



PLUKBOEK
VOOR
GEZONDE
FONDSEN
WERVING



SPORTIVOS
ZILVER

Plukboek voor gezonde fondsenwerving is een onderdeel van het preventietraject Sportivos: over alcohol en drugs in de sportclub. Het plukboek ondersteunt de sportclubs die zich in Sportivos Zilver engageren.

WAAROM DIT PLUKBOEK?

Het plukboek gezonde fondsenwerving is deel van Sportivos Zilver: over alcohol en drugs in de sportclub. Clubs die na het bronzen label gemotiveerd zijn om dat zilveren label te behalen, helpen we een handje met dit plukboek. Want vaak wordt gezegd dat de inkomsten van de sportclubs in grote mate afhankelijk zijn van de omzet op fuiven, evenementen en de kantine. Bij Sportivos geloven we dat dit anders kan. Een sportclub kan ook financieel gezond zijn zonder dat dit ten koste gaat van de gezondheid van de leden en de familiale sfeer in de club.

Begrijp ons niet verkeerd, er kan al eens een pintje gedronken worden. Maar praktijken zoals happy hours, een 'zuipbeker' naast een sportieve beker op een toernooi, zuipkaarten die goedkoper worden als grotere hoeveelheden worden gekocht, enzovoort. liggen moeilijk voor de gezondheid, maar ook voor de wet. Wist je bijvoorbeeld dat je niet iemand opzettelijk tot dronkenschap mag brengen? Ook mensen uitdagen om te drinken, of zo'n uitdaging aanvaarden is, volgens de letter van de wet, niet toegelaten. (Voor meer info, zie brochure 'Alcohol en drugs in de sportclubs – Wat zegt de wet', onderdeel van Sportivos Brons).

In dit boekje vind je meer dan dertig ideetjes die je, op maat van je club, kunt gebruiken om de euro's te doen rollen. Die ideeën zijn heel uiteenlopend:

- » Sommige leveren dan ook grotere inkomsten op dan andere, aangeduid met één, twee of drie kransen. Maar vele kleintjes maken ook één groot.
- » Sommige ideeën zijn dan weer eenmalige acties (aangeduid met 🕒), terwijl je andere dingen kunt inbouwen in de reguliere werking van de club om die fondsen binnen te krijgen (aangeduid met 📅).

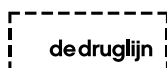
De ideeën zijn verdeeld over zeven categorieën: prijsstrategie, organiseren van evenementen, kalender, ledenwerving, eigen kweek, sponsoring, giften.



INTRO

De activiteiten uit dit plukboek zijn geen voorwaarde om het zilveren label te behalen. De specifieke voorwaarden vind je op de 'checklist Sportivos Zilver'.

Alle info: sportivos@vad.be



V.U.: Paul Van Deun, Vanderlindenstraat 15, 1030 Brussel
Redactie: Vlaams expertisecentrum Alcohol en andere
Drugs (VAD) / Ontwerp: CPLUSH.BE / © 2017

INHOUD

PRIJSSTRATEGIE

	6
01 Verfrissende limonade - serve yourself	7
02 Koffie: een geldkoe	8
03 Happy 'sober is cool' hour	9
04 Mocktail van de maand	9
05 Super size niet-alcoholische dranken	10
06 Standaard glazen schenken	11

EVENEMENT ORGANISEREN

	13
07 Toon je talent	14
08 De exhibitiewedstrijd gaat vreemd	15
09 2dehands verkoop	15
10 Organiseren van ludieke of gezellige activiteit	16

KALENDER

	17
11 Kerst- en nieuwjaarskaartjes	18
12 14 februari: Valentijn veiling	18
13 Moederdag: Ontbijt aan huis	19
14 Pasen: De paashaas hopt in de tuin van de leden	20
15 Vaderdag: Handige Harry fikst dat even!	20
16 Halloween pompoenen kerven	21
17 Sinterklaas: Op Sinterklaasronde bij leden	21

LEDENWERVING

	22
18 De sportclub gaat vreemd: huiswerkklassen	23
19 Outreach aanbod/dienst bij niet-leden	24

INHOUD

VERVOLG

EIGEN KWEEK

20 Wafelen- en anderen bak	25
21 Sportkalender	26
22 Stickerboek bij winkelketen	27

SPONSORING

23 De sponsoruitdaging	28
24 Sponsoruitdaging op verplaatsing of door anderen	29
25 Teambuilding aanbieden	30
26 Crowdfunding	30
27 Uitwerken van een (nieuw) sponsorbeleid	31
28 Fiscale attesten: creativiteit en actieve promotie	32

GIFTEN

29 Oud ijzer	33
30 Collectebussen	34
31 Legaten – onontgonnen terrein?	35
32 'Geef verjaardagscadeau aan de sportclub'-feest	36
33 Geven 'in natura'	36

PRIJS- STRATEGIE

Prijsstrategieën zijn een belangrijke manier om je inkomsten te verhogen. Het kan zelfs een dubbele winst zijn voor de club: gezondheidswinst en financiële winst! Hieronder gaan we natuurlijk enkel in op prijsstrategieën die geen overmatige alcoholconsumptie aanmoedigen. Wij zijn ervan overtuigd dat we met juiste prijssettingen toch de clubkas kunnen spijzen, zonder dat onze lever eraan moet geloven, en zonder dat het ten koste gaat van de sfeer op de club.

