

# EigenWijzebuurten.nl

&



&



**BUURTTEAM  
LiRoKa**

organiseren de

2<sup>e</sup> Themabijeenkomst:

**Fondsen, sponsoring en subsidie.....  
Hoe doe ik dat?**

## **Inhoudsopgave**

<b>Voorwoord</b>	<b>pagina 03</b>
<b>Hoofdstuk 1 - Fondsen</b>	<b>pagina 04</b>
<b>Hoofdstuk 2 - Loterijen</b>	<b>Pagina 12</b>
<b>Hoofdstuk 3 - The Elevator Pitch &amp; Sponsoring</b>	<b>Pagina 15</b>
<b>Hoofdstuk 4 - 40 Money Makers</b>	<b>Pagina 18</b>

## **Voorwoord**

Mensen in de wijk bij elkaar brengen door het organiseren van activiteiten en daarmee de leefbaarheid en de saamhorigheid in de buurt vergroten. Dat is de motivatie van de buurtvrijwilliger(s) om zich in te zetten voor de buurt.

Een belangrijk deel van ons leven speelt zich af in de wijk: daar woon je, heb je je burens, doe je inkopen, daar gaan je kinderen naar school, ga je naar je huisarts, of zit je lekker in je tuin. De buurt/wijk is dus belangrijk. Iedereen wil wonen in een veilige, opgeruimde wijk met veel voorzieningen en weinig overlast.

Om bovengenoemde zaken te verwezenlijken organiseren de buurtvrijwilligers allerlei activiteiten en projecten in de wijk. Van het organiseren van een zomerfeest tot het plaatsen van een steiger, van het kerstfeest tot het organiseren van een schoonmaakdag.

Om die doelstellingen te kunnen realiseren is het verkrijgen van de noodzakelijke financiële middelen van groot belang. Zonder financiële middelen kunnen de activiteiten & projecten niet worden uitgevoerd.

De reader die nu voor u ligt kan u helpen om de nodige financiële middelen te realiseren. Met een beetje creativiteit en de wil kunt u ver komen. Ongetwijfeld zijn er nog meer ideeën en tips. Maar we hopen u een beetje op weg te helpen met de vele mogelijkheden die er zijn.

Namens EigenWijzebuurten.nl, ActiviteitenTeam Akkerbloem en buurtteam LiRoKa wensen wij u dan ook veel lees-(idee)plezier.

Johnny Versteeg  
Secretaris Akkerbloem

## HOOFDSTUK 1

### Fondsen

#### Fondsen werven is .....

#### Inleiding

In Nederland bestaan er drie typen fondsen:

1. geldwervende fondsen,
2. loterijfondsen en
3. vermogensfondsen.

**Geldwervende fondsen** zamelen geld in bij het Nederlandse publiek om dit te besteden aan hun eigen doelstellingen. Voorbeelden van geldwervende fondsen zijn KWF Kankerbestrijding en het Aids Fonds.

**Loterijfondsen** verkrijgen hun inkomsten uit de opbrengsten van aangesloten loterijen en verdelen dit rechtstreeks onder goede doelen. Een voorbeeld hiervan is Stichting de Nationale Sporttotalisator, die de gelden van de Lotto verdeelt.

**Vermogensfondsen** hebben hun vermogen gekregen door bijvoorbeeld legaten en erfstellingen en verdelen dit onder maatschappelijke en sociale doelen.

Voor veel personen en instellingen is het uitzoeken en aanschrijven van een fonds behoorlijk ingewikkeld. Veel vermogensfondsen worden bedolven onder grote hoeveelheden aanvragen die niet in aanmerking komen voor ondersteuning. Deze aanvragen worden meestal afgewezen omdat ze niet aan alle eisen voldoen. Deze handleiding biedt een leidraad voor het opstellen van een succesvolle aanvraag voor vermogensfondsen. Hierbij is gebruikgemaakt van de informatie van Elsevier SubsidieTotaal.nl en de Fondsenalmanak.

In Nederland zijn honderden vermogensfondsen actief met uiteenlopende doelstellingen. Niet alle fondsen staan open voor aanvragen van derden, maar onder de fondsen die wel beschikbaar zijn, bestaan grote verschillen in de omvang van de organisatie en de beschikbare middelen. Dit resulteert in verschillende methoden waarop ze aanvragen behandelen. Het is daarom zaak dat u een goede en volledige aanvraag indient bij een fonds. U kunt hiervoor een adviesbureau in de arm nemen. Een bureau heeft de nodige expertise in huis, maar kost wel geld. Een goed alternatief is dat u zelf een aanvraag indient.

Het indienen van een aanvraag heeft wel wat weg van het schrijven van een sollicitatiebrief. Zorgvuldigheid is geboden, er hangt immers veel van de sollicitatie af.

Ook bij het aanschrijven van een fonds zult u zich goed moeten voorbereiden en uiterst zorgvuldig te werk moeten gaan. Het is tenslotte de bedoeling dat het fonds geld ter beschikking stelt zodat u uw project kunt uitvoeren. Deze inleiding behandelt de noodzakelijke stappen voor het opstellen van een aanvraag, te beginnen met het verzamelen, selecteren en toepassen van informatie. Ook wordt iets verteld over hoe fondsen aanvragen behandelen. Verder helpt de lijst met aandachtspunten u op weg naar een aanvraag met de grootste kans op succes.

### **Het selecteren van fondsen**

Nadat u heeft besloten geld te genereren via particuliere fondsen, is het zaak een aantal relevante fondsen te verzamelen. Google, de Subsidie Almanak, SubsidieTotaal.nl, en het Fondsenboek kunnen u hierbij helpen. De fondsen zijn meestal ondergebracht in thema's. Voor ons zullen de fondsen op het gebied van welzijn de belangrijkste zijn.

### **Het benaderen van fondsen**

Nadat u de eerste selectie heeft gemaakt, kunt u gedetailleerde informatie opvragen bij het fonds. Denk hierbij aan gegevens over de uitwerking van de doelstelling en de voorwaarden die gelden voordat u met het project of de activiteit begint. Het is essentieel dat uw project volledig aan de doelstelling en de gestelde eisen voldoet.

**Tip:** Als u een aanvraag indient, richt deze dan bij voorkeur aan een specifieke persoon en niet aan het bestuur in het algemeen. Meestal is de secretaris van het fonds degene die u moet aanschrijven.

**Tip:** Neem voor het indienen van een aanvraag telefonisch of per mail contact op met het fonds. Zo brengt u uw project onder de aandacht en kunnen eventuele onduidelijkheden uit de weg genomen worden.

### Doelstelling

De doelstelling van een fonds beschrijft wat het bestuur met zijn activiteiten wil bereiken. In sommige gevallen staat in de doelstelling concreet waarvoor ondersteuning mogelijk is. Hierdoor is al snel duidelijk of uw project of activiteit aansluit bij dat fonds. Vaak echter wordt de doelstelling van een fonds op advies van de notaris ruimer gedefinieerd. Bij zo'n breed geformuleerde doelstelling kunt u bijvoorbeeld denken aan omschrijvingen als 'het ondersteunen van kerkelijke, levensbeschouwelijke, charitatieve, culturele, wetenschappelijke of het algemeen nut beogende instellingen'. Deze frase is overeenkomstig de formulering voor instellingen gerangschikt onder artikel 24 lid 4 van de Successiewet. Dit betekent dat giften bij de ontvanger worden belast tegen een verlaagd belastingtarief van 11%. Bij een ruime doelstelling heeft het fondsbestuur meer vrijheid om een aanvraag niet te honoreren, ook al valt het project binnen de doelstelling. Anderzijds biedt het de mogelijkheid tot ondersteuning van uiteenlopende activiteiten, naar gelang van de prioriteiten van het bestuur op dat moment. Ook kan het bestuur zeer bewust voor een ruime doelstelling kiezen om de creativiteit van de potentiële aanvragers te stimuleren. Bovendien vergroot een dergelijke doelstelling het aanbod en daarmee de kans op een geschikt project. In de praktijk blijkt dat fondsen niet zozeer last hebben van een gebrek aan aanvragen, maar juist te kampen hebben met een grote hoeveelheid aanvragen die duidelijk niet aansluiten bij de doelstelling.

