



STICHTING HERVORMDE SCHOLEN
DE DRIESLAG



Convenant Sponsoring

**Scholen voor Primair en
Voortgezet Onderwijs 2015 - 2018**

Contactgegevens

Stichting Hervormde Scholen De Drieslag
Lange Voren 88
3773 AS Barneveld
tel. 0342- 478243
info@dedrieslag.nl
www.dedrieslag.nl

Dhr. A. van den Berkt, Algemeen Directeur
Drs. G. van der Rhee, Voorzitter College van Bestuur

Status

Januari 2017	Concept Convenant Sponsoring wordt opgesteld door Algemeen Directeur en bestuur
Februari 2017	Concept Convenant wordt voorgelegd aan directie overleg, GMR en Raad van Toezicht
Maart 2017	Convenant Sponsoring wordt vigerend voor De Drieslag
Uiterlijk December 2018	Convenant expireert

Vooraf

Dit convenant is opgesteld in samenwerking van met Ministerie van onderwijs met de PO-Raad. Het heeft als doel om duidelijkheid te verschaffen bij sponsoring en/of donaties en geeft scholen en partijen een handreiking waar zij rekening mee moeten houden en waar zij aan moeten voldoen.

Wanneer scholen aan onderstaande voldoen, dienen zij zelf uit te werken hoe zij de sponsoring en of donaties willen organiseren. Daarbij is van groot belang dat duidelijk is welk doel(en) het dient en op welke wijze verantwoording wordt afgelegd.

Artikel 1. Definities

In dit convenant wordt verstaan onder:

1.1 *Leerlingen*

Leerlingen in het primair of voortgezet onderwijs als bedoeld in de Wet op het primair onderwijs, de Wet op de expertisecentra en de Wet op het voortgezet onderwijs, dan wel hun ouders, voogden of verzorgers.

1.2 *Sponsoring*

Geldelijke of materiële bijdragen, niet gebaseerd op de onderwijswetgeving, niet zijnde de ouder- /leerling bijdragen, niet zijnde subsidies van charitatieve instellingen of de overheid, indien het bevoegd gezag daarbij, al dan niet uit eigen beweging, in welke vorm dan ook verplichtingen op zich neemt waarmee de leerlingen in schoolverband (bijvoorbeeld binnen de schooltijden, het overblijven daaronder begrepen of naschoolse activiteiten die onder verantwoordelijkheid van de school worden georganiseerd) worden geconfronteerd.

1.3 *Donatie*

Geldelijke of materiële bijdragen, niet gebaseerd op de onderwijswetgeving en niet zijnde de ouder- /leerling bijdragen, waarvoor het bevoegd gezag geen tegenprestatie levert. 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 in de zin van dit convenant.

1.4 *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 en leraren hiermee worden geconfronteerd.

1.5 Reclame Code

Regels waaraan reclame moet voldoen en waaraan reclame wordt getoetst door de Reclame Code Commissie.

1.6 Klachtencommissie

De klachtencommissie, bedoeld in artikel 14 van de Wet op het primair onderwijs, artikel 23 van de Wet op de expertisecentra of artikel 24b van de Wet op het voortgezet onderwijs.

1.7 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.

Artikel 2. Vereist draagvlak

Voor een beslissing inzake sponsoring dient binnen de schoolorganisatie en tussen de school en de bij de school betrokkenen draagvlak te zijn. Het moet altijd voor eenieder kenbaar zijn dat er sprake is van sponsoring. Partijen zullen met kracht bevorderen dat wordt gehandeld overeenkomstig de spelregels van het convenant en de in het onderwijs voor sponsoring geldende wettelijke voorschriften.

Artikel 3. Taak en doelstelling 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 of lichamelijke gesteldheid en ontwikkeling van leerlingen. Partijen zullen bevorderen dat scholen en bedrijven bij het afsluiten van sponsorovereenkomsten een gezonde leefstijl van kinderen mogelijk, gemakkelijk en aantrekkelijk maken. Het bevorderen van gezond gedrag is immers een van de kerndoelen van het onderwijs. Sponsoring moet in overeenstemming zijn met de goede smaak en het fatsoen. Zo mag sponsoring niet appelleren aan gevoelens van angst of bijgelovigheid of misleidend zijn. De sponsor mag geen voordeel trekken uit onkunde of goedgelovigheid van leerlingen.

Artikel 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.

Artikel 5. Onderwijsinhoud

Sponsoring mag niet de onderwijsinhoud beïnvloeden, dan wel in strijd zijn met het onderwijsaanbod en de door de school en het schoolbestuur 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 een ongezonde leefstijl of gevaarlijke activiteiten.

Artikel 6. 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 activiteiten mag niet afhankelijk worden van sponsormiddelen. In dit verband wordt opgemerkt dat de overheid zorgt voor de reguliere bekostiging van de scholen, waarmee scholen in staat worden gesteld te voldoen aan de wettelijke verplichtingen.

Artikel 7. Klachten

Partijen zullen met kracht bevorderen dat alle bij het onderwijs betrokkenen duidelijk is dat zij zich met klachten over sponsoring kunnen melden bij de klachtencommissie als bedoeld in artikel 1. Partijen zullen daarnaast bekendheid geven aan het feit dat klachten over de inhoud van concrete reclame-uitingen kunnen worden ingediend bij de Reclame Code Commissie.

Artikel 8. Transparantie

Scholen dienen de door hen verkregen sponsormiddelen gescheiden zichtbaar te maken in een jaarrekening die voor alle betrokkenen bij de school goed toegankelijk dient te zijn.

Toelichting

Artikel 1.

Bij sponsoring gaat het om geld, goederen of diensten die door de sponsor worden verstrekt aan een bevoegd gezag, directie, leraren, niet-onderwijzend personeel of leerlingen, waarvoor door de sponsor een tegenprestatie wordt verlangd waarmee leerlingen of hun ouders/voogden/verzorgers in schoolverband worden geconfronteerd. Betrokkenen zullen erop moeten toezien dat de door de sponsor verlangde tegenprestatie niet onevenredig is ten opzichte van de sponsoring. Indien geld, goederen of diensten door derden worden verstrekt aan een bevoegd gezag, directie, leraren, niet-onderwijzend personeel of leerlingen, waarvoor geen tegenprestatie wordt verlangd, is er sprake van een donatie. Echter, als het bevoegd gezag, directie, leraren, niet-onderwijzend personeel of leerling uit eigen beweging overgaat tot het leveren van een tegenprestatie is er wel sprake van sponsoring in de zin van dit convenant.

Bij sponsoring kan bijvoorbeeld worden gedacht aan:

a. Gesponsorde lesmaterialen:

Bedrijven en organisaties bieden scholen lesmaterialen aan, zoals lesboekjes, video's, folders, posters en spellen.

b. Sponsoren van activiteiten:

Voor het organiseren van schoolfeesten, sportdagen, schoolzwemmen en schoolreisjes wordt gebruik gemaakt van sponsors, al dan niet afkomstig uit de directe schoolomgeving.

c. Sponsoren van gebouw/inrichting/(computer)apparatuur:

Er zijn scholen die via sponsoring een extra lokaal laten bouwen, apparatuur aanschaffen of een deel van de exploitatie bekostigen (bijvoorbeeld door een leslokaal te laten sponsoren). Ook kan er sprake zijn van de sponsoring van cateringactiviteiten.

Bij tegenprestaties kan bijvoorbeeld worden gedacht aan:

a. Advertenties:

Scholen bieden de mogelijkheid om te adverteren, bijvoorbeeld in hun schoolkrant, de schoolgids, of op de zogenaamde "schoolboards".

b. Uitdelen van producten:

Winkels, bedrijven en instituten delen op school producten uit om leerlingen of hun ouders/voogden/verzorgers deze producten te laten proberen. Ook het aanprijzen van goederen of diensten kan voorkomen.

Tegenprestaties worden vaak gevraagd in de vorm van reclame-uitingen, maar dat hoeft uiteraard niet altijd. Zie ook de toelichting op artikel 7.

