

Juryreglement SponsorRingen Editie 2026

Inleiding

De SponsorRingen worden jaarlijks uitgereikt onder verantwoordelijkheid van de Stichting SponsorRingen aan de beste sponsorcases van Nederland. Het bestuur van de Stichting SponsorRingen spant zich in voor de groei van SponsorRingen met als doel het vakgebied in Nederland verder te professionaliseren en te promoten. Ook wil zij de pool van sponsors in Nederland vergroten. In dat kader worden diverse activiteiten (waaronder de uitreiking van de SponsorRingen) ontwikkeld. Het gaat hierbij om het tonen en delen van de breedte en het belang van het vakgebied.

In editie 2026 zijn de volgende SponsorRingen te winnen:

1. SponsorRing Branded Content & Media Partnership
2. SponsorRing Cultuur
3. SponsorRing Entertainment
4. SponsorRing Maatschappij
5. SponsorRing Sport
6. SponsorRing Content (beste gebruik van)
7. SponsorRing Creativiteit (beste gebruik van)
8. SponsorRing Data-driven Impact (beste gebruik van)
9. SponsorRing Talent van het Jaar
10. SponsorRing Special

Bij de eerste 5 categorieën worden een Gouden, een Zilveren en een Bronzen SponsorRing uitgereikt. In de categorie 6 - 10 is er één winnaar die de SponsorRing wint.

Samenstelling vakjury's en hoofdjury

Elke categorie heeft een vakjury van minimaal drie en maximaal vijf leden en staat onder leiding van een voorzitter. De juryleden worden aangedragen en benaderd door de juryvoorzitter, in overleg met het bestuur. De voorzitter en leden van de hoofdjury worden benoemd door het bestuur van de Stichting SponsorRingen. Elke jury heeft bij voorkeur een brede samenstelling met vertegenwoordiging vanuit de diverse bij sponsoring betrokken disciplines en werkvelden. Ieder jurylid kan slechts zitting hebben in één vakjury. De juryleden zijn afkomstig uit de volgende werkvelden:

- kunst
- cultuur
- entertainment

• (social) media
• evenementen
• sport
• onderzoek & data
• overheidsorganisaties
• bedrijfsleven

De SponsorRing Special wordt bepaald door het bestuur van de Stichting SponsorRingen in overleg met de voorzitters van de vakjury en de hoofdjury. Deze SponsorRing wordt alleen uitgereikt in geval van een bijzondere prestatie. Dit kan gaan om een sponsorship, een bureau, een persoon, een evenement etc.

De jury's worden vanuit de Stichting SponsorRingen ondersteund door een secretariaat (Golazo Media). Contactgegevens: info@sponsorringen.nl / tel. 06 462 950 88 (Marleen Kessel) en tel. 06 200 87 052 (Charissa Bree).

Zittingstermijn

De zittingstermijn van juryleden van de vakjury en de hoofdjury beslaat een periode van vier jaar (maximaal een termijn). Een jurylid wiens termijn van vier jaar afloopt kan wel in aanmerking komen voor een tweede termijn van vier jaar als voorzitter van dezelfde jury. In geval van vervanging van de juryvoorzitter van de vak- of hoofdjury gebeurt dit in overleg met het bestuur.

