

## Subsidiewijzer en sponsorwerving

Het besturen van een sportvereniging is niet altijd even eenvoudig. Naast marketing voeren van de sportclub, moet het bestuur ook sport 'produceren', zoals het organiseren en plannen van wedstrijden en kampioenschappen, ontplooiën van clubactiviteiten, ... Hiervoor is veel geld nodig. Sportsubsidies van overheden zijn dikwijls de basis maar niet altijd voldoende. Op de website van de VRB kan U de subsidiewijzer afdrukken. Hierin staan bijna alle subsidies die een federatie of club kan aanvragen bij de Vlaamse overheden.

Eenzijds kan de sportclub de lidgelden verhogen, meer leden aantrekken en/of meer geld slaan uit verenigingsactiviteiten, anderzijds kan de sportvereniging sponsorwerving als nieuw reddingsmiddel aanzien. De procedure van de sponsorwerving is een tijdrovende, moeilijk en delicate aangelegenheid. Het volgen van een goed uitgedokterd stappenplan is dan ook aan te raden.

## Handleiding bij sponsorwerving in 8 stappen

### 1. Informatie omtrent sponsoring verzamelen

Het lezen van de juiste vakliteratuur, evenals het bijwonen van congressen, seminars en cursussen kunnen het totaalbeeld van de sportclub over sponsoring verbreden.

### 2. Analyse van de sportorganisatie

De vraag naar sponsorgelden is meestal veel groter dan wat de potentiële sponsors te bieden hebben. Zo komt de vragende sportvereniging in een heel concurrentieel omgeving terecht. Duidelijk communiceren wat je als sportclub te bieden hebt, is primordiaal. Belangrijk om als club een concurrentieel voordeel uit te spelen tegenover concurrenten. Een analyse van zijn interne sterke en zwakke punten en van zijn kansen en bedreigingen als club.

- missie en visie van de sportclub
- verschil in organisatiestructuren en verenigingscultuur
- juiste uitgangspunten en doelstellingen
- identiteit en imago van de sportorganisatie
- relatienetwerk bij het vormen van een sponsorcommissie
- functies binnen het organiseren en kennis van zaken
- ledenbestand, sportmaterialen, leveranciers, lokalisaties
- 

### 3. Formuleren van het aanbod door de sportvereniging

Deze stap moet leiden tot het nauwkeurig formuleren van het aanbod dat aan de potentiële sponsor zal voorgelegd worden. Het aanbod kan bestaan uit een pakket van prestaties die de sportvereniging standaard kan leveren, of een aanbod dat is toegesneden op de speciale wensen en behoeften van de te benaderen sponsors. Het aanbod is helder, duidelijk en eerlijk.

### 4. Sponsors selecteren

De selectie van potentiële sponsors begint met een analyse. Dit moet leiden tot het opstellen van een lijst van bedrijven die mogelijk geïnteresseerd zijn.

### 5. Sponsors benaderen

Selectief zijn is belangrijk, niet iedereen van de vereniging komt hiervoor in aanmerking om de sponsor te benaderen. Een presentatie van het sponsorplan, bereid dit zorgvuldig voor, hier hangt heel veel van af. Daarna volgen wellicht interne gesprekken, gun het bedrijf/personen de tijd om rustig naar het voorstel te kijken en te beslissen.

### 6. Het contract opstellen

Als de onderhandelingen tot succes geleid hebben, dient dit in een contract te worden vastgelegd. Hierin wordt de prestatie, de te leveren tegenprestatie en de duur van de overeenkomst in opgenomen.

### 7. het contract evalueren

Zoals eerder vermeld, is het meten van het effect van sponsoring moeilijk en kostbaar. Na enige tijd zal de sponsor de overeenkomst afmeten aan zijn eigen bevindingen, waarbij zijn oordeel over een goed contact en een prettige samenwerking, wel in de eindbeoordeling meetellen.

### 8. De sponsor koesteren

Sponsoring is arbeidsintensief en dynamisch. Na het ondertekenen van het contract wordt in veel gevallen de sponsor aan zijn lot overgelaten. Meestal krijgt hij minder dan beloofd werd, terwijl hij eigenlijk meer zou moeten krijgen. Verras de sponsor met zaken die hij niet verwacht en waar hij veel aan heeft.