



## Vereniging Christelijk Onderwijs Quercus

### Sponsorbeleid

Versie: juni 2005

## SPONSORBELEID Vereniging Christelijk Onderwijs Quercus

VCO Quercus conformeert zich aan het “Convenant scholen voor primair en voortgezet onderwijs en sponsoring” van 13 februari 2002 dat als bijlage aan dit beleid is toegevoegd.

Dit houdt onder meer in dat:

- Als sponsoring iedere geldelijke of materiele bijdrage wordt gezien, waardoor het bevoegd gezag, al dan niet uit eigen beweging, verplichtingen op zich neemt waarmee de leerlingen in schoolverband worden geconfronteerd.
- Sponsoring niet de objectiviteit, de geloofwaardigheid, de betrouwbaarheid en de onafhankelijkheid van het onderwijs in gevaar mag brengen.
- Sponsoring verenigbaar moet zijn met de statutaire grondslag van de vereniging, alsmede de doelstelling van de school en het onderwijs.
- De school niet in een afhankelijkheidsrelatie tot de sponsor(s) mag komen te verkeren en de school voor het uitvoeren van wettelijk voorgeschreven kernactiviteiten niet afhankelijk mag worden van sponsormiddelen.
- Sponsors dienen de uitgangspunten van het convenant te accepteren.

Sponsoring behoeft een groot draagvlak binnen de schoolorganisatie. Het bevoegd gezag tracht dit te bereiken door:

- *Aan de oudergeleding van de (G)MR instemming te vragen ter zake van het sponsorbeleid, het overeenkomen van een sponsorcontact en de acceptatie van revenuen uit sponsoring.*
- *Aan de personeelsgeleding van de (G)MR instemming te vragen ter zake van het sponsorbeleid, het overeenkomen van een sponsorcontact en de acceptatie van revenuen uit sponsoring.*

De gepleegde sponsoractiviteiten – met vermelding van omvang inkomsten en verschuldigde tegenprestatie- jaarlijks in de schoolgids te verantwoorden.

Het instellen van een klachtenregeling als hierna beschreven.

Met betrekking tot concrete sponsoractiviteiten hanteert de vereniging de volgende klachtenregeling:

- Ouders/verzorgers van leerlingen alsmede personeelsleden van de school kunnen ter zake van het in schoolverband geconfronteerd worden met ongewenste gevolgen van sponsoring een schriftelijke klacht indienen bij het bevoegd gezag. Het gaat daarbij om de al dan niet vrijwillig geleverde tegenprestatie aan de sponsor, die binnen de school, dan wel in schoolverband wordt geleverd.
- Een klager wordt in de gelegenheid gesteld zijn klacht tegenover een delegatie van het bevoegd gezag mondeling toe te lichten.
- Het bevoegd gezag beoordeelt de klacht op basis van de in het convenant sponsoring neergelegde criteria, het eigen sponsorbeleid alsmede de grondslag van de vereniging.
- Het bevoegd gezag doet binnen 6 weken na ontvangst van de schriftelijke klacht een uitspraak. Deze uitspraak dient te zijn gemotiveerd.
- Indien de beslissing van het bevoegd gezag voor de klager niet bevredigend is, kan hij zich binnen 4 weken wenden tot de klachtencommissie.
- Het bevoegd gezag doet van iedere op grond van vorenstaande bepalingen afgehandelde klacht mededeling aan de (G)MR.

*Convenant "Scholen voor primair en voortgezet onderwijs en sponsoring"*

Partijen\* :

De Staat der Nederlanden, te dezen vertegenwoordigd door de staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen, mevrouw drs K.Y.I.J. Adelmund.

