

Uitgangspunten Evenementensponsoring 2016-2019

Provincie Noord-Holland

1. Inleiding

Voor u liggen de uitgangspunten voor de evenementen sponsorstrategie 2016-2019 van de Provincie Noord-Holland. Deze notitie beschrijft de belangrijkste hoofdlijnen voor de strategie vanaf 2016 en met name de inhoudelijke en financiële uitgangspunten van het beleid voor de komende jaren.

De coalitie kiest de komende jaren voor onderlinge verbondenheid en voor samenwerking. Zij versterkt initiatieven op het gebied van burgerparticipatie, vergroot de communicatie-inspanningen en wil de relatie met haar partners bestendigen. Daartoe is een provinciale Communicatiestrategie 2015-2019 ontwikkeld waarin een belangrijke rol voor sponsoring is weggelegd. Het coalitieakkoord 2015-2019 is de basis voor een nieuwe evenementen sponsorstrategie. In de Inleiding van het akkoord en in de hoofdstukken Economie en werkgelegenheid en Cultuur en cultuurhistorie worden direct of indirect verbindingen gelegd met provinciale sponsoring.

Coalitieakkoord 2015 – 2019 / Ruimte voor groei
<i>Communicatie-strategie</i> We kiezen voor onderlinge verbondenheid, versterken initiatieven op het gebied van burgerparticipatie en vergroten onze communicatie-inspanningen.
<i>Economie en werkgelegenheid</i> Uitstraling van top(-sport-)evenementen kan van groot economisch belang zijn en heeft ook een positief effect op de breedtesport. Evenementen zetten bovendien regio's goed op de kaart. Om die reden stellen wij middelen beschikbaar voor sponsoring van dergelijke evenementen.
<i>Cultuur en cultuurhistorie</i> Als culturele uitingen van (boven-)regionaal belang zijn, kan er een rol weggelegd zijn voor de provincie om deze door middel van sponsoring te ondersteunen.

Door evenementensponsoring integraal onderdeel uit te laten maken van de communicatie van de provincie wordt de bekendheid van en het vertrouwen in de provincie vergroot. Ook biedt het de kans om de keuzes en taken van de provincie duidelijker voor het voetlicht te brengen. Via een sponsorovereenkomst kunnen communicatieve tegenprestaties worden geëist. Specifiek bij sponsoring is het beleid met betrekking tot grote evenementen. Het betreft evenementen met regionale uitstraling en evenementen met een economische aanjaagfunctie.

In de strategie voor 2016 tot en met 2019 gaan we uit van:

- zogenoemde topevenementen die een herkenbare relatie met provinciale kerntaken hebben, dan wel optimale kansen bieden voor relatiemanagement (sponsoring in principe voor vier jaar);
- incidentele topsportevenementen op het niveau van Europese Kampioenschappen en Wereld Kampioenschappen (in samenwerking met Noord-Hollandse gemeenten);
- incidentele topevenementen die bepaalde beleidsthema's steunen.

In eerste instantie maakt de provincie de organisatie van die evenementen mede mogelijk. Daarnaast worden de evenementen tevens gebruikt voor het zichtbaar maken van diverse provinciale beleidsterreinen. Voorbeelden zijn de Wandel4Daagse Alkmaar (promotie van onder andere Noord-Hollandpad, Stelling van Amsterdam en Laag Holland) en Uitmarkt (promotie van culturele activiteiten van de provincie zoals Huis van Hilde, Oneindig Noord-Holland en Industrie Cultuur).

Tot slot bieden de gekozen evenementen een bijzonder platform voor relatiemanagement en kunnen ze als podium dienen voor workshops, lezingen of congressen.

Goede communicatie is niet alleen zenden, maar ook luisteren en interactie. Relatieactiviteiten van verschillende beleidsterreinen bij (top)evenementen kunnen daarbij een belangrijke rol spelen. Om onze communicatiekracht te versterken zetten we ook onze eigen middelen in zoals het NH Kwartaalblad, de website en sociale media.

Sponsoring biedt kortom meer kansen voor maatwerk. Aangezien elk evenement verschillend is kan de provincie via onderhandelingen een optimale communicatieve winst behalen.