**Tip:** Zorg dat de doelstelling van een fonds duidelijk is en neem de beperkingen serieus. Als een fonds tot doel heeft een bijdrage te leveren voor gehandicapte jongeren, dan heeft het absoluut geen zin een aanvraag in te dienen gericht op gehandicapte ouderen. Veel aanvragers dienen desondanks toch een verzoek in, soms tot grote ergernis van de fondsen.

De stelling 'niet geschoten is altijd mis' gaat dus niet op. (Niet doen dus.)

**Tip:** Probeer te ontdekken of het fonds eerder projecten heeft gefinancierd en zo ja, welke. Dit kan van pas komen bij het vormen van een beeld van het fonds. Wellicht is het mogelijk om een van de uitvoerders van die projecten te benaderen voor informatie.

### Doelgroep

Sluit uw project aan bij de doelstelling, dan moet u de gestelde eisen zorgvuldig bestuderen. Voldoet u niet aan de eisen, dan komt u niet in aanmerking. De eisen richten zich zowel op de doelgroep van het fonds (degenen die het geld ontvangen) als op het uit te voeren project (degenen op wie de activiteiten gericht zijn).

### Doelgroepen van fondsen kunnen zijn:

- non-profitinstellingen: organisaties die niet de bedoeling hebben winst te maken. Hieronder vallen stichtingen, verenigingen en groepen zonder officiële status, maar met een gemeenschappelijk doel. Een fonds kan het bezit van een rechtspersoonlijkheid en een inschrijving bij de Kamer van Koophandel als eis stellen. In dat geval moet uw instelling een vereniging, stichting of naamloze vennootschap zijn;
- ondernemingen: organisaties met winstoogmerk;
- publiekrechtelijke instellingen: gemeenten en gemeentelijke instellingen. In enkele gevallen komen ook provinciale instellingen en rijksinstellingen in aanmerking;
- semi-publiekrechtelijke instellingen: ziekenhuizen, universiteiten, bejaardenoorden, scholen en musea;
- individuen: natuurlijke personen. Aan personen kunnen allerlei eisen worden gesteld om in aanmerking te komen voor een bijdrage. U kunt hierbij denken aan leeftijd of geloofsovertuiging. Een fonds kan zich bijvoorbeeld uitsluitend richten op gehandicapten of katholieke jongeren. Ook kan het beroep of de beroepsstatus van een individu prioriteit hebben voor de aanvraag. Zo kan een professioneel danser bijvoorbeeld wel in aanmerking komen voor steun en een amateurdanser niet.

**Tip:** Weet u niet zeker of u als uitvoerende of uw doelgroep wel binnen de doelgroep van het fonds vallen? Neem dan contact op met het fonds zelf. Dit kan een hoop werk schelen en voorkomt teleurstellingen.

### Regio

Een fonds is vaak actief in bepaalde gebieden, zoals een dorp, stad, provincie of land. Sommige fondsen kennen geen geografische beperkingen en activiteiten kunnen overal ter wereld worden uitgevoerd. In de praktijk blijken deze fondsen echter toch beperkingen aan te brengen. Zo zijn er veel studiefondsen die vanwege het grote aantal verzoeken geen stageplekken in het buitenland meer ondersteunen, hoewel ze officieel geen restricties hanteren. De geografische beperking kan overigens ook

gelden voor de uitvoerder. Het is mogelijk dat de uitvoerder bijvoorbeeld afkomstig moet zijn of moet wonen in Friesland, terwijl het project overal uitgevoerd mag worden. Een regionaal fonds is bijvoorbeeld Fonds 1818 of het Schipholfonds.

### Bijdrage

Fondsen maken over het algemeen niet direct bekend hoe groot de gemiddelde bijdrage is die zij jaarlijks leveren. Geeft een fonds wel een indicatie, dan moet u hiermee rekening houden. Als een bijdrage bijvoorbeeld maximaal € 2.000 euro per project is, dan heeft het geen zin om meer te vragen. In veel gevallen stelt een fonds een vast jaarlijks budget ter beschikking. De middelen komen veelal voort uit een ingecalculerde winst en/of rente over het vermogen van het fonds. Het vermogen staat dus niet per se gelijk aan het beschikbare bedrag. Sommige fondsen zijn zelf afhankelijk van giften van derden. Het beschikbare bedrag kan dan variëren.

### Voorwaarden

De meeste fondsen stellen voorwaarden aan de uitvoering van een project. Zo geldt bij sommige fondsen een duidelijke leeftijdsgrens of een bepaalde geloofsovertuiging. De voorwaarden kunnen betrekking hebben op het project of de activiteit zelf, maar ook op zaken die van tevoren moeten worden geregeld, zoals een haalbaarheidsonderzoek. Het fonds vraagt om dergelijke informatie om meer zekerheid te krijgen over de slagingskans van het project. Ook kan een fonds voorwaarden stellen aan de wijze van aanvragen.

**Tip:** Bedenk of de gestelde voorwaarden geen consequenties hebben voor uw project of u als aanvrager zelf. Soms vindt een aanvrager bijvoorbeeld dat hij of zij teveel artistieke vrijheid moet inleveren om aan de eisen te voldoen.

### Nadere voorschriften

Wordt uw project gehonoreerd, dan krijgt u eventueel te maken met nadere voorschriften. Deze eisen gelden zodra het project van start gaat of vanaf het moment dat u het geld heeft ontvangen. Voldoet u hier niet aan, dan zal het fonds het geld teruggeisen. Zo kan het zijn dat een student een bijdrage vraagt voor een studie in het binnen- of buitenland. Rondt hij of zij de studie niet af, dan volgt waarschijnlijk een eis tot terugbetaling.

Andere voorbeelden van nadere voorschriften zijn:

- het tussentijds rapporteren over hoe het project ervoor staat;
- het voeren van een aparte projectboekhouding;
- het meewerken aan een evaluatie.

Ook stellen sommige fondsen het op prijs als u tijdens het project bekendheid geeft aan de ontvangen gift. Dit kunt u doen door een naamsvermelding op de tentoonstellingsposter of in een dankwoord in een publicatie.

**Tip:** Het maakt een goede indruk als u het fonds op de hoogte brengt over het verloop en de afloop van het project. Ook is het aan te raden om een bedankbrief te sturen (vergeet dit nooit), zeker als u in de toekomst opnieuw een beroep wilt doen op het fonds.

## De aanvraag

Het is zinvol om in een vroeg stadium contact te leggen met het fonds. Voordat u veel tijd gaat steken in de voorbereiding en aanvraag, kunt u beter eerst informeren of het fonds wel positief staat tegenover uw project. Grote fondsen zijn telefonisch bereikbaar, kleine fondsen stellen vaak schriftelijk contact op prijs. Met een brief waarin u uitlegt wat het project inhoudt, geeft u het fondsbestuur een indruk van uw activiteit.

In deze brief staat:

- een bondige en duidelijke omschrijving van de activiteiten die u wilt gaan uitvoeren;
- een uitleg over de achtergrond van het project;
- de reden waarom u het project wilt uitvoeren;
- uw motivatie waarom u juist bij dit fonds een aanvraag indient;
- informatie over de aanvrager en/of de projectuitvoerders;
- financiële informatie.

