

Voorbeeld propositie

Sponsoring

Sponsoring kan voor sociale voedseltuinen een belangrijke aanvullende en structurele inkomstenbron zijn. Wanneer sponsoring wordt ingericht als partnerschap (in plaats van een losse gift) draagt het bij aan financiële bestendigheid, zichtbaarheid en lokale verankering. Veel tuinen werken daarom met heldere sponsorpakketten, waarin maatschappelijke impact en tegenprestaties duidelijk zijn uitgewerkt.

Waarom sponsoring werkt voor Sociale Voedseltuinen

Sociale voedseltuinen raken aan thema's waar veel bedrijven zich mee willen verbinden:

- gezonde en lokale voeding
- sociale verbinding en inclusie
- duurzaamheid en bodem
- leefbare wijken en gemeenschappen

Door deze maatschappelijke doelen expliciet te benoemen, wordt sponsoring herkenbaar en aantrekkelijk voor bedrijven die lokaal impact willen maken.

Werken met sponsorpakketten

Een veelgebruikte aanpak is het werken met meerdere sponsorpakketten op verschillende niveaus. Elk pakket heeft:

- een vaste jaarlijkse bijdrage;
- een duidelijke koppeling met wat de sponsoring mogelijk maakt (bijvoorbeeld x aantal gezinnen ondersteunen of educatie);
- passende vormen van zichtbaarheid en betrokkenheid.

Door pakketten te benoemen of te verbeelden (bijvoorbeeld met aantal gezinnen geholpen, gewassen of oogst), wordt sponsoring concreet en toegankelijk. Denk ook aan kleinere bedrijven: laagdrempelige instap vergroot het netwerk.

Financiële sponsoring én bijdragen in natura

Naast financiële sponsoring zijn ook **bijdragen in materialen of diensten** waardevol. Denk aan:

- levering van materialen (zoals hout, bakken of compost);
- transport of logistieke ondersteuning;
- inzet van medewerkers via een teamdag op de tuin.

Deze bijdragen verlagen kosten én vergroten de betrokkenheid van bedrijven bij de tuin.

Voorbeeld sponsorpakket

https://svlwd.nl/sponsors/



Agenda Nieuws Meehelpen Over ons Contact

Sponsoring

Ook bedrijven kunnen een waardevolle bijdrage leveren, financieel of als bijdrage in materialen of diensten. Bedrijfsbijdrage leveren? We gaan graag in gesprek.



Financiële sponsoring

Wil je als bedrijf bijdragen aan gezonde voeding, sociale verbinding en duurzaamheid in Leeuwarden? Dat kan via een van onze drie sponsorpakketten. Elke bijdrage maakt verschil, en wordt gewaardeerd met zichtbaarheid en maatschappelijke impact. Het kost gemiddeld €300 per jaar om één gezin, van april tot en met oktober, wekelijks te voorzien van verse groenten uit de sociale voedseltuin.

Bijdrage in materialen of diensten

Sommige bedrijven helpen met materialen, vervoer of mankracht. Denk aan houtsnippers, plantenbakken of een teamdag op de tuin. Zij gingen je voor:

- Van der Wal Boomrooierij (houtsnippers)
- Boerenbedrijf Familie Bos (aardappelkisten)
- Loonbedrijf Postma (transport)
- Rabobank Business Development (teamdag)



Pompoen – €1.500 per jaar

Rijk, rond en toekomstgericht

Als Pompoen-sponsor draag je bij aan de lange termijn: gezonde voeding, educatie én sociale cohesie. Je ontvangt een persoonlijke rondleiding, vermelding op onze kanalen en mogelijkheden voor samenwerking, bijvoorbeeld via een teamdag op de tuin. Zo investeer je duurzaam in een sterkere stad. **Doe mee!**



Biet – €600 per jaar

Diep geworteld en voedzaam

Met dit pakket ondersteun je de dagelijkse werking van onze tuinen: van begeleiding van vrijwilligers tot workshops over gezonde voeding. Als Biet-sponsor maak je structurele impact en word je zichtbaar als betrokken partner op onze website. **Doe mee!**



Radijs – €300 per jaar

Klein, fris, krachtig

Als Radijs-sponsor geef je een frisse impuls aan onze tuinen. Je helpt bij de aanschaf van biologische zaden, tuinmateriaal en educatieve middelen. Een laagdrempelige manier om meteen verschil te maken. **Doe mee!**

Sponsoring als partnerschap

Sponsoring werkt het best wanneer het wordt gezien als wederzijdse samenwerking. Bedrijven ontvangen niet alleen zichtbaarheid, maar ook:

- een betekenisvolle plek om bij te dragen;
- mogelijkheden voor ontmoeting (bijvoorbeeld rondleidingen of teamdagen);
- een concreet verhaal over hun maatschappelijke impact.

Zo groeit sponsoring uit tot een langdurige relatie in plaats van een eenmalige bijdrage.

Zichtbaarheid en promotie: cruciaal voor sponsoring



Sponsoring valt of staat met actieve promotie van het sponsorpakket. Bedrijven haken sneller aan wanneer duidelijk is *waarom* hun bijdrage nodig is en *wat* die concreet mogelijk maakt. Een eenvoudige, persoonlijke oproep via sociale media (bijvoorbeeld met beelden uit de tuin en een heldere vraag zoals hiernaast) kan hierbij zeer effectief zijn.

Sponsoring is een krachtige nevenactiviteit wanneer deze structureel wordt ingericht.