

Sponsoring en fondsenwerving

Inhoud

1. Inleiding	Blz. 2
2. Sponsoring	Blz. 3
2.1 Waarom zou een bedrijf sponsoren?	Blz. 4
2.2 Weet wat je wil en kan	Blz. 5
2.3 Ken je afdeling	Blz. 5
2.4 Sponsorgevoelige activiteiten	Blz. 6
2.5 Sponsoring in natura	Blz. 6
2.6 Meerdere sponsors bij een project	Blz. 7
2.7 Een aantal tegenprestaties	Blz. 7
2.8 Een deal met een sponsor, stap voor stap	Blz. 7
2.9 Voorbeeld brief verzoek om sponsoring	Blz. 9
2.10 Een sponsorcontract afsluiten	Blz. 12
3. Andere vormen van geld inzamelen	Blz. 14
3.1 Subsidies	Blz. 14
3.2 Fondsen en stichtingen	Blz. 14
3.3 Fundraising	Blz. 15
3.4 Vergoeding activiteiten	Blz. 15
Bijlage 1 Sterke/zwakte analyse	Blz. 16
Bijlage 2 Tips voor acties	Blz. 17



**jong
nederland**

Landelijk Bureau Jong Nederland
Vredeman de Vriesstraat 38a
5041 GS Tilburg
Tel. 013 580 00 85

www.jongnederland.nl

info@jongnederland.nl

© 2005



1. Inleiding

Sponsoring is in principe een ruilmechanisme. Officieel staat het woord omschreven als een activiteit waarbij de ene partij (de sponsor) steun verleent aan de andere partij, in ruil voor een tegenprestatie. Deze tegenprestatie kan vele vormen hebben maar is meestal het gebruik van de communicatiekanalen van de gesponsorde om een reclameuiting te plaatsen. Dit kan bijvoorbeeld een reclameadvertentie zijn in een clubblaadje. Zo'n mogelijkheid om ergens iets op te vermelden heet een communicatieplatform. Het essentiële van sponsoring is echter dat de overeenkomst profijt oplevert voor beide partijen.

Vaak richt de traditionele sponsoring zich op sport en kunst. Tegenwoordig zie je echter steeds vaker dat sponsoring zich gaat richten op evenementen, het zogenaamde Eventsponsoring. Jong Nederland activiteiten zijn goede sponsorobjecten. Zeker als het groter opgezette evenementen zijn.

Een andere vorm van sponsoring waar Jong Nederland mee te maken kan krijgen is de maatschappelijke sponsoring. Daarbij wil een bedrijf zich verbinden met een organisatie, in de hoop dat het imago van deze ander (bijv. Jong Nederland) een beetje op hen afstraalt. Dit kan heel legitiem zijn, als een bedrijf daar een goede prestatie tegenover zet.

Naast sponsoring zijn er natuurlijk nog andere manieren om aan geld of goederen te komen. Die worden in hoofdstuk 3 beschreven.

Deze moet je niet verwarren met sponsoring. Bij sponsoring wordt er altijd een zakelijke overeenkomst gesloten tussen twee partijen, die er op gericht is gewin op te leveren voor beide partijen.

2. Sponsoring

(Deze informatie komt grotendeels uit de informatiemap voor afdelingen. Daarin is nog veel meer te vinden rond financiële acties.)

Bedrijven zijn vaak best bereid een steentje bij te dragen aan het jeugdwerk. Maar zij doen dat bijna nooit zomaar. Zij hebben ook een eigenbelang. Wil je je afdeling laten sponsoren, dan moet je er in slagen een zodanig sponsorvoorstel aan het bedrijf voor te leggen, dat het bedrijf toehapt. Evenals bij het aanvragen van een fonds moet je dus ook een sponsor gericht aanschrijven. Een sponsorbrief onder het kopieerapparaat leggen en twintig brieven naar de middenstand sturen heeft dus geen enkele zin.

2.1 Waarom zou een bedrijf sponsoren?

Om haar omzet te vergroten

Bedrijven verkopen producten en zijn er bij gebaat zoveel mogelijk te verkopen. Een bedrijf zal dus altijd kijken of de leden, hun ouders en de leiding van Jong Nederland ook een doelgroep van het bedrijf kunnen zijn.

Bijvoorbeeld:

- op een open dag van de afdeling mag de hobbyzaak een workshop en een productvoorlichting geven
- op de koopavond wordt voor de speelgoedwinkel een Maxiorenactiviteit georganiseerd. Alle kinderen van het dorp worden daarvoor uitgenodigd.

