

HANDREIKING: GOED VOORBEREID VAN START MET DE SPONSORSAMENWERKING

Tien belangrijke onderwerpen om
te bespreken met je beoogde sponsor

CULTUUR+ONDERNEMEN

INHOUD

VOOR WIE IS DEZE HANDREIKING?	3
WAT VIND JE IN DEZE HANDREIKING?	3
INLEIDING	3
TIEN BELANGRIJKE ONDERWERPEN OM TE BESPREKEN MET JE SPONSOR	4
1. Zakelijke motieven en gezamenlijke waarden	4
2. Tegenprestaties	4
3. Duur van de samenwerking	5
4. Communicatie met je sponsor	6
5. Externe communicatie	6
6. Inhoudelijke en artistieke onafhankelijkheid	7
7. Belangenverstremgeling	7
8. Monitoren en evalueren	8
9. Onvoorziene zaken en risico's	8
10. Overige formele zaken	9
FEEDBACK?	9
ORIËNTATIEGESPREK	9

VOOR WIE IS DEZE HANDREIKING?

Voer je namens je culturele organisatie gesprekken met een beoogde sponsor over jullie plannen voor samenwerking? Bijvoorbeeld als zakelijk leider, marketingmedewerker of fondsenwerver? Dan is deze handreiking voor jou.

WAT VIND JE IN DEZE HANDREIKING?

In deze handreiking lees je tien belangrijke onderwerpen om met je beoogde sponsor (hierna: sponsor) te bespreken, voordat jullie samenwerking start.

INLEIDING

Je hebt een potentiële sponsor gevonden. Natuurlijk wil je de samenwerking met die sponsor goed regelen. Daarom is het verstandig om een aantal onderwerpen met elkaar te bespreken, voordat jullie besluiten om echt met elkaar in zee te gaan. De tien punten in deze handreiking helpen je om duidelijke afspraken te maken met je sponsor.

TIP

Wil je eerst meer weten over sponsoring in het algemeen? Bekijk dan ons dossier over sponsoring op de [Culturele Financieringswijzer](#).

TIP

Deze handreiking gaat over sponsoring. Er zijn ook andere vormen van financiering die hierop kunnen lijken. Bekijk daarvoor onze [dossiers](#) op de Culturele Financieringswijzer om te achterhalen wat de verschillen zijn tussen een sponsor, een [mecenas](#), een [business angel](#) en een [donatie van een particulier of bedrijf](#).

TIEN BELANGRIJKE ONDERWERPEN OM TE BESPREKEN MET JE SPONSOR

1. Zakelijke motieven en gezamenlijke waarden

Bespreek welke [zakelijke motieven](#) jij en je sponsor hebben om samen te werken, en zoek ook naar jullie gezamenlijke waarden. Door zakelijke motieven en gezamenlijke waarden helder te formuleren en vast te leggen, zorg je voor een stevige basis voor jullie samenwerking. Tijdens de looptijd van jullie sponsorovereenkomst kun je hierop terugvallen bij onvoorziene omstandigheden.

VOORBEELD

Een sponsor kan bijvoorbeeld het motief hebben hun imago te versterken. Voor culturele organisaties is het motief in eerste instantie: meer directe inkomsten. Maar bijvoorbeeld ook: meer publiek trekken door samen te werken met een bepaald merk.

Bij gezamenlijke waarden kun je denken aan streven naar een inclusievere samenleving of meer aandacht voor duurzaamheid.

2. Tegenprestaties

Sponsoring is altijd wederkerig: beide partijen willen dat de samenwerking hun iets oplevert. Je levert als culturele organisatie daarom een tegenprestatie in ruil voor de sponsorbijdrage. De sponsorbijdrage kan ook in natura zijn. Bijvoorbeeld het beschikbaar stellen van goederen, een accommodatie of een dienst. Spreek duidelijk af wat de tegenprestatie is, zodat daarover geen verwarring kan ontstaan. Maak dat zo concreet en meetbaar mogelijk.

VOORBEELD

Jullie willen allebei dat de samenwerking meer zichtbaarheid oplevert. Maak dan heldere afspraken over het gebruik van sociale media of nieuwsbrieven. Spreek bijvoorbeeld af om elkaar te taggen in bijdragen op sociale media. Of om elkaars activiteiten te noemen in nieuwsbrieven. Maak niet alleen afspraken over bijvoorbeeld het minimale bereik qua aantal views, maar ook over de data die je hierover met elkaar uitwisselt.

TIP

Als je goed weet wat je mediabereik is, kun je dit ook inzetten in de onderhandelingen met je sponsor. Je kunt dan bijvoorbeeld afspreken dat je sponsorbijdrage omhooggaat, als jouw aantal volgers op sociale media met een bepaald aantal stijgt.