De hierna genoemde besturenorganisaties,

Besturenraad Protestants Christelijk Onderwijs, te dezen vertegenwoordigd door de heer mr. J.A. Keijser

Landelijk Verband van Gereformeerde Schoolverenigingen, te dezen vertegenwoordigd door de heer mr. F.C.Th. van der Mooren

Verenigde Bijzondere Scholen, te dezen vertegenwoordigd door de heer mr. S.J. Steen

Vereniging van Besturenorganisaties van Katholieke Onderwijsinstellingen, te dezen vertegenwoordigd door de heer mr. C.J.D. Frankenveijle

Vereniging voor Gereformeerd Schoolonderwijs, te dezen vertegenwoordigd door de heer mr. V.A. Smit

Vereniging voor Openbare en algemeen toegankelijke Scholen (VOS/abb), te dezen vertegenwoordigd door de heer mr. N.Ph. Geelkerken

De hierna genoemde landelijke organisaties voor ouders in het onderwijs,

Landelijke Oudervereniging Bijzonder Onderwijs, te dezen vertegenwoordigd door mevrouw J. Winkels

Nederlandse Katholieke Oudervereniging, te dezen vertegenwoordigd door mevrouw drs. I.C.J.M. van Kesteren

Vereniging voor Openbaar Onderwijs, te dezen vertegenwoordigd door de heer R. Limper

Vereniging voor Ouders, christelijk onderwijs en opvoeding, te dezen vertegenwoordigd door de heer mr. W.J.V. van Katwijk

Het Landelijk Actie Komitee Scholieren, te dezen vertegenwoordigd door de heer V. de Neve

De Vereniging voor het management in het Voortgezet Onderwijs, te dezen vertegenwoordigd door de heer Th.A.J. Brugman

De Algemene Vereniging voor Schoolleiders, te dezen vertegenwoordigd door de heer A.J.F. Duif

De Consumentenbond, te dezen vertegenwoordigd door mevrouw drs. K. de Jonge

De Vereniging VNO- NCW, te dezen vertegenwoordigd door de heer ir. F. Keun

De Groep Educatieve Uitgeverijen, te dezen vertegenwoordigd door de heer drs. P.A. Stadhouders

Overwegende dat:

Partijen het wenselijk achten om te komen tot een voortzetting van het convenant inzake sponsoring van scholen voor primair en voortgezet onderwijs dat op 13 februari 1997 tot stand is gekomen en op 13 februari 2002 expireert:

---

\* De VOO en het LAKS onderschrijven dit convenant, maar zouden er de voorkeur aan geven dat "sponsoring in het primair en voortgezet onderwijs" bij wet wordt geregeld. Het LAKS zou, gelet op het feit dat naar haar mening sponsors liever investeren in "rijke" scholen dan in "arme" scholen, de voorkeur geven aan een landelijk sponsorfonds of een aantal regionale sponsorfondsen, die verantwoordelijk zijn voor een eerlijke toewijzing van de sponsormiddelen aan alle scholen voor primair en voortgezet onderwijs.

De rapportage van Regioplan van oktober 2001 enerzijds uitwijst dat de gedragsregels inzake sponsoring kunnen worden herbevestigd, terwijl anderzijds de in de onderwijswetgeving opgenomen wettelijke voorschriften niet voldoende worden nageleefd;

Het advies “Publiek en Privaat” van de Onderwijsraad van 9 oktober 2001 een aantal opmerkingen bevat over sponsoring, die betekenis hebben voor het convenant;

Er sprake is van een relatie tussen de afspraken in het convenant en de afspraken inzake het handvest kennisnet;

Het gewent is te benadrukken dat bevoegde gezagsorganen van scholen op een zorgvuldige en voor alle betrokkenen transparante wijze met sponsoring omgaan;

Het gewent is te benadrukken dat bedrijven die overgaan tot het sponsoren van scholen daarbij voorop dienen te stellen dat zij hiertoe overgaan vanuit een maatschappelijke betrokkenheid.

Komen als volgt overeen:

## **Artikel 1** begripsomschrijvingen

### *Leerlingen*

Waar in dit convenant sprake is van leerlingen worden daaronder begrepen leerlingen in het primair of voortgezet onderwijs als bedoeld in de WPO, de WEC en de WVO, dan wel hun ouders, voogden of verzorgers.

