

Fundraising Grantmaking & Sponsoring

In 5 modulen up-to-date in de wereld van de fondsenwerving en sponsoring

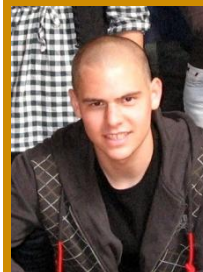
Fundraising heeft de toekomst

Windesheim in Zwolle verzorgt sinds drie jaar de hbo-minor Fundraising Grantmaking en Sponsoring voor voltijdstudenten. Deze unieke cursus biedt Windesheim nu ook als contractactiviteit aan.

De behoefte aan gekwalificeerde fundraisers en grantmakers en deskundigen op het gebied van sponsoring neemt de laatste tijd een hoge vlucht. Zo krijgen banken steeds vaker te maken met vermogende cliënten die een fonds willen oprichten ter ondersteuning van een goed doel. Deze cliënten hebben behoefte aan een goed advies op dit gebied. Vakkundig opgeleiden in de sector van fundraising grantmaking en sponsoring zijn als geen ander in staat hierover te adviseren. Windesheim voorziet in deze opleidingsbehoefte.

Drie jaar geleden startte de minor met tien studenten. Inmiddels volgen meer dan dertig studenten, afkomstig van meerdere Hogescholen in Nederland, deze minor. Met de toenemende populariteit onder hbo-studenten binnen en buiten Windesheim, lijkt het programma zich een stevige plaats in het opleidingslandschap voor goede doelen en sponsoring te hebben verworven.

Ik heb geleerd hoe het 'wereldje' in elkaar zit



'In 2008 heb ik als een van de eersten de minor Fundraising Grantmaking & Sponsoring op Windesheim gevolgd. Tijdens deze minor heb ik veel geleerd over fondsenwerving en fondsenoekening, waardoor ik nog meer geïnteresseerd raakte. Inmiddels ben ik sinds 2010 als fondsenwerker werkzaam bij Compassion. In mijn werk herken ik allerlei situaties die behandeld zijn tijdens de minor. Ook merk ik dat ik door de vele gastcolleges en discussies zelf een visie op bepaalde zaken heb ontwikkeld, waardoor ik in mijn werk makkelijker keuzes kan maken.

Kortom, ik merk in mijn werk dat de minor FG&S een goed beeld geeft van het fondsenwerven en een goede opleiding biedt om als fondsenwerker aan de slag te gaan. Omdat er steeds meer organisaties op zoek zijn naar een fondsenwerker, biedt dit ook goede kansen op de arbeidsmarkt. Zeker nu de overheid minder subsidies gaat uitkeren, zal het aantal organisaties dat een professionele fondsenwerker zoekt zeker groeien.'

Rick van Heusden, afgestudeerde Windesheim en deelnemer aan de minor FG&S.



Filantropie en fundraising nu ook in ons cursusaanbod

Professionals en geïnteresseerden in de filantropische sector kunnen dit jaar nog bij Windesheim terecht. In vervolg op het succesvolle minortraject voor voltijdstudenten, bieden wij in het najaar 2011 deze cursus als contractactiviteit aan. In de eerste vijf modules krijgt u een uitstekend inzicht in de wereld van vermogensfondsen, fondsenwerving en sponsoring:

- Filantropie
- Projectaanvraag schrijven en beoordelen
- Communicatie
- Charitymarketing
- Sponsoring

Elke module is zelfstandig te volgen. Communicatie, Charitymarketing en Sponsoring zijn tevens in combinatie*) te volgen. Voor de modules geldt een maximum van 15 deelnemers. (de module Projectaanvraag heeft ruimte voor 20-25 deelnemers).



FG&S in vijf modules:

- **Module Filantropie**

De filantropische sector professionaliseert, wordt een volwassen sector. De overheid trekt zich terug, bezuinigingen voeren de boventoon. Instellingen moeten steeds meer 'de eigen broek ophouden'. Wat speelt er, wat valt er te verwachten, welke (on)mogelijkheden biedt de filantropische sector en wat mag je ervan verwachten?

Programma

De module wordt gegeven door gerenommeerde gastdocenten (landelijke kopstukken) die stuk voor stuk hun sporen hebben verdiend in de filantropische sector. In twaalf bijeenkomsten gaan we in op de geschiedenis en achtergrond van de filantropie en wordt u wegwijs gemaakt in de diverse actuele aspecten en ontwikkelingen binnen de sector. Tijdens de bijeenkomsten is er veel gelegenheid tot interactie tussen u en de docent.