Artikel 2.

Onder de voor sponsoring en donaties geldende wettelijke voorschriften wordt het volgende verstaan:

De gehele medezeggenschapsraad, heeft op grond van artikel 10 van de Wet medezeggenschap op scholen (WMS) een instemmingsbevoegdheid over de aanvaarding van

materiële bijdragen of geldelijke middelen wanneer het bevoegd gezag verplichtingen op zich neemt waarmee de leerlingen binnen de schooltijden/het onderwijs en tijdens de activiteiten die worden georganiseerd onder verantwoordelijkheid van het bevoegd gezag, alsmede tijdens het overblijven, zullen worden geconfronteerd. Daarnaast dient het bevoegd gezag in het schoolplan het beleid op te nemen ten aanzien van de aanvaarding van sponsoring (artikel 12 WPO, artikel 21 WEC, artikel 24 WVO). En tenslotte dient het bevoegd gezag ouders, verzorgers en leerlingen in de schoolgids te informeren over de wijze waarop het bevoegd gezag omgaat met bijdragen die door middel van sponsoring zijn verkregen (artikel 13 WPO, artikel 22 WEC, artikel 24a WVO).

Op grond van artikel 10 WMS heeft de medezeggenschapsraad een instemmingsbevoegdheid met betrekking tot het vaststellen of wijzigen van het schoolplan, een mogelijk schoolreglement en regels op het gebied van het veiligheids-, gezondheids- en welzijnsbeleid (voor zover niet behorend tot de bevoegdheid van de personeelsgeleding). Verder heeft het ouders/leerlingendeel van de medezeggenschapsraad op grond van artikel 13 (WPO, WEC) en 14 (WVO, WEC) een instemmingsbevoegdheid waar het gaat om het vaststellen of wijzigen van de schoolgids. Het voorstel over de schoolgids wordt op grond van artikel 8 lid 6 WMS tegelijkertijd ter kennisneming aan de personeelsgeleding van de medezeggenschapsraad gestuurd. Daarbij wordt ook een overzicht verstrekt van de beweegredenen voor het voorstel, de gevolgen die de uitwerking van het voorstel naar verwachting zal hebben voor personeel, ouders, leerlingen en van de naar aanleiding daarvan genomen maatregelen.

Tenslotte heeft de gehele medezeggenschapsraad op grond van artikel 11 WMS een adviesbevoegdheid over een voorgenomen besluit van het schoolbestuur over het aangaan, verbreken of belangrijk wijzigen van een duurzame samenwerking met een andere instelling zoals bijvoorbeeld de samenwerking met een sponsor. Deze samenwerking wordt overeengekomen via een (sponsor)overeenkomst.

Volgens de Regeling jaarverslaggeving onderwijs (2008) moeten scholen zich verantwoorden over alle baten. Dit betekent dat scholen in het financieel jaarverslag ook informatie dienen te verstrekken over de omvang van de financiële middelen die door sponsoring en donaties worden verkregen (post 3.5.4 van de regeling Jaarverslaggeving Onderwijs). In de Regeling structurele gegevenslevering WPO/WEC zijn sponsorgelden gespecificeerd naar instelling en op bovenschools niveau.

Artikelen 3, 4, 5 en 6.

De uitgangspunten die in de artikelen 3, 4, 5 en 6 zijn opgenomen, hebben betrekking op de taak, doelstelling, en de positie van de scholen, de onderwijsinhoud en de continuïteit van het onderwijs. De genoemde uitgangspunten spreken voor zich. Enkele concrete voorbeelden van situaties, waarin het betwistbaar is of een tegenprestatie die door de sponsor wordt verlangd, moet worden aanvaard:

- Sponsoring mag niet appelleren aan gevoelens van angst of bijgelovigheid of misleidend zijn. De sponsor mag geen voordeel trekken uit onkunde of goedgelovigheid van leerlingen. Voorts moet rekening gehouden worden met het

bevattingsvermogen en verwachtingspatroon van leerlingen. Bijvoorbeeld bij het uitreiken van sponsorproducten als prijzen of als beloning vermelden dat er sprake is van sponsorreclame.

