



#TROTSEPARTNER



Sponsorbeleidsplan



Beste sponsors en geïnteresseerden,

Dit beleidsplan is ontwikkeld door de commissie sponsoring van de vereniging EGS'20, de vereniging die ontstaan is na de fusie van de drie voetbalverenigingen Estria, GVV'57 en SCV'58. De drie voetbalverenigingen Estria, GVV'57 en SCV'58 werkten al een aantal jaren op diverse manieren met elkaar samen. Sinds augustus 2012 was er een stuurgroep geformeerd die op een actieve wijze in goed overleg met de besturen de samenwerking van de drie verenigingen heeft geïntensiveerd wat onder meer geleid heeft tot het samenvoegen van de meidenafdelingen, de damesafdelingen en de JO13-jeugd. In het seizoen 2017-2018 is deze samenwerking uitgebreid met de JO15- en JO17- jeugd. Bij JO7-, JO9-, JO11 en JO19-jeugd zijn er ook al combinatieteams tussen de drie verenigingen. Sinds 2018-2019 komen alle jeugdteams van de 3 verenigingen uit in ST EGS-teams. Ook is er een ST herenelftal bij de senioren gevormd.

In december 2015 hebben de besturen zich uitgesproken om een Samenwerkende Jeugd Opleiding (SJO) te vormen. Dit betekent één gezamenlijke jeugdafdeling. De succesvolle ervaringen in de samenwerking met de jeugdafdelingen en de overtuiging dat de samenwerkingsgedachte het beste vorm kan worden gegeven als alle activiteiten op één centrale locatie plaatsvinden, hebben ertoe geleid dat de drie verenigingen de vervolgstap hebben gezet die geleid heeft tot een fusie van de verenigingen m.i.v. 1-7-2020. De verenigingsnaam is EGS'20 geworden.

Nu een fusie tussen de voetbalverenigingen en de bouw van een nieuwe sportaccommodatie realiteit is geworden, zal ook in het sponsorbeleid dat de drie verenigingen voorheen kende, verder- gaand samengewerkt dienen te worden. De grotere vereniging en de bouw van de nieuwe sportaccommodatie biedt kansen om overeenkomsten met bestaande sponsors te herzien en nieuwe sponsors te werven.

Op 5 november 2019 heeft er een eerste gezamenlijk over van een nieuw te vormen sponsorcommissie plaatsgevonden. Hieruit is de kern van een gezamenlijke sponsorcommissie ontstaan met leden van de 3 voetbalverenigingen. Inmiddels is deze groep gegroeid naar een vaste bezetting van een aantal commissieleden ondersteund door een groep 'project'-vrijwilligers.

De sponsorcommissie zal zich blijvend actief inzetten om de vereniging en sponsors/partners te (gaan) verbinden waarbij oog is voor de belangen van alle partijen. Leidraad hierbij vormt dit beleidsdocument dat fungeert als basis voor de afspraken, de activiteiten en de omgang met sponsors. Het is een levend document dat op basis van praktijkervaringen jaarlijks door de sponsorcommissie en het bestuur geëvalueerd, beoordeeld en eventueel bijgesteld zal worden

Commissie Sponsoring
i.o.v. Stuurgroep EGS'20



A. SPONSORBELEID	4
1 Sponsorbeleid uitgangspunten	4
1.1 Inleiding	4
1.2 Beleid	4
1.3 Jaarplan	4
1.4 Operationeel plan	4
1.5 Samenhang en toegevoegde waarde	5
1.6 Missie	5
1.7 Visie	5
1.8 Doelstellingen	6
1.8.1 Financiële doelstelling	7
2 Organisatie	8
2.1 Taakomschrijving	8
2.2 Organisatiestructuur	8
2.2.1 Bevoegdheden en autorisaties	10
2.2.2 Project- en werkgroepen	10
2.2.3 Werkgroep kleding	10
2.2.4 Werkgroep Inside	11
2.3 Overlegstructuur	11
2.3.1 Vergaderformat	11
2.3.1.1 Overleg andere commissies en bestuur	11
3 Kledingbeleid EGS'20	13
3.1 Werkgroep Kleding	13
3.2 Kledinglijnen binnen EGS'20	13
3.3 Sponsoring en Bedrukking	14
3.4 Seniorenelftallen	14
3.5 Selectiekleding	14
3.6 Jeugdkleding	15
3.7 Kledingbeheer en Logistiek	15
3.8 Verkoop en Merchandise	15
4 Welkom bij de Businessclub van EGS'20: Waar Kansen Samenkomen!	16

A. SPONSORBELEID

1 Sponsorbeleid uitgangspunten

1.1 Inleiding

Dit sponsorbeleidsplan beschrijft het algemene beleid van EGS'20 ten aanzien van sponsoring en stelt heldere eisen aan de omgang met sponsors en sponsoring. Er wordt ingegaan op de doelstellingen en uitgangspunten van het beleid, de organisatorische borging binnen de vereniging en de diverse sponsorvormen. Voor vragen over de inhoud van dit plan kunt u terecht bij de voorzitter van de sponsorcommissie of bij één van de overige sponsorcommissieleden.

