



## **ADDENDUM**

# **SAMENWERKING MET PARTNERS STICHTING TAPTOE DELFT**

**2018-2021**

**\*Samenwerking voor behoud van onze  
cultuur\***

### **Toelichting**

Vastgesteld werd in het beleidsplan van Stichting Taptoe Delft 'Samenwerking met partners – Samenwerking voor behoud van onze Cultuur' de mogelijkheden voor subsidie en fondsen aanvragen en de samenwerking met het bedrijfsleven.

Dit document gaat in de op de praktische invulling van de samenwerking met het bedrijfsleven ten aanzien van de editie van 2020.

Het Bestuur van Stichting Taptoe Delft

# 1. Partnering

## 1.1 Partnering en mogelijkheden

Elk bedrijf heeft zijn eigen beweegredenen om een samenwerkingsverband aan te gaan met Taptoe Delft. Onderstaand wordt per mogelijke motivatie uitgelegd wat de beweegredenen zou kunnen zijn en welke mogelijkheden Taptoe Delft biedt om te kunnen voldoen aan de verwachting die ontstaat bij de beweegredenen.

Een partnership geeft Taptoe Delft de mogelijkheid om een financiële zekerheidsstelling te hebben die zorgt voor borging van de omzet in casu van toegangskaarten en/of sponsorinkomsten.

### 1.1.1 Partner vanwege maatschappelijke betrokkenheid

Als partner van Stichting Taptoe Delft kan uiting worden gegeven van sociale en maatschappelijke betrokkenheid, waardoor de onderneming zich van haar positieve kant laat zien.

Eenzijds kan een financiële bijdrage ertoe leiden dat de toegangsprijzen betaalbaar blijven. Daarnaast kan gekozen worden voor een specifiek (goed) doel waarmee wij het partnership aangaan. Denkt u aan het afnemen van een vast aantal toegangsbewijzen die u schenkt aan een non-profit organisatie. Dit kan zowel voor de toegangskaarten als het VIP-diner waarbij u een unieke avond cadeau doet.

Potentiele samenwerkingsverbanden zijn:

- Personeelsverenigingen via federaties;
- KPN Mooiste Contact Fonds;
- Ouderenfonds;
- De Zonnebloem;
- De Voedselbank;
- TU Delft (Robotisering)

De samenwerking kan tweeledig zijn. Een partner schenkt de kaarten aan de betreffende non-profit organisatie en haalt hiermee positieve maatschappelijk verantwoorde publiciteit. Daarnaast is het ook mogelijk om contact te leggen met de betreffende organisaties of zij wellicht de kaarten als evenement op hun kalender willen zetten en zelf de kaarten afnemen.

### 1.1.2 Partner omwille van naamsbekendheid

Het creëren, in stand houden of vergroten van naamsbekendheid van de onderneming van de bedrijfsorganisatie.

### 1.1.3 Partner omwille van het unieke element

Het creëren van een unieke avond voor uw werknemers of zakenrelaties. De Stichting geeft u deze mogelijkheid door het organiseren van een uniek vijf gangendiner in de Nieuwe Kerk van Delft waarna u aansluitend de Taptoe zal bezoeken.

### 1.1.5 Partner omwille de gun-factor

Het is mogelijk dat u als bedrijfsorganisatie Taptoe Delft, puur uit liefde voor het evenement of de passie voor de mars- en showsector, financieel ondersteunt.

Met name deze bedrijven zullen willen insteken op sponsoring in natura wat uiteraard mogelijk is. Een lijst met alle benodigdheden is voorhanden binnen de projectorganisatie.

## 1.2 Tegenprestaties

Elk bedrijf dat zijn/haar naam verbindt aan het evenement heeft daar andere beweegredenen voor en daarmee een andere verwachting voor wat betreft de tegenprestatie. De waardering voor onze partners willen we tot uiting brengen door in goed overleg de tegenprestaties vast te leggen en een op maat gemaakte tegenprestatie vast te stellen met elkaar.

### 1.2.1 Waardering van de tegenprestaties

De waardering van de tegenprestatie zal gemaakt worden aan de hand van de tegenprestatie lijst. Hierin worden alle mogelijke tegenprestaties vermeld en op geld gewaardeerd.