In deze notitie worden de uitgangspunten voor een nieuwe sponsorstrategie 2016-2019 vorm gegeven. Dit is meer dan voorheen geconcentreerd rond de kernthema's van de provincie, die weer voor een groot deel zijn gebaseerd op Kompas 2020.

2. Uitgangspunten evenementensponsoring

2.1. Algemeen

Waarom sponsoring in plaats van subsidie:

- onderhandelbare tegenprestaties
- sturing van publiciteit
- direct contact met de toeschouwers en/of bezoekers van een evenement
- kansen voor relatiemanagement
- (meerjaren) contract met uitvoerende rechtspersoon.

2.2. Topevenementen

Onder 'top'evenementen wordt verstaan evenementen die zogenoemd 'top' zijn voor een bepaalde kerntaak van de provincie dan wel 'top' zijn voor relatiemanagement van de provincie. Het betreft grote evenementen met een ruim bereik van inwoners en/of relaties/stakeholders. Met betrekking tot het bereik van inwoners biedt het betreffende evenement goede mogelijkheden om de specifieke kerntaak van de provincie nader te belichten (communiceren).

Basisvoorwaarden:

- te sponsoren evenementen moeten bijdragen aan de profilering en positieve uitstraling van de provincie als hoogwaardige bestuurslaag
- sponsoring moet de provinciale identiteit bevorderen, het imago van de provincie verbeteren en de naamsbekendheid vergroten, passend bij de realisering van beleidsdoelen
- evenementen moeten een boven regionale uitstraling hebben; een breed publiek bereiken, dan wel interessante intermediairs of opinieleiders en media-aandacht opwekken
- passen bij de Noord-Hollandse identiteit en cultuur
- aanvullend op bestaande evenementen waarmee de provincie zich presenteert, zoals nieuwjaarsbijeenkomst, provincieconcert, werkbezoeken en reguliere presentaties en congressen
- aanvullend op generiek beleid
- spreiding over het jaar
- spreiding van aandacht over de Noord-Hollandse regio's
- contract met uitvoerend rechtspersoon.

Vanwege hoge bezoekcijfers en/of hoge deelnamecijfers en grote mediabelangstelling ligt een keuze voor (vooral) sportieve en culturele evenementen voor de hand.

2.3. Topsportevenementen

Dit betreft specifieke evenementen die een gemeente of regio meestentijds niet alleen kan 'verwerven', maar die wel een belangrijke impuls aan de economie van de regio kunnen geven.

De basisvoorwaarden van die evenementen zijn als volgt:

- het betreffen door NOC*NSF erkende takken van sport
- alleen Olympische disciplines, of disciplines die op de nominatie staan om Olympisch te worden komen in aanmerking
- het betreft een EK, WK of een ander eenmalig grootschalig evenement, zoals een Wereldbekerwedstrijd
- niet jaarlijks terugkerend
- het evenement past bij de identiteit en cultuur van Noord-Holland
- bij het evenement worden minimaal 5.000 toeschouwers verwacht, c.q. een groot media bereik
- het evenement biedt de mogelijkheid voor zichtbaarheid van de provincie en een koppeling met provinciale beleidsvelden c.q. relatiemanagement.

2.4. Aanpak

Er zal worden gekozen voor zowel een proactieve als een reactieve benadering van organiserende instanties waarbij voor de provincie Noord-Holland een zo groot mogelijke kans bestaat voor:

- boven regionale uitstraling
- aansluiting bij de kerntaken
- economisch belang
- zichtbaarheid bij de inwoners van Noord-Holland
- kwalitatief aanbod van publiekscommunicatie over beleidsthema's
- kansen voor relatieactiviteiten.

Organisaties worden benaderd, dan wel aanvragen kunnen worden ingediend.

Wat valt niet onder het sponsorbeleid

Het is bij sponsoring ook goed aan te geven welke aanvragen, projecten en evenementen niet via het sponsorbudget zullen worden ondersteund:

- geen activiteiten met een religieus, militair of politiek karakter
- geen individuele activiteiten (van privé-personen)
- geen studiereizen, scripties, boeken, etc.
- geen beurzen en congressen
- geen evenement enkel en alleen vanwege een jubileum
- geen toeristische activiteiten
- geen uitvoering van regulier beleid (oftewel: geen subsidie of vervanging daarvan).

