

# **SPONSOR REGLEMENT**

## **vv Volta Lelystad**

Datum : 7 april 2014  
Versie : 1.0  
Status : definitief  
Auteur(s) : Sponsor commissie

## Inhoudsopgave

<b>1. UITGANGSPUNTEN EN DOELSTELLINGEN .....</b>	<b>3</b>
<b>2. DEFINITIE .....</b>	<b>4</b>
<b>3. ALGEMENE BEPALINGEN .....</b>	<b>5</b>
3.1 ARTIKEL 1 .....	5
3.2 ARTIKEL 2 .....	5
3.3 ARTIKEL 3 .....	5
3.4 ARTIKEL 4 .....	5
<b>4. SPONSORING OVEREENKOMSTEN .....</b>	<b>6</b>
4.1 ARTIKEL 1. METHODEN VAN DE SPONSORING .....	6
4.2 ARTIKEL 2. GOEDKEURING SPONSORING .....	6
4.3 ARTIKEL 3. SPONSOROVEREENKOMST .....	6
4.4 ARTIKEL 4. NAAMSPONSORING .....	6
<b>5. VERDELING, BESTEDEN EN VERANTWOORDING VAN SPONSORGELDEN .....</b>	<b>8</b>
5.1 ARTIKEL 1. VERDELING .....	8
5.2 ARTIKEL 2. BESTEDING VAN SPONSORGELDEN .....	8
5.3 ARTIKEL 3. VERANTWOORDING VAN SPONSORGELDEN .....	8
<b>6. ONVOORZIEN .....</b>	<b>9</b>
<b>7. BIJLAGE I - NEDERLANDSE CODE VOOR HET RECLAMEWEZEN .....</b>	<b>10</b>
<b>8. BIJLAGE II - HUISHOUDELIJK REGLEMENT NEVOBO .....</b>	<b>12</b>

## 1. Uitgangspunten en doelstellingen

Het doel van volleybalvereniging Volta is het beoefenen en het bevorderen van de volleybalsport in al haar verschijningsvormen. Volta wil dit bereiken door voorwaarden te scheppen om zowel prestatiegericht als in recreatief verband te kunnen volleyballen.

We willen een vereniging zijn die de volleybalsport serieus neemt, een vereniging die ernaar streeft breedtesport aan te bieden aan haar leden, waar ieder lid op passend niveau met veel plezier de sport kan beleven en de jeugd zoveel mogelijk kan leren. Volta kiest hierbij voor goed opgeleid kader ( o.a. trainers) die hun vak verstaan en zowel het plezier als de prestatie voor de leden kunnen waarborgen. Een ander belangrijk uitgangspunt voor Volta is het stimuleren van saamhorigheid in de vereniging. Niet alleen inzetten op teamgeest, maar met elkaar verantwoordelijk zijn voor een sportief klimaat en goede sfeer.

Om deze doelstelling goed te kunnen vervullen zijn onze eigen inkomsten, namelijk de contributies van leden, onvoldoende toereikend. Het verkrijgen van ondersteuning door derden is dan ook belangrijk voor onze vereniging.

Volta wil niet afhankelijk worden van sponsoring. De inkomsten uit sponsorgelden zijn in eerste instantie bedoeld voor het bekostigen van extra activiteiten. De inkomsten uit contributies zijn bedoeld voor de terugkomende verplichtingen.

De sponsorgelden zullen dan ook hoofdzakelijk besteed worden aan o.a. het organiseren van toernooien, het organiseren van activiteiten voor de jeugd en onze vrijwilligers of de aanschaf van extra materiaal.

Dit sponsor reglement is op de Algemene Leden vergadering van 7 april 2014 door de leden goedgekeurd.

## 2. Definitie

Bij de Volleybalvereniging Volta is het mogelijk om de vereniging zowel in financiële zin als in materiële zin te steunen.

Sponsoring in zijn meest eenvoudige vorm is het verlenen van financiële en/of materiële steun zonder bindende voorwaarden van de zijde van de sponsor. Deze verleent zijn medewerking in hoofdzaak uit een oogpunt van public-relations.

Naarmate er meer sprake is van tweezijdige prestaties en met name de tegenprestatie van de kant van de sport directer wordt en stringenter is omschreven, komt men op het gebied van reclame. Er is van 'reclame' sprake, zodra de naam, het product het denkbeeld en/of de diensten van de wederpartij van de vereniging contractant in welke vorm dan ook, naar buiten zichtbaar wordt getoond of uitgedragen.

