



Richtlijnen Sportsponsoring

1 Uitgangspunten Sportsponsoring 2026-2027

a Partnerschap evenementen

Gelderland heeft zich de afgelopen jaren ontwikkeld tot de een van de belangrijkste sportprovincies van Nederland. Er worden jaarlijks meerdere grote nationale en internationale sportevenementen georganiseerd die een grote maatschappelijke impact hebben op de provincie. De provincie stimuleert de komst en organisatie van sportevenementen en de maatschappelijke programma's met subsidie. Zij dragen bij aan de realisatie van sportieve, economische en maatschappelijke doelstellingen. Zij maken de provincie aantrekkelijk om er te wonen, te werken, te ondernemen en te recreëren.

De provincie grijpt de evenementen ook aan om haar eigen partnerschap met evenementen nadrukkelijker te profileren. Hiermee de aantrekkelijkheid van Gelderland actief uit te dragen en aan inwoners te laten zien wat sport doet met Gelderland. De provincie doet dit door sponsorschappen bij evenementen aan te gaan. Zij bieden kansen om de provincie als partner van sportevenementen uit te dragen en actuele beleidsdoelstellingen van de provincie voor het voetlicht te brengen en met elkaar te verbinden. Deze richtlijnen beschrijven welk beleid provincie Gelderland voert bij het aangaan van sponsorovereenkomsten.

b Winwin

Sponsoring van sportevenementen levert voordelen op voor de provincie, maar ook voor organisatoren. Voor de organisator levert het een betrokken partner op. Naast geld dat voor het evenement kan worden ingezet. Voor de provincie levert het 'sponsorrechten' op, die aangewend worden voor eigen communicatie- en hospitality-doelen, maar ook voor meer inhoudelijke en maatschappelijke beleidsdoelen, bijvoorbeeld op het gebied van duurzaamheid, voeding, lobby, vrijheid, inclusiviteit, mobiliteit en recreatie en toerisme. Voor organisatoren van

sportevenementen is sponsoring een vertrouwd instrument. Het sluiten van sponsorovereenkomsten is in de sportwereld al lang gangbaar. Naast de geldelijke bijdrage is voor de organisatoren het partnerschap belangrijk, dat inherent is aan een sponsorschap. Het partnerschap met een betrouwbare overheid is een blijk van vertrouwen, dat behulpzaam is bij het vinden van andere sponsors c.q. partners.

c. Onderhandelingen

Een sponsorschap wordt aangegaan door middel van een privaatrechtelijke overeenkomst tussen de provincie en de organisator van het sportevenement. In de overeenkomst wordt vastgelegd welke sponsorrechten de provincie inkoopt en welke sponsorbijdrage zij daarvoor betaalt. De onderhandelingen hierover vinden plaats op basis van een standaardovereenkomst van de provincie met een aantal vaste voorwaarden. De in te kopen sponsorrechten sluiten aan op de eigen behoeften van de provincie op het gebied van communicatie, hospitality of de realisatie van inhoudelijke beleidsdoelstellingen. De sponsorbijdrage, die hiervoor wordt betaald, is marktconform. Zij zal de marktwaarde van de ingekochte rechten niet te boven gaan. Als extra zekerheid op dat punt worden overeengekomen bijdragen door een onafhankelijk marketingbureau op marktconformiteit getoetst.

d Meerjarige overeenkomsten

Om maximaal rendement te halen uit de partnerschappen met sportevenementen wordt met een aantal organisatoren meerjarige overeenkomsten gesloten binnen de periode 2025 t/m 2027. Dit geeft de provincie en de organisator de ruimte om voor een langere periode naar het partnerschap te kijken en daarmee te investeren in het partnerschap.

