

Sponsorbeleid stichting Akkoord!-PO

15-09-2026

Status

Vastgesteld door College van Bestuur

Instemming GMR

Evaluatie-frequentie

Vastgesteld

30-09-2026

30-09-2026

Jaarlijks

Inhoud

1. Inleiding
 2. Begripsbepaling
 3. Uitgangspunten
 4. Maatschappelijke sensitiviteit bij sponsoring en fondsenwerving
 5. Toegestane vormen van sponsoring
 6. Niet-toegestane sponsoring
 7. Commerciële activiteiten gericht op kinderen
 8. Besluitvorming binnen Akkoord!
 9. Medezeggenschap
 10. Vastleggen van afspraken
 11. Verantwoording en transparantie
 12. Doorwerking in schoolplan en schoolgids
 13. Klachten
 14. Slotbepaling
- Bijlage 1 – Beslisboom voor directeuren
- Bijlage 2 – Modeltekst schoolplan en schoolgids
- Bijlage 3 – Wettelijk en beleidsmatig kader en bronnen

1. Inleiding

Akkoord! staat midden in de samenleving en werkt vanuit haar maatschappelijke opdracht samen met organisaties, bedrijven en andere partners. Deze samenwerkingen kunnen bijdragen aan goed en aantrekkelijk onderwijs en aan activiteiten voor leerlingen.

Sponsoring kan hiervan onderdeel zijn. Tegelijkertijd moet worden voorkomen dat sponsoring leidt tot ongewenste commerciële beïnvloeding, afhankelijkheid of aantasting van de onafhankelijkheid van het onderwijs. In dit beleid legt Akkoord! vast onder welke voorwaarden sponsoring mogelijk is. Het beleid geldt voor alle scholen die onder Akkoord! vallen en sluit aan bij de geldende wet- en regelgeving en het Sponsorconvenant 2025–2029.

2. Begripsbepaling

Sponsoring

Van sponsoring is sprake wanneer Akkoord! of een van haar scholen geld, goederen of diensten ontvangt van een externe partij en daar een tegenprestatie tegenover staat. Deze tegenprestatie kan bijvoorbeeld bestaan uit naams- of logovermelding, zichtbaarheid bij een activiteit, reclame of een andere vorm van promotie. Kenmerkend voor sponsoring is dus dat tegenover de bijdrage van de sponsor een afgesproken tegenprestatie van de school staat.

Fondsenwerving

Van fondsenwerving is sprake wanneer Akkoord! of een van haar scholen actief middelen werft voor een bepaald doel, bijvoorbeeld via een sponsorloop, verkoopactie, inzamelingsactie, crowdfunding of een andere actie waarbij ouders, leerlingen of derden vrijwillig bijdragen. Bij fondsenwerving staat het gezamenlijke doel van de actie centraal en is niet noodzakelijk sprake van een commerciële tegenprestatie.

Onderscheid: bij sponsoring ontvangt de school een bijdrage waarvoor een tegenprestatie wordt afgesproken. Bij fondsenwerving zamelt de school actief middelen in voor een gezamenlijk doel, zonder dat daar noodzakelijk een tegenprestatie tegenover staat. Voor beide geldt dat de activiteit moet passen bij de waarden, pedagogische opdracht en uitgangspunten van Akkoord!.

3. Uitgangspunten

Sponsoring is alleen aanvaardbaar wanneer aan alle onderstaande uitgangspunten wordt voldaan:

- de sponsoring past bij de visie, waarden, pedagogische opdracht en maatschappelijke verantwoordelijkheid van Akkoord!;
- de sponsoring heeft geen invloed op de inhoud of kwaliteit van het onderwijs;
- de objectiviteit, geloofwaardigheid en onafhankelijkheid van de school blijven gewaarborgd;
- de sponsoring schaadt de ontwikkeling, gezondheid en het welzijn van leerlingen niet;
- leerlingen worden niet ongewenst blootgesteld aan reclame of commerciële beïnvloeding;
- de continuïteit van het onderwijs en de kernactiviteiten van de school zijn niet afhankelijk van sponsoring;
- de sponsoring leidt niet tot bevoordeling van de sponsor bij inkoop, aanbesteding of andere zakelijke besluitvorming;
- afspraken zijn transparant, toetsbaar en schriftelijk vastgelegd;
- de tegenprestatie staat in redelijke verhouding tot de bijdrage van de sponsor.

Het belang van de leerling en de kwaliteit en onafhankelijkheid van het onderwijs staan altijd voorop.

4. Maatschappelijke sensitiviteit bij sponsoring en fondsenwerving

Fondsenwerving en sponsoring zijn binnen Akkoord! mogelijk, mits deze zorgvuldig worden vormgegeven en passen bij de waarden en maatschappelijke opdracht van Akkoord!. Omdat dergelijke activiteiten kunnen raken aan kansengelijkheid, sociale veiligheid en de financiële positie van gezinnen, is maatschappelijke sensitiviteit hierbij essentieel.