Voor de vereniging is sponsoring door bedrijven, instellingen of particulieren een belangrijke bron van inkomsten. Deze inkomsten zijn cruciaal voor het behouden van een gezonde financiële basis en dragen bij aan het doelmatig verwezenlijken van onze sportieve ambities. Het plan wordt minimaal jaarlijks gecontroleerd door de sponsorcommissie op benodigde aanpassingen. Bij elke verandering verschijnt er een nieuwe versie, die ter goedkeuring aan het algemeen bestuur wordt voorgelegd. Zodra het bestuur deze nieuwe versie goedkeurt, vervallen alle voorgaande versies.

Dit sponsorbeleidsplan staat niet op zichzelf, maar is onlosmakelijk verbonden met het bredere verenigingsbeleid van EGS'20. Het dient als een strategisch kader om onze visie en doelen te realiseren. Daarbij maken we onderscheid tussen drie niveaus: **het beleid**, **het jaarplan** en **het operationeel plan**. Elk van deze elementen heeft een eigen functie en draagt bij aan de continuïteit en groei van onze vereniging en sponsorrelaties.

1.2 Beleid

Het sponsorbeleid vormt de basis en beschrijft onze missie, visie en doelstellingen. Het is een 'levend' document dat aangeeft hoe wij als vereniging willen omgaan met sponsors en partners. Dit beleid sluit direct aan op het overkoepelende verenigingsplan van EGS'20, waarin de maatschappelijke rol, sportieve ambities en toekomstvisie van de club zijn verankerd. Zo borgen we dat alle sponsoractiviteiten bijdragen aan de duurzame ontwikkeling en financiële gezondheid van onze vereniging.

1.3 Jaarplan

Op basis van het beleid wordt jaarlijks een jaarplan opgesteld. Dit plan vertaalt de strategische doelen naar concrete, haalbare acties voor het komende seizoen. Denk hierbij aan het werven van nieuwe sponsors, het versterken van bestaande relaties en het organiseren van sponsoractiviteiten. Ook wordt in het jaarplan geëvalueerd wat de voorgaande periode heeft opgeleverd, zodat we onze koers kunnen bijstellen en de onderlinge betrokkenheid van (potentiële) sponsors en leden blijven stimuleren.

1.4 Operationeel plan

Waar het beleid de richting bepaalt en het jaarplan de doelen en acties voor één seizoen uitwerkt, richt het operationeel plan zich op de dagelijkse uitvoering. Het beschrijft in detail hoe we praktisch invulling geven aan sponsorwerving, relatiebeheer, communicatie en organisatorische processen. Zo staan in het operationeel plan de werkwijzen en verantwoordelijkheden van de sponsorcommissie en andere

betrokkenen beschreven. Dit document is voor intern gebruik en zorgt ervoor dat iedereen die met sponsoring te maken heeft, weet wat er van hem of haar wordt verwacht.

1.5 Samenhang en toegevoegde waarde

De kracht van deze driedeling is dat we in elke laag precies weten wat de bedoeling is. Het beleid fungeert als kompas, het jaarplan geeft de stip op de horizon voor het komende seizoen en het operationele plan biedt de praktische handvatten voor de dagelijkse uitvoering. Zo sluiten alle inspanningen van onze vrijwilligers, leden en sponsors naadloos op elkaar aan. Samen blijven we bouwen aan een bloeiende en toekomstbestendige vereniging, waar niet alleen de sportieve prestaties maar ook de maatschappelijke waarde en gezelligheid centraal staan.

1.6 Missie

In het verenigingsplan wordt de missie van EGS'20 als volgt verwoord:

De voetbalvereniging EGS'20 streeft er naar een gezellige en hechte vereniging te zijn waar de leden het goed naar de zin hebben. De sportieve ontplooiing van alle voetballers dient centraal te staan ongeacht leeftijd, motivatie en spelniveau. EGS'20 wil zich profileren als een club die haar leden de mogelijkheid biedt met plezier op zowel prestatief als recreatief niveau te voetballen.

Daarnaast wordt met het organiseren van (sport)evenementen en de inbreng van vrijwilligers de clubbinding gestimuleerd wat de basis is voor het voortbestaan van de vereniging.

Vanuit het sponsorbeleid willen we met name de maatschappelijke functie van EGS'20 vanuit de missie als speerpunt gebruiken. Naast de bloeiende vereniging waar gezelligheid, verbondenheid, plezier en sportieve ontplooiing belangrijke kernwaarden zijn, wil EGS'20 ook een actieve bijdrage leveren op het gebied van de relevante maatschappelijke thema's duurzaamheid, veiligheid en gezondheid.

1.7 Visie

Voor het werven en binden van sponsoren, van binnen en van buiten de gemeente Land Cuijk, is het van belang dat er breed uitgedragen wordt waar EGS'20 voor staat. Naast de voetbalvereniging die haar leden een gezellige, plezierige omgeving biedt waarbinnen de mogelijkheid aanwezig is zich sportief te onderhouden en te ontwikkelen, heeft de vereniging ook een maatschappelijke functie. Deze maatschappelijke relevantie willen we in 3 speerpunten tot uiting laten komen:

DUURZAAMHEID

Het klimaat en het milieu en met name de klimaatverandering en milieuvervuiling zijn actueel thema's die ons allemaal bezig houden. Een duurzamere inrichting van onze samenleving is daarom noodzakelijk om onze planeet leefbaar te houden voor de toekomst.

