



## Juryreglement SponsorRingen Editie 2023 (versie 18.12.2023)

### 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 2023 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 & Insights (beste gebruik van)
9. SponsorRing ROI/Business case (beste gebruik van)
10. SponsorRing Talent van het Jaar
11. SponsorRing Special

### Samenstelling vakjury's en hoofdjury

Elke categorie heeft een vakjury van maximaal vier 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 hoofdjury. Deze SponsorRing wordt alleen uitgereikt in geval van een bijzondere prestatie. Dit kan gaan om een sponsorship, een bureau, een persoon etc.

De jury's worden vanuit de Stichting SponsorRingen ondersteund door een secretariaat (Arko Sports Media). Contactgegevens: [info@sponsoringen.nl](mailto:info@sponsoringen.nl) / tel. 06 22 544 644 (Kim van der Haar).

### Zittingstermijn

De zittingstermijn van juryleden van de vakjury en de hoofdjury beslaat een periode van vier jaar. Juryleden hebben maximaal twee termijnen zitting en regelen in overleg met de juryvoorzitter een vervanger. In geval van vervanging van de juryvoorzitter van de vak- of hoofdjury gebeurt dit in overleg met het bestuur.

### Werkzaamheden vakjury SponsorRingen 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. De vakjury heeft het recht geen shortlist op te stellen, bijvoorbeeld als er sprake is van te weinig inzendingen, te weinig inzendingen van voldoende kwaliteit of inzendingen in de verkeerde categorie. In dat geval wordt er geen SponsorRing uitgereikt.
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 (Goud, Zilver of 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.
6. 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.

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 6 tot en met 10

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 workshop 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.
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 vakjury behoudt zich het recht voor om in een bepaalde categorie geen SponsorRing uit te reiken, bijvoorbeeld als er sprake is van te weinig inzendingen van voldoende kwaliteit of als is ingediend voor de verkeerde categorie.
5. 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.
6. 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](http://www.sponsorringen.nl). Hierop staat een aantal vragen over de inhoud van de case. Voor de SponsorRingen 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 drie weken voorafgaand bericht over de plaatsing op de shortlist en de live presentatie ten overstaan van de hoofdjury en voorzitter vakjury om hun case mondeling toe te lichten.
- De genomineerden houden tijdens de juryvergadering 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 6 t/m 10 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 10) en bestuur (SponsorRing 11 - 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 bij meerderheid van stemmen. Bij stakende stemmen beslist de voorzitter van de hoofdjury.



## Bijlage 1. Beoordelingscriteria

### Inleiding SponsorRingen

In de jaren dat de prijzen 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 etc.

### 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, mediare resultaten, aantallen, waardering, bestedingen)
5. Samenwerking tussen de sponsor, de gesponsorde en het bureau

### Beoordelingscriteria SponsorRing 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 6 tot en met 10

### 6. Content

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

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 & Insights

In deze categorie zijn we op zoek naar cases waarbij data-analyse en/of insights uit onderzoek een belangrijke rol hebben gespeeld voor het succes van de case. We zijn op zoek naar cases die hun succes te danken hebben aan strategische inzichten. In de case wordt duidelijk hoe relevante data en/of onderzoeksinzichten (cross-mediaal) zijn verzameld, verwerkt en toepasbaar gemaakt. Daarbij wordt aangetoond dat data en/of insights concreet hebben bijgedragen aan het realiseren van doelstellingen.

#### 9. ROI/Business Case

Voor een overtuigende case, met cijfers onderbouwd en waarbij maar één conclusie mogelijk is: subliem gedaan. De match tussen sponsor en gesponsorde is uitstekend, net als de strategie en de uitvoering van het partnership. Het heeft beide partijen veel opgeleverd. Dat zien we bijvoorbeeld terug in kpi's als grotere naamsbekendheid, hogere merkvoorkeur, meer business ...

#### 10. Talent van het Jaar

De SponsorRing Talent van het Jaar wordt gekozen door een vakjury tijdens een workshop waarin sponsortalenten op basis van een briefing een vooraf bepaalde case uitwerken en presenteren. De talenten presenteren op consistente en enthousiaste wijze elk hun plan van aanpak. Daarbij tonen ze overtuigingskracht, strategisch inzicht, innovatieve ideeën en creatief vermogen. De winnaar, het talent van het jaar, wordt bekendgemaakt tijdens de awardshow. Elk bedrijf dat actief is in sponsoring kan twee talentvolle collega's voordragen die tussen de drie en vijf jaar werkervaring in sponsoring hebben. Na een voorselectie zullen drie talenten worden uitgenodigd voor deelname aan de workshop. Na het maken en het presenteren van de case aan de vakjury bepaalt de jury de winnaar, die bekend wordt tijdens de awardshow. Daarbij wordt gelet op:

- . goed onderbouwd, consistent sponsorplan waaruit strategisch inzicht blijkt;
- . onderscheidende aanpak waaruit innovatief vermogen en creativiteit blijkt;
- . drive en enthousiasme/overtuigingskracht bij het presenteren van de case.

#### [Beoordelingscriteria SponsorRing 11](#)

#### 11. 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 juryrapport

### Juryrapport Sponsorringen

---

Editie:

Categorie:

Case:

Sponsor:

Gesponsorde:

Bureau(s):

Beoordeling: Shortlist / Niet op shortlist

---

Overall:

Strategie:

Effectiviteit:

Creativiteit:

Integratie:

Feedback/tips:

Bijzonderheden: