

Partner- en Sponsorbeleid Stichting Oer-IJ

De stichting richt zich op het behouden en versterken van de kernwaarden en kwaliteiten van het landschap, de natuur, de inrichting, de benutting en de cultuurhistorie van het Oer-IJ gebied.

Het partner- en sponsorbeleid van Stichting Oer-IJ is gericht op relaties die een waardevolle bijdrage kunnen leveren aan de missie en activiteiten van de stichting.

Door duidelijke criteria en een transparant proces te hanteren, zorgt de stichting ervoor dat haar relaties met partners en sponsors in lijn zijn met haar doelstellingen.

Doelstellingen van de Stichting Oer-IJ

De doelstellingen van de stichting, zoals die zijn verwoord in onze meest recente publicatie “Verrassende natuur van het Oer-IJ landschap”, zijn:

1. Het verhaal van het Oer-IJ te ontsluiten, tot leven te brengen en over te dragen;
2. Het Oer-IJ in te zetten als integrerend en bindend gebiedsconcept voor ondernemers in het landschap en toerisme in de regio;
3. Te inspireren, bij te dragen en te sturen aan de ruimtelijke ontwikkeling en inrichting van het landschap op basis van het gebiedsconcept van het Oer-IJ.

Waarom een Partner- en Sponsorbeleid

Een partner- en sponsorbeleid helpt het bestuur en nauw betrokkenen binnen de stichting in contacten met potentiële samenwerkingsrelaties en bij het werven van sponsors.

Doelstellingen van het Partner- en Sponsorbeleid

= Versterken van de gemeenschap; hechte relaties dragen bij aan de integratie van ondernemers, andere organisaties en de brede gemeenschap rondom het Oer-IJ gebied.

= Bewustwording van de kernwaarden en kwaliteiten van het Oer-IJ gebied en het (helpen) mogelijk maken en organiseren van activiteiten.

Algemene criteria voor Partnerships en Sponsoring

Partners en Sponsors hebben een relatie met de regio en met de thema's van de stichting, zoals natuur, cultuur, landschap, landbouw, bewoning en toerisme.

Partners en Sponsors hanteren normen en waarden die aansluiten bij die van de stichting. Dit kan bijvoorbeeld inhouden dat bedrijven geen activiteiten hebben die schadelijk zijn voor de omgeving, het milieu of de gemeenschap.

Partners en Sponsors zijn transparant over hun bedrijfsvoering en duurzaamheidsinspanningen.

Vormen van Partnerships en Sponsoring

Samenwerkingsverbanden op basis van 'identity fit'; samenwerking met bedrijven/organisaties die actief betrokken zijn bij het Oer-IJ en door hun uitingen bijdragen aan de bekendheid en impact van de doelen en activiteiten van de stichting.

Financiële sponsoring; financiële bijdragen in het algemeen of voor specifieke projecten, activiteiten of evenementen.

“In-kind” sponsoring; dit kan bestaan uit het kosteloos aanbieden van producten, diensten, menskracht of expertise voor activiteiten.

Beoordeling

Selectieproces; er is een helder proces voor het beoordelen van mogelijke partners en sponsors. Dit houdt in dat de stichting de potentiële relaties (hierna 'sponsors') beoordeelt op basis van de onderstaande criteria:

1. **Duurzaamheid**
Sponsors streven zichtbaar naar duurzame praktijken en beleid. Dit kan blijken uit certificeringen, initiatieven of projecten die bijdragen aan milieuvriendelijkheid en sociale verantwoordelijkheid.
2. **Relevantie**
Sponsors hebben duidelijke aansluiting bij de doelstellingen en thema's van de stichting, zoals natuur, cultuur, landschap, landbouw, bewoning en toerisme. Dit zorgt ervoor dat de samenwerking synergetisch is en bijdraagt aan de missie van de stichting.
3. **Identiteit en imago**
Sponsors hebben een goede naam en hanteren normen en waarden die overeenkomen met die van de stichting. Dit betekent dat bedrijven geen activiteiten ontplooiën die schadelijk zijn voor de omgeving, het milieu of de gemeenschap.
4. **Transparantie**
Sponsors zijn open en eerlijk over hun bedrijfsvoering, inclusief hun duurzaamheidsinspanningen en sociale impact. Dit vergroot het vertrouwen en de geloofwaardigheid van de samenwerking.
5. **Betrokkenheid**
Sponsors worden aangemoedigd om actief deel te nemen aan de activiteiten van de stichting. Dit kan betekenen dat zij betrokken zijn bij evenementen, projecten of andere initiatieven.
6. **Soliditeit**
De inzet en financiële gezondheid van de sponsors borgen een langdurige inzet en relatie.

7. Wederzijds enthousiasme en voordeel
De samenwerking levert voor beide partijen voordelen. Dit houdt in dat de stichting waarde toevoegt aan de sponsors en vice versa.
8. Innovatie en creativiteit
Sponsors met innovatieve of creatieve benaderingen vergroten de impact van de samenwerking en dit kan inspirerende projecten opleveren.
9. Lokale betrokkenheid
Voorkeur voor sponsors die lokaal verankerd zijn en een bijdrage leveren aan de gemeenschap rondom het Oer-IJ gebied, zodat er een sterke verbinding is met het lokale landschap en cultuur.

Evaluatie; regelmatige evaluatie van de sponsorrelaties om te waarborgen dat de samenwerking aan de verwachtingen voldoet en dat beide partijen profiteren.

Partner-/Sponsorovereenkomst

Met elke partner/sponsor wordt een passende overeenkomst getekend. In de overeenkomst worden de specifieke afspraken vastgelegd. In ieder geval worden hierin ook de onderstaande zaken meegenomen:

Wederzijds voordeel; afspraken worden gemaakt hoe de sponsor zichtbaar wordt binnen de activiteiten van de stichting, zoals op evenementen, in publicaties en op de website. Ook wordt vastgelegd hoe de sponsor in haar communicatie de relatie met het Oer-IJ benut. Hierbij geldt in ieder geval het volgende:

1. Als een partner/sponsor van de Stichting Oer-IJ gebruik wenst te maken van het logo van de stichting voor externe of commerciële publicatie zal dit vooraf moeten worden goedgekeurd door het bestuur van de stichting.
2. Als een partner/sponsor van de Stichting Oer-IJ in zijn externe publicaties dit partner/sponsorschap wenst te vermelden, zal deze vooraf in contact treden met het stichtingsbestuur omtrent de inhoud en behoudt de Stichting Oer-IJ zich het recht van correctie van deze publicatie voor.

Verantwoordelijkheid; de partner/sponsor wordt aangemoedigd om actief deel te nemen aan de activiteiten van de stichting en kan worden uitgenodigd voor evenementen en bijeenkomsten.

Rapportage; de partner/sponsor wordt aangemoedigd om hun impact op duurzaamheid te rapporteren, en de stichting kan deze informatie gebruiken om de verbinding met de sponsor en de maatschappelijke impact van hun bijdragen te communiceren.