EGS'20 wil hierin een voorbeeldfunctie nemen wat ook tot uiting komt in de bouw van een moderne, duurzame sportaccommodatie. Ook zal "duurzaam gedrag" in alle facetten van de organisatie gepromoot en uitgedragen worden.

EGS'20 staat voor een duurzame samenleving en zal er alles aan doen om dit te promoten.

GEZONDHEID

Op het gebied van gezondheid zijn er tal van uitdagingen. De steeds digitaler wordende samenleving zorgt er voor dat we minder bewegen en een sedentaire leefstijl ligt op de loer. Een van de manieren om beweging structureel te integreren in terugkerende patronen is sport. Met name sporten in teamverband zorgt er voor dat men geprikkeld blijft worden om het sporten vol te houden.

EGS'20 staat voor voetbal en voetbal is bewegen in spelvorm. Een activiteit die de gezondheid bevordert. Daarnaast is voeding belangrijk. We hebben te maken met welvaartsziektes als obesitas door een ongezond voedingspatroon (en te weinig bewegen). In het kantineaanbod zal EGS'20 ook voorop moeten lopen door een gezonder aanbod dan gemiddeld in een sportkantine (groente fruitsnacks, minder frituur, duidelijk beleid op alcoholconsumptie, roken etc.).

EGS'20 levert een lokale bijdrage aan een gezondere samenleving.

VEILIGHEID

Iedereen is gebaat bij een veilige samenleving. Op regionaal niveau kan EGS'20 hier een actieve bijdrage in leveren. In een steeds individualistischer wordende maatschappij waarin internationale grenzen vervagen zal de rol van verenigingen steeds meer een lokaal verbindende functie krijgen. Bij EGS'20 ontmoeten mensen elkaar fysiek. Dit zorgt voor echte verbondenheid en sociale cohesie. Een regio met een sterke sociale cohesie is over het algemeen veiliger doordat mensen actief op elkaar letten en tijdig hulp inschakelen bij verdachte zaken of aankomende calamiteiten. Daarnaast zullen jongeren die actief bij een bloeiende vereniging verbonden zijn minder snel ontsporen in criminaliteit of buitensporig drank- en/of drugsgebruik. Aan EGS'20 de taak deze onderlinge verbondenheid op alle fronten te creëren.

De ondernemers die als sponsor betrokken zijn leveren dus middels hun sponsorbijdrage een aandeel in een levendige en daarmee veiligere regio. Een achterland dat een aantrekkelijk vestigingsklimaat heeft maakt het ondernemers gemakkelijker medewerkers van buiten de regio aan te trekken, de bereidheid om te verhuizen zal eerder aanwezig zijn.

Daarnaast vertrekken medewerkers gevestigd in de regio niet met als reden veiligheidsissues binnen de regio. Vaak komt dit ook voort uit een gevoel van onveiligheid door bijvoorbeeld een groot aantal hangjongeren die overlast veroorzaken. Dergelijke jongeren wil EGS'20 nou juist gaan mobiliseren om middels deelname aan de vereniging op het juiste pad te geraken en hierop te blijven.

EGS'20 zorgt voor een onderlinge verbondenheid en een sociale cohesie waarmee veiligheid kan worden vergroot.

1.8 Doelstellingen

Het sponsorbeleid heeft het doel om een continue geldstroom te creëren voor EGS'20, die minimaal voorziet in de behoeften die horen bij het beoogde ambitieniveau van de vereniging. Hiervoor zal een actief sponsorbeleid gevoerd worden waarbij nieuwe sponsors geworven worden, een grotere diversiteit van sponsormogelijkheden wordt aangeboden en zorggedragen wordt voor een goede relatie met sponsors. Hierdoor zal een externe geldstroom of een bijdrage in natura gegenereerd worden, die:

- een aanvulling vormt voor de inkomsten van de vereniging om de financiële balans in evenwicht te kunnen houden.
- voldoet aan de wensen van de sponsor
- past binnen de gestelde plannen van de sponsoringscommissie

1.8.1 Financiële doelstelling

Uitgangspunten bij de financiële doelstelling zijn:

- De financiële inkomsten die vanuit sponsoring verkregen worden maken onderdeel uit van de verenigingsbegroting
- De continuïteit van de vereniging mag niet afhankelijk zijn van de hoogte van deze sponsorinkomsten
- 10% van de sponsorinkomsten wordt gereserveerd voor het onderhouden van de relatie met de sponsors



2 Organisatie

2.1 Taakomschrijving

De sponsorcommissie is verantwoordelijk voor het ontwikkelen en uitvoeren van het sponsorbeleid van EGS'20, het nastreven van de missie en visie en het behalen van de doelstellingen. Denk aan communicatie met de sponsors, het organiseren van bijeenkomsten, het sturen van facturen en het organiseren van sponsoruitingen. Om de sponsorcommissie goed te kunnen laten functioneren is een goede structuur van belang. Duidelijke functieverdeling met bijbehorende taken en verantwoordelijkheden. De hoofdtaken van de sponsorcommissie zijn:

- Commercie: Het werven van nieuwe sponsors en het beheren van bestaande sponsorrelaties.
- Administratie en organisatie: Het opstellen van contracten, factureren, het verzorgen van de sponsoruitingen en voeren van de debiteurenadministratie.
- Communicatie: Het regelmatig communiceren naar de sponsors en het organiseren van evenementen.