'Prijsstrategieën' klinken ook heel erg ingewikkeld, maar dat hoeft helemaal niet zo te zijn. Dat zie je in de voorbeelden hieronder. Aan de ene kant proberen we niet-alcoholische dranken aantrekkelijker te maken tegenover alcoholische dranken. We kijken ook welke niet-alcoholische dranken financieel interessant zijn voor de kantine. Daarnaast kijken we naar strategieën om het 'overschenken' tegen te gaan. Te veel schenken per eenheid is zowel nadelig voor de clubkas als voor de gezondheid.

Je zal zien dat de geschatte inkomsten van de afzonderlijke prijszettingen eerder laag zijn, en de inspanning continu. Maar vele kleintjes tikken na een tijdje toch goed aan! Het lijkt misschien wat extra werk te zijn, maar voor je het weet maakt het deel uit van de reguliere barwerking. De gemotiveerde barmedewerker zal het dan niet eens meer als extra inspanning ervaren. Je kan bijvoorbeeld beginnen met een eenmalig uitgebreider aanbod, waarvan een populariteitspoll dan bepaalt wat er in het vast aanbod komt. Of houd een gratis proeverij tijdens speciale evenementen om het dan later te integreren in je kantineaanbod. Bekijk met de leverancier wat het niet-alcoholisch aanbod kan zijn (ook alcoholvrij bier, wijn, cava, ...).

01 VERFRISSENDE LIMONADE - SERVE YOURSELF

INKOMSTENPOTENTIEEL



TIME MANAGEMENT



Verfrissende limonade kan gemakkelijk zelf worden gemaakt! Dat verhoogt gevoelig het inkomenspotentieel.

Ingrediënten

1 tot 2 (biologische of goed gewassen) citroenen per 2 liter spuitwater (waarom geen sodastream®? Je hebt geen lege flessen ophaal, geen ander afval en het komt gewoon uit de kraan). Stevige ijsblokken. Je kan het bijvoorbeeld bereiden in een vaatje met een kraan en schroefdeksel, bij voorkeur van plastic.

Bereiding

Doe een handvol ijsblokken in het vaatje. Daarop worden de hoeveelheid citroenen uitgeperst. De geperste helften worden ook in de kan gedaan. Schroef het deksel erop en schud goed door elkaar, wel een minuut lang, zodat de ijsblokken de aroma's uit de pel slaan. Giet er de nodige hoeveelheid spuitwater bij.

Resultaat

Een heerlijk verfrissende en dorstlessende limonade met een lichte geel/groene frisse kleur. Fantastisch na het sporten!

TIP: Een rietje beschermt de tanden extra tegen de zuren.

Afwisseling

Wees creatief en gooi er eens verse citroenmelisse bij of gember, kardemom, munt, zelfs basilicum. Of een hete peper!

Verkoop

Stel te koop in self service aan de bar in een vaatje met kraantje en bekers/glazen ernaast. Per getapt glas gaat er 50 cent / 1 euro in het spaarvarken ernaast. Je zult zien dat de drempel om iets niet-alcoholisch / echt verfrissends te kiezen lager is als je bewust de prijs sterk onder die van een pilsje houdt!" Meer nog, mensen die een glaasje water drinken tussen de pintjes door worden minder snel dronken, vervelend of agressief. Bedenk ook een toffe naam voor je drankje, op de clubnaam geïnspireerd. Bijvoorbeeld: Clubnaam = Hoger-Op / Dranknaam = Higher Ground.

02 KOFFIE: EEN GELDKOE

INKOMSTENPOTENTIEEL



TIME MANAGEMENT



Koffie is een echte geldkoe, want op koffie kan een verkoper namelijk potentieel een veel grotere winstmarge pakken dan op alcohol en frisdrank.

Daarom loont het om (Fairtrade) koffie extra in de picture te zetten. Kondig nieuwe variëteiten aan. Bied extra smaakjes aan, heb ook altijd melkschuim (of slagroom) in huis. En laat alvast de geur van vers gezette koffie op de zondagwedstrijden rondwaren in het clubhuis.

Een kleine rekensom leert ons dat er op een liter verkocht bier ongeveer vier euro winst kan worden gemaakt, terwijl een liter verkochte koffie goed is voor meer dan tien euro pure winst!

Alvast nog enkele ideetjes naast de espresso, cappuccino en zwarte koffie:

- » koffie verkeerd
- » ijskoffie op warme dagen
- » Griekse Frappé
- » kardemomkoffie
- » kaneelkoffie
- » kruidnagelkoffie
- » Macchiato
- » ...

Het internet is een bron van inspiratie, zoals:

<http://www.missethoreca.nl/cafe/artikel/2008/5/luxe-koffievariaties-zonder-alcohol-10174787>. Binnen de kortste keren zijn jullie zelf trendy barrista's

PRIJSSTRATEGIE

03 HAPPY 'SOBER IS COOL' HOUR

INKOMSTENPOTENTIEEL



TIME MANAGEMENT



Waarom niet een happy hour met een alcoholvrije drank? Als je dranken aan een betere winstmarge kiest dan een biertje, die ook nog gezond zijn, betekent dat geldwinst en gezondheidswinst!

