

Het sponsorcontract, facturatie en evaluatie

Het vorige white paper "Potentiële sponsors benaderen" eindigde bij de opvolging van het aanbod aan een potentiële sponsor. In dit white paper gaan we een stapje verder. Stel: een bedrijf wil sponsoren. Hoe handel je dat dan goed en professioneel af? Ook dit proces is handig op te delen in vier overzichtelijke stappen.

Stap 1: Bevestig de gemaakte afspraken en communiceer de vervolgstappen

Indien een bedrijf aangeeft sponsor te willen worden reageer direct en laat zien dat je heel erg blij bent met de sponsoring. Een belletje is wel op zijn plaats en bevestig de gemaakte afspraken vervolgens per mail en geef aan welke vervolgstappen genomen dienen te worden. Denk hierbij aan:

- Het opstellen van het contract;
Wanneer kan de sponsor het contract verwachten?
- Het ondertekenen van het contract;
Wat is het beoogde moment voor ondertekening?
- Communicatie binnen en buiten de vereniging (persbericht);
Wanneer en op welke manier ga je de sponsoring bekend maken.
- Communicatie door de sponsor aan zijn eigen personeel en relaties;
Vraag welke informatie de sponsor zelf nodig heeft om de sponsoring bekend te maken.
- Het aanleveren van de benodigde materialen en de aanleverspecificaties;
Welke informatie heb je van de sponsor nodig? Met welke partijen breng je de sponsor in contact om de sponsoruitingen te organiseren? Wat zijn de specificaties van de sponsoruitingen?
- Het beoogde tijdsplan, rekening houdend met eventuele levertijden.
Wanneer verwacht je de sponsoruitingen geregeld te hebben.

Door deze zaken direct aan te kaarten is er direct duidelijkheid en voorkom je (communicatie)problemen.

Stap 2: Het sponsorcontract

De volgende stap is het daadwerkelijk opstellen van het sponsorcontract. In de toolkit vind je een voorbeeld sponsorcontract. In tegenstelling tot de meeste voorbeeldcontracten die online te vinden zijn is deze onlangs opgesteld. Door dit voorbeeldcontract te volgen kom je automatisch de belangrijkste punten tegen die moeten worden vastgelegd. Het is uiteraard mogelijk om afspraken toe te voegen of weg te laten.

Een sponsorcontract is niet wettelijk verplicht. Het kan altijd zo zijn dat een bedrijf liever geen contract tekent, of dat het bij kleinere of eenmalige sponsorbijdragen wel erg 'officieel' is om een contract op te stellen en te ondertekenen. Zorg in dat geval dat de afspraken altijd per brief of mail zijn bevestigd en wacht met het uitvoeren van de sponsoring tot de eerste factuur is voldaan. Hierdoor voorkom je onnodig werk en een financieel risico voor de club.

Een nieuwe sponsor moet je natuurlijk altijd vieren. Het toont waardering voor en vestigt de aandacht op de nieuwe sponsor. Het brengt ook de mogelijkheid om sponsor te worden onder de aandacht en laat de professionaliteit van de club zien. Probeer bijvoorbeeld een tekenmoment te organiseren en leg dit vast. Zorg hierbij voor een goede foto! Een foto die met een mobiele telefoon is genomen is niet te vergelijken met een foto die met een goede camera en door een goede fotograaf is genomen. Op elke club loopt wel een professionele of fanatieke hobby-fotograaf rond. Vaak vinden die het leuk om dit soort momenten vast te leggen. Het is goed nieuws voor op de website, de sociale media, in de volgende nieuwsbrief en sponsornieuwsbrief en geeft de sponsor aan dat hij serieus wordt genomen. Vergeet niet de foto ook naar de sponsor te sturen!

Stap 3: Het sponsorcontract en de facturatie

Uitvoering van de gemaakte afspraken is eigenlijk de belangrijkste stap. Zorg dat je in de lead bent. Communiceer duidelijk wanneer welke tegenprestatie gerealiseerd wordt en informeer de sponsor als het gerealiseerd is. Maak bijvoorbeeld een foto van het sponsorbord, of -beter nog- plaats een nieuwsbericht op je website en sociale media en stuur een link naar dit bericht naar de sponsor.

Bij sponsoring hoort ook een factuur. Organiseer de facturatie van sponsorcontracten goed. Zorg dat op tijd wordt gefactureerd en hanteer de betalingstermijn strikt. Zo verkom je (betalings)problemen en handel je professioneel.

