

## Bijlage 5: Protocol sponsoring

### Sponsorbeleid

1. Sponsoring is een welkome aanvulling op de middelen die door de overheid ter beschikking worden gesteld. Om deze reden staat de school dan ook positief tegenover sponsoring. Er moet echter wel aan een aantal voorwaarden worden voldaan voordat we overgaan tot het aanvaarden van sponsoring in de vorm van geld of andere prestaties door derden.
2. Sponsoring 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.
3. Sponsoring mag niet de objectiviteit, de geloofwaardigheid, de betrouwbaarheid en de onafhankelijkheid van het onderwijs, de school en de daarbij betrokkenen in gevaar brengen.
4. Sponsoring mag niet de onderwijsinhoud en/of de continuïteit van het onderwijs beïnvloeden, dan wel in strijd zijn met het onderwijsaanbod en de kwalitatieve eisen die de school aan het onderwijs stelt. Het primaire onderwijsproces mag niet afhankelijk zijn van sponsormiddelen.
5. Bij sponsoring met het oog op de bouw, inrichting en exploitatie van de school mag in geen geval bemoeienis van de sponsor ontstaan met de onderwijsinhoud of de organisatie van het onderwijs of met de bouw, inrichting en exploitatie zelf. Verder moet worden voorkomen dat de school in een afhankelijke positie terechtkomt: de continuïteit van het onderwijs mag niet in gevaar komen doordat op enig moment sponsormiddelen wegvallen.
6. In lesmaterialen en leermiddelen mag geen (impliciete of expliciete) reclame voorkomen. Ook mag er geen sprake zijn van onvolledige of subjectieve informatie.
7. Reclame die is gericht op leerlingen mag niet stimuleren tot ongezonde en/of gevaarlijke activiteiten en mag de leerlingen niet aanmoedigen om ouders te stimuleren producten of diensten van de sponsor af te nemen.
8. Sponsoring van cateringactiviteiten mag niet van invloed zijn op de tijdsindeling van de school (bijvoorbeeld het onnodig verlengen van de pauze ter verhoging van de consumptie).
9. Sponsoring mag niet misleidend zijn of appelleren aan gevoelens van angst of bijgelovigheid. De sponsor mag geen voordeel trekken uit onkunde of goedgelovigheid van leerlingen, waarvan bijvoorbeeld sprake is als leerprestaties worden beloond met sponsorproducten. Bovendien moet er rekening worden gehouden met het bevattingsvermogen en

verwachtingspatroon van leerlingen.

10. De locatiedirecteur is verantwoordelijk voor een juiste toepassing van deze uitgangspunten en richtlijnen in de praktijk op zijn locatie.

11. In bijzondere gevallen is tijdig overleg met de bestuurder noodzakelijk