

POSTBUS 3007 2001 DA HAARLEM

Provinciale Staten van Noord-Holland
door tussenkomst van de statengriffier mw. drs. K. Bolt
Dreef 3, tweede etage
2012 HR Haarlem

INGEKOMEN 24 OKT. 2016

Gedeputeerde Staten

Uw contactpersoon

dhr T. Krijns

CZ/COM

Telefoonnummer +31235143368

krijnst@noord-holland.nl

1 | 3

Betreft:

Toegezegde informatie over Evenementensponsoring 2016-2019

Geachte leden,

In de commissie EEB van 6 juni 2016 is verzocht om schriftelijke informatie over diverse aangegeven punten met betrekking tot de Uitgangspunten Evenementensponsoring 2016-2019.

Hieronder hebben we deze informatie voor u uiteengezet.

Verzenddatum

24 OKT. 2016

Kenmerk

714722/714743

Uw kenmerk

Waarom evenementensponsoring

Sponsoring van evenementen is een krachtig instrument om de beleidsterreinen, rollen en taken van de provincie voor uiteenlopende doelgroepen voor het voetlicht te brengen.

Via een sponsorovereenkomst ontvangt de gesponsorde een financiële bijdrage van de provincie en levert de gesponsorde in ruil hiervoor directe of indirecte mogelijkheden tot communicatie.

Gekozen wordt voor evenementen met een regionale uitstraling en evenementen met een economische aanjaagfunctie. In eerste instantie maakt de provincie de organisatie van die evenementen mede mogelijk. Naast communicatieve mogelijkheden als publiekscommunicatie bieden de gekozen evenementen een bijzonder platform voor relatiemanagement en kunnen ze als podium dienen voor workshops, lezingen of congressen.

In een sponsorovereenkomst zijn, in tegenstelling tot het instrument subsidie, onderhandelbare tegenprestaties te realiseren.

Evaluatie evenementensponsoring 2012-2014

Mede ten behoeve van de Uitgangspunten 2016-2019 heeft Bureau Sponsorbrein begin 2015 onderzoek gedaan naar de effectiviteit van evenementensponsoring voor de provincie (bijlage 1). Binnen het onderzoek is gekeken naar het rendement van sponsoring, de werking van sponsoring, zijn de wensen van gesponsordes geïnventariseerd en is een advies gegeven voor een eventueel vervolg.

Postbus 3007

2001 DA Haarlem

Telefoon (023) 514 3143

Fax (023) 514 3030

Houtplein 33

2012 DE Haarlem

www.noord-holland.nl

In het algemeen constateert Sponsorbrein dat evenementensponsoring een relevant beleidsinstrument is voor de provincie. Evenementen worden op de juiste wijze gebruikt om interactie aan te gaan over het beleid, de banden met stakeholders te onderhouden en zich te presenteren via publiekscommunicatie.

De benchmark van de evenementen is een van de uitgangspunten geweest voor de strategie 2016-2019.

Sponsorbrein had wel een kritische opmerking over de verhouding tussen bijdragen aan gesponsord en het budget voor zogenoemde 'eigen extra activiteiten gekoppeld aan een gesponsord evenement'. In de financiële uitgangspunten voor 2016-2019 is daarmee rekening gehouden.

Kansen voor incidentele (nieuwe) evenementen

In de uitgangspunten voor 2016 tot en met 2019 (bijlage 2; extract uit GS-besluit van 24 november 2015 Evenementensponsoring 2016-2019 'uitgangspunten en uitvoeringsprogramma') 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.

Voor de incidentele evenementen wordt jaarlijks een totaalbedrag van € 150.000 gereserveerd. Aanvragen daarvoor worden in volgorde van binnenkomst behandeld.

Informatie daarover is te vinden op de website van de provincie. Zie [https://www.noord-](https://www.noord-holland.nl/Onderwerpen/Toerisme_recreatie/Festivals_Evenementen)

[holland.nl/Onderwerpen/Toerisme_recreatie/Festivals_Evenementen](https://www.noord-holland.nl/Onderwerpen/Toerisme_recreatie/Festivals_Evenementen)

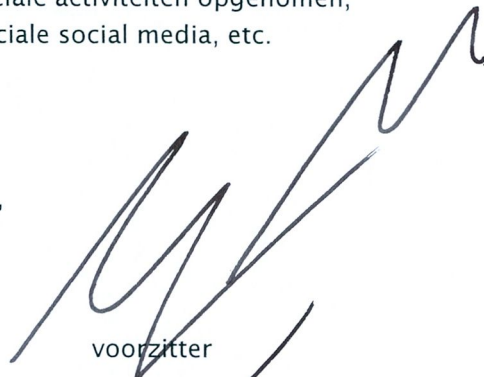
Overigens leert de praktijk dat organisatoren van evenementen en de Noord-Hollandse gemeenten de weg naar het loket van de provincie weten te vinden.