Om haar naamsbekendheid te vergroten

Bedrijven zijn bijna altijd geïnteresseerd in het vergroten van hun naamsbekendheid. Immers als niemand het bedrijf kent, koopt ook niemand de producten. Voor een bedrijf kan het dus interessant zijn om te weten hoe groot de naamsbekendheid is bij de leden, ouders, broertjes, zusjes en de leiding. En wil een mogelijkheid om die naamsbekendheid in de geboden doelgroep te vergroten wellicht aangrijpen.

Bijvoorbeeld door middel van:

- een advertentie in het clubblad
- logo's in en rondom clubgebouw
- reclame op het Jong Nederland-T-shirt. Zo wil een plaatselijk verzekeringsbedrijf vooral jonge gezinnen bereiken

Om haar imago te verbeteren

Behalve naamsbekendheid vinden bedrijven ook het imago belangrijk. Een bekend en goed liggend bedrijf boekt grotere omzetten. Een bedrijf zal zich afvragen of:

- sponsoractiviteiten voor Jong Nederland leiden tot meer naamsbekendheid en een beter imago.
- ze door deze activiteit of dit evenement en de daarbij horende promotie een nog groter publiek kan bereiken dan alleen de leden van Jong Nederland.

Bijvoorbeeld door middel van:

- een interview over het dakdekkersbedrijf in het clubblad, eventueel gekoppeld aan een excursie
- het ter beschikking stellen van een groot springkussen, waarop de naam van het bedrijf prijkt.

Een bedrijf zal keuzes maken in welke sectoren zij wil sponsoren: sport, kunst, cultuur, jeugdwelzijn, ouderenzorg en noem maar op. Het bedrijf zal daarbij altijd een kosten-batenplaatje maken. Wat heeft Jong Nederland te bieden en wat heeft het bedrijf daarvoor over?

2.2 Weet wat je wil en kan

Vier zaken moet je weten voor je een sponsor benadert:

- waarvoor heb je geld of producten nodig?
- waarom is jullie afdeling interessant voor die sponsor?
- welke concrete voorstellen kun je de mogelijke sponsor bieden?
- met welke sponsors wil je perse niet in zee? Voor Jong Nederland zijn alle sponsors taboe, die een gevaar opleveren voor het welzijn en de gezondheid van kinderen en volwassenen: roken en alcohol.

De bovengenoemde vragen bespreken jullie stuk voor stuk. De antwoorden vormen de basis voor je sponsorbrief of het gesprek.

De vragen moet je heel kritisch doornemen. Sponsoring heeft namelijk veel te maken met PR. De sponsor zal er zeker in geïnteresseerd zijn, hoe het is gesteld met de naambekendheid en het imago van je afdeling in de omgeving?

Wanneer jouw club aan de sponsor kan tonen een goede uitstraling te hebben en een aantal sterke punten, heb je veel meer kans van slagen.

2.3 Ken je afdeling

Wil je op deze vragen antwoord geven, dan kun je de sterkte/zwaktemethode gebruiken. Zie bijlage 1.

De vragen kun je toespitsen op de zaken, die voor een sponsor interessant kunnen zijn.

Promotie

Hoe maken jullie publiciteit: je clubblad, een persbericht, lokale radio of tv, het jaarverslag. Wat kun je als reclamedrager aanbieden: de aanhangwagen van de afdeling, de versierde fietsen van de kinderen tijdens de Koninginnedagoptocht, de buitenkant van je clubhuis, de richtingborden naar het clubhuis, de hal van het clubhuis, de achterkant van het toegangskaartje of de consumptiebon, ballonnen, het programmaboekjes, posters, inschrijfformulieren.

Bereik

- het aantal jeugdleden: verdeeld over welke leeftijden
- het aantal leiding: van welke leeftijd
- zijn jullie een open of gesloten afdeling: betrek je makkelijk kinderen en volwassenen van buiten bij je activiteiten
- waar ligt jullie clubhuis: verscholen in het bos, midden op het dorpsplein

Jullie uitstraling

- soort activiteiten: theater, veel erop uit trekken
- oordeel van buitenstaanders over jullie: actief, goed voor de jeugd, betrokken bij dorp, alleen maar zuipen, altijd geluidsoverlast.

Zoek je sponsors onder bedrijven die in jouw regio een belangrijke vestiging hebben. Dus schrijf niet de KLM of Hoogovens aan, maar de bakker of de vestiging van een bekend bedrijf in jouw woonplaats.