Een aantal fondsen beschikt over een standaardaanvraagformulier. Dit kunt u bijvoorbeeld telefonisch opvragen of downloaden via internet. Gebruik altijd het standaardaanvraagformulier als dat beschikbaar is! U kunt ook zelf een aanvraag opstellen, al dan niet op verzoek van het fonds.

**Tip:** Verwerk informatie over vrijwilligersinzet in uw eigen organisatie in uw aanvraag. Veel organisaties vergeten dit, terwijl dit zeker op prijs gesteld wordt door het fonds. Het laat zien dat je ook zelf investeert, al is het niet in geld.

**Tip:** Fondsen vinden het belangrijk dat u zelf overtuigd bent van uw project. Laat in uw aanvraag zien dat het project u dierbaar is. Ga er voor.

Bij een aanvraag kunt u bijvoorbeeld de volgende gegevens verstrekken:

**A.** een beschrijving van het project, bestaande uit:

- de omschrijving;
- het doel van de activiteit;
- de producten en/of activiteiten binnen het project;
- de doelgroep;
- de start- en einddatum;
- de verwachte resultaten;
- de haalbaarheid van de verwachte resultaten en de meetwijze achteraf;
- de noodzaak of het belang van het project;

**B.** Een gespecificeerde begroting van het project;

**C.** Een gespecificeerd dekkingsplan van het project, met daarin:

- de aanvragen bij andere instellingen en/of fondsen inclusief de gevraagde bijdrage en de eventuele afwijzingen of toezeggingen;
- de inkomsten uit verkoop;
- de eigen bijdrage, eventueel in natura;

- D.** Algemene gegevens van de aanvrager, zoals:
- volledige naam;
  - officiële vestigingsplaats;
  - correspondentieadres;
  - telefoon- en faxnummer;
  - e-mail- en internetadres;
  - naam contactpersoon en diens bereikbaarheid;
  - rechtspersoonlijkheid;
  - inschrijvingsnummer van de Kamer van Koophandel;
  - doelstelling;
  - werkwijze;
- E.** Financiële gegevens van de aanvrager, waaronder bijdragen van derden zoals de overheid of andere fondsen;
- F.** Motivering van de aanvraag bij het betreffende fonds plus informatie of er al een eerdere aanvraag bij het fonds is gedaan en of deze werd gehonoreerd;
- G.** Het gewenste bedrag en de vorm die de bijdrage moet aannemen zoals een gift, een lening of een garantie;
- H.** Referenties, bijvoorbeeld uw contacten bij de Gemeente of woningbouwvereniging;
- I.** De wijze van totstandkoming en de achtergrond van het project;
- J.** Bijlagen bestaande uit officiële stukken, bijvoorbeeld:
- statuten en uittreksel uit het Stichtingen- en Verenigingenregister van de Kamer van Koophandel;
  - recente financiële gegevens van de aanvragende instelling, zoals de balans,
  - resultatenrekening en de begroting;
  - jaarverslag;
  - werkplan van het lopende en/of komende jaar;
  - bouwtekeningen, bestek, vergunningen, offertes voor apparatuur, bewijs van toelating tot studie, diploma's, cijferlijsten et cetera;
  - foto's van objecten.

**Tip:** Beschrijf goed de beoogde rol van het aangeschreven fonds.  
Wat zijn de verwachtingen?

**Tip:** Wees zorgvuldig en zakelijk. Het komt voor dat een fonds een aanvraag afwijst omdat deze onvolledig of onleesbaar is.

## **De afhandeling**

Zoals al in de inleiding staat, ontvangen particuliere fondsen erg veel aanvragen. Dit kan de behandeling vertragen. Een overzichtelijke aanvraag kan de behandeltijd verkorten, maar vaak is de behandeling ook afhankelijk van de vergaderdata van het

bestuur. Vergadert het bestuur twee keer per jaar, dan kan een antwoord op een aanvraag in het slechtste geval een half jaar duren. Vooruitdenken is daarom geen overbodige luxe.

**Tip:** Dien de aanvraag ruim voor de uitvoering van de activiteiten in. Het komt zelden voor dat een fonds een activiteit achteraf financiert. Bovendien hanteren veel fondsen een (jaarlijkse) sluitingsdatum. Na het verstrijken van die datum kunt u voor dat jaar geen aanvraag meer indienen.

Het komt voor dat met name kleine fondsen niet reageren op aanvragen en dat grote fondsen hoogstens een standaardbrief terugsturen. Dit komt doordat aanvragen in grote hoeveelheden binnenstromen. Het secretariaat kan deze niet allemaal verwerken. Vooral aanvragen die totaal niet voldoen aan de doelstellingen van een fonds krijgen vaak geen antwoord. Sommige fondsen hebben gekozen voor een andere aanpak. Zij gaan zelf op zoek naar interessante projecten en honoreren geen aanvragen van derden meer. Andere fondsen kiezen voor de anonimiteit en treden niet meer naar buiten met informatie. Ze steunen activiteiten in stilte. Het in het wilde weg indienen van aanvragen kan dus averechts werken.

### **Checklist**

Denk bij het opstellen van aanvragen bij particuliere fondsen aan de volgende zaken.:

**A.** Zorg voor een goede selectie van de fondsen die u aanschrijft, op grond van informatie over:

- de doelstelling;
- de doelgroep van het fonds;
- de beperkingen die het fonds stelt aan de regio waarin de activiteit plaatsvindt;
- de voorwaarden waaraan het project moet voldoen;
- de hoogte van de bijdrage en de nadere voorschriften die gelden na het honoreren van de aanvraag.

**B.** Neem telefonisch of schriftelijk contact op met het fonds voordat u een uitgebreide aanvraag indient. Hierdoor krijgt u een idee van de honoreringskansen en kunt u, indien beschikbaar, een aanvraagformulier opvragen.

**C.** Richt de aanvraag aan de juiste persoon.

**D.** Ga bij het indienen van de aanvraag zorgvuldig te werk, wees duidelijk en volledig.

**E.** Dien de aanvraag ruim vóór de uitvoering van de activiteiten in en houd rekening met de vergaderdata van het fondsbestuur en/of de uiterste indieningsdata.

**F.** Bedenk dat fondsen zeer veel aanvragen ontvangen en dat het voor hen niet altijd mogelijk is te reageren. Dien daarom geen onnodige aanvragen in. Past de doelstelling van het fonds niet bij uw activiteit, zie er dan van af het fonds te benaderen.

**Tip:** Betrek de hele organisatie inclusief bestuur en vrijwilligers bij het fondsenwerven. Dit vergroot het draagvlak en de slagingskansen van de aanvraag en wordt op prijs gesteld door de fondsen.

## Tot slot

Laat u niet afschrikken door de hoeveelheid werk die een aanvraag met zich meebrengt. Begin op tijd, zodat u niet alles moet afraffelen om de uiterste indieningsdatum te halen. Een kansrijke aanvraag valt of staat met een gedegen voorbereiding.

