

Nieuwsbrief 9
2020-01



“

Waarom zou je niet kunnen winnen van een rijkere club? Ik heb een zak geld nog nooit een doelpunt zien maken.

- Johan Cruijff

”

Noordwijk Binnen
Noordwijkerhout

Nieuws

Noordwijk aan Zee
De Zilk

Brief

Ieder kwartaal

Thema:

Sponsoring





Sponsorwerving

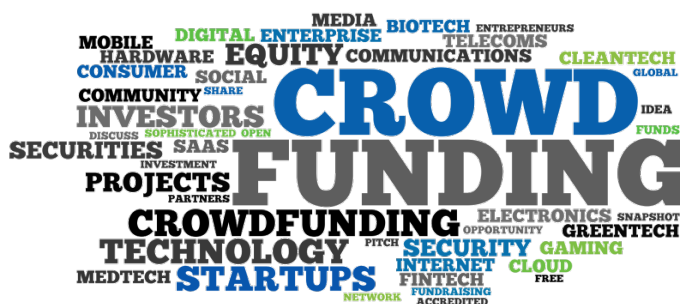
Je wil graag nieuwe sponsors aan je club verbinden, maar waar begin je?

Hoe kom je aan potentiële sponsors en hoe bepaal je welk bedrijf je gaat benaderen?

.01

Crowdfunding

Ingewikkeld? Welnee!
Resultaat? Zeker!



.02

CLUBLIEFDE OBLIGATIE

LENING € 500,-
LOOPTIJD 8 JAAR
€ 435,- TERUG
BESPARING CLUB € 312,-

Obligaties

Wellicht ook iets voor uw vereniging?
Er is meer mogelijk dan u denkt.

.03

SPONSORVISIE

Sponsorwerving



.01

by Peter van Baak

Potentiële sponsors selecteren

Je wil graag nieuwe sponsors aan je club verbinden, maar waar begin je? Hoe kom je aan potentiële sponsors en hoe bepaal je welk bedrijf je gaat benaderen? Ga niet blind aan de slag, maar breng eerst het potentieel in kaart. Dit wordt makkelijk door de verschillende bronnen te onderscheiden en vanuit de bronnen geschikte bedrijven te selecteren. Graag help ik je hierbij op weg:

1. Sponsors werven in het ledenbestand

- Het is algemeen bekend dat de meeste sponsors van clubs via het eigen ledenbestand komen. Het is vaak het bedrijf van de vader van een jeugdlid of een oud-speler met een eigen bedrijf. Hoe benut je het sponsorpotentieel dat achter de leden van de club schuilgaat? Je kan natuurlijk iedereen persoonlijk aanspreken langs de lijn, maar het kan ook anders:
- Vraag in je inschrijfformulier voor het lidmaatschap wat het werk van het nieuwe lid is (of de ouders) en of ze geïnteresseerd zijn om te sponsoren;
- Bekijk de e-mailadressen in het ledenbestand. Als er achter het @ een bedrijfsnaam staat dan is de kans groot dat het lid in kwestie hier een verantwoordelijke functie bekleedt;
- Vraag je leden en sponsors om hulp. Stuur een bericht naar alle leden met een specifieke vraag. Bijvoorbeeld "Wie kan ons in contact brengen met een kinderdagverblijf om over een samenwerking te praten?";
- De member-get-sponsor-actie: beloon het lid dat of de sponsor die een nieuwe sponsor aanbrengt. Dit kan financieel zijn, maar vaak werken ludieke tegenprestaties beter;
- Start een LinkedIn-groep en nodig alle leden en sponsors hier (meermalen) voor uit. Via LinkedIn heb je inzicht in wie welke functie bij welk bedrijf bekleedt en dat zorgt ervoor dat je veel gericht kunt werven.

2. Sponsors werven vanuit de directe omgeving van de club

Ga na welke bedrijven in de directe omgeving van de club gevestigd zijn. Dat kan via de Kamer van Koophandel, maar ook via Google Maps.

Bedrijven uit de buurt zijn bekend met de club en het is voor hen interessant dat de leden van de club vaak in de buurt van hun bedrijf zijn. Heb je een bouwmarkt in de buurt van jouw vereniging?