### *Sponsoring*

Geldelijke en/of materiële bijdragen, niet gebaseerd op de onderwijswetgeving en niet zijnde de ouder-/leerlingbijdragen, 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) worden geconfronteerd.

### *Donatie*

Geldelijke en/of materiële bijdragen, niet gebaseerd op de onderwijswetgeving en niet zijnde de ouder-/leerlingbijdragen, 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.

### *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 hiermee worden geconfronteerd en deze redelijkerwijs niet kunnen ontlopen.

### *Reclame Code*

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

### *Klachtencommissie*

De klachtencommissie op grond van artikel 14 van de WPO, artikel 23 van de WEC of artikel 24b van de WVO.

### *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. Draagvlak**

*De directie van de school die een sponsorovereenkomst wenst aan te gaan dient te allen tijde vooraf schriftelijke toestemming te verkrijgen van bovenschoolse directie, die hiertoe is gemandateerd door het bestuur.*

*De bovenschoolse directie die een sponsorovereenkomst wenst aan te gaan dient te allen tijde vooraf toestemming te verkrijgen van het bestuur.*

*De bovenschoolse directie i.c. het bestuur heeft de taak de inhoud van de overeenkomst, alvorens goedkeuring te verlenen, te toetsen aan de uitgangspunten van het sponsorbeleid.*

*Tevens dient de schooldirectie, bovenschoolse directie i.c. het bestuur zich ervan te vergewissen dat de (G)MR conform artikel 21 sub I en artikel 22 sub D van het (G)MR reglement instemming heeft verleend..*

Het moet altijd voor een ieder 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 en/of lichamelijke gesteldheid van leerlingen. 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 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 ongezonde en/of gevaarlijke activiteiten, noch mag dit leerlingen aanmoedigen om ouders te stimuleren producten of diensten af te nemen van de sponsor.

## **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 kernactiviteiten 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**

Partijen spannen zich er voor in dat scholen die gebruik maken van het middel sponsoring er voor zorgen dat alle betrokkenen bij de school voldoende geïnformeerd worden over de beslissingen aangaande sponsoring. Zij bieden de scholen desgevraagd ondersteuning bij het opzetten van professionele communicatielijnen. Zij stimuleren dat scholen de door hen verkregen sponsormiddelen gescheiden zichtbaar maken in een boekhouding, die voor alle betrokkenen bij de school goed toegankelijk dient te zijn.

## **Artikel 9. Communicatiestrategie**

Partijen zullen met het oog op de afspraken die in dit convenant zijn vastgelegd een gezamenlijke communicatiestrategie ontwikkelen.

## **Artikel 10. Evaluatie.**

De werking van dit convenant zal in 2006 door partijen integraal worden geëvalueerd. Daarbij zal in elk geval worden geïnventariseerd op welke wijze hetgeen in dit convenant is vastgelegd door scholen is gehanteerd. Deze evaluatie vindt plaats op een voor het verstrijken van deze termijn nader door partijen te bepalen wijze. Mede aan, de hand van de uitkomsten van de evaluatie zal door partijen worden bepaald of en zo ja in welke vorm dit convenant zal worden verlengd. De staatssecretaris neemt het initiatief om tot de beoogde evaluatie te komen.

## **Artikel 11. Wijziging convenant**

Indien er sprake is van omstandigheden die naar het oordeel van een der partijen zouden moeten leiden tot herziening van dit niet in rechte afdwingbare convenant, wordt hierover overleg gevoerd tussen alle partijen.

Wijzigingen van dit convenant en aanvullingen daarop zijn slechts geldig voor zover zij schriftelijk tussen alle partijen zijn overeengekomen.