2.4 Sponsorgevoelige activiteiten

Uit bovenstaande maak je op dat een sponsor iets bijzonders wil. Het aanvullen van een tekort op de exploitatierekening is totaal niet interessant voor hem. Hij wil liever iets opvallends waardoor zijn naam in het zonnetje komt te staan.

Hetgeen dat hij sponsort, moet ook een relatie hebben met de aard van zijn bedrijf.

Twee ideeën:

Verbouw van het clubhuis

Jullie willen sponsors vragen je te helpen de verbouw van de accommodatie te realiseren. Sponsors kunnen zijn: de dakdekker, het bouwbedrijf. Je vraagt hen een deel gratis materialen te leveren, op het andere deel een aanzienlijke korting te geven.

Dit zullen ze echter niet zomaar doen. Er zal een goede ruil moeten plaatsvinden. Een ruil bestaande uit materiaalsponsoring tegen positieve beïnvloeding van de naam van het bedrijf.

Dat betekent dat de afdeling zich verplicht bekendheid aan de sponsoring te geven.

Mogelijkheden hiertoe zijn:

- een of meerdere artikelen en/of advertenties in je clubblad
- artikelen in de krant op geplande momenten in het bouwproces van de eerste steen tot en met opening
- door een naambord
- door spectaculair aandacht te vragen voor deze sponsoring. Zo kan bij het bereiken van het hoogste punt van het dak een geweldig 'pannenbierfestijn' georganiseerd worden. Hier worden de sponsors uitgebreid bedankt en gehuldigd. De burgemeester legt met veel vertoon, nadat hij eerst de gepioneerde torentrap beklommen heeft de eerste dakpan op de juiste plaats.

De bouwondernemer heeft samen met de afdeling een ludieke wedstrijd aan het leggen van de eerste steen gekoppeld. De winnaar mag de herdenkingsplaquette samen met de burgemeester ophangen en wordt vereeuwigd op een glanzende foto, die natuurlijk naar de kranten gezonden wordt. De vlaggen van de sponsor zijn duidelijk in beeld.

Vossenjacht met videoreportage

De afdeling nodigt de jeugd van het hele dorp uit om mee te doen aan een grootscheepse vossenjacht. De vossen zijn verborgen in en rond de winkels van de plaatselijke middenstand. Uiteraard is hiervoor vooraf toestemming gevraagd aan de winkeliers. Aan de winkeliers is eveneens hiervoor een sponsorbedrag gevraagd.

Tijdens de vossenjacht worden er video-opnamen gemaakt. Na de jacht is de prijsuitreiking en wordt deze video vertoond in het café, warenhuis of in het clubgebouw. Iedereen, ook de pers, is hier natuurlijk van harte welkom om te kijken. De hoogte van het sponsorbedrag of het aantal prijzen in natura is een indicatie welke bedrijven langer of korter in beeld zijn.

Een goed geslaagd sponsorevenement kun je meteen uitstekend gebruiken om ook andere mogelijke sponsors te benaderen. Dus maak er altijd foto's en een verslag of draaiboek van.

2.5 Sponsoring in natura

Veel bedrijven zijn niet gelukkig met de talrijke sponsoraanvragen die bijna wekelijks op hun afkomen. Zorg er dus voor dat jouw aanvraag en aanbod origineel zijn en de sponsor ook iets opleveren.

Zij geven over het algemeen makkelijker in natura dan in geld.

- De plaatselijke middenstand benaderen voor de prijzen voor de kerstbingo. De sponsor krijgt hiervoor publiciteit in de vorm van reclame in de uitnodiging en het programmaboekje retour.



- Wanneer je een bouwproject gaat doen, ligt het voor de hand bedrijven in de bouwwereld te benaderen. Bijvoorbeeld een dakdekker voor het dak, een loodgieterbedrijf voor het sanitair.

2.6 Meerdere sponsors bij een project

Voor een groot project kun je meerdere sponsors zien binnen te krijgen. Je werkt dan met hoofdsponsors, subsponsors en begunstigers. Van te voren bepaal je de financiële grens tussen de verschillende sponsorvormen. En natuurlijk ook welke tegenprestatie de sponsorvormen van jou mogen verwachten.

Wanneer je een bepaald bedrijf benadert als sponsor, moet je nooit een ander bedrijf uit dezelfde branche benaderen.

