



Hans van der Westen en Sofie Bienert

# HANDBOEK SPONSORING EN FONDSENWERVING VOOR NON-PROFITORGANISATIES

Oriëntatie



Stappenplan



Technieken



Geldstromen genereren.

## Meer halen uit sponsoring en fondsenwerving

Handboek voor non-  
profitorganisaties geactualiseerd

Door: Redactie DDB

29-06-2023

*Filantropie Nieuws*

**Hoe werf je donateurs via crowdfunding, social media of direct mail? Hoe ontwikkel je sponsorpartnerships met bedrijven? Hoe werf je grote bijdragen van vermogende particulieren, vermogensfondsen of loterijen? Hoe werkt het met nalatenschappen of subsidies van overheden? En hoe organiseer je succesvolle fondsenwervende evenementen en acties? Vragen en nog eens vragen. Een bijgewerkt handboek weet raad.**

Hans van der Westen en Sofie Bienert, beiden verbonden aan LVWB Fundraising, komen met antwoorden op deze vragen voor non-profitorganisaties van uiteenlopende snit. LVWB is een gespecialiseerd adviesbureau op het vlak van sponsoring, fondsenwerving en mecenaat. De auteurs stellen te werken met vrijwel alle typen campagnes en wervingstechnieken in sectoren. Ze maken tevens gebruik van de inzichten van vele ervaringsdeskundigen en specialisten.

Hoogleraar filantropische studies Theo Schuyt schreef een woord vooraf. Hij signaleert dat non-profitorganisaties zich in de *roaring twenties* van de 21ste-eeuw bij een terugtrekkende overheid heroriënteren op hun maatschappelijk draagvlak. ‘Zie hoe culturele instellingen werk maken van steunfondsen en vriendenverenigingen, hoe universiteiten zich richten op alumni en hoe crowdfunding en bijbehorende platforms in opkomst zijn.’

Het kloeke handboek – het is vier centimeter dik – bestaat uit drie delen. Na een oriëntatie en een stappenplan met succesfactoren en basisprincipes volgen technieken zoals online fondsenwerven, grote giften werven of sponsorpartnerships ontwikkelen. Het derde deel is gewijd aan ‘belangrijke informatie’. Dit betreft een overzicht van organisaties, media, platforms, vakliteratuur, congressen, netwerken en andere zaken.

## Trends

Interessant zijn de trends die de auteurs signaleren. Bij het ontwikkelen van sponsorpartnership valt op dat bedrijven steeds meer actief mee willen doen en niet alleen geld schenken. ‘Sponsoring is steeds vaker een combinatie van ondersteuning en samenwerking door bijdragen in geld, menskracht en middelen in natura’, lezen we. ‘Bedrijven stimuleren medewerkers om vrijwilligerswerk te doen bij non-profitorganisaties of geld op te halen voor het goede doel.’

En wat grote giften werven betreft: de auteurs zien ook buiten de culturele sector steeds meer geefkringen ontstaan. ‘Ook goede doelen hebben steeds vaker geefkringen voor gelijkgestemden die gezamenlijk meer impact willen creëren, bijvoorbeeld op een specifiek thema. Geefkringen voor specifieke doelgroepen zoals jongere generaties gevers zijn populair, bij voorbeeld Jong Mecenaat van het Prins Bernhard Cultuurfonds.’

## Low-budgetcampagne

Ook is gedacht aan suggesties voor een low-budgetcampagne. Een handreiking: gebruik jouw beperkte budget zonder aarzeling als ondersteunend argument in alle communicatie met je wervingsdoelgroepen. ‘Jouw zuinigheid, hoe noodgedwongen ook, siert je. Kom er rond voor uit, je kan er ook trots op zijn dat je weinig of geen kosten maakt. Zo versterk je je boodschap: je helpt de gever aan een maximaal rendement van diens gift.’

Bij het werven van nalatenschappen lezen we terecht over zorgvuldig communiceren. ‘Let extra op kwetsbare mensen. Sommige ouderen zijn extra kwetsbaar, bijvoorbeeld door een zwakke gezondheid, eenzaamheid of vergeetachtigheid. Wees hier alert op.’ Zeker als sprake is van een vorm van dementie. In de testamentaire praktijk gaat het op dit punt nogal eens mis bij verkrijgingen door goede doelen. Een gevoelig punt.

Resumerend: het handboek biedt veel praktische wenken om extra geldstromen te genereren, structureel of voor eenmalige projecten. Theorie en praktijk worden gelardeerd met vele actuele voorbeelden. Fiscale, juridische en ethische aspecten ontbreken evenmin. Door marktwerking moeten personen en organisaties in toenemende mate hun eigen boontjes doppen. Ook voor algemeen nut beogende instellingen wordt fondsenwerven steeds belangrijker.

**Hans van der Westen en Sofie Bienert, *Handboek sponsoring en fondsenwerving voor non-profitorganisaties. Oriëntatie, stappenplan, technieken* (Walburg Pers 2023).**