Overzicht van gesponsorde evenementen tot 1 oktober 2016

In de zogenoemde activering van gesponsorde evenementen is ook in 2016 gebruik gemaakt van de aanbeveling van Bureau Sponsorbrein. Dat betreft: evenementen gebruiken om interactie aan te gaan over het beleid, de banden met stakeholders te onderhouden en zich te presenteren via publiekscommunicatie.

In bijlage 3 staat het overzicht van gesponsorde evenementen in de periode 1 januari 2016 t/m 1 oktober 2016 verdeeld naar genoemde categorieën. Daarin zijn de extra provinciale activiteiten opgenomen, naast reguliere communicatie als provinciale social media, etc.

Hoogachtend,
Gedeputeerde Staten van Noord-Holland,


waarnemend provinciesecretaris
L.W.M.M. Beljaars
voorzitter
J.W. Remkes

Deze beslissing is namens gedeputeerde staten genomen door het lid van het college dat met dit onderwerp is belast.

3 bijlagen

1. Evaluatie Evenementensponsoring 2012-2014 door Bureau Sponsorbrein;
2. Uitgangspunten Evenementensponsoring 2016-2019; relevante passages uit GS-besluit van 24 november 2015;
3. Overzicht gesponsorde evenementen 1 januari - 1 oktober 2016

Evaluatie Evenementensponsoring Provincie Noord-Holland 2012-2014

Inleiding

Sinds 2005 ondersteunt de provincie Noord-Holland evenementen middels een sponsorovereenkomst. Na een pilot van 2005 tot en met 2007 is mede op basis van een onderzoek van Van Dooren Advies van 2008 tot en met 2011 een vernieuwd sponsorbeleid uitgevoerd. Mede naar aanleiding van een midtermreview door Bureau Sponsorbrein van dat sponsorbeleid in 2010 heeft het college van Gedeputeerde Staten voor de periode 2012-2015 besloten sponsoring van evenementen voort te zetten. Voor de evaluatie van 2012-2014 is wederom een beroep gedaan op Bureau Sponsorbrein (onder andere actief voor ABNAMRO, KPN, Nederlandse Museumvereniging, Tata Steel Europe en Univé).

Coalitieakkoord

In het Coalitieakkoord van 11 april 2011 is de volgende passage over sponsoring van evenementen opgenomen:

“Wij zijn van mening dat sponsoring bijdraagt aan de zichtbaarheid van de provincie en kan worden ingezet om evenementen van economisch belang voor Noord-Holland te ondersteunen. Wij zullen echter scherp letten op het bovenregionale karakter van te sponsoren evenementen. Bij de ondersteuning van evenementen letten wij op relatiemanagement, intern draagvlak (activiteiten voor medewerkers of statenleden) en zichtbaarheid bij burgers van diverse beleidsterreinen. Evenementen variëren van grootschalige evenementen, waarbij alle drie criteria aan bod kunnen komen, tot evenementen waar slechts een criterium van toepassing is.”

Sponsorbeleid 2012-2015

Vervolgens heeft het college van Gedeputeerde Staten op 20 december 2011 de
UITVOERING EVENEMENTENSPONSORING 2012-2015 vastgesteld.

Hierin zijn de volgende elementen meegenomen:

Hoofddoelstelling

Gesponsorde evenementen dragen bij aan de zichtbaarheid van het provinciaal beleid en worden ingezet voor relatiemanagement.

Uitgangspunten

Mede in relatie tot de tekst over sponsoring in het Coalitieakkoord van 11 april 2011 worden bepalende factoren bij de keuze van te sponsoren evenementen voor de periode 2012-2015:

- Zichtbaarheid van de essentiële beleidsterreinen van de provincie;
- Goede kansen voor relatiemanagement: sponsorbijdrage voor evenementen gericht op levering van een hospitalitypakket;
- Evenement met een bovenregionaal karakter;
- Meerdaagse evenementen hebben de voorkeur boven eendaagse evenementen;
- Activiteiten voor medewerkers en statenleden;
- Publicitaire aandacht in de media;
- Professionaliteit van de evenementenorganisatie.