2.7 Een aantal tegenprestaties naamsbekendheid aan evenement

- naam en logo op drukwerk voor een evenement, bijvoorbeeld toegangskaartjes, routekaartjes, ballonkaartjes, consumptiebonnen, speciaal briefpapier voor een activiteit
- naam en logo op kleding: T-shirt, trainingspakken.
- naam en logo op promotieartikelen: pennen, petjes, bierviltjes, glazen, bekers, ballonnen, floppy,s
- naam en logo op grotere objecten, zoals gebouw, vlaggen, reclameborden
- verkoopstand handenarbeidartikelen tijdens creatieve dag
- reclameboodschappen via overhead, radio, video
- publiciteit in clubblad, activiteitenfolders
- ontvangstmogelijkheden en speciale vip-behandeling tijdens het evenement: parkeerplaats, horecabonnen, lintje knippen, eerste abseiler

2.8 Een deal met een sponsor, stap voor stap

1. Zet op een rijtje wat nodig is aan menskracht, kennis, en materialen. Vul in wat je hiervan al als afdeling in huis hebt en wat je elders moet halen.

Je werkt hiervoor met een paar standaardvragen, zoals gegeven bij.

2. Bepaal hoe je het ontbrekende deel in geld of materiaal gaat werven:
 - met fondsen
 - met extra gemeentesubsidie
 - met acties
 - met sponsoring
3. Werk de financiering verder uit. Wat betreft sponsoring:
 - wat kan in natura gesponsord worden
 - wat kan in geld gesponsord worden
4. Zijn er bedrijven die ons kunnen sponsoren en waar we al een goodwill hebben liggen?
 - via vorige sponsoracties
 - via onze leiding (werkgevers)
 - via onze jeugdleden (ouders)
5. Zet op een rijtje waarom jullie afdeling een aantrekkelijke partij voor de sponsor is:
 - doelstelling van Jong Nederland
 - vraag naar jeugdwerk door de omgeving
 - vraag/aanbod jeugdwerk in de gemeente
 - bereik:
 - leeftijdsgroepen
 - jeugdleden (beschrijving jeugdleden, aantal)



- leiding (beschrijving leiding en aantal)
- beschrijving clubgebouw
- beschrijving activiteiten

6. Wat zijn jullie mogelijke tegenprestaties?

7. Richt je sponsorverzoek samen met een goede omschrijving van het project naar het bedrijf.

Kondig in de brief aan dat je twee weken later zult bellen voor een afspraak. Doe dat dan ook. Wanneer een bedrijf interesse heeft, zullen ze een afspraak met je maken. Wanneer een bedrijf geen interesse heeft, laten ze dat zeker weten.

Stuur je brief op naam naar een gerichte persoon. Zoek van tevoren uit aan wie je het sponsorverzoek moet richten. Een telefoontje naar het bedrijf met deze vraag is voldoende.

8. Wanneer je op gesprek mag komen, ga er dan heen met twee personen. Zorg er voor dat die twee personen ook van alle zaken goed op de hoogte zijn. Neem genoeg documentatiemateriaal mee: bij een bouwproject de tekening, of nog beter, een maquette, bij een activiteit het draaiboek, verder wat algemene materialen van Jong Nederland als een clubblad en folders. Zorg dat het om goed ogend materiaal gaat, dat de uitstraling van Jong Nederland heeft: verzorgd, niet te duur gemaakt, speels, creatief.

Folders van Jong Nederland zijn verkrijgbaar bij het Landelijk Bureau.

9. Lukt het met het bedrijf een deal te sluiten, maak dan een sponsorcontract.

10. Bind de sponsor aan Jong Nederland. Houd haar op de hoogte, betrek haar erbij.

11. Bedank de sponsor voor haar medewerking wanneer het project gerealiseerd wordt of is.

12. Stuur een verslag van het project en een financiële verantwoording direct na afronding van het project naar de sponsor toe. Bedank nogmaals voor de plezierige samenwerking, die je hopelijk in de toekomst mag continueren.

2.9 Voorbeeld van een brief met het verzoek om sponsoring

In dit voorbeeld is van dezelfde situatie uitgegaan als bij de aanvraag voor een fonds. Je zult zien dat er in de brief sterke gelijkenissen zitten, doch ook wezenlijke verschillen.

Aan: Winkeliersvereniging De Poort
t.a.v. de voorzitter, mevrouw van Arnhem
adres
postcode, plaats



plaats, datum

Geachte mevrouw van Arnhem,

Naar aanleiding van ons telefonisch contact d.d. 22 maart j.l. doe ik u hierbij de hoofdlijnen van ons sponsorvoorstel toekomen.