Bij sponsoring uit reclameoverweging is er altijd sprake van prestatie tegenover contraprestatie, waarbij de sport geen doel meer is, maar middel (sport wordt dan beschouwd als één van de reclamemedia). Ook hierbij zijn weer allerlei gradaties mogelijk. Tot de meest harde vormen van 'reclamesponsoring' kunnen worden gerekend de verplichte naamskoppeling vereniging/bedrijf, de verplichting om de verenigingsnaam te wijzigen in die van het 'steunverlenend bedrijf'."

In dit reglement wordt uitsluitend het woord 'sponsoring' gehanteerd; daarmee wordt bedoeld alle tussen de uitersten liggende vormen van sponsoring en reclame. Dit reglement stelt de algemene regels en randvoorwaarden waaraan sponsoring moet voldoen en dient derhalve als kader waarbinnen specifieke sponsoringafspraken gemaakt kunnen worden.

## **3. Algemene bepalingen**

### **3.1 Artikel 1**

Een sponsor is een natuurlijke of rechtspersoon. Een natuurlijke of rechtspersoon wordt tevens als sponsor aangemerkt, zodra de naam, het product, het merk en/of de diensten van de betrokkene in welke vorm dan ook naar buiten zichtbaar wordt uitgedragen.

### **3.2 Artikel 2**

Uitsluitend de vereniging (c.q. een afdeling) kan de gesponsorde zijn. Het is leden niet toegestaan als persoon sponsorovereenkomsten te sluiten met derden buiten de vereniging.

### **3.3 Artikel 3**

Sponsoring van de vereniging mag niet in strijd zijn met de statuten en de reglementen van de vereniging. Tevens mag sponsoring niet in strijd zijn met de Nevobo richtlijnen alsmede niet in strijd zijn met de Gedragsregelen van de Nederlandse code voor het reclamewezen. Deze gedragsregelen zijn als bijlage I en II bij dit Sponsorreglement bijgevoegd.

### **3.4 Artikel 4.**

Het is niet toegestaan dat de eigen beleidsvoering en onafhankelijkheid door de sponsor wordt aangetast.

## **4. Sponsoring overeenkomsten**

### **4.1 Artikel 1. Methoden van de sponsoring**

Sponsoring kan zowel met financiële als materiële middelen plaatsvinden. Echter dient de sponsoring met materiële middelen vergezeld te gaan van een financiële sponsoring. Naast de materiële sponsoring dient in principe een door het bestuur vast te stellen percentage van de waarde van de materiële sponsoring ten gunste te komen van de clubkas.

Afwijkingen van dit artikel moeten aan het bestuur worden voorgelegd.

### **4.2 Artikel 2. Goedkeuring sponsoring**

Het bestuur dient iedere vorm van sponsoring vooraf te beoordelen en akkoord te bevinden alvorens tot sponsoring in een bepaalde vorm wordt overgegaan. Afhankelijk van de aard van sponsoring, en dan met name de tegenprestaties vanuit de vereniging, kan goedkeuring door de Algemene Ledenvergadering noodzakelijk zijn.

### **4.3 Artikel 3. Sponsorovereenkomst**

Alle sponsorovereenkomsten dienen schriftelijk te worden vastgelegd. In de sponsorovereenkomst dienen minimaal de volgende zaken vastgelegd te zijn:

- Aard en inhoud van de sponsoring
- Looptijd en ontbindende voorwaarden
- Verplichtingen van de sponsor
- Verplichtingen van de vereniging

### **4.4 Artikel 4. Naamsponsoring**

In overeenkomsten waarbij de vereniging zich verplicht de naam van de sponsor te koppelen aan de verenigingsnaam geldt:

- A. De nieuwe naam moet een combinatie zijn van de verenigingsnaam en de naam van de sponsor;
- B. Afkortingen zijn alleen toegestaan indien de identiteit van de vereniging bewaard blijft, zulks ter beoordeling van het hoofdbestuur en met goedkeuring door de Algemene Ledenvergadering;
- C. De nieuwe naam moet ethisch en esthetisch aanvaardbaar zijn;
- D. Additionele vermelding van het product van de sponsor is in de naamskoppeling niet toegestaan, tenzij het product in de officiële naam van de sponsor voorkomt conform de registratie bij de Kamer van Koophandel of het Merkenregister;

- E. Sponsorovereenkomsten met naamskoppeling van de sponsor in de naam van de vereniging, alsmede wijzigingen daarin behoeven de goedkeuring van de Algemene Ledenvergadering voordat deze van kracht kan worden.

