



bernhoven
VRIENDEN VAN BERNHOVEN



Sponsorbeleid Vrienden van Bernhoven

Mei 2023

Inhoudsopgave

Inleiding	3
Hoofdstuk 1 Wat is sponsoring?	4
1.1 Visie op het aangaan van een sponsorovereenkomst	4
1.2 Visie op een sponsorverzoek	4
Hoofdstuk 2 Werving bedrijfsvrienden (sponsoren)	5
2.1 Kernboodschap	5
2.2 Doelstelling	5
2.3 Voorwaarden sponsoring	6
2.4 Tegenprestaties	6
Hoofdstuk 4 Trends in sponsorlandschap	7
4.1 Sponsormotieven	7
4.2 Sponsorrisico's	7
4.3 Belastingvoordeel	7
Hoofdstuk 5 Besluitvorming en evaluatie	8
Contactgegevens	8

Inleiding

Binnen Bernhoven is er geld voor het leveren van zorg. Voor alle extra's die het verblijf van de patiënt veraangenaam zijn geen additionele gelden. Ook niet voor projecten die helpend zijn voor de patiënt. Hiervoor dienen andere bronnen, zoals het werven van gelden bij bedrijven (sponsoring), aangeboord te worden. Bernhoven beseft dat deze geldstroom van groot belang is om projecten te realiseren. Daarom stimuleert Bernhoven de mogelijkheden tot het werven van additionele gelden in de vorm van donaties, sponsorbijdragen, schenkingen, legaten, erfstellingen en giften van vermogensfondsen door de Stichting Vrienden van Bernhoven. Door hier gestructureerd, planmatig en in samenhang met de werving van andere geldstromen aan te werken is de insteek om een structurele bijdrage per jaar te realiseren.

In het document [Beleidsdocument Fondsenwerving Vrienden van Bernhoven](#) staat de weergave van het fondsenwervingsbeleid van de Stichting Vrienden van Bernhoven beschreven. Het document Sponsorbeleid is opgesteld om intern duidelijkheid te verschaffen over de regels en richtlijnen rondom sponsoring.

Hoofdstuk 1 Wat is sponsoring?

Een sponsor is een organisatie, meestal een bedrijf, die een evenement of een bepaald project steunt door geld of andere middelen ter beschikking te stellen in ruil voor publiciteit en eventuele andere tegenprestaties, zoals het beschikbaar stellen van ruimte, rondleidingen of personeelsactiviteiten. De publiciteit wordt onder andere verkregen door de naam van de sponsor te vermelden of de naam aan het evenement te verbinden.

Oftewel sponsoring is een zakelijke overeenkomst met vastgelegde diensten en wederdiensten. Bij sponsoring is, in tegenstelling tot een donatie, dus altijd sprake van een tegenprestatie.

1.1 Visie op het aangaan van een sponsorovereenkomst

Sponsoring wordt gezien als een integraal onderdeel van onze strategie. Een onderdeel waar de Vrienden van Bernhoven beter en mooier van wordt en niet alleen als een noodzakelijk middel om extra geld te krijgen. De sponsoring mag nooit een sluitpost van de projectbegroting zijn. Daarnaast is het uitgangspunt dat de Stichting Vrienden van Bernhoven en Bernhoven zelf niet actief sponsoren.

Een succesvol sponsor wervend programma voor de zakelijke markt kent vele vormen. Maar welke vorm het meest kansrijk is, valt of staat met wat je als goede doelen organisatie als geheel te bieden hebt. Een sponsor kan naast geld ook diensten en netwerk leveren. Zo kan een bedrijf ons helpen door andere bedrijven te vinden die de Vrienden van Bernhoven zouden willen steunen.

Bij sponsoring verbindt Stichting Vrienden van Bernhoven zich uitsluitend met ondernemingen en groeperingen die met respect opereren voor de belangen van de ziekenhuisorganisatie en haar maatschappelijke functie. Op geen enkele wijze mag de onafhankelijkheid van de zorg en de keuzevrijheid van de patiënt worden aangetast. Sponsoring mag de zorginhoud en/of continuïteit van de zorg onder geen beding beïnvloeden. De stichting gaat geen relatie aan met bedrijven die negatieve associaties kunnen oproepen, [zie paragraaf 2.3](#) voor alle voorwaarden die worden gesteld aan de sponsor.