Op grond hiervan is eind 2011 besloten de volgende evenementen voor vier jaar (2012 t/m 2015) te sponsoren: Tata Steel Chess Tournament, Jumping Amsterdam, Ondernemingsverkiezing Noord-

Holland, Noord-Holland Wielerweekend, Zeilregatta Medemblik, Wandel4Daagse Alkmaar, Uitmarkt en Dam tot Damweekend. De overeenkomsten met deze partijen lopen t/m 31 december 2015. Incidenteel worden daaraan toegevoegd evenementen als Sail Den Helder en Sail Amsterdam.

Activering

Naast de sponsoring van het evenement op zichzelf dient de sponsoring vervolgens ook nog te worden benut met aanvullende activiteiten (activering).

Activering betreft onder andere:

- zichtbaar maken van beleid/beleidsprojecten tijdens een evenement (bijvoorbeeld via infostand, advertorial, social media, brochure, rondleiding, etc.);
- ontvangsten van GS en directie via hospitality;
- profilering algemeen (startschot/prijsuitreiking, promofilm, advertentie, spandoek, vlag, etc.);
- gebruik eigen media (-kanalen).

Sponsoring of subsidie

Sponsoring maakt deel uit van de totale corporate communicatie van de Provincie Noord-Holland.

Het meest onderscheidend aan sponsoring (t.o.v. subsidie) is dat het sterk associatief werkt.

Sponsoring genereert extra aandacht en levert een ideaal podium voor relatiemanagement.

Sponsoring is een zakelijk contract waarbij de provincie een op geldwaarde gebaseerde prestatie levert en de andere partij hiervoor in ruil directe of indirecte mogelijkheden tot communicatie biedt.

Dit leidt onder andere tot:

- onderhandelbare tegenprestaties;
- sturing van publiciteit;
- direct contact met de toeschouwers en/of bezoekers van een evenement;
- kansen voor relatiemanagement;
- meerjaren partnership.

Sponsoring vraagt vervolgens wel om een actief sponsormanagement.

In de evaluatie zijn bovengenoemde elementen beoordeeld.

Evaluatie 2012-2014

Eind 2014 heeft Bureau Sponsorbrein onderzoek gedaan naar de effectiviteit van evenementensponsoring voor de provincie. Binnen het onderzoek is gekeken naar het rendement van de huidige sponsoring, de werking van sponsoring, zijn de wensen en behoeften van de huidige gesponsord en geïnventariseerd en is een advies gevraagd voor een eventueel vervolg.

Daarvoor zijn veertien evenementen geëvalueerd op het rendement van de provinciale doelen, beter bekend als return on objectives (ROO). Leidend daarbij waren de hiervoor genoemde doelen van het sponsorbeleid 2012-2015. Sponsorbrein maakt daarbij gebruik van een online evaluatie en managementtool voor sponsoring (Performind). Performind wordt door meer dan 140 organisaties over de gehele wereld gebruikt en de 'scores' van de provincie worden vervolgens vergeleken met de scores van die organisaties.

Resultaten van het onderzoek van Bureau Sponsorbrein (het totale rapport is als bijlage bijgevoegd)

In eerste instantie is Sponsorbrein gevraagd onderstaande zes onderzoeksvragen te beantwoorden:

** In hoeverre is Evenementensponsoring een platform voor beleid?*

Sponsorbrein is van mening dat de portfolio van de provincie zeer goed presteert als platform voor beleid. Het gemiddelde rendement op dit criterium is zeer hoog. Alle partnerships bieden mogelijkheden om gekoppeld te worden aan beleidsterreinen. Er zijn geen partnerships die geen bijdrage leveren aan het rendement hierop.

Sail Den Helder en de Uitmarkt voeren de boventoon. De meest gekoppelde beleidsgebieden zijn Economie, Verkeer & Vervoer, Cultuurhistorie, en Recreatie & Toerisme.

** Wat zijn de kansen voor relatiemanagement en hoe zijn die gebruikt?*

Het andere speerpunt van het sponsorbeleid, relatie-ontvangst presteert zeer goed. Het overall gemiddelde is hoog, zeker wanneer je in aanmerking neemt dat bij vier partnerships er helemaal geen relatie-ontvangst georganiseerd wordt. De kansen met relatiemanagement worden zeer goed benut. Sterk is de koppeling met gastheerschap vanuit Gedeputeerde Staten, de interesse van genodigden en de lage no show. De best presterende partnerships zijn Sail Den Helder, Jumping Amsterdam, Uitmarkt, N201 Run en Tata Steel Chess.

