Sponsorbeleid

2025 -2030

CNS PUTTEN

Samen groeien verbindt

Inhoud

Voorwoord 3
1. Inleiding 4
2. Doel en reikwijdte 5
3. Uitgangspunten bij sponsoring 6
4. Praktische richtlijnen 8
5. Communicatie en verantwoording 9
6. Evaluatie en borging 10
7. Slotbepalingen 11

Voorwoord

De aangescherpte richtlijnen vanuit het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap hebben aanleiding gegeven om het sponsorbeleid van CNS Putten te herzien. Met dit beleid leggen wij vast hoe we op een transparante en zorgvuldige wijze omgaan met mogelijke sponsoractiviteiten. Daarbij staat de onafhankelijkheid van het onderwijs voorop: onze kernactiviteiten mogen niet afhankelijk worden van sponsormiddelen, en de inhoud van het onderwijs mag nooit door externe belangen worden beïnvloed.

In deze notitie vindt u de kaders en procedures die CNS Putten hanteert bij het aangaan van sponsorovereenkomsten. Het beleid waarborgt dat eventuele sponsoring niet ten koste gaat van de toegankelijkheid van onze school en de brede ontwikkeling van leerlingen. Wij danken alle betrokkenen voor hun bijdrage aan de totstandkoming van dit beleid en rekenen op ieders inzet om deze afspraken zorgvuldig na te leven.

Namens het College van Bestuur,
Chris van der Velden
CNS Putten

Aldus vastgesteld door CNS Putten, [datum].

Directie CNS Putten
College van Bestuur
Medezeggenschapsraad

1. Inleiding

CNS Putten wil leerlingen een veilige en kwalitatief hoogstaande leeromgeving bieden, waarin zij zich optimaal kunnen ontwikkelen. Sponsoring kan bijdragen aan de realisatie van extra activiteiten of de bekostiging van aanvullende voorzieningen. Tegelijkertijd is het van belang dat sponsoring plaatsvindt op een zorgvuldige manier, in lijn met de aangescherpte richtlijnen uit het vernieuwde sponsorconvenant van het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW).

Dit sponsorbeleid beschrijft hoe CNS Putten omgaat met sponsorovereenkomsten, met inachtneming van de volgende uitgangspunten:

1. De onderwijsinhoud mag niet worden beïnvloed.
2. De ontwikkeling van leerlingen mag niet worden geschaad.
3. De uitvoering van de kernactiviteiten van de school mag niet afhankelijk worden van sponsoring.
4. Met sponsoring moet zorgvuldig worden omgegaan door alle betrokkenen.
5. Scholen moeten bijlessen breed toegankelijk maken en extra ondersteuning intern of via non-profitorganisaties aanbieden.
6. Regels rond kindermarketing zijn aangescherpt en ongewenste buitenlandse sponsoring is uitgesloten.
7. De looptijd van (het vernieuwde) sponsorconvenant is vijf jaar, met evaluaties door het ministerie van OCW of op initiatief van de convenantpartijen.

2. Doel en reikwijdte

Dit beleid geldt voor alle vormen van sponsoring binnen CNS Putten en is bedoeld om richting te geven aan de beoordeling van (mogelijke) sponsorovereenkomsten. Dit betreft zowel materiële als financiële bijdragen van externe partijen in ruil voor een tegenprestatie die zichtbaar of merkbaar is voor onze leerlingen.

Onder “sponsoring” wordt verstaan:

- Een geldelijke of materiële bijdrage aan de school waarvoor een (commerciële) tegenprestatie wordt geleverd richting leerlingen, medewerkers en/of ouders/verzorgers.
- Elke situatie waarin de sponsor en CNS Putten een samenwerking aangaan, waarbij de school verplicht wordt een sponsoruiting of -boodschap uit te dragen.

Donaties (zonder enige tegenprestatie) vallen buiten de definitie van sponsoring, maar zullen in de geest van dit sponsorbeleid wel zorgvuldig worden beoordeeld en geregistreerd.

3. Uitgangspunten bij sponsoring

3.1 Onderwijsinhoud en pedagogische taak

1. **Geen invloed op onderwijsinhoud**
   De sponsoring mag de onderwijsinhoud niet (direct of indirect) sturen of bepalen. Lesmateriaal mag niet worden aangewend als commercieel platform. De keuze voor lesmethodes, leermiddelen en didactische aanpakken blijft gebaseerd op professionele criteria en onafhankelijk van sponsorbelangen.

2. **Geen schade aan ontwikkeling**
   De ontwikkeling van de leerlingen staat voorop. Sponsoring mag geen negatieve impact hebben op de lichamelijke, cognitieve, sociale of emotionele ontwikkeling van de leerling.

3. **Kinderrechten en kernwaarden**
   CNS Putten accepteert geen sponsoring die in strijd is met Nederlandse wet- en regelgeving of met onze eigen kernwaarden. Sponsoring uit landen of door organisaties die onze fundamentele rechten en vrijheden (zoals vrijheid van meningsuiting of godsdienstvrijheid) afwijzen, is uitgesloten.