1.2 Visie op een sponsorverzoek

Met enige regelmaat wordt Bernhoven benaderd door derden, die vragen om (financiële) sponsoring door het ziekenhuis. Uitgangspunt is, dat Bernhoven dit niet doet, omdat het ziekenhuis geen maatschappelijke organisaties financiert met middelen die voor de zorg of eigen projecten bestemd zijn.

Ook worden er intern geen actieve oproepen geplaatst voor de werving van andere goede doelen dan de Stichting Vrienden van Bernhoven. Bernhoven is namelijk verbonden aan de Stichting Vrienden van Bernhoven, wat het centrale goede doel is van het ziekenhuis.

Hoofdstuk 2 Werving bedrijfsvrienden (sponsors)

Er zijn meerdere mogelijkheden om Bedrijfsvriend van de Stichting Vrienden van Bernhoven te worden, namelijk:

1. Als structurele bedrijfsvriend, het bedrijf sponsort een vast bedrag voor de periode van minimaal drie jaar.
2. Als projectsponsor (éénmalige projectbijdrage), het bedrijf sponsort eenmalig aan een project.
3. Door een event te organiseren en de opbrengst te sponsoren aan de Vrienden van Bernhoven.
4. Door Vrienden van Bernhoven te kiezen als 'goede doel' voor de kerstactie, de opbrengst van de kerstactie wordt gesponsord aan de Stichting Vrienden van Bernhoven.
5. Door een algemene sponsorbijdrage te doen.

2.1 Kernboodschap

Iedereen heeft recht op het ontvangen van zorg in een aangename en vertrouwde omgeving. Daarom ondersteunt de Stichting Vrienden van Bernhoven de patiënten en hun naasten in Bernhoven, om het verblijf zo aangenaam, sfeervol en aantrekkelijk mogelijk te maken. Bij het zoeken van bedrijfsvrienden gaat het om het creëren van betrokkenheid en verbondenheid om samen dat vonkje te kunnen geven.

Als bedrijfsvriend:

- Laat je zien dat je je nauw betrokken voelt bij jouw Bernhoven.
- Geef je een directe en structurele bijdrage aan het welzijn van onze patiënten en hun naasten.
- Zorg je ervoor dat projecten die het verblijf veraangenamen en bijdragen aan het welzijn worden gerealiseerd.
- Maak je deel uit van een netwerk van bedrijven die betrokken zijn bij Bernhoven.
- Geef je inhoud aan jouw maatschappelijke betrokkenheid.
- Draag je bij aan een gezonde regio voor jouw werknemers en hun familieleden.

Afbeelding 1: Opsomming van de meerwaarde om Bedrijfsvriend te worden/zijn.

2.2 Doelstelling

Het is de bedoeling dat de Stichting Vrienden van Bernhoven structurele bedrijfsvrienden werft via een zogeheten dakpanconstructie (een driejaarcyclus). In jaar één werft de Stichting minimaal drie structurele bedrijfsvrienden die ieder minimaal €1.000,- inleggen en zich voor minimaal drie jaar verbinden aan de Vrienden van Bernhoven. Idem voor jaar twee en drie. Vervolgens herhaalt de cyclus zich. Dit om te voorkomen dat sponsors op hetzelfde moment wegvallen en om de aandacht voor de bedrijfsvrienden te kunnen blijven waarborgen. Het bedrag van minimaal €1.000,- is vastgesteld na deskresearch en door navraag te doen bij ondernemers.

	Aantal nieuwe bedrijfsvrienden (uitgaande van 3 bedrijven per jaar voor een duur van 3 jaar)	Verlies (maximale) aantal bedrijfsvrienden	Totaal (minimale) aantal bedrijfsvrienden	Bedrag (uitgaande van €1000,- inleg)
Jaar 1	+3	0	3	€ 3000,-
Jaar 2	+3	0	6	€ 6000,-
Jaar 3	+3	0	9	€ 9000,-
Jaar 4	+3	-3	9	€ 9000,-
Jaar 5	+3	-3	9	€ 9000,-
Jaar 6	+3	-3	9	€ 9000,-

Afbeelding 2: Drie jaren cyclus in beeld (dakpanconstructie).

Bovenstaande tabel laat zien dat de minimale opbrengst €9.000,- per jaar is. Dit kan in een gunstig geval alleen maar hoger uitvallen.

2.3 Voorwaarden sponsoring

Daarnaast zijn de volgende voorwaarden op de sponsorende partij van toepassing:

- Sponsoring mag geen aantasting betekenen van de objectiviteit, de geloofwaardigheid, de betrouwbaarheid en de onafhankelijkheid van het ziekenhuis.
- Sponsoring mag geen schade berokkenen aan de geestelijke en/of lichamelijke gesteldheid van patiënten en bezoekers.
- Op geen enkele wijze kan sponsoring leiden tot het verlenen van voorrang in zorg of het verstrekken van gegevens over cliënten aan de sponsor of diens relaties.
- Sponsoring moet in overeenstemming zijn met de goede smaak en het fatsoen.
- Sponsoring moet verenigbaar zijn met de taak en doelstelling van het ziekenhuis.
- Sponsoring mag niet in strijd zijn met het zorgaanbod en de kwalitatieve eisen die het ziekenhuis aan de zorg stelt.
- Bernhoven streeft naar het handhaven van een neutrale, geruststellende omgeving. Dat betekent dat er op gepaste wijze wordt omgegaan met openbare communicatie-uitingen.
- Sponsoring betekent niet dat het bedrijf zich zomaar als leverancier kan verbinden aan Bernhoven. Hiervoor dient altijd het aanbestedingsproces doorlopen te worden.

Deze uitgangspunten worden aangevuld door de Gedragsregels Sponsoring, op basis van het gelijknamig [document Gedragsregels Sponsoring](#) zoals vastgesteld door de [Stichting Code Geneesmiddelenreclame](#) (d.d.).

2.4 Tegenprestaties

De tegenprestaties zijn nodig om in gesprek te komen met bedrijven over sponsoring. Sterker nog, zonder tegenprestatie is er geen sprake van sponsoring maar van een donatie. Het is een uitdaging om een bijzonder en creatief concept hiervoor te ontwerpen. Tegenprestaties bestaan met name uit het ontmoeten, netwerken en elkaar helpen, daar zijn immers vrienden voor. We willen dat de sponsor een warm hart heeft voor de Vrienden van Bernhoven en dat dit hun motief is om te geven.

	Bedrijfsvriend ≤ € 1.000,-	Bedrijfsvriend € 1.000,- tot € 2.500,-	Bedrijfsvriend >€ 2.500,-
Digitale VriendenNieuws (<i>minimaal 2x per jaar</i>)	√	√	√
Bericht social media kanalen Vrienden van Bernhoven (Facebook, Instagram en LinkedIn)	√	√	√
Mogelijkheid gebruik bedrijfsvriendenlogo Vrienden van Bernhoven	√	√	√
Bericht in VriendenNieuws over vriendschap		√	√
Persoonlijke uitnodiging voor eventuele opening, kick off of lancering van het gesponsorde project		√	√
Uniek bezoek aan Bernhoven			√ (2-4 pers.)

Afbeelding 3: De tegenprestaties van de Stichting Vrienden van Bernhoven.

Hoofdstuk 4 Trends in sponsorlandschap

Maatschappelijk verantwoord ondernemen en duurzaamheid zijn momenteel kernwaarden met betrekking tot sponsors. Bedrijven neigen naar het daadwerkelijk leveren van een bijdrage (anders dan cash) doordat ze willen integreren en de maatschappelijke relevantie willen beleven. Daarom zie je ook een verschuiving van sponsoring naar het aangaan van partnership om samen te onderzoeken hoe we de maatschappij verder kunnen helpen en welke maatschappelijke impact er te realiseren valt met het uitvoeren van het sponsorproject. Bedrijven willen relevant zijn. Daar ligt de uitdaging voor de Stichting Vrienden van Bernhoven in het aangaan van vriendschappen met bedrijven.

