

Sponsoring in de boerderij-educatie



Sponsoring in de boerderij-educatie

In deze factsheet richten we ons met name op sponsoring. Echter, in de financiering van boerderij-educatie wordt er vaak tegelijkertijd gebruik gemaakt van verschillende financieringsbronnen. Hieronder wordt een overzicht gegeven van deze verschillende financieringsbronnen.

In een rapportage (Van Londen et.al. 2012) over financiering van kleine non-profit organisaties worden de volgende financieringsbronnen benoemd:

- **Donaties** -> private financiering
- **Sponsoring** -> private financiering
- **Fondsen** -> private financiering
- **Subsidies** -> publieke/overheidsfinanciering
- **Evenementen** -> commerciële activiteiten
- **Eigen inkomen** -> commerciële activiteiten

Bij sponsoring is een tegenprestatie van belang. De tegenprestatie moet beide partijen tevreden stellen. Een dergelijke tegenprestatie is meestal communicatief, bijvoorbeeld door het vermelden van de naam van de sponsor.

Onze bronnen

Voor deze factsheet hebben we gesproken met een aantal mensen binnen het speelveld van de boerderij-educatie:

- Jeff Denissen -> Klasseboeren
- Michelle Poort -> Boerderij in de Kijker
- Annemarie Koelemeijer -> Agrarische Natuur Vereniging 'Water, Land & Dijken'
- Jolijn Zwart-van Kessel -> Boerderij Educatie Rivierenland
- Bouwe Metz -> Platform Boerderij-educatie / Met de klas de boer op
- Nienke Vermeulen -> Nederlandse Zuivel Organisatie

Vaak zie je strategische sponsoring; er is overlap tussen de doelstellingen van het sponsorende bedrijf en de partij die gesponsord wordt. Sponsoring gebeurt voornamelijk vanuit het bedrijfsleven.

Sinds 2005 is er een afname van de sponsoring aan kleine non-profit organisaties. Een mogelijke reden hiervoor is dat bedrijven steeds vaker steun willen geven in de vorm van 'mankracht'.

State of the art van sponsoring in de boerderij-educatie

Binnen de boerderij-educatie zijn er een aantal veel voorkomende sponsoren. Een voorbeeld hiervan is de NZO (Nederlandse Zuivel Organisatie, de branchevereniging van de Nederlandse zuivelindustrie), die boerderij-educatie op melkveebedrijven voor de groepen 7 en 8 van de basisschool sponsort. Daarnaast zijn er veel lokale Rabobanken die in de regio boerderij-educatie sponsoren. Dit gebeurt vaak via een regionaal samenwerkingsverband voor boerderij-educatie. Verder zie je sponsoring vanuit het agrarische bedrijfsleven. Bijvoorbeeld door een veevoederleverancier of een leverancier van landbouwmachines of -apparatuur. Ook staan regelmatig bedrijven die specifiek in de betreffende regio functioneren in de lijst van sponsoren van regionale samenwerkingsverbanden.

Bij het samenwerkingsverband 'Boerderij Educatie Rivierenland' is er in benaming verschil gemaakt tussen verschillende typen sponsoren. Ze spreken hier van strategische partners, sponsoren en samenwerkingspartners. Bij die laatste groep behoren bijvoorbeeld ook de partijen die educatiemateriaal beschikbaar gesteld hebben.

Naast sponsoring door private partijen lijkt het dat subsidies



WAGENINGENUR

For quality of life



De uitdagingen in sponsoring voor boerderij-educatie

Een relatie opbouwen met een potentiële sponsor, daadwerkelijk naar een sponsorovereenkomst toewerken en de verantwoording van het gesponsorde bedrag zijn tijdrovende activiteiten. Dit komt onder andere doordat bij sponsoring vaak een aantal voorwaarden gesteld worden die specifiek zijn voor die sponsor. Een sponsoring kan geoormerkt zijn voor bedrijven in een bepaalde regio, welke kleiner is dan de regio van het hele samenwerkingsverband. Alleen bedrijven in het eigen werkgebied komen dan in aanmerking voor dat sponsorbedrag. Daarnaast kan het ook zo zijn dat de sponsoring alleen beschikbaar is voor kinderen van een bepaalde leeftijd of voor een bepaald bedrijfstype.