Wat is Jong Nederland?

Jong Nederland Maartensbrug is een actieve jeugd- en jongerenclub voor vier- tot achttienjarigen. Zij maakt deel uit van de landelijke organisatie Jong Nederland. Jong Nederland Maartensbrug heeft 75 jeugdleden en vijftien kaderleden. Deze laatsten bieden vrijwillig aantrekkelijke activiteiten voor de jeugd van vier tot achttien jaar. Hierdoor en door het nieuwbouwproject Overbos maakt de club een stevig groeiproces door. In twee jaar tijd zijn er ruim twintig jeugd- en tien kaderleden bij Jong Nederland gekomen.

Ook voor de nabije toekomst zien we volop groeimogelijkheden.

Jong Nederland gaat jaarlijks met al haar leden op zomerkamp. De inkopen, die hiervoor nodig zijn, maar ook voor de wekelijkse activiteiten, halen we altijd in Winkelcentrum De Poort.

Problematiek

De clubbijeenkomsten van Jong Nederland worden gehouden in een eigen clubgebouw. Sinds ruim een jaar is dit de oude dorpsschool, die zich midden in het centrum van Maartensbrug bevindt. Dit gebouw is een uitstekende locatie, maar er is een groot probleem. Het heeft een zeven jaar lang leeggestaan, er is daarom sprake van groot achterstallig onderhoud.

Op de eerste plaats is het dak van het gebouw zeer slecht. De eerste lekkages dienen zich al aan. De gemeente, de vorige eigenaar, heeft bij de overdracht van het gebouw al aangegeven, dat het dak op korte termijn gerepareerd moet worden.

Een tweede probleem is de verwarming. Afgelopen jaar is deze regelmatig uitgevallen. Bij het sporten is dit niet zo'n probleem, maar bij de creatieve activiteiten als toneel en knutselen geeft dit 's winters grote problemen. Uit het onderhoudsrapport van de gemeente bleek al dat de verwarming aan vervanging toe was.

Tenslotte kunt u in ons renovatieplan lezen, dat we ook van plan zijn het hele gebouw een schilderbeurt te geven.

Oplossing problematiek

Een bouwcommissie van Jong Nederland is vorig jaar gestart met een onderzoek naar de diverse wensen en eisen, die aan de renovatie gesteld worden. Daarnaast heeft de commissie ook een haalbaarheidsplan opgesteld. Met het fonds van Jantje Beton zijn inmiddels afspraken gemaakt over verdere advisering bij de renovatie. Een maand geleden kregen we van de gemeente een startsubsidie van € 10000.- toegewezen. We



zijn blij met deze toewijzing en vatten deze kredietverlening op als waardering voor onze inzet en de haalbaarheid van onze plannen.

Het financieringsplan

De totale lasten van de renovatie bedragen € 36100.- (Zie hiervoor bijlage 3). Om tot een sluitende begroting te komen moeten we nog € 20800.- op diverse manieren proberen te verwerven. We hebben inmiddels van het Nationaal Jeugdfonds een toewijzing van € 10000.- ontvangen, waarvan € 5000.- als gift en € 5000.- als renteloze lening.

Ons sponsorvoorstel

Jong Nederland Maartensbrug organiseert op de zaterdag voor Pinksteren 'kinderstraatfestival Jong Nederland'. We hebben hiervoor reeds een vergunning van de gemeente. Met betrekking tot deze activiteit kunnen we u aanbieden om gebruik te maken van de volgende publiciteits- en communicatiemogelijkheden van Jong Nederland:

- vermelding van uw naam en logo op alle schriftelijke publicaties, inclusief persberichten rondom de renovatie van het clubgebouw
- vermelding van uw naam en logo op affiches van het kinderstraatfestival Jong Nederland
- vermelding van uw naam en logo in het programmaboekje van het kinderstraatfestival
- plaatsing van zes advertenties in het clubblad gedurende een jaar

Daarnaast bieden wij u de mogelijkheid het 'kinderstraatfestival Jong Nederland' te benutten om meer klanten naar uw winkelplein te trekken. Aangezien de activiteit voor een groot deel plaats vindt op het winkelplein van De Poort kunnen we u het volgende bieden:

- al het winkelend publiek kan gratis deelnemen aan de geboden activiteiten
- Jong Nederland richt een speciale kinderhoek op het winkelplein in. Onder deskundige begeleiding kunnen kinderen hier verblijven, terwijl hun ouders rustig winkelen.
- Jong Nederland promoot het kinderstraatfestival, naast affichering, gedurende de vier zaterdagen voorafgaand aan de activiteit. Animatoren zullen het winkelend publiek dan op de activiteit attenderen.