2 Sponsorrechten

Sponsorrechten worden gebruikelijk naar hun aard onderscheiden in communicatieve-, associatieve-, hospitality- en bijzondere rechten. De sponsorschappen van de provincie bevatten doorgaans een mix van deze typen, met het zwaartepunt bij communicatieve rechten.

a Communicatieve rechten

Af te spreken communicatieve rechten hebben tot doel Gelderland zichtbaar te maken als aantrekkelijke provincie en als overheid met bepaalde beleidsdoelstellingen. Daarvoor kan een breed scala aan middelen worden ingezet. Om een aantal voorbeelden te noemen, vlaggen en banners op het evenemententerrein, logo's op aankondigingsposters, interviewwanden, websites, boarding, artikelen of advertenties in programmaboekjes, audio- of videoboodschappen, optredens van een gedeputeerde bij de opening of prijsuitreiking, afspraken over het in beeld brengen van Gelderland in tv- of online-uitzendingen, nieuwsbrieven en social media updates.

b Associatieve rechten

Door het aangaan van een sponsorschap associeert de provincie zich met het betreffende evenement, en het evenement zich met de provincie. Door samen actief uit te dragen partners te zijn kan het rendement uit het sponsorschap worden vergroot. De provincie of een beleidsboodschap, die zij onder de aandacht wil brengen, lift als het ware mee op de bekendheid van het evenement. Met de organisatie van het evenement worden daarover afspraken gemaakt. Te bedingen associatieve rechten zijn bijvoorbeeld:

- meenemen van het gesponsorde evenement in een eigen social media campagne;
- acties ter promotie van het evenement in een eigen social media campagne;
- zichtbaar maken van beleid of beleidsprojecten door middel van een of meer infostands bij het evenement, advertorial, promotiefilms, social media, brochures, etc.;
- gebruik van het logo van het evenement in provinciale uitingen, al of niet in combinatie met het provinciale logo;
- een actieve rol van bestuurders tijdens het evenement, zoals het verzorgen van een opening, startschot, prijsuitreiking, opening van netwerkbijeenkomsten etc.

Een voorbeeld is het partnerschap met de grote wandelevenementen in Gelderland.

Deze evenementen worden georganiseerd door

een grote mate van betrokkenheid van veel vrijwilligers. Via de sponsorschappen met deze organisatoren werken we aan de waardering, werving en erkenning van vrijwilligers. Als partner zijn we hier trots op en laten dit graag aan het brede publiek zien. Om zo bij te dragen aan de waardering, erkenning en werving van vrijwilligers voor evenementen in Gelderland.

c Hospitality-rechten

Evenementen zijn bij uitstek geschikt voor relatie-management: het creëren van nieuwe netwerken en het onderhouden van bestaande. Hiermee verstevigen we onze provinciale relaties. Evenementen bieden een basis om in een bijzondere setting als netwerken in gesprek te zijn. Relaties kunnen worden verdiept, verbeterd en aangehaald worden.

Het sponsorschap kan afspraken inhouden over van de organisator af te nemen hospitality, bijvoorbeeld in de vorm van:

- mogelijkheden om in de marge van het evenement bijeenkomsten te organiseren;
- verkrijging van toegangskaarten voor tribune of VIP gedeelten;
- meet&greet's met topsporters of evenementambassadeurs;
- rondleidingen op het evenemententerrein of in de sportaccommodatie
- blik achter de schermen van de organisatie van het evenement.

Een aantal voorbeelden:

- tribunekaarten voor specifieke doelgroepen zoals mensen met afstand tot sporten, inwoners uit wijken met lage sociaal economische positie, talenten of vrijwilligers;
- een vergadering met regiogemeenten over een bepaald beleidsonderwerp in de marge van een evenement, met een rondleiding achter de schermen en de mogelijkheid om na afloop van de dynamiek van het evenement te genieten;
- een bijeenkomst voor (een deel van) het netwerk van het Gelders Sportakkoord, waarin een van de thema's van het sportakkoord worden behandeld rondom een grootschalig sportevenement;
- een kijkje achter de schermen bij een evenement, waarbij andere organisatoren geïnspireerd raken hoe een organisator omgaat met duurzaamheidsvraagstukken;
- een bijeenkomst bij een evenement voor buitenlandse delegaties, afkomstig uit de landen die aan de wedstrijden deelnemen of waarvandaan veel publiek afkomstig is;
- sporttalenten uitnodigen voor een meet&greet bij een evenement met een inspirerende sporter.

