te melden. Daarnaast moedigen we plannenmakers aan om zelf actief te monitoren en evalueren.

TOEKOMSTVISIE

5.1 OPSCHAALBAARHEID

Wil je een prototype in productie nemen, of wil je je activiteiten opschalen van wijk, naar stad of misschien wel buiten Nederland? Of focus je op professionalisering van je team door opleidingen en worden vrijwilligers en stagiaires betaalde krachten? Ga je van pop-up naar vaste locatie? Indien opschaalbaarheid niet van toepassing is kan je dat hier ook toelichten.

5.2 VERDIENMODEL

Is er een verdienmodel tijdens en na de subsidieperiode? Leg uit of het initiatief na de subsidieperiode gecontinueerd wordt. Omschrijf de verschillende inkomstenstromen, zoals verkoop-inkomsten, sponsoring, fondsen. Wil je hier graag over sparren? Ga dan zeker in gesprek met CityLab010 partner Rabobank. Zij hebben ook een handig voorbeeld van een financieel plan dat je kan helpen bij het opstellen van een verdienmodel en de vijf belangrijkste begrotingen ontwikkeld.

VERKLARING DE-MINIMISSTEUN

GEEN DE-MINIMISSTEUN IS VERLEEND

Over de periode van 01-01-2020 tot 24-04-2023 is niet eerder de-minimissteun verleend.

Ondergetekende:

NAAM ORGANISATIE	NAAM ORGANISATIE
KVK NUMMER	12345697
NAAM FUNCTIONARIS	NAAM FUNCTIONAIRS
FUNCTIE	FUNCTIE
STRAAT	COOLSINGEL
HUISNUMMER	40
POSTCODE	3011AB
PLAATS	ROTTERDAM

BIJLAGES