## **Artikel 12. Werkingsduur en bekendmaking**

Dit convenant treedt in werking op de datum van ondertekening door partijen en eindigt op 13 februari 2007. Partijen voeren tijdig voor de afloop en op initiatief van de staatssecretaris overleg over de vraag of en in welke vorm voortzetting van dit convenant gewenst is.

Dit convenant zal in elk geval worden bekendgemaakt in het gele katern van het officiële publicatieblad van het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen, Uitleg. Daarenboven zullen alle partijen zelf bekendheid geven aan de afspraken naar hun eigen achterban.

## Toelichting

### Algemeen:

Sponsoring in het primair en voortgezet onderwijs, waar het om leerplichtige leerlingen gaat, is een onderwerp van zorg. Zowel de regering en Tweede Kamer, als de diverse onderwijsorganisaties en belangenorganisaties hebben deze zorg geuit.

Om te bevorderen dat alle bij de school betrokkenen op een zorgvuldige manier met sponsoring omgaan, hebben het ministerie, de onderwijsorganisaties en de andere belangenorganisaties in februari 1997 een convenant afgesloten. Dit convenant expireert op 13 februari 2002.

Sinds februari 1997 zijn de in “Wet Medezeggenschap Onderwijs 1992” rechten voor de oudergeleding opgenomen op het punt van sponsoring, en is in de Wet op het primair onderwijs, Wet op de expertise centra en de Wet op het voortgezet onderwijs een wettelijke basis gelegd voor een verplichte aansluiting bij een klachtencommissie waarbij betrokkenen bij het onderwijs terecht kunnen met klachten over onder andere sponsoring. Daarnaast zijn er in de WPO, WEC en WVO bepalingen opgenomen met verplichtingen voor het bevoegd gezag ten aanzien van de informatieverstrekking over middelen van derden anders dan de ouderbijdrage.

Uit de integrale evaluatie van de werking van het Convenant van Regioplan, oktober 2001, is gebleken dat gedragsregels rondom sponsoring in het onderwijs door alle partijen wenselijk worden geacht, hoewel er over het algemeen inhoudelijk zorgvuldig met sponsoring omgegaan wordt. Anderzijds is ook gebleken dat de bestaande (procedurele) wettelijke regelgeving rondom sponsoring niet voldoende wordt nageleefd.

Zo is gebleken dat de medezeggenschapsraad niet altijd wordt geraadpleegd over sponsoring en zijn zowel ouders als leerkrachten slecht geïnformeerd over sponsoring in het onderwijs. Daarnaast is gebleken dat veel betrokkenen niet weten dat zij met klachten over sponsoring terecht kunnen bij de klachtencommissie.

Uit het rapport blijkt verder dat het percentage scholen dat van sponsoring gebruik maakt tussen 1998 en 2001 niet is gestegen (ca. 13% van de scholen voor primair onderwijs en ca. 27% van de scholen voor voortgezet onderwijs). Ook de gemiddelde waarde van de sponsormiddelen is in deze periode vrijwel gelijk gebleven. Het overgrote deel van de scholen doet evenwel om uiteenlopende redenen niet aan sponsoring.

Sponsorrelaties komen vrijwel altijd tot stand op verzoek van de school. Over het algemeen gaat het om kleine middenstand in de buurt van de school. De redenen voor het aangaan van sponsorrelaties met scholen zijn vooral naamsbekendheid bij leerlingen en ouders, en het uiten van maatschappelijke betrokkenheid.

De meest voorkomende tegenprestatie die scholen leveren is het vermelden van de sponsor in de schoolkrant / schoolgids / nieuwsbrief etc. Schooldirecteuren eisen dat de sponsor geen invloed mag hebben op het primaire proces en dat de school zijn onafhankelijkheid behoudt. Sponsormiddelen worden meestal ingezet voor de extra's. Overigens bestaat er weinig verschil tussen de besteding van sponsorgelden en de besteding van donaties.