Maatschappelijk Welzijn	
<a href="#">het</a> Oranje Fonds	<a href="http://www.oranjefonds.nl">www.oranjefonds.nl</a>
<a href="#">het</a> AMVJ Fonds	<a href="http://www.amvjfonds.nl">www.amvjfonds.nl</a>
<a href="#">Het</a> ANWB-Fonds	<a href="http://www.anwb.nl/fonds">www.anwb.nl/fonds</a>
Bisschop Bluysen Fonds	<a href="http://www.bisschopbluyssenfonds.nl">www.bisschopbluyssenfonds.nl</a>
Stichting Boschuyzen	<a href="http://www.boschuyzen.nl">www.boschuyzen.nl</a>
Stichting DELA Fonds	<a href="http://www.delafonds.nl">www.delafonds.nl</a>
Stichting Elise Mathilde Fonds	<a href="http://www.elisemathilde.nl">www.elisemathilde.nl</a>
Fonds 1818	<a href="http://www.fonds1818.nl">www.fonds1818.nl</a>
Haëlla Stichting	<a href="http://www.haella.nl">www.haella.nl</a>
Hazewinkelfonds	<a href="http://www.hazewinkelfonds.nl">www.hazewinkelfonds.nl</a>
Het Jeanne Fonds	<a href="http://www.semma.info">www.semma.info</a>
Het Kinderopvangfonds	<a href="http://www.hetkinderopvangfonds.nl">www.hetkinderopvangfonds.nl</a>
Stichting Levi Lassen	<a href="http://www.levilassen.nl">www.levilassen.nl</a>
Stichting Het R.C. Maagdenhuis	<a href="http://www.maagdenhuis.nl">www.maagdenhuis.nl</a>
Stichting "Pape-Fonds"	<a href="http://www.papefonds.nl">www.papefonds.nl</a>
Fonds Schiedam Vlaardingen e.o.	<a href="http://www.fondssv.nl">www.fondssv.nl</a>
Fonds Sluyterman van Loo	<a href="http://www.stsvl.nl">www.stsvl.nl</a>
Fundatie Van den Santheuvel, Sobbe	<a href="http://www.fundatiesobbe.nl">www.fundatiesobbe.nl</a>
Skanfonds	<a href="http://www.skanfonds.nl">www.skanfonds.nl</a>
VSBFonds	<a href="http://www.vsbfonds.nl">www.vsbfonds.nl</a>
Stichting Westfriesland Fonds	<a href="http://www.vsbfondswestfriesland.nl">www.vsbfondswestfriesland.nl</a>
Stichting VSB Fonds Woerden en Omstreken	<a href="http://www.vsbfondswoerden.nl">www.vsbfondswoerden.nl</a>
Het Schipholfonds	<a href="http://www.schipholfonds.nl/">www.schipholfonds.nl/</a>
Together2	<a href="http://www.together2.nl">www.together2.nl</a>

## HOOFDSTUK 2

### Loterijen

In dit hoofdstuk behandelen we diverse loterijen en acties die in Nederland bekend zijn. Voor meer informatie verwijst ik u dan ook naar betreffende organisatie en hun website's.



Elke club, vereniging of stichting kan extra geld gebruiken. Deelnemers van de Sponsor Bingo Loterij bepalen zelf waar de helft van hun inleg naartoe gaat. Dat kan uw eigen club zijn en duizenden euro's opleveren!

U kunt uw club financieel steunen door mee te spelen in de Sponsor Bingo Loterij. Een lot kost maandelijks bij 4 Bingo-zondagen € 8,20, bij 5 Bingo-zondagen €10,25. Daarvan gaat de helft direct naar uw club.

In het weekend organiseert de Sponsor Bingo Loterij voor clubs, verenigingen en stichtingen speciale belacties. Teams van verschillende clubs gaan de strijd met elkaar aan om zoveel mogelijk loten te verkopen.

#### **Helpt naar de clubkas**

Van ieder verkocht lot gaat de helft naar de clubkas, iedere maand opnieuw. Gemiddeld verkoopt een club tijdens een belactie 60 loten, wat op jaarbasis bijna 3.700 euro oplevert. Daarnaast ontvangt de club die gemiddeld het meeste aantal loten per beller verkoopt een cheque ter waarde van 1.000 euro!

#### **Hoe werkt het?**

Elke club komt met een aantal van zijn leden bellen. Tijdens de belsessie wordt de tussenstand van het aantal verkochte loten bijgehouden. Aan het eind van de ochtend of middag wordt de eindstand van alle teams bekendgemaakt.

#### **Hoe doet u mee?**

De belacties vinden 's ochtends en 's middags plaats in het callcenter van de Sponsor Bingo Loterij in Amsterdam. 's Ochtends eet u bij de loterij een heerlijk ontbijt, 's middags kunt u na een lunch aan de slag! Wilt u met uw club ook voor structurele inkomsten zorgen?

<https://www.sponsorloterij.nl/clubs/Club-aanmelden.htm>



Neem met uw vereniging deel aan de Grote Clubactie. Van ieder verkocht lot gaat €2,40 direct naar de clubkas. Uw leden verkopen de loten, de Grote Clubactie regelt de prijzen en de promotie op tv, in de krant en op internet. Bovendien brengt u uw vereniging op een sympathieke manier onder de aandacht bij u in de buurt.

### **De Grote Clubactie in 7 stappen**

1. Uw clubcoördinator stuurt de actie binnen uw vereniging aan en onderhoudt het contact met de Grote Clubactie.
2. Hij bestelt ook de loten bij de Grote Clubactie.
3. Alle leden, jong en oud, kunnen loten verkopen.
4. Voor de leden die de meeste loten verkopen, stelt de Grote Clubactie leuke prijzen beschikbaar.
5. De Grote Clubactie wordt uitgebreid ondersteund in de media.
6. De trekking van de loterij en de uitkering van de prijzen wordt verzorgd door de Grote Clubactie.
7. 80% van de opbrengst van de lotenverkoop gaat direct naar uw clubkas.

<http://www.clubactie.nl/>



### **Wat is (s)teun**

U heeft er ongetwijfeld ook mee te maken: uw club, school of vereniging heeft een chronisch gebrek aan financiële middelen. Subsidies blijken vaak ontoereikend en staan nu meer dan ooit onder druk. Dat betekent dat er een beroep moet worden gedaan op de inventiviteit van het bestuur.

Met de hulp van (s)teun kunt u eenvoudig en snel geld inzamelen voor uw organisatie zonder dat u op zoek hoeft te gaan naar sponsors. Het is het hele jaar door toepasbaar, effectief en leuk om te doen. Met een hoge opbrengst. Geen bedelpartij want iedere gift wordt beloond met aantrekkelijke kortingen van de deelnemende sponsors. Leuk dus voor alle mensen die een bijdrage aan uw actie leveren

<http://www.steun.nl>



De Support Actie wordt georganiseerd door de Nationale Stichting Grote Clubactie, die ook verantwoordelijk is voor de Grote Clubactie. In 1999 is de Support Actie opgericht om nog meer te kunnen doen voor het verenigingsleven in Nederland. Deze loterij loopt het hele jaar door en heeft elk kwartaal een trekking. Vrijwilligers van de deelnemende organisaties werven zoveel mogelijk supporters (=lotenkopers).