'Bij sponsoring via de Rabobank lopen we tegen het feit aan dat we een groot aantal boerderijen met boerderij-educatie in het samenwerkingsverband hebben die flink regionaal verspreid liggen. Er is niet één Rabobank waar we mee te maken hebben, maar het zijn meerdere filialen. En het ene regionale Rabobank filiaal wil bijvoorbeeld wel sponsoren, maar dan alleen aan dit of dat bedrijf in haar regio. Dit brengt ook veel administratieve rompslomp met zich mee, wat dat betreft is dit soort sponsoring geen verdienmodel te noemen.'

De NZO heeft zelf een boerderij programma ontwikkeld waar de boeren zich grotendeels aan moeten houden. Daarnaast vragen de sponsors vaak om verschillende manieren van verantwoording. Ook lopen veel sponsorovereenkomsten voor slechts een jaar. Dit zorgt voor een jaarlijks ritueel en veel tijdsinzet om de sponsorovereenkomst te continueren.

'Je kan je afvragen hoe lonend de moeite is die je moet doen om sponsorgeld binnen te halen. Ik ga bijvoorbeeld bij de Rotary langs, dat kost me dan twee avonden en dan ontvang ik bijvoorbeeld € 1000,- sponsorgeld. Het is sprokkelen.'

De ervaring is dat boeren niet veel kaas hebben gegeten van sponsoring en daar ook niet veel tijd in willen investeren. Het kost minimaal een dag in de week om de sponsoring in een bepaalde regio goed op te pakken. Die tijd hebben de regionale samenwerkingsverbanden vaak niet beschikbaar. Daar komt nog bij dat de sponsoren willen dat hun bijdrage aan boerderij bezoeken wordt besteed en niet aan overhead. Bovenstaande geeft aan dat er veel tijdsinzet gemoeid is met sponsoring. Een dilemma wat hier ontstaat is dat veel sponsoring met vrijwillige tijdsinzet georganiseerd wordt. Een uitdaging is om deze mensen binnen het samenwerkingsverband ook op een goede manier te 'belonen'.

van met name provincies en gemeenten van groot belang zijn voor de boerderij-educatie. Er is echter wel een ontwikkeling waarin de subsidieverstrekker voorwaarden opneemt over medefinanciering door andere (private) partijen.

'Nu leunt de boerderij-educatie nog veel op subsidie van de provincie. Er is net weer een toezegging, maar de eis is nu dat er aanvullende financiering wordt gezocht. De provincie wil meer financiers.'



WAGENINGENUR

For quality of life

Waar zitten de oplossingen?

Tijdens de gesprekken over dit onderwerp is er ook gesproken over mogelijke oplossingsrichtingen. Hieronder geven we hiervan een beknopt overzicht:

Meerjarige sponsorovereenkomsten

Hoe kan je de sponsor verleiden om samen te werken richting meerjarige sponsorovereenkomsten? Voordelen hiervan zijn dat je langer van te voren weet welke bedragen er beschikbaar zijn en er is mogelijk een winst te halen in de tijdsinzet die nodig is voor de continuering van de sponsorovereenkomst.

Organisatie van sponsorgeld belonen

Kan je van het sponsorgeld bijvoorbeeld 25% afroemen om te gebruiken voor de organisatie daarvan? Op deze manier kan je de persoon die de sponsoring organiseert, verdeelt en de verantwoording naar de sponsor doet enthousiast houden om dit werk te blijven doen. Dit zou natuurlijk ook kunnen door de regionale organisatiekosten van een samenwerkingsverband af te romen van de bezoekprijs. Wel moet er dan een passende organisatievorm zijn, bijvoorbeeld een stichting.

Sponsoring uit andere sectoren

Hoe kan je sponsoring verkrijgen vanuit andere sectoren in het bedrijfsleven die je nu nog niet bereikt? Welke kansen zijn er als het gaat om gezonde voeding en bewegen. Zo is er bijvoorbeeld vanuit de GGD het programma JUMP-in wat gaat om het vergroten van de dagelijkse lichamelijke activiteit. Kan dit door werken in een educatief project op de boerderij, waarbij de kinderen gelijk kennis opdoen over gezond voedsel?

Samenwerking met NME en aansluiting bij thema's waar zij actief voor werven

NME (natuur en milieueducatie) centra hebben soms weer andere contacten en andere potjes waaruit ze financiering voor educatie kunnen regelen. Sommige educatieboeren werken al goed samen met lokale centra voor NME en kunnen op die manier gebruik maken van deze financiering. Het is dan wel nodig aan te haken bij de thema's waar het NME op insteekt. Soms is dit gezond eten, maar het kan ook duurzaamheid zijn of kringlopen.