PRIJSSTRATEGIE

04 MOCKTAIL VAN DE MAAND

INKOMSTENPOTENTIEEL



TIME MANAGEMENT



Mensen die geen alcohol drinken, hebben vaak dezelfde bekommernis: de alternatieven voor alcohol zijn zo fantasieloos of regelrecht ongezond.

Terwijl anderen enkele pintjes hebben gedronken, is jouw goesting weg na één cola, limonade, ice tea, theetje of spuitwater. Verfrissende mocktails (zonder alcohol) aanbieden met een naam die gerelateerd is aan de sport is een leuk alternatief.

Voorbeeld: "mocktail rode kaart":

200ml kersensap, 20 ml kokosnootsiroop, 20ml limoensap

Wedden dat de pintjesdrinkers jaloers naar je drankje kijken op zondagavond? En nog meer spijt hebben op maandagochtend!

— Bron: Alkoholfrei sport genieten - rezepte fur erfrischende cocktails ohne alcohol

05 SUPERSIZE NIET-ALCOHOLISCHE DRANKEN

INKOMSTENPOTENTIEEL



TIME MANAGEMENT



Na een zware training of match wil je liefst een groot glas fris achterover kappen. Helaas bieden de meeste consumpties geen antwoord, na twee slokken zijn ze leeg. Daar zit je dan zonder drankje tussen de andere die net aan hun pintje begonnen.

Om een niet-alcoholisch alternatief aantrekkelijker te maken, heeft de kantine een supersize dorstlesser in de aanbieding (bijvoorbeeld de limonade van hierboven). Na de trainingen en wedstrijden is de barmedewerker er dan extra attent op om deze dorstlesser aan de gedehydrateerde sporters voor te stellen. Kijk zelf welke drank hiervoor in aanmerking komt en vergoot zo gevoelig je omzet. En ook hier, geef je product een toffe naam!

06 STANDAARDGLAZEN SCHENKEN

INKOMSTENPOTENTIEEL



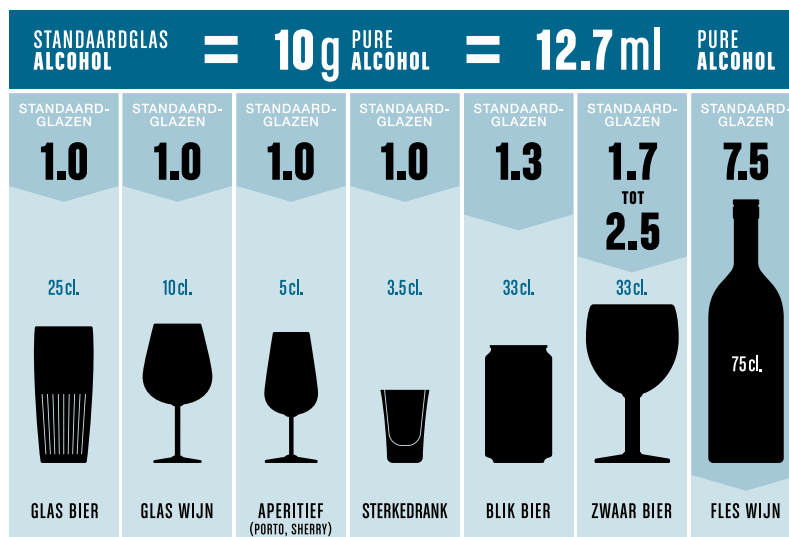
TIME MANAGEMENT



Definitie van een standaardglas: Een standaardglas wordt afgemeten aan de alcoholische drank die het vaakst gedronken wordt in een land.

In België is dat het 'pintje'. Een pintje is 25cl bier met een alcoholgehalte van ongeveer 5%. Dat komt dan neer op 1,25cl pure alcohol. Dat noemen we een eenheid alcohol. Wanneer je de juiste hoeveelheid in het juiste glas schenkt, schenk je standaardglazen die allemaal evenveel pure alcohol bevatten.

Concreet: Een standaard glas wijn met alcohol percentage van 12% dat ook 1,25cl pure alcohol bevat slechts 10 cl wijn heeft. Dan halen we zeven in plaats van vijf glazen wijn uit een fles! Als een wijntje 2.5 euro kost per glas doe je 5 euro extra winst per fles.



Sterkedrank aan 40% met 1,25cl pure alcohol bevat dus ongeveer 3cl drank. Op die manier halen we bijna 23 eenheden uit een fles van 70cl. Dat scheelt een grote slok op de borrel als de leverancier moet betaald worden.

Maar het is niet gemakkelijk om in te voeren dat standaardglazen geschonken worden. De mensen zijn het niet gewoon (behalve van het pintje dan). Vaak

06

VERVOLG

STANDAARDGLAZEN SCHENKEN

is het glas zelf ook te groot voor een standaardmaat, waardoor dat niet mooi presenteert als het wordt aangeboden. En de glazen die we thuis voor onszelf en vrienden inschenken, zijn gemiddeld nog groter dan in de horeca. We zijn het gewoon. Toch zijn er argumenten genoeg om met de club én de klanten te beslissen om standaardglazen te schenken.

Voor de club en de kantine is het duidelijk: minder volume, betekent een **hogere winstmarge**. Maar dat kan niet alleen de motivatie zijn. Minder alcohol betekent ook een **grotere gezondheidswinst**, een gezelliger klimaat, **minder risico op dronken bestuurders** uit de club, **minder risico op agressie en geweld**.