** Heeft de provincie de evenementen op de juiste wijze geactiveerd?*

Het betreft hier het inzetten van externe en interne media door de provincie Noord-Holland, het presenteren van betrokken beleidsterreinen, het inzetten van acties voor publiek en voor eigen medewerkers. Deze activiteiten worden zeer gericht ingezet naar de mogelijkheden die een partnership biedt. Dat voorkomt niet dat het gemiddelde rendement van alle partnerships vrij laag is. De activiteiten die worden ingezet leveren goede resultaten op, alleen niet alle mogelijkheden worden ingezet. Hier wreekt zich de teruggang in beschikbare middelen in 2011 ten opzichte van 2007. De partnerships waarvan de meeste mogelijkheden voor activering worden benut zijn: N201 Run, Sail Den Helder 2013, Jumping Amsterdam, Wandel4daagse Alkmaar.

** Heeft de gesponsorde de provincie voldoende zichtbaar gemaakt?*

Zichtbaarheid is bij sponsoring gelinkt aan het sponsorniveau dat contractueel is vastgelegd. Des te hoger het niveau van het partnership des te meer exposure wordt er geboden. Een tweede invloed is het aantal sponsoren. Des te meer sponsoren, des te minder val je op als sponsor. Het rendement van de portfolio is volledig volgens verwachting. De grotere partnerships van de provincie (N201 Run, Sail Den Helder, Jumping, Wandel4daagse Alkmaar en de Uitmarkt) presteren het beste. Met een eervolle vermelding voor de exposure bij de Profronde van Noord-Holland (hetgeen past bij wielrennen). Het rendement kan verbeterd worden wanneer er een hoger sponsorniveau ingekocht kan worden.

** Past de reputatie van de gesponsorde bij de provincie Noord-Holland?*

Hoewel de reputaties van de gesponsorde evenementen verschillen is geen van de reputaties onder de maat en daarmee een partnership met de provincie onwaardig. Alle partnerships hebben een goed tot zeer goed bereik in Noord-Holland en ze zijn allemaal in staat aandacht van regionale media aan te trekken. De meeste partnerships bestaan al enige tijd. De Uitmarkt en het Dam tot Dam Weekend hebben de sterkste reputatie van de portfolio.

** Hoe heeft de gesponsorde de samenwerking met de provincie ervaren en heeft dat een bepaalde meerwaarde voor het evenement opgeleverd?*

De samenwerking met de gesponsorde draagt voor een belangrijk gedeelte bij aan het totale rendement. Enerzijds omdat de gesponsorde evenementen competent en betrouwbaar zijn. Anderzijds omdat sponsoring door de provincie meerwaarde creëert voor de gesponsorden.

De manier waarop sponsoring wordt ingezet is effectief. De mogelijkheden die de partnerships bieden worden goed benut. Het management van de sponsorships is zeer actief en gebaseerd op goede kennis van de evenementen en hun sterke kanten. Er wordt geïnvesteerd in een goede samenwerking met de gesponsorde evenementen. Mede daarom hebben de partnerships in de portfolio een uitgesproken rendementsprofiel. De portfolio als geheel heeft een goed rendement en presteert naar internationale maatstaven zeer sterk. De portfolio doet waarvoor het is opgezet en levert waar voor zijn geld. Sponsoring is uitgegroeid tot een volwassen beleidsinstrument.

Desondanks is de vermindering van het budget ten op zichte van 2007-2011 niet zonder gevolgen gebleven. Voor de periode 2008-2011 was € 3,2 miljoen beschikbaar (4 x € 800.000) en voor de periode 2012-2015 is het totaal € 2,1 miljoen (4 x € 325.000 en € 800.000 voor twee Sails). Een sponsorship werkt op basis van contractuele tegenprestaties en eigen activiteiten van de provincie met die tegenprestaties. In vergelijking met de evaluatie van 2010 is er op beide delen bezuinigd. De effectiviteit van de portfolio is daardoor afgenomen. Maar wel minder dan op grond van de teruggang in budget verwacht mocht worden. Efficiënt sponsormanagement heeft de klap voor een deel op kunnen vangen.

Verhoging van de effectiviteit bij deze portfolio met de huidige middelen is niet mogelijk. De rek is er uit. Voor verhoging van de effectiviteit is investeren in sponsoring nodig en vooral investeren in de eigen activiteiten van de provincie met de sponsorships.

Voor de ontwikkeling van sponsoring als beleidsinstrument is het belangrijk om sponsoring in zijn kracht in te zetten, als een beleidsinstrument dat zowel werkt als podium voor beleid, relatiemanagement en profilering. Een nog sterkere focus dan nu het geval is op maar één of twee van die aspecten betekent uitholling van de waarde van sponsoring als beleidsinstrument voor de provincie.

Sponsoring werkt voor de provincie door de goede fit met de gesponsorde evenementen. Het zijn evenementen in, door en voor Noord-Holland.

Daarnaast werkt de sponsoring omdat het publieksevenementen zijn die de aandacht trekken. Het is belangrijk dat de meerderheid van evenementen in de portfolio aan deze voorwaarden voldoen. Daarnaast moet er ruimte zijn voor innovatieve en strategische sponsorships.

Conclusies Sponsorbrein

Sponsoring relevant beleidsinstrument

De kern van moderne, effectieve communicatie door organisaties is engagement: het betrekken van mensen. De gesponsorde evenementen bieden daartoe alle gelegenheid. Het gaat om publieksevenementen die worden gewaardeerd door de deelnemers en bezoekers. Het lukt de provincie om die setting te gebruiken om interactie aan te gaan over haar beleid, de banden met stakeholders te onderhouden en zich te profileren door exposure.

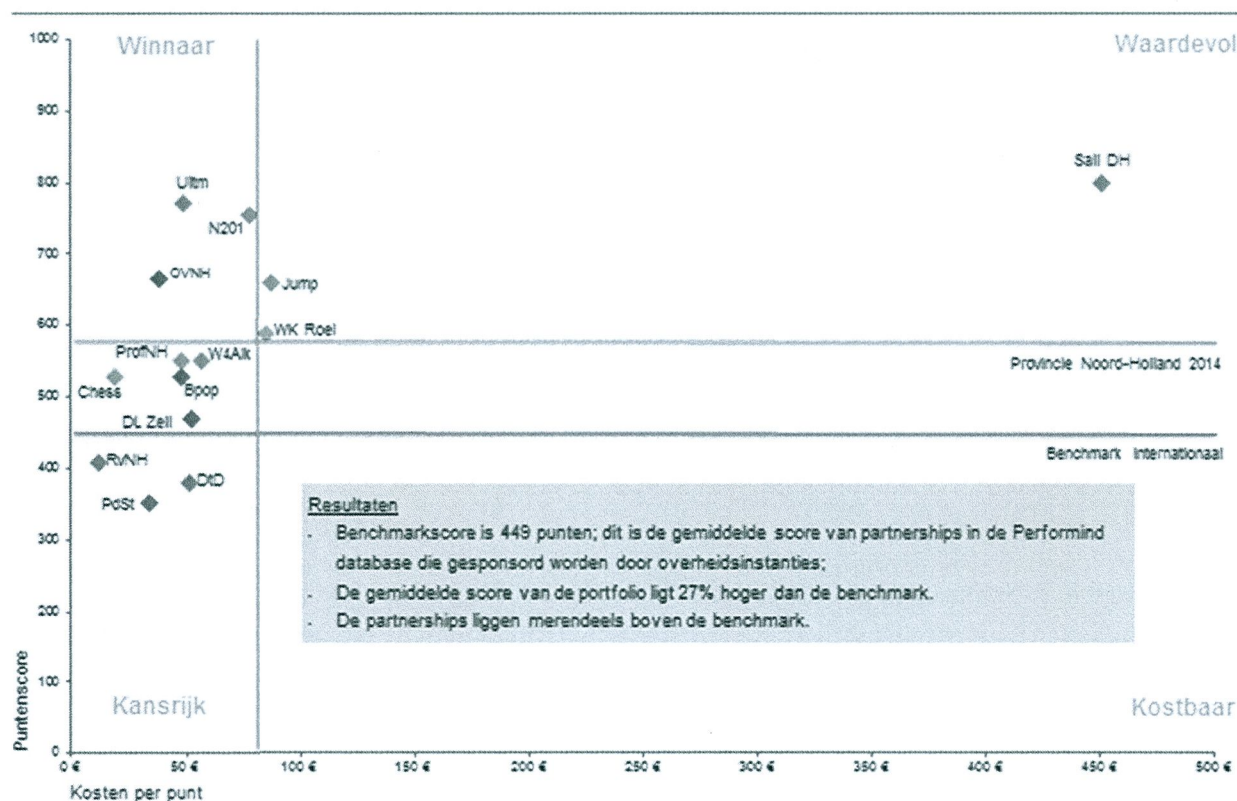
Sponsoring versterkt de evenementen

Evenementen zijn populair maar hebben het niet makkelijk. Continuïteit is een zorg bij alle evenementen. Sponsoring door de provincie betekent steun van een stabiele en betrouwbare partner voor de gesponsorde. De sponsoring werkt als een seal of approval. Dat werkt positief voor het aantrekken van andere sponsoren, versterken van relaties met stakeholders en vergroten van

hun zakelijk netwerk doordat het hun in contact brengt met andere stakeholders, met name gemeenten. Sponsoring versterkt de evenementen op een breed front.