Dan is het natuurlijk heel interessant om via een bord op je vereniging te communiceren dat ze in de buurt zitten. Dat is handig voor alle bezoekers die dan na het sporten even langs kunnen 'wippen'. Of, nog beter, dat de bouwmarkt via een tv-scherm op jullie locatie kan communiceren wat ze op die week in de aanbieding hebben. De aanbiedingen zullen leden en bezoekers een reden geven om naar de bouwmarkt te gaan.

Een tweede manier om sponsors uit de omgeving te selecteren is benchmarken. Bekijk welke sponsors andere clubs uit de omgeving (of uit dezelfde sport) en noteer de sponsors die bij meerdere clubs sponsoren of waar je zelf een warme relatie of ingang hebt. De kans is groot dat deze bedrijven ook uw vereniging interessant vinden of dat het sponsoren van jouw vereniging binnen het sponsorbeleid van het bedrijf valt.



3. Sponsors werven onder leveranciers

Vraag een lijst op bij de penningmeester van alle crediteuren. Deze bedrijven hebben de vereniging als klant en hebben belang bij een goede relatie met de vereniging. Dit is een gezonde basis voor sponsoring.

Denk ook eens aan de producten die in de kantine verkocht worden. Ook deze merken of hun concurrenten zijn potentiële sponsors.

Het mogen gaan leveren aan de club kan ook een reden zijn om sponsor te worden. Benader bedrijven met producten die een aanvulling zijn op het assortiment om sponsor te worden en biedt ze als tegenprestatie dat de vereniging dan klant wordt of het product in het assortiment in de kantine op zal nemen. Denk hierbij aan grote merken, maar zeker ook aan lokale bedrijven, bijvoorbeeld aan de hovenier, het schoonmaakbedrijf, de bakker, voor verse croissantjes en koeken en de groenteman voor vers fruit.

Voor alle leveranciers van voedingsmiddelen en dranken is adverteren in de kantine zelf, bijvoorbeeld via een tv-schermbord extra interessant. Dit stuwt immers de verkoop van het eigen product. Heeft u een eigen locatie zorg dan dat u een tv-schermbord ophangt en hier nieuws en sponsoruitingen toont. Wilt u weten hoe u dit het beste kunt regelen neem dan contact op met SponsorVisie.

4. Sponsors werven onder lokale adverteerders

Via de club kan een heel specifieke doelgroep worden bereikt. Leden van de vereniging wonen meestal in de directe omgeving van de club en hebben een specifiek profiel. Bedrijven die lokaal adverteren via de lokale krant, via billboards of huis-aan-huis-folders zijn in deze mensen geïnteresseerd en zijn gewend geld uit te geven om deze te bereiken.

Je leadgenerators zijn de lokale krant, de reclameuitingen langs de wegen in de buurt van de club en de reclamefolders in de brievenbus. Bekijk voor welke adverteerders het bereik van de club interessant is en benader ze met een compliment. “Ik zag uw leuke actie in de krant en dacht dat het heel interessant zou zijn om deze actie ook bij onze [aantal] leden onder de aandacht te brengen. Zou u daar geïnteresseerd in zijn?”.

Het is dan natuurlijk wel belangrijk dat de bedrijven echt kunnen adverteren via de verenigingen. Willen jullie ook echte advertentiemogelijkheden aan sponsors bieden? Kijk dan eens op www.sponsorvisie.nl en ontdek dat dit heel snel en eenvoudig geregeld kan zijn.

Met bovengenoemde bronnen kan je efficiënt nieuwe sponsors werven. De hierboven genoemde volgorde is niet vast. Begin met de doelgroep waar je zelf het meeste succes verwacht, of de doelgroep waar je investering in tijd en energie het kleinst is. Zorg dat je jezelf niet voorbij loopt en het werk over de tijd verdeelt. Het blijft immers vrijwilligerswerk.

Peter van Baak



Peter van Baak is mede-oprichter van SponsorVisie, AdsToSport en Crowdfunding voor Clubs, heeft sport en commercie door de aderen vloeien. Naast zijn werk als ondernemersadviseur speelde hij jarenlang tophockey bij T.H.C. Hurley. In 2010 startte hij SponsorVisie met als doel om sponsoring van lokale sportverenigingen te veranderen. Inmiddels helpt hij met zijn drie concepten meer dan 1000 verenigingen aan nieuwe inkomsten.

Peter verzorgt bovendien talloze presentaties voor de KNVB, de KNWU het Nederlands Handbal Verbond, diverse gemeentes en is een vaste spreker en workshopleider tijdens de NL Penningmeester congressen.