Daarnaast schept het ook duidelijkheid voor alle klanten. Het is **evenveel voor iedereen**, door alle barmedewerkers hetzelfde geschonken.

Doseerdoppen op de sterke drank is zeker ook een optie. Zo is het duidelijk voor iedereen gelijk. En de vrijwilliger kan gemakkelijk verwijzen naar het clubbeleid, dat hier voor iedereen gelijk is. Duidelijk toch?

Aangepaste glazen gebruiken vergemakkelijkt ook het proces van standaardeenheden schenken. Mooie glazen presenteren beter en moeten ook niet helemaal vol geschonken worden. Een wetenschappelijke studie wijst uit dat korte, brede glazen aanzetten tot meer alcoholconsumptie dan smalle, lange glazen. Ideetje?

De kantine zorgt voor zijn klanten! Wetenschap vertelt ons dat het lichaam gemiddeld anderhalf uur nodig heeft om een standaardglas alcohol af te breken. Een goede barman schenkt dan ook standaardglazen. Zo is het voor iedereen veel duidelijker om zijn eigen grens te bepalen.

EVENEMENTEN ORGANISEREN

Evenementen zijn veel voorkomende praktijken binnen het verenigingsleven om leden, sympathisanten, sponsors, burens, enzovoort samen te brengen.

Gezelligheid en groepsgeest staan voorop, en ondertussen wordt de clubkas ook gespijst. Evenementen kunnen veel vormen aannemen. Gekend zijn de jaarlijks terugkerende spaghettifestijnen, mosselsoupers, ribbikesavond, fuif, quiz, enzovoort. Hieronder willen we nog enkele ideetjes geven in dit genre. Belangrijk tijdens deze evenementen is natuurlijk dat ook hier de wetgeving en de huisregels gerespecteerd worden (zie Sportivos-brochure 'Alcohol en drugs in de sportclubs - Wat zegt de wet').

07 TOON JE TALENT

INKOMSTENPOTENTIEEL



TIME MANAGEMENT



Het diverse talent van de club tonen is top om aan de gemeenschap de eigenheid van de club te laten zien.

Bevorderlijk voor contact met de omgeving, het binden van sponsors, ontdekken van nieuwe mogelijke sponsors, werven van nieuwe leden en activeren van 'slapende' vrijwilligers.

In een exhibitiewedstrijd toont elke ploeg/ speler/ sporter/ supporter zijn talenten. Je kunt zeker leuke dingen bedenken:

- » snoezigste ploeg
- » oudste ploeg
- » beste ploeg
- » grappigste ploeg
- » knapste ploeg
- » zotste trucs
- » ...

08 DE EXHIBITIEWEDSTRIJD GAAT VREEMD

INKOMSTENPOTENTIEEL



TIME MANAGEMENT



Je kunt ook 'vreemd gaan' met de exhibitiewedstrijd. Waarom betrek je niet een sportclub van een andere sporttak?

Het spelen van een uitdaging tussen sportclubs van verschillende sporttakken: dat verdubbelt het bereik in mogelijke toeschouwers. Je maakt er een ware clash of the sports van. Welk team en welke sporters munten uit in verschillende disciplines? Ooit het TV programma 'Eeuwige Roem' gezien?

09 2DEHANDSVERKOOP

INKOMSTENPOTENTIEEL



TIME MANAGEMENT



Organiseren van een grote 2dehandsverkoop door de leden. Iedereen heeft wel wat rommel liggen op zolder, in het tuinhuis, de hobbykamer of de garage, waarvan die de waarde gedeeltelijk of helemaal met veel liefde aan de club wil schenken.

Je kan dit op verschillende manieren organiseren. Het kan een heuse rommelmarkt zijn, die fysiek op de sportpleinen plaats vindt. Iedereen organiseert zijn eigen standje en houdt ook zijn winst, maar de club vraagt standgeld, bijvoorbeeld 7 euro per vierkante meter. Maar je kan ook de mensen hun oude rommel aan de club laten doneren. Die kan dan verkocht worden via online platformen, zoals 2dehands.be, Kapaza, enzovoort. Dan heb je één clublid nodig met goesting, verkoopmanschap en een camera om al dat moois op internet aan te bieden en de afspraken te maken.

10 ORGANISEREN VAN LUDIEKE OF GEZELLIGE ACTIVITEIT

INKOMSTENPOTENTIEEL



TIME MANAGEMENT



Een sportclub organiseert een ludieke activiteit voor al haar leden: een thema-avond met een quiz, een filmavond, modeshow, ...

Op die avonden trek je natuurlijk het verantwoord alcohol schenken en het barbeleid en huisreglement door. Hier kun je zelfs extra thematische non-alcoholische dranken aanbieden. Bij die dranken ligt de winstmarge zelfs vaak hoger. Zie hiervoor hoofdstukken 'Prijstrategie' en 'Eigen kweek'.

— Bron: Dynamo - sponsoring voor je sportclub

Let op!

Input – inkomspotentieel is sterk afhankelijk van de gekozen activiteit. Een filmavond is beduidend minder werk dan de organisatie van een quiz, bijvoorbeeld.