Met dit convenant worden de gedragsregels betreffende sponsoring uit het oude convenant herbevestigd en verplichten de convenantpartners zich ertoe te bevorderen dat de informatievoorziening rondom sponsoring verbeterd wordt. Daarbij wordt aandacht besteed aan de functie van de klachtencommissie en aan een transparante informatievoorziening over de sponsoractiviteiten van de school. De convenantpartners zullen daartoe een gezamenlijke communicatiestrategie ontwikkelen.

Uit het Onderwijsraadadvies “Publiek en Privaat” vloeit de beleidslijn voort om private betrokkenheid en financiering in het onderwijs de ruimte te geven, maar tegelijkertijd eventuele negatieve effecten van deze betrokkenheid te bestrijden. Met dit convenant is gekozen voor zelfregulering als instrument voor het hanteren van gedragsregels voor een verantwoorde omgang met sponsoring. Ten opzichte van het vorige convenant sponsoring is het convenant op de volgende punten gewijzigd:

Er is sprake van een aanscherping van de definitie van sponsoring zodat alle middelen waar scholen gevraagd of ongevraagd tegenprestaties voor leveren onder sponsoring vallen;

Er wordt vastgesteld dat het uitvoeren van de wettelijk voorgeschreven kernactiviteiten niet afhankelijk mag worden van sponsormiddelen;

De convenantpartners nemen zich voor om te komen tot een gezamenlijke communicatiestrategie om de naleving van de wettelijke voorschriften inzake sponsoring te verbeteren;

De convenantpartners spannen zich in om de transparante informatievoorziening over sponsoring richting alle bij de school betrokkenen te verbeteren;

De convenantpartners benadrukken dat het wenselijk is dat bedrijven die overgaan tot het sponsoren van scholen daarbij voorop dienen te stellen dat zij hiertoe overgaan vanuit een maatschappelijke betrokkenheid.

De afspraken die door middel van dit convenant zijn vastgelegd, zijn mede van toepassing op reclameuitingen op het Kennisnet waar het gaat om het funderend onderwijs. Zie ook artikel 6 van het Handvest Kennisnet.

Artikelsgewijs:

Toelichting bij 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.

Het bevoegd gezag is te allen tijde verantwoordelijk voor hetgeen in schoolverband (dat wil zeggen binnen het verband van de schoolorganisatie) geschiedt. Dat is ook het geval als bijvoorbeeld een los van het bevoegd gezag staande vereniging of stichting van ouders voor de school een sponsor weet te vinden en daartoe een sponsorovereenkomst aangaat die met zich mee brengt dat de sponsor een tegenprestatie vraagt waarmee leerlingen of hun ouders/voogden/verzorgers binnen het verband van de schoolorganisatie worden geconfronteerd.

Ook al gaat het bevoegd gezag in een dergelijk geval zelf niet rechtstreeks een verplichting aan jegens de sponsor, er kan wel worden gesproken van een afgeleide verplichting voor het bevoegd gezag die voortvloeit uit de sponsorovereenkomst. Het bevoegd gezag zal immers moeten toestaan dat in schoolverband een bepaalde tegenprestatie wordt geleverd en moet derhalve bepalen of het verantwoord is om leerlingen of hun ouders/voogden/verzorgers met de tussen de sponsor en de ouders afgesproken tegenprestatie te confronteren.

Wat betreft dit convenant gaat het niet alleen om tegenprestaties die ten behoeve van de sponsor gedurende schooltijden worden geleverd. Ook kan het bijvoorbeeld gaan om tegenprestaties die moeten worden geleverd tijdens buitenschoolse activiteiten die onder verantwoordelijkheid van het

bevoegd gezag plaatsvinden. Essentieel in deze is immers de verantwoordelijkheid van het bevoegd gezag waaraan ouder/voogden/verzorgers hun kinderen hebben toevertrouwd.

Bij sponsoring kan bijvoorbeeld worden gedacht aan:

Gesponsorde lesmaterialen:

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

Sponsors van activiteiten:

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

Sponsors 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:

Advertenties:

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

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, doch dat hoeft uiteraard niet altijd. Zie ook de toelichting op artikel 7.