We starten met een introductie op de module en een inleiding in de filantropie (zowel nationaal als internationaal). Ook gaan we in op Sociaal Ondernemen en SROI. Vervolgens besteden we aandacht aan de wereld van vermogensfondsen en van fondsenwervende instellingen, relatiegerichte fondsenwerving en de geschiedenis van de filantropie in Nederland.

Daarnaast staat een aantal bijeenkomsten in het teken van Major donors, financieel vermogensbeheer en risicospreiding, Civil Society, Trends (nieuwe samenwerkingen, crowdfunding) en Professionalisering van de filantropische sector.

Voor wie?

De module richt zich op professionals uit de filantropische sector die hun totaalbeeld van de sector helder willen krijgen en verbreden/verdiepen. Ook interessant voor in de filantropie geïnteresseerde externen, bijvoorbeeld vanuit een overheidspositie of een functie in het (management) van onderwijs, zorg of cultuur. Na afronding van de module ontvangt u het deelcertificaat 'Inleiding Filantropie'.

Praktische informatie

Duur	12 dagdelen (6 dagen van 2 geheel verzorgde bijeenkomsten aan het einde van de middag en begin van de avond, met tussentijds een maaltijd; staan gepland op woensdagen in de periode november tot begin december 2011)
Projectleider	A.J. Sleijster
Docent	Gastdocenten uit de filantropische sector
Kosten	€ 1.695,=

- **Module Projectaanvraag schrijven en beoordelen**

Nederland kent zeer veel goede doelen en andere instanties die voor het realiseren van hun (project-)plannen mede afhankelijk zijn van bijdragen van derden. De concurrentie is enorm. De vraag dringt zich op: hoe kan ik mijn project zo optimaal mogelijk in een projectaanvraag presenteren, zodat potentiële cofinanciers hieraan willen bijdragen, waarmee het behalen van het te realiseren doel mogelijk wordt gemaakt.

Programma

In deze module gaat het vooral om een gezonde mix tussen theorie en praktijk. Welke eisen stellen vermogensfondsen en andere fondsenverstrekkers (zoals banken) in het algemeen aan een projectaanvraag? U leert wat een projectaanvraag is en hoe u een succesvolle projectaanvraag schrijft; dit doet u samen met gastdocenten uit het werkveld. Ook leert u, geadviseerd door deze professionals, te kijken naar de andere kant van een projectaanvraag: u krijgt een unieke inkijk

achter de schermen van een vermogensfonds, geeft uw oordeel over een aantal reële aanvragen en voorziet deze van advies voor de directie van de beoordelende instantie. Zo krijgt u een allround beeld hoe een succesvolle projectaanvraag eruit dient te zien. Na het volgen van de module bent u in staat een overtuigende projectaanvraag te schrijven, waarmee u de benodigde (aanvullende) financiën voor uw te realiseren project succesvol kunt mobiliseren.

Voor wie?

De module richt zich op (beginnende) professionals uit de filantropische sector die ingevoerd willen worden in het schrijven van een succesvolle projectaanvraag. Zij willen hun fondsenwervende vaardigheden verbeteren, zodat ze in staat zijn vermogensfondsen en andere toekennende instanties aan de eigen goede doelenorganisatie te binden en tot een financiële bijdrage in uit te voeren projecten te verleiden.

Na afronding van de module ontvangt u het deelcertificaat 'Projectaanvraag schrijven en beoordelen'.

Praktische informatie

Duur	4 dagdelen (op dinsdag- of woensdagavond van 19.00-21.00 uur in december 2011)
Projectleider	A.J. Sleijster
Docent	Marleen den Duyn en gastdocenten uit de filantropische sector
Kosten	€ 345,=



Prominente gastdocenten

Kopstukken uit de wereld van de Filantropie zijn benaderd als gastdocent voor de module Filantropie. Aansprekende namen, als u een beetje bekend bent met deze wereld: Theo Schuyt, Arthur Offers, Geert Sanders, Femke Lagaaij, Marjan Sax, Gosse Bosma. 'Mister Sponsortribune' Ad Maatjens verzorgt de module Sponsoring.

• Module Communicatie

De filantropische sector professionaliseert, wordt een volwassen sector en is zich bewust van het belang van identiteit en imago en het belang van communicatie hierin. Hoe zorg ik dat mijn communicatie bijdraagt aan een goed imago bij mijn stakeholders?

Programma

We gaan in op aspecten die belangrijk zijn om een goede communicatie tussen u en de organisaties, uw relaties, op gang te brengen en/of te houden. Hierbij staat het opbouwen en onderhouden van een duurzame relatie centraal. Om dat goed te kunnen doen, is inzicht in het communicatieproces van essentieel belang. Hoe zet je verbale en non-verbale communicatie goed in? Wat betekenen identiteit en imago voor een organisatie? Hoe zet je dit goed neer en hoe ga je hier praktisch mee om? Deze en vele andere vragen zullen wij in deze module beantwoorden.

Daarnaast is er ruimte voor maatwerk: we gaan specifiek in op uw werksituatie en uw organisatie. Elke organisatie is immers uniek en na het volgen van deze module komt u communicatief goed beslagen ten ijs en bent u ingevoerd in belangrijke aspecten van communicatie door uw organisatie.

Na afronding van de module ontvangt u het deelcertificaat 'Communicatie'.

Voor wie?

De module richt zich op professionals uit de filantropische sector (fondsenwervend en fondsenoekend), die hun communicatieve vaardigheden willen verbeteren.

Praktische informatie

Duur	3 dagdelen*) op dinsdag van 16.00 – 18.00 uur en/of 19.00-21.00 uur in november 2011
Projectleider	A.J. Sleijster
Docent	Elina Bos. Sinds 2008 verbonden aan Windesheim als docent Communicatie.
Kosten	€ 395,=



• Module Charitymarketing

Bij de belastingdienst zijn ongeveer 18.000 goede doelen geregistreerd. Ieder goed doel doet zijn best met collectes, mailingacties, nalatenschappen, giften, schenkingen of loterijen geld van donateurs te krijgen. De concurrentie om de chari-euro wordt steeds heviger. Hoe zorg je dat je een aantrekkelijke partij bent voor de gever om zich aan te verbinden?

Programma

Nog te vaak heerst het gevoel dat marketing eigenlijk niet past bij een goed doel. Ondanks het belang voor het goede doel en de grote bedragen, worden nog teveel marketing-acties ad hoc genomen. Maar ook op dit gebied professionaliseert de goede doelensector. Een charity marketingplan verduidelijkt de strategische marketingkeuzes, brengt structuur en richting aan in de aanpak. Dit geeft medewerkers en vrijwilligers duidelijkheid en daarmee rust in de organisatie. Mensen vertrouwen erop dat hun geld goed terecht komt. Vertrouwen is bij goede doelen een kernbegrip. Met behulp van een charity marketingplan kun je dat vertrouwen ook onderbouwen. Voor het imago van het fonds is een goede verantwoording van de gespandeerde marketinggelden een absolute must. Na afloop van deze module kunt u de belangrijkste marketingconcepten voor goede doelen toepassen in de eigen organisatie. U kunt op een planmatige en gestructureerde manier de marketinggedachte in de organisatie tot ontwikkeling brengen. U bent in staat een charity marketingplan te schrijven voor uw eigen organisatie.

De principes uit het boek Meeting Need Through Customer Focus (Ian Bruce) vormen de basis voor de module Charitymarketing.

Na afronding van deze module ontvangt u het deelcertificaat 'Charitymarketing'.

Voor wie?

De module richt zich op professionals uit de filantropische sector die hun communicatieve vaardigheden willen verbeteren. Te denken valt in het bijzonder aan directie, bestuurders en beleidsmedewerkers van fondsenwervende goede doelen. De ingangseis is een hbo- denk en/of werkniveau en enige jaren ervaring in de goede doelensector. Daarnaast wordt enige kennis van de Engelse taal verwacht (aanbevolen literatuur is in het Engels; colleges in het Nederlands) en enige kennis van de basisbegrippen van marketing en marketingcommunicatie is een pre.

Praktische informatie

Duur	4 dagdelen *) (op dinsdag van 16.00-18.00 en/of 19.00-21.00 uur) in november 2011
Projectleider	A.J. Sleijsster
Docent	Sander Janssens
Kosten	€ 495,=



• Module Sponsoring

Sportclubs, goede doelen, instellingen op het gebied van kunst en cultuur, onderwijs, zorg en andere, ze staan alle te dringen om met behulp van (extra)derde geldstromen hun doelen te realiseren! De concurrentie om sponsoren te binden aan je doel(en) is hevig. Vanouds is de sportsector actief op sponorgebied, maar daarnaast drukken recente bezuinigingen bij centrale en lokale overheden veel instellingen met hun neus op de noodzaak om derde (sponsor)-geldstromen aan te boren. Hoe zorg je dat je een aantrekkelijke partij bent voor de sponsor om zich aan je te binden? Wat heb je de potentiële sponsor te bieden?