Crowdfunding

Als ouders het belang van boerderij-educatie inzien kan het opzetten van een crowdfunding netwerk onder ouders een manier zijn om de boerderij educatie te financieren. De kans dat dit lukt is groter als de ouders bij de boerderij betrokken worden. Dit kan middels een nieuwsbrief, webcam en bezoeken in aanvulling op de reguliere boerderij-educatie activiteiten.

Een nadeel is dat crowdfunding vaak eenmalig is en een heel actieve houding vraagt.

Actievere rol andere partijen

Enkele geïnterviewden merken op dat boerderij-educatie nu nog te veel wordt getrokken door een aantal educatieboeren. Het onderwijs, de politiek en de voedselproducenten



zouden een veel actievere lobby kunnen voeren om thema's als gezond eten, preventieve gezondheidszorg en weten waar je eten vandaan komt voor het voetlicht te brengen. Je zou samen een heel creatief aanbod kunnen maken en gezamenlijk boerderij-educatie kunnen financieren.

Wat heb je de sponsor nog meer te bieden

De tegenprestatie bij sponsoring kan gemakkelijk blijven hangen bij het plaatsen van een logo op de website van het boerderij-educatie samenwerkingsverband. Zijn er mogelijkheden om de sponsor meer en andere dingen te bieden en om beter aan te sluiten op behoefte van de sponsor? Op welke manier kan je rondom de tegenprestatie creatief meedenken met sponsors?

Durf dan ook groter te denken. Is het mogelijk om een groot project los te trekken, met bijvoorbeeld een aantal grote evenementen met veel publiciteit? Dit biedt mogelijk kansen bij het acquireren van langdurige sponsoring.



WAGENINGENUR

For quality of life



Welke kansen voor sponsoring worden er gezien?

Over het algemeen wordt een regionale binding tussen sponsor en een regionaal samenwerkingsverband een succesfactor genoemd. Deze type sponsoring moet dus ook in de regio georganiseerd worden.

Aan de andere kan zijn er partijen die boerderij-educatie landelijk sponsoren, bijvoorbeeld de NZO. Daarnaast worden nog wel andere nationale en internationale bedrijven genoemd die potentieel goede boerderij-educatie sponsors zouden kunnen zijn. Hierbij wordt gedacht aan de voedsel verwerkende industrie, retail en ook partijen uit de gezondheidssector, zoals bijvoorbeeld de zorgverzekeraars.

'Sponsoring zou in de toekomst onder andere via een landelijk strategisch partnerschap met grote bedrijven georganiseerd moeten worden. Als we het Platform boerderij-educatie naar een hoger plan weten te brengen, dan zou dat kunnen. Wat er aan sponsoring binnen zou komen, zou naar rato naar de verschillende regionale initiatieven kunnen stromen, afhankelijk van de hoeveelheid gecertificeerde boerderij-educatie bedrijven.'

Maar hoe ga je het contact aan met deze potentiële nieuwe sponsoren? Is dat zinvoller vanuit een landelijk verband? Of is het vanuit de boerderij-educatie werkbaarder om dit op te pakken vanuit de regionale samenwerkingsverbanden?

Sponsoren die landelijk opereren zouden graag een aanspreekpunt hebben in de boerderij-educatie die de sponsoring naar de regio's organiseert. Hiervoor heb je wel een goed functionerende landelijke organisatie voor nodig die ook het vertrouwen geniet vanuit de regionale samenwerkingsverbanden. De verschillende regionale LTO's kunnen hierin een belangrijke ondersteunende rol spelen.

Referentie

Van Londen, E., Van Der Linden, F., Huisman, W.H.A. en Meijs, L.C.P.M. (2012). De financiering van kleine non-profit organisaties. Verkregen op 02-10-14 van http://www.erim.eur.nl/ERIM/Research/Centres/Erasmus_Centre_for_Strategic_Philanthropy/Research/Publications/De_financiering_van_kleine_non-profit_organisaties.pdf

Over...

Deze factsheet is onderdeel van project 'boerderij-educatie' (BO-23.05-002-008) dat is uitgevoerd door Praktijkonderzoek Plant & Omgeving en Plant Research International, beide onderdeel van Wageningen UR. Het project is (mede) gefinancierd door het Ministerie van Economische Zaken, in het kader van de PPS Multifunctionele landbouw (PPS MFL -TKI-AF-12027).

Colofon

Deze factsheet is opgesteld door [Daniël de Jong](#), [Maureen Schoutsen](#) en [Jan Hassink](#) van Wageningen UR

Vormgeving

Daniël de Jong



WAGENINGEN UR

For quality of life