

## Kadernotitie sponsoring

### Inleiding

Op basis van het aantal leerlingen krijgt Het Stedelijk Lyceum van de overheid middelen om het onderwijsproces vorm te geven. Naar de mening van de overheid zijn deze middelen ruim voldoende om de kwaliteit van het onderwijs te borgen. Onderwijsinstellingen hebben daar in het algemeen een andere mening over. Uiteraard heeft dit onder andere te maken met de wens om het onderwijs niet op een basisniveau aan te bieden, maar zoveel mogelijk te verrijken met extra mogelijkheden, zoals bijvoorbeeld extra vakken en extra faciliteiten.

Om hun armslag te vergroten vragen scholen daarom een extra bijdrage aan ouders, de ouderbijdrage. Om paal en perk te stellen aan deze ouderbijdragen is door middel van wetgeving vastgelegd dat deze bijdragen op vrijwillige basis moeten zijn. Het Stedelijk Lyceum wil deze bijdrage tot een absoluut minimum gaan beperken door deze jaarlijks te verlagen. Uit de vrijwillige ouderbijdrage wordt op dit moment betaald de schoolfoto's, de huur van het kluisje, de verzekering, de printvoorziening en bepaalde licenties ICT, het gebruik van atlanten, woordenboeken en gereedschappen, abonnementen, de mediatheek en bibliotheek, culturele en sportevenementen, extra vakmaterialen. Het ligt voor de hand dat Het Stedelijk Lyceum, net als andere scholen, ook kijkt naar andere vormen van bekostiging, zoals sponsoring.

Op 19 februari 2009 is een nieuw convenant afgesloten tussen de overheid, besturenorganisaties en werkgeversorganisaties. Hierin worden de kaders voor sponsoring vastgesteld. Partijen spreken gedragsregels af en ouders, personeel en leerlingen worden in de gelegenheid gesteld om de sponsorovereenkomsten te toetsen aan hun eigen wensen en aan de gedragsregels. Actieve betrokkenheid bij de besluitvorming en transparantie zijn sleutelwoorden. Sponsoring mag geen schade toebrengen aan de lichamelijke of geestelijke gesteldheid van leerlingen. Ook moet sponsoring in overeenstemming zijn met de goede smaak en het fatsoen.

Overigens maakt sponsoring zodanig deel uit van ons wereldbeeld dat we ons dit soms niet bewust zijn. Hierbij kan men bijvoorbeeld denken aan de frisdrank of snoepautomaten in de gebouwen van Het Stedelijk Lyceum.

Sponsoring komt dus steeds meer in beeld. Bedrijven hebben meer behoefte om door middel van sponsoring hun maatschappelijke betrokkenheid te tonen. Er worden geen opdringerige tegenprestaties (meer) gevraagd. Ook scholen worden gedwongen om steeds ondernemender te worden om extra doelen te kunnen bereiken. Bij Het Stedelijk Lyceum is de mogelijkheid van sponsoring bijv geopperd in het kader van de internationale school, het gymnasium, de 3<sup>e</sup> klas opdc, de kopklas De Wissel. Door de hoge startkosten worden vernieuwende ideeën anders vaak al in de kiem gesmoord.

In een eerdere fase is afgesproken geen gebruik van sponsoring te maken. Omdat in de toekomst wellicht toch een rol voor sponsoring is weggelegd, is het wenselijk toch een formeel beleid te formuleren in de vorm van een kadernotitie. De kadernotitie geeft de kaders aan waarbinnen sponsoring mag plaatsvinden. Indien deze kaders worden overschreden, is dit een gespreksonderwerp tussen het bestuur en de GMR. Op basis van deze notitie geeft het bestuur jaarlijks in het financieel jaarverslag aan welke sponsoring heeft plaatsgevonden. De GMR kan dan toetsen aan de kadernotitie en indien nodig aangescherpte afspraken maken met het bestuur.

### **Wat wordt verstaan onder sponsoring?**

Sponsoring betreft geldelijke en/of materiële bijdragen, die niet zijn gebaseerd op de onderwijswetgeving en geen onderdeel uitmaken van de ouderbijdragen. Het betreft bijdragen waarbij van de school een of andere tegenprestatie wordt verlangd. Wordt geen enkele tegenprestatie verlangd, dan spreken we van een donatie.

### **Visie op sponsoring**

Het Stedelijk Lyceum is voortdurend bezig de kwaliteit van het onderwijs te verbeteren. Sponsoring kan daarbij een hulpmiddel zijn om dit te bespoedigen door het realiseren van extra faciliteiten en mogelijkheden. Samenwerking met en ondersteuning door bedrijven en instellingen kan de vormgeving van het onderwijs aantrekkelijker maken. Sponsoring moet in overeenstemming zijn met de goede smaak en fatsoen. De sponsor mag geen voordeel trekken uit onkunde of goedgelovigheid van leerlingen.

### **Algemene uitgangspunten bij sponsoring van Het Stedelijk Lyceum**

De sponsoring:

- is verenigbaar met de pedagogische en onderwijskundige taak en doelstelling van de school, zoals deze blijkt uit de visie van Het Stedelijk Lyceum geformuleerd in het Strategisch beleidsplan 2010-2014 "Ruimte voor Talent";
- mag geen schade berokkenen aan de geestelijke en/of lichamelijke gesteldheid en ontwikkeling van leerlingen
- bevordert onder meer het mogelijk, gemakkelijk en aantrekkelijk maken van een gezonde levensstijl van de leerlingen
- vraagt om een kritische houding van de school en de schoolleiding;
- is in overeenstemming met de in de school gangbare smaak, normen en waarden;
- draagt bij aan extra mogelijkheden voor de school.

### **Regeling**

De locatiedirecteuren, die gebruik maken van sponsoring zorgen er voor, dat alle betrokkenen bij de school voldoende geïnformeerd worden over de beslissingen aangaande de sponsoring.

Alle sponsoractiviteiten worden centraal gemeld bij de afdeling financiën. Deze zorgt voor registratie van de sponsoractiviteiten en de jaarlijkse rapportage in de jaarrekening.

### **GMR**

De GMR heeft instemmingsbevoegdheid ten aanzien van de sponsoringregeling. Bij sponsoractiviteiten wordt door de locatieleiding altijd advies gevraagd aan de deelraad. De GMR kan jaarlijks aan de hand van het financiële jaarverslag toetsen of de uitgevoerde sponsoractiviteiten conform de uitgangspunten zijn.

### **Voorbeelden van vormen van sponsoring**

1. extra lesmaterialen aangeboden door bedrijven en organisaties, zoals lesboekjes, video's, folders, posters, spellen.
2. het ondersteunen van activiteiten, zoals schoolfeesten, sportdagen en schoolreizen.
3. het bijdragen aan gebouwen, inrichting en (computer)apparatuur. Ook het bekostigen van een deel van de exploitatie (bijv. sponsoring van leslokaal) of sponsoring van cateringactiviteiten vallen hieronder.

### **Wat verwachten sponsoren?**

Sponsoren verwachten van de school een tegenprestatie. Deze tegenprestatie kan bijvoorbeeld bestaan uit het verlenen van advertentiemogelijkheden of naamsvermelding in de school, dan wel het laten aanbieden van bepaalde producten.

### **Sponsorovereenkomst**

Sponsoring is mede afhankelijk van een goede communicatie. Dit geldt zowel intern als extern. Het is daarom van belang dat bij uitvoering van sponsoractiviteiten bijtijds gebruik wordt gemaakt van de kennis en adviezen van de afdeling PR en communicatie. Deze afdeling zorgt eveneens voor een model sponsorovereenkomst. Van elke sponsoractiviteit wordt een sponsorovereenkomst opgesteld.

In de sponsorovereenkomst wordt onder andere opgenomen:

- een omschrijving van doelen van samenwerking
- een verwijzing naar de visie en uitgangspunten van het Stedelijk Lyceum;
- de aard van de sponsoring;
- de bestemming van de geleverde gelden, goederen en/of diensten;
- de hoogte van het bedrag of de tegenwaarde van de geleverde dienst of product uitgedrukt in Euro's;
- de tegenprestatie die van de school wordt verlangd;
- de wijze van betaling van de kosten die voortvloeien uit de sponsorafpraak;
- de looptijd en einde van de samenwerking;
- de mogelijkheid de overeenkomst tussentijds te beëindigen, indien de GMR deze niet passend acht binnen de kaders van deze notitie;
- de betalingstermijnen.

De sponsorovereenkomsten worden ondertekend door de bestuurder van Het Stedelijk Lyceum