



Beleidsplan sponsorcommissie D.O.S.C.

Samengesteld door de sponsorcommissie van D.O.S.C.
versie 18 januari 2017

Inleiding

Algemeen

Dit plan beschrijft het algemene beleid ten aanzien van sponsoring en stelt bepaalde eisen aan de omgang met sponsors en sponsoring middels een gedragscode (zie bijlage 1). Er wordt ingegaan op de doelstellingen en de uitgangspunten voor het beleid, de organisatorische borging binnen de vereniging, alsmede de vormen van sponsoring.

Voor vragen over de inhoud van dit plan kunt u terecht bij de voorzitter van de sponsorcommissie. U kunt natuurlijk ook contact opnemen met één van de overige sponsorcommissieleden.

Beheer beleidsplan

Het beleidsplan wordt minimaal jaarlijks gecontroleerd op benodigde aanpassingen door de sponsorcommissie en bij elke verandering komt er een nieuwe versie van het beleidsplan. Deze nieuwe versie wordt dan weer aangeboden aan het algemeen bestuur ter goedkeuring. Na goedkeuring van het algemeen bestuur is de nieuwe versie definitief en vervallen alle voorgaande versies.

Doelstellingen

Voor de vereniging

Voor de vereniging is sponsoring door bedrijven, instellingen of particulieren een belangrijke bron van inkomsten. Deze inkomsten zijn belangrijk voor het behouden van een gezonde financiële basis en dragen bij aan het doelmatig verwezenlijken van de sportieve doelstellingen.

Voor de sponsor

De doelstellingen van een sponsor kunnen zeer divers zijn. Vaak heeft men als doelstelling publiciteit rondom een merk of product te realiseren. Daarnaast komt het ook voor dat de doelstellingen een meer maatschappelijk karakter hebben, zoals onder andere het tonen van betrokkenheid bij een bepaalde (sportieve) ontwikkeling of doelgroep.

Voor de sponsorcommissie

De doelstellingen van de sponsorcommissie zijn als volgt:

- Middels een open en heldere structuur langdurige relaties aangaan met geïnteresseerde en bestaande sponsors.
 - Het onderhouden van contacten met bestaande sponsors.
 - Het organiseren van sponsoractiviteiten.
 - Het werven van nieuwe sponsors.
-

Beleid

De besluitvorming rondom sponsoring wordt gebaseerd op onderstaande uitgangspunten:

1. "Voor wat, hoort wat". Sponsors kunnen altijd rekenen op een redelijke tegenprestatie.
 2. "Een gezonde basis". Gezondheid staat hoog in het vaandel. Dit zowel op het sportieve vlak, als op het vlak van gezond bestuur. Wij doen alleen zaken met bedrijven en instellingen die zowel financieel als maatschappelijk een gezond imago hebben.
Om sponsoring in goede banen te leiden, heeft de vereniging in samenwerking met de sponsorcommissie een gedragscode ontwikkeld. Zie bijlage 1. – Gedragscode Sponsoring.
-

Organisatie, taken en verantwoordelijkheden

Als onderdeel van het bestuur van de vereniging heeft de sponsorcommissie enkele specifieke taken en verantwoordelijkheden, namelijk:

- Beleidsontwikkeling en –controle van het sponsor beleid.
- Werving, relatie- en contractbeheer.

Beleidsontwikkeling en –controle

De sponsorcommissie is verantwoordelijk voor het maken en onderhouden van beleid omtrent sponsoring en het controleren van de uitvoering van dit beleid.

De sponsorcommissie heeft de volgende specifieke taken ten aanzien van beleidsontwikkeling en –controle:

1. Advies
2. Vastlegging
Advies
Het geven van beleidsadvies aan het voltallige bestuur van de vereniging om sponsorzaken doelmatiger te laten verlopen.

Vastlegging

Naast advies, is het tevens de taak van de sponsorcommissie om het algemeen beleid en jaarplannen te documenteren.

Het beleid zal worden vastgelegd in de volgende twee documenten:

- Sponsoring Beleidsplan: hierin staat het algemene beleid en gedragsregels beschreven ten aanzien van sponsoring (Beleidsplan sponsorcommissie D.O.S.C).
- Sponsoring Jaarplan: hierin komen zaken aan bod die betrekking hebben op een specifiek kalenderjaar.

Werving, relatie- en contractbeheer

Het onderhouden van relaties met bestaande sponsoren en het werven van nieuwe sponsoren is de belangrijkste taak van de sponsorcommissie.

Werving

Alle sponsorcommissieleden zijn verantwoordelijk voor het actief werven van nieuwe sponsoren. Andere verenigingsleden vaak zeer nauw betrokken bij de actieve werving binnen het eigen netwerk. Er worden buiten de sponsorcommissie geen sponsoruitingen, contracten en of overeenkomsten gemaakt dan wel getekend.

Voor elke vorm van sponsoring (actie/activiteit) wordt er te allen tijde een contract getekend als dit gerelateerd is aan D.O.S.C.

De sponsorcommissie heeft de volgende specifieke taken ten aanzien van het wervingsproces:

1. Organiseren van sponsorbijeenkomsten.(minimaal twee maal per jaar)
2. Sluiten van overeenkomsten.
3. Onderhouden van de contacten met de bestaande sponsoren.

Campagne planning

De sponsorcommissie werkt plannen uit voor wervingscampagnes. Deze gedetailleerde uitwerking van plannen zal per campagne uitgewerkt worden in het Sponsoring Jaarplan.

Begeleiding werving- en selectieproces

De sponsorcommissie begeleidt en adviseert het algemeen bestuur en de verenigingsleden bij het werving- en selectieproces.

Het proces is in hoofdlijnen als volgt:

1. Er is interesse van een bedrijf, instelling of particulier om de vereniging te sponsoren.
2. Met deze potentiële sponsor wordt een verkenning gemaakt van de wensen en eisen.
3. De wederzijdse afspraken worden vastgelegd in een sponsorovereenkomst, hiervoor moet er altijd een sponsorcontract ondertekend worden, zonder contract geen sponsorovereenkomst en geen sponsoruitingen bij D.O.S.C. in welke vorm dan ook.

Relatie- en contractbeheer

De sponsorcommissie heeft als taak om overeenkomsten tussen de vereniging en een sponsor contractueel vast te leggen en dit contract vervolgens te beheren voor wat betreft het nakomen van de wederzijdse afspraken. De facturering loopt via de penningmeester van D.O.S.C. Een copy van het contract zal digitaal opgeslagen worden. De productiekosten in welke vorm dan ook zijn voor rekening van de betreffende sponsor.

Vormen van sponsoring

De vereniging onderscheidt de onderstaande vormen van sponsoring.

Acties

In deze vorm van sponsoring wordt door de vereniging op eigen initiatief meegedaan aan acties waarbij via een derde partij sponsorgelden worden gerealiseerd. Denk bijvoorbeeld aan de Grote Club Actie en de RABO Clubkas campagne. Dergelijke acties worden als campagnes beschreven in het Sponsoring Jaarplan.

Partnering

Deze vorm van sponsoring omvat het aangaan van overeenkomsten met bedrijven en instellingen met als doel om meer omzet te creëren voor deze bedrijven en instellingen. Dit gebeurt vaak door voordelen en/of kortingen aan te bieden aan verenigingsleden.

Publicitaire sponsoring

Deze vorm van sponsoring is bedoeld voor bedrijven en instellingen die publiciteit willen creëren omtrent een bepaald merk, product of dienst.

De vereniging heeft een aantal middelen ter beschikking welke mogelijk voor bedrijven en instellingen aantrekkelijk kunnen zijn. Om van een bepaald middel gebruik te maken, wordt een directe financiële prestatie verlangd van de sponsor.

Bovenstaande vormen van sponsoring zijn door de vereniging vastgelegd in een sponsorbrochure. In de sponsorbrochure zijn de prestaties en tegenprestaties duidelijk omschreven.

Bijlage 1. – Gedragscode Sponsoring

Doel

Het doel van deze gedragscode is om een verantwoordelijke manier van werken te stimuleren aangaande fondsenwerving en sponsorrelaties. Daartoe worden enkele normen aangereikt voor de dagelijkse praktijk. Onzorgvuldig omgaan met sponsoring kan leiden tot beschadiging van het imago van de vereniging alsmede de sponsorende partij.

Doelgroepen

Alle bedrijven, instellingen en/of particulieren kunnen sponsor worden van de vereniging met inachtneming van de regels van deze gedragscode.

Toepasselijkheid

Deze gedragscode is integraal van toepassing op alle sponsorovereenkomsten van de vereniging. Er worden hierop geen uitzonderingen gemaakt.

Gedragsregels

1. Sponsoring zal altijd direct of indirect ten doel hebben de financiële en sportieve positie van de vereniging te verbeteren.
2. Alle bij sponsoring betrokken partijen zullen te allen tijde verantwoordelijkheidsgevoel tonen ten opzichte van publiek, overheden en andere betrokkenen.
3. De bij sponsoring betrokken partijen zullen te allen tijde respect tonen voor elkaar.
4. Sponsoring zal nooit in strijd zijn met de wet en andere van toepassing zijnde regelgeving.

5. Sponsoring zal in overeenstemming zijn met de zorgvuldigheid die in het maatschappelijk verkeer betaamt en met inachtneming van algemeen aanvaarde fatsoensregels.
6. Sponsoring zal niet de onafhankelijkheid, betrouwbaarheid en geloofwaardigheid van de vereniging of van de sponsor aantasten.
7. Alle leden van de OMNI sportvereniging D.O.S.C., dienen op de hoogte te zijn van het gevoerde beleid inzake sponsoring binnen de vereniging.

Selectie van sponsors

Elk persoon, bedrijf of instelling dat met respect voor de belangen van de vereniging en haar doelstellingen een vorm van sponsoring wenst aan te gaan, zal in beginsel als sponsor worden verwelkomd en met respect voor diens (zakelijke) belangen bejegend worden.

De goede naam van de vereniging en van haar leden in het algemeen dient altijd beschermd te worden. Daartoe zullen potentiële sponsors die producten fabriceren en/of verhandelen of andere activiteiten ontplooiën, die naar algemeen aanvaarde opvattingen en naar Nederlands recht ontoelaatbaar zijn, worden geweerd als sponsor.

Het sluiten van overeenkomsten

1. Overeenkomsten met betrekking tot sponsoring zullen uitsluitend schriftelijk worden aangegaan, d.m.v. een sponsorcontract.
2. Er geldt geen beperking voor het aantal sponsoren.
3. Wel zijn er beperkingen ten aanzien van typen sponsoren, namelijk.
 - Er kunnen maximaal 2 hoofdsponsors bij de seniorenselectie zijn.
 - Het aantal teamsponsors is beperkt tot maximaal 3 per team.
 - Het aantal tenue sponsoren is beperkt tot 2 per team.
4. Er geldt geen beperking voor de uiteindelijke hoogte van de jaarlijkse sponsorbijdragen, echter worden er voor diverse tegenprestaties wel minimum bedragen geëist.
 - Hoofdsponsor sponsort meerdere teams van een afdeling naar keuze.
 - Team sponsor sponsort 1 team van een afdeling naar keuze.
 - Tenue sponsor sponsort een compleet tenue van 1 of meerdere teams van een afdeling naar keuze.

Tegenprestaties

1. Tegenprestaties voor sponsoring kunnen bestaan uit communicatie-uitingen en/of het verlenen van andere faciliteiten. Het sponsoren in natura en/of middelen.
2. Indien er belangenconflicten tussen sponsoren onderling ontstaan geldt het tijdstip van aanmelding en zal per aanvraag beslist worden.
3. Tegenprestaties zullen niet bestaan uit het verstrekken van gegevens over leden van de vereniging aan de sponsor of aan diens relaties.

Belangenverstremgeling

De sponsor zal niet als voorwaarde stellen dat hij direct of indirect invloed krijgt op het vaststellen en/of uitvoeren van het beleid van de vereniging, noch zal hij ernaar streven een dergelijke invloed in de praktijk te verwerven.

Relatie tussen prestatie en tegenprestatie

Er zal een redelijke verhouding bestaan tussen de prestatie van de sponsor en de tegenprestatie van de vereniging. Dit zal per aanvraag behandeld en beslist worden.

Uitvoering van overeenkomsten

1. Zowel de sponsor als de vereniging nemen met het aangaan van de sponsorovereenkomst de verplichting op zich de afgesproken prestaties en tegenprestaties naar behoren te leveren.
2. Zowel de sponsor als de vereniging nemen met het aangaan van de sponsorovereenkomst de verplichting op zich om in geval van verschil van mening over de kwaliteit van de geleverde prestatie of tegenprestatie, in goed onderling overleg een voor beide partijen aanvaarde oplossing te zoeken.

Publiciteit

1. De sponsor en de vereniging maken in hun communicatie-uitingen slechts gebruik van elkaars naam voor zover dat met zoveel woorden in de sponsorovereenkomst is overeengekomen of indien daartoe in een later stadium me zoveel woorden toestemming is verleend door de wederpartij.
2. Sponsor en de vereniging dragen zorg voor een gepaste aard en omvang van openbare communicatie-uitingen, rekening houdend met de belangen van beide partijen.

Financieel beheer

De vereniging draagt zorg voor een getrouwe en inzichtelijke financiële verantwoording betreffende alle opbrengsten uit de sponsoropbrengsten.

Belangenverstremgeling Sponsorcommissie.

De sponsorcommissie moet ter allertijden belangenverstremgeling en zelfverrijking proberen te voorkomen bij het afsluiten van sponsorcontracten. Waar dit lastig is of waar de sponsorcommissie zich in een grijs gebied bevindt, moet hier met het algemeen bestuur op een transparante manier over worden gesproken en besloten. Het kan namelijk best zijn dat er een goede sponsor deal kan worden gemaakt waar aan een zekere mate van belangenverstremgeling niet valt te ontkomen. In dat geval is het goed om in alle openheid samen met het algemeen bestuur hier een beslissing over te nemen.