

Als Energieversorgungsunternehmen in der Region sind wir eng mit der Gesellschaft, der Wirtschaft und den Menschen vor Ort verknüpft. Daraus erwächst für uns eine Verantwortung, die wir gern wahrnehmen. Dabei liegt der Schwerpunkt dieser Betätigung in Herford, Hiddenhausen, Spenge und Enger. Den Fokus unserer Sponsoringtätigkeit bildet dementsprechend die Förderung von lokalen, gemeinnützigen Organisationen und Veranstaltungen mit nachhaltiger Zielsetzung und regionaler Ausrichtung. Wir engagieren uns verstärkt in Bereichen, von denen unsere Kunden unmittelbar und direkt profitieren. Mit unserem Sponsoring in den Bereichen Sport, Ökologie, Kultur und Soziales gehen wir verschiedene Partnerschaften ein:

## **Mehr Sport für Jung und Alt**

Bewegung ist gesund – und Sport ist besonders in Gemeinschaft ein tolles Erlebnis. Wir fördern künftig verstärkt Sportvereine und sportliche Freizeitangebote in Herford, Hiddenhausen, Enger und Spenge. Damit wollen wir dazu beitragen, dass Kinder und Jugendliche ebenso wie ältere Menschen mehr Möglichkeiten finden, in Gemeinschaft mit anderen sportlich aktiv zu sein.

## **Mehr Ökologie in der Region**

Der Schutz des Klimas, der Natur und der Tiere liegt vielen Menschen am Herzen. Artenvielfalt, eine intakte Natur und ein gutes Klimagleichgewicht sind wichtige Voraussetzungen dafür, dass unsere Lebensqualität erhalten bleibt. Deshalb unterstützen wir lokale