



Sponsringspolicy och riktlinjer för Personalvetarföreningen Dynamicus vid Uppsala Universitet

Detta dokument ska redogöra för Dynamicus syn på sponsring¹ och reklam². Det skall användas praktiskt som ledstjärna för de som arbetar med företagskontakter och reklamintäkter. Syftet med policyn är att hantera sponsring samt reklamrätt och **få ut så många goda effekter som möjligt**.

Krav:

1. Det skall finnas ett avtal om sponsring mellan berörda avtalsparter, där (vars och ens) åtagande framgår. Avtalet kan utformas skriftligt, muntligt eller genom mailkonversation.
2. Tidsbegränsning av avtalet skall framgå. Exempelvis, sponsringen gäller dynamicusloppet.
3. Sponsring skall inte komma i konflikt med, ersätta eller skapa jäv i framtida anbudsupphandlingar
4. Sponsring skall inte leda till tveksamhet kring Dynamicus huvudmål för verksamheten.
5. Åtaganden i samband med sponsring skall inte inverka menligt (skadligt) på övrig verksamhet eller förhindra normalt samarbete med andra parter.
6. Sponsorer vars varor eller tjänster strider mot Dynamicus ideal, lag, stadgar eller policys skall inte förekomma.
7. Personuppgifter om medlemmar såsom namn, adresser, m.m. lämnas ej ut till sponsorer utan särskilt medgivande från sittande styrelse. Styrelsen måste vara enig i detta beslut. Sådant medgivande får styrelsen endast göra i undantagsfall, då det bedöms kunna vara till nytta och fördel för dem det gäller och förenligt med föreningens mål.

¹ Med begreppet sponsring menas här av företag externt finansierad verksamhet.

² Med begreppet reklam menas här företags bidragande med ekonomiska medel i utbyte mot utrymme på Dynamicus ytor och forum. Reklam saknar koppling till Dynamicus verksamhet.



Mål med sponsring

Dels ger det intäkter till föreningen som kan användas till att utöka verksamheten och inte ta ut medlemsavgift. Dels kan ökad exponering av studentrelaterad verksamhet och företag med studentrabatter ses som en informationservice till medlemmarna. Med hjälp av sponsring kan Dynamicus genomföra projekt som annars kanske inte skulle blivit av, eller kan höja ambitionsnivån för redan beslutade projekt. Ett samarbete med näringslivet kan leda till ett meningsfullt kunskapsutbyte. Dynamicus och medlemmar kan få tillgång till och dra lärdom av näringslivets kunskaper inom olika områden, vilket kan leda till ökad kompetens och effektivitet inom föreningen och dess omvärld.

Principer för sponsring & reklam

Att låta ett företag synas är ett ställningstagande. Oavsett om vi vill det eller inte, kommer vi att bli sammankopplade med ett visst varumärke, varumärke eller företagsledning. Den goda eller dåliga publicitet som gynnar eller drabbar företaget "smittar" även av sig på Dynamicus. Föreningen måste vara beredd att kunna ställas till svars för och motivera varför vi valt att exponera vissa företag i vår verksamhet. Det är skillnad på företag. För att undvika att fokus hamnar på uppsplitande och politiserade diskussioner om vilka slags samarbetspartners vi kan tänka oss, är det viktigt att urvalet görs med hjälp av riktlinjer och moral. Riktlinjer ska även vara närvarande i beslut om inom vilka forum vi kan tänka oss sponsring.

Riktlinjer

1. Där det finns oexploaterade ytor och forum skulle sponsring kunna förekomma ifall det inte undergräver legitimiteten, är kontroversiell eller stör Dynamicus profil och budskap.
2. Syftet med sponsringen ska vara att öka nettointäkterna, inte att ta kostnader från en intern inkomstpost till en annan för att täcka kostnader.
3. Det är viktigt för föreningen att inte förlora medlemsperspektivet. Dynamicus verksamhet får inte bedömas eller prioriteras annorlunda beroende på om det enskilda verksamhetsområdet finansieras med medlemsavgifter eller med sponsring – det är alltid medlemmarnas väl som är vårt rättesnöre.
4. Företag och organisationer skall väljas med hänsyn till Dynamicus grundläggande demokratiska värderingar.
5. De företag, organisationer och områden som skall undvikas är de som kan relateras till, eller sammankopplas med: pornografi, vapenindustri, tobak, alkohol,



företag som använder sig av barnarbete samt företag som stödjer icke-demokratiska regimer. Dessutom bör företag som bidrar till stor negativ miljöpåverkan undvikas. Vad som i övrigt kan tänkas oförenligt med Dynamicus som organisation måste beslutas från fall till fall. Det är upp till sittande styrelse att en gång om året se över organisationens sponsorer och samarbetspartners med denna paragraf som utgångspunkt.

6. Alla reklam för externa företag ska följa Marknadsföringspolicyn för inlägg på Dynamicus officiella kanaler

Reviderad 2019-03-04