Wij stellen als tegenprestatie van Winkeliersvereniging De Poort voor om:

1. aan Jong Nederland Maartensbrug een bedrag van € 5000.- over te maken. Graag te voldoen in twee termijnen: € 2500.- per direct en € 2500.- een week voorafgaand aan het kinderstraatfestival.
2. bij regenachtig weer de plaatsing van een feesttent op het winkelplein à € 750.- aan Jong Nederland te vergoeden.

Graag willen we dit sponsorvoorstel in een gesprek nader toelichten.

Met vriendelijke groet,
namens het bestuur van Jong Nederland Maartensbrug

(naam contactpersoon)
(functie contactpersoon: voorzitter, penningmeester)

Bijlagen:

1. folder jong Nederland
2. renovatieplan
3. clubblad



2.10 Een sponsorcontract afsluiten

Gaat zowel Jong Nederland als de sponsor akkoord met het gedane voorstel, dan is het van essentieel belang de afspraken goed op papier te zetten. Dit gebeurt in een sponsorcontract.

Voorbeeld van een sponsorcontract

Ondergetekenden, Jong Nederland Maartensbrug, ingeschreven in het handels/stichtingen/verenigingsregister (invullen wat van toepassing is) van de Kamer van Koophandel te (plaats) onder nummer (invullen), hierna te noemen: Jong Nederland Maartensbrug en

Winkeliersvereniging de Poort ingeschreven in het handels/stichtingen/verenigingsregister (invullen wat van toepassing is) van de Kamer van Koophandel te (plaats) onder nummer (invullen), hierna te noemen: de sponsor, winkeliersvereniging De Poort

zijn het volgende overeengekomen:

1. Winkeliersvereniging De Poort krijgt hierbij toestemming om gebruik te maken van de volgende publiciteits- en campagnemogelijkheden van Jong Nederland Maartensbrug:
 - vermelding van naam en logo op alle schriftelijke publicaties, inclusief persberichten, rondom de renovatie van het clubgebouw
 - vermelding van naam en logo op affiches van het kinderstraatfestival Jong Nederland
 - vermelding van naam en logo in het programmaboekje van het kinderstraatfestival
 - plaatsing van zes advertenties in het clubblad gedurende een jaar

Jong Nederland Maartensbrug verplicht zich:

1. in alle afgesproken publicaties naam en logo van de sponsor te vermelden en/of er naar beste vermogen zorg voor dragen dat de sponsor optimaal gebruik kan maken van bovengenoemde publicaties
2. het kinderstraatfestival op de afgesproken plaats en tijd te organiseren
3. het winkelend publiek deel te laten nemen aan het kinderstraatfestival
4. een kinderhoek in te richten met deskundig toezicht en activiteiten, waar kinderen kunnen verblijven, terwijl hun ouders kunnen winkelen.
5. er zorg voor te dragen, dat de nodige vergunningen voor dit kinderstraatfestival verkregen worden
6. het kinderstraatfestival te promoten door middel van:
 - affichering
 - een bericht in het huis-aan-huisblad
 - door gedurende de vier zaterdagen voorafgaand aan de activiteit animatoren het winkelend publiek op de activiteit te laten attenderen.

Winkeliersvereniging De Poort verplicht zich om:

1. aan Jong Nederland Maartensbrug een bedrag van € 5000.- over te maken.
Te voldoen in twee termijnen: € 2500.- per direct en € 2500.- een week voorafgaand aan het kinderstraatfestival.
2. bij regenachtig weer de plaatsing van een feesttent op het winkelplein à € 750.- aan Jong Nederland te vergoeden.
3. aan alle deelnemers aan het kinderstraatfestival een aardige attentie aan te bieden, waarop het logo van De Poort en van Jong Nederland.

Deze overeenkomst is aangegaan voor de duur van een jaar.

Na afloop van het kinderstraatfestival zal in onderling overleg bekeken worden of de overeenkomst mogelijk verlengd kan worden.

Deze overeenkomst kan tussentijds worden opgezegd als:

- een van de partijen surseance van betaling heeft aangevraagd, failliet gaat, dan wel ontbonden wordt.
- een van de partijen in strijd handelt met de verplichtingen aangegaan in deze overeenkomst en dit verzuim niet herstelt, nadat hier door de andere partij om verzocht is.

