



Federatie van **inloophuizen** in Nederland  
voor mensen die leven met kanker, en hun naasten

**Financiering van inloophuizen**  
**Deel II:**  
**Private financiering**

## **1. Algemeen**

Anno 2010 is de structurele financiering van de kosten voor veel inloophuizen voor mensen met kanker nog steeds een probleem.

In deze brochure worden mogelijkheden en suggesties gegeven voor het verkrijgen van middelen uit private gelden. Voor wat betreft publieke gelden wordt verwezen naar deel I van deze brochure, die gaat over de WMO. Het is vanuit de WMO dat inloophuizen vaak een subsidie kunnen krijgen voor de kosten van de coördinatie en de vrijwilligers.

Ter dekking van de overige kosten is een beroep noodzakelijk op private middelen. Er zijn geen structurele subsidiemogelijkheden beschikbaar.

Vanuit de handleiding voor het opzetten van een inloophuis van FINK is voldoende informatie te krijgen over de financiële aspecten van het inloophuis, over de investeringen, een eerste begroting, kostenoverzicht, vereniging van vrienden, etc. In deze handleiding wordt verder ingegaan op concrete acties. Daarbij is een koppeling met een goede PR natuurlijk noodzakelijk. Vanuit een goede naamsbekendheid groeit een maatschappelijk draagvlak in de gemeente en regio. Het is vanuit die naamsbekendheid en draagvlak dat niet alleen de bezoekers naar het inloophuis komen, maar dat ook middelen gaan toevloeien naar het inloophuis.

In het onderstaande een overzicht van "best practices": voorbeelden uit de praktijk die hun waarde hebben bewezen, want ze werken!

## **2. Wat kunt u doen ?**

### **2.1. Organiseer uzelf**

Aan te raden is om binnen de organisatie een aparte sponsorgroep of vereniging van vrienden in te stellen. Doel is het zorgen voor structurele financiering. Zie bijlage 1. Zorg daarbij voor een goed sponsorplan, gekoppeld aan de PR, met een goed ogende huisstijl en presentatie.

Betrek ook het comité van aanbeveling bij het inloophuis door na te gaan wat zij kunnen betekenen, hetzij zelf hetzij vanuit hun netwerk.

### **2.2. Sponsoring in natura**

Dit lijkt niet het meest dankbare werk, maar kan zeker veel opleveren, in goodwill en in financiële zin. Wees niet beschaamd om te vragen, dat kan zeker.

Sponsoring in natura kan een grote rol spelen bij de start van het inloophuis en de inrichting ervan, maar ook structureel, als het bv. gaat om de wekelijkse boodschappen. Als derde is het mogelijk om sponsoring in natura te vragen rondom specifieke acties en projecten.

Denk bij sponsoring in natura aan:

- elektronicazaken voor TV, CD-speler
- supermarkten voor de dagelijkse boodschappen of éénmaal per maand de grote boodschappen (koffie, thee, fris, koekjes)
- bloemenzaken voor wekelijkse bloemen maar ook mooie vazen
- Hema en Blokker voor bv. serviesgoed en keukeninrichting
- interieurzaken voor tafels en stoelen, banken
- drukkers en kopieerwinkels voor folders, banners, etc.

- lampenzaken
- postkantoor voor 1000 postzegels
- boekenwinkels voor bv. 10 boeken in de bibliotheek
- de bakker en de slager voor wekelijks brood en beleg
- een tuincentrum om inrichting van de buitenboel
- bouwcentrum om een gevulde gereedschapskist voor onderhoud of voor materiaal voor activiteiten
- enzovoort.

#### Opmerkingen:

- van sponsoring door de middenstand zijn diverse voorbeelden bekend.  
Bijvoorbeeld vraag de supermarkt in de buurt om twee jaar lang alle inkopen van het inloophuis te sponsoren. Beste is om af te spreken wat daaronder valt of een vast bedrag per week. Tegenactie: een sponsorcertificaat ( een "aandeel") dat ingelijst en wel in de supermarkt komt te hangen. En een vermelding in alle PR-uitingen van het inloophuis.
- denk ook verder dan het gebruikelijke. Zo vroeg één organisatie aan een bedrijf van zeesleperboten om een traplift. Dat past natuurlijk prima!
- voor kantoorinrichting en computers : vraag aan bedrijven, bijvoorbeeld de banken of ze eea gaan vervangen en of een oude set kantoorspullen of computers kan worden overgenomen.
- wees duidelijk, zeg niet altijd op alles ja, alleen als het past in de inrichting, anders wordt het snel een allegaartje. Benader desnoods een binnenhuisarchitect of interieurdeskundige om een inrichtingsplan (uiteraard: gesponsord).
- kunstenaars  
Vraag lokale kunstenaars of ze werk beschikbaar willen stellen, als gift of in bruikleen. Overweeg ook een kunstveiling!
- scholen  
Maak een overzicht van scholen en bekijk wat zij kunnen doen. Er is een ROC dat de gehele openingsactiviteiten van het inloophuis heeft gesponsord omdat leerlingen daar ervaring konden opdoen in de catering, ontvangst en het organiseren van een dergelijk event. Kijk wat scholen aan stageplaatsen nodig hebben in bv. schilderen en inrichten van het inloophuis. Overleg met de hogeschool hoe zij kunnen bijdragen, bv, de modeacademie voor modeshows of de designacademie bij de inrichting. Vanuit dit contact kan het ook mogelijk worden dat studenten activiteiten komen verzorgen in het inloophuis. Ook willen scholen zich soms inzetten voor het inloophuis door een sponsoractie zoals een sporttoernooi.

### **2.3. Sponsoring vanuit bedrijven**

- leg contact met de Kamer van Koophandel en vraag hen om advies in deze!
- inventariseer welke bedrijven in de regio een sociaal fonds hebben van waaruit zij lokale initiatieven ondersteunen. Zie hiervoor ook de lokale krant, hou dit goed in de gaten. Ga met deze bedrijven in gesprek en presenteer het inloophuis.
- gewoon: adverteren  
Veel inloophuizen vragen dit niet, maar waarom niet gewoon advertenties van bedrijven plaatsen in de nieuwsbrief of op posters, ed? Ga na wat een redelijk

tarief is (dat is zeer afhankelijk van de lokale prijzen en van de oplage, maar vraag voor ½ A5 formaat advertentie voor één jaar gerust € 500,-. Sluit een contract af met de deelnemers.

- donaties en inzamelacties bij afscheidsrecepties, jubilea en bedrijfsfeestjes.  
Dit valt niet of nauwelijks af te dwingen, dit moet echt vanuit de mensen zelf komen.
- vraag uw bank  
De lokale bank kan veel voor u betekenen. In de genoemde kantoorinrichting, maar bij veel meer. Soms zijn banken bereid om personeel in te zetten voor uw organisatie in het kader van maatschappelijk ondernemen. Een medewerker van de bank zet dan bv. de gehele financiële administratie op of schrijft een financieringsplan.  
Praat bij huisvestingsproblemen met de bank ook over een mogelijke hypotheek. Er zijn voorbeelden bekend waarin een hypotheek onder voorwaarden is toegekend. Die voorwaarden zijn bv. een bestuur dat vertrouwen geeft, een financieel dekkingsplan en een goed meerjarenplan.  
Naast dit alles hebben banken vaak de beschikking over een sociaal budget, bv. het Rabo stimuleringsfonds en de landelijke Rabo Foundation.
- het bedrijfsleven als club van 100  
Bijvoorbeeld: de Debora Partnership Club. Het benaderen via netwerken van de leden van de PR commissie van een groot aantal bedrijven (1<sup>e</sup> instantie 40 stuks) met het verzoek jaarlijks Debora Partnership Club een bedrag van € 500,00 te schenken. Contractduur 3 jaar. Minimaal 1 maal per jaar een netwerkbijeenkomst organiseren voor alle leden. Op dit moment hebben zij er 42 deelnemers die een bedrag betalen en drie deelnemers welke goederen om niet leveren.
- het bedrijfsleven als ambassadeurs  
Een ambassadeur is dan een ondernemer die:
  - goed bekend staat
  - over nuttige netwerken beschikt
  - potentiële nieuwe ambassadeurs wil aandragen en hen vooraf wil informeren
  - goed geïnformeerd is en blijft over het inloophuis
  - weet waar het inloophuis voor staat
  - het eigen bedrijf communicatief wil inzetten voor de promotie van het inloophuis, daarbij gebruik maakt van de aangereikte middelen: logo, folders, posters
  - zich gedurende tenminste drie jaar als ambassadeur en sponsor wil binden
  - jaarlijks een bedrag van minimaal € 1000,= sponsort

De tegenprestatie die het inloophuis kan leveren:

  - ter beschikking stellen van logo, folders in een display en posters
  - vermelding op de website als ambassadeur
  - vermelding bij presentaties
  - toezending van digitale nieuwsbrief
  - uitnodigen voor/attenderen op relevante activiteiten, zoals open dagen
- zoek sponsoren voor specifieke activiteiten:  
Bijvoorbeeld een spinning-weekend als **teambuilding** activiteit voor bedrijven:  
"Ook u kunt een sportieve prestatie neerzetten voor het goede doel. De Spinning zal starten om 13.00 uur eindigen om 16.00 uur. In die periode zal in blokken telkens een groep spinnen en een groep body pumpen onder begeleiding van instructeurs. Body pumpen is een spierversterkende groepsles met gewichten, waarin alle belangrijke spiergroepen flink onder handen worden genomen.

Een team bestaat uit 3 personen. De kosten voor deze fantastische middag zijn € 400,- per team. Dit bedrag gaat volledig naar het inloophuis omdat het fitnesscentrum als hoofdsponsor kosteloos, ruimte, fietsen en instructeurs, ter beschikking stelt. Natuurlijk kunt u ook meerdere teams inschrijven. Iedere sponsor zal op de dag zelf extra aandacht krijgen in het fitnesscentrum door publiciteit, interviews en opvallende reclameborden.  
Zorg dat u er bij bent en schrijf u in!!" (met dank aan Palazzoli)

- beursvloer

Een aantal gemeenten kent een jaarlijkse "beursvloer". Een plaats waar vrijwilligersorganisaties en bedrijfsleven elkaar letterlijk ontmoeten en samen zaken doen, deals sluiten.

Dat kan van alles zijn, van het krijgen van materialen voor de inrichting van het inloophuis tot aan hulp bij de administratie.

- voor giften van bedrijven: zorg dat het inloophuis aangemeld is als ANBI bij de belastingdienst ivm de aftrekbaarheid van giften.

## **2.4. Burgers en organisaties van burgers**

- werven van belangstellenden als donateur/vriend

100 donateurs van € 25,- maken jaarlijks € 2.500,- , dus iedere donateur is welkom. Het werven van donateurs kent soms specifieke acties maar is meestal onderdeel van een andere PR-actie. Het werven van donateurs is lastig en gaat vaak langzaam. Besteed daarom bij iedere PR aandacht aan de mogelijkheid: in de krant, op de website, op de markt.

Beschouw het tegelijkertijd niet als een bijzaak, maar geef donateurs een volwaardige plaats in de organisatie. Nodig ze jaarlijks uit voor een bijeenkomst, stuur nieuwsbrieven, etc.

En: belangrijk: zet de vrijwilligers van het inloophuis in als ambassadeur van de organisatie. Vraag om hun medewerking in hun eigen directe omgeving. Vraag ze allemaal om minimaal 2 donateurs aan te leveren, bijvoorbeeld!

- donaties en inzamelacties bij afscheidsrecepties, jubilea en andere feestelijke activiteiten. Dit valt niet of nauwelijks af te dwingen, dit moet echt vanuit de mensen zelf komen.

