



Sponsorregeling Onderwijsgemeenschap Venlo & Omstreken

Onderwijsgemeenschap Venlo & Omstreken (OGVO) neemt in het bijgaande document een duidelijk standpunt in ten aanzien van het fenomeen sponsoring. Met het bijgaande document maakt de organisatie aan haar werknemers, leerlingen en ook externen (zoals bijvoorbeeld ouders van leerlingen, leveranciers e.d.) kenbaar op welke voorwaarden sponsoring acceptabel is.. Duidelijkheid hieromtrent levert een bijdrage aan het verbeteren van het functioneren van de organisatie.

Hoewel Onderwijsgemeenschap Venlo & Omstreken tot op heden slechts mondjesmaat met sponsoring te maken heeft gehad en de verwachting is dat er evenmin op middellange termijn majeure ontwikkelingen te verwachten zijn, is het standpunt dat de organisatie gediend is met een duidelijke richtlijn; het College van Bestuur gaat er van uit dat met dit document maximale duidelijkheid ontstaat.



Het bestuur van de Samenwerkingsstichting Voortgezet Onderwijs Regio Venlo (Onderwijsgemeenschap Venlo & Omstreken), gevestigd te Venlo en kantoorhoudende aan de Hogeweg 26a te Venlo heeft op 20 november 2008 de navolgende regeling vastgesteld en goedgekeurd:

1 Inleidende bepalingen

Definities

1. In deze regeling wordt verstaan onder:
 - OGVO: Samenwerkingsstichting Voortgezet Onderwijs Regio Venlo
 - betrokkene: degene die al dan niet als werknemer werkzaamheden verricht ten behoeve van OGVO en de Steunstichting, hieronder ook begrepen bestuurders, uitzendkrachten, gedetacheerden en trainees, of een leerling die als zodanig bij OGVO is ingeschreven of een externe derde die in relatie staat tot OGVO (bijvoorbeeld een ouder van een leerling of een leverancier);
 - Sponsoring: Geldelijke en / of materiële bijdragen waarmee de leerlingen in schoolverband (bijvoorbeeld binnen de schooltijden, het overblijven daaronder begrepen) worden geconfronteerd, die niet gebaseerd zijn op de onderwijswetgeving en niet bestaan uit ouder- / leerlingbijdragen en waarbij het bevoegd gezag, al dan niet uit eigen beweging en in welke vorm dan ook, verplichtingen op zich neemt;
 - Donatie: Geldelijke en / of materiële bijdragen waarvoor het bevoegd gezag geen tegenprestatie levert en die niet gebaseerd zijn op de onderwijswetgeving, noch de ouder- / leerlingbijdragen betreffen,.
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.
 - 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 hiermee worden geconfronteerd en deze redelijkerwijs niet kunnen ontlopen.
 - Reclame Code: Regels waaraan reclame moet voldoen en waaraan reclame wordt getoetst door de Reclame Code Commissie
 - Klachtencommissie: De klachtencommissie op grond van artikel 14 van de WPO, artikel 23 van de WEC of artikel 24b van de WVO
 - 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.
 - de leidinggevende: degene die direct leiding geeft aan de betrokkene, dan wel de directeur van de school waar de leerling staat ingeschreven;

2 Draagvlak

Voor een beslissing inzake sponsoring dient binnen de schoolorganisatie en tussen de school en de bij de school betrokkenen een draagvlak te zijn en moet het altijd voor een ieder kenbaar zijn dat er sprake is van sponsoring. De betrokken medezeggenschapsraad moet instemming verlenen aan het voornemen.



3 Taak en doelstelling OGVO-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 en / of lichamelijke gesteldheid van leerlingen.

Sponsoring moet in overeenstemming zijn met de goede smaak en het fatsoen. Zo mag sponsoring niet appelleren aan gevoelens van angst of bijgelovigheid, misleidend zijn of leerlingen aanzetten tot gevaarlijke of ongezonde activiteiten. De sponsor mag geen voordeel trekken uit onkunde of goedgelovigheid van leerlingen.

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. Sponsoring mag niet de onderwijsinhoud beïnvloeden, dan wel in strijd zijn met het onderwijsaanbod en de door de school 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 ongezonde en / of gevaarlijke activiteiten, noch mag dit leerlingen aanmoedigen om ouders te stimuleren producten of diensten af te nemen van de sponsor.

5 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 kernactiviteiten mag niet afhankelijk worden van sponsormiddelen. De overheid zorgt voor de reguliere bekostiging van de scholen, waarmee ze scholen in staat stelt te voldoen aan de wettelijke verplichtingen. De opbrengsten van sponsoring besteedt de organisatie aan extra's.

6 Klachten

Klachten over sponsoring kunnen in eerste instantie worden gemeld bij de schoolleiding. Indien dit niet het gewenste resultaat heeft, staat de mogelijkheid open zich te wenden tot de klachtencommissie als bedoeld in artikel 1. Klachten over de inhoud van concrete reclame-uitingen kunnen worden ingediend bij de Reclame Code Commissie.

7 Transparantie

Scholen die gebruik maken van sponsoring dragen er zorg voor dat alle betrokkenen voldoende geïnformeerd worden over de beslissingen dienaangaande. De scholen maken de door hen verkregen sponsormiddelen gescheiden zichtbaar in een boekhouding, die voor alle betrokkenen opvraagbaar is.

8 Evaluatie

De werking van dit convenant zal jaarlijks in overleg met de GMR integraal worden geëvalueerd. Mede aan de hand van de uitkomsten van de evaluatie zullen partijen bepalen of en zo ja, in welke vorm maatregelen volgen.