

A. Aarts en J. Kleian

ONS KENMERK: 1778287
UW KENMERK:
UW BRIEF VAN: 22 oktober 2024
BEHANDELD DOOR: drs. W. van Hees
ONDERWERP: vragen ex art. 43 RvO over sponsoractiviteiten Midpoint Brabant
AANTAL BIJLAGEN:
DATUM: 19 november 2024
VERZ: 19 november 2024

Beste heren Aarts en Kleian,

In vervolg op uw brief van 22 oktober 2024 vindt u hieronder de beantwoording van uw schriftelijk gestelde vragen over de sponsoractiviteiten van Midpoint Brabant.

Vooraf

Over de beantwoording van de vragen hebben wij contact gehad met Midpoint Brabant. In onderling overleg hebben wij de vragen binnen de volgende context beantwoord:

- gevraagd wordt naar de activiteiten van Midpoint Brabant in het kader van sponsoring en promotie. Omdat Stichting Station88 al langer zeer intensief samenwerkt met Midpoint Brabant en daarmee per 31 december a.s. fuseert, onderneemt zij al enige tijd sponsor- en promotieactiviteiten onder het label Midpoint Brabant (Services). De antwoorden zijn met Station88 afgestemd;
- gevraagd wordt naar activiteiten die verband houden met sponsoring (van (sport)verenigingen), promotie, reclame en commerciële uitingen. De vragen zijn daarom beantwoord vanuit een brede definitie van marketingcommunicatie waaronder deze activiteiten vallen.

Vraag 1

Welk bedrag geeft Midpoint per jaar uit aan promotie/reclame doeleinden?

Antwoord

Het totale budget voor marketing en communicatie dat is opgenomen in de begroting 2024 van de stichting Midpoint Brabant is € 75.000 excl. btw. Dit bedrag wordt met name besteed aan interne communicatie, communicatie over de organisatie (en haar programma's en services) en aan communicatie over de multi helix samenwerking binnen het regionale economische ecosysteem. Via projectbegrotingen komen er daarnaast budgetten beschikbaar voor projectcommunicatie. Met bijdragen van partners uit de multi helix samenwerking worden de kosten gedekt.

De budgetten die voor communicatie en het organiseren van exposure rondom events zijn opgenomen in de begroting van stichting Station88 bedragen respectievelijk € 14.546 en € 3.551. Onder het kopje 'Marcom' is daarnaast een budget opgenomen voor de kosten van de organisatie van evenementen. Dit zien we overigens niet als marketing communicatie, promotie of sponsoring.

POSTADRES
Gemeente Heusden
Postbus 41
5250AA Vlijmen

BEZOEKADRES
Julianastraat 34
Vlijmen

T (073) 513 17 89
F (073) 513 17 99
E INFO@HEUSDEN.NL

DIGITAAL LOKET
www.heusden.nl

Bankrelatie
NL54NGH0285003909

Bij bijzondere en grootschalige evenementen, worden incidenteel campagnes (met onder meer driehoekborden langs de weg) gevoerd. De bekostiging hiervan komt uit andere budgetten van de stichting.

Vraag 2

Hoeveel uren per jaar wordt door Midpoint zelf besteed aan werkzaamheden i.v.m. sponsoring/reclame?

Antwoord

Stichting Midpoint Brabant besteedt 1.410 uur aan marketing & communicatiemanagement, 1.692 uur aan marketing & communicatie-ondersteuning en 1.886 uur aan marketing & communicatie voor specifieke projecten waarvoor afzonderlijke projectfinanciering bestaat. Marketing & communicatie bestaat uit de onderdelen intern, corporate/organisatie, programma's & projecten en services.

Stichting Station88 heeft geen personeel in dienst die uren besteden aan werkzaamheden die samenhangen met sponsoring en reclame. Hiervoor worden de uren gemaakt door businesspartners, als onderdeel van een businesspartnercontract met Station88.

Vraag 3

Is er sprake van "uren en/of advies besteding" in ruil voor commerciële uitingen bij verenigingen? Zo ja, wat is de omvang daarvan en kunnen de afspraken hieromtrent aan ons worden ter informatie worden toegezonden?

Antwoord

Bij stichting Midpoint Brabant is hiervan geen sprake. Bij stichting Station88 is hiervan sprake in relatie tot:

- Willem-II led-boarding (kosten nihil omdat dit onderdeel is van het partnership met Station88);
- RKC Waalwijk business-seats (kosten nihil omdat dit onderdeel is van het partnership met Station88).