- samenwerking met serviceclubs: éénmalig en meerjarenovereenkomsten

Het is aan te bevelen een lokaal centraal persoon, actief en bekend in de kringen van de serviceclubs, te vragen voor het bestuur van de Vrienden Van.

Zo kan de samenwerking met de serviceclubs worden vormgegeven.

Uiteraard is het inloophuis afhankelijk van de goodwill van serviceclubs om ze een donatie toe te kennen. Tegelijkertijd echter is het op sommige plaatsen gelukt om samenwerkingsafspraken te maken, bv. dat 5 jaar lang het inloophuis wordt ondersteund door jaarlijks een andere serviceclub.

Ook kan een serviceclub het inloophuis "adopter" voor een aantal jaren.

Overweeg het organiseren van een activiteit speciaal voor serviceclubs in het inloophuis. Vraag of ze bv. hun kerstborrel, gesponsord en wel, in het inloophuis willen houden.

- samenwerking met kerkelijke instanties

Het komt voor dat kerken hun collecte ter beschikking stellen aan het inloophuis en daarmee ook aandacht geven aan het inloophuis. Informeer de kerken over het inloophuis via het diaconaat, via pastoraal medewerkers, ouderlingen en dominees. Schrijf een artikel voor in het kerkblad.

- samenwerking met vrouwenorganisaties, buurtorganisaties en andere maatschappelijke organisaties  
Er zijn vrouwenorganisaties en buurtorganisaties die zich van harte inzetten voor "hun" inloophuis. Soms door het organiseren van een wijkfeest, soms ook door inzamelacties. In ieder geval is het contact met deze organisaties van belang met het oog op naamsbekendheid bij toekomstige bezoekers, maar kan dus ook leiden tot financiële steun.
- particuliere giften: zorg dat het inloophuis aangemeld is als ANBI bij de belastingdienst ivm de aftrekbaarheid van giften.
- meldt uzelf bij de notarissen in de regio als mogelijke ontvanger van legaten en erfenissen. Het komt namelijk voor dat voor erfenissen en legaten een maatschappelijke bestemming gezocht moet worden door de notaris.
- begrafenissen en crematies  
Bij de begrafenis of crematie van een bezoeker van het inloophuis wordt soms de mogelijkheid geboden om geld te geven aan het inloophuis middels een collectebus.

## 2.5. Eigen acties

Genoemd is het inzetten van de eigen vrijwilligers als ambassadeurs van de organisatie. Ook is een voorbeeld gegeven van het organiseren van een spinning-weekend. Er kan echter lokaal nog veel meer. Een aantal voorbeelden.

- sluit aan bij kleinschalige lokale initiatieven en doe mee aan kerstmarkten, buurtmarkten, braderieën. Zorg voor een goed kraam met "lokkertjes", duidelijke uitstraling en goede informatie.  
Het doel is drieledig: naamsbekendheid, verkoop van artikelen en donateurs werven. Het directe effect is beperkt maar is een kwestie van volhouden.
- organiseer wedstrijden (gesponsord en wel), bijvoorbeeld een namenwedstrijd voor het inloophuis) met een mooie gesponsorde prijs.  
En, als u activiteiten wilt opzetten rondom bewegen en gezondheid, waarom dat dan alleen doen? Zoek vooral de samenwerking met lokale sportclubs, er zijn tal van mogelijkheden:
  - begeleiding van groepen
  - gebruik van materialen en locatie
  - organiseren van specifieke activiteiten
- merchandising: verkoop van gesponsorde artikelen: bijvoorbeeld:
  - pennen
  - t-shirts
  - kaarsen
  - blocnotes
  - ballonnen
  - mokken
  - verjaardagskalenders
  - kerstkaarten
- overweeg het organiseren van:
  - benefietconcerten
  - rommelmarkten

- sportwedstrijden
- kunsttentoonstellingen: zie hiervoor bijvoorbeeld "Kunst voor K" van Stichting Palazzoli te Zeeland
- sponsorbrunches
- een symposium
- etc.