2.2 Organisatiestructuur

Om goed te kunnen functioneren heeft de sponsorcommissie tenminste drie leden nodig, gezien bovenstaande driedeling in taken. Per twintig sponsors zou hier een extra lid aan moeten worden toegevoegd. Bij honderd sponsors zou de sponsorcommissie idealiter uit zeven leden bestaan.

De hoofdtaken zijn te splitsen in verschillende deeltaken, welke hier verder uitgelicht worden. Hier- mee worden taken en verantwoordelijkheden helder en gedefinieerd. Tevens worden de bevoegdheden van de sponsorcommissie toegelicht.

Voorzitter:

- Stuurt de sponsorcommissie aan
- Eindverantwoordelijk voor alle sponsorzaken binnen EGS'20
- Leidt de sponsorcommissie overleggen
- Verzorgt de agenda van het sponsorcommissie overleg
- Afgevaardigde van de sponsorcommissie in het bestuur van EGS'20
- Eerste contactpersoon richting andere commissies binnen EGS'20
- Eerste aanspreekpunt voor het sponsorbeleid binnen- en buiten de vereniging

De voorzittersrol wordt uitgevoerd door een lid uit de sponsorcommissie. De voorzitter van de sponsorcommissie dient door de ALV verkozen te worden tot bestuurslid sponsorzaken.

Secretariaat:

- Beheer van het sponsorbestand
- Verzorgt de notulen van het sponsorcommissie overleg
- Opstellen van sponsorcontracten en facturen (in samenspraak met de penningmeester van EGS'20)
- Verantwoordelijk voor het juist archiveren van sponsorcontracten in de Cloud
- Verantwoordelijk voor het uitgeven van sponsorpassen aan businessclubleden
- Verantwoordelijk voor de (sponsor)debiteurenadministratie in de Cloud en in samenspraak met de penningmeester in Exact Online
- Het secretariaat wordt uitgevoerd door een lid uit de sponsorcommissie

PR & communicatie:

Alle onderstaande verantwoordelijkheden zijn in samenspraak met de commissie PR en Marketing- communicatie, deels en in overleg zullen zij zaken overnemen van de sponsorcommissie.

- Verantwoordelijk voor alle uitgaande communicatie naar (potentiële) sponsors.
- Verantwoordelijk voor het verzorgen van de sponsoruitingen en het aansturen van de werkploeg daarbij.
- Aanleveren van sponsor gerelateerde content aan de commissie PR en Marketingcommunicatie.
- Aanleveren van foto's van sponsor gerelateerde activiteiten aan de commissie PR en Marketing- communicatie.
- Schrijven van sponsor gerelateerde persberichten.
- Creëren van sponsor gerelateerde content voor LinkedIn.
- Beheren van de LinkedIn pagina van EGS'20.

De PR & Communicatie binnen de sponsorcommissie kan door meerdere leden van de sponsorcommissie opgenomen worden. Hiervoor is niet een persoon aangewezen. Voorkeur heeft wel om hier maximaal twee personen uit de sponsorcommissie mee te 'belasten'. De PR & Communicatie komt verderop in dit hoofdstuk aan bod.

Acquisitie:

- Verwerven van nieuwe sponsors voor EGS'20.
- Verwerven van nieuwe leden voor de Businessclub van EGS'20.
- Potentiële sponsors overtuigen van de meerwaarde van het partnerschap met EGS'20.
- USP van EGS'20 duidelijk maken bij potentiële sponsors.

De gehele sponsorcommissie is verantwoordelijk voor de acquisitie. Om een duidelijke doelstelling te hebben wordt de begroting als basis genomen. Op basis van de begroting wordt bekeken hoeveel sponsors, uit elke categorie, verworven dienen te worden per jaar/maand/week, op commissie- en individueel niveau. Zie hoofdstuk acquisitie en beheer voor nadere uitwerking.

Beheer:

- Beheren van bestaande sponsorrelaties van EGS'20.
- Zorgen voor voldoende PR voor sponsors.
- Koesteren van bestaande sponsors, attent blijven.
- Zorgen voor loyalty van leden bij sponsors.
- Delen van meetresultaten met sponsors.

De gehele sponsorcommissie is verantwoordelijk voor het beheer van bestaande sponsors. In het hoofdstuk acquisitie en beheer wordt verder ingegaan op plannen en doelstellingen op het gebied van beheer.