Getekend te (naam plaats)

d.d. (invullen)

door:

- vertegenwoordiger Jong Nederland Maartensbrug

handtekening
functie

- Winkeliersvereniging De Poort

handtekening
functie

Vinden jullie het plezierig als iemand van de landelijke organisatie jullie voorstellen, brieven of het contract bekijkt? Schroom niet, bel het Landelijk Bureau.



3. Andere vormen van geld inzamelen

Dit zijn manieren om geld binnen te halen maar zijn geen sponsoractiviteiten. Wel nemen we dit even mee ter inspiratie. Meer informatie is te vinden in de informatiemap voor afdelingen.

3.1 Subsidies

Veel afdelingen van Jong Nederland bestaan bij de gratie van subsidies. Vaak is dit subsidie vanuit de gemeente. De hoeveelheid subsidie verschilt per gemeente. Vaak wordt er gekeken naar ledenaantallen in het vaststellen van de hoogte van de subsidie. Tegenwoordig wordt er echter steeds vaker gekeken naar de geleverde prestaties van de subsidieontvanger. Een eenvoudige manier om die prestaties te meten is het berekenen van de kind-speluren. Die bekeken je op de volgende manier

aantal jeugdleden x aantal bijeenkomsten (per jaar) x de duur van een bijeenkomst = kind-speluren

Voorbeeld: Een afdeling heeft 80 jeugdleden die gemiddeld 40 keer per jaar bijeenkomen. Deze bijeenkomsten duren gemiddeld 2 uur per keer.

ofwel $80 \times 40 \times 2 = 6400$ kind-speluren. Dat is een indrukwekkend getal.

Je kunt zo ook laten zien hoeveel vrijwilligersuren er per jaar in gaan zitten om die kind-speluren te realiseren. De kind-speluren en de vrijwilligersuren zijn twee indrukwekkende getallen die je ook weer kunt gebruiken om potentiële sponsors, subsidiegevers en fondsen te laten zien wat de club allemaal presteert. Dit is geen sponsoring.

3.2 Fondsen en stichtingen

In Nederland zijn veel fondsen en stichtingen te vinden die gericht zijn op het verstekken van geld aan goede doelen. Dit zijn vaak clubjes mensen die een grote pot geld beheren. De renteopbrengsten van die pot met geld wordt ieder jaar verstrekt aan goede doelen. Het is natuurlijk niet zo dat alle fondsen gericht zijn op jeugd- en jongerenwerk. Een goede methode om geschikte fondsen te selecteren is door een fondsendiskette aan te schaffen. Hiermee kun je eenvoudig selecteren welke fondsen geschikt zijn om eens aan te schrijven. Ook het internet is een goede bron om potentiële fondsen te vinden. De meeste banken hebben op hun website een pagina over hoe zij met geldverstrekking voor goede doelen omgaan.

Ieder fonds heeft zijn eigen criteria waarmee word beoordeeld of de aanvraag gehonoreerd kan worden. Dit is geen sponsoring.

Meer gegevens kun je in ieder geval vinden via: de fondsendiskette, de gemeente (afdeling welzijn of financiën) en de kamer van koophandel.

3.3 Fundraising

Je kunt natuurlijk ook je eigen geldinzamelactie opzetten. Dit kun je bijvoorbeeld doen via collecteren, iets verkopen of een activiteit organiseren die er op is gericht om geld binnen te halen. Dit is geen sponsoring.

3.4 Vergoeding activiteiten

Geld verdienen door te doen waar je goed in bent is natuurlijk ook een heel slimme manier om geld binnen te halen. Stel je hebt alle materialen en kennis in huis om een geweldige buitensportdag te organiseren. Dan kun je hiermee natuurlijk prima naar bedrijven stappen met het aanbod om hun personeelsuitje te organiseren. Bedenk dan wel even dat je juridisch jezelf goed moet indekken tegen de gevolgen van ongelukken die er zouden kunnen plaatsvinden. Dit is geen sponsoring.

Nogmaals: Veel meer rond deze items is terug te vinden in de informatiemap voor afdelingen. Als het goed is heeft iedere afdeling deze in zijn bezit omdat deze is toegestuurd. De map is ook te downloaden van de website van Jong Nederland, www.jongnederland.nl, in het membersgedeelte. Bijlage 2 geeft nog wat tips voor deze activiteiten.



Bijlage 1. Sterkte/zwakte-analyse

Om te weten wat je wilt, moet je ook weten wat je wel en niet kunt.

Op grote vellen papier schrijf je de volgende zinnen:

- wat zijn de sterke punten van onze afdeling?
- wat zijn onze zwakke punten?

