



LEI

WAGENINGEN UR



Blauwe ogen schieten tekort

Bedrijven vormen een belangrijke doelgroep om aan landschap bij te dragen, maar voelen zich niet vanzelf aangesproken. Dit geldt ook in de voorbeeldgebieden 'investeren in landschap'. Dit onderzoek beschrijft de stappen om te komen tot sponsoring. Centraal staat een relatiegerichte aanpak en een lange adem van de begunstigde organisatie. De sponsorpiramide toont de stappen om elke trede met meer frequente bijdragen te beklimmen.



'Weidevogels zorgen voor een goed verhaal over Amstelland'

Het ministerie van LNV heeft vier voorbeeldgebieden 'investeren in landschap' geselecteerd waar de initiatiefnemers plannen hebben om private middelen te genereren om het landschap mooier te maken. Bedrijven zijn niet vanzelf gemotiveerd om landschap te sponsoren.

Dit onderzoek biedt meer inzicht in het proces om goede doelen en de initiatiefnemers als begunstigde organisatie te sponsoren. Literatuur, gesprekken met (ervarings)deskundigen en met bedrijven in twee voorbeeldgebieden - Amstelland en Het Groene Woud - vormen hiervoor de basis.

Conclusies van het onderzoek

Van geven naar sponsoren en samenwerken

Bedrijven die geven, spreken geen tegenprestatie af met de begunstigde organisatie (filantropische relatie). Bedrijven die sponsoren, doen dit wel (transactionele relatie). Bedrijven die met de begunstigde organisatie samenwerken, spreken een tegenprestatie af en stellen ook gezamenlijk doelen en activiteiten vast (integratief partnerschap). Bedrijven die natuur en landschap sponsoren, hebben meestal een transactionele relatie met de begunstigde.

Sponsoring vraagt lange adem en een relatiegerichte aanpak

Sponsoring is als het beklimmen van een piramide, waarbij per trede verschillende groepen bijdragen van bedrijven worden onderscheiden (zie achterkant). Cruciaal is het vinden van bedrijven als kansrijke prospect voor een eerste bijdrage. Volgens de deskundigen is het een voordeel als de begunstigde organisatie met deze bedrijven al een zakelijk contact heeft opgebouwd.

Maatschappelijk verantwoord ondernemen (mvo)

In Amstelland zijn kansrijke prospects geïnterviewd en in Het Groene Woud partijen die al een bijdrage op de Streekrekening hebben gestort. De geïnterviewden leggen bij het sponsoren van goede doelen meestal geen duidelijke relatie met het imago van hun bedrijf, maar geven hier in het kader van mvo een eigen invulling aan.

Voorwaarden aan de goede doelen en de begunstigde

Sommige geïnterviewden geven vooral, anderen sponsoren. Voor de gevers is de persoonlijke en maatschappelijke betrokkenheid belangrijk en het vertrouwen in de initiatiefnemer, zoals bij de Streekrekening in Het Groene Woud. Sponsors combineren vaak zakelijke doelen zoals het kunnen netwerken en het vergroten van de betrokkenheid van de medewerkers bij het bedrijf. Daarbij telt ook het vertrouwen in de begunstigde organisatie en de sponsoractiviteit.



Naar een goede sponsorpraktijk

Van suspects naar prospects

In de voorbereidende fase is het belangrijk om het sponsorbeleid af te stemmen op het strategische beleid van de begunstigde gebiedsorganisatie. Stel daarom een missie en een meerjarenbeleid vast en werk deze uit, bepaal kansrijke prospects en zorg voor aansprekende ambassadeurs.

Van prospect naar eerste bijdrage

Om prospects te motiveren voor een bijdrage is een 'verhaal' nodig dat aanspreekt, instrumenten met een lage instapdrempel en een diversiteit aan mogelijkheden voor een bijdrage. Zorg verder voor een uitvoeringsorganisatie om de contacten te leggen en te onderhouden. Leden van het bestuur spelen hierbij een belangrijke rol.

Van eerste bijdrage naar vaker sponsoren

Om te zorgen dat bedrijven blijven bijdragen, is het belangrijk om de bekendheid met en betrokkenheid bij het gebied te vergroten. Koppel daarvoor de resultaten terug en informeer hen over ontwikkelingen, vergroot de trots op het gebied en versterk het 'clubgevoel'.

Voor meer informatie over de voorbeeldgebieden zie:

www.beschermersamstelland.nl

www.hetgroenewoud.com

Streekrekening Het Groene Woud

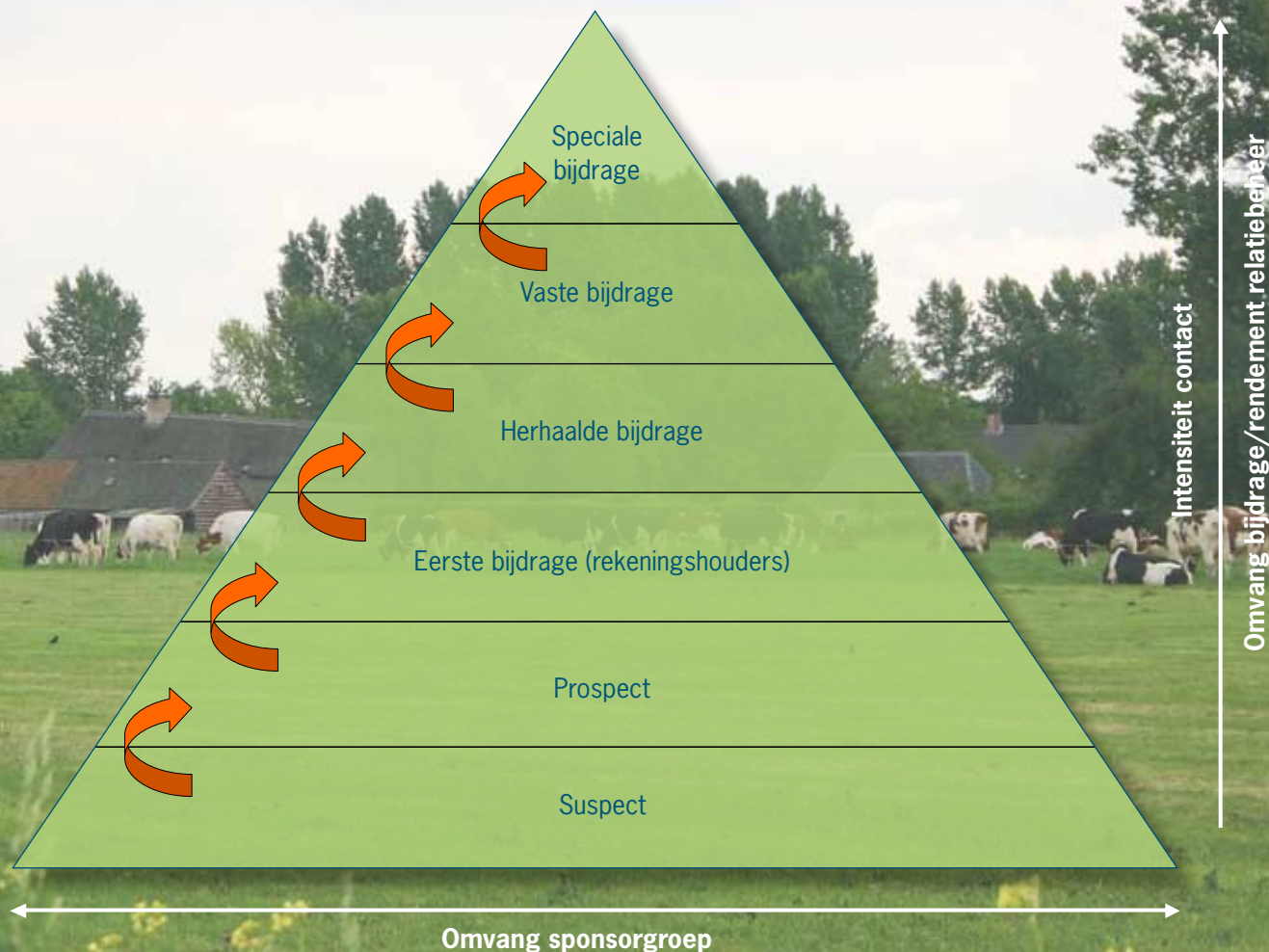
Overheden, bedrijven en streekorganisaties kunnen bij een door de begunstigde organisatie geselecteerde lokale Rabobank een Streekrekening openen om hier hun spaartegoed op te zetten. Deelnemers ontvangen over dit tegoed een rente en kunnen vrij beschikken over hun geld. Zij kunnen zelf bijdragen aan het Streekfonds door de rente (gedeeltelijk) of een bedrag te schenken. De Rabobank verwacht een minimale inleg van 25.000 euro op de Streekrekening en keert over alle rentevergoedingen 5% aan het Streekfonds uit. Eind 2009 telde de Streekrekening 65 deelnemers. Van een kwart is bekend dat zij ook een bedrag of de rente van hun inleg hebben geschonken aan het Streekfonds. Het streefbedrag van 200.000 euro voor de streek is in de afgelopen jaren ruim gehaald.



*'Het motto van de Streekrekening is:
"Geven zonder te geven.'"*

'Wederkerigheid is de basis voor de relatie tussen de begunstigde organisatie en de sponsors.'

De Sponsorpiramide



Colofon

Dit is een uitgave van LEI Wageningen UR en maakt deel uit van het onderzoeksveld Natuurlijke Hulpbronnen. Het onderzoek is gefinancierd door het ministerie van LNV (Project BO 01-006-623). Deze uitgave is gebaseerd op rapport 2010-001 *Blauwe ogen schieten tekort; Lessen voor sponsoring van landschap*. Zie www.lei.wur.nl
Voor meer informatie kunt u terecht bij Greet Overbeek, greet.overbeek@wur.nl of 070-3358100.



Het werven van sponsors voor landschap lijkt op het beklimmen van een piramide. Doel is het ontwikkelen van een sponsorportefeuille waarin elke trede van de piramide met een bijdrage is vertegenwoordigd. De suspects vormen de doelgroep, de bedrijven in de regio. De prospects zijn bedrijven die bereid zijn de begunstigde organisaties te

sponsoren mits deze de gewenste tegenprestatie leveren. De kansrijkste prospects zorgen voor een eerste bijdrage. Het goed onderhouden van de sponsorrelatie levert vaker losse bijdragen en mogelijk een vaste bijdrage. Het aantal sponsors met een speciale bijdrage is klein, kost veel inspanning, maar deze dragen het meest bij.