## **5. Verdeling, besteden en verantwoording van sponsorgelden**

### **5.1 Artikel 1. Verdeling**

Financiële sponsoring wordt gezien als inkomsten en komen ten gunste van Volta als geheel.

Materiele sponsoring komt ten gunste van een bepaald onderdeel binnen de vereniging dat de sponsor heeft aangegeven. De bijbehorende financiële sponsoring komt ten goede aan Volta als geheel.

### **5.2 Artikel 2. Besteding van sponsorgelden**

Sponsorgelden worden besteed conform de door de sponsor aangegeven besteding, mits dit niet in strijd is met de doelstelling van Volta. Zijn de sponsorgelden niet door de sponsor voor een specifiek doel verstrekt dan vindt de besteding conform besluit van het bestuur plaats.

### **5.3 Artikel 3. Verantwoording van sponsorgelden**

Verworven sponsorgelden dienen gezien te worden als inkomsten. De besteding van sponsorgelden als uitgaven. Beide dienen derhalve als zodanig zichtbaar te zijn op resultatenrekening van onze vereniging.



## 6. Onvoorzien

In gevallen waarin het reglement niet voorziet beslist het bestuur.

## 7. Bijlage I - Nederlandse code voor het reclamewezen

### Gedragsregelen:

1. Elke reclame-uiting behoort te zijn in overeenstemming met de wet, de waarheid en met de eisen van goede smaak en fatsoen.
2. Reclame-uitingen behoren naar vorm en inhoud zodanig te zijn dat zij het vertrouwen in de reclame of het reclamewezen niet schaden.
3. Reclame-uitingen behoren naar vorm en inhoud niet strijdig te zijn met de openbare orde of de goede zeden.
4. Reclame-uitingen behoren naar vorm en inhoud zodanig te zijn, dat het algemeen belang niet wordt geschaad.
5. Een reclame-uiting moet door opmaak, presentatie en inhoud duidelijk te onderscheiden zijn van de redactionele tekst.
6. Een reclame-uiting mag niet appelleren aan gevoelens van angst of bijgelovigheid zonder te rechtvaardigen redenen.
7. Een reclame-uiting mag geen enkele misleiding bevatten met name omtrent de prijs, de inhoud, de herkomst, de samenstelling, de eigenschappen of de doelmatigheid van een aangeboden artikel of dienst. De desbetreffende informatie behoort zo duidelijk en volledig mogelijk te zijn, mede gelet op aard en vorm van de reclame-uiting en het publiek waartoe deze zich richt. Duidelijk behoort ook te worden vermeld door wie het artikel of de dienst wordt aangeboden. Het in reclame-uitingen vermelden of aanhalen van getuigschriften, attesten of verklaringen dient op juistheid en waarheid te berusten en behoort niet op misleidende of verwarring stichtende wijze te geschieden; zij dienen met name in overeenstemming te zijn met recent aanvaarde inzichten van wetenschap en techniek. Degenen van wie de reclame-uitingen afkomstig zijn, moeten op verzoek van de Code Commissie de echtheid en juistheid van in hun reclame-uitingen gebezigde getuigschriften, attesten of verklaringen aannemelijk maken, indien deze onder opgave van redenen aangevochten worden.
8. In reclame-uitingen, die kennelijk bestemd zijn voor het grote publiek, behoren wetenschappelijke termen, statistieken en aanhalingen met grote omzichtigheid te worden gebruikt, teneinde begripsverwarring te voorkomen. Indien van statistieken met beperkte geldigheid gebruik wordt gemaakt, moet die beperking duidelijk blijken. Het in reclame-uitingen bezigen van vaktermen, beschrijvingen, afbeeldingen of beelden, die er kennelijk op gericht zijn om op quasi-wetenschappelijke of misleidende wijze het bestaan van niet-aanwezige hoedanigheden van goederen of diensten te suggereren behoort achterwege te blijven. Degenen van wie de reclame-uitingen afkomstig zijn, dienen op verzoek van de Code Commissie en te haren genoegen de juistheid te bewijzen van de in de reclame-uitingen gebezigde beschrijvingen,

vermeldingen, afbeeldingen en/of beelden, indien deze onder opgave van redenen aangevochten worden.

9. Waar in een reclame-uiting over 'garantie' wordt gesproken, behoren de omvang, de inhoud, de tijdsduur en de betekenis van die garantie op duidelijke en bevattelijke wijze te worden uitgedrukt.

