



Beleidskader sportsponsoring – november 2017

8 november - 2017 - zaaknummer 2017-015254

1. Inleiding

In Gelderland worden jaarlijks meerdere grote (inter-)nationale sportevenementen georganiseerd. De aantrekkelijkheid van de provincie krijgt een sterke impuls door sportevenementen. Ze zijn belangrijk in de vrijetijdsbesteding van inwoners en bezoekers van binnen en buiten Gelderland.

De evenementen en haar side events vergroten de leefbaarheid en dynamiek van de provincie. Zij zetten aan tot verandering in kennis, houding en gedrag ten aanzien van sport en gezonde leefstijl. En belangrijk: ze versterken de economie.

De sportevenementen dragen bij aan de positionering van provincie Gelderland als sportprovincie. Dit sluit aan bij een van de doelen van het *Programma Gelderland Sport! 2016-2019* om Gelderland als aantrekkelijke provincie op de kaart te zetten voor ondernemers, bewoners, bezoekers en sporters. Hiervoor is het niet alleen van belang dat toonaangevende sportevenementen in Gelderland plaatsvinden, maar ook om hierover te communiceren en Gelderland als sportprovincie te promoten. Sponsoring biedt de mogelijkheid om zowel de communicatie als sportdoelen in te vullen.

Na een pilot in 2016, waarin voor het eerst sponsorcontracten werden gesloten (zaaknummer 2016-000124) is voor 2017 wederom besloten sportevenementen te sponsoren (zaaknummer 2016-006425). Deze notitie beschrijft welk beleid de provincie voert in 2018 en 2019 bij de inzet van dit instrument en welke sportevenementen zij benadert voor een sponsorcontract.

2. Communicatiedoelstelling sportevenementen

Behalve dat sportevenementen belangrijk zijn voor de sport en andere maatschappelijke doelen, leveren sportevenementen ook een bijdrage aan regiobranding en -marketing van Gelderland en haar regio's. Daarom vormt het op de kaart zetten van Gelderland als aantrekkelijke provincie voor ondernemers, bewoners, bezoekers en sporters een van de doelen van het *Programma Gelderland Sport!* Door sportevenementen te sponsoren, geven we invulling aan deze doelstelling. Sponsoring is een krachtig en voor sportorganisatoren gangbaar instrument om de beleidsterreinen, om rollen en taken van de provincie voor diverse doelgroepen onder de aandacht te brengen.

Regiobranding

Sinds 2013 zetten we met de campagne '*Met sport haal je het beste uit Gelderland*' Gelderland als sportprovincie op de kaart. Met deze campagne dragen we de sportieve kracht van onze provincie uit. We maken zichtbaar dat Gelderland een sterke positie heeft op gebied van sport en aantrekkelijk is om te bezoeken. Deze sterke positie willen we behouden en doorontwikkelen. Daarom halen we toonaangevende nationale en internationale sportevenementen naar Gelderland.

Er is een campagnehuisstijl ontwikkeld voor banners, advertenties en andere attributen, zoals springmateriaal voor hippische evenementen, publieksacties en socialmedia-acties. Ook worden diverse sportgerelateerde bijeenkomsten, zoals voor het Gelders Sportakkoord, georganiseerd.

Regiomarketing

Sportevenementen dragen bij aan het vergroten van de economische impact van de regio. Evenementen brengen veel nieuwe bezoekers naar Gelderland en lokken herhalingsbezoeken uit. Ze dragen bij aan het toeristisch profiel en het imago van Gelderland. De toeristische sector in Gelderland, maar ook andere sectoren, profiteren mee van het netwerk rondom sportevenementen en de vele bezoekers die op de sportevenementen af komen. Dit biedt kansen om de sportevenementen te benutten voor marketing, bijvoorbeeld door op en rond de evenementen Gelderland te promoten als toeristische bestemming.

Relatiemanagement

Evenementen bieden een nuttig platform voor het verstevigen en verbreden van provinciale relaties. Denk hierbij aan het ontvangen van binnen- of buitenlandse delegaties. Sportevenementen worden hier alleen voor benut als er aantoonbare meerwaarde is voor het behalen van provinciale beleidsdoelen.