Sponsoren. Waarom eigenlijk?

Goodwill: betrokkenheid,
MBO

Commercie:
naamsbekendheid, sales,
relatiemarketing.

Imago: zichzelf
onderscheiden.

Zichtbaar verschil maken!

Goodwill: bijv. Nieuwe materialen.

Commercie: bijv.
Ledenactie.

Imago: help de sponsor
communiceren



Sponsoring van oudsher:

Sponsoring is een kwestie van gunnen.

Weinig direct resultaat uit sponsoring.

Actie is reactie, maar sponsoring is passief.

Geen sponsorbudget, wel advertentiebudget.

Crowfundplan

Je wilt via crowdfunding geld inzamelen voor een specifiek doel. Crowdfunding kan tot geweldige successen leiden, maar is geen wondermiddel. Ook voor crowdfunding is een plan nodig.

Wat is je doelstelling? Je hebt de meeste kans op succes als het doel een bepaalde noodzaak heeft. Het is dan beduidend makkelijker om betrokkenheid te krijgen en de crowd te verleiden een financiële bijdrage te leveren. Zorg ervoor dat er een duidelijk voordeel is voor de crowd en de ambassadeurs! Bij het bepalen van je doelstelling moet je ambitieus te werk gaan. Ambitie laat passie zien, en passie verkoopt een stuk makkelijker. Een goede tactiek om de mensen te overtuigen van de noodzaak om te crowdfunden is om een kort en bondig verhaal te hebben, een pitch. Wat is je idee en hoe werkt crowdfunding? Hiermee vergroot je het draagvlak binnen de vereniging en is de kans op succes het grootst! Als iedereen enthousiast is en het akkoord is binnen, dan kan je verder. Kijk maar eens op www.crowdfundingvoorclubs.nl voor voorbeelden.

En als je eenmaal een crowdfundingplatform geactiveerd hebt willen jullie uiteraard zo veel mogelijk geld ophalen. Hieronder volgen 10 tips die jullie daarbij kunnen helpen:

1. Blijf communiceren

Eén mailtje of bericht op de website is niet voldoende. Zorg dat je regelmatig (minimaal 2x per week) aandacht vestigt op de campagne. Dat kan bijvoorbeeld ook een specifiek bericht over een leuke actie van een team of een leuke nieuwe tegenprestatie voor een donatie zijn.

2. Laat iedereen meedoen

Daag alle leden (via de begeleiders) uit om een of meer acties te verzinnen om geld op te halen. Bijvoorbeeld met heitje-voor-een-karweitje of auto's wassen. Beloon de teams die € 250 of meer opgehaald hebben met een teamfoto op een bord langs het veld: The Wall of Fame.

3. Maak de campagne zichtbaar

Promoot de campagne op zichtbare plekken, zoals de website en deel de campagne met jullie volgers op Facebook, Twitter of andere sociale media. Jullie kunnen ook promotie maken voor de campagne door fysieke posters op te hangen of flyers uit te delen op de club.

4. Doe een vakantiegeldactie!

Het vakantiegeld is net gestort en mensen hebben dus waarschijnlijk wel een paar centen over. Geef bijvoorbeeld als tegenprestatie bij een donatie van € 50,- een wedstrijdkaart cadeau.

5. Organiseer een wervingsactiviteit

Activiteiten zijn een heel effectieve manier om de leden te laten helpen met het werven van donaties. Een benefietwedstrijd zorgt ervoor dat leden geld gaan vragen aan vrienden en familie. Een loterij is leuk en laagdrempelig en de lotenverkoop kan zowel via het platform als op de club. Het organiseren van een 6x6-toernooi is weer een kans om inschrijfgeld te vragen en toernooisponsors te werven. Kies de activiteit die voor jullie het makkelijkst te organiseren is.

6. Vraag hulp van de sponsors

Als je van plan bent een activiteit rond de campagne te organiseren, schakel dan hulp in van jullie sponsors voor financiële hulp of hulp bij het organiseren. De sponsors kunnen ook helpen met prijzen voor de loterij en bij het verzinnen en uitdelen van tegenprestaties. Bijvoorbeeld de sportwinkel die een kortingsbon geeft van € 10,- bij een donatie.

7. Zorg voor een goede opbouw

Zorg ervoor dat de kosten voor tegenprestaties mooi oplopen en er voor elk budget een leuke tegenprestatie is. Dit kan donateurs verleiden toch iets meer te doneren om een bepaalde tegenprestatie te ontvangen.