De provincie is zorgvuldig bij het bedingen van hospitality-rechten en behoedzaam bij de inzet ervan. Zij is zich bewust van de integriteitsrisico's die met hospitality gepaard kunnen gaan. VIP-arrangementen worden daarom alleen bedongen voor functioneel gebruik en alleen als deze duidelijke meerwaarde hebben voor het behalen van provinciale beleidsdoelstellingen. Het gebruik van VIP-kaarten wordt beperkt tot bestuurders, Statenleden en ambtenaren voor wie dit uit hoofde van hun functie aantoonbaar van belang is. Met datzelfde oogmerk kunnen zij ook voor relaties van de provincie worden gebruikt.

d Bijzondere sponsorrechten

Evenementen bieden soms vanwege hun specifieke aard uitgelezen mogelijkheden om bepaalde beleidsdoelen van de provincie op een bijzondere manier voor het voetlicht te brengen. Met de organisatoren worden de kansen hiervoor onderzocht. Afspraken hierover worden doorgaans al in de sponsorovereenkomst opgenomen, maar soms blijken de kansen pas tijdens de uitvoering van het evenement. In die gevallen wordt op basis van goed partnerschap daarover alsnog afspraken gemaakt.

Een paar voorbeelden uit de sponsorpraktijk:

- de opening van een pop-up restaurant bij evenementen waar gezonde, duurzame voeding uit de regio wordt gepromoot;
- een publieksactie rondom thema's als duurzaamheid, fietsvaardigheid of gezonde leefstijl bij diverse evenementen;
- vrijheid en herdenken als thema in de communicatie rondom een evenement welke in aanloop van de Olympische spelen plaatsvindt;
- deelname aan vitaliteitsprogramma's voor medewerkers van provincie Gelderland ter versterking van de vitaliteit van eigen medewerkers;
- vrijwilligers van een evenement die door de organisatie en de provincie extra in het zonnetje gezet worden voor hun inzet bij evenementen.

3 Criteria sponsoring sportevenementen

Op basis van onderstaande criteria selecteert de provincie periodiek evenementen die voor een sponsorschap in aanmerking komen. Op de Evenementenkalender sportsponsoring 2025-2027 zijn de evenementen opgenomen die voor deze periode zijn uitgekozen.

De evenementenkalender wordt elk najaar, indien nodig, geüpdatet aan het college worden voorgelegd ter vaststelling. Met een aantal organisatoren van evenementen op de evenementenkalender worden meerjarige overeenkomsten vastgesteld.

Criteria sportsponsoring 2026-2027

- 1 het moet gaan om een kwalitatief hoogwaardig sportevenement, dat goed bij Gelderland past;
- 2 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;
- 3 het evenement is financieel gezond;
- 4 het betreft een evenement binnen een Olympische of Paralympische discipline;
- 5 het evenement is van minimaal nationaal kampioenschap niveau, waar sporters op het hoogste competitieniveau tegen elkaar uitkomen;
- 6 de betreffende sportbond die betrokken is bij het evenement verklaart dat het evenement past binnen de evenementenstrategie en dat het evenement voldoet aan de gedragscodes van Centrum Veilige Sport;
- 7 het evenement versterkt het imago van de provincie als overheid en vergroot de naamsbekendheid, passend bij de realisering van provinciale beleidsdoelen;
- 8 Het evenement draagt bij aan de verbinding tussen top- en breedtesport en heeft een inspirerende werking op de samenleving;
- 9 voorafgaand aan, tijdens en na het evenement wordt een maatschappelijk programma uitgevoerd waarbij de Gelderse samenleving actief betrokken wordt;
- 10 het evenement past in de strategie van een toegewezen of in voorbereiding zijnde bid, waar provincie Gelderland bij betrokken is, van een evenement in Gelderland;
- 11 het evenement wordt op enigerlei wijze aantoonbaar door de gemeente(s) waarin het plaatsvindt ondersteund;
- 12 het evenement heeft naar redelijke verwachting meer dan 7.500 deelnames en bezoeken.