Supporters machtigen de Support Actie om een bedrag van € 5,50 per lot, per trekking af te schrijven van hun rekening. Alle supporters van alle deelnemende organisaties spelen mee in de trekkingen van de Support Actie. De Support Actie maakt na elke trekking € 4,40 per lot (=80%!) over op de rekening van de gesteunde organisatie van die supporter. De supporter ziet zijn lotnummer op zijn bankafschrift en maakt daarmee kans op prachtige prijzen. De overige 20% gebruikt de Support Actie voor het organiseren van de loterij en het prijzenpakket

<http://www.supportactie.nl/>

Andere leuke actie's & tips	
MiniSponsors	<a href="http://www.minisponsors.nl">www.minisponsors.nl</a>
Kraz voor je Club	<a href="http://www.krazvoorjeclub.com">www.krazvoorjeclub.com</a>
Kern met Pit	<a href="http://www.kernmetpit.nl">www.kernmetpit.nl</a>
Klimaatstraatfeest	<a href="http://www.klimaatstraatfeest.nl">www.klimaatstraatfeest.nl</a>
Goberg Fondsenwerving	<a href="http://www.goberg.nl">www.goberg.nl</a>
Google AdSense	<a href="http://www.google.com/adsense">www.google.com/adsense</a>
EigenWijzebuurten.nl ☺	<a href="http://www.eigenwijzebuurten.nl">www.eigenwijzebuurten.nl</a>
NL DOET	<a href="http://www.nldoet.nl">www.nldoet.nl</a>
Burendag	<a href="http://www.burendag.nl">www.burendag.nl</a>
Clubkasspekken	<a href="http://www.clubkasspekken.nl">www.clubkasspekken.nl</a>
Ludieke actie.nl	<a href="http://www.ludiekeactie.nl">www.ludiekeactie.nl</a>
Serviceclubs	<a href="http://www.serviceclubs.eu/">www.serviceclubs.eu/</a>

## HOOFDSTUK 3

### De Elevator Pitch & Sponsoring

**Een elevator pitch** of kortweg “pitch” is een boodschap van ongeveer een minuut waarin je de ander vertelt wat jij als vrijwilliger doet, of graag wilt doen, en voor welke organisatie of welk buurtteam je werkzaam bent. Je verkoopt hierin je sterke punten. Het doel van je pitch is dat degene met wie je praat kan inschatten of hij jou wil sponsoren. Soms is het doel ook algemener: de ander kan inschatten of jij nuttig kan zijn in zijn netwerk.

#### Waarom een pitch?

Zo'n korte boodschap waarin je vertelt wat je doet, heet een **elevator pitch**, omdat je soms maar de duur van een rit in de lift naar de 4<sup>e</sup> verdieping hebt om te vertellen wie je bent. Al sta je niet in de lift, een pitch moet toch kort en krachtig zijn. Je hebt een pitch nodig als je gaat netwerken bij bedrijven en sponsors.

Nieuwe contacten leggen gaat immers beter als je goed kunt uitleggen wat je doet.

#### Voorbeeld:

Je gaat naar een studiedag. In de pauze sta je er even wat verloren bij, je kent niemand. Er komt iemand naast je staan. Hij stelt zich voor, kijkt je geïnteresseerd aan en vraagt: "Wat doe jij?" Je vertelt op rustige toon: "Ik ben vrijwilliger bij .... En het leukste vind ik activiteiten organiseren voor mensen in de wijk."

"Goh interessant. Wat doe je dan precies?"

"Ik organiseer....., ik help..... om ..... En wat doe jij?"

#### Een pitch kan verschillende doelen hebben:

1. Je voorstellen aan een onbekende in een zakelijke situatie om te onderzoeken of er een nuttige relatie kan ontstaan.
2. Een concreet verzoek doen aan iemand met weinig tijd, bijvoorbeeld een directeur van een bedrijf, een investeerder of tussenpersoon.

#### Wat vertel je in een Elevator pitch?

Een pitch met het doel “**voorstellen**” bevat minimaal de volgende informatie:

- naam (jouw naam)
- bedrijfsnaam (van welke organisatie ben je)
- werksoort of specialisatie (activiteiten organiseren in de wijk.....)
- sector (vrijwilligerswerk, sociaal, welzijn)

Een pitch met een “**verzoek**” bevat naast deze gegevens ook:

- concrete omschrijving van het project dat je gaat doen (wat wil je laten sponsoren)
- wat het verzoek precies behelst
- waarom hij de persoon is waaraan je dit verzoek doet
- wat het hem kan opleveren als hij eraan voldoet

Een pitch heeft vaak een opbouw in de loop van het gesprek. Het begint met één korte zin.

Is de gesprekspartner geïnteresseerd, dan vul je de boodschap aan met drie of vier zinnen tot een verhaal van 40 seconden. Wil de ander dan nog meer weten, dan vul je aan met details, bijvoorbeeld over jouw buurt, specialisatie of vaste samenwerkingspartners.

Een goede pitch wekt belangstellende vragen van de ander.

**Het is belangrijk altijd een pitch paraat te hebben en hem dus goed voor te bereiden.**

### **Waar moet je bij stil staan als je een pitch gaat gebruiken?**

Een pitch raakt de kern van je vrijwilligersgroep. Bedenk daarom dat:

- een pitch veel zelfvertrouwen geeft.
- je pitch veel impact kan hebben.
- er verschil is tussen een pitch en bluf.
- je pitch authentiek moet blijven.

Een pitch is het zwaard van jou als vrijwilliger. Als het scherp geslepen is en flonkert, kun je er elke gelegenheid mee te lijf. Een vrijwilliger die in goed lopende volzinnen kan zeggen waar hij voor staat, en vooral met enthousiasme, straalt zelfvertrouwen uit. Heb je een pitch voorbereid, dan voel je je vanzelf assertiever op welke gelegenheid dan ook.

### **Pitch slim inzetten**

Je pitch is ook het wiel van je buurt of activiteit. Je stuurt je buurt of activiteit er de richting mee op waar jij naartoe wil. Voor je kunt gaan netwerken met je pitch moet je dus je toekomstbeleid of -visie klaar hebben. Als je moeite hebt met het formuleren van een pitch, kan dat een signaal zijn dat je twijfelt over je richting en misschien zelfs niet meer ten volle gelooft in wat je doet. Ga je wel voor die activiteit, wil je wel verbetering in de buurt, wil je wel de saamhorigheid en leefbaarheid verbeteren?

### **Een pitch is geen bluf**

Een pitch straalt ambitie uit, maar dat is iets anders dan opscheppen. Een verhaal vertellen over iets dat je misschien niet waar kan maken, is riskant. Je bouwt met je pitch een verwachting op bij de ander en die zal je laten vallen als je die niet inlost.

**Een pitch is altijd eerlijk! Weet van jezelf dat je een sterke vrijwilliger bent en dat je het doet voor je buurt, dan is vertellen over je kwaliteiten geen bluf.**

### **Blijf je pitch authentiek brengen**

Een pitch kan de indruk wekken dat je zo'n snel marketingachtig type bent met veel vorm en weinig inhoud. Natuurlijk verkoop je jezelf ermee, maar als je verhaal er te geroutineerd uitrolt, kom je niet "echt" meer over. Als je de ander snel uitnodigt zijn verhaal te vertellen, beperk je dit risico.

## **En nu succesvol sponsors binnenhalen en binden?**

Stichting Akkerbloem blinkt uit in creatieve ideeën ten aanzien van sponsoring. Er wordt dan ook de nodige voorbereiding gestoken in het benaderen van mogelijke sponsors. Een uitgebalanceerde planning en investeren in de relatie met de sponsors, daar draait het allemaal om bij deze Stichting. Want hoewel de Stichting een uitstekende relatie met de gemeente Alphen aan den Rijn heeft, streeft zij naar een zo groot mogelijke financiële onafhankelijkheid.

### **Lange adem**

De ervaring heeft geleerd dat het binden van sponsors vaak een kwestie van lange adem is. Voor het hele proces van leren kennen van het bedrijf en het eerste contact tot en met het logo op onze website zit soms maanden werk. En bedenk dat de meeste bedrijven in het najaar hun budgetten voor het volgende jaar vaststellen. Dat betekent dat we ze dus vooral in het voorjaar voor het eerst benaderen, anders ben je te laat.

### **Nieuwe of bestaande sponsors?**

Ja, er mislukt ook wel eens iets. Dat is logisch. Je moet er wel tegen kunnen om nee te horen. Weet je, voor ons heet het eigenlijk allang geen sponsoring meer. Wij noemen het relatiemarketing, want niets is zo belangrijk als het onderhouden van een warme en goede relatie met je sponsors. Zeker als je streeft naar meerjarige verbintenissen. Onze hoofdsponsor Transportbedrijf Jac van 't Kruis & Zn geeft elke vrijdag een vrijdagmiddagborrel voor de chauffeurs. Wij brachten toen 2 kratjes bier voor die jongens. Directie kon het waarderen en de chauffeurs wisten wie wij waren. Kortom, betrek sponsors bij je club, vereniging of stichting. Nodig ze uit als er activiteiten zijn, maak ze hoofdsponsor van een activiteit.

### **Bijvoorbeeld:**

Vorig jaar organiseerden we een zomerfeest met het thema "Splash". Er waren veel water activiteiten en we hadden dus veel tuinslangen nodig. Gardena is marktleider op dat gebied en we hebben Gardena toen aangeschreven of ze hoofdsponsor wilde worden van ons zomerfeest. Het werd toen het: "Gardena Splash feest".

### **Kortom wees creatief, je hebt niet altijd geld nodig!**

**Tip:** Het is over het algemeen gemakkelijker om meer geld te krijgen van bestaande sponsors, dan nieuw geld te creëren bij nieuwe.

**Tip:** Het is belangrijk dat u een potentiële sponsor verleidt om uw club te sponsoren. Hierbij is het belangrijk dat uw club, vereniging of stichting zich goed presenteert. Gebruik hiervoor de elevator pitch.

**Tip:** Sponsors zijn niet geïnteresseerd in het opvullen van uw financiële tekort. Wel willen ze graag samen met u een belangrijk project realiseren. Denk bijvoorbeeld aan een grote activiteit of groot toernooi voor alle inwoners van uw stad of dorp.

**Tip:** Investeer altijd in de relatie met je sponsors.

## HOOFDSTUK 4

### Money Makers

Mocht het u niet lukken om met fondsen en sponsoring de nodige financiële middelen binnen te krijgen dan zult u toch echt zelf aan de slag moeten. In dit hoofdstuk zetten we de nodige money makers voor u op een rijtje. Overigens er zullen er ongetwijfeld meer zijn, maar hopelijk brengen wij u op wat ideeën.

#### 1) oud papier

Elke 14 dagen halen de vrijwilligers in de wijk het oud papier op. Elke ton oud papier levert een bedrag op. Dit bedrag varieert en is afhankelijk van de opgehaalde hoeveelheid oud papier. We zijn groot geworden met het ophalen van oud papier, iets wat we nu nog steeds doen.

#### 2) fancy fair of rommelmarkt

Elk jaar organiseert Stichting Akkerbloem een fancy fair. In 2007 was hiervan de opbrengst ruim € 1450, -- euro. In 2008 was dit € 1900, -- In 2009 was dit € 745,-

#### 3) vrijwillige bijdrage

Het werkgebied van Stichting Akkerbloem bestaat uit ruim 250 huizen. De Stichting kan aan de mensen in de wijk een vrijwillige bijdrage vragen. Ook doneren via de eigen website is mogelijk.

#### 4) verkoop van oliebollen & stroopwafels

Gelukkig, op sommige dingen kun je blijven vertrouwen. De traditionele verkoop van oliebollen en stroopwafels. De opbrengst komt ten bate van, juist ja....

#### 5) inzamelen van kleding

Diverse bedrijven zijn geïnteresseerd in het inzamelen van hoogwaardige tweedehands dames-, heren- en kinderkleding. Normaliter weegt een geheel gevulde zak tien kilo. Een dergelijke zak brengt al gauw € 3,-- tot € 5,-- op.

#### 6) kerstloterij en wijkbingo

Spreekt voor zich.

#### 7) Club van 50

De club van 50 is een groep mensen die zich voor 5 jaar committeert aan Stichting Akkerbloem om elk jaar € 50,-- euro te doneren. In ruil voor dit lidmaatschap krijgt de donateur een naamsvermelding op de site en een prachtig 'club van 50' -certificaat thuisgestuurd.

#### 8) sponsorloop/Akkerbloem run

De sponsorloop wordt achter in het Zegerslootgebied gehouden. Hier wordt een parcours van ongeveer 1000 meter per ronde uitgezet. De deelnemers krijgen 1 uur de tijd dit parcours te lopen. U kunt een bepaald bedrag per ronde toekennen, maar u mag natuurlijk ook een vast bedrag geven.

### **9) verhuur van materialen**

Stichting Akkerbloem beschikt over diverse materialen zoals tenten, aanhangwagens, kookmaterialen, etc. Deze kunnen eventueel verhuurd worden zodat het weer inkomsten oplevert voor de Stichting.

### **10) Steun met SMS:**

Met Steun met SMS kunt u een laagdrempelige manier van donatie inzetten.

[www.steunmetsms.nl](http://www.steunmetsms.nl)

### **11) sponsornaam op de website**

Het hele jaar door kunnen wij uw naam vermelden bij Partner en Sponsors op onze website. De bedragen en duur kunnen verschillen.

### **12) sponsornaam tijdens de activiteit**

Tijdens de activiteit kunnen we de naam vermelden door middel van een vlag of andere materialen.

### **13) verkoop dvd's van de activiteiten:**

Van elke activiteit maken we foto's of video-opnames. Aan het eind van het jaar maken we hier een collectors-dvd van. De dvd branden, leuke cover erbij en verkopen voor € 5, --.

### **14) knuffeltrekken**

Tijdens één van de fancy fairs kwam het idee om in plaats van touwtje trekken, knuffeltrekken te organiseren. In plaats van allerlei speelgoed hadden wij alleen knuffels. Kleine, grote, rare en hele leuke knuffels. Een maand voor aanvang hadden we alle buurtbewoners gevraagd of ze nog nette knuffels hadden voor de fancy fair. Ook op Marktplaats hadden we advertenties gezet met "gezocht gratis knuffels". Uiteindelijk hadden we 40 zakken vol met knuffels. Om elke knuffel hebben we een touwtje gedaan. De knuffels hebben we achter een bord gezet. Tijdens de fancy fair vroegen we € 1,-- voor het knuffeltrekken. Opbrengst in 2000 ruim € 140,--. Behalve dat het voor kinderen spannend is wat ze voor knuffel trekken krijg je ook hele leuke reacties: "Hé mamma, deze heb ik ook thuis." En ja, dan het gezicht van de buurvrouw, onbetaalbaar.

### **15) fietsen met de Rabobank**

Geld verdienen terwijl u fietst.

Kan uw vereniging of stichting wel een financieel extraatje gebruiken? Laat uw leden dan massaal meedoen aan de jaarlijkse Rabobank Sponsor Fietsdag. Lekker fietsen in de prachtige omgeving en nog geld verdienen voor uw club ook. Een prima combinatie toch? Loon naar werken. Er zijn fietsroutes van 20, 40 en 70 kilometer. Per gereden fietsroute van 20 kilometer verdient uw vereniging € 3,50, voor 40 kilometer € 7,50 en voor 70 kilometer ontvangt u € 15. Maximaal kunt u € 750 bij elkaar fietsen. **Tip:** Kijk bij de plaatselijke Rabobank of ze meedoen of sponsoren.

### **16) veiling**

Organiseer een veiling met allerlei ludieke spullen. Sommige bedrijven organiseren een veiling voor goede doelen. In Alphen aan den Rijn organiseert bijvoorbeeld de kringloopwinkel dergelijke veilingen.

**Tip:** kijk of een serviceclub zoiets wil organiseren.

### **17) DoneerBon**

De DoneerBon is de cadeaubon ten behoeve van goede doelen in Nederland. Via [www.doneerbon.nl](http://www.doneerbon.nl) heeft u wel de mogelijkheid te kiezen.

### **18) organiseer een stripavond**

De brandweer van Luik ging op 13 september uit de kleren voor het goede doel. Met hun stripteaseavond willen ze geld in het laatje brengen voor de familie van een van hun collega's die in april overleed tijdens dienst. De apotheose van de stripact van de 18 brandweermannen wordt verwacht rond 23 uur.