Kleding:

- Verzorgen van de tenues voor de voetballende leden.
- Verzorgen van de kleding voor het kader.
- Verzorgen van de keepershandschoenen voor de keepers.
- Beheren van de verkoop van kleding en accessoires.
- Bewaken van de huisstijl bij alle kledingzaken.
- Contactpersoon voor kledingleverancier.
- Contactpersoon voor leden, sponsors, leiders, ouders, etc.

De kledingzaken binnen EGS'20 worden verzorgd door de werkgroep kleding, welke onderdeel is van de sponsorcommissie. Verderop in dit hoofdstuk wordt deze werkgroep verder toegelicht.

Businessclub:

- Verantwoordelijk voor een ‘levendige’ businessclub.
- Verbindende rol tussen sponsoren zijn, sponsoren met elkaar in contact brengen.
- Sponsoren een platform geven waar ze elkaar kunnen leren kennen en kunnen netwerken.
- Organisatie van activiteiten voor de businessclub.
- Alles vanuit de kernwaarden boeien, groeien en verbinden.

De Businessclub van EGS’20 kan door meerdere sponsorcommissie leden opgenomen worden. Hier- voor is niet een persoon aangewezen. Voorkeur heeft wel om hier maximaal twee personen uit de sponsorcommissie mee te ‘belasten’.

2.2.1 Bevoegdheden en autorisaties

Het dagelijks bestuur is tekenbevoegd. In de praktijk zal de penningmeester overeenkomsten ondertekenen namens de vereniging als het gaat over sponsorcontracten. Daarbij gelden de volgende uitgangspunten:

- Bij contracten tot een hoogte van € 1.750,- zal gewerkt worden met een voorgedrukte handtekening van de penningmeester.
- Bij contracten van meer dan € 1.750,- zal de penningmeester in persoon tekenen.
- Naast de penningmeester kan een sponsorcommissielid, die betrokken is geweest bij de sponsorovereenkomst ook tekenen namens de sponsorcommissie.
- Een uitzondering vormt de sponsorvorm “sponsor van de maand” waarbij de overeenkomst op een soort van bierviltje getekend wordt. Het bedrag hierbij is minimaal € 100,- en er is geen maximaal bedrag. Om deze overeenkomst af te sluiten hebben alle commissieleden autorisatie.

2.2.2 Project- en werkgroepen

Om binnen een grote vereniging als EGS’20 optimaal gebruik te maken van alle capaciteit en expertise binnenshuis wordt ervoor gekozen om te werken met project- en werkgroepen. Veelal is er binnen de vereniging de nodige expertise op verschillende gebieden die de sponsorzaken aangaan. Echter is niet iedereen voornemens een ‘officiële’ rol binnen de vereniging op zich te nemen. In dit geval kan de sponsorcommissie er voor kiezen om een project- (tijdelijk van aard) of werkgroep (blijvend) te installeren op een bepaald gebied.

Een projectgroep houdt zich bezig met de organisatie van een bepaald evenement, een bepaalde actie of een specifiek onderwerp. Voorbeeld hiervan is de projectgroep naam, tenue, logo. Deze bestond voor een deel uit leden van de sponsorcommissie, daarnaast was deze aangevuld met andere EGS’20 leden. Aanspreekpunt zal ten aller tijden iemand vanuit de sponsorcommissie blijven. Een werkgroep is blijvend en zal voornamelijk bezet worden door leden uit de sponsorcommissie.

2.2.3 Werkgroep kleding

Een werkgroep binnen de sponsorcommissie is de werkgroep kleding. De werkgroep kleding is verantwoordelijk voor alle kledingzaken binnen EGS’20. Zij zijn de contactpersoon voor de kledingleverancier (Brandsfit), sponsors, leiders, leden, ouders, etc. De werkgroep kleding bestaat uit twee leden uit de sponsorcommissie, welke met naam en contactgegevens terug te vinden zijn op de website van EGS’20. Zij zijn bekend met alle prijzen, procedures, levertijden, afspraken die te maken hebben met EGS’20 kleding. Belangrijk bij de kleding is dat alle afspraken goed vastgelegd zijn, zodat ze te herleiden zijn. Deze afspraken zijn in hoofdstuk 3 kleding terug te vinden. De werkgroep kleding legt verantwoording af aan de sponsorcommissie.

2.2.4 Werkgroep Inside

Een werkgroep binnen de sponsorcommissie is de werkgroep Inside. Zij brengen jaarlijks een gids uit voor en door de leden. EGS'20 Inside wordt aan het begin van elk nieuw seizoen uitgegeven en biedt de sponsors de mogelijkheid om alle leden te bereiken met hun sponsoruiting.



2.3 Overlegstructuur

De frequentie van het sponsorcommissie overleg is minimaal 10 keer per jaar. In principe wordt om de 4/5 weken een overleg gepland. Dit om er voor te zorgen dat doelstellingen en voortgang van acquisitie en beheer gemonitord kunnen worden. Daarnaast is het een moment waarop besluiten door de commissie genomen kunnen worden, welke in notulen vastgelegd worden.