Bepalen waarde van tegenprestaties

Het is belangrijk om voor jouw tegenprestatie ook de waarde in geld te bepalen. Hoe kun je dat doen?

VOORBEELD

Je hebt afgesproken dat belangrijke relaties van je sponsor een vipbehandeling krijgen. Dan kun je afspreken:

- Wat jullie onder een vipbehandeling verstaan;
- Of er een maximaal aantal vipbehandelingen is;
- Hoe vaak en op welke manier deze vipbehandelingen plaatsvinden.

Bepaal op basis daarvan de kosten. Houd daarbij niet alleen rekening met directe kosten, maar ook met de kosten van interne uren.

3. Duur van de samenwerking

De looptijd van een sponsorovereenkomst kan verschillen. Je kunt een sponsorovereenkomst aangaan voor een specifiek project, zoals een tentoonstelling, festival of voorstelling. Het voordeel hiervan is dat je per project kunt afspreken welke voorwaarden je beiden stelt aan de samenwerking. Er zitten ook nadelen aan sponsoring per project. Je hebt minder financiële zekerheid en moet steeds opnieuw voorwaarden afspreken.

Commerciële organisaties kijken vaak langer vooruit dan culturele organisaties. Voor bedrijven is het prettig om voor een langere periode afspraken te maken. Je kunt hier als culturele organisatie op inspelen. De meeste culturele organisaties maken elke vier jaar nieuwe plannen voor hun activiteiten. Dit loopt parallel met de subsidieaanvraag voor die periode.

Je kunt met je sponsor afspreken dat de looptijd van de sponsorovereenkomst samenvalt met de subsidie- en activiteitenplanning van jouw organisatie. Neem dan ook op dat je de samenwerking bijvoorbeeld jaarlijks evalueert. Eventuele verbeterpunten of nieuwe inzichten over voorwaarden en prestaties kun je dan bespreken en opnemen.

TIP

Een intentieverklaring voor een langere samenwerkingsperiode dan vier jaar, kan helpen bij de volgende subsidieaanvraag. Veel fondsen vinden het namelijk belangrijk dat je als culturele organisatie meerdere bronnen van inkomsten hebt.

4. Communicatie met je sponsor

Spreek met je sponsor af waarover je elkaar op de hoogte houdt. Denk daarbij ook aan gezamenlijke evaluatiemomenten, bijvoorbeeld per kwartaal of per maand.

Het is verstandig om zo snel mogelijk vast te leggen met wie je contact hebt en waarover. Denk bijvoorbeeld aan afstemming over bijdragen op sociale media. Stem je de inhoud van deze berichten van tevoren af of deel je ze alleen ter informatie met elkaar? Wat je precies met elkaar afspreekt, hangt sterk af van de aard en omvang van de samenwerking. En ook de bedrijfscultuur binnen jouw organisatie en die van de sponsor zijn van invloed op hoe je de onderlinge communicatie regelt.

TIP

Relatiebeheer en de uitvoering van de sponsorsamenwerking, kosten vaak veel tijd. Kijk daarom kritisch hoe en door wie in jouw organisatie deze taken uitgevoerd kunnen worden. Zorg ook dat duidelijk is wie de contacten met je sponsor onderhoudt.

5. Externe communicatie

Met belanghebbenden

Maak duidelijke afspraken over communicatie met externe belanghebbenden. Hoe gaan jullie anderen informeren over jullie sponsorovereenkomst en wat die voor hen betekent? Kijk ook goed of hierover iets in de subsidievoorwaarden staat.

Hebben jij en je sponsor allebei contact met een organisatie, bijvoorbeeld met de gemeente? Spreek dan af wie die organisatie informeert over jullie samenwerking. Zo voorkom je verwarring. Vermeld de samenwerking allebei ook op je website en in je jaarverslag.

Over activiteiten

Wanneer communiceer je met de buitenwereld over activiteiten? Misschien heb je dit al bepaald toen je de tegenprestaties met elkaar besprak. Zorg er in ieder geval voor dat er duidelijke afspraken zijn over externe communicatie over activiteiten. Spreek af wie de communicatie uitvoert en hoe jullie de inhoud en timing afstemmen. Zeker als het gaat om bijvoorbeeld een grote aankondiging.

Geheimhouding of embargo

Vergeet niet om ook afspraken te maken over geheimhouding of embargo. Zorg dat steeds duidelijk is welke zaken **niet** – of alleen **na** een bepaalde datum – extern bekend mogen worden.

6. Inhoudelijke en artistieke onafhankelijkheid

Zorg dat je altijd je artistieke onafhankelijkheid vastlegt. In de [Governance Code Cultuur](#) staat hierover:

- [Principe 1, aanbeveling 2](#): “De [culturele] organisatie realiseert haar maatschappelijke doelstelling door culturele waarde te creëren, over te dragen en/of te bewaren [...] en waarborgt de artistieke integriteit.”
- [Principe 1, aanbeveling 5](#): “Bij (mede)financiering door private partijen blijft de maatschappelijke doelstelling van de organisatie centraal staan.”