Iedereen noemt of schrijft op wat hij sterk of minder sterk vindt in de afdeling.

Bij sterke punten wordt bijvoorbeeld genoemd:

- genoeg leden in de oudere leeftijdsgroepen
- mooi en goed onderhouden clubhuis
- goede contacten met de basisschool
- geen geldproblemen

Bij zwakke punten wordt bijvoorbeeld genoemd:

- te weinig leiding bij de Junioren
- weinig leden bij de Minioren
- vele wisselingen in de leiding bij de Senioren
- clubhuis is niet geschikt voor overnachtingen

Voordat je gezamenlijk kunt bespreken aan welke punten je komend jaar wilt werken om ze te verbeteren, moet je ook kijken naar ontwikkelingen en mogelijkheden buiten je afdeling. Je omgeving biedt je kansen, maar ook bedreigingen.

Om deze boven water te krijgen kun je jezelf de volgende vragen stellen:

- wat gebeurt er om ons heen?
- wat betekent dat voor ons?
- moeten we actie ondernemen?

Nu schrijf je op grote vellen de volgende zinnen:

- welke ontwikkelingen van buitenaf kunnen gunstig voor ons zijn? (kansen)
- welke ontwikkelingen van buitenaf kunnen nadelig voor ons zijn? (bedreigingen)

Bij de kansen kan bijvoorbeeld genoemd worden:

- er is een nieuwe woonwijk gepland
- herindeling van de gemeente
- volgende introductie cursus is in de buurt
- vader van een nieuwe Minior heeft een loodgietersbedrijf
- het dorp bestaat over twee jaar vijfhonderd jaar

Bij de bedreigingen kan bijvoorbeeld genoemd worden:

- ervaren leiders verlaten het dorp om elders te studeren
- bezuinigingen in de gemeente met mogelijke gevolgen voor subsidiewijzigingen
- er wordt binnenkort een jongerencentrum in het dorp geopend
- ouders gaan, vooral in de zomer, vaak een lang weekend met hun kinderen op pad

Met elkaar bespreek je nu de verschillende vellen. Waar liggen voor jullie mogelijkheden, die je wilt realiseren?

Bijlage 2. Tips voor acties

1. Een afdeling benadert een aantal plaatselijke winkeliers met de vraag of deze korting willen geven op een aantal van hun producten. Al deze aanbiedingen worden samen op een speciale couponkaart vermeld. De kaarten zijn dus goed voor een aantal guldens voordeel bij verschillende winkeliers. De groep verkoopt de kaarten. De mensen die de kaart kopen kunnen een coupon uitknippen en inleveren bij de winkeliers. Zij hebben er dus voordeel van, de winkeliers trekken er klanten mee en de afdeling heeft de winst op de verkoop van de kaarten. Een duidelijke win-win situatie; iedereen wordt er beter van. Daarnaast is het een goede PR-activiteit voor de afdeling.
2. Een afdeling koopt bij het plaatselijke huis-aan-huis blad een aantal pagina's advertentieruimte. Omdat ze er een aantal tegelijk kopen, krijgen ze een fikse korting. Vervolgens benadert de afdeling de bedrijven (die toch al adverteren in dit blad) voor een advertentie tegen de zelfde prijs als de krant. Het bedrijf heeft dus geen voordeel maar ook geen nadeel. De groep maakt winst en heeft bovendien nog ruimte ter promotie van zichzelf.
3. Een afdeling gaat op zomerkamp en kan voor niets een vrachtwagen lenen van een bedrijf. Hoe kan dit? De vrachtwagen zou in de zomermaanden toch stil staan en op de vrachtwagen staat levensgrote reclame van het bedrijf. Als de afdeling op weg naar het zomerkamp nu even de juiste plaatsen aandoet, heeft het bedrijf gratis reclame en de afdeling gratis de beschikking over een vrachtwagen.
4. Je kunt onderdelen van je fouragepakket proberen te laten sponsoren. Je kunt bijvoorbeeld de plaatselijke bakker hiervoor benaderen. Als tegenprestatie kun je een vlag van de bakker op je kampterrein plaatsen.
5. De bouw van je clubhuis is een ideale gelegenheid om met sponsoring aan de slag te gaan. De bouw is een activiteit waarin sponsorgevoelige momenten zitten (eerste paal, hoogste punt, opening). Als de afdeling zorgt voor publiciteit zijn de uitvoerders misschien geneigd tot sponsoring.