2.3.1 Vergaderformat

Het vergaderformat bevat de volgende onderwerpen:

- Algemeen (organisatorisch)
- PR & Communicatie
- Kleding
- Acquisitie & Beheer
- Businessclub/Sponsoractiviteiten

Deze onderwerpen omvatten alle deelactiviteiten die in een sponsorcommissie overleg besproken dienen te worden. De deelactiviteiten zijn toegeschreven aan een of meerdere leden van de sponsorcommissie. De voorzitter van de sponsorcommissie zorgt er voor dat de conceptagenda van het overleg voor het voorgaande weekend verstuurd wordt naar alle leden van de sponsorcommissie. In het weekend hebben leden de tijd om aanpassingen te laten doen of agendapunten toe te voegen. Uiterlijk twee dagen voor het sponsorcommissie overleg wordt de definitieve agenda gedeeld met de commissie. De notulen worden door de secretaris van de sponsorcommissie opgemaakt en binnen een week gedeeld met de rest van de commissie.

2.3.1.1 Overleg andere commissies en bestuur

Belangrijke bespreekpunten hierbij zijn:

- Duidelijke taak- en verantwoordelijkheden scheiding.
- Grijze gebieden moeten duidelijk gekaderd worden.

- Middels bestuur zal afstemming tussen (voorzitters) van de verschillende commissies plaats- vinden.
- Voorzitter van sponsorcommissie is verantwoordelijk voor de communicatie met andere com- missies.
- Welke communicatielijnen lopen van en naar de sponsorcommissie en onder wiens verantwoordelijkheid vallen deze?



3 Kledingbeleid EGS'20

3.1 Werkgroep Kleding

Doel en verantwoordelijkheden

De verantwoordelijkheid voor de kleding binnen EGS'20 ligt bij de werkgroep Kleding, die bestaat uit twee leden van de sponsorcommissie. Om alle afspraken, procedures en contactpersonen duidelijk vast te leggen, is dit opgenomen in het sponsorbeleidsplan.

De werkgroep Kleding valt onder de sponsorcommissie en is verantwoordelijk voor alle kledinggerelateerde zaken binnen EGS'20. Zij fungeren als aanspreekpunt voor de kledingleverancier (Brandsfit), sponsors, teamleiders, leden en ouders. De namen en contactgegevens van de werkgroep zijn te vinden op de website van EGS'20. Zij zijn op de hoogte van alle prijzen, procedures, levertijden en afspraken met betrekking tot de kleding van EGS'20. Het is essentieel dat alle afspraken goed worden vastgelegd om naleving te garanderen. Deze afspraken zijn terug te vinden in dit hoofdstuk. De werkgroep Kleding legt verantwoording af aan de sponsorcommissie.

3.2 Kledinglijnen binnen EGS'20

Standaard wedstrijdleding

De standaard wedstrijdleding bestaat uit:

- 16 wedstrijdshirts
- 16 wedstrijdbroeken
- 1 keeperstenu
- (Voetbalkousen worden bij inschrijving als lid eenmalig versterkt en moeten daarna bij vervanging door de leden zelf aangeschaft worden)

Wedstrijdshirts voor seniorenteams bevatten een rugnummer, terwijl de broeken geen nummering hebben. De werkgroep Kleding heeft op basis van steekproeven een standaard maatverdeling vastgesteld. Aanpassingen kunnen op aanvraag door teamleiders worden gedaan. Indien een team extra tenues wenst, kunnen deze op eigen kosten (al dan niet in samenwerking met een sponsor) worden aangeschaft.

Trainings- en aanvullende kleding

Naast de standaard wedstrijdleding biedt EGS'20 aanvullende kleding zoals trainingspakken, inloopshirts en tassen. Deze kunnen door teams en leden op eigen kosten worden aangeschaft, al dan niet met een sponsor.

Speciale categorieën (keepers, selectie, jeugd)

Selectiespelers ontvangen een gesponsord kledingpakket, bestaande uit:

- Trainingspak selectie 1e, 2e en walking voetballers
- Tas 1e elftal
- Tas 2e elftal
- Inloopshirts
- Presentatiepolo's 1e elftal
- Trainingstenues 1e elftal

3.3 Sponsoring en Bedrukking

Sponsormogelijkheden op kleding

Sponsors kunnen hun logo laten bedrukken op wedstrijdleding, trainingskleding en accessoires zoals tassen en inloopshirts.

Richtlijnen en beperkingen voor sponsoruitingen

- Maximaal twee sponsors op de voor- en achterzijde van het shirt en maximaal één sponsor op de broek.
- Alternatieve sponsormogelijkheden buiten het wedstrijdtenue, zoals inloopshirts, tassen en trainingspakken, worden opgenomen in een apart sponsoroverzicht.
- Sponsoruitingen moeten voldoen aan de normen en waarden van EGS'20.

Procedure voor bedrukking en goedkeuring

De werkgroep Kleding, in samenwerking met de sponsorcommissie, is verantwoordelijk voor de bedrukking van sponsoruitingen op wedstrijdleding. Dit gebeurt altijd in overleg met de sponsor. De sponsor levert zijn logo aan bij de werkgroep Kleding, waarna een drukproef wordt gemaakt door de leverancier. Na goedkeuring van de sponsor kan de wedstrijdleding worden besteld.