De partner kan tezamen met de afgevaardigde van de Stichting kijken naar de tegenprestaties die hij wenst en de financiële vergoeding die hier tegenover staat.

Denkt u hierbij aan:

- een bedrijfspresentatie op onze website;
- uw bedrijfsnaam en/of logo vermeld bij alle communicatie uitingen van de Stichting;
- de naam van uw onderneming als benaming van onze tribune, die wordt vermeld op ieder ticket;
- vermelding in ons glossy magazine, op banners etc;

## 1.3 Bereik van het evenement

Belangrijk om in de gesprekken met potentiële partners aan te geven dat het evenement is niet alleen binnen Delft, maar in geheel taptoeminnend Nederland, een begrip is. Deelname aan Taptoe Delft staat op het verlanglijstje van menig orkest en een bezoek brengen aan het evenement door zowel deelnemers als bezoekers moet zorgen voor een onuitwisbare herinnering.

### 1.3.1 Omgeving

De bezoekers van de Taptoe komen dan ook niet enkel uit Delft. 'Slechts' XX% komt uit de stad Delft. Van de andere XX% komt ongeveer de helft uit de regio Zuid-Holland. Het resterende gedeelte zorgt dus voor de landelijke dekking.

In gesprekken met landelijke organisaties is het erg van belang om de driedeling aan te geven.

### 1.3.2 Doelgroep

De muzikanten die deelnemen aan ons evenement bevinden zich gemiddeld in de leeftijdscategorie van 16-45 jaar. Ten aanzien van de bezoekers is de leeftijd afhankelijk van het onderdeel van het evenement. Waar de streetparade vooral voorziet in de behoefte van muziek liefhebbers tussen 5-40 jaar, zien we dat de gemiddelde leeftijd van de show programmering zich wat hoger ligt tussen 15-75 jaar.

Zorg in gesprekken met grote organisaties dat je de doelgroep van de organisatie precies weet en werk uit hoe de samenwerking er uit kan zien. Hierdoor wordt de waarde van de samenwerking beter zichtbaar.

## 2. Potentiele samenwerkingsverbanden

### 2.1 Vriendenloterij

In het kader van onze culturele achtergrond en de doelstellingen van de Vriendenloterij is het mogelijk om een samenwerkingsverband aan te gaan. Zij kunnen als fonds een financiële bijdrage leveren aan ons evenement.

Indien de Vriendenloterij als prijs ook nog een aantal kaarten beschikbaar stelt kan dit zorgen voor:

- Uitbreiding van onze doelgroep c.q. het aanboren van een andere doelgroep;
- Garantie ten aanzien van de opbrengst van onze kaartverkoop.

Een combinatie met het maatschappelijk verantwoord ondernemen zou ook nog een mogelijkheid zijn. Het gaat met name dan om de samenwerking die de Vriendenloterij reeds heeft met het Ouderenfonds.

Contactgegevens: [goededoelen@vriendenloterij.nl](mailto:goededoelen@vriendenloterij.nl).

### 2.2 Nationale Nederlanden

Deze financiële dienstverlener richt zich volgens hun website specifiek voor kunst en cultuur gericht op de regio Den Haag en Rotterdam. Gelet op de ligging van ons evenement zou dit een goede ingang zijn om te gaan praten over een samenwerking. Wellicht is er ook potentieel om bijvoorbeeld de NN-tribune te introduceren.

Aanvragen kunnen via: [artandcultur@nn-group.com](mailto:artandcultur@nn-group.com).

### 2.3 Vodafone / Ziggo

Vodafone / Ziggo focust zich op verbinden. Muziek verbindt ook en maakt deel uit van de samenleving. In het kader de toegangsprijzen laag te houden, zodat iedereen zich kan verbinden kun je inzetten op een sponsoring bij dit bedrijf.

Het bedrijf heeft tevens wel eens bijzonderheden zoals een red room of een uniek live concert dat geregistreerd wordt. Ter vervanging van omroep Max zou kunnen worden onderzocht in hoeverre een samenwerking mogelijk is.

Contactgegevens: (088-717 00 00).

### 2.4 Uitzendbureaus

Een uitzendbureau als Randstad is al wel bekend, maar doet ook aan maatschappelijk verantwoord ondernemen – zij het met specifieke randvoorwaarden -.

Gelet op de krapte op de arbeidsmarkt is dit de branche die op zoek is naar het contact met mensen. Wie weet biedt de Taptoe een potentieel om mensen te werven gedurende ons evenement of kunnen zij mensen leveren die wij kunnen gebruiken binnen de organisatie.

Een ander bedrijf dat wellicht ook een optie is betreft Duindam Uitzendgroep.

Advies: laten we direct laten zien dat we creatief zijn. Laten we ons eigen CV maken om



te solliciteren op die sponsorbijdrage. Je kan dit voor alle bedrijven maken. Een soort sponsorpitch.

## 2.5 Thuisbezorgd ketens

Ketens als Deliveroo en Thuisbezorgd.nl zijn sterk in opkomst, maar ook bedrijven als Hello Fresh, Marley Spoon of denk aan PicNic. Het zijn allemaal bedrijven die sterk in opkomst zijn en te maken hebben met moordende concurrentie.

Zij zullen zich sterk maken voor herkenbaarheid en naamsbekendheid.

Contactgegevens Deliveroo: klantenservice@deliveroo.nl

## 2.6 Bencom

Onbekend, maar niet onbemand is het bedrijf Bencom. Het is het bedrijf achter gaslicht.com en allerlei andere vergelijkingssites.

Directeur is Ben Woldring - sponsort bijvoorbeeld Noord Nederlands Orkest. Ook dit bedrijf is in opkomst en met de consument die steeds kritischer is en een wirwar heeft van aanbod zijn dit soort sites booming. Als men wil werken aan naamsbekendheid kunnen wij wellicht iets voor hen betekenen.

Contactgegevens: info@bencom.nl

## 2.7 Binding met partners

Er zal jaarlijks een bijeenkomst met alle (mogelijke) partners worden belegd.

Ten tijde van een jaar dat er geen taptoe is, bestaat de bijeenkomst uit een presentatie over de geschiedenis van Taptoe Delft en de visie omtrent de toekomst. In het jaar van de Taptoe betreft dit een backstage tour in de Taptoe week.

## 3. Overige inkomsten

### 3.1 Korting

De kaartverkoop kan gestimuleerd worden door gebruik te maken van actie websites. Denk aan een variant op groupon en dergelijke. Het gaat hierbij om de kaarten van het goedkoopste tarief die via dit platform wellicht verkocht kunnen worden.

Op deze wijzen kunnen we wellicht ook een andere doelgroep aanboren.

#### 3.3.1 Samenwerkingsverbanden met stadspassen

De samenwerking kan gezocht worden met organisatie die jaarlijks aanbiedingen doen binnen hun stad, zoals:

##### **Delft Pas**

De Delftpas is te koop voor iedereen, ongeacht leeftijd, inkomen en woonplaats. De kosten van de pas hangen af van je persoonlijke situatie. Het geeft toegang c.q. korting voor 750 acties

##### **Ooievaarspas – Den Haag**

De Ooievaarspas biedt korting op allerlei activiteiten op het gebied van sport, cultuur, contributie, lidmaatschap en entree.

De Ooievaarspas is voor inwoners van Den Haag, Leidschendam-Voorburg en Rijswijk met een laag inkomen.

##### **Rotterdam Pas – regio Rijnmond**

De Rotterdam Pas biedt korting op allerlei activiteiten op het gebied van sport, cultuur, contributie, lidmaatschap en entree. Hij is beschikbaar voor iedereen – ook buiten Rotterdam -.

#### 3.3.2 Samenwerkingsverbanden met reisorganisaties

Samenwerking kan ook worden gezocht met organisaties die dagtochten organiseren bijvoorbeeld OAD (doet nu al Nationale Taptoe).

### 3.2 Toegang voor streetparade

De afgelopen editie was de start van de streetparade op de Markt een succes. Een financiële bijdrage van het publiek in deze zou kunnen zorgen voor een mooie inkomstenbron.

Het betreft een financiële tegemoetkoming om gebruik te kunnen maken van de tribune. Kaarten kunnen vooraf gekocht worden tegen een gereduceerd tarief. Op de markt kan er ook ter plekke afgerekend worden.

De Markt moet zorgen voor 'het beetje extra' waardoor je graag een stoeltje bemachtigd.