Programma

In deze module krijgt u een diepgaand inzicht in de werking van sponsoring als marketingcommunicatie-instrument. De module biedt u de nodige professionalisering op het gebied van sponsoring om een volwaardige gesprekspartner te zijn. Na afloop van de cursus weet u wat sponsoring inhoudt, welke mechanismen spelen, wat de succesfactoren zijn voor succesvolle sponsorships en hoe u met meer kans sponsors kunt werven.

De module bestaat uit drie delen:

- *Introductie*: wat is sponsoring? Facts & Figures;
- *Verdieping*: hoe werf ik met meer kans sponsors? Wat zijn de do's and don'ts in sponsorwerving?;
- *Best practices*: analyse van een aantal succescases.

Na afronding van deze module ontvangt u het deelcertificaat Sponsoring.

Voor wie?

De module is van belang voor een brede doelgroep van professionals uit de filantropische sector, maar daarnaast ook zeer van belang voor

ieder uit het wijde spectrum van onderwijs- en zorginstututen, de kunst- en cultuursector en de sportwereld, die alle met sponsoring te maken krijgen.

Praktische informatie

Duur	3 dagdelen*) (dinsdag van 16.00-18.00 en/of 19.00-21.00 uur in november 2011.
Projectleider	A.J. Sleijster
Docent	Ad Maatjens, sinds 1999 hoofdredacteur van 'Sponsortribune', het vakblad over sponsoring in Nederland. In 2009 heeft hij zijn eigen onderzoeksbureau SponsorMaps opgericht dat de sponsormarkt in al haar facetten in kaart brengt.
Kosten	€ 395,=



*) Combinatie van modules

U kunt een of meerdere modules volgen. Het programma is zodanig ingericht dat u ook de mogelijkheid heeft om een **combinatiepakket** te volgen van de modules Charitymarketing, Communicatie en Sponsoring. De modules worden gegeven op 5 achtereenvolgende dinsdagen in november 2011. De prijs voor dit **combinatiepakket** bedraagt € 1.195,= inclusief maaltijd.

Anmelders voor het **totaalpakket** van 5 modules ontvangen een extra korting van € 100,= en betalen het bedrag van € 3.135,=.

Fondsenwerving houdt niet op bij de grens



'Vanaf het begin van mijn opleiding Communicatie trok het werken in de non-profit sector mij. Met mijn persoonlijke drijfveren om bij te dragen aan duurzame keuzes en daarmee de ongelijke verdeling in de wereld meer in balans te brengen voelde ik mij dan ook zeer thuis bij de minor Fundraising Grantmaking & Sponsoring. De keuze om na de eerste minor, ook de tweede minor te gaan volgen, was dan ook snel gemaakt. Alleen al door de gezellige sfeer en de persoonlijke contacten met medestudenten, docenten, maar ook gastsprekers was het een feest om deze minors te volgen. Die gastsprekers vertegenwoordigden diverse sectoren. Eén van hen, oud-directeur van het VSB-Fonds, Arthur Offers, ervoeren wij als een soort 'éminence grise van de minor'. Tijdens de minors stond een project centraal: in groepen hebben wij diverse opdrachten uitgevoerd, bijvoorbeeld voor Natuurmonumenten. Eén van de hoogtepunten was voor mij de studiereis naar Brussel. Hier werd mijn blik verruimd naar Europese fondsenwerving, waarbij bleek dat fondsenwerving zelfs over grenzen heen plaatsvindt. Met mijn nieuwe kennis en ervaring kon ik direct aan de slag als stagiaire fondsenwerving bij NO KIDDING, netwerk tegen kindermishandeling, waar ik na mijn stage ook nog een tijdje heb gewerkt. Al met al heeft deze specialisatie binnen mijn opleiding mij twee verschillende beroepen gegeven, die van fondsenwerper en die van communicatiemedewerker. Een prachtige combinatie, want ze hebben ook veel raakvlakken.'

Leonore Vervoorn-Huisman





Contactgegevens

Heeft u belangstelling voor een of meer modulen?
Wilt u meer weten? Neemt u dan contact op met
Bert Sleijster, projectleider Fundraising
Grantmaking & Sponsoring via:
Windesheim Informatiecentrum
Tel. 0900 – 8899 (lokaal tarief)
of mail rechtstreeks naar
aj.sleijster@windesheim.nl

www.windesheim.nl