- Bij de aanschaf van computerapparatuur mag geen sprake zijn van aanvullende verplichte afname van software bij de sponsor of van een verbod op het gebruik van software van een ander bedrijf dan dat van de sponsor.
- In lesmaterialen mag geen (impliciete) reclame voorkomen en daarin mag geen sprake zijn van onvolledige of subjectieve informatie. Aparte vermelding verdient het lesmateriaal dat in het vmbo en het praktijkonderwijs wordt gebruikt. Vanuit didactisch oogpunt is vereist dat daarin afbeeldingen voorkomen. Veelal gaat het daarbij om afbeeldingen van bestaande producten: auto's, motoren, computers, voedingsmiddelen, schoonmaakmiddelen en dergelijke. Zolang deze illustraties functioneel zijn en niet eenzijdig verwijzen naar één bepaald merk, worden dergelijke afbeeldingen niet beschouwd als reclame. Ook hier is sprake van een situatie waarbij de school uiteindelijk zelf beslist of hier sprake is van reclame of van functionaliteit.
- Indien er op een andere wijze in schoolverband reclame wordt gemaakt, mag dit de leerlingen niet stimuleren tot een ongezonde leefstijl en/of gevaarlijke activiteiten, noch mag dit leerlingen aanmoedigen om ouders te stimuleren producten of diensten af te nemen van de sponsor.
- 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, anders dan een niet-voorwaardelijke, neutrale, en adviserende.
- Sponsoring van cateringactiviteiten mag niet van invloed zijn op de tijdsindeling van de school, zoals bijvoorbeeld het onnodig verlengen van de pauze ter verhoging van de consumptie.

Artikel 7.

Bevoegde gezagsorganen zijn op basis van de WPO, WEC en WVO verplicht een klachtenregeling te treffen, waarin voorzien wordt in een klachtencommissie en waarin zowel de wijze waarop een klacht ingediend kan worden als de procedure waarmee de klacht behandeld wordt zijn vastgelegd. Bij deze klachtencommissie kunnen leerlingen, ouders/verzorgers en personeel klachten indienen over beslissingen van het bevoegd gezag en personeel, waaronder dus ook beslissingen over sponsoring. Het kan hier onder meer betreffen de beslissingen van het bevoegd gezag om gebruik te maken van sponsoring, de uitingsvormen van sponsoring, de door het bestuur toegezegde tegenprestaties voor sponsorgelden, de aard van de sponsor, alsmede de wijze waarop door middel van sponsoring verkregen middelen in de school worden ingezet.

Tegenprestaties worden vaak gevraagd in de vorm van reclame-uitingen, maar dat hoeft uiteraard niet altijd. Ten aanzien van reclame-uitingen is in Nederland reeds het nodige geregeld. Zo bevatten bijvoorbeeld de Wet misleidende reclame, de Warenwet en de Tabakswet bepalingen over reclame. De Stichting Reclame Code is een stichting waarin



organisaties deelnemen die op enigerlei wijze bij (het maken van) reclame betrokken zijn en die tot doel heeft ervoor te zorgen dat in Nederland op verantwoorde wijze reclame wordt gemaakt. Deze stichting heeft een Reclame Code opgesteld en vervolgens de Reclame Code Commissie ingesteld waar men klachten over de inhoud van reclame kan inbrengen. Als er bijvoorbeeld toe wordt overgegaan om een schoolboard in de school toe te laten, dan kan over de inhoud van de reclame op dat schoolboard een klacht worden ingediend bij de Reclame Code Commissie (Postbus 75684, 1070 AR, Amsterdam, www.reclamecode.nl). Het gaat hier dus uitsluitend om klachten over de inhoud van de reclame. Met klachten over de beslissing zelf om het schoolboard (of enige andere vorm van reclame-uiting) toe te laten kan men niet bij de Reclame Code Commissie terecht. Daartoe dient men een klacht in te dienen bij de bovengenoemde klachtencommissie van de school.