De volgende uitgangspunten zijn leidend:

Individuele herleidbaarheid

Opbrengsten worden niet herleidbaar gemaakt tot individuele leerlingen. Er wordt niet gewerkt met openbare opbrengsten per kind, verkoopresultaten per leerling, ranglijsten of andere vormen van individuele vergelijking.

Financiële of sociale druk

Fondsenwervende of sponsoractiviteiten mogen ouders en leerlingen niet in een ongemakkelijke positie brengen. Deelname aan acties of het leveren van een financiële bijdrage is vrijwillig en mag niet als norm of verwachting worden ervaren. Leerlingen mogen geen nadeel ondervinden wanneer zij of hun ouders niet deelnemen of bijdragen.

Collectief karakter

Eventuele opbrengsten komen ten goede aan de groep, school of activiteit als geheel. De hoogte van een individuele bijdrage of opbrengst leidt niet tot individuele aanspraken, voordelen of verschillen tussen leerlingen.

Pedagogische zorgvuldigheid

Activiteiten rondom sponsoring en fondsenwerving passen bij de pedagogische opdracht van de school. De gekozen werkwijze mag geen prestatiedruk, onderlinge competitie op financiële opbrengst, stigmatisering of uitsluiting veroorzaken.

Communicatie

In de communicatie met ouders en leerlingen wordt zorgvuldig gekozen voor uitnodigende en informatieve taal. Directe of indirecte betalingsdruk wordt vermeden. Ook wordt duidelijk gemaakt wat het doel van de actie is, waarvoor eventuele opbrengsten worden gebruikt en dat deelname vrijwillig is.

Beoordeling vooraf

De schooldirecteur beoordeelt vooraf of een voorgenomen sponsor- of fondsenwervingsactiviteit aan deze uitgangspunten voldoet. Bij twijfel over de maatschappelijke, pedagogische of financiële wenselijkheid wordt de activiteit vooraf besproken met het College van Bestuur.

5. Toegestane vormen van sponsoring

Binnen de hiervoor genoemde uitgangspunten kan sponsoring bijvoorbeeld worden ingezet voor:

- een sportdag, schoolfeest, culturele activiteit of ander schoolevenement;
- aanvullende materialen of voorzieningen;
- activiteiten op het gebied van sport, cultuur, natuur, techniek of burgerschap;
- een project of initiatief dat aansluit bij de doelstellingen van de school;
- een bijdrage aan de inrichting of verbetering van de leer- en leefomgeving.

Een passende tegenprestatie kan bijvoorbeeld bestaan uit een bescheiden vermelding van de naam of het logo van de sponsor bij de betreffende activiteit. Voor betrokkenen moet duidelijk zijn dat sprake is van sponsoring.

6. Niet-toegestane sponsoring

Akkoord! en haar scholen gaan geen sponsorovereenkomst aan wanneer:

- de sponsor invloed wil uitoefenen op de onderwijsinhoud, lesmethoden of pedagogische keuzes;
- leerlingen rechtstreeks worden aangezet tot de aanschaf of het gebruik van producten of diensten;

- reclame-uitingen misleidend, agressief of niet passend zijn bij de leeftijd van leerlingen;
- de sponsoring een ongezonde leefstijl stimuleert of strijdig is met geldende regels voor reclame gericht op kinderen;
- persoonsgegevens van leerlingen, ouders of medewerkers voor commerciële doeleinden worden gebruikt;
- de sponsor een exclusieve positie verlangt die de onafhankelijke keuze van de school bij toekomstige inkoop of samenwerking beperkt;
- sprake is of kan zijn van belangenverstrengeling;
- de activiteiten of reputatie van de sponsor niet verenigbaar zijn met de waarden en maatschappelijke verantwoordelijkheid van Akkoord!;
- de school voor het reguliere onderwijs of andere kernactiviteiten afhankelijk wordt van de sponsorbijdrage;
- de sponsoring leidt tot ongewenste verschillen in de toegankelijkheid van het onderwijs.

Ook sponsoring die de democratische rechtsstaat, fundamentele vrijheden of mensenrechten onder druk zet, wordt niet geaccepteerd.

7. Commerciële activiteiten gericht op kinderen

Akkoord! gaat terughoudend om met commerciële uitingen die rechtstreeks op leerlingen zijn gericht. Het schoolgebouw, de digitale leeromgeving en onderwijsactiviteiten zijn in de eerste plaats een veilige leer- en ontwikkelomgeving. Reclame of promotie mag daarom niet de overhand krijgen.

Gesponsord lesmateriaal wordt niet gebruikt wanneer de commerciële boodschap daarin een prominente plaats inneemt of wanneer het materiaal leerlingen stimuleert tot het gebruik of de aanschaf van producten of diensten. Bij voedingsmiddelen en reclame gericht op kinderen worden bovendien de geldende bijzondere reclamecodes toegepast.

Bij aanvullende onderwijsondersteuning, zoals bijles of huiswerkbegeleiding, bewaakt Akkoord! de toegankelijkheid en onafhankelijkheid van het onderwijs. Extra ondersteuning wordt bij voorkeur binnen de school of via een niet-commerciële organisatie aangeboden. Samenwerking met commerciële aanbieders wordt niet gebruikt als sponsorconstructie en mag er niet toe leiden dat leerlingen voor noodzakelijke ondersteuning afhankelijk worden van een betaalde commerciële dienst.