3.2 Onafhankelijkheid van kernactiviteiten

4. **Niet afhankelijk worden van sponsoring**
   De uitvoering van de wettelijke kernactiviteiten – het geven van onderwijs en begeleiding – mag niet afhankelijk zijn van sponsormiddelen. Ook moet de continuïteit van het onderwijs niet in gevaar komen wanneer sponsoring wegvalt.

5. **Bijlessen en extra ondersteuning**
   In lijn met de oproep van het convenant streven wij ernaar om eventuele bijlessen of aanvullende ondersteuning zo breed mogelijk toegankelijk te maken voor alle leerlingen. Commerciële bijlesaanbieders die niet toegankelijk zijn voor alle leerlingen, worden niet als structurele sponsorpartner ingezet. Waar mogelijk zetten wij in op interne begeleiding of samenwerking met non-profitinstanties, zodat financiële drempels worden vermeden.

3.3 Zorgvuldigheid en transparantie

6. **Voorafgaande instemming**
   Conform de Wet medezeggenschap op scholen (WMS) heeft de medezeggenschapsraad (MR) instemmingsrecht op alle sponsorovereenkomsten. De MR beoordeelt vooraf of de overeenkomst in lijn is met dit beleid en de geldende regelgeving.

7. **Openheid over sponsorinkomsten**
   Alle binnenkomende sponsorbijdragen worden transparant opgenomen in de financiële administratie en zichtbaar gemaakt in de jaarrekening van CNS Putten. Ouders, personeel en leerlingen(vertegenwoordigers) kunnen deze gegevens opvragen of inzien.

8. **Geen ongepaste marketing**
   CNS Putten staat geen kindermarketing of gepersonaliseerde reclame toe in lesmateriaal of op het schoolterrein. Het gebruik van (persoons)gegevens van leerlingen voor commerciële

doeleinden is strikt verboden en in strijd met de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) en het Privacyconvenant onderwijs.

4. Praktische richtlijnen

1. **Inhoudelijke check**
    - Bij ieder sponsoraanbod wordt nagegaan of het aanbod past bij de christelijke identiteit en pedagogische visie van CNS Putten.
    - Er wordt bekeken of er sprake is van ongewenste beïnvloeding van de onderwijsinhoud.
    - Kindermarketing of ongewenste reclame (zoals reclame voor tabak, alcohol, of producten die schadelijk kunnen zijn voor de doelgroep) wordt niet geaccepteerd.
2. **Toetsingsprocedure**
    - De directie of een door de directie aangewezen commissie beoordeelt elke sponsoraanvraag vooraf.
    - Bij een positief advies legt de directie de sponsorovereenkomst ter instemming voor aan de MR. Pas na instemming van de MR wordt de overeenkomst gesloten.
3. **Looptijd sponsorovereenkomsten**
    - In navolging van het sponsorconvenant hanteren wij in principe een maximale looptijd van vijf jaar per overeenkomst, met tussentijdse evaluaties.
    - Bij twijfel over de wenselijkheid van een (lopende) overeenkomst kan CNS Putten zelf besluiten tot een tussentijdse evaluatie en eventueel ontbinding.
4. **Klachten en meldingen**
    - Klachten over (de inhoud van) sponsorovereenkomsten worden behandeld volgens de interne klachtenprocedure van de school en kunnen daarnaast, indien van toepassing, worden gemeld bij de Reclame Code Commissie.
    - Op de website van CNS Putten staan contactgegevens en een toelichting op de klachtenprocedure.

5. Communicatie en verantwoording

- CNS Putten informeert ouders, leerlingen en personeel over bestaand en eventueel nieuw sponsorbeleid via de schoolgids, de website en de nieuwsbrief.
- Jaarlijks wordt in het jaarverslag of de jaarrekening aangegeven op welke wijze en in welke omvang de school gebruikmaakt van sponsormiddelen.

6. Evaluatie en borging

- CNS Putten evalueert het sponsorbeleid periodiek binnen de termijn van vijf jaar, in lijn met de landelijke evaluaties van het sponsorconvenant door het ministerie van OCW of op initiatief van betrokken partijen.
- De resultaten van deze evaluatie kunnen aanleiding geven om het beleid bij te stellen en opnieuw voor instemming aan de GMR voor te leggen.

7. Slotbepalingen

- Dit sponsorbeleid treedt in werking na vaststelling door het College van Bestuur en instemming van de Medezeggenschapsraad.
- Het beleid heeft een looptijd van vijf jaar en kan tussentijds worden herzien indien veranderingen in (wettelijke) kaders of nieuwe inzichten daartoe aanleiding geven.
- Waar dit beleid niet in voorziet, beslist het College van Bestuur, gehoord de Gemeenschappelijke Medezeggenschapsraad.