

# ITA JUNIOR BOARD 2019

## STRATEGIE

Het sponsorship valt voor de vijf sponsors, ITA en Dixon & De Jaeger samen met drie merkwaarden die in ieders afzonderlijke merkstrategie te vinden zijn: vernieuwend, betrokken en authentiek. Het zijn purpose-driven organisaties die drie maatschappelijke uitdagingen onderkennen: millennials zijn op zoek naar zingeving en vinden dat niet altijd in hun huidige werk, bedrijven proberen jonge werknemers te ontwikkelen en maatschappelijk verantwoord geëngageerd te houden en non-profit instellingen zoeken naar nieuwe vormen van ondernemerschap.

## DOELSTELLINGEN

ITA is pionier met het Junior Board-programma. In deze voortrekkersrol wil ITA laten zien te innoveren met business development en een vernieuwende samenwerking met het bedrijfsleven aan te gaan. Met de ambitie dat vele culturele instellingen zullen volgen om zo ondernemerschap in de culturele sector breed te evolueren. En bedrijven impactvolle executie van hun MVO- en HR-beleid te bieden.

Kwalitatieve doelstellingen voor de sponsors zijn verder: kruisbestuiving door het delen van expertise, vinden, binden en boeien van young potentials en het klaar smeden van



ondernemende, creatieve en betrokken bestuurders van de toekomst.

De Junior Board-leden willen hun scope verbreden en maatschappelijke genereren, hun netwerk en CV verrijken.

## ACTIVATIE

Het Learning & Development-programma en de casussen zijn samen met ITA opgezet op basis van interviews met sponsors en potentiële Junior Board-leden, inclusief benadering van in- en externe sprekers voor workshops en masterclasses.

De Junior Board wordt door Dixon & De Jaeger en door zowel het managementteam, directie als Raad van Toezicht van ITA begeleid en gestimuleerd om hun rol als jonge bestuurder en ambassadeur goed op te pakken.

Door resultaten van evaluaties over de verschillende lesmodules te delen wordt het relatiebeheer met de sponsors onderhouden, waarbij zij tevens 2x per jaar worden uitgenodigd bij een corporate pool-event bij ITA.

## RESULTATEN

De Junior Board is sinds de oprichting begin 2019 een groot succes. De sponsors dragen 10k per deelnemer bij aan het programma.

In samenwerking met ITA werd het Learning & Development-programma op maat neergezet. De ambassadeursrol van de Junior Board tav online engagement werkt. Alle resultaten opgeteld overtreft dit de doelstelling

voor het einde jaar ruimschoots.

Het Junior Board-programma wordt met een 8,5 beoordeeld. Sponsors gebruiken het succes voor PR. Inmiddels heeft een aantal nieuwe sponsors deelname voor 2020 toegezegd.

## CASE

Internationaal Theater Amsterdam (ITA) lanceerde in 2019 met cultureel adviesbureau Dixon & De Jaeger het programma Junior Board in Cultuur bij ITA. Gedurende een jaar zet de Junior Board, bestaande uit zeven young professionals, haar expertise in om ITA te helpen op gebieden als cultureel ondernemerschap, governance en theaterbeleving. Op hun beurt krijgen de boardleden de kans om met ondersteuning van directie en Raad van Toezicht van ITA hun (bedrijfsmatige) scope te verbreden, zich persoonlijk te ontwikkelen, maatschappelijke impact te genereren en deze ervaring mee te nemen in hun eigen werk. Door deelname krijgt de young professional een unieke kans en ondersteunt het bedrijf zowel de eigen werknemer als ITA. De Junior Board werd ondersteund door ABN AMRO, BankGiro Loterij, Clifford Chance, EndemolShine en Rabobank Amsterdam. Naast een financiële bijdrage bieden zij een Learning & Development-programma aan hun young potentials.

## UIT HET JURYRAPPORT



Een case die goed laat zien dat culturele instellingen op creatieve manieren op zoek gaan naar financiële ondersteuning. De board is ook een denktank die een netwerk van jonge talentvolle mensen aan het theatergezelschap verbindt. Dat lukt heel goed, want één op de drie bezoekers van ITA is onder de veertig jaar. De jury vindt een Junior Board niet per se uniek, maar de uitwerking is goed gedaan en het ondersteunt ITA op meerdere vlakken.