8. Communiceer de voortgang

Communiceer over de voortgang van de campagne. Zorg dat de aangeleverde banner met de tussenstand op de site staat en zet het platform met tussenstand op het scherm in het clubhuis. Maar ook berichten op de website en social media zijn heel effectief.

9. Bedank de donateurs

Bedank de donateurs via een bericht op social media waarin je de donateur 'tagt'. Hiermee vestig je indirect ook aandacht op de campagne en nodig je uit tot delen.

10. Vraag hulp

Schroom niet om hulp of advies te vragen aan Crowdfunding voor Clubs, zij hebben al veel ervaring met soortgelijke campagnes en helpen jullie graag naar succes.

Obligatie succes voorbeeld

Cartouche haalt in 3 weken
466.000 euro op via
crowdfundingobligaties!

Zaalhockey is populair bij Cartouche, maar het is ieder jaar een enorme puzzel om alle teams onder te brengen. Een eigen blaashal biedt uitkomst, maar dat kost de club wel 300.000 euro. Om dat bedrag bij elkaar te halen wordt het online crowdfundingplatform van SponsorVisie ingeschakeld. Een goede zet: binnen 10 dagen is het streefbedrag met de uitgifte van obligaties binnen. En nog eens 40.000 euro extra voor een digitaal scorebord. Een enorm succes waarvan de hele club profiteert, al is het maar omdat je nu gewoon op de fiets naar je eigen zaalhockeyhal kunt in plaats van met de auto naar een verafgelegen sporthal op een troosteloos industrieterrein.

Resultaten:

- Volledige financiering blaashal voor zaalhockey en digitaal scoreboard.
- Alle teams trainen minimaal 1x per week in de eigen blaashal en spelen hun thuiswedstrijden in de eigen zaalhockeyhal.
- De hal en de vloer zijn na 10 jaar afbetaald, de levensduur is 15 jaar respectievelijk 20 jaar.
- Ook in de wintermaanden gezelligheid en omzet in het clubhuis.

Wat is een obligatie?

Een obligatie is een onderhandse lening. Een organisatie kan als alternatief voor of in aanvulling op een financiering bij een bank een obligatie uitgeven om financiële middelen aan te trekken.

Een obligatie is een gedeelte van een grote lening. De obligatielening wordt onderverdeeld over een vastgesteld aantal obligaties. Een lening van bijvoorbeeld €250.000 kan worden verdeeld in 250 obligaties van €1.000,-.

Obligaties uitgeven, of onderhands lenen bij leden en betrokkenen heeft, als alternatief voor lenen bij de bank, grote voordelen.

Geen zekerheden en verpanding noodzakelijk. Geen borgstelling door gemeente. Lagere (rente) lasten. Er zijn ook gedeeltelijke

financiering en combinaties met andere financieringsvormen mogelijk. En fiscale mogelijkheden i.c.m. periodieke gift.

Door een obligatie te combineren met een periodieke gift ontstaat een groot fiscaal voordeel. Op de website van obligatieplan kan een rekentool worden aangevraagd waarmee jullie alle mogelijke scenario's kunnen doorrekenen. Voorbeeld: bij een annuïtaire lening van € 50.000,- met een looptijd van 8 jaar, een rente van 5% en een verplichte jaarlijkse schenking van € 50,- levert de club al een besparing van € 17.522,- op, terwijl het de deelnemers (met een inkomen in de hoogste belastingschijf) niets kost.

Periodieke giften aan een vereniging of ANBI zijn volledig aftrekbaar van het belastbaar inkomen. Voor het vastleggen van

een periodieke gift is geen notaris meer nodig. Een onderhandse akte is voldoende.

De lage spaarrente bij de bank maakt het voor de leden financieel aantrekkelijk om gebruik te maken van obligaties. Hiernaast is de ervaring dat leden van een club heel graag hun eigen club willen helpen. Zeker als ze er zelf ook financieel op vooruit kunnen gaan!

Er kan voor gekozen worden een voorwaarde te stellen dat de mensen die een lening verstrekken ook een periodieke gift moeten doen. Hierdoor worden over de looptijd duizenden en soms zelfs tienduizenden euro's bespaard, terwijl het lid toch een rendement kan hebben op de obligatie. Een absolute win-situatie dus!

