

Sponsorpolitik

- retningslinjer for markedsføring af Hjørring Kommune via sponsorater

Indledning

Hjørring Kommune ønsker med sponsorpolitikken at skabe klare retningslinjer for, hvordan kommunen forholder sig til markedsføring via sponsorater.

Politikken har til formål at anskueliggøre, i hvilket omfang og under hvilke forudsætninger kommunen kan indgå sponsoraftaler. Politikken skal fremadrettet bruges til at prioritere og udmønte konkrete sponsoraftaler for at sikre en effektiv og professionel markedsføring via sponsorater med mest mulig effekt indenfor de givne økonomiske rammer.

Hvad er en sponsoraftale?

En sponsoraftale er udtryk for en gensidig bebyrdende aftale, hvor Hjørring Kommune tegner sponsorater som led i en målrettet markedsføring af Hjørring Kommune. Sponsoraftaler benyttes dermed i situationer, hvor det ud fra markedsføringshensyn vil være relevant at indgå et samarbejde med sponsorudbyderen.

Hvorfor markedsføring via sponsorater?

Sponsorater giver Hjørring Kommune en god mulighed for at markedsføre kommunen og dermed øge kendskabet til kommunen og de værdier, der kendetegner området. Markedsføring via sponsorater dækker bredt og kan benyttes i forbindelse med:

- Markedsføring af kommunen som organisation
- Markedsføring af kommunens byer, landsbyer og lokalområder
- Markedsføring af konkrete budskaber/kampagner – herunder nye tiltag, tilbud og muligheder i kommunen.

Det overordnede formål med at tegne sponsorater som et led i markedsføringen af Hjørring Kommune er at profilere kommunen som et godt sted at bo, leve og arbejde med særligt fokus på det rige fritids- og kulturliv, der kendetegner kommunen.

Markedsføring via sponsorater har derfor følgende mål:

- At synliggøre kommunen og tiltrække tilflyttere, virksomheder og gæster (turister, handlende m.fl.)
- At bidrage til at kommunens borgere og virksomheder er stolte af Hjørring Kommune, så de kan fungere som ambassadører for at bo, leve og opleve kommunen.
- At sætte Hjørring Kommune på Danmarkskortet ved at synliggøre de tilbud og muligheder, vi har.

Hvornår indgår vi sponsoraftaler?

Når Hjørring Kommune vælger at indgå som sponsor, sker det ud fra følgende parametre:

1. Sponsorudbyder er af en beskaffenhed, som kommunen identificerer sig med og ønsker at blive sat i forbindelse med
2. Sponsorudbyder kan bidrage positivt til markedsføringen af Hjørring Kommune
3. Sponsorudbyder skal være egnet til at levere det pågældende budskab
4. Sponsorudbyder skal have evnen til at formidle budskabet til den relevante målgruppe.

Hvem ønsker vi at indgå sponsorsamarbejde med?

Idet profileringen af Hjørring Kommune via sponsorer har et særligt fokus på fritids- og kulturlivet, prioriterer kommunen at indgå samarbejde med sponsorudbydere indenfor dette område.

For at opnå størst mulig effekt indenfor de givne økonomiske rammer, prioriterer Hjørring Kommune desuden at indgå samarbejde med sponsorudbydere, der kan medvirke til markedsføring af kommunen udenfor kommunegrænsen.

Hvad siger loven?

Lovligheden af Hjørring Kommunes adgang til at indgå sponsoraftaler skal bedømmes efter kommunalfuldmagten.

Efter kommunalfuldmagten har Hjørring Kommune adgang til at varetage informationsmæssige opgaver, herunder gøre opmærksom på kommunens navn og eksistens, eksempelvis via en virksomhed eller anden privat aktør.

Krav:

- Der skal være tale om en gensidig bebyrdende aftale
- Der skal være et formål med den markedsføring Hjørring Kommune ønsker at iværksætte, og dette formål skal kunne opfyldes med den konkrete aftale, som kommunen agter at indgå.

Hvordan værdiansættes et sponsorat?

For at sikre, at sponsoraftalen er udtryk for en gensidig bebyrdende aftale, er det et krav, at indgåelse af sponsoraftalen sker på markedsvilkår, hvor det sikres, at Hjørring Kommune ikke betaler mere, end modydelsen er værd.

I det omfang Hjørring Kommune ikke kan fastsætte værdien af sponsoratet, skal der forud for indgåelsen af sponsoraftalen indhentes ekstern sagkyndig bistand til vurdering af ydelsens værdi - eksempelvis hos en sponsorrådgiver.