Bij sponsoring zijn relaties belangrijk. Sponsoring is vaak gebaseerd op 'gunnen'. Dit werkt twee kanten op. Ga daarom flexibel om met sponsors die -tijdelijk- niet aan een betalingsverplichting kunnen voldoen. Stel betaling in termijnen voor, of bevries het contract tijdelijk. Een flexibele houding kan uiteindelijk voor een sterkere band zorgen, waar een 'harde' houding vaak tot een breuk leidt.

Btw

Verenigingen zijn in veel gevallen vrijgesteld van btw en hoeven over sponsoring geen btw af te dragen tot een sponsorbudget van 50.000 euro op jaarbasis. Meer informatie hierover is terug te vinden op de website van [de Belastingdienst](#). Als je als vereniging btw-plichtig bent dan geldt deze btw-plicht ook voor sponsoring. Je dient in dat geval de sponsorbijdragen te verhogen met de btw en de btw moet na facturatie worden afgedragen aan de Belastingdienst. De btw is voor de meeste bedrijven geen kostenpost omdat ze zelf ook btw-plichtig zijn. Deze bedrijven kunnen de btw over de sponsorvergoeding bij de btw-aangifte als voorbelasting aftrekken.

Sponsoring in natura

Sponsoring in goederen of diensten, ook wel sponsoring in natura genoemd, telt mee voor de btw. Ook als de vereniging geen geld van de sponsor ontvangt, maar bijvoorbeeld trainingsmaterialen of gratis advies-uren en de sponsor krijgt in ruil hiervoor een tegenprestatie, bijvoorbeeld een sponsorbord, moet over de waarde van de tegenprestatie BTW worden berekend. Er dient dan een factuur met een BTW specificatie aan het bedrijf worden verstuurd.

Zekerheid over jullie situatie

De regelgeving is soms ingewikkeld omdat je vereniging te maken heeft met een heel specifieke situatie. Wil je zekerheid over welke situatie geldt voor jouw vereniging? Raadpleeg dan [deze pagina op de website van de Belastingdienst](#) of neem contact met de Belastingdienst op.

Stap 4: Feedback en evaluatie

Plan een paar maanden na de start van de sponsoring een gesprek in en bespreek de voortgang en de eerste resultaten. Vraag ook specifiek naar de wensen en verwachtingen van de sponsor. Bij de opstart heb je je een betrouwbaar en professionele partner getoond, wellicht moedigt dit het bedrijf aan om de sponsoring uit te breiden. Vraag de sponsor welke kansen hij nog binnen de vereniging ziet en hoe hij deze kansen zou willen benutten.

Het is mogelijk dat een sponsor niet tevreden is. Dan is het nog belangrijker om goede vragen te stellen en goed te luisteren naar de feedback. Vraag een kans voor verbetering en spreek een termijn af waarin de verbetering zal worden gerealiseerd. Als je de feedback van een sponsor goed gebruikt en de verbetering waarmaakt zal de sponsor weer positief tegenover de sponsoring komen te staan.

Zorg dat je minimaal één keer per jaar met de sponsor evalueert. Hiervoor hoeft je niet altijd persoonlijk langs. Een telefoontje is vaak voldoende.

Waarschijnlijk lees je in mijn white papers informatie terug die voor een deel al bekend is. Toch is het fijn om wat op weg geholpen te worden. Dat is makkelijk en scheelt een hoop tijd. Wil je ook niet alles zelf hoeven verzinnen? Laat je dan helpen. Kijk op www.sponsorvisie.nl en ontdek hoe wij jullie vereniging professioneel ondersteunen en zorgen dat je meer bereikt met minder moeite.

Peter van Baak



Peter van Baak is mede-oprichter van SponsorVisie, AdsToSport en Crowdfunding voor Clubs, heeft sport en commercie door de aderen vloeien. Naast zijn werk als ondernemersadviseur speelde hij jarenlang tophockey bij T.H.C. Hurley. In 2010 startte hij SponsorVisie met als doel om sponsoring van lokale sportverenigingen te veranderen. Inmiddels helpt hij met zijn drie concepten meer dan 1000 verenigingen aan nieuwe inkomsten.

Peter verzorgt bovendien talloze presentaties voor de KNVB, de KNWU het Nederlands Handbal Verbond, diverse gemeentes en is een vaste spreker en workshopleider tijdens de NL Penningmeester congressen.