Werkzaamheden vakjury SponsorRingen categorie 1 tot en met 5

1. De jury zorgt voor een zorgvuldige en onafhankelijke beoordeling van de cases op basis van de criteria zoals die per vakjury zijn bepaald. Inzenders vullen een uitgebreid motivatieformulier in.
2. De jury is verantwoordelijk voor het vaststellen van een shortlist van drie van de beste ingediende cases. De hoofdjury beoordeelt alleen de cases van de shortlist en kan niet zelf een case toevoegen aan de shortlist.
3. De jury beslist bij meerderheid van stemmen. Bij stakende stemmen is de stem van de voorzitter doorslaggevend. Tenzij de voorzitter zelf betrokken is bij een case, dan besluit de plaatsvervangend voorzitter.
4. Alle cases van de shortlist worden mede door de hoofdjury beoordeeld. De hoofdjury en voorzitter van de vakjury besluiten in een gezamenlijk overleg of er SponsorRingen worden uitgekeerd aan de cases van de shortlist en de kleur van de eventuele ring. Per categorie worden drie prijzen uitgereikt: Goud, Zilver en Brons. De hoofdjury heeft ten allen tijde de beslissende stem.
5. De vertegenwoordigers van de cases van de shortlist van de SponsorRingen 1 t/m 5 zijn verplicht hun ingediende case voor de hoofdjury te presenteren. De finale afstemming vindt plaats direct na de presentaties door de hoofdjury inclusief de desbetreffende vakjuryvoorzitter. Cases die niet zijn geselecteerd voor de presentatie komen niet in aanmerking voor een SponsorRing en worden hierover per e-mail geïnformeerd.
6. De juryvoorzitter voorziet het secretariaat van het scoringsformulier / input juryrapport met een korte feedback per case en het oordeel van de jury (zie bijlage 2). De uitkomsten

worden gedeeld met de inzenders én (deels) opgenomen in de speciale editie van SponsorReport die rond de Awardshow verschijnt.
7. De voorzitter en juryleden zijn aanwezig bij de jaarlijkse prijsuitreiking tijdens de Awardshow van de SponsorRingen. Voorzitters en leden van de hoofdjury kunnen gratis deelnemen. Juryleden ontvangen bij inschrijving een korting van 50% op de voor hen geldende deelnameprijs.

Werkzaamheden vakjury voor SponsorRingen categorie 6 tot en met 9

1. De jury zorgt voor een zorgvuldige en onafhankelijke beoordeling van de cases op basis van de criteria zoals die per vakjury zijn besproken. Inzenders geven bij hun inschrijving antwoord op vier vragen; een uitgebreidere motivatie zoals bij de SponsorRingen 1 t/m 5 is niet nodig. Bij Talent van het Jaar geldt een andere procedure waarbij tijdens een fysieke bijeenkomst op een nader te bepalen datum een case moet worden uitgewerkt en gepresenteerd.
2. De jury is verantwoordelijk voor het bepalen van de winnaar in de betreffende categorie. Er is per categorie één SponsorRing te winnen.
3. De jury beslist bij meerderheid van stemmen. Bij stakende stemmen is de stem van de voorzitter doorslaggevend. Tenzij de voorzitter zelf betrokken is bij een case, dan besluit de plaatsvervangend voorzitter. Is een jurylid betrokken bij één van de cases, dan onthoudt hij/zij zich van het beoordelen van de betreffende case.
4. De juryvoorzitter voorziet het secretariaat van een juryrapport met een korte feedback per case en het oordeel van de jury (zie bijlage 2). De uitkomsten worden gedeeld met de inzenders én (deels) opgenomen in de speciale editie van SponsorReport die rond de Awardshow verschijnt.
5. De voorzitter en juryleden zijn aanwezig bij de jaarlijkse prijsuitreiking tijdens de Awardshow van de SponsorRingen. Voorzitters kunnen gratis deelnemen. Juryleden ontvangen bij inschrijving een korting van 50% op de voor hen geldende deelnameprijs.

Geheimhouding

De jury is verplicht bij haar werkzaamheden strikte geheimhouding en uiterste zorg aan te houden. De geheimhouding geldt tot en met de uitreiking van de prijzen bij de Awardshow. Juryleden verbinden zich ertoe om vertrouwelijke informatie en documenten, die zij ontvangen in het kader van hun werkzaamheden in de jury en beoordeling van cases, niet te gebruiken ten eigen bate noch ten bate van derden.

Integriteit

De juryleden geven voorafgaand aan de beoordeling aan of zij betaalde of onbetaalde werkzaamheden verrichten of gaan verrichten voor de bij de ingediende cases betrokken organisaties. Juryleden melden dit bij de voorzitter van de jury, zijn niet bij de behandeling van deze case aanwezig en onthouden zich van het beoordelen van de specifieke case. De andere cases worden wel door het betreffende jurylid beoordeeld.