Vraag 4

Welk deel van de onder vraag 1 en 2 genoemde inspanningen, wordt besteed aan sponsoring/reclame uitingen van sport en/of andere type verenigingen?

Antwoord

Uit het budget voor marketing en communicatie van stichting Midpoint Brabant wordt € 28.250 besteed aan sponsoring en reclame uitingen. Bij de besteding van dit budget is Midpoint Brabant ook betrokken als strategisch en/of inhoudelijk samenwerkingspartner. Uit het budget van Station88 wordt € 5.000 besteed aan sponsoring, naast incidenteel betaalde online marketing posts op Facebook, LinkedIn of Instagram.

Vraag 5

In welke gemeenten vinden sponsoring/reclame uitingen plaats, graag een overzicht?

Antwoord

Bij alle initiatieven spannen zowel Midpoint Brabant als Station88 zich in om regiobrede samenwerkingen aan te gaan en te ondersteunen, uitingen te spreiden over de gehele regio of middelen in te zetten die een regionale reikwijdte hebben. Zo start in november 2024 een campagne voor een event van Station88 (onder het label Midpoint Brabant) met driehoekborden door de gehele regio, inclusief de gemeente Heusden.

Vraag 6

Welke criteria worden gehanteerd bij het maken van een keuze om te komen tot sponsoring/reclame uitingen?

Antwoord

Er is vooralsnog geen vastgesteld beleid met te hanteren criteria. In de praktijk spannen zowel Midpoint Brabant als Station88 zich in om zaken te sponsoren of via uitingen onder de aandacht te brengen die:

- een bijdrage leveren aan versterking van het ecosysteem voor ondernemerschap in Midden-Brabant;
- zo veel mogelijk een regiobrede reikwijdte en impact hebben;
- ondernemers uit de gehele regio activeren om gebruik te maken van de diensten op het gebied van verduurzaming, digitalisering, talentontwikkeling, strategie en financiering;
- multi helix partners uit de gehele regio motiveren om deel te nemen (in uren, geld en/of aandacht) in samenwerkingsprojecten op het gebied van verduurzaming, digitalisering, talentontwikkeling in de focussectoren logistiek, maakindustrie en leisure;
- bijdragen aan cluster- en communityvorming in de gehele regio (via stuurgroepen, Bestuur, Raad van Advies, partnerships van Station88, lerende netwerken, de Dag van de Techniek, een imagocampagne voor de logistiek, etc.);
- bijdragen aan het vergroten van regionale lobbykracht (bijvoorbeeld richting hogere overheden in het kader van Regio Deals en Europese subsidies).

Vraag 7

Onder welke begrotingspost van Midpoint vallen uitgaven in het kader van sponsoring/reclame uitingen?

Antwoord

Die vallen onder de post Marketing en communicatie. Zie daarnaast het antwoord op vraag 1.

Vraag 8

Onder welke organisatie vallen de uitgaven inzake sponsoring en/of reclame, de stichting of de BV?

Antwoord

Die vallen momenteel onder de stichting. Als alles volgens planning verloopt, vallen deze uitgaven vanaf 1 januari 2025 onder de BV, nadat deze officieel is gestart.

Vraag 9

Was en is het bestuursorgaan "Hart van Brabant" op de hoogte van deze commerciële uitingen en zo ja op welke wijze zijn deze onder de aandacht gebracht?

Antwoord

Regio Hart van Brabant is op de hoogte van de budgetten voor marketing en communicatie van Midpoint Brabant omdat deze zijn opgenomen in de begroting. Over de realisatie wordt gerapporteerd in de jaarrekening. Beide documenten worden aangeboden aan het algemeen bestuur van Regio Hart van Brabant. De begroting van Midpoint Brabant biedt zowel de kaders voor de organisatie om binnen te bewegen als de kaders voor de hoogte van de begrotingssubsidie, die vanaf 2025 vanuit Regio Hart van Brabant aan Midpoint Brabant wordt verleend.

Midpoint Brabant spant zich daarnaast in om uitgebreid over deze initiatieven te communiceren via onder meer de website, nieuwsbrieven en sociale media. We merken hierbij op dat voor de projecten in de huidige Regio Deal, naast communicatieplannen per project, er een integraal communicatieplan is gemaakt voor de Regio Deal in zijn geheel. Dit geeft ook invulling aan de informatiebehoefte van het Rijk.

Met vriendelijke groet,

het college van Heusden,
de secretaris,

de burgemeester,

mr. H.J.M. Timmermans

drs. W. van Hees