

## Richtlijn sponsoring DHV BV

DHV krijgt bijna dagelijks sponsorverzoeken. Deze sponsorrichtlijn is bedoeld om houvast te geven bij de selectie van goede spondoelen. Uitzonderingen bevestigen de regel. Op specifieke onderwerpen kan – met goede argumentatie – afwijkend worden beslist.

Sponsoring betekent hier: een samenwerkingsverband tussen twee of meer partijen gericht op wederzijdse bevoordeling. De sponsor geeft geld, goederen of diensten in ruil voor publiciteit, relatiemarketing of omzetvergroting. Het gaat hier dus niet om subsidiëring of donatie, in dat geval wordt er geld beschikbaar gesteld aan personen of instellingen zonder tegenprestatie.

Een sponsoringverzoek/initiatief afkomstig van een klant/relatie dat interessant kan zijn vanwege klantrelatie/netwerk, valt niet onder de richtlijn sponsoring. Voorbeelden zijn: sponsoring van symposia en congressen, van publicaties, onderzoeken of charitatieve doelen voorgesteld door een klant die niet voldoet aan de richtlijn. In dat geval beslist de business zelf of zij, als onderdeel van de eigen externe/marketing-communicatie, in wil gaan op het verzoek.

### Sponsoring en MVO

De doelstelling van sponsoring binnen DHV is versterking van het imago van DHV op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) en verhogen van de trots van de medewerkers. Sponsoringinitiatieven op het gebied van MVO die de eigen medewerkers aandragen krijgen –wanneer ze voldoen aan deze richtlijn- voorrang bij behandeling.

### Voorwaarden

Uitgangspunt voor alle sponsoringactiviteiten is dat de personen, organisaties en activiteiten van/voor wie een verzoek om ondersteuning is ingediend, voldoen aan een aantal voorwaarden.

De betreffende personen, organisaties of activiteiten dienen de doelstellingen van DHV in brede zin te ondersteunen:

- de principes van duurzaamheid (People, Planet, Profit)
- de integriteitsprincipes zoals vastgelegd in het BIMS
  - zij hebben een relatie met (één van) de DHV markten Bouw, Productie en industrieel proces, Water, Mobiliteit, Gebiedsontwikkeling
- zij sluiten aan op (één van) onze speerpunten en thema's, de doelen/activiteiten waar educatie centraal staat genieten bijzondere voorkeur
- hebben publiciteitswaarde
- omvatten actieve participatie c.q. een kennisbijdrage van DHV
- hebben een bepaalde (van te voren afgesproken) duur.

### Actieve participatie

DHV sponsort bij voorkeur activiteiten waarbij wij ook een kennisbijdrage kunnen leveren, met een te maximeren aantal manuren per jaar. Deze vorm van sponsoring draagt actief bij aan gewenste profilering en naamsbekendheid van DHV. Thema's als innovatie, duurzaamheid, MVO zijn daarbij voor de hand liggend.

### Wat we niet doen

Keuzes maken betekent ook dat we dingen **niet** doen, al zijn deze nog zo sympathiek. De volgende domeinen sponsoren wij in principe niet:

- gezondheidszorg

- sporters en sportteams
- cultuur
- muziek
- charitatieve instellingen
- politiek geïnspireerde acties en doelen

Daarnaast komen de volgende activiteiten niet in aanmerking:

- individuele activiteiten (studiereizen, verblijfsbeurs)
- activiteiten die een te beperkte doelgroep bereiken,
- activiteiten met een mogelijk ongewenste uitstraling,
- activiteiten met mogelijke risico's voor ons c.q. de gesponsorde.