

A group of approximately 30 children and teenagers are gathered on a stage. In the center, several children are holding up a large, oversized ceremonial check. The check is blue and white, with the text 'SpareBank 1' at the top right, '200.000,-' in the top left, and 'NBF - HELGELAND SPAVERANK I NORD-NORGE' in the center. The children are dressed in casual clothing, including hoodies and t-shirts. The background is dark, and the scene is lit from the front.

# NBF Helgeland

---

-REKRUTTERING AV BARN OG UNGE - ØKONOMI

# Bakgrunn

---

Har jobbet med sponsing mer eller mindre sammenhengende siden 1989.

Tre hovedperioder.

1987-1994      Juniorsatsing, juniorlag i Mo i Rana, stor reisevirksomhet – alle utgifter dekket

2011-2014      Satsing mot landslag – alle utgifter dekket

2018-2040      Rekrutteringsprosjekt

I tillegg sponsing til turneringer

# Vinden er i ferd med å snu

---



Anerkjennelse av sjakk

E-sport

Bridgen kommer halsende etter

Talenter verdsettes

# Hvor kan man finne finansiering

---

Det finnes mange ulike finansieringskilder. Disse er de vi anser som mest relevante:

- - Støtte fra «moderklubber»
- - Støtte fra krets
- - støtte fra/via NBF
- - Offentlige støtteordninger
- - Gavefond/legater
- - Sponsorstøtte

De tre førstnevnte alternativer er enkle å håndtere, da dette er finansiering gjennom egen organisasjon. Det enkelte ledd kan gi nødvendig informasjon om hva man kan og bør søke om, og hvilke rammevilkår som gjelder. De tre neste skal vi vie litt mere oppmerksomhet.

# Offentlige tilskuddsordninger

---

De finnes en rekke offentlige støtteordninger på kommunalt, fylkes og sentralt nivå.

De vanligste kommunale tilskuddene er:

- - Drifstilskudd
- - Kulturmidler
- - Arrangementsstøtte

I tillegg finner man en rekke ordninger som varierer fra kommune til kommune, de største kommunene har flere andre tilskuddsordninger som kan passe til et rekrutteringsprosjekt.

Her er en oversikt over tilskuddsordninger i Trondheim kommune:

<https://www.trondheim.kommune.no/tilskudd/>

Jeg gjorde en rask gjennomgang og fant 14 ordninger som et rekrutteringsprosjekt ala det vi kjører på Helgeland kan falle inn under.

# Offentlige tilskuddsordninger

---

På fylkesnivå er det også svært mange ordninger vi kan komme inn under. Her er det store beløp som deles ut i ordninger som f.eks. «Attraktive og inkluderende samfunn i Nordland» som har bidratt med 50.000,- til vårt prosjekt. For å få oversikt over hvilke ordninger som finnes for det enkelt fylke kan man sjekke fylkets heimeside eller kontakte fylket for info.

Aktivitetsstøtta – «Herreløvs arv» – er et eksempel på en sentral ordning hvor det er mulig å få tildelt midler. Her fikk vi 400.000,-.

I år tildeles det ikke frifondsmidler gjennom NBF. Dette høres i utgangspunktet negativt ut, men det gir muligheten til å søke midler gjennom «frifond barn og unge», hvor det er mulig å få tildelt større beløp enn det man kunne få gjennom den ordinære frifondsordningen.

# Gavefond, samfunnsløft og legater

---

Sparebanker og en del store konsern og bedrifter har ulike ordninger for tildeling av midler til samfunnsnyttige formål utenom ordinære sponsormidler.

Det er her mulig å kunne få tildelt store midler. Vi fikk tildelt kr 200.000,- fra Sparebank 1 Nord-Norges tildelingsordning – samfunnsløftet.

En fellesnevner for de aller fleste ordningene er at tiltak for barn og unge er prioritert, og ofte er det en betingelse for tildelingene at pengene skal gå til barne- og ungdomsarbeid.

