Ramverk sponsring och försäljning Sikeå SK Handboll

Fastställd 2026-10-08

Syfte

Syftet med detta ramverk är att skapa tydliga riktlinjer för hur sponsring och försäljningar hanteras inom Sikeå SK handboll. Målet är att säkerställa att sponsring, försäljning och övriga arbetsintäkter hanteras rättvist och transparent så att det gynnar både föreningen som helhet och våra enskilda lag.

Det gynnar både föreningen och lagen när större delen av intäkter från sponsring går till hela föreningen. Intäkter som går direkt till föreningen ska täcka kostnader som hallhyror, matchkläder, bollar, resor, utbildningar mm. Vi har även som mål att investera i långsiktig utveckling för att vara en attraktiv förening. Med ekonomisk stabilitet kan vi bättre hantera oförutsedda utgifter och vi kan attrahera nya medlemmar genom att aktivt arbeta med utveckling.

När större delen av sponsorintäkterna går till klubben, gynnar det både lagen och klubben av flera anledningar:

Stabil ekonomi för klubben: Genom att en större del av sponsorintäkterna går direkt till klubben får klubben ekonomiska resurser för att täcka kostnader som drift, hallhyra, tränare, matchkläder, bollar, medicinväska, försäkringar, kansli, utbildning mm. och även att investera i långsiktig utveckling, som ungdomsverksamhet och vara en attraktiv klubb. En ekonomiskt stabil klubb kan också bättre hantera oförutsedda utgifter eller dåliga säsonger.

Stöd till laget: Lagen kan få bättre resurser, som tränare, träningsutrustning, och övrigt stöd. Det ger spelarna bättre förutsättningar. Om klubben har tillräckligt med medel kan den också locka till sig och attrahera spelare genom att aktivt arbeta med utveckling.

Långsiktig framgång: Genom att stärka klubbens ekonomi kan det också ge en mer hållbar och långsiktig framgång, vilket i sin tur kan locka till sig fler sponsorer och större publiksiffror, vilket bidrar till klubbens rykte och tillväxt.

1. Definitioner

1.1 Föreningens kassa

De ekonomiska medel som förvaltas av föreningen och används för gemensamma behov och aktiviteter. Resor till sammandrag i seriespel tas från föreningens medel.

1.2 Lagkassa

De ekonomiska medel som är öronmärkta för ett specifikt lag och används för lagets direkta behov. Exempel på aktiviteter är om laget vill delta på USM och/eller cuper som tex Irstablixten. Det finns inget tak för hur mycket lagkassan kan innehålla, men vi förordar transparens och önskar att lagen kommunicerar med styrelsen om man samlar in medel för större händelser. Det är inte tillåtet att lagkassan finns hos någon ledare, eller annan vuxen, utan samtliga lagkassor ska finnas på föreningens konto.

2. Sponsring

2.1 Sponsring via matchprogram

Företag kan köpa annonsplats i föreningens matchprogram där en helsida kostar 4000 kr, en halvsida 2000 kr och en kvarts sida 1200 kr.

Om ett enskilt lag får tag på en sponsor där motprestationen är en annons i matchprogrammet gäller följande:

- 50% går till förening och 50% till laget
- Ordinarie priser gäller
- Det gäller endast på sponsorer som inte finns i föregående års program.
- Om sponsorn kommande år fortsatt vill ha en annons i matchprogrammet går 100% till föreningen.
- Laget måste samla in till ett specifikt ändamål - typ USM eller någon cup.

2.2 Övrig sponsring

Med övrig sponsring avses stöd från företag och/eller privatpersoner där motprestationen inte är en annons i matchprogrammet.

- 100% av dessa intäkter upp till 5000 kronor går till laget, det som överstiger 5000 kronor går till föreningskassan.
- Sponsringen ska vara knuten till ett specifikt ändamål, tex deltagande i ungdoms-SM, eller cuper.
- Exempel på motprestation är namninsamling till tröjor eller material, skyltning vid matcher eller evenemang, sponsorlogga på lagets utrustning (tex vattenflaskor, väskor), utdelning av sponsorers material vid evenemang.
- Alla initiativ ska anmälas till styrelsen för samordning och godkännande för att dessa inte ska störa föreningens sponsorarbete.

Logotyper på matchställ hanteras centralt och förekommer i dagsläget enbart på representationslagens tröjor och shorts.

Föreningen uppmuntrar lag att genom sponsring, försäljning och arbetsinsatser samla in medel till tydligt definierade lagaktiviteter. Samtidigt ska större sponsrings-, insamlings- eller finansieringsinitiativ som kan påverka föreningens ekonomi, sponsorarbete eller likvärdigheten mellan lag kommuniceras till styrelsen i god tid.

När ett lag identifierar nya sponsrings- eller finansieringsmöjligheter som kan vara av intresse för flera lag eller för föreningen som helhet ska dessa lyftas till styrelsen. Styrelsen ansvarar för att bedöma om initiativet ska hanteras av det enskilda laget eller utvecklas till en förenings gemensam aktivitet.

Vid initiativ som bedöms vara förenings påverkande har styrelsen rätt att besluta om samordning, fördelning eller andra villkor för att säkerställa både lagens möjligheter till egna satsningar och föreningens långsiktiga hållbarhet.

Intäkter från kiosk- och fikaförsäljning vid förenings gemensamma arrangemang tillfaller föreningen. Vid arrangemang som initieras och genomförs av ett enskilt lag, exempelvis USM-arrangemang, tillfaller intäkterna det arrangerande laget under förutsättning att laget också ansvarar för inköp, bemanning och genomförande.

2.3 Samordning av sponsorarbete

För att undvika att flera kontaktar samma företag:

- Alla sponsors initiativ ska föranmälas till föreningens sponsoransvarig.
- En central lista över kontaktade företag ska hållas uppdaterad.
- Lagledare, eller annan kontaktperson i det enskilda laget ansvarar för att samråda med sponsoransvarig innan kontakt med något nytt företag tas.

2.4 Godkännande av nya sponsorer

Styrelsen har ett ansvar för att klubbens varumärke inte skadas och säkerställer detta genom att den person i styrelsen som är sponsoransvarig granskar och godkänner nya sponsorer. Sikeå SK handboll har ingen kommersiell strategi, men styrelsen genom den sponsoransvarig ser till att sponsorer inte konkurrerar med varandra, eller med föreningens egna intresse. Det finns branscher och företag som kan vara oetiska och som vi inte vill att Sikeå SK handboll ska associeras med. Även om risken är minimal är det bra att ha med sig detta i sponsorarbetet.

3. Försäljning

3.1 Fikaförsäljning vid hemma sammandrag/matcher

Inkomster vid fikaförsäljning går till föreningskassan, det gäller ej USM.

3.2 Föreningsgemensam försäljning

Föreningen genomför ett antal försäljningar under säsongen med säljmål för spelande medlemmar.

- 100% av intäkterna från dessa försäljningar tillfaller föreningen.

3.3 Lagens egna försäljningar

Lag får genomföra egna försäljningar under förutsättning att de inte sammanfaller med föreningens försäljningar. Exempelvis går det bra att sälja Tvättmästaren under hösten då föreningen säljer papper från ett annat företag i februari.

- 100% av intäkterna från dessa försäljningar tillfaller laget.
- Lagledare, eller annan kontaktperson i det enskilda laget, ansvarar för att informera styrelsen innan en försäljning påbörjas.
- Alla runt laget behöver vara medvetna om de förenings gemensamma försäljningarna där vi har säljmål.
- Exempel på egna försäljningar kan vara kakor, korvar, kryddor mm.

4. Arbetsintäkter

Arbetsintäkter omfattar övriga arbetsinsatser som städning, servering, snöskottning. Intäkter från centralt förhandlade uppdrag tex Rally Sweden tillfaller föreningen i sin helhet, medan intäkter från lagbaserade uppgifter tillfaller det enskilda laget i sin helhet.

5. Kommunikation och transparens

Alla lag ska informeras om ramverket vid säsongsstart och föreningen uppmuntrar till öppen kommunikation mellan lag och styrelsen för att maximera intäktsmöjligheterna.

6. Uppdatering av ramverket

Detta ramverk ska ses över och uppdateras årligen för att säkerställa att den fortsätter att uppfylla föreningens behov och mål.

Vid frågor om detta ramverk kontakta styrelsen på info@sikeask.se