



NOTITIE

SPONSORBELEID

<i>Besproken in MR</i>	<i>11 juli 2017</i>
<i>Instemming MR</i>	<i>11 juli 2017</i>

Versie definitief	31 augustus 2017
-------------------	------------------

Waalwijk

mr. J. van Pelt

rector OMO Scholengroep De Langstraat

Bijlagen: 2

1. Overzicht sponsoractiviteiten per school
2. Convenant "Scholen voor primair en voortgezet onderwijs en sponsoring" 2015 - 2018



Sponsorbeleid

1. Inleiding

Voor u ligt het sponsorbeleid van OMO SG De Langstraat, bestaande uit het Dr. Mollercollege en de Walewyc-mavo in Waalwijk, het d'Oultremontcollege in Drunen en het Van Haestrechtcollege in Kaatsheuvel.

1.1. Begrip sponsoring

Sponsoring is het beschikbaar stellen van geld, goederen of diensten aan de school¹ (directie, leraren, onderwijsondersteunend personeel of leerlingen), waar een tegenprestatie tegenover wordt geplaatst. Donaties zijn geen sponsoring. Als de school een tegenprestatie stelt tegenover de donatie wordt er geacht sprake te zijn van sponsoring. Ook in dat geval is deze notitie van toepassing.

1.2. Convenant

Wij onderschrijven het 'Convenant: Scholen voor primair en voortgezet onderwijs en sponsoring 2015-2018. Het convenant is als bijlage bij dit stuk gevoegd.

1.3. Samenvatting convenant

- Voor een beslissing inzake sponsoring dient binnen de schoolorganisatie en tussen de school en bij de school betrokkenen voldoende draagvlak te zijn.
- Alle betrokkenen (leerlingen, ouders/verzorgers en medewerkers) wordt duidelijk gemaakt wanneer er sprake is van sponsoring.
- Sponsorbeleid wordt in de medezeggenschapsraad aan de orde gesteld conform de WMS.
- De sponsoring moet in overeenstemming zijn met de goede smaak en het fatsoen.
- Sponsoring mag niet appelleren aan gevoelens van angst of bijgelovigheid of misleidend zijn.
- In lesmaterialen mag geen doelbewuste reclame voorkomen voor een specifiek product en/of een specifieke dienst van een bepaalde producent of organisatie.
- In overige reclame mag geen sprake zijn van onvolledige of subjectieve informatie.
- Bij de aanschaf van computerapparatuur mag geen sprake zijn van een verplichte afname van software bij de sponsor of van een verbod op het gebruik van software van een ander bedrijf dan dat van de sponsor.
- De leerlingen worden niet gestimuleerd tot ongezonde en/of gevaarlijke activiteiten, noch worden leerlingen expliciet aangemoedigd om ouders te stimuleren producten of diensten af te nemen van de sponsor. De school stimuleert zo veel mogelijk een gezonde leefstijl.
- Sponsoring van cateringactiviteiten mag niet van invloed zijn op de tijdsindeling van de school, zoals bijvoorbeeld het onnodig verlengen van de pauze ter verhoging van de consumptie.
- Bij sponsoring met het oog op de bouw, inrichting en exploitatie van de school mag in geen geval invloed van de sponsor ontstaan op de onderwijsinhoud of de organisatie van het onderwijs of met de bouw, inrichting en exploitatie zelf.
- Ook bij donaties zal in het kader van transparantie, de naam van het bedrijf/organisatie vermeld worden.

1.4. Specifiek voor OMO Scholengroep De Langstraat en zijn scholen

- Wat betreft advertenties of andere uitingen van sponsors in de schoolkrant, in nieuwsbrieven, de schoolgids, het schoolplan en/of op de website of een speciale uitgave (bijv. bij een jubileum) of in en rond het gebouw geldt dat over voorstellen hiertoe door de scholen in eerste instantie wordt besloten in de kerndirectie en door de rector als eindverantwoordelijke, met inachtneming van de in deze notitie en in het convenant geformuleerde uitgangspunten.
- Dit proces krijgt zijn formele afronding door middel van het instemmingsrecht van de MR als inspraakorgaan.
- Ook de (D)MR kan zelf met een voorstel voor sponsoring komen. In dat geval wordt dit ook beoordeeld door de kerndirectie van de scholengroep.
- Voor sponsoring wordt evt. een sponsorovereenkomst opgesteld. Dit ter beoordeling van de kerndirectie. Hiervoor is een model beschikbaar. Als sponsors zelf met een contract komen, dan wordt dit beoordeeld door de kerndirectie.

¹ Met 'school' kan in dit verband zowel de Scholengroep als geheel bedoeld worden als een of meer van de locaties.



1.5. Richtlijnen voor de school bij sponsoring

- Wees alert op reeds bestaande sponsoring. Denk bijvoorbeeld aan het uitdelen van folders aan leerlingen. Een uitgever wil de school bijvoorbeeld een aantal boeken geven en plaatst hiertegenover het uitdelen van folders. Het is ongewenst dat leerlingen (en ouders) geconfronteerd worden met een veelheid aan folders.
- We willen geen structurele sponsoring, dus geen sponsors bij activiteiten die horen bij de dagelijkse gang van zaken. Kwaliteit en continuïteit van het onderwijs moeten gegarandeerd blijven. Sponsoring kan wel bij incidentele gelegenheden en voor extra's.
- Ook buitenschoolse activiteiten vallen onder deze regeling als de school er als organisatie bij betrokken is.
- In het schoolplan en in de schoolgids geven we informatie over ons sponsorbeleid. In het jaarverslag verantwoordt de school zich over de baten en de besteding.

1.6. Richtlijnen voor de school bij het zoeken naar sponsors

- Ga na waarvoor we extra middelen willen.
- Ga na welk bedrijf in aanmerking komt om ons te sponsoren. We willen alleen 'verantwoorde' bedrijven, d.w.z. bedrijven waarvan het imago aansluit bij de pedagogische en didactische uitgangspunten van de school of daarmee in ieder geval niet strijdig is.
- Ga na wat de sponsor aanbiedt. Het aangeboden moet iets zijn waar de school wat mee kan.
- Ga na of de tegenprestatie in ons beleid past.
- Ga na en leg vast wie contactpersoon is vanuit de school en wie vanuit de sponsor.

2. Sponsorbeleid OMO Scholengroep De Langstraat

2.1. Belang en positie sponsoring

De school ziet sponsoring als een mogelijkheid om voor het bekostigen van ondersteunende activiteiten voor het onderwijsproces extra middelen te genereren of om hiermee een meerwaarde aan de inrichting in en rond het gebouw mogelijk te maken. Leerlingen leren soms ook bij een bedrijf of instelling d.m.v. stages. Dit mag echter niet leiden tot wederzijdse afhankelijkheid.

Concreet houdt dit in:

- de erkenning dat sponsoring een tweezijdige relatie inhoudt, waarin de school een aantrekkelijke, zelfstandige partner wenst te zijn;
- dat de pedagogisch/didactische opdracht van de school het primaat behoort te houden;
- dat het primaire onderwijsproces niet afhankelijk mag worden van sponsoring.

2.2. Actief beleid

Indien gewenst voert de school een actief beleid ten aanzien van sponsoring.

De school conformeert zich daarbij aan het 'Convenant scholen voor primair en voortgezet onderwijs en sponsoring 2015-2018'.

Dit houdt onder meer in dat:

- sponsoring verenigbaar moet zijn met de statutaire grondslag van de school alsmede met de doelstellingen van de school en het onderwijs;
- de school niet in een afhankelijkheidsrelatie tot de sponsor(s) mag komen te verkeren.
- sponsoring niet de objectiviteit, de geloofwaardigheid, de betrouwbaarheid en de onafhankelijkheid van het onderwijs, de scholen en de daarbij betrokkenen in gevaar mag brengen.

Sponsors dienen tevens de uitgangspunten van het convenant te accepteren.

2.3. Draagvlak en verantwoording

Sponsoring behoeft voldoende draagvlak binnen de schoolorganisatie.

De school tracht dit te bereiken door:

- aan de personeels- en oudergeleding van de medezeggenschapsraad instemming te vragen over het sponsorbeleid en de acceptatie van opbrengsten uit sponsoring, als bedoeld in de WMS;
- de sponsoractiviteiten - met vermelding van omvang inkomsten en verschuldigde tegenprestatie - jaarlijks te verantwoorden;
- het instellen van een klachtenregeling als hierna beschreven.



2.4. Klachtenregeling

Met betrekking tot concrete sponsoractiviteiten hanteert de school de bestaande klachtenregeling van de Vereniging Ons Middelbaar Onderwijs. Dat houdt in dat klachten in eerste instantie op schoolniveau worden afgehandeld. Indien uiteindelijk de afhandeling naar het oordeel van de klager niet bevredigend is kan in laatste instantie een klacht worden voorgelegd aan de klachtencommissie van OMO.

Over de inhoud van een reclame kan een klacht worden ingediend bij de Reclame Code Commissie.

2.5 Looptijd

Het sponsorbeleid heeft een looptijd van 4 jaar. Tweejaarlijks wordt het sponsorbeleid geëvalueerd door de kerndirectie en daarna besproken in de (D)MR.



Bijlage 1

Sponsoring 2016-2017						
School wordt gesponsord	Externe sponsors	Bedrag	Tegenprestatie	Door school gesponsord	Bedrag	Tegenprestatie
Dr. Mollercollege	Clear Channel Hillenaar - Oegstgeest	€ 575,00	Posters in trappenhuis (samen met Walewyc)			
Walewyc-mavo	Clear Channel Hillenaar - Oegstgeest	zie Moller	Posters in trappenhuis (samen met Moller)	Hockeyclub Waalwijk, RWB, Tachos, Baardwijk	1000,-	Reclamebord langs velden
d'Oultremontcollege	Nvt	nvt		Drunense Duinenloop	€ 500,-	
Van Haestrechtcollege	Clear Channel Hillenaar - Oegstgeest	€ 113,45	Posters			



Bijlage 2

Convenant "Scholen voor primair en voortgezet onderwijs en sponsoring" 2015 - 2018

Partijen:

1. De Staat der Nederlanden, te dezen vertegenwoordigd door de staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, de heer S. Dekker, handelend als bestuursorgaan, hierna te noemen de staatssecretaris;
2. De PO-raad, te dezen rechtsgeldig vertegenwoordigd door mevrouw R. den Besten;
3. De VO-raad, te dezen rechtsgeldig vertegenwoordigd door de heer P. Rosenmöller;
4. De Algemene Vereniging van Schoolleiders, te dezen rechtsgeldig vertegenwoordigd door mevrouw G.P.M. van Haren;
5. De Algemene Onderwijsbond, te dezen rechtsgeldig vertegenwoordigd door mevrouw J. Muijres;
6. Het Christelijk Nationaal Vakverbond Onderwijs, te dezen rechtsgeldig vertegenwoordigd door mevrouw J. Krijt;
7. De Landelijke Ouderraad, te dezen rechtsgeldig vertegenwoordigd door de heer L.J. Verhulst;
8. De Vereniging VNO- NCW, te dezen rechtsgeldig vertegenwoordigd door de heer H. de Boer;
9. MKB-Nederland, te dezen rechtsgeldig vertegenwoordigd door de heer M. van Straalen;
10. De Groep Educatieve Uitgeverijen, te dezen rechtsgeldig vertegenwoordigd door de heer H.T.A.J.M. Rimmelzwaan;
11. Het Landelijk Actie Komitee Scholieren, te dezen rechtsgeldig vertegenwoordigd door mevrouw A. Lutterman.

Overwegende dat:

- o partijen constateren dat sprake is van samenwerking tussen scholen en bedrijven die ten goede komt aan het leer- en ontwikkelingsproces van leerlingen in het primair en voortgezet onderwijs;
- o samenwerking ook sponsoring impliceert, en het van belang is om die sponsoring aan heldere regels en afspraken te binden;
- o zulke regels en afspraken er in ieder geval in voorzien dat geen vormen van sponsoring ontstaan die een negatief effect hebben op de geestelijke of lichamelijke ontwikkeling van leerlingen;
- o partijen het wenselijk achten dat voor bedrijven hun maatschappelijke betrokkenheid voorop staat als zij scholen sponsoren;
- o bevoegde gezagsorganen van scholen op een zorgvuldige en voor alle betrokkenen transparante wijze met sponsoring omgaan;

Komen als volgt overeen:

Artikel 1. Definities

In dit convenant wordt verstaan onder:

Leerlingen

Leerlingen in het primair of voortgezet onderwijs als bedoeld in de Wet op het primair onderwijs, de Wet op de expertise centra en de Wet op het voortgezet onderwijs, dan wel hun ouders, voogden of verzorgers.

Sponsoring

Geldelijke of materiële bijdragen, niet gebaseerd op de onderwijswetgeving, niet zijnde de ouder- /leerlingbijdragen, niet zijnde subsidies van charitatieve instellingen of de overheid, indien het bevoegd gezag daarbij, al dan niet uit eigen beweging, in welke vorm dan ook verplichtingen op zich neemt waarmee de leerlingen in schoolverband (bijvoorbeeld binnen de schooltijden, het overblijven daaronder begrepen of naschoolse activiteiten die onder verantwoordelijkheid van de school worden georganiseerd) worden geconfronteerd.



Donatie

Geldelijke of materiële bijdragen, niet gebaseerd op de onderwijswetgeving en niet zijnde de ouder- /leerlingbijdragen, waarvoor het bevoegd gezag geen tegenprestatie levert. In het geval van een donatie kan het bevoegd gezag uit eigen beweging overgaan tot het leveren van een tegenprestatie. In dat geval is er sprake van sponsoring in de zin van dit convenant.

Reclame(uiting)

Iedere openbare aanprijzing van goederen, diensten, of denkbeelden (tezamen: producten). Onder reclame(uiting) wordt mede verstaan het vragen van diensten. Van een openbare aanprijzing is sprake indien leerlingen en leraren hiermee worden geconfronteerd.

Reclame Code

Regels waaraan reclame moet voldoen en waaraan reclame wordt getoetst door de Reclame Code Commissie.

Klachtencommissie

De klachtencommissie, bedoeld in artikel 14 van de Wet op het primair onderwijs, artikel 23 van de Wet op de expertisecentra of artikel 24b van de Wet op het voortgezet onderwijs.

Reclame Code Commissie

De door de Stichting Reclame Code ingestelde klachtencommissie die beoordeelt of adverteerders en anderen die verantwoordelijk zijn voor het maken van reclame, zich aan de Reclame Code hebben gehouden.

Artikel 2. Vereist draagvlak

Voor een beslissing inzake sponsoring dient binnen de schoolorganisatie en tussen de school en de bij de school betrokkenen draagvlak te zijn. Het moet altijd voor een ieder kenbaar zijn dat er sprake is van sponsoring. Partijen zullen met kracht bevorderen dat wordt gehandeld overeenkomstig de spelregels van het convenant en de in het onderwijs voor sponsoring geldende wettelijke voorschriften.

Artikel 3. Taak en doelstelling scholen

Sponsoring in het onderwijs moet verenigbaar zijn met de pedagogische en onderwijskundige taak en doelstelling van de school. Er mag geen schade worden berokkend aan de geestelijke of lichamelijke gesteldheid en ontwikkeling van leerlingen. Partijen zullen bevorderen dat scholen en bedrijven bij het afsluiten van sponsorovereenkomsten een gezonde leefstijl van kinderen mogelijk, gemakkelijk en aantrekkelijk maken. Het bevorderen van gezond gedrag is immers een van de kerndoelen van het onderwijs. Sponsoring moet in overeenstemming zijn met de goede smaak en het fatsoen. Zo mag sponsoring niet appelleren aan gevoelens van angst of bijgelovigheid of misleidend zijn. De sponsor mag geen voordeel trekken uit onkunde of goedgelovigheid van leerlingen.

Artikel 4. Positie scholen

Sponsoring mag niet de objectiviteit, de geloofwaardigheid, de betrouwbaarheid en de onafhankelijkheid van het onderwijs, de scholen en de daarbij betrokkenen in gevaar brengen.

Artikel 5. Onderwijsinhoud

Sponsoring mag niet de onderwijsinhoud beïnvloeden, dan wel in strijd zijn met het onderwijsaanbod en de door de school en het schoolbestuur aan het onderwijs gestelde kwalitatieve eisen. Zo mag in lesmaterialen en leermiddelen geen (impliciete) reclame voorkomen en mag daarin geen sprake zijn van onvolledige of subjectieve informatie. Indien er op een andere wijze in schoolverband reclame wordt gemaakt, mag dit de leerlingen niet stimuleren tot een ongezonde leefstijl of gevaarlijke activiteiten.



Artikel 6. Continuïteit

De continuïteit van het onderwijs mag niet in gevaar komen doordat op enig moment sponsormiddelen wegvallen. Het uitvoeren van de aan de school wettelijk opgedragen activiteiten mag niet afhankelijk worden van sponsormiddelen. In dit verband wordt opgemerkt dat de overheid zorgt voor de reguliere bekostiging van de scholen, waarmee scholen in staat worden gesteld te voldoen aan de wettelijke verplichtingen.

Artikel 7. Klachten

Partijen zullen met kracht bevorderen dat alle bij het onderwijs betrokkenen duidelijk is dat zij zich met klachten over sponsoring kunnen melden bij de klachtencommissie als bedoeld in artikel 1. Partijen zullen daarnaast bekendheid geven aan het feit dat klachten over de inhoud van concrete reclame-uitingen kunnen worden ingediend bij de Reclame Code Commissie.

Artikel 8. Transparantie

Partijen spannen zich er voor in dat scholen die gebruik maken van het middel sponsoring er voor zorgen dat alle betrokkenen bij de school voldoende geïnformeerd worden over de beslissingen aangaande sponsoring. Zij bieden de scholen waar mogelijk hierbij ondersteuning. Zij stimuleren dat scholen de door hen verkregen sponsormiddelen gescheiden zichtbaar maken in een jaarrekening die voor alle betrokkenen bij de school goed toegankelijk dient te zijn.

Artikel 9. Communicatiestrategie

Partijen zullen met het oog op de afspraken die in dit convenant zijn vastgelegd een gezamenlijke communicatiestrategie ontwikkelen. Partijen zullen de afgesproken spelregels voor sponsoring actief gedurende de gehele periode van het convenant onder de aandacht van hun achterban brengen.

Artikel 10. Evaluatie

De werking van dit convenant zal in 2018 door partijen integraal worden geëvalueerd. Daarbij zal in elk geval worden geïnventariseerd op welke wijze hetgeen in dit convenant is vastgelegd door scholen is gehanteerd. Deze evaluatie vindt plaats op een voor het verstrijken van deze termijn nader door partijen te bepalen wijze. Mede aan de hand van de uitkomsten van de evaluatie zal door partijen worden bepaald of en zo ja in welke vorm dit convenant zal worden verlengd. De staatssecretaris neemt het initiatief om tot de beoogde evaluatie te komen.

Artikel 11. Wijziging convenant

Indien er sprake is van omstandigheden die naar het oordeel van een der partijen zouden moeten leiden tot herziening van dit convenant, wordt hierover overleg gevoerd tussen alle partijen.

Wijzigingen van dit convenant en aanvullingen daarop zijn slechts geldig voor zover zij schriftelijk tussen alle partijen zijn overeengekomen. Dit convenant is niet afdwingbaar.

Artikel 12. Werkingsduur en bekendmaking

Dit convenant treedt in werking met ingang van de datum dat het door alle partijen is ondertekend en eindigt op 1 januari 2019. Partijen voeren tijdig voor de afloop en op initiatief van de staatssecretaris overleg over de vraag of en in welke vorm voortzetting van dit convenant gewenst is. Dit convenant zal in de Staatscourant worden geplaatst. Daarenboven zullen alle partijen zelf bekendheid geven aan de afspraken naar hun eigen achterban.