



Economische tegenwind, teruglopende subsidies, uit de pan rijzende kosten, ze zorgen ervoor dat steeds meer Utrechtse sportverenigingen en beginnende topsporters in zwaar weer dreigen te verzeilen. De VSU blijft uiteraard niet langs de zijlijn staan. Een paar handige tips & trucks om het tij te keren.

# HET BELANG VAN SPONSORING

Zowel top- als breedtesporters ondervinden direct en indirect last van het dichtdraaien van de subsidiekraan. Door middel van een workshoptraject (voor sportclubs) en een themabijeenkomst (voor topsporters) probeert de VSU beide partijen toch het noodzakelijke duwtje in de rug te geven.

## Het niet breed hebben, verenigingsondersteuning

De VSU helpt clubs via het workshoptraject 'Meer Sponsors in Kortere Tijd'. De deelnemers worden in vier workshopavonden klaargestoomd om actief aan de slag te gaan met sponsorwerving. Workshopleider Ted van der Bruggen gaf op de kick-off bijeenkomst in november alvast een paar handige voorzetjes die clubs zelf in de praktijk kunnen brengen.

### EERSTE VOORZET

Bedenk voor een (potentiële) sponsor een aanbod op maat. Ondanks dat u vrijwilliger bent, verwacht een bedrijf een professionele benadering. Bestudeer de bedrijfsfilosofie en achterhaal de doelgroepen. Probeer vervolgens raakvlakken tussen de vereniging en het sponsorbedrijf boven water te krijgen. Denk vooraf na over wat de sponsor, naast geld, eventueel nog meer te bieden heeft: producten, diensten, accommodatie of garantstelling? Ook niet geheel onbelangrijk; welke persoon gaat u benaderen?

### TWEEDE VOORZET

Denk breder dan het standaard aanbod van reclameborden en shirtsponsoring. Zo kan de mogelijkheid tot netwerken met andere bedrijven voor een potentiële sponsor al interessant genoeg zijn. Maar er kan nog veel meer. Denk aan sponsoruitingen op prullenbakken, bankjes, parasols, bierviltjes, etc. of aan het demonstreren van sponsorproducten in de kantine. Ook de media kan een handige rol spelen. Koppel bijvoorbeeld een bedrijfsnaam aan een toernooi.

### DERDE VOORZET

Focus niet alleen op sponsorwerving, maar zeker ook op sponsorbehoud! Blijf werken aan de relatie met uw sponsors (of 'partners'). Onderzoek regelmatig of ze tevreden zijn en kom gemaakte afspraken altijd na. Een sponsor binnenhalen is lastig. Een sponsor vasthouden is misschien nog wel lastiger.

### SPONSIT: ONLINE SPONSORS BEHEREN

Sponsit is een online tool waarin sponsorcommissies gemakkelijk al hun sponsorzaken kunnen beheren. Alle contacten, sponsorcontracten, logo's, etc. worden op één plek bewaard en zijn voor alle commissieleden toegankelijk. Sponsit maakt actielijsten, stuurt reminders en creëert overzicht. Alle VSU-leden die vóór 1 april 2015 een betaalde account aanmaken ontvangen 25% korting over het gehele eerste jaar.

[sponsit.nl](http://sponsit.nl)

## Op-en-top, topsportondersteuning

Een jonge topsporter denkt in het begin van zijn carrière nog niet na over de kosten van zijn/haar sportbeoefening. De liefde voor de sport, de voldoening die hij of zij eruit haalt, zijn belangrijker dan alle kosten die de sport met zich meebrengt. Toch: hoe verder een jonge sporter komt, hoe belangrijker de rol van geld wordt. Materiaal, trainingskampen, buitenlandse wedstrijden, het loopt (voor ouders) al snel in de papieren. Sponsoring kan een belangrijke rol spelen om de beslissende sprong naar de top te maken. Een stappenplan.

**EERSTE STAP** Probeer uit te zoeken wat jou als sporter van de rest onderscheidt (positioneren). Wat maakt jou bijzonder?

**TWEDE STAP** Sponsors willen niet meer alleen een boodschap uitzenden, ze willen interactie. De tijd van simpel logo's plakken op je shirt en flyers drukken is voorbij. Ze verwachten iets origineels terug voor hun diensten.

**DERDE STAP** Vertel een leuk verhaal en bedrijven luisteren vanzelf. Wees hierbij creatief, vernieuwend en eigenzinnig. Wie weet sla je een maker van strategische videogames aan de haak door een 'saai' schaakwedstrijd in het Rijksmuseum te spelen. Of je trekt een biermerk als Hertog Jan over de streep door een schermwedstrijd in een kasteel te organiseren.

**VIERDE STAP** Activeer de sponsors? Wat heeft dit te maken met de afspraken vastzetten?; zet alle afspraken duidelijk op papier. Zo ontstaan in een later stadium geen misverstanden.

*Hoe verder een jonge sporter komt, hoe belangrijker de rol van geld wordt.*

Na het zetten van bovenstaande stappen is het de hoogste tijd voor het opstellen van een gedetailleerd sponsorplan. Een sponsorplan bestaat uit vier hoofdstukken. Als eerste moet een strategisch kader worden vastgesteld. Hiervoor dien je jezelf als sporter drie vragen te stellen: Wie wil je bereiken? Wat wil je bereiken? En wat heb je nodig om dit doel te halen? Pas als je deze vragen hebt beantwoord, kun je nadenken over het tweede hoofdstuk, de positionering. Hoe unieker je bent, hoe hoger je (toekomstige) marktwaarde. Het derde hoofdstuk wordt vormgegeven door de 'tailor made propositie'; welke activiteiten onderneem je om het verschil te maken? Tenslotte check je met behulp van een zogenaamde scorecard of je je (meetbare) doelstellingen gehaald hebt.

### DUWTJE IN DE RUG; VSU

Het zal duidelijk zijn dat het geld tegenwoordig niet meer voor het oprapen ligt. Toch is de VSU ervan overtuigd dat Utrechtse bedrijven nog steeds staan te trappelen om sportverenigingen en beginnende topsporters te helpen. Mits er een goed verhaal achter zit. Mits de bereidheid er is om een sponsor iets terug te 'geven'. Mits er buiten de vastgeroeste kaders wordt gedacht. Alleen dan kan een langdurige win-winsituatie ontstaan.

[s.koot@sportutrecht.nl](mailto:s.koot@sportutrecht.nl) (voor topsporters)

[g.debruijn@sportutrecht.nl](mailto:g.debruijn@sportutrecht.nl) (voor verenigingen)

## GEZOCHT: TOURMAKERS

**De Tour de France komt in juli 2015 naar Utrecht: een unieke beleving! De projectorganisatie van Le Tour Utrecht is op zoek naar 2.500 enthousiaste Tourmakers, de vrijwilligers die de start van de Tour de France in Utrecht tot een succes gaan maken.**



Tourmakers kunnen aan de slag in drie functies: 1) Medewerker Techniek, Veiligheid en Mobiliteit 2) Medewerker Marketing en Hospitality 3) Medewerker Activatieprogramma. Als Tourmaker ben je hét gezicht en dé ambassadeur van Le Tour Utrecht. Kernwaarden zijn persoonlijk, feestelijk, energiek en inspirerend, en een potentiële Tourmaker zal zich daarin herkennen. Burgemeester Jan van Zanen: "Als Tourmaker werk je mee aan het succes van de Grand Départ in onze stad. Je bent een onmisbare schakel en zorgt ervoor dat het een onvergetelijke beleving wordt

voor bezoekers en inwoners. Maar je krijgt natuurlijk ook een unieke kijk in de keuken van het grootste jaarlijkse terugkerende sportevenement ter wereld. Kortom: een once in a lifetime ervaring. Wil jij erbij zijn? Meld je dan nu aan! Samen maken we er een geweldig feest van."

Wil jij meehelpen om van dit evenement een groot succes te maken? Meld je dan aan als Tourmaker!

[tourmakers.nl](http://tourmakers.nl)