

Organisatie:	PRINSES MÁXIMA CENTRUM FOUNDATION VZW
Projectnaam:	Market research & benchmarking van corporate partnerships in het kader van CSR
Projectnummer:	14
Teamleden:	Louise Cerpentier, Ulrike Engels en Marte Peeters
Begeleider(s) organisatie:	Kristin Buelens
Contactgegevens:	Bist 47, 2180 Ekeren 0475/319.757
Interne begeleider UA:	Kenneth Sörensen
Voorstelling organisatie:	De PMC Foundation Belgium heeft als doel om de kennis en middelen van het Prinses Máxima Centrum (PMC) in Utrecht te delen met kinderoncologen en -verpleegkundigen in België om uiteindelijk kinderen met kanker in België de kans te bieden op kwalitatief (over)leven. Ze ijveren voor gecentraliseerde zorg in België en zorgen ervoor dat kinderen die hier de gepaste zorg niet kunnen krijgen, in het PMC verzorgd kunnen worden. Daarnaast bieden ze vorming aan kinderoncologen in de vorm van een éénjarig fellowship en aan kinderverpleegkundigen in de vorm van een stage en theoretische opleiding in het PMC.
Kernwoorden:	Kinderkanker, partnerships, communicatie
Probleemschets:	<p>De PMC Foundation Belgium deelt beurzen uit aan kinderoncologen en -verpleegkundigen, maar heeft hier natuurlijk fondsen voor nodig. Momenteel gebeurt de fondsenwerving zo goed als puur vanuit particulieren. Er zijn veel mensen die eenmalig een klein bedrag storten, maar voorlopig ook enkele samenwerkingen met bedrijven. Ze willen in de toekomst focussen op duurzame partnerships met bedrijven als grootste inkomstenbron.</p> <p>Wij zochten voor de vzw uit waarom een bedrijf een non-profit zou sponsoren en deel zou willen uitmaken van een corporate partnership, en meer specifiek waarom een bedrijf dat zou willen met de PMC Foundation Belgium. Daarnaast keken we naar welke bedrijven geïnteresseerd zouden zijn in een partnership met de vzw, welke voordelen bedrijven in ruil verwachten, of het besluitvormingsproces bewust gebeurt, hoe een eerste communicatiemoment met een bedrijf moet verlopen en hoe de structuur van zo'n samenwerking er het best uit zou zien.</p> <p>Met deze informatie kan de PMC Foundation Belgium dan aan de slag om partners te vinden voor de lange termijn en hun missie bereiken.</p>
Methodologie:	<p>Voor onze studie gebruiken we een mixed-method benadering. We interviewden huidige partners, deden een literatuurstudie over CSR-budgettering en communicatie, hielden een enquête onder potentiële partners voor de vzw en een enquête onder vergelijkbare vzw's.</p> <p>We begonnen met interviews met huidige partners om hun motivatie, besluitvormingsproces en communicatie met de vzw te begrijpen. Daarna deden we literatuuronderzoek naar CSR-budgetten en communicatie, en maakten we een voorstel voor een nieuwe presentatie voor potentiële partners. We voerden ook een enquête uit onder vergelijkbare vzw's om meer te leren over hun aanpak, communicatie en budgetten. Na deze stappen merkten we dat we nog meer informatie nodig hadden. Daarom deden we een enquête naar CSR-budgetten bij bedrijven. Uiteindelijk combineerden we alle informatie om conclusies en aanbevelingen te formuleren voor de PMC Foundation Belgium.</p>

Resultaten:

De resultaten van onze methoden hebben we gebruikt om de volgende vragen te beantwoorden:

1. Waarom sponsoren bedrijven vzw's?
 - Ondersteuning van de vzw en impact maken
 - Beleid en wetgeving rond duurzaamheid en MVO
 - Creëren van een goed gevoel en employer branding
 - Versterking van bedrijfsimago en netwerk
2. Waarom zou een bedrijf specifiek de PMC Foundation Belgium sponsoren?
 - Persoonlijke relaties met het bestuur
 - Focus van de vzw op kinderen
 - Brede maatschappelijke impact via educatie, onderzoek en opleiding
3. Welke bedrijven zouden geïnteresseerd zijn in een partnership met de PMC Foundation Belgium?
 - Bedrijven uit diverse sectoren vinden een partnership met PMC interessant, zelfs zonder directe commerciële activiteit.
 - Bedrijven sponsoren vaak meerdere domeinen van goede doelen/vzw's.
4. Welke voordelen verwachten bedrijven?
 - Tastbare impact maken
 - Versterking van het bedrijfsimago
 - Netwerkmogelijkheden en publiciteit
5. Is het besluitvormingsproces bewust?
 - Deels wel, deels niet. Bedrijven doen meestal onderzoek naar de organisatie voordat ze een partnership aangaan, maar bij het kiezen tussen verschillende vzw's gaat men vaak af op bekendheid of intuïtie.
6. Hoe moet het eerste communicatiemoment verlopen?
 - We hebben een PowerPoint gemaakt op basis van onze resultaten om potentiële partners te overtuigen.
7. Hoe ziet de structuur van zo'n samenwerking eruit?
 - We hebben aanvullende informatie verstrekt over de budgetten die PMC Foundation aan haar partners kan vragen.

Aanbevelingen/andere opmerkingen.

Een gedetailleerdere versie van onze resultaten is beschikbaar in ons rapport. Onze eindaanbeveling bestaat uit een concreet actieplan. Hier hebben we onze resultaten samengevat tot hoe de PMC Foundation Belgium op vier belangrijke momenten zich kan gedragen tegenover (potentiële) partners. De vier momenten waarop we gefocust hebben zijn het eerste contact, het overtuigen van het bedrijf om partner te worden, het opmaken van de overeenkomst en tijdens de samenwerking.