Procedure

- Belangstellenden schrijven zich in voor de SponsorRingen via het digitale inschrijfformulier op de website www.sponsorringen.nl. Hierop staat een aantal vragen over de inhoud van de case. Voor de SponsorRingen categorie 1 t/m 5 dient aanvullend hierop een uitgebreid

digitaal motivatieformulier te worden ingevuld. Ook voor Talent van het Jaar geldt een aanvullende procedure.
- De ingevulde formulieren worden gescreend door het bestuur dat indien nodig in overleg gaat met de vakjuryvoorzitter. De motivaties worden met de vakjury gedeeld.
- De vakjury stelt daarop de shortlist vast.
- De cases van de shortlist van de SponsorRing 1 t/m 5 ontvangen tenminste twee weken voorafgaand bericht over de plaatsing op de shortlist en de live presentatie ten overstaan van de hoofdjury en voorzitter van de vakjury om hun case mondeling toe te lichten.
- De genomineerden houden tijdens de jurybijeenkomst een mondelinge presentatie, ondersteund met een powerpoint of videobeelden.
- Na afloop van de presentatie is er de mogelijkheid voor de leden van de hoofdjury en de voorzitter van de vakjury om vragen te stellen. Aansluitend beraadslaagt de hoofdjury met de voorzitter van de vakjury om tot een eindoordeel te komen.
- Bij het staken der stemmen, beslist de juryvoorzitter van de hoofdjury.
- De hoofdjury legt haar overwegingen en besluiten vast in een juryrapport (zie bijlage 2).
- Bij de SponsorRing categorie 6 t/m 9 bepaalt de vakjury of er een SponsorRing wordt uitgereikt en zo ja aan welke case.
- Tijdens de Awardshow worden alle winnaars bekend gemaakt, onder andere met korte citaten uit de juryrapporten. Het volledige juryrapport wordt opgenomen in de speciale editie rond de SponsorRingen die na afloop van de Awardshow wordt uitgereikt aan de deelnemers.
- De besluiten van de hoofdjury (SponsorRing 1 t/m. 5), vakjury (SponsorRing 6 t/m. 9) en bestuur (SponsorRing 10 - SponsorRing Special) zijn bindend en worden alleen dan herroepen wanneer een inzender naar later blijkt fraude heeft gepleegd. In geval van interpretatieverschil rondom deze fraude, tussen de inzender en de SponsorRingen, beslist de dan zittende hoofdjury.

Beoordelingscriteria

De beoordelingscriteria staan in detail beschreven in het beoordelingsdocument, zie bijlage 1.

Prijsuitreiking

De SponsorRingen worden jaarlijks uitgereikt tijdens de Awardshow SponsorRingen.

Overig

In gevallen waarin het juryreglement niet voorziet, beslist de vakjury in overleg met het bestuur en/of hoofdjury.



Bijlage 1. Beoordelingscriteria

Inleiding SponsorRingen

In de jaren dat de SponsorRingen bestaan is bewezen dat ze een stimulans vormen voor de professionals binnen de sponsorwereld. De prijzen trekken landelijke en regionale publiciteit. De doelen van de prijzen worden als volgt omschreven:

1. het leveren van een bijdrage aan de ontwikkeling van het vakgebied (kwaliteit, innovatie en professionaliteit bevorderen);
2. het uitdragen van het belang van sponsoring als onderdeel van de marketing- en communicatiemix;
3. het winnen van een SponsorRing is een relatieve maatstaf van succes.

Daarbij gelden de volgende uitgangspunten:

1. De prijzen moeten leven in de sector;
2. Het winnen van een prijs geeft extra status;
3. Er is sprake van duidelijke categorieën en scherpe criteria;
5. Heldere communicatie intern en extern;
6. De vakjury's en hoofdjury hebben een diverse, uitgebalanceerde samenstelling en zorgen met elkaar voor een goede weging;
7. Het bestuur van de SponsorRingen heeft kwaliteit hoog in het vaandel staan, zowel waar het gaat om de organisatie, de communicatie, de vormgeving en de uitreiking tijdens de Awardshow.