8. Besluitvorming binnen Akkoord!

De directeur beoordeelt een sponsorvoorstel in eerste instantie aan de hand van dit beleid. Bij een incidentele, beperkte sponsorbijdrage kan de directeur het voorstel binnen de geldende mandaat- en medezeggenschapsafspraken verder voorbereiden.

Het College van Bestuur wordt vooraf betrokken wanneer sprake is van:

- een structurele of meerjarige samenwerking;
- een financieel of materieel substantiële bijdrage;
- sponsoring die meerdere scholen of de gehele organisatie betreft;
- exclusiviteitsafspraken;
- een mogelijk reputatie-, integriteits- of belangenverstrengelingsrisico;
- twijfel over de verenigbaarheid van de sponsoring met dit beleid.

Bij twijfel wordt geen toezegging gedaan voordat het College van Bestuur het voorstel heeft beoordeeld.

9. Medezeggenschap

Voor een besluit tot aanvaarding van materiële of geldelijke bijdragen waarbij Akkoord! verplichtingen aangaat waarmee leerlingen tijdens schooltijd, onderwijsactiviteiten, activiteiten onder verantwoordelijkheid van de school of tijdens het overblijven worden geconfronteerd, is voorafgaande instemming van de medezeggenschapsraad vereist op grond van artikel 10, onderdeel f, van de Wet medezeggenschap op scholen.

Wanneer een aangelegenheid van gemeenschappelijk belang is voor alle of de meerderheid van de scholen van Akkoord!, wordt beoordeeld of de bevoegdheid bij de gemeenschappelijke medezeggenschapsraad (GMR) ligt.

10. Vastleggen van afspraken

Sponsorafspraken worden schriftelijk vastgelegd. Daarbij wordt in ieder geval beschreven:

- wie de sponsor is;
- welke bijdrage in geld, goederen of diensten wordt geleverd;
- waarvoor de bijdrage wordt gebruikt;
- welke tegenprestatie Akkoord! of de school levert;
- de looptijd van de afspraak;
- hoe en wanneer de samenwerking kan worden beëindigd;
- dat de sponsor geen invloed heeft op onderwijsinhoudelijke of pedagogische beslissingen;
- hoe wordt omgegaan met communicatie, naam- en logogebruik en privacy.

Jaarlijkse evaluatie van de gemaakte afspraken dient plaats te vinden.

11. Verantwoording en transparantie

Akkoord! en haar scholen zijn transparant over sponsoring. Sponsoring en giften/donaties worden in de financiële administratie herkenbaar en van elkaar onderscheiden vastgelegd, zodat herkomst, omvang, bestemming en een eventuele tegenprestatie controleerbaar zijn. Sponsorinkomsten en bijdragen worden overeenkomstig de geldende voorschriften verwerkt en verantwoord. Relevante sponsorafspraken zijn binnen de school inzichtelijk en controleerbaar.

12. Doorwerking in schoolplan en schoolgids

De Wet op het primair onderwijs verlangt dat het schoolplan beleid bevat over het aanvaarden van materiële of geldelijke bijdragen, niet zijnde ouderbijdragen of op de onderwijswetgeving gebaseerde bijdragen, wanneer het bevoegd gezag daarbij verplichtingen aangaat waarmee leerlingen worden geconfronteerd. Daarnaast informeert de school ouders via de schoolgids over het sponsorbeleid.

Akkoord! organiseert dit bovenschools. Het volledige sponsorbeleid wordt centraal vastgesteld en geldt voor alle scholen. Iedere school neemt in het schoolplan een vaste, korte paragraaf op die naar dit bovenschoolse beleid verwijst. In de schoolgids wordt een beknopte, voor ouders toegankelijke tekst opgenomen. De modelteksten staan in bijlage 2. Hierdoor hanteren alle scholen hetzelfde kader en kan het centrale beleid actueel worden gehouden zonder dat iedere school een afzonderlijk sponsorbeleid hoeft te onderhouden.

13. Klachten

Ouders, medewerkers of andere betrokkenen die bezwaar hebben tegen een sponsoractiviteit kunnen dit in eerste instantie bespreken met de directeur. Wanneer dit niet tot een oplossing leidt, kan gebruik worden gemaakt van de geldende klachtenregeling van Akkoord!. Een klacht die specifiek betrekking heeft op de inhoud van een reclame-uiting kan worden ingediend bij de Reclame Code Commissie.

14. Slotbepaling

In situaties waarin dit beleid niet voorziet, beslist het College van Bestuur. Wanneer wet- en regelgeving, landelijke afspraken of relevante reclamecodes wijzigen, wordt dit beleid waar nodig aangepast.

Dit sponsorbeleid treedt in werking na vaststelling door het College van Bestuur en afronding van de toepasselijke medezeggenschapsprocedure.

Het sponsorbeleid dient jaarlijks te worden geëvalueerd.