3. Sponsoring

Sponsoring van sportevenementen is, zoals eerder genoemd, een belangrijk middel om Gelderland te positioneren als aantrekkelijke provincie. Het benutten van evenementen voor regiomarketing brengt de toeristische bestedingen omhoog. Hierdoor wordt de economische impact van de sportevenementen vergroot. Met de gerealiseerde evenementen wordt tevens een trackrecord opgebouwd, dat nodig is om grote internationale sportevenementen naar onze provincie te halen. In bidprocessen voor dergelijke evenementen levert dat een zwaarwegend pluspunt op. Via het evenement heeft de provincie de mogelijkheid om Gelderland te promoten als gebied waar het aantrekkelijk is om een bedrijf te vestigen, te werken, te recreëren, als toerist te verblijven, te sporten en te wonen. De provincie lift mee met de communicatie- uitingen van het evenement zelf en de aandacht die het in de media krijgt.

Behalve voor de provincie zijn sponsorships ook voor de evenementenorganisatoren van belang. Sponsoring door de provincie betekent voor organisatoren een blijk van vertrouwen, dat voor hen bruikbaar is bij het werven van andere sponsors. De sponsorgelden van de provincie vormen uiteraard ook inkomsten voor de organisatoren, waarmee zij hun evenement kunnen organiseren.

Sponsoring versus subsidie

Gelderland investeert in sportevenementen van anderen via twee instrumenten: subsidieverlening en sponsoring. Het beleidskader 'Uitvoeringsbeleid Programma Gelderland Sport! 2016-2019'¹ bevat het beleid voor de ondersteuning van evenementen door middel van verlening van subsidies. In de Regels Ruimte voor Gelderland 2016 zijn hiervoor de procedures en criteria vastgelegd. Subsidies vormen een bijdrage in bepaalde kosten van het evenement en worden verleend voor zover de organisator de kosten niet kan financieren uit de opbrengsten. Subsidies beogen activiteiten mogelijk te maken die de provincie vanuit het algemeen belang nuttig vindt. Zij worden verleend door middel van een subsidiebeschikking, een eenzijdig besluit van ons college.

Sponsoring is essentieel anders. Een sponsorship wordt aangegaan door middel van een privaatrechtelijke overeenkomst tussen de provincie en de organisator van het evenement. Via het sponsorcontract koopt de provincie bepaalde diensten in ('rechten') van de organisator. De rechten worden per evenement overeengekomen. In paragraaf 4 wordt onder het kopje *Tegenprestaties* een aantal voorbeelden genoemd. De provincie verwerft de rechten primair vanuit haar eigen belang, om in

¹ Dit is een beleidskader dat met enige regelmaat wordt aangepast. Op het moment van vaststelling van dit Beleidskader sportsponsoring is de 3^e herziening van het *Uitvoeringsbeleid Programma Gelderland Sport!* (zaaknummer 2017- 012380) van toepassing.

eigen behoeftes te voorzien. Voor de organisatie bestaat het profijt uit de overeenkomst uit de geldsom die wordt verkregen en het partnerschap met de provincie.

4. Uitgangspunten voor sponsoring

Voorwaarden

Ons college selecteert periodiek de evenementen, waarmee de provincie een sponsorcontract wil aangaan. De evenementen zijn opgenomen op de *Evenementenkalender sportsponsoring 2018-2019*. Deze is te vinden in bijlage 1. De kalender heeft betrekking op 2018 en 2019. Bij een aantal evenementen zal mogelijk voor twee jaar een sponsorcontract worden gesloten. De evenementenkalender wordt najaar 2018 aangevuld met nieuwe evenementen.

