



Sponsoring voor verenigingen en non-profit organisaties

Sponsoring is het financieren of ondersteunen van een persoon, een organisatie of evenement door een ander bedrijf of individu. Hierbij streeft de sponsor naar een wederzijds voordeel, bijvoorbeeld meer naamsbekendheid of een betere reputatie. Dit kan gebeuren in ruil voor publiciteit, reclame of andere vormen van exposure.

In deze informatiefolder geven we je tips en tricks over de wereld van sponsoring.

Sponsoring voor verenigingen en non-profit organisaties

Colofon

Benieuwd wat Plein C nog meer doet? Kijk op www.pleinc.nl voor meer informatie over onze dienstverlening.

Deze folder is met zorgvuldigheid samengesteld en onder voorbehoud van eventuele wijzigingen.

Tekst: Ben Hekkema & Jessica van der Sluis

Eindredactie: Maaïke Dirks-Tempel

Ontwerp: het-kantoor.nl

Fotografie: Ptah Ankhre



Plein C helpt de culturele sector in Noord-Holland!

Contact

Adres: Nieuwe Gracht 45-47, 2011 ND Haarlem | Telefoon: 023 – 79 200 40

www.pleinc.nl | info@pleinc.nl | Volg ons ook op   

plein[©]

VERBINDT, VERRIJKT, VERSTERKT

Iris Duiven – Musicalvereniging The Cast in Castricum

Tips!

Tips over sponsoring

1. Hoe kun je sponsors inzetten?

Je kunt sponsors koppelen aan een specifiek evenement of activiteit, maar je kunt ook een meerjarige relatie aangaan zodat jouw vereniging of club langdurig (financiële) steun ontvangt. Het hebben van meerdere sponsors is mogelijk, fijn zelfs! Let er wel op dat je hier duidelijke afspraken over maakt.

2. Sponsoring opties

Er zijn allerlei soorten sponsoring, van financiële bijdragen tot de levering van apparatuur en materialen:

- **Financiële sponsoring komt het meeste voor, hierbij ontvangt de vereniging of club geld in ruil voor reclame en exposure. Dit kan variëren van een klein bedrag voor een lokaal evenement tot een grote bijdrage voor het hele seizoen.**
- **Andere vormen van sponsoring zijn de levering van ruimte, materialen, diensten of deskundigheid. Op die manier bespaar je kosten en komt het je professionaliteit ten goede. Dit noemen we sponsoring in natura.**

Bij sponsoring in natura is het belangrijk deze dienst te vertalen naar geld. Zo kun je met elkaar ook de tegenpresentatie uitrekenen. Bijvoorbeeld: Wat heeft de sponsor over voor een vermelding via jullie social-mediakanalen waarin hij als sponsor centraal staat? Of is het interessant om op jullie evenement 100 gasten te verwelkomen en kan hij daar reclame-uitingen neerzetten?

3. Zorg voor een win-win situatie

Sponsoring moet dus een win-winsituatie zijn voor beide partijen. Er moet sprake zijn van wederkerigheid. Bedrijven die investeren in sponsoring willen uiteraard iets terugzien voor hun investering, of dit nu financiële winst, naamsbekendheid of een verbeterd imago is. Zorg er dus voor dat je aantrekkelijke mogelijkheden biedt om te sponsoren, inclusief duidelijke promotiemogelijkheden en contactmomenten.

Organiseer een speciale voorstelling of *Meet & Greet* borrel voor je sponsor en genodigden. Goed voor de sponsor, die werkt aan zijn relaties en netwerk en goed voor jou want tussen die gasten zitten wellicht toekomstige sponsors.

4. Evenwicht tussen inkomsten en de eigen integriteit

Het is belangrijk om een evenwicht te vinden tussen het verkrijgen van extra inkomsten of sponsoring in natura en het behoud van je integriteit. Jij en je sponsor moeten waarden delen die bij elkaar passen.

5. Laat je waarde zien

Kunst en cultuur is voor veel mensen belangrijk. Laat zien wat jouw waarde is en schroom niet om jezelf te promoten. Hoe zichtbaarder je bent, hoe aantrekkelijker je bent voor sponsors.

6. De 'gunfactor'

Bij sponsoring draait het ook om gunnen. Hoewel de sponsor waarschijnlijk vooral zakelijke redenen heeft om te sponsoren, helpt het enorm als je sympathie oproept. Kies dus iemand die gemakkelijk contact legt en de contacten prettig onderhoudt.

Weet je hoeveel mensen je bereikt via de (sociale) media? Zet dit in bij de 'onderhandelingen' met je sponsor. Hoe groter je bereik, hoe groter de bijdrage.

7. Communicatie

Hou je sponsors altijd op de hoogte van de activiteiten binnen de vereniging of club. Zijn er evenementen of andere relevante activiteiten, nodig je sponsors uit en zorg voor een warm welkom! Wees echter niet teleurgesteld als er niemand komt.

8. Sponsoring in combinatie met een fondsaanvraag

Misschien is sponsoring slechts één van de manieren waarop je jouw activiteiten financiert. In dat geval genereer je met sponsoring eigen inkomsten die weer interessant zijn voor een fonds dat als voorwaarde stelt dat je zelf een deel van de activiteiten financiert. Ga dan met sponsoring in natura na of er toch een factuur gestuurd kan worden om sponsorinkomsten in je begroting expliciet zichtbaar te maken.

Algemene informatie

Waarom is sponsoring nuttig?

Sponsoring kan een kans zijn voor amateurkunstverenigingen en -clubs om extra inkomsten, communicatie, kennis en netwerken te genereren. Daarnaast biedt het (lokale) bedrijven een kans om met hun doelgroep te communiceren, naamsbekendheid te vergroten en hun naam te verbinden aan positieve, maatschappelijke en culturele initiatieven.

Redenen waarom bedrijven willen sponsoren

Denk bij het benaderen van een potentiële sponsor goed na over welke doelgroep voor deze sponsor interessant zou kunnen zijn en of jij toegang hebt tot die doelgroep.

Commerciële redenen:

- Reclame maken en omzet genereren
- Naamsbekendheid vergroten
- Imago versterken
- Testen van hun producten in bijzondere omstandigheden
- Nieuwe doelgroepen bereiken of de band met bestaande doelgroepen aanhalen
- Om netwerken aan te boren of te versterken met zakenrelaties en anderen

Maatschappelijke redenen:

- Maatschappelijke en/of lokale betrokkenheid
- Als positieve boodschap naar de eigen medewerkers

Contact met Plein C

Heb je hulp nodig met sponsoring, of zoek je naar een andere vorm van financieringsmiddelen? Plein C denkt graag met je mee!

Kijk voor meer informatie op: www.pleinc.nl