Mega-evenementen

De provincie heeft goede ervaringen met Sail Amsterdam 2005, 2010 en 2015 en met Sail Den Helder 2008 en 2013. Voor Sail Den Helder 2017 is onder andere om die reden een eenmalig bedrag van € 300.000 in het coalitieakkoord opgenomen voor ondersteuning/sponsoring van dat evenement in combinatie met PreSail Texel.

Relatiemanagement

Relatiemanagement wordt gekenmerkt door het verstevigen en verbreden van belangrijke provinciale relaties. Om je als provincie omgevingsbewust te kunnen gedragen is het noodzakelijk om de buitenwereld goed te kennen en te herkennen. Daarvoor is het opbouwen en verbreden van relaties met stakeholders belangrijk. In de veranderende netwerksamenleving waar de provincie zich staande in moet houden is relatiemanagement een waardevol instrument, waarbij evenementen van

toegevoegde waarde zijn. Evenementen zijn een ideale basis om - in een vaak wat informelere setting - van buiten naar binnen te werken. Door deze bijeenkomsten goed voor te bereiden kunnen relaties verdiept, verbeterd of zelfs aangehaald worden. De omlijsting van een evenement biedt vaak net wat extra's en doet wat voor de sfeer.

Activering

Naast sponsoring van het evenement op zichzelf dient sponsoring vervolgens te worden benut met aanvullende communicatieve activiteiten (activering) waarmee de provincie een hoger rendement uit de sponsoring van het evenement weet te halen.

Voorbeelden hiervan zijn:

- zichtbaar maken van beleid/beleidsprojecten door middel van infostand, advertorial, promofilm, social media, brochure, etc.
- ontvangsten van GS via hospitality
- profilering algemeen (startschot/prijzuitreiking, promofilm, advertentie, voorwoord, spandoek, vlag, etc.)
- crossmediaal gebruik eigen media(-kanalen)
- give aways.

3. Financiën

Financieel kader Uitvoeringsprogramma Evenementensponsoring 2016 – 2019				
Omschrijving	2016	2017	2018	2019
Topevenementen structureel	375.000	375.000	375.000	375.000
Topevenementen incidenteel	50.000	50.000	50.000	50.000
Sail Den Helder 2017	300.000	-	-	-
Activering topevenementen	100.000	100.000	100.000	100.000
Topsportevenementen	100.000	100.000	100.000	100.000
<i>Totaal</i>	<i>925.000</i>	<i>625.000</i>	<i>625.000</i>	<i>625.000</i>

In bovenstaand financieel kader is inzichtelijk gemaakt welke middelen beschikbaar zijn ter dekking van het Uitvoeringsprogramma Evenementensponsoring 2016-2019.

Bij Topevenementen wordt een onderscheid gemaakt tussen structurele sponsoring en incidentele. Bij structurele evenementen wordt in principe een samenwerking voor vier jaar aangegaan. De sponsorfee bedraagt daarbij tussen de € 10.000 en € 40.000 per evenement, afhankelijk van sponsorpropositie van de organisator en te bereiken resultaten voor de provincie (nog nader te regelen).

Voor incidentele evenementen wordt jaarlijks een bedrag van € 50.000 gereserveerd. Aanvragen daarvoor worden in volgorde van binnenkomst behandeld.

Met Sail Den Helder 2017 en PreSail Texel zal in 2016 een overeenkomst worden aangegaan voor de ondersteuning van beide evenementen voor in totaal € 300.000.

Meer bereiken met sponsoring is alleen mogelijk door er meer in te investeren. Met genoemde € 100.000 wordt verwacht een goed communicatief resultaat te kunnen boeken.

Voor topsportevenementen wordt op basis van ervaringen uit het verleden (provincie Noord-Holland op weg naar 2016 / Noord-Holland naar Olympisch niveau) jaarlijks een bedrag van € 100.000 gereserveerd.