Toelichting bij artikel 2:

Na de ondertekening van het Convenant sponsoring in februari 1997 is een aantal wettelijke bepalingen tot stand gekomen betreffende de wijze waarop betrokkenen in het onderwijs om dienen te gaan met bijdragen van derden aan de school, anders dan de ouderbijdragen. Op grond van artikel 7 van "Wet medezeggenschap in het onderwijs 1992" heeft de medezeggenschapsraad adviesbevoegdheid over de vaststelling of wijziging van de bestemming in hoofdlijnen van door het bevoegd gezag ontvangen middelen van derden, waaronder zowel sponsoring als donaties vallen. Bovendien heeft de oudergeleding van de medezeggenschapsraad op basis van artikel 9 instemmingbevoegdheid over alle besluiten die het bevoegd gezag neemt met betrekking tot de aanvaarding van sponsoring. Uit artikel 10 volgt dan dat het personeelsdeel van de medezeggenschapsraad adviesbevoegdheid heeft over de aanvaarding van sponsoring.

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 om gaat met bijdragen die door middel van sponsoring zijn verkregen (artikel 13 WPO, artikel 22 WEC, artikel 24a WVO).

Omdat uit de integrale evaluatie van Regioplan (oktober 2001) is gebleken dat deze wettelijke bepalingen niet altijd worden nageleefd, verplichten de convenantpartners zich ertoe de bekendheid en naleving daarvan zoveel mogelijk te bevorderen.

## Toelichting bij de artikelen 3/4/5/6

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 een 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.

Indien er op een andere wijze in schoolverband reclame wordt gemaakt, mag dit de leerlingen niet stimuleren tot ongezonde 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.

## Toelichting op 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, doch 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 12352, 1100 AJ, Amsterdam, [www.reclamecode.nl](http://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.

#### Toelichting op de artikelen 8 / 9

De convenantpartners verklaren zich ervoor in te spannen dat scholen die van sponsoring gebruik maken, dat op een verantwoorde en voor alle betrokkenen transparante wijze zullen doen. Dat vereist in de eerste plaats dat bevoegde gezagsorganen alle bij de school betrokkenen, zoals leerlingen / ouders/ verzorgers en leerkrachten, voldoende informeren over beslissingen omtrent sponsoring. Daarbij kan gedacht worden aan in de toelichting op artikel 7 genoemde beslissingen. Daartoe zullen de convenantpartners scholen op verzoek ondersteuning bieden bij het opzetten van professionele communicatielijnen.

Daarnaast zullen de convenantpartners stimuleren dat scholen de door middel van sponsoring verkregen middelen gescheiden zichtbaar maken in hun boekhouding. Om alle bij de school betrokkenen een helder inzicht te verschaffen in de mate waarin een school van sponsoring gebruik maakt, dient een duidelijke scheiding tussen de van rijkswege verkregen middelen en sponsormiddelen aangebracht te worden, en dient deze boekhouding voor alle bij de school betrokkenen toegankelijk te zijn.

Om de in dit convenant gemaakte afspraken bekend te maken onder scholen, de bij de school betrokkenen en het bedrijfsleven of andere potentiële sponsors, en de naleving daarvan zoveel mogelijk te bevorderen, zullen de convenantpartners een gezamenlijke communicatiestrategie ontwikkelen. In elk geval zullen er geschikte momenten worden gezocht om aandacht te besteden aan de zich binnen de achterban voordoende ontwikkelingen op het gebied van sponsoring in het onderwijs. Voorts erkennen de convenantpartners het belang dat dit convenant en de wettelijke bepalingen betreffende sponsoring in het onderwijs bekend zijn binnen alle geledingen van de school. Er wordt naar gestreefd dat bevoegde gezagsorganen ervoor zorgen dat een afschrift van dit convenant op elke school aanwezig blijft.