# Framgangsmåte søknader tilskuddsordninger og gavefond etc.

---

Skaff en oversikt over hvilke ordninger som er aktuelle for ditt prosjekt. Lag en plan for hva du skal søke på og hvilke beløp du skal be om.

Sett deg grundig inn i kriteriene for tildeling. Det er bortkastet arbeid å søke på en ordning hvor man ikke oppfyller kriteriene.

Kan det gjøres tilpassinger i prosjektet, som gjør at man øker sjansen for tildeling.



# Eksempel 1

---

- - En tilskuddsordning som passet relativt godt til vårt prosjekt, hadde en utlysningstekst hvor det gikk fram at prosjekter som fokuserte på tilrettelegging for funksjonshemmede ville bli prioritert.
- Bridge er en sport som er spesielt gunstig for bevegelseshemmede. Det trenges ingen spesielle tilrettelegginger for at de skal kunne konkurrere på lik linje med funksjonsfriske. Det eneste som kreves er et lokale som er egnet, med henblikk på tilgjengelighet og sanitære fasiliteter. I søknaden vektla jeg at rammebetingelsene var ivaretatt, samt litt om hvilket gunstig tilbud bridge er for funksjonshemmede. Jeg sendte også en mail til den lokale FFO-avdelingen der jeg inviterte deres ungdomsmedlemmer spesielt.
- I dag har vi et avsnitt om bridge og bevegelseshemming i alle våre søknader.

# Eksempel 2 og 3

---

En utlysningstekst hadde vektlagt at ordningen skule bidra til å hindre utenforskap.

- - I dette tilfellet valgte vi å fokusere på sosial ekskludering, og viktigheten av vårt gratisprinsipp i tillegg til mulighetene funksjonshemmede har gjennom bridgen.

En annen ordning støtter kun små prosjekter. Jeg tok kontakt med kontaktpersonen, og fikk gehør for at vi kunne presentere en enkelt happening i vårt store prosjekt som et eget prosjekt i søknaden til dem.

Det er viktig å være åpen for endringer i prosjektet slik at det passer til tilskuddsordningene, så fremt man faktisk kan oppfylle de krav som stilles. Det er absolutt ikke å anbefale å «pynte» på prosjektbeskrivelsen bare for å passe inn under en ordning, uten at man faktisk oppfyller kravene.

Vær forberedt på å bli nøye ettergått. Det betyr at det må føres nøyaktige regnskap, og at aktiviteter må kunne dokumenteres.

The screenshot shows the website 'Tilskuddsportalen.no' for Alstahaug kommune. The page features a navigation bar with 'Tilskudd' selected, and a main content area with a calendar and a list of grant applications for August 2019.

**Kalender**

« August, 2019 »

uke	Ma	Ti	On	To	Fr	Le	So
31				1	2	3	4
32	5	6	7	8	9	10	11
33	12	13	14	15	16	17	18
34	19	20	21	22	23	24	25
35	26	27	28	29	30	31	

**Søknadsfrister** August, 2019

- 01-Aug-2019: Trafo: Kreative og kunstneriske prosjekter
- 01-Aug-2019: Det Norske Kongehuset: Prinsesse Märtha Louises Fond
- 01-Aug-2019: Europakommisjonen: Horisont2020 - Innovation in SMEs
- 01-Aug-2019: NORLA: Agenter og forlag - Oversettelsesstøtte mellom nordiske språk
- 01-Aug-2019: Hålogaland Amatorteaterselskap: Momskompensasjon
- 01-Aug-2019: Music Norway: Bransje - Markedsføringstiltak
- 02-Aug-2019: Fritt Ord: Medler og Demokrati
- 02-Aug-2019: Fritt Ord: Informasjon og offentlig debatt
- 02-Aug-2019: Fritt Ord: Kunst og kultur
- 02-Aug-2019: Fritt Ord: Stipend og Undervisning
- 05-Aug-2019: Landbruks- og matdepartementet: Organisasjoner

alstahaug.tilskuddsportalen.no/tilskudd/#catalog/calendar/grant/6376

# Tilskuddsportalen.no

Vi finner fram til mange av sponsor og støtteordningene gjennom tilskuddsportalen.no.

Her finner man informasjon om og søknadsfrister til alle mulige slags tilskuddsordninger. Mange kommuner abonnerer på denne tjenesten for foreninger i sin kommune.

# Sponsormarkedet i Norge

---

	2016	2017	2018
Idrett *	1.708	1.815	1.906
Fotball	1.544	1.567	1.593
Sosio	537	567	570
Kultur **	397	409	413
Festival	437	450	475
Totalt	4.622	4.807	4.957

Om man trekker ut midlene som går til de populære idrettene som fotball, håndball, ski og skiskyting, er det fortsatt en stor pott man kjemper om. Bridgen har en fordel, da det er uklart om vi høre inn under idrett eller under kultur. Det gjør at vi kan høste litt fra begge disse pottene.

# Sponsing

---

Arbeid mot sponsorer kan virke vanskelig, men godt forarbeid og et aktivt mediarbeid kan gjøre jobben enklere.

Det aller viktigste for å lykkes er synlighet. Folk generelt og bedriftsledere spesielt må vite at bridgen eksisterer, og de må assosiere det med noe positivt. Her gjøres det allerede en bra jobb mange steder, og det er supert med mange oppslag over eteren.

For å kunne gjennomføre et godt sponsorarbeid, må det ligge en offensiv mediestrategi i bunnen.

Videre må man skaffe seg kjennskap om potensielle sponsorer, slik at man kan finne de mest sannsynlige sponsorene.

# Mediestrategi

---

I vårt prosjektarbeid har vi nedfelt at ALLE positive bridgenyheter skal omtales i media. Når noe av betydning skjer, så skal det sendes ut en fyldig pressemelding som har et format som inviterer til klipp og lim. I klartekst: Server dem en ferdig artikkel. Pressemeldingen skal ha rikelig med billedmateriale til fri benyttelse.

Pressemeldingen følges opp pr telefon kort tid etter utsendingen. Den som ringer, bør være den samme som har skrevet meldingen eller i det minste noen som kan gi utfyllende informasjon om det ønskes.

Om ikke nyheten kommer på trykk/nettavis påfølgende dag, følges saken opp på nytt.

Det høres masete ut, men synlighet i media er den viktigste faktoren når det gjelder å lykkes i sponsorjakten.



## Lærerik uke for unge bridgespillere

Helgeland juniorbridgeklubb deltok med største, yngste og ferskeste troppen. Se bilderserie fra ei innholdsrik og lærerik bridge-uke. (14.07.19 17:36) [LES MER.](#)



## Rekordstor junior-tropp klar for store opplevelser

Helgeland Juniorbridgeklubb er klar for junior-NM, Norgescup og Norsk bridgeforbunds sommerleir. (10.07.19 19:30) [LES MER.](#)



## Får honnør av presidenten

- Hele Bridge-Norge er takknemlige og fulle av beundring, sier bridgepresident Kari-Anne Opsal, om juniorsatsingen til Helgeland bridgekrets. Og bridgeklubben vil bygge nye broer for å få Helgeland til å spille med på lag. (25.06.19 05:30) [LES MER.](#)



## Ga unge bridgespillere en



## Scooterfører meldt savnet



## Da jenta med det brede

Mob. 994 60 998 • bkbyggmester.no

# VELG DITT NYE HUS

*Vi bygger det for deg!*

HELEN & HARD

Vi samarbeider:

**BK BYGGMESTER AS**  
Mob. 994 60 998 • bkbyggmester.no

# VELG

# Presseoppslag

---

<https://www.ranablad.no/bildeserie/bridge/spill/se-bildene-barn-og-ungdom-fra-hele-helgeland-i-toff-bridge-konkurranse/g/5-42-555369?access=granted>

<https://www.an.no/nyheter/kjorte-seg-vill-i-gildeskal/s/1-33-4100133>



# Utvelgelse av bedrifter

---

Vi velger ut bedriftene vi har i pipelinen ut fra ulike kriterier.

- -Bedrifter med gladsaker i media kommer enkelt inn på lista.
- Bedriftene må ha gått med overskudd de siste åra, eller stort overskudd siste år..
- Har de støttet oss før? Disse støtter ofte på ny, om de er fornøyde.

Vi bruker proff.no for å skaffe info

Før vi besøker bedriftene skaffer vi info om hvem som er daglig leder/markedssjef, vi leser oss også opp på hva bedriften driver med.

Det kan av og til være hensiktsmessig å be om tjenester fremfor penger.

**Jävlar**  
på kärlek

**RBK**

**BILLETTSALG OG BILLETPRISER:**  
**FORHÅNDSALG:** [www.hoopla.no](http://www.hoopla.no)  
 Kr. 300,- + avgift.

**INFORMASJON:**  
 Aldersgrense 20 år -alle rettigheter.  
 Leg. plikt 20-25 år.  
 Garderobeplikt for ytterklær -GRATIS!  
 Stilethæler er ikke tillatt.

**FORHÅNDSALG Sandnessjøen:**  
 Restaurant Napoli:  
 Kr. 300,- Kun kontant.  
 Kr. 390,- ved inngang.

**AkerBP**

Sponsors: Helgelands Blad, HELGELAND KRAFT, UHIA, COOP extra, Helgelandsregionen, BIONVOLD, Sandnessjøen, account\*or, AS LANDMARK, MINOL, Sjøfartsselskapet, Næringsmiddelindustri, Brønnes Silke AS, fagmobler, SLIPEN, SpareBank 1, sent, Nærslip.

# Hent ideer overalt

Vi har erfaring med at bedrifter som støtter kulturarrangementer også stiller opp for bridgen.

Derfor er slike plakater nyttig informasjon for oss, her har vi et knippe bedrifter som er potensielle sponsorer for oss.

# Materiell / Pitch

---

Det er viktig å ha med relevant materiell til sponsormøtene. Vår erfaring er at det er fornuftig med en kortversjon som beslutningstaker kan skimme igjennom der og da, og et hefte med mer inngående informasjon som beslutningstaker kan studere nøye.

Det er viktig at trykksakene har godt språk uten skrivefeil, og at de er relevante for saken. Bruk av bilder anbefales.

Unngå å bruke en forhåndsdefinert tilnærming i dialog med bedriftslederne. Det beste er en naturlig samtale hvor du forteller om arbeidet som gjøres. Bruk din kunnskap om bedriften, slik at du virker interessert i det de driver med.

# Oppdaterte prosesser

---

Etter å ha valgt ut kandidatbedriftene, er det viktig å holde rede på prosessen mot den enkelte bedrift.

I tillegg til regnearket føres det dagbok som dokumenterer prosessene.

På oppfølgingsmøter er vi alltid oppdatert på ståa etter forrige møte.

# Form prosjektet rundt sponsorene

---

Lurøy kommune har en rekke store oppdrettsbedrifter som driver med enorme overskudd. Disse bedriftene viser stor vilje til å støtte aktiviteter i nærmiljøet. I tillegg til aktiviteten med barna i Lurøy har vi valgt å legge vinterens juniorcamp dit.

Andre store bedrifter som støtter aktivitet i sitt nærmiljø (og ikke så mye til andre)

GLAVA: Askim og Stjørdal

Moelven: Moelven og de steder de har monteringsavdelinger

MOWI (Marin Harvest): De kommunene hvor de har anlegg

Takk for meg, og lykke til!

---