In afwijking van criteria 4, 5 en 11 komen ook evenementen voor sponsoring in aanmerking als het gaat om een grootschalig evenement met minimaal 15.000 deelnames en bezoeken. Deze evenementen voldoen aan een bijzondere invulling van één of meerdere van de eerdere criteria.

a Combinatie van evenementen

Voor sportevenementen die met elkaar samenhangen, kan de provincie kiezen voor een sponsorschap van het geheel van evenementen. De sponsorafspraken worden in zo'n geval vastgelegd in een overeenkomst 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.

b Enkele begrenzingsen

Initiatief

Het initiatief tot sponsoring ligt bij de provincie. Op basis van vooraf vastgestelde criteria wordt beoordeeld of een sportevenement aansluiting heeft op de doelstellingen van sponsoring en provinciale beleidsdoelen. De selectie van nieuwe evenementen op de Evenementenkalender sport sponsoring vindt als regel plaats in het jaar voorafgaande aan het jaar waarin het evenement plaatsvindt. De aanwezigheid op deze kalender is geen garantie om tot een sponsorschap te komen. Om tot een overeenkomst te komen gaan organisatie en de provincie in onderhandeling.

Aanbesteding

Voor sponsorovereenkomsten boven € 50.000,- wordt, voor zover deze als opdracht voor leveringen of diensten kwalificeren, afgeweken van de Beleidsregels aanbesteding Gelderland 2013. De opdrachten worden enkelvoudig onderhands aanbesteed. De specifieke kansen, die de verschillende sportevenementen bieden voor de beoogde branding en marketing van de provincie, rechtvaardigen de afwijking.

Mandaat

In het algemene mandaatreglement van de provincie wordt de bevoegdheid tot het aangaan van sportsponsorovereenkomsten toegekend aan de algemeen directeur. De teammanager Sport beschikt over een ondermandaat. Zij zijn bevoegd om, namens Gedeputeerde Staten, sponsorschappen aan te gaan voor sportevenementen die binnen de Richtlijnen Sport sponsoring passen en vermeld zijn op de evenementenkalender Sport sponsoring.

Sportponsorovereenkomsten worden desondanks ter besluitvorming aan Gedeputeerde Staten voorgelegd als maatschappelijke, beleidsmatige, politieke, juridische of financiële omstandigheden daartoe aanleiding geven. In die gevallen wordt geen gebruik gemaakt van het ambtelijke mandaat en beslissen Gedeputeerde Staten zelf.

Betaling

Bij het aangaan van de marktconforme sponsorovereenkomsten factureert de organisatie 50% van de sponsorbijdrage bij ondertekening van het sponsorovereenkomst. De resterende 50% wordt na afloop van elk evenement gefactureerd nadat voldaan is aan alle voorwaarden in de sponsorovereenkomst. Zoals een evaluatie van het evenement en de overeengekomen sponsorrechten. Het gaat hier om een percentage van het sponsorbedrag per editie van een evenement.

c Samenloop sponsoring en subsidieverlening

Sponsoring is ook mogelijk voor evenementen die in aanmerking komen voor subsidie. Sponsoring en subsidieverlening verschillen qua grondslag en doelstelling sterk van elkaar. Maar zij hebben gemeen dat ze een financiële investering van de provincie inhouden, die ten bate komt van het sportevenement. Om een onevenredige grote investering te voorkomen wordt met sportevenementen waarvan het hoofdevenement voor subsidie van een regulier sportevenement van de provincie in aanmerking komt, niet tevens een sponsorovereenkomst gesloten. Zo wordt voorkomen dat een organisator van een zowel subsidie als sponsoring gebruik kan maken voor het hoofdevenement. Alleen in het geval van een groot internationaal evenement, zoals EK's en WK's wordt een combinatie ingezet van beide instrumenten.

Provincie Gelderland

Markt 11
6811 CG Arnhem
Postbus 9090
6800 CX Arnhem
026 359 99 99
provincieloket@gelderland.nl
www.gelderland.nl