### **19) maak een kalender**

Maak een kalender van de mooiste buurmannen of buurvrouwen uit de wijk in lingerie. Maak een dikke buurmannenkalender. Maak een gekke dierenkalender.

**Tip:** <http://leblondi.com/calendercreate.php>

### **20) ga schaatsen in zwemkleding voor het goede doel**

In Klaaswaal trokken meiden van de Christelijke organisatie World Servants hun bikini aan en bonden ze de schaatsen onder voor het goede doel. De ludieke actie was ontstaan omdat de traditionele Nieuwjaarsduik werd afgelast wegens vorst.

### **21) benefietavond**

Organiseer een benefietavond. De gehele opbrengst van deze avond wordt overgemaakt naar de stichting die .....De directie van ..... stelt het gebouw en personeel kosteloos beschikbaar en ook .....doet geheel belangeloos mee aan deze bijzondere avond. De kaarten voor het benefiet kosten €10,- p.p., business seats €100,-. De toegangskarten zijn te bestellen via .....

### **22) inzamelen van oude mobieltjes, cartridges, flessenbonnen**

Uit onderzoek is gebleken dat er in elk keukenlaasje in Nederland wel een ongebruikte telefoon ligt. Ook bij bedrijven worden de mobiele telefoons periodiek vervangen. Verzamel ze, waarna ze worden nagekeken, zo nodig gerepareerd en weer verkocht.

**Tip:** [www.zonzoo.nl](http://www.zonzoo.nl)

### **23) organiseer een beddenrace door de stad.**

Stichting ..... organiseert op ..... een beddenrace in de stad. Elk team bestaat uit ... en kan zich inschrijven via..... Het inschrijfgeld bedraagt €50,- en is bestemd voor Stichting .... Een andere mogelijkheid is om een bed met een aantal scholieren een afstand af te laten leggen. Er zijn vast wel ergens studenten.

**Tip:** [www.beddenrace.nl](http://www.beddenrace.nl)

#### **24) heitje voor karweitje - kinderen**

De naam zegt het! Een heitje voor een karweitje. Aangezien heitjes niet meer bestaan is één of meer euro uiteraard ook uitstekend. Tijdens deze actie gaan de kinderen en hun begeleiders op pad in de stad of wijk om voor een kleine bijdrage bij de mensen aan huis kleine karweitjes uit te voeren.

Denk daarbij aan:

- de stoep vegen;
- het glas naar de glasbak brengen;
- de afwas doen;
- de vis eten geven;
- een boodschap doen;
- de auto wassen;
- een glaasje fris drinken en een koekje eten.

Kortom... van alles wat.

Voor de kinderen is het enerzijds leuk om te doen en anderzijds leerzaam. En... de centjes die ze verdienen gaan gebruikt worden voor bijvoorbeeld een .....

#### **25) heitje voor karweitje – volwassenen**

De naam zegt het! Een heitje voor een karweitje. Aangezien heitjes niet meer bestaan is één of meer euro uiteraard ook uitstekend. Tijdens deze actie gaan de volwassenen op pad in de stad of wijk om voor een kleine bijdrage bij de mensen aan huis karweitjes uit te voeren.

Denk daarbij aan:

- klussen;
- een avond koken voor de buurman of buurvrouw;
- schoonmaken;
- boodschappen doen;
- ramen lappen.

#### **26) topless blusgasten wassen auto voor goed doel**

Mannelijke automobilisten in Alphen aan den Rijn werden door jonge vrouwen in de val gelokt, met als aas dat hun auto voor vijf euro zou worden gewassen door topless dames. Eenmaal aangekomen bij de wasplaats kregen de mannen een verrassing: geen halfontblote dames, maar buurmannen zonder shirt hielden de waterslang vast. De enkele vrouw die voor het lokaas was gezwich kon er wel om lachen. De meeste mannen waren onaangenaam verrast, maar konden de lol er wel van inzien. Het hele gebeuren was immers een actie voor het goede doel.

#### **27) spinningmarathon**

Organiseer een spinningmarathon in samenwerking met een sportschool.

#### **28) spring in op actuele zaken**

Voor het komende WK hebben voor de buurt een WK-poule opgezet.

Alle buurtbewoners kunnen meedoen, die geven het weer door aan familie.

- EK en WK voetbal
- Koninginnedag: zelf een rommelmarkt organiseren
- 5 mei
- Kerst

#### **29) auto kofferbakverkoop in de straat**

Een kofferbakverkoop is eigenlijk een soort van “kleedjesmarkt” maar dan vanuit de kofferbak van een auto (en een kleine ruimte naast de auto). Op een afgesloten terrein (of straat) kunnen verkopers een stukje huren waarop zij een auto (eventueel met aanhanger) kunnen neerzetten om hun overvloedige goederen te verkopen. De organisatie verzorgt de publiciteit, toiletten, stroom, water, eten en drinken etc. Vraag per auto € 15, -.

**Tip:** [www.kofferbakverkopen.nl](http://www.kofferbakverkopen.nl)

### **30) schiet hem erin**

Voor de actiedag verkoop je het recht om te schieten op het goal. In dit goal staat een doelman uit de eredivisie van de eigen woonplaats, of een bekende doelman, of een gepensioneerd bekende doelman. Per bal betaal je een vast bedrag van € 5,--. Voor kinderen kan je dit bedrag verlagen naar € 2,50. De persoon die de meeste ballen in het goal schiet wint een prijs. De prijs laat je uiteraard sponsoren.

### **31) dansmarathon**

Deze marathon duurt 24 uur (maar je kunt hem natuurlijk zo lang laten duren als je zelf wilt). Peil eerst of mensen wel willen inschrijven voor een 24-uursactiviteit en of de buurt dat wel leuk vindt. Regel inschrijfformulieren en een reglement. In het reglement staan bijvoorbeeld afspraken wanneer je af bent, de pauzes, de prijzen etc. Laat het aantal deelnemers hangen van de grootte van de zaal. De deelnemers starten bijvoorbeeld om 13.00 uur. Wie er na 24 uur nog op de dansvloer staat wint voorbeeld een reischeque ter waarde van € 400,-. Als er meer mensen overblijven wint degene die de meeste sponsorgelden heeft vergaard. Om de deelnemers te stimuleren om sponsorgelden op te halen zou je hier ook een klein prijsje aan kunnen koppelen. Om financiering achteraf te voorkomen kun je al op de kaart een maximum bedrag aangeven. Je kunt dan direct het bedrag incasseren. Je kunt natuurlijk ook voor sponsoring per gedanst uur kiezen. De financiering vindt dan achteraf plaats.

### **32) krantenpagina huren**

Ga een gesprek aan met een regionaal of lokaal dag- of weekblad en vraag of je een pagina van de krant vrij mag gebruiken. Misschien geeft de krant de pagina gratis weg, misschien mag je de pagina huren. De vrije ruimte ga je zelf verkopen aan welwillende eventueel nieuwe adverteerders. Natuurlijk is de meeropbrengst voor het goede doel.

### **33) zoek de plaatselijke radio op en organiseer de draaitafel**

Op de actiedag worden door de regionale radio verzoeknummers gedraaid. Door het invullen van een kaart kunnen muzikkliefhebbers hun verzoeknummer aanvragen. Zij betalen dan bijvoorbeeld € 5,-- voor een verzoeknummer. De zendtijd zou je tegen een vriendenprijsje kunnen inkopen en vervolgens verkopen. Maar misschien is de regionale radio gecharmeerd van het idee. Het levert tenslotte nieuwe (jonge) luisteraars op, en zij geeft een uur gratis zendtijd voor het goede doel.

