

Riktlinjer för sponsring Sandvikenhus

Syfte

Sandvikenhus har en lång tradition av att på olika sätt stödja företag, organisationer, föreningar och evenemang kopplade till Sandviken. Ett syfte är att främja ett sunt och hållbart samhälle för de många människorna och företagen i Sandviken. Vi vill också via sponsring attrahera nya medarbetare, utveckla nätverk, stärka befintliga och skapa nya kundrelationer, öka den interna stoltheten och engagemanget i företaget.

Vår sponsringsverksamhet spänner över såväl kultur, samhälle som sport.

Definition

Sponsring är en affärsöverenskommelse mellan två likvärdiga parter som bygger på tjänster och gentjänster. Sponsring ska ge kommersiella och sociala fördelar.

Sponsring ska vara en välplanerad kommunikationsaktivitet som ska användas fullt ut och på bästa sätt.

Riktlinjer

All sponsring ska öka kännedomen om företaget och utgå från vad varumärket Sandvikenhus står för och vad vi vill förknippas med. Våra värderingar ligger till grund: vi tar ansvar, vi håller vad vi lovar, vi har mycket hjärta och vi är vassare än igår. I sponsring återges våra värderingar genom att det vi sponsrar ska innehålla element av eller vara:

- Miljövänliga
- Värna om trygghet
- Verka förebyggande
- Utveckla Sandviken
- Gynna idrott och hälsa
- Främja folklig kultur
- Verka för lokal företagsamhet
- Breda verksamheter där vi via föreningar, lag, organisationer och förbund når många människor

Vi mäter och följer upp all sponsorverksamhet via på förhand överenskomna parametrar.

Vårt varumärke ska exponeras tydligt i sammanhang som på alla sätt upplevs som positiva hos våra målgrupper.

Avgränsningar

Sponsring ska ske inom vårt geografiska verksamhetsområde, Sandvikens kommun, och den ska ge en motprestation inom någon av följande aspekter:

- Mötesplats för kunder, anställda och samarbetspartners
- Uppmärksamhet för vårt varumärke, t.ex. exponering av vårt varumärke.

Vi ställer via vårt engagemang krav på motprestation. Dessa ska tydligt anges i upprättat avtal. Om inte kraven uppfylls, eller om avtalsparten hamnar i en situation som ger negativ publicitet, ska Sandvikenhus ha möjligheten att omvärdera avtalet.

Vi sponsrar inte

- Föreningar/förbund med verksamhet som inte ligger i linje med våra värderingar.
- Verksamheter med politiska eller religiösa undertoner.
- Sponsoravtal som inte ger utrymme för aktiviteter/kundträffar.