KALENDER

Maak je planning ruim op voorhand en profiteer van bepaalde periodes in het jaar. Je kunt zeker dingen organiseren voor Kerstmis, Moederdag of Valentijn. Je doet er je leden of de buurt een plezier mee, en de club wordt er ook financieel beter van.

11 KERST- EN NIEUWJAARSKAARTJES

INKOMSTENPOTENTIEEL



TIME MANAGEMENT



Elk jaar opnieuw versturen we in België allen samen om en bij de 50 miljoen(!) kerstkaarten. Hohoho, fantastisch toch?

Toch moeten dat niet elk jaar dezelfde kerstboomkaarten, herten en knallende champagneflessen op glitterpapier zijn? Met de Sportclub kun je in thema Kerst en Nieuwjaar fantastische kerstkaarten maken en verkopen! Je zou per (jeugd)ploeg kaartjes kunnen laten maken met de ploeg erop, ouders smelten zeker!

12 14 FEBRUARI: VALENTIJN VEILING

INKOMSTENPOTENTIEEL



TIME MANAGEMENT



Op Valentijn laten we toch zeker de leden niet in de kou staan? Met de sportclub kan je een heuse veiling organiseren voor een date op Valentijn met een echte sportman of sportvrouw.

Je verkoopt dan per opbod een paar van je single leden (Of, waarom niet, een bekende sporter?) aan wie ze hebben wil! We houden het natuurlijk allemaal fatsoenlijk, maar het kan een aardige duit voor de sportkas opleveren én een lekker etentje voor de sporter!

De veiling kun je koppelen aan de nieuwjaarsbijeenkomst, waar natuurlijk ook weer lekkere alcoholvrije alternatieven worden aangeboden. Bieden jullie steeds een aperitief aan? Dan slaan de alternatieven zelfs een minder grote put in de clubkas! Alcoholvrij is namelijk vaak ook goedkoper. Voor alcoholvrije alternatieven kijk je bij 'Eigen kweek'.

13 MOEDERDAG: ONTBIJT AAN HUIS

INKOMSTENPOTENTIEEL



TIME MANAGEMENT



Het zijn niet altijd dezelfde die Moederdag vergeten. Het kan jou ook al eens overkomen!

Ook hier kan de club een handje toesteken en er een zakcentje aan overhouden. Op dagen zoals Moederdag kan de sportclub zorgen voor ontbijtpakketten, die ze dan ronddelen naar de huizen van de leden. Als dit al onder de leden een succes was, kun je het volgende jaar misschien denken aan een uitbreiding naar de familie van de leden, de buurt of het hele dorp!

Variant: een bloemetje met Valentijn, enzovoort.

— Bron: https://www.hogent.be/fbosite/assets/File/Onderzoeksverslag_DEF_OnlineVersie.pdf.

**14 PASEN:
DE PAASHAAS HOPT IN DE
TUIN VAN DE LEDEN**

INKOMSTENPOTENTIEEL



TIME MANAGEMENT



Hoe doe je dat elk jaar opnieuw: op paaszondag opstaan voor de kinderen wakker zijn, eieren gaan verstoppen én ook nog eens voor een heuse paasbrunch zorgen? De club weet raad en zendt zijn paashazen uit!

Een paashaas kan tegen een kleine bijdrage in jouw tuin / klas / centrum / straat / park / ... een bepaalde hoeveelheid eitjes komen verstoppen die de jongsten dan weer kunnen zoeken. Pret verzekerd!

Light-versie: Je kunt ook eieren verstoppen op de sportclub zelf, die de kleinste sportertjes komen rapen. De ouders betalen daar zeker graag een kleine bijdrage voor. Op hetzelfde moment zou je dan zelfs een brunch kunnen aanbieden. Kies dan misschien eerder voor Paasmaandag, want Pasen zelf is vaak een familieaangelegenheid.

**15 VADERDAG:
HANDIGE HARRY FIKST
DAT EVEN!**

INKOMSTENPOTENTIEEL



TIME MANAGEMENT



Wat is er heerlijker voor de sportieve, werkende, betrokken papa dan op Vaderdag lekker een klusje op het eeuwige lijstje te doorstrepen? En dat dan nog zonder er zich iets te moeten van aantrekken?

In de club zijn er vast handige Harry's. Voor één keer stellen ze een paar uur van hun tijd ter beschikking van de club. De club biedt dan specifieke bonnen aan voor een bepaald afgelijnd klusje als cadeau voor Vaderdag. Dat moet je ook niet altijd te groots zien. Het gras afrijden en de auto wassen besteedt papa ook graag uit, hoor!

16 HALLOWEEN: POMPOENEN KERVEN

INKOMSTENPOTENTIEEL



TIME MANAGEMENT



Op de club worden de kinderen uitgenodigd voor een workshop pompoenen kerven, terwijl de papa / mama aan het sporten is.

Elke deelnemer brengt zijn eigen pompoen mee en kan ook zijn eigen kunstwerk mee naar huis nemen achteraf. Met het vruchtvlees van de pompoen kan lekkere soep gemaakt worden, die dan weer op de club kan worden verkocht. Gezond en lekker toch?

Ook op lange termijn zijn gelijkaardige activiteiten een goed idee. Het zorgt voor positieve uitstraling in de gemeenschap en trekt leden en sponsors aan. Kijk voor meer ideetjes hierrond onder 'Ledenwerving'.

17 SINTERKLAAS: OP SINTERKLAASRONDE BIJ LEDEN

INKOMSTENPOTENTIEEL



TIME MANAGEMENT



Veel clubs met jeugdwerking organiseren een sinterklaasfeest. Prentjes kleuren, liedjes zingen, Zwarte Piet voor zot houden en stiekem toch een beetje beven voor de Sint en zijn grote boek.

Je kan als club de Sint ook zelf op ronde laten gaan bij de mensen thuis. De Sint neemt wat strooigoed mee en de kindjes kunnen een keer op zijn schoot zitten. Daarvoor vraagt de club een kleine bijdrage van elk gezin waar de Sint langs gaat.

LEDEN- WERVING

Er zijn ook nog ideeën die zorgen voor een groter ledenaantal. Dat betekent meer inkomsten uit lidgelden, meer vrijwilligers om te helpen, meer mogelijke sponsors, meer mogelijke bestuursleden en natuurlijk meer sporters, meer ploegen en meer gezelligheid. Kortom een grotere en meer duurzame club. De vraag is, hoe krijgen we die leden en sympathisanten bij ons?

Door activiteiten te organiseren / laten organiseren in het clubhuis of kantine die misschien niet direct iets met de sport te maken hebben, wordt het ledenpotentieel wel uitgebreid. Het trekt ook sympathisanten aan en vrijwilligers die de club versterken. Kijk welk potentieel en specifieke expertise je hebt in de club en in de familie van de clubleden om bepaalde (neven-) activiteiten te organiseren. Hieronder heb je alvast wat inspiratie.

18 DE SPORTCLUB GAAT VREEMD: HUISWERKKLASSEN

INKOMSTENPOTENTIEEL



TIME MANAGEMENT



Het klinkt vreemd voor een sportclub, maar huiswerkklassen kunnen meervoudige winst zijn voor je sportclub.

Kijk eens rond bij leden en sympathisanten of er geboren huiswerkklasbegeleiders tussen zitten. Misschien een leerkracht in wording of op pensioen?

Tijdens bepaalde trainingsuren zouden in het clubhuis huiswerkklassen kunnen doorgaan. Papa en mama, broer of zus zijn aan de sport, moeten niet zelf voor een babysit zorgen én daarbovenop wordt er aan het huiswerk gewerkt! Wat een droom!

Hiermee activeer je niet enkel sympathisanten die de begeleiding doen, maar trek je misschien ook sneller éénoudergezinnen aan.

Daarbovenop krijgt de club ook nog een positief imago in de gemeenschap, want “die sportclub denkt echt overal aan. Handig toch?” Dat zal de sponsorgelden op zijn beurt ook weer geen windeieren leggen.

— Bron: Cato Leonard (Sportinnovatiecongres 2015).

Het hoeft ook niet altijd huiswerk te zijn natuurlijk. Denk ook aan spel, activiteiten. In de lagere school hebben ze doorgaans niet zoveel huiswerk dat je daar de duur van een training mee kan vullen. En denk zelfs nog verder dan dat aan bijvoorbeeld alternatieve muzieklessen/workshops door de plaatselijke harmonie (of andere creatieve verenigingen). Dat is een win-win, want zij kunnen daardoor ook nieuwe leden werven.

19 OUTREACH AANBOD/ DIENST BIJ NIET-LEDEN

INKOMSTENPOTENTIEEL



TIME MANAGEMENT



Als een activiteit een groot succes is geweest onder de leden, zowel qua aantal fondsen binnengehaald als qua fun en gezelligheid, maak dan de reflex om dit ook aan te bieden buiten de eigen sportvereniging. Denk onder andere aan het ontbijt bij Moederdag, de rondgang van de Sint of de Paashaas.

Je kunt het aan dezelfde voorwaarden doen als naar de leden, of je kunt misschien iets meer vragen.

Bijkomend voordeel is dat de club in een positief daglicht komt in de gemeenschap en dat potentieel extra leden kan opleveren. Dubbele winst!



EIGEN KWEEK

20 WAFELN- EN ANDEREN BAK

INKOMSTENPOTENTIEEL



TIME MANAGEMENT



Een klassieker: de leden verkopen wafels, koekjes, fruitpakketten, pannenkoeken, enzovoort. Als je ze zelf maakt, verhoog je natuurlijk de winstmarge.

Degene die de meeste wafeldozen heeft verkocht, wint een prijs. Wie wil er nu geen concerttickets of sporttas winnen? Of misschien hebben de sponsors iets aan te bieden? Misschien kun je een nieuwe eenmalige sponsor aantrekken om de prijs te doneren!

Alternatief: wafeldozen aankopen aan fabrieksprijs en aan dubbele winstmarge verkopen. Zo creëer je minstens evenveel inkomspotentieel, maar heb je minder input nodig. Denk ook eens aan gezonde alternatieven zoals fruit.

Pas op! Dit is een klassieker die iedereen al kent. Mensen worden dus al gebombardeerd met allerhande dergelijke verkoop en zijn dat misschien al een beetje beu. Of dat in jullie gemeenschap ook zo is, weten jullie natuurlijk best zelf.

Ook nog, als er een prijs aan vast hangt voor de best verkopende ploeg, wees er dan aandachtig op dat er geen ruzies ontstaan. Want, oh wee als een enkeling in de groep niet genoeg verkocht heeft, waardoor de groep naast de prijs grijpt...

21 SPORTKALENDER

INKOMSTENPOTENTIEEL



TIME MANAGEMENT



Maak van de verschillende ploegen leuke foto's waarmee jullie een kalender in elkaar steken voor het komende jaar.

Lichtende voorbeelden zijn er al geweest in het halfnaakt-genre. Maar ken je ook deze: 2015 official calendar of the Dull Men's Club <http://www.mirror.co.uk/news/uk-news/britains-most-boring-men-appear-4367270?>

Na verschillende herdrukken was de voorraad nog steeds onmiddellijk uitgeput.

22 STICKERBOEK BIJ WINKELKETEN

INKOMSTENPOTENTIEEL



TIME MANAGEMENT



Sommigen zoeken het nog verder dan een kalender. In samenwerking met (lokale) winkels lieten ze een stickerboek ontwikkelen waar de leden van de sportclub in staan.

Bij aankopen in deze winkels, kunnen klanten, afhankelijk van het aankoopbedrag, pakjes stickers krijgen. De bedoeling is natuurlijk om heel je boek vol te krijgen. Het inkomstpotentieel hangt af van de afspraken die gemaakt worden tussen ontwikkelaar, winkel en sportclub.



SPONSORING

23 DE SPONSORUITDAGING

INKOMSTENPOTENTIEEL



TIME MANAGEMENT



Het idee om je te laten sponsoren voor een tegenprestatie zoals de sponsortocht, sponsorloop, enzovoort zijn gekende voorbeelden. Maar misschien kun je iets nog zotter, creatiever, spectaculairder, verbonden met je sport bedenken?

Het basisidee om zelf te organiseren: je laat de deelnemende teams een inschrijfkost betalen die de organisatiekosten dekken. En ze beloven dat ze elk een bepaald bedrag bij elkaar zoeken om een vooropgestelde financiële doelstelling te halen.

Je kunt natuurlijk ook de organisatie aan anderen laten en bij de zotste of grootste evenementen aansluiten. De deelnemers betalen hun inschrijfgeld, maar het gesponsorde bedrag gaat naar de club.

- » 20 km van Brussel
- » Slag om Gent
- » Spartacus run
- » Dodentocht

SPONSORING

24 SPONSORUITDAGING OP VERPLAATSING OF DOOR ANDEREN

INKOMSTENPOTENTIEEL



TIME MANAGEMENT



Zoals de particuliere sponsoruitdaging, kun je dit ook in samenwerking met een andere organisatie doen.

Misschien maakt de plaatselijke school gebruik van de sportinfrastructuur? Of misschien kun je sportinfrastructuur aanbieden aan de plaatselijke school? Dan kunnen zij de sponsorloop van dit jaar vasthangen aan de vernieuwing van de klimmuur, tennismuur, enzovoort.

— Bron: <https://fbo.hogent.be/expertise/commerciele-economie-en-ondernemerschap/onderzoek/fondsenwerving/fondsenwerving-in-belgie-een-analyse/>

SPONSORING

25 TEAMBUILDING AANBIEDEN

INKOMSTENPOTENTIEEL



TIME MANAGEMENT



Denk aan bedrijven die je sponsoren of aan bedrijven in je buurt. Aan hen kun je actief teambuildingsactiviteiten aanbieden. De sterspelers, de coaches, kunnen zo leuke workshops aanbieden.

26 CROWDFUNDING

INKOMSTENPOTENTIEEL



TIME MANAGEMENT



Een speciale vorm, die meer en meer besproken wordt, is crowdfunding. Crowdfunding is het financieren van projecten via kleine bedragen van grote groepen mensen.

Crowdfunding heeft meestal de volgende kenmerken:

- (1) een concreet project wordt gefinancierd (vernieuwing van terreinen, uitbreiden infrastructuur, enzovoort.),
- (2) een doelbedrag wordt vooraf gedefinieerd met einddatum waarop het bedrag opgehaald moet zijn en
- (3) er is een tegenprestatie voor de mensen die geld geven (kan een tastbaar product of dienst zijn, een lening plus rente, een aandeel in een bedrijf of kan ook gewoon de realisatie van het project zijn).

Meestal gaat dit via een online crowdfunding platform (zoals Kickstarter.com, sonicangel.com of onepercentclub.com) waar één of meerdere projecten staan waaraan een donateur kan doneren.

— Bron: <https://fbo.hogent.be/expertise/commerciele-economie-en-ondernemerschap/onderzoek/fondsenwerving/fondsenwerving-in-belgie-een-analyse/>

27 UITWERKEN VAN EEN (NIEUW) SPONSORBELEID

INKOMSTENPOTENTIEEL



TIME MANAGEMENT



Dat houdt onder andere in om een planmatig sponsorbeleid uit te denken en dat te communiceren. Je brengt daarbij ook mogelijke interessante bedrijven vanuit je netwerk in kaart.

Het onder leden en ouders zoeken van een sponsormanagement of -coördinator, op basis van een degelijk profiel, is een opportuniteit.

De beste publicatie, erg praktische stap-per-stap gids komt van het Dynamo-project (VSF). Daar vind je alle info die je nodig hebt voor een goed sponsorbeleid. Voor leden is deze publicatie van de website downloadbaar.

— Bron: Dynamo - sponsoring voor je sportclub

28 FISCALE ATTESTEN: CREATIVITEIT EN ACTIEVE PROMOTIE

INKOMSTENPOTENTIEEL



TIME MANAGEMENT



Ondernemers kunnen via fiscale attestaten een deel van het sponsorbedrag (inclusief lidgeld) terugkrijgen. Weten alle ondernemers aan de club verbonden dat? Denk na over maximaliseren van het gebruik van deze fiscale attestaten.



GIFTEN

29 OUD IJZER

INKOMSTENPOTENTIEEL



TIME MANAGEMENT



Iedereen heeft in zijn kelder of garage nog wel metalen voorwerpen (stangen, kruiwagens, buizen van versleten tenten of trampolines, ...) liggen die niet meer gebruikt worden en nog niet in het containerpark zijn beland. Dat is perfect recycleerbaar materiaal waar oud ijzerhandelaren cash geld voor betalen.

Een club zou voorafgaand een goed tarief kunnen onderhandelen met zo'n handelaar en dan de clubleden oproepen om op een bepaalde dag, bij voorkeur een wedstrijddag in het weekend, het materiaal in te leveren in bakken die de handelaar ter beschikking stelt. Of de spierbundels van de club kunnen ook op ronde gaan. Zo bied je ook weer een dienst aan de omgeving en kom je weeral op een goed blaadje. Score!

Een Duitse sportclub verzamelde zo op 1 dag meer dan 600 kg oude metalen, wat 750 euro opleverde (vooral koper en brons brachten geld in het laatje). Niet slecht voor een activiteit die amper personeelsinvestering vergt.

30 COLLECTEBUSSEN

INKOMSTENPOTENTIEEL



TIME MANAGEMENT



Heb je leden die werkzaam of actief zijn op een plaats waar veel mensen passeren? Zet er je collectebus voor een bepaald project dat je wil realiseren!

Collectebussen Tips:

- » Maak collectes inhoudelijker/informatiever: een afgelijnd project aanbieden werkt beter dan een algemene werking of financiële put dempen.
- » Persoonlijk contact werkt: een collectebus in een winkel levert niet veel op.
- » Elkaar kennen helpt: collecteer daar waar degene die collecteert bekend is.
- » Probeer emoties te gebruiken: kinderen kansen geven, plezier geven, enzovoort.

— Bron: <https://fbo.hogent.be/expertise/commerciele-economie-en-ondernemerschap/onderzoek/fondsenwerving/fondsenwerving-in-belgie-een-analyse/>

31 LEGATEN – ONONTGONNEN TERREIN?

INKOMSTENPOTENTIEEL



TIME MANAGEMENT



Een legaat is eigenlijk heel simpel een schenking via het testament. Als vereniging kun je dus in een testament voorkomen van een geliefd lid. Het opnemen van goede doelen in het testament zit in Vlaanderen immers in de lift.

Toch weten veel mensen niet dat dit kan. Maak zelf een campagne/ affiche om dit duidelijk te maken. Hang dit in je clubhuis. Maak je er liever iets ludieks of eerder zwaarmoedig van? De keuze is aan jullie!

Ga eens met de notaris(sen) praten in je buurt over de mogelijkheden, technische details en voordelen van dergelijke schenkingen.

Daarna komt dan enkel nog geduld, want vergeet niet dat legaten moeilijk te voorspellen zijn en eerder een langetermijnverhaal.

— Bron: <https://fbo.hogent.be/expertise/commerciele-economie-en-ondernemerschap/onderzoek/fondsenwerving/fondsenwerving-in-belgie-een-analyse/>

32 ‘GEEF VERJAARDAGS- CADEAU AAN DE SPORTCLUB’-FEEST

INKOMSTENPOTENTIEEL



TIME MANAGEMENT



Clubleden kunnen gemobiliseerd worden voor een specifiek project. Het idee is dat een clublid een verjaardagsfeest geeft, zoals hij al van plan was, maar aan de gasten vraagt om geen cadeau voor zichzelf te kopen.

In plaats wil de jarige liever voor zijn verjaardag dat zijn basketbalclub nieuwe ballen heeft, en waarom niet een wedstrijdbal met zijn naam er op?

33 GEVEN 'IN NATURA'

INKOMSTENPOTENTIEEL



TIME MANAGEMENT



Ervaring leert dat iedereen graag wil helpen. Als je maar het lef en een goede reden hebt om het te vragen. Want, mensen weten soms niet goed hóe ze kunnen helpen, als ze zelfs al weten dát je vereniging hulp nodig heeft.

Daarom wachten ze totdat ze gevraagd worden. En dan is het belangrijk dat de gevraagde hulp ook concreet wordt benoemd.

De grootste gift is je netwerk. Je hebt mensen die mensen kunnen vinden die kunnen helpen met heel erg specifieke dingen! Dat is op lange termijn heel veel waard! Uitbreiden dus dat netwerk en lidmaatschap!

— Bron: <http://www.sportdaargeefjeom.nl/geven-aan-sport/nu-geven-aan-sport/tijd-materiaal-kennis/interview-irene-eijs/>

— Bron: Dynamo - sponsoring voor je sportclub