Een andere trend is dat meerdere bedrijven zich liever structureel verbinden aan een landelijk goed doel. Dit betreft voornamelijk bedrijven met meerdere vestigingen in het land. Als voornaamste reden werd aangegeven dat zij op deze wijze eenvoudig de overkill aan sponsoraanvragen kunnen afwenden.

4.1 Sponsormotieven

Sponsoring is een aanpak voor het bedrijf om het merk, product of dienst op een opvallende manier te tonen of om nieuwe klanten te bereiken. Het is een ideaal communicatiemiddel. Daarnaast is sponsoring voor het bedrijf een manier om de merkwaarden van het bedrijf te bevestigen of te versterken. Daarnaast associëren bedrijven zich graag aan een goed doel, zoals de Vrienden van Bernhoven. Maatschappelijke goodwill is hetgeen de Stichting Vrienden van Bernhoven aan het bedrijf kan bieden!

Optionele motieven die bedrijven hebben om over te gaan tot sponsoring zijn onder andere associatie, de doelgroep, naamsbekendheid, relatie management en hospitality, eigen doelstellingen behalen, goed doen, interne motivatie van de medewerkers verhogen en promotie en stimuleren van de verkoop. Ook persoonlijke motieven spelen een rol. Hoe sterker de persoonlijke relatie met het doel, hoe positiever de emotionele band, hoe meer kans op een bijdrage. Denk hierbij aan trots, dankbaarheid, veiligheid, sentiment en nostalgie, altruïsme, egocentrisme en narcisme, schuld, angst, beschermingsdrang, morele druk, competitiedrang en sociale druk.

4.2 Sponsorrisico's

Het is niet wenselijk dat medewerkers van Bernhoven zelfstandig gelden gaan werven bij bedrijven, dit gebeurt altijd in overeenstemming en afstemming met de projectleider Stichting Vrienden van Bernhoven. Dit om te voorkomen dat verhoudingen worden geschaad. Het is namelijk niet wenselijk dat partijen gelijktijdig vanuit verschillende afdelingen voor verschillende doelen benaderd worden. Er is regie nodig om onduidelijkheid te voorkomen. Ook is het wenselijk het afbreukrisico en het financieel risico zoveel mogelijk af te wenden. Er kan namelijk reputatieschade ontstaan bij een onjuiste bejegening en daarnaast kan de sponsor bij een verkeerde benadering afhaken en bovendien kan het gevraagde bedrag niet reëel zijn.

Hiermee is de eindverantwoordelijkheid voor het aangaan van een vriendschap met bedrijven in de regio belegd bij de projectleider van de Stichting Vrienden van Bernhoven, waarbij we wel samen optrekken. Doordat er centrale regie is wordt elk bedrijf gelijkwaardig benaderd en wordt er transparant gehandeld. Zo krijgt elk bedrijf bijvoorbeeld tegenprestaties afgestemd op hun bijdrage.

4.3 Belastingvoordeel

Een bijkomend voordeel is dat het bedrijf een belastingvoordeel heeft als hij tot sponsoring overgaat. Het is voor het bedrijf fiscaal aantrekkelijk om een sponsorovereenkomst met de Stichting Vrienden van Bernhoven aan te gaan. Dit vanwege de ANBI status van de vriendenstichting. Meer informatie is hierover te vinden op de [website van de Belastingdienst](#).

Hoofdstuk 5 Besluitvorming en evaluatie

Het bestuur van Stichting Vrienden van Bernhoven heeft dit document vastgesteld tijdens een bestuursvergadering op 21-4-2023. Iedere vijf jaar wordt het sponsorbeleid en de uitwerking geëvalueerd en waar nodig bijgesteld. Het sponsorbeleid is opgenomen in het Kwaliteitsportaal.

Contactgegevens

Stichting Vrienden van Bernhoven
Projectleider: Floor van den Bogaart
Tel 0413 403 498 of 06 132 736 70
www.vriendenvanbernhoven.nl
info@vriendenvanbernhoven.nl

 VriendenvanBernhoven  VriendenvanBernhoven  VriendenvanBernhoven