Prestatie overzicht: benchmarks

Sponsorbrein



Goed rendement portfolio

De sponsorportfolio van de provincie Noord-Holland presteert naar internationale maatstaven zeer goed. Het gemiddelde rendement van de geëvalueerde partnerships ligt ruim boven de internationale benchmark. Net als in 2010 is de conclusie gerechtvaardigd dat deze portfolio de provincie waar voor zijn geld oplevert. Deze portfolio is effectief voor het realiseren van het sponsorbeleid. Dat is een goede prestatie omdat in vergelijking met 2010 met een veel lager budget wordt gewerkt. Het rendement is ten opzichte van 2010 dan ook lager maar veel minder dan verwacht kon worden op grond van de daling in budget.

Effectief sponsormanagement

De sleutel van dit succes is het effectieve management van de partnerships door de provincie Noord-Holland. Partnerships worden ingezet op hun sterke punten. Dat leidt ertoe dat er nog steeds partnerships zijn die op alle doelen sterk presteren maar ook dat er partnerships zijn die bewust ingezet worden op hun sterke punten. Er is veel meer sprake van partnerships met een uitgesproken rendementsprofiel.

Rendement van de sponsoring onder druk.

De verlaging van budget heeft ertoe geleid dat de middelen voor eigen acties met de partnerships zijn verminderd. In sponsortermen heet dit de activering-fee-ratio. De fee wordt betaald aan de gesponsorde voor het leveren van de contractuele tegenprestaties. Daarnaast wordt geadviseerd een kwart tot de helft van de fee te reserveren voor eigen activiteiten met het partnership. De kritische grens ligt rond de 20%. Onder die grens moet er teveel rendement uit de tegenprestaties gehaald worden. In 2010 was de ratio 26%, in 2014 is dat gezakt tot 19%. Verdere verlaging van middelen voor eigen activiteiten gaat ten koste van het rendement.

Goede fit

Sponsoring is pas effectief als de fit goed is: er moet in de perceptie van het publiek een logische connectie zijn tussen sponsor en gesponsorde. Voor de provincie houdt dat in dat de evenementen gehouden moeten worden in de provincie, zich het liefst afspelen in het landschap van de provincie en toegankelijk zijn voor iedere burger van de provincie. Dat is bij vrijwel de gehele portfolio het geval. Daar waar dat minder het geval is, is er toch een goede reden waarom de provincie wel aanwezig is. Het is voor iedere bezoeker of deelnemer aan het evenement duidelijk dat de provincie er wat mee te maken heeft. Het vermelden waard is de sterke fit van de sportsponsorships in de portfolio. Wandelen, fietsen, hardlopen, watersport en in mindere mate paardensport zijn sporten die door veel mensen recreatief, ongeorganiseerd en buiten worden beoefend. Vanwege de grote participatie bij deze sporten door Noord-Hollanders is sponsoring een logische betrokkenheid.

Aanbevelingen Sponsorbrein

1. Benut sponsoring integraal

Sponsoring heeft zich bij de provincie ontwikkeld tot een volwassen instrument waarmee beleidsdoelen gerealiseerd worden. De belangrijkste zijn podium voor beleidscommunicatie en relatiemanagement. Daarnaast draagt sponsoring bij aan een betere profilering van de provincie door zichtbaarheid en publiciteit. Hierin ligt de kracht van sponsoring als instrument. Sponsoring werkt altijd op meerdere fronten en het is belangrijk om dat te blijven benutten. Een verdere versmalling van het rendementsprofiel van gesponsorde evenementen is niet wenselijk vanwege waardeverlies door slapende tegenprestaties.

Actie provincie: In het laatste jaar van het huidige coalitieakkoord de aspecten relatiemanagement, beleidscommunicatie en profilering en zichtbaarheid voortzetten.

2. Investeer in sponsoring

Sponsoring heeft zich bewezen als volwaardig beleidsinstrument. De provincie haalt het maximale rendement uit de bestaande portfolio dat mogelijk is met de beschikbare middelen. Meer bereiken met sponsoring is alleen mogelijk door er meer in te investeren. En dan vooral door meer middelen vrij te maken voor eigen activiteiten met de sponsoring. De verhouding tussen eigen activiteiten en sponsorfee zit nu onder de kritische grens van 20%. Aanbevolen wordt om deze ratio te verhogen naar minimaal 25%.

Actie provincie: In 2015 binnen de begroting Communicatie/Sponsoring, door interne verschuiving, extra middelen vrijmaken voor eigen activiteiten (streefcijfer ratio 25%).

3. *Actief sponsormanagement*

Het sponsormanagement van de provincie is actief en dat levert een belangrijke bijdrage aan het rendement. Het is belangrijk om dat door te zetten. Dat versterkt de samenwerking met de gesponsorden. Voor hun is sponsoring door de provincie veel meer dan van andere sponsors een opening naar nieuwe relaties en mogelijkheden om zich te ontwikkelen. De provincie speelt hier door het sponsormanagement een actieve en stimulerende verbindende rol in.

Actie provincie: De actieve en stimulerende verbindende rol voortzetten.

BIJLAGE: Rapportage d.d. 5 januari 2015 van Sponsorbrein
"Review sponsorportfolio Provincie Noord-Holland"

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 terug kerend
- 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/prijsuitreiking, 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.

Gesponsorde evenementen 1 januari 2016 tot 1 oktober 2016 – Provincie Noord-Holland

Topevenementen (structureel)

Evenement	Datum	Gesponsorde	Extra activiteiten Provincie NH
Tata Steel Chess	15-17 januari	Tata Steel Chess Organisatie	- kampioenschap voor Statenleden - diner voor politici van Rijk, Provincie en IJmond-gemeenten
Jumping Amsterdam	28-31 januari	Stichting Jumping Amsterdam i.s.m. gemeente Amsterdam en Amsterdam RAI	- ontvangsten van gedeputeerden Post (Verkeer en Vervoer en Zeehavens), Geldhof (Platform RO-MRA), Talsma (Arbeidsmarkt en Onderwijs) en Bond (Greenports NHN en Aalsmeer); bijeenkomst van Provinciale Staten met maatschappelijk middenveld; vrijkaarten voor inwoners van NH
30 van Zandvoort (wandelen)	Za. 19 maart	Le Champion	- speciale aandacht voor (nieuwe) natuurbruggen in Nationaal Park Zuid-Kennemerland; startkaarten voor inwoners van NH; plus medewerkers van provincie in het kader van gezonde werkgever
Noord-Hollands Wielerweekend	16-17 april	Le Champion i.s.m. gemeente Zaanstad	- startkaarten voor zaterdag toertocht voor inwoners van NH; plus medewerkers van provincie in het kader van gezonde werkgever; zondag rechtstreekse Tv-uitzending NH met beelden van Noord-Holland; prijsuitreiking gedeputeerde Loggen
Bevrijdingspop	5 mei	Haarlemse stichting	- backstage kaarten voor inwoners van NH
Delta Lloyd Zeilregatta	24-28 mei	PRISM-Trefpunt i.s.m. Watersport Verbond en gemeente Medemblik	- (mini-)conferenties van gedeputeerden Bond (met Sportservice NH), Talsma (onderwijsveld Groot West-Friesland) en Loggen (Waterrecreatie)
Ondernemingsverkiezing Noord-Holland	Finale 25 mei	Stichting OVNH	- traject van november 2015 t/m finale in samenwerking met o.a. MKB NH; gedeputeerde Bond juryvoorzitter; media partners NH en HMC; groot netwerk van MKB bedrijven

Wandel4Daagse Alkmaar	15-18 juni	Le Champion	- speciale aandacht voor NH Buitenplaatsen, Stelling van Amsterdam en Noord-Hollandpad ; startkaarten voor inwoners van NH; plus medewerkers van provincie in het kader van gezonde werkgever
Aalsmeer Flower Festival	17-19 juni	Betreffende stichting i.s.m. Greenport Aalsmeer	- conferentie met NBTC Holland Marketing over de rol van de regio in Holland City Flowers; gedeputeerde Bond; actie op Fort Kudelstaart in het kader van Stelling van Amsterdam 20 jaar Werelderfgoed
Ronde om Texel (zeilen)	Za. 25 juni	Betreffende stichting i.s.m. gemeente Texel	- ontvangst van gedeputeerde Loggen van relaties uit het Water netwerk van o.a. Hoogheemraadschap Hollands Noorderkwartier, PWN en gemene Texel
Landbouwshow Opmeer	Ma. 1 augustus	Betreffende stichting i.s.m. Greenport NHN	- speciale aandacht voor o.a. Teelt op Water; speciaal Provincie NH-plein met Agri Food uit NHN
Uitmarkt	26-28 augustus	Betreffende stichting i.s.m. Amsterdam Marketing	- Provincie Noord-Holland Paviljoen was een replica van een fort in het kader van Stelling van Amsterdam 20 jaar Werelderfgoed; in fort presentaties van diverse NH culturele instellingen; ontvangsten van gedeputeerden Geldorp (Stelling van Amsterdam en Hollandse Waterlinie) en Vd. Hoek (Cultureel netwerk NH); live uitzendingen van NH en AT5
Monumentaal West-Friesland (Toekomst van Toen)	9-10 september	Buro Zorro i.s.m. 7 West-Friese gemeenten	- mini-conferentie met gedeputeerde Vd. Hoek en monumentaal Medemblik; speciale aandacht voor met provinciaal geld gerestaureerde monumenten
MOOOISTE Landschapfestival	11 september	Landschap Noord-Holland i.s.m. gemeente Den Helder	- speciale aandacht voor Noord-Hollands Duinlandschap en de Wadden; ontvangst van gedeputeerde Talsma (Natuur); gratis activiteiten voor inwoners van NH

Dam tot Damweekend	17-18 september	Le Champion	- startkaarten voor inwoners van NH; plus wandelen, fietsen en hardlopen voor medewerkers van provincie in het kader van gezonde werkgever; speciale aandacht voor fietsen langs NH Buitenplaatsen en langs Stelling van Amsterdam; promotie actie t.b.v. wandelen langs Holland Route
--------------------	-----------------	-------------	--

EK's en WK's (incidenteel)

Evenement	Datum	Gesponsorde	Extra activiteiten Provincie NH
EK Atletiek	6-10 juli	Atletiekbond i.s.m. gemeente Amsterdam	- vrijkaarten voor inwoners van NH; ontvangsten van gedeputeerde Bond (winnaars van Ondernemingsverkiezing NH) plus prijsuitreiking
EK Open Water Zwemmen	10-14 juli	Zwembond i.s.m. gemeente Hoorn	- geen
WK 29'er Zeilen	24-30 juli	Stichting 29'er i.s.m. gemeente Medemblik	- geen
EK Honkbal	9-18 september	Honkbalbond i.s.m. gemeente Haarlemmermeer	- vrijkaarten voor inwoners van NH; ontvangsten van gedeputeerden Bond (MKB) en Loggen (regio plus prijsuitreiking)
EK Kwalificatie Volleybal Heren	23-25 september	Volleybalbond i.s.m. gemeente Zaanstad	- vrijkaarten voor inwoners van NH; ontvangsten van gedeputeerde Talsma (collectieven agrarisch natuurbeheer) en Sportservice NH

Topevenementen (incidenteel)

Evenement	Datum	Gesponsorde	Extra activiteiten Provincie NH
Ondernemersgala Westfriesland	Do. 11 februari	Betreffende stichting i.s.m. 7 West-Fries gemeenten	- netwerkbijeenkomst met gedeputeerden Bond, Talsma en Vd. Hoek en Ondernemend West-Friesland, Greenport NHN en Ontwikkelingsbedrijf NHN

Verwonderd Duin (nationaal park)	Zo. 28 augustus	Nationaal Park Zuid-Kennemerland i.s.m. PWN	- presentatie fietsapp door gedeputeerde Talsma
Fjoertoer (aanvraag)	Za. 26 november	Le Champion i.s.m. gemeente Bergen	- herdenking van “De ingestorte Tooren en Herberg te Egmond aan Zee, den 27 november 1741”; 275 jaar geleden in relatie tot de huidige Noord-Hollandse kustversterking
PreSail Texel (aanvraag)	21-22 juni 2017	Stichting De Rede van Texel i.s.m. gemeente Texel	- woensdag voor Sail Den Helder speciaal programma met uitspreken van de Rede van Texel plus tall-ships in Oudeschild
Sail Den Helder (aanvraag)	22-25 juni 2017	Stichting Sail DH i.s.m. gemeente Den Helder en Kon. Marine	- uitgebreid programma in ontwikkeling

Haarlem, 4 oktober 2016