Algemene beoordelingscriteria (in volgorde van belangrijkheid)

1. Meetbare doelstellingen
2. Uitvoering (concretisering van doel naar uitvoering; exposure, belangstelling, commerciële/persoonlijke/maatschappelijke impact)
3. Mate van vernieuwing (creativiteit, innovatie, originaliteit)
4. Facts & figures (budget, merkeffecten, mediaresultaten, aantallen, waardering, bestedingen)
5. Samenwerking tussen de sponsor, de gesponsorde en het bureau

Beoordelingscriteria SponsorRing categorie 1 tot en met 5

1. Branded Content & Media Partnerships

Voor cases waarbij merken en gesponsorde elkaar maximaal versterken en dit wordt aangetoond via onderzoek en/of verkoopresultaten. Dit kan gaan om sponsoring door merken van een TV programma tot een sponsorship van een mediapartner, waarbij

meerdere kanalen geïntegreerd ingezet worden. Het gaat bij voorkeur niet om incidenteel, maar juist om het structureel inzetten van content. Dit kan zowel fysiek, in mediakanalen of in eigen kanalen plaatsvinden. Bij eigen kanalen kan er gedacht worden aan bijvoorbeeld een eigen app, een magazine of een fysieke locatie.

2. Cultuur
Heb jij dit jaar een meesterwerk(je) gemaakt samen met een partij uit het culturele veld? Een activatie of vernieuwend concept dat heel Nederland moet zien? Klein of groot, dat maakt niet uit. Als het maar bewezen effectief is en alle betrokken partijen winnaar zijn. Dien dan je casus in! Het culturele veld is breed. Laat je vooral niet beperken. Het omvat onder andere culturele evenementen, podiumkunsten, musea, orkesten, theater, beeldende kunst, klassieke of populaire muziek of film. Daag ons vooral uit!

3. Entertainment
Voor cases op het gebied van entertainment. Je case is een meesterwerk (klein of groot). En is zichtbaar gemaakt en geactiveerd via diverse middelen. Daar had iedereen graag zijn handtekening onder gezet. De resultaten van het sponsorship maak je inzichtelijk en spreken voor zich. Het heeft de sponsor en de gesponsorde veel gebracht. Met het publiek als grote winnaar. Denk aan sponsorcases op het gebied van gaming, film, muziek, theater, festivals, musicals, live performance, artiesten maar ook aanverwante spaarprogramma's.

4. Maatschappij
Voor cases die aansluiten bij maatschappelijke thema's en issues van vandaag de dag. De case is geloofwaardig en relevant. En, heel belangrijk, waar bedrijfsleven en maatschappelijke thema's samen komen en elkaar versterken. Bij voorkeur heeft het ook concreet resultaat opgeleverd. Voor de sponsor, gesponsorde en Nederland. Dat zien we terug in prestatie-indicatoren. De case laat zien wat het effect van het sponsorship is en maakt duidelijk wat de maatschappelijke impact is. Waarom zijn we er beter van geworden? Denk aan sponsorcases op het vlak van maatschappelijke projecten, corporate social responsibility, ontwikkelingshulp, partnerships met NGO's, samenwerking op het gebied van educatie, natuur & milieu of gezondheid & welzijn.

5. Sport
Voor cases die uitblinken op het gebied van sportsponsoring. De case is een perfect een-tweetje tussen sponsor en gesponsorde. Allebei zijn er beter van geworden en kunnen moeiteloos onderbouwen wat het heeft opgeleverd op het gebied van merk, reputatie, commercie, sales … Maar ook wat het heeft gedaan voor de gesponsorde. Wat heeft het meer opgeleverd dan financiële ondersteuning? Wie wordt er gelukkig van? Denk aan sponsorcases van bedrijven met sportorganisaties, sportevenementen, sportcompetities, sportbonden en individuele sporters.

Beoordelingscriteria SponsorRing categorie 6 tot en met 9

6. Content (beste gebruik van)
In deze case wordt aangetoond dat een merk een duidelijke connectie of activatie heeft weten te realiseren met de consument, gebruik makend van een effectieve contentstrategie. Hierbij is niet enkel bereik doorslaggevend maar juist ook engagement met de content en/of een eventuele activatie. Dit kan zowel fysiek, in media kanalen of in eigen kanalen plaatsvinden. Bij eigen kanalen kan er gedacht worden aan bijvoorbeeld een eigen app, een magazine, een chatbot, etc. Laat duidelijk zien wat het behaalde resultaat is in verhouding tot het budget en waarom dit onderscheidend of innovatief is.

7. Creativiteit (beste gebruik van)
Een (onderdeel van een) sponsorcase is op uitzonderlijk creatieve en verrassende wijze ingevuld. Het idee is jaloersmakend goed. Dat hadden we allemaal willen bedenken. Wow! Een goede executie maakt de case alleen maar sterker. Daarbij is het creativiteit die mensen aanspreekt en zich terugbetaalt in effectiviteit en daarmee in (klinkende) resultaten.

8. Data-driven Impact (beste gebruik van)
Cases die overtuigend aantonen hoe data, onderzoek en inzichten hebben bijgedragen aan het succes van een sponsorship. De winnende case laat zien hoe relevante data en/of onderzoeksinzichten zijn verzameld, geanalyseerd en vertaald naar concrete strategische keuzes, optimalisaties of activaties. Doorslaggevend is niet alleen de kwaliteit van de inzichten, maar vooral de aantoonbare impact ervan.

9. Talent van het Jaar
De SponsorRing Talent van het Jaar wordt voorgedragen door een persoon of organisatie actief in sponsoring. Elke persoon/bedrijf kan maximaal twee talentvolle collega's voordragen. De criteria hiervoor zijn:
. maximaal vijf jaar werkervaring in sponsoring;
. maximaal 30 jaar oud;
. duidelijke eigen rol en bijdrage aan cases van de organisatie waar ze onderdeel van zijn.

Het talent wordt gekozen door een vakjury in twee stappen. Er is een voordracht bestaande uit een onderbouwing door de voordrager waarom hij/zij dit talent nomineert én een schriftelijke presentatie waarin het talent zichzelf voorstelt en onderbouwt waarom hij/zij het talent van het jaar is (format beschikbaar).

De jury kiest uit de inzendingen maximaal zes genomineerde sponsortalenten die zichzelf vervolgens pitchen aan de hand van een vooraf bepaalde opdracht. De talenten presenteren deze live aan de jury en, indien mogelijk, ten overstaan van een breder publiek. Het talent van het jaar wordt gekozen op basis van overtuigingskracht, strategisch inzicht, innovatieve ideeën en creatief vermogen.

De jury let hierbij op:
. goed onderbouwde, consistente presentatie waaruit strategisch inzicht blijkt;
. onderscheidende aanpak waaruit innovatief vermogen en creativiteit blijkt;
. drive, enthousiasme en overtuigingskracht bij het presenteren van de case.

Beoordelingscriteria SponsorRing 10

10. SponsorRing Special

De SponsorRing Special wordt bepaald door het bestuur van de Stichting SponsorRingen in overleg met de voorzitters van de vakjury en hoofdjury, die zelf ook voordrachten kunnen doen. De special wordt alleen uitgereikt in geval van een bijzondere prestatie door een bureau, evenement, een langlopend sponsorship of belangrijke persoonlijkheid binnen de sponsoring sector.



Bijlage 2. Opzet scoringsformulier / input juryrapport

Scoringsformulier / input voor Juryrapport SponsorRingen

Editie:

Categorie:

Case:

Sponsor:

Gesponsorde:

Bureau(s):

Beoordeling: Shortlist / Niet op shortlist

Overall (1-10 punten):

Strategie (1-10 punten):

Effectiviteit (1-10 punten):

Creativiteit (1-10 punten):

Integratie (1-10 punten):

TOTAAL AANTAL PUNTEN:

Toelichting vakjury:

Feedback/tips:

Bijzonderheden: