

'Sponsoring' voor een duurzame en vitale toekomst

Vitale, fitte, gezonde en gemotiveerde mensen in en om het bedrijf - en balans in het leven: dat zijn de uitgangspunten van het vitaliteitsmanagementprogramma 'Vitaal met je VAK bezig zijn'.

Peter van Houtum (directeur Gebr. Janssen bv, Beugen)

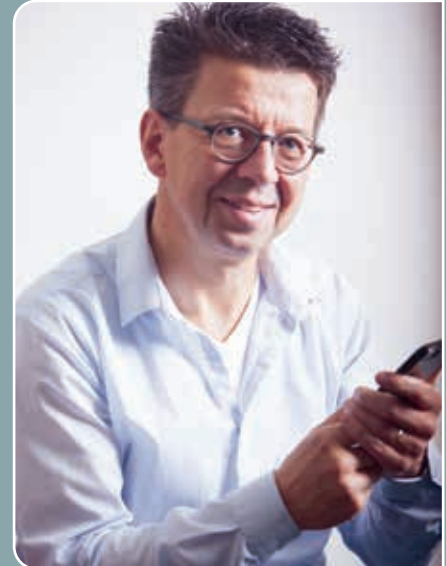
Vitaliteit draait niet alleen om het bestrijden en voorkomen van ziekte en uitval, maar ook om het bevorderen van welzijn, employability (optimale inzetbaarheid van mensen, waardoor zij in staat zijn werk te krijgen en te behouden) en gezondheid. Vitaliteitsmanagement gaat om het versterken van mensen en de organisatie. Dit levert diverse voordelen op, onder meer: hogere medewerkerstevredenheid, minder uitval en minder verzuim, hogere productiviteit, efficiënter werken en hogere klanttevredenheid.

Dakdekkers- en installatiebedrijf Gebr. Janssen uit het Brabantse Beugen is met deze materie aan de slag gegaan. De vele stapjes die op dit gebied worden gezet, maken samen een flinke stap. Eén van deze stapjes is sponsoring.

Kun jij je dat nog goed herinneren? Als klein kind mocht je van je ouders bij een sport, misschien wel 'op voetbal' geweest, of 'op hockey' of 'op tennis'. Of misschien was je meer muzikaal ingesteld en begon je met een blokfluit en kwam je zo uiteindelijk terecht bij de fanfare, een drumband of bij een theatergezelschap. Je was jezelf er destijds nog niet van bewust dat dit alles mede mogelijk gemaakt werd door veel vrijwilligerswerk en financiële ondersteuning.

Voor de financiële ondersteuning klopten de vrijwilligers aan bij vooral winkeliers en bedrijven in hun directe omgeving. En dat is natuurlijk logisch. Zo worden de werkgevers van deze vrijwilligers als eersten benaderd. Deze steunverleners weten ook wel dat zonder hun centen de clubs en verenigingen een zware dobber hebben. Vaak hebben ze dan niet eens bestaansrecht en zullen deze verdwijnen. Maar door geld te geven blijft het verenigingsleven floreren.

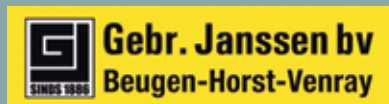
Vaak is het wel zo dat er een tegenprestatie wordt verwacht, of wordt afgesproken. Niets voor niets.



Uiteraard draait sponsoring natuurlijk om promotie, maar vooral lokaal is dat niet het hoofddoel van de geldverstrekking. Er wordt een spandoek, een vlag of reclamebord opgehangen. Of hele teams dragen shirtreclame. Natuurlijk is een werknemer stiekem een beetje trots op zijn werkgever als hij dit bij zijn clubje doet. Zo kunnen veel mensen genieten van hun muzikale, sportieve of anderszins activiteit.

Ook Gebr. Janssen is op diverse manieren betrokken bij sponsoring. Onze werknemers komen uit de directe omgeving van het bedrijf, en dat is ook waar onze reclameborden te vinden zijn. Alles sponsoren kan natuurlijk niet. Er worden keuzes gemaakt. Maar dat wij al vele decennia lang hoofdsponsor zijn van de voetbalclub uit Beugen is ook niet meer dan logisch. Voor ons is het prettig dat onze werknemers gelukkig terugkeren op hun werk als ze hun ontspanning bij hun club hebben gehad. Mooi om de verhalen te horen en blij zijn ook wij dat ze plezier gehad hebben. Hier is sprake van een win-win. Mooi om deze manier iets voor elkaar te kunnen betekenen.

Sponsoring is één van de vele stapjes. En bedenk: vele kleine stapjes zijn één grote stap op weg naar een mooie duurzame vitale toekomst. ■



Dit artikel kunt u lezen op www.dakweb.nl