Club van de Week

€10.000,- ook voor jouw club? Club van de Week is de campagne van de VriendenLoterij voor clubs, verenigingen en stichtingen die een steuntje in de rug kunnen gebruiken. Zij kunnen een aanvraag indienen voor een maatschappelijk project voor de club en haar leden. Denk hierbij aan: verduurzamen van het clubhuis, de aanleg van een nieuw sportveld, muziekinstrumenten of het faciliteren van maatschappelijke activiteiten voor de buurt.

www.vriendenloterij.nl

Rabo ClubSupport

Rabobank Clubkas Campagne heet voortaan Rabo ClubSupport. Rabobank sponsort lokale activiteiten op gebied van sport, cultuur en onderwijs. In ruil daarvoor worden tegenprestaties overeengekomen.

De campagne wordt ieder najaar georganiseerd.

www.rabobank.nl

TIPS voor de club van 100

Maak van de gift een periodieke gift!

Voldoet de gift aan de voorwaarden voor periodieke giften? Dan mag uw lid het hele bedrag van de gift aftrekken! Er geldt geen drempel en geen maximumbedrag voor periodieke giften.

- De gift bestaat uit een recht op vaste en gelijkmatige periodieke uitkeringen. Dat betekent dat uw lid verplicht wordt elk jaar hetzelfde bedrag aan de vereniging te betalen. Het lid mag i.p. zelf bepalen of hij/zij het jaarlijkse bedrag opsplijt in meerdere bedragen of het in één keer betaalt, maar het lid moet dus minstens één keer per jaar een bedrag overmaken naar de vereniging.

- Het lid moet deze bedragen minimaal 5 jaar achter elkaar overmaakt naar dezelfde vereniging.
- De gift uiterlijk stopt bij het overlijden van het lid of het overlijden van een ander, bijvoorbeeld zijn/haar broer of partner. Het lid moet wel bij het vastleggen van de gift een keuze maken of zij de uitkeringen laat stoppen bij het eigen overlijden of bij het overlijden van die ander.
- Op de website van de belastingdienst kunt u het voorbeeldformulier 'Periodieke gift' downloaden.

Een gift aan een vereniging

Doet u een periodieke gift aan een vereniging die geen ANBI is? Dan mag u deze gift aftrekken als de vereniging voldoet aan alle volgende voorwaarden:

- De vereniging heeft minstens 25 leden.
- De vereniging heeft volledige rechtsbevoegdheid.
- De vereniging is vrijgesteld van vennootschapsbelasting of er niet aan onderworpen.
- De vereniging is gevestigd in een EU-land, op St. Maarten, Curaçao, Aruba, de BES-eilanden of in een ander door ons aangewezen land.

Een gift aan een steunstichting SBBI

Een steunstichting SBBI is een speciale stichting die is opgericht om geld in te zamelen voor een jubileum van een SBBI (Sociaal Belang Behartigende Instelling) op het gebied van sport en muziek. Een SBBI is bijvoorbeeld een sportclub, zangkoor, dansgroep of een muziek- of harmonievereniging.

De steunstichting kan voor dat jubileum maximaal één kalenderjaar lang door de belastingdienst worden aangemerkt als een steunstichting SBBI. Alleen in dat jaar mag u giften aan deze stichting aftrekken.

Sportraad nieuws:

Nieuwe Sportambassadeur

We hebben er een enthousiaste sportambassadeur bij: Henk van der Wal!
Henk zal zich vooral gaan richten op de sportverenigingen in de woonkernen Noordwijkerhout en De Zilk. Samen met Bob van Velthoven en Gerard Heemskerk zal hij de sportverenigingen aldaar met enige regelmaat bezoeken. Uiteraard kunt u hem zelf ook benaderen, hij is bereikbaar op:
h.vanderwal@sportraadnoordwijk.nl
06 - 23 45 35 30

Sportraad Participatie Fonds / SPF

Ook in het jaar 2020 biedt de Sportraad sportverenigingen de mogelijkheid om een verzoek in te dienen voor een bijdrage uit het Sportraad Participatie Fonds. Kijk op de website van de sportraad voor de spelregels.
www.sportraadnoordwijk.nl

Sportverkiezing Noordwijk

09 februari vanaf 19:00 uur

Hotel NH Noordwijk Conference Centre Leeuwenhorst
Langelaan 3
2211 XT Noordwijkerhout



Dank Je

Tips voor in de volgende
nieuwsbrief?
Mail het naar
redactie@sportraadnoordwijk.nl