10. Het nabootsen van een slagzin, beschrijvende tekst, afbeelding, opmaak van een reclame-uiting etc. dient te worden afgekeurd. Het is ongeoorloofd door die nabootsing het publiek in verwarring te brengen of te misleiden omtrent hem, van wie de reclame-uiting afkomstig is, of ten aanzien van datgene, waarop de reclame-uiting betrekking heeft.

11. Reclame-uitingen die kennelijk geheel of gedeeltelijk tot kinderen worden gericht, mogen niets in woord of beeld bevatten waardoor kinderen op enigerlei wijze worden geschaad, of waardoor voordeel wordt getrokken uit hun onkunde of natuurlijke goedgelovigheid.

De Code dient niet alleen te worden toegepast naar de letter, doch evenzeer naar de geest van zijn bepalingen.

## 8. Bijlage II - Huishoudelijk Reglement Nevobo

Uittreksel uit de bijzondere bepalingen

### 2.5.1 Sponsoring en reclame

2.5.1.1 De bepalingen over sponsoring en reclame zijn, tenzij anders vermeld, van toepassing

op alle door of onder auspiciën van de Nevobo georganiseerde wedstrijden en kampioenschappen van de speelvormen Volleybal, Beachvolleybal en Zitvolleybal.

2.5.1.2 Sponsoring is een overeenkomst, waarbij de ene partij (sponsor) geld verstrekt of een op geld waardeerbare prestatie levert en waartegen de andere partij (gesponsorde) reclamemogelijkheden, voortvloeiende uit zijn sportbeoefening verschaft.

2.5.1.3 Toezeggingen aan een sponsor mogen niet strijdig zijn met de bepalingen uit dit reglement.

2.5.1.4 Indien de naam van de sponsor wordt gekoppeld aan de verenigingsnaam gelden de volgende voorwaarden:

- a. de nieuwe naam is een combinatie van de verenigingsnaam en één naam of het product van de sponsor. Een afkorting in de gecombineerde verenigingsnaam is alleen toegestaan indien de identiteit van de vereniging bewaard blijft;
- b. Voor het eerste team van de vereniging geldt geen verplichting dat de verenigingsnaam in de naamskoppeling moet voorkomen;
- c. de naamskoppeling kan per team van de vereniging worden aangegaan. De verenigingsnaam dient bij alle naamskoppelingen op dezelfde wijze voor te komen;
- d. de nieuwe naam moet ethisch en esthetisch aanvaardbaar zijn.

2.5.1.5 De vereniging legt iedere naamskoppeling ter goedkeuring voor bij:

- a. de Directie indien de nieuwe naam voor de hele vereniging geldt;
  - b. de Organisator van de competitie indien de nieuwe naam voor één team geldt.
- De goedkeuring wordt onthouden indien de naam niet voldoet aan de voorwaarden van artikel 2.5.1.4.

2.5.1.6 Bij reclame beoogt de uitdrager ervan om een boodschap te richten tot het publiek, teneinde deze te bewegen tot het kopen van een product of dienst, dan wel hen gunstig te stemmen ten aanzien van een bedrijf, instelling of idee.

2.5.1.7 Het is bij wedstrijden die door of onder auspiciën van de Nevobo worden georganiseerd toegestaan reclame te voeren. Deze reclame mag niet strijdig zijn met:

- a. de Statuten en reglementen van de Nevobo;
- b. richtlijnen van de Organisator van de competitie waaraan wordt deelgenomen;

- c. de wet, de gedragsregels genoemd in de Nederlandse Code van het Reclamewezen en met de richtlijnen van de Nevobo en NOC\*NSF; en in het geval de wedstrijd in een CEV- of FIVB-competitie wordt gespeeld:
- d. de richtlijnen van de CEV of FIVB.

Indien een wedstrijd op televisie wordt uitgezonden, dient de vereniging een verzoek van de Organisator of de omroepinstelling tot aanpassing van reclame-uitingen op te volgen.

2.5.1.8 De Directie is bevoegd reclame als onaanvaardbaar te oordelen en te verbieden, indien deze naar vorm of inhoud de belangen van de Nevobo schaadt.

2.5.1.9 Bij overtreding van een dergelijk verbod kan een boete worden opgelegd van de 5<sup>e</sup> categorie. Bij herhaling of voortdurende strafvervolgung tegen de vereniging worden ingesteld.