Leg dus goed vast wat je sponsor wel en niet mag vragen of verwachten van jouw organisatie. Hiermee voorkom je misverstanden over de invloed van je sponsor op de artistieke keuzes.

Intellectueel eigendom

Ontvang je sponsoring voor activiteiten waarbij sprake kan zijn van intellectueel eigendom? Leg dan vooraf goed vast wie dat intellectueel eigendom heeft.

7. Belangenverstrengeling

De [Governance Code Cultuur](#) helpt je om belangenverstrengeling te voorkomen. In deze code is vastgelegd dat het maatschappelijk doel van de organisatie op de eerste plek staat. Dus vóór de individuele belangen van bestuurders, toezichthouders, medewerkers of financiers.

Bestuur en toezicht van culturele organisaties moeten altijd onafhankelijk zijn. Een sponsor kan dus niet een plaats in de raad van toezicht verlangen in ruil voor sponsoring.

Werkt iemand uit jouw bestuur of raad van toezicht bij een organisatie waarmee je een sponsorovereenkomst wilt aangaan? Jouw bestuur of de raad van toezicht kan diegene dan vragen om de functie neer te leggen.

8. Monitoren en evalueren

Spreek met elkaar af op welke momenten je de samenwerking evalueert. Zeker als je een langdurige samenwerking aangaat met je sponsor, is het goed om regelmatig te bekijken of jullie allebei nog tevreden zijn. Bepaal wanneer de samenwerking een succes is en hoe je dat kunt meten.

Ook de 'zachtere' kant van de samenwerking kun je evalueren:
is het contact prettig en loopt de communicatie goed?

9. Onvoorziene zaken en risico's

Hoe goed voorbereid je ook aan de samenwerking begint, er kunnen altijd onverwachte dingen gebeuren. Bespreek daarom vooraf welke risico's voor de sponsorsamenwerking jullie zien. Leg ook vast hoe jullie met onverwachte gebeurtenissen omgaan. Door hier van tevoren over na te denken, voorkom je dat je overhaast handelt op het moment zelf.

EEN PAAR VOORBEELDEN

- Mag je sponsor zich helemaal terugtrekken als een evenement door slechte weersomstandigheden niet door kan gaan? Of spreken jullie af om dan samen te kijken naar een oplossing? Als je sponsor zich terugtrekt, moet deze dan nog betalen, bijvoorbeeld voor kosten die je al hebt gemaakt?
- Wat als er sprake is van mogelijke strafbare feiten? Denk aan discriminerende uitingen of grensoverschrijdend gedrag. Mag de andere partij zich dan zomaar terugtrekken? En wat doe je als je een anonieme melding ontvangt over een mogelijk strafbaar feit?
- Wat doe je bij reputatieschade? Denk aan ophef in de media over de manier waarop je sponsorgeld verdient of over diens investeringen. Kan jouw organisatie de overeenkomst dan opzeggen? Ook als je vanaf het begin op de hoogte was?

10. Overige formele zaken

Wat je precies vastlegt in de sponsorovereenkomst – en wat je dus met elkaar moet bespreken – verschilt per organisatie. Het hangt bijvoorbeeld af van de omvang van de sponsoring en wat je precies samen van plan bent.

Daarnaast zijn er allerlei andere zaken die van belang kunnen zijn als je een formele overeenkomst sluit. Denk aan wet- en regelgeving of prijs- en betaalafspraken.

Sponsoring en andere vormen van financiële steun, kunnen fiscale gevolgen hebben voor je organisatie. Zoek daarom goed uit wat de fiscale consequenties zijn van de sponsorsamenwerking. Kijk daarvoor op de [website van de Belastingdienst](#).

Heb je zelf niet voldoende juridische of fiscale kennis in huis?
Laat je dan adviseren door een jurist of fiscalist. En laat de overeenkomst controleren.

TIP

Ook als je sponsor een vaste sponsorovereenkomst heeft waar die mee werkt, is het verstandig om die te laten controleren door een expert. Die kan ook adviseren over eventuele toevoegingen op de standaardovereenkomst van je sponsor.

Tot slot: spreek de formele overeenkomst nog een keer door, voordat jullie deze tekenen. Check of alles duidelijk is voor jullie allebei.

FEEDBACK?

Heb je vragen of opmerkingen over deze handreiking? Die horen we graag van je. Neem contact op met Djoeke Gerding via djoeke@cultuur-ondernemen.nl.

ORIËNTATIEGESPREK

Wil je graag in gesprek met één van onze adviseurs over jouw specifieke situatie? Vraag dan een [oriëntatiegesprek](#) aan.

www.cultuur-ondernemen.nl