3.4 Senioreneftallen

Aankleding en sponsorwerving

De sponsorcommissie zoekt actief naar sponsors voor wedstrijdleding. Indien geen sponsor wordt gevonden, wordt het team gevraagd zelf een sponsor te zoeken. Lukt dit niet, dan levert de vereniging wedstrijdleding zonder sponsoring.

Beheer en vervanging van kleding

Elk seniorenteam ontvangt bij aanvang van het seizoen een teamtas met kleding. De teambegeleiding is verantwoordelijk voor het compleet houden van de teamtas. Indien kledingstukken definitief kwijt zijn, draagt het team de kosten voor vervanging. Nieuwe tenues worden via de werkgroep Kleding besteld bij de clubleverancier.

Procedure voor inname en uitgifte

Na afloop van het seizoen dient de complete teamtas (exclusief voetbalkousen) te worden ingeleverd bij de werkgroep Kleding. De verantwoordelijkheid voor een complete teruggave ligt bij het team als geheel, niet bij individuele spelers. Aangezien er doorgaans meer spelers dan tenues in een team zijn, wordt er geen borg gevraagd. Bij een onvolledige teamtas moeten de ontbrekende kledingstukken worden vergoed door het team.

3.5 Selectiekleding

Kledingpakketten en financiering

De selectiekleding wordt volledig door sponsors gefinancierd. Indien aanvullingen nodig zijn, neemt de vereniging deze kosten op zich.

Teruggave en vervanging

Bij beëindiging van deelname aan de selectie moet de kleding worden ingeleverd. Aan het einde van het seizoen vindt een inventarisatie plaats en worden indien nodig items vervangen.

Bruikleenovereenkomst

Een bruikleenovereenkomst wordt toegevoegd en beheerd door de werkgroep Kleding.

3.6 Jeugdkleding

Sponsormodel en financiering (Brandsfit)

Het jeugdtenue (broek & shirt) wordt gesponsord door Brandsfit en kost de vereniging niets, maar levert ook geen inkomsten op.

Regels en verdeling van tenues

Ieder jeugdlid krijgt een tenue. De werkgroep Kleding zorgt voor een eerlijke verdeling.

Onderhoud en retourproces

Jeugdkleding wordt op dezelfde manier beheerd en gewassen als de seniorenkleding.

3.7 Kledingbeheer en Logistiek

Wasprocedure

De tenues worden wekelijks gewassen door het wasteam, dat het aantal tenues controleert. Bij vermissing van tenueonderdelen wordt dit gemeld bij de leiders. De teambegeleiding is verantwoordelijk voor het compleet houden van de teamtas. Indien kledingstukken definitief kwijt zijn, draagt het team de kosten voor vervanging. Nieuwe tenues worden via de werkgroep Kleding besteld bij de clubleverancier.

Uitgifte en registratie

De werkgroep Kleding houdt een registratie bij van alle uitgegeven kleding.

Controle en opvolging van vermiste kledingstukken

Bij verlies of beschadiging dient het team de kosten te dragen voor vervanging. Nieuwe tenues worden via de werkgroep Kleding besteld bij de clubleverancier.

3.8 Verkoop en Merchandise

Kledingverkoop via de kantine

De kantine verkoopt direct artikelen zoals voetbalkousen en thermoshirts. Deze worden geïntegreerd in het kassasysteem zodat kantinevrijwilligers ze correct kunnen afrekenen.

Online verkoop en webshop

Kleding en merchandise zijn beschikbaar via de EGS'20 Webshop en Brandsfit Webshop.

Merchandise en clubproducten

Gedurende het seizoen worden diverse merchandiseproducten verkocht in de kantine.

4 Welkom bij de Businessclub van EGS'20: Waar Kansen Samenkomen!

BOEIEN - GROEIEN - VERBINDEN: De Kern van de Businessclub van EGS'20

Een plek waar ondernemers elkaar vinden

Stel je een omgeving voor waar ondernemers van diverse achtergronden samenkomen om te groeien – niet alleen in zakelijk succes, maar ook in betrokkenheid bij hun regio. Dat is precies wat de Businessclub van EGS'20 biedt. We zijn er om deuren te openen, connecties te leggen en ondernemers te verbinden in een inspirerende en sportieve omgeving.

Waarom een Businessclub bij EGS'20?

In Grave, Escharen, Velp en omgeving is er behoefte aan een dynamisch ondernemersnetwerk. EGS'20 speelt hierop in met een Businessclub die lokaal, regionaal en zelfs nationaal impact heeft. Ondernemers krijgen een platform om elkaar te ontmoeten, kennis te delen en gezamenlijk te bouwen aan een sterker netwerk. Of je nu een start-up bent of een gevestigd bedrijf, bij ons draait het om het benutten van zakelijke kansen in een ongedwongen sfeer.

Wat biedt de businessclub jou als ondernemer?

1. Uitbreiding van je netwerk – Maak kennis met andere ondernemers uit Grave en omgeving en ontdek waardevolle samenwerkingsmogelijkheden.
2. Inspirerende evenementen – Geniet van exclusieve netwerkborrels, bedrijfsbezoeken, sportieve activiteiten en inspirerende gastsprekers.
3. Zichtbaarheid – Promoot jouw bedrijf via onze communicatiekanalen, zoals social media, website en evenementen.
4. Sportieve beleving – Combineer jouw zakelijke ambities met de kracht van sport. Voetbal verbindt, inspireert en brengt mensen samen.

Hoe maken wij het verschil?

Wij bieden méér dan alleen een platform. De Businessclub is een kweekvijver voor duurzame samenwerkingen en langetermijnrelaties. We kijken naar de behoeften van ondernemers en passen onze aanpak daarop aan. Onze evenementen onderscheiden zich door kwaliteit – van exclusieve bijeenkomsten tot een jaarlijkse 'klapper' die niemand wil missen.

Een actieve rol voor jou

Wij geloven in de kracht van samenwerking. Daarom betrekken we ondernemers actief bij het vormgeven van de Businessclub. Door gezamenlijk draagvlak te creëren, zorgen we ervoor dat alle leden zich betrokken voelen en mee kunnen groeien.

Doe mee en maak het verschil

Sluit je aan bij de Businessclub van EGS'20 en ervaar hoe sport, netwerken en gezelligheid samenkomen. Samen bouwen we aan een sterkere gemeenschap en een toekomst vol kansen.

Eén lidmaatschap, talloze voordelen

Voor een jaarlijkse bijdrage van €700 word je lid van deze bruisende Businessclub. Ons doel? Het zo toegankelijk mogelijk maken voor ondernemers om aan te sluiten en te profiteren van de voordelen. Samen versterken we niet alleen jouw bedrijf, maar ook onze club en de regio.

Wat krijg je voor je lidmaatschap?

- Toegang tot het brede netwerk van ondernemers binnen de Businessclub EGS'20.

- Mogelijkheden om je zakelijk netwerk uit te breiden en in contact te komen met nieuwe ondernemers.
- Uitnodigingen voor twee personen voor alle businessclubbijeenkomsten en uitstapjes.
- Vermelding op de businessclub-reclamezuil bij de ingang van het sportpark.
- Online zichtbaarheid als EGS'20 Businessclub-lid via onze website.
- Een enkelzijdig reclamebord langs het hoofdveld.
- Advertentie op de tv-schermen in ons clubhuis.
- Een kwartpagina advertentie in de jaarlijkse presentatiegids.
- Twee sponsorpassen met tegoed voor consumpties bij thuiswedstrijden van EGS'20.

Wie gingen je al voor?

Bekijk welke lokale ondernemers al lid zijn van onze Businessclub op de pagina Businessclubleden. Van innovatieve start-ups tot gevestigde familiebedrijven en maatschappelijk betrokken organisaties – ontdek hoe zij strategisch gebruikmaken van ons netwerk.



De doelgroep van de businessclub

De Businessclub van EGS'20 richt zich op een breed scala aan ondernemers die profiteren van zakelijke en sociale netwerk mogelijkheden.

1. Lokale en regionale ondernemers – Bedrijven uit Grave, Escharen, Velp en omliggende regio's die actief zijn in uiteenlopende sectoren en een sterke regionale betrokkenheid hebben. Van kleine familiebedrijven tot grotere ondernemingen die hun lokale impact willen vergroten.
2. Startups en gevestigde bedrijven – Onze Businessclub biedt startende ondernemingen een platform om hun netwerk uit te breiden en kennis op te doen, terwijl gevestigde bedrijven nieuwe zakelijke kansen en strategische samenwerkingen vinden.
3. Zelfstandigen en MKB-bedrijven – Van zzp'ers die behoefte hebben aan verbinding tot middelgrote bedrijven die willen groeien door nieuwe zakelijke relaties. Denk aan marketingbureaus, logistieke bedrijven, juridische kantoren en horecagelegenheden die actief bijdragen aan de lokale economie.
4. Bedrijven met een maatschappelijke focus – Organisaties die waarde hechten aan duurzaamheid, sportiviteit en sociale betrokkenheid. Dit kunnen bedrijven zijn die streven naar een groenere bedrijfsvoering of ondernemingen die lokale sportevenementen en maatschappelijke initiatieven ondersteunen.

Een diverse doelgroep met gedeelde ambities

De Businessclub brengt een gevarieerd netwerk van ondernemers samen met een gedeelde ambitie: het versterken van hun bedrijf door samenwerking, kennisdeling en lokale betrokkenheid. De diversiteit aan leden creëert een unieke mix van inspiratie, ervaring en innovatie. Hierdoor groeit niet alleen het netwerk van de leden, maar wordt ook de aantrekkelijkheid van de regio als geheel versterkt.

Meer Informatie?

Wil je lid worden van de Businessclub of heb je vragen? Neem dan contact met ons op via sponsorzaken@egs20.nl of spreek direct een van onze commissieleden aan.

Evenementen KALENDER

VOLGT