### **34) quiz**

Een quiz kun je inzetten bij verschillende activiteiten. Om niet opnieuw het wiel uit te vinden staan hier een aantal tips. Een quiz kun je presenteren op papier en als onderdeel van een interactieve show of fancy fair. Bij een quiz kun je wat winnen, zorg voor prijsjes. Als een quiz onderdeel van een show is dan moet de quiz geleid worden door een vlotte, goedgebekte presentator. Voor quizvragen kun je ook ideeën opdoen bij het spel Triviant. De quiz kun je ook in de vorm van een ja-of-nee spel presenteren. Iedereen mag meedoen; bij iedere vraag kan men uit twee antwoorden kiezen, 'ja' of 'nee'. Na de vraag gaan de deelnemers in het ja-vak of nee-vak staan. De mensen die in het foute vak staan mogen niet meer meedoen. De mensen die in het goede antwoordvak staan mogen met de volgende vraag meedoen, totdat er een of twee mensen overblijven. Zij winnen een prijs. Maak tevoren kaartjes met vragen en antwoorden maar ook met toelichtingen. Ook hier is een goedgebekte presentator gewenst.

### **35) special offer**

Een speciale aanbieding is iets waar veel Nederlanders warm voor lopen. Organiseer 'special offers'. Dat kan in de vorm van een workshop, een kortingsactie of een twee-halen-één-betalenactie. De offers en workshops worden voor een deel of helemaal gesponsord door de aanbieder. Misschien moet je overwegen enkele aanbiedingen of coupons te verstrekken die gratis zijn.

De aanbieding moet een echte aanbieding zijn. Bij het aanbieden van workshops moet je rekening houden met het tijdstip en de doelgroep die zich zal inschrijven voor de workshop (een workshop bloemschikken is anders dan een workshop beleggen). Mochten bedrijven of aanbieders enthousiast zijn en er veel workshops zijn waar mensen aan kunnen meedoen, dan kun je een zogenaamde knipkaart introduceren. Deze kaart geeft extra korting. Als je deelneemt aan drie activiteiten krijg je bijvoorbeeld € 2,50 korting.

Je kunt bijvoorbeeld aan de volgende workshops of aanbiedingen denken:

- het graveren van het kenteken in alle autoruitenvoor slechts € 15,- (hiervan is € 7,50 bestemd voor het goede doel);
- een zomerinspectiebeurt voor de auto bij autobedrijf service X voor € 25,00 (hiervan is € 10,- bestemd voor de actie);
- het knippen van het haar door kapperszaak Y (of studenten van de kappersacademie) voor € 10,--;
- een schoonheidsbehandeling;
- workshop bloemschikken;
- aquarelleren;
- computerkunde;
- gratis zeil- en surfinstructie.

Deze activiteit staat of valt met goede publiciteit.

### **36) bloembollenactie**

Bloemen houden van mensen; met deze actie kun je met een leuk artikel veel winst maken. Je kunt de bloembollenactie door het hele jaar organiseren. De beste tijden zijn augustus tot en met november en van februari tot en met mei. want dan kunnen de bloembollen meteen de grond in. Met prachtige kleurenfolders verkoop je bloembollen aan iedereen die je kent.

De mensen kunnen dan kiezen uit meer dan 60 soorten bloembollen en door middel van een formulier rechtstreeks bij je bestellen. Als je alle bestelformulieren bij elkaar hebt gespaard dan tel je deze bij elkaar en stuur je de totaalbestelling naar Gebr. Baltus Bloembollen in Vaassen. Zij maken dan de totaalbestelling klaar en bezorgen de bloembollen 10 dagen later. En dat allemaal zonder ook maar één euro te betalen. Als je nu voor € 1000,- bloembollen verkocht hebt dan mag je € 300,- zelf houden. Dat is dus snel verdiend. Er is geen minimale bestelling dus zelfs als je maar één zakje bloembollen verkoopt heb je al winst gemaakt. Alles staat in een heel mooi informatiepakket dat je gratis kan krijgen.

**Tip:** <http://baltusnet.nl/fundraising/nl/leermeer>

**37) actie spek de clubkas, C1000** De C1000 Herenhof Alphen aan den Rijn doet mee aan de C1000 Clubactie, waarmee verenigingen hun clubkas kunnen spekken. Tal van clubs zijn uitgenodigd deel te nemen aan de actie. 27 clubs en vrijwilligersorganisatie doen mee. Elke € 10,- bij C1000 levert één voucher op, die gedoneerd kan worden aan de betreffende club die in de winkel staat. Aan het einde van de actie wordt de totale prijzenpot (€ 10.000,-) naar verhouding verdeeld onder de deelnemende clubs, afhankelijk van aantal ingeleverde vouchers. Kijk dus of uw C1000 meedoet.

### **38) badeendjesrace**

Gedurende de weken voor de Duckrace zullen er in jouw woonplaats en omgeving badeendjes ter adoptie gesteld worden voor € 5,- per stuk. Ieder eendje krijgt een uniek nummer en op de dag van de race zullen deze eendjes allemaal tegelijk in een kanaal of sloot gegooid worden. Enkele honderden meters verder stroomafwaarts zullen de badeendjes over de finish gaan, waarna de adoptieouders van de badeendjes die al eerste over de finish gaan een prijs krijgen.

**Wat er ook gebeurt, onthoud: “eend goed, al goed”.**

### **39) levende fruitautomaat**

Tijdens de fancy fair, rommelmarkt of bazaar zet je een levende fruitautomaat neer. Zet 3 mensen geblinddoekt in een stoel. Geef ze op schoot alle drie een fruitmand. Wanneer u “draaien” roept draaien de 3 deelnemers hun armen rond elkaar en wanneer u “stop” roept pakken alle 3 de deelnemers een stuk fruit. Pakken ze alle drie hetzelfde stuk fruit dan heeft u een prijs gewonnen. Leuk om te zien en vraag gerust € 1,- of € 2,-

### **40) rad van fortuin**

Tijdens de fancy fair, rommelmarkt, bazaar of andere activiteit zet u een rad van fortuin neer. Tijdens het kerstfeest hadden we het Kerstrad genoemd, tijdens de parkendag het Parkenrad. Vraag het bedrijfsleven u te sponsoren met cadeaubonnen en andere leuke gadgets. Mensen uit de wijk kopen sneller een lot als het voor de eigen wijk is en ook als ze nog wat kunnen winnen. **Tip:** Maak zelf een rad en investeer hierin, je verdient het zo terug, of leen er ergens eentje.

## Tot slot

Wij hopen u met deze bijeenkomst en reader op weg te hebben geholpen met wat er allemaal mogelijk is op het gebied van fondsen en sponsoring. Laat u vooral niet ontmoedigen als u een keer een afwijzing krijgt. Sommige mensen zien het als bedelen bij fondsen en bedrijven. Bedenk dan dat u het niet voor u zelf doet maar voor de mensen in de buurt.

Wees samen met uw burens en vrijwilligers creatief in het genereren van de financiële middelen. U kunt samen meer dan u denkt en wellicht voor mogelijk hield. Net als u weet ik dat er veel lol valt te beleven in het voorbereiden van de activiteiten. Probeer ook de lol en het plezier te zien in het werven van fondsen en sponsoring, ondanks dat het een serieuze bezigheid is.

Namens EigenWIJzebuurten.nl, ActiviteitenTeam Akkerbloem en buurtteam LiRoKa veel succes.



**Alles is te sponsoren,  
je moet alleen creatief zijn. 😊**

Wilt u de reader digitaal hebben:  
stuurt u dan een email naar: [info@akkerbloem.nl](mailto:info@akkerbloem.nl)