Maak hiervoor altijd eerst een plan van aanpak en vervolgens een draaiboek. uiteraard is het zaak de kosten van één en ander te beperken door sponsoring. Maar bedenk wel of het noodzakelijk is dit allemaal zelf te doen, vaak heeft bv. een serviceclub al ervaring met het opzetten van een benefietconcert en kan het beter zijn de samenwerking aan te gaan.

## **2.6. Aandacht voor fondsen en slapende gelden**

Onderzoek in de gemeente en de regio of er lokale fondsen zijn of slapende gelden, er is vaak meer beschikbaar dan gedacht. Zoek via internet, vraag de gemeente. En let op de lokale kranten: vaak staan dergelijke fondsen éénmaal per jaar in de krant met een kleine annonce, een oproep om gelden aan te vragen.

Een paar lokale voorbeelden (die dus echt lokaal zijn, het zijn slechts voorbeelden):

- St. Godshuizen
- St. ter bevordering van de protestants christelijke ziekenzorg
- St. Het Burger Weeshuis
- St. Fonds tot nut van het algemeen
- St. De Duitse Orde

Deze fondsen zijn vaak afkomstig uit de gezondheidszorg (bv. door de verkoop van oude kruisgebouwen), uit kerken (door de verkoop van kerkelijk bezit), uit voormalig weeshuizen of van vermogende particulieren.

### **Tot besluit. Hoe doe je dit alles?**

Vrijwel alle sponsoring gaat in de praktijk bijna nooit via een formele brief, maar via het leggen van contacten. Dus inventariseer bij betrokkenen, bestuur, comité van aanbeveling, vrijwilligers, wie zij allemaal kennen in de regio en verdeel zo de lijst met contacten.

Houdt het wel altijd kort, zeker de ondernemers hebben weinig tijd. Dus geen lange verhalen over het inloophuis maar kort en doelgericht.

Nodig mensen vooral ook uit in het inloophuis, dat geeft direct een goed beeld.

En tenslotte: heb een pasklare tegenprestatie, dus een sponsorbord, vermeldingen in alle PR-uitingen, etc.

En nog beter: maak een sponsorplan. Al ontbreekt daarvoor vaak de tijd...

## **Bijlage 1. Vereniging 'Vrienden van...'**

Door naast de stichting een aparte vereniging 'Vrienden van het Inloophuis' op te richten, ontstaat de mogelijkheid een financiële reserve op te bouwen.

Een nog belangrijker aspect hiervan is, dat zo een dynamische organisatiestructuur wordt gecreëerd waarmee het inloophuis mensen aan zich kan 'binden'.

De particulieren die lid worden van deze vereniging, zijn daadwerkelijk 'Vrienden van het Inloophuis'. Zij betalen bijvoorbeeld € 25,- per jaar, in ruil waarvoor zij twee maal per jaar een nieuwsbrief ontvangen en één maal per jaar een uitnodiging voor een ledenvergadering.

Regel hiervoor een automatische incasso, dat is het meest eenvoudig.

Aan die ledenvergadering kan een passende activiteit worden gekoppeld om het werk nader uit te dragen, bijvoorbeeld een minisymposium.

De aanwezige leden hebben stemrecht en keuren de (financiële) stukken goed. In de Algemene Ledenvergadering kiezen de leden vier bestuursleden. Daarnaast hebben drie bestuursleden van de Stichting zitting in het bestuur van de Vereniging, wat de nauwe band tussen Vereniging en Stichting benadrukt.

De belangrijkste opdrachten die de vereniging zich dient te stellen, zijn:

- Ledenwerving
- Geldverwervingsacties, o.a. jaarlijkse collecte, bemensen van stands, merchandising
- Minisymposium/algemene ledenvergadering
- Nieuwsbrief
- Spreekbeurten
- Publiciteit