De provincie wil zich alleen aan kwalitatief hoogwaardige sportevenementen verbinden, die goed passen bij Gelderland. Voorwaarden voor plaatsing van sportevenementen op de evenementenkalender sportsponsoring zijn;

- het betreft een evenement van één van de zes Gelderse kernsporten of een evenement van een tweederingskernsport waarbij gebruik wordt gemaakt van een accommodatie die met subsidie van de provincie tot stand is gebracht;
- het evenement draagt bij aan de profilering en positieve uitstraling van de provincie;
- het evenement heeft een bovenregionale uitstraling, bereikt een breed publiek en heeft een hoge exposurewaarde voor Gelderland of de regio, met minimaal een bereik van nationale media;
- het evenement verbetert het imago van de provincie en vergroot de naamsbekendheid, passend bij de realisering van provinciale beleidsdoelen. Dit betekent dat het evenement past binnen de Gelderse identiteit van een vitaal, gezond en aantrekkelijk Gelderland of dat het evenement bijdraagt aan Gelderland als dé wandel/hardloop, fiets- en paardenprovincie;
- het betreft een NK, EK, WK of een ander grootschalig evenement van minimaal nationaal niveau, waar sporters op het hoogste competitieniveau tegen elkaar uitkomen;
- het evenement vergroot op langere termijn de kans op het winnen van een bid van internationale evenementen door een organisatie binnen Gelderland;
- het evenement is financieel gezond;
- de organisator maakt aannemelijk dat het wordt gefinancierd met tenminste 50% private (niet overheids-) financiering;
- het evenement heeft meer dan 3000 deelnemers en/of bezoekers;
- voorafgaand, tijdens of na het evenement worden side events georganiseerd;
- het evenement en bijbehorende side events hebben een grote economische en maatschappelijke impact, zoals beschreven in het *Uitvoeringsbeleid Gelderland Sport!*;
- voor niet-competitieve evenementen geldt als voorwaarde dat het om een grootschalig evenement moet gaan, van minimaal nationaal niveau met minimaal 25.000 bezoekers en/of deelnemers.

Combinatie van evenementen

Voor sportevenementen die met elkaar samenhangen, kunnen wij kiezen voor een sponsorship van het geheel van evenementen. De sponsorafspraken worden in zo'n geval vastgelegd in een contract met afspraken voor de betrokken evenementen en organisatoren. Het gaat om evenementen waarvan gezamenlijke sponsoring meerwaarde heeft voor de provincie. Te denken valt aan sportevenementen die in de aanloop naar een EK of WK worden georganiseerd, gelijksoortige evenementen binnen een bepaalde sport of meerdere evenementen georganiseerd door één organisator.

Uitsluitingsgronden

Evenementen die in aanmerking komen voor provinciale subsidie zijn niet uitgesloten van een sponsorship als ze voldoen aan de hiervoor genoemde voorwaarden. Van deze mogelijkheid zal pas gebruik worden gemaakt nadat de *Regels Ruimte voor Gelderland* zodanig zijn aangepast, dat de sponsorbijdrage niet ten koste gaat van de subsidie die voor het evenement kan worden verkregen. Voorkomen moet worden dat de doelstellingen van subsidieverlening en sponsoring elkaar doorkruisen.

Ter bescherming van de integriteit van de provincie worden sponsorships alleen aangegaan met partijen van goede reputatie en met ervaring in het organiseren van sportevenementen. Om zoveel mogelijk met betrouwbare partijen in zee te gaan, worden organisatoren gescreend. Wij vragen de organisator zo nodig informatie aan te leveren om te vast te stellen dat wij met een bonafide en professionele partij in zee gaan.

Tegenprestaties

De tegenprestaties voor de sponsoring moeten aansluiten op de beleidsdoelstellingen van de provincie. De te leveren tegenprestaties, de "rechten", worden per geval overeengekomen. Het sponsorbedrag komt overeen met de marktwaarde van de door de provincie ingekochte exposure en anderen rechten.

De tegenprestaties kunnen bijvoorbeeld bestaan uit:

1. Communicatierechten: logovermelding op websites en communicatiemateriaal, zoals boarding, posters, vlaggen, promo-video's op schermen, provincievlag op locatie, advertenties in het programmaboekje, etc.
2. Exclusieve sponsorrechten: het recht op unieke mogelijkheden voorbehouden aan de hoofdsponsor en/of partners van een evenement. Voorbeelden zijn meet&greet, publieksacties, naamgevend sponsorrecht, naamgeving aan een onderdeel van het evenement, etc.
3. Associatieve rechten: het recht om het logo te mogen gebruiken van de organisator van het evenement. Het kan gaan om het logo van het sportevenement of de sportbond.
4. Mediarechten: bijvoorbeeld afspraken over het meenemen van nader af te spreken beeldmateriaal over Gelderland of de regio in TV- of online-uitzendingen over het evenement. Het gaat daarbij om beelden met relevantie voor de beleidsdoelstellingen van de provincie, met het oog waarop het sponsorship wordt aangegaan.
5. Relatiemanagement rechten: bijvoorbeeld toegangskarten voor like&win-acties, toegangskarten voor netwerkbijeenkomsten.

Om integriteitsrisico's zoveel mogelijk uit te sluiten, is de provincie terughoudend bij het bedingen van VIP-arrangementen e.d. Dergelijke arrangementen worden alleen bedongen voor functioneel gebruik en alleen als de inzet ervan aantoonbaar meerwaarde heeft voor het behalen van bepaalde provinciale beleidsdoelstellingen. Het gebruik van VIP-toegangskarten wordt beperkt tot bestuurders, Statenleden en ambtenaren, voor wie dit uit hoofde van hun functie aantoonbaar van belang is. Als dit aantoonbaar functioneel is, kunnen zij ook voor relaties van bestuurders en Statenleden worden gebruikt.

Aanvullende communicatieactiviteiten ter versterking van de sponsoring (activatie)

Waar mogelijk zal de provincie de doelen van sponsoring versterken met aanvullende eigen, provinciale, activiteiten (merk-activatie) en inzet van provinciebestuurders. Zo wordt een hoger rendement uit sponsoring behaald. Hierover worden met de organisatie afspraken gemaakt. Het kan bijvoorbeeld gaan om:

- meenemen van een gesponsord evenement in een eigen social media campagne;

- acties ter promotie van een evenement in een eigen social media campagne;
- zichtbaar maken van beleid/beleidsprojecten door middel van een of meer infostands bij het evenement, advertorial, promotiefilms, social media, brochures, etc.;
- een actieve rol van bestuurders tijdens het evenement, zoals het verzorgen van een opening, startschot, prijsuitreiking, etc.

Sponsorbedrag

De omvang van het sponsorbedrag is gerelateerd aan de marktwaarde van de ingekochte rechten en gaat deze niet te boven.

5. Aanpak

Het initiatief tot sponsoring ligt bij de provincie Gelderland. Op basis van de vastgestelde criteria wordt beoordeeld of een sportevenement aansluiting heeft op de doelstellingen van sponsoring en de provinciale doelen. De evenementen waarvoor dit geldt worden op de Evenementenkalender sportsponsoring opgenomen. Deze wordt vastgesteld door ons college.

6. Financiële Aspecten

De middelen voor sponsoring van sportevenementen worden gedekt uit de middelen voor het *Programma Gelderland Sport! 2015-2019*, plandoel *Met sport bijdragen aan een aantrekkelijk Gelderland*.

7. Juridisch kader / inkoopproces

De sponsorbedragen en tegenprestaties worden contractueel vastgelegd. De sponsorbedragen overstijgen de marktwaarde van de tegenprestaties niet. Voor zover het aangaan van sponsorships kwalificeert als opdracht voor leveringen of diensten, wordt voor sponsorships boven € 50.000,- afgeweken van de Beleidsregels aanbesteding Gelderland 2013. In die zin, dat deze opdrachten enkelvoudig onderhands worden aanbesteed. De specifieke kansen, die het evenement biedt voor de beoogde branding en marketing van het betreffende gebied, rechtvaardigen de afwijking.

Bij het aangaan van een sponsorcontract factureert de organisatie 50% van de sponsorbijdrage bij ondertekening van het sponsorcontract. De resterende 50% wordt na afloop van het evenement gefactureerd nadat voldaan is aan alle voorwaarden in het sponsorcontract. Zoals een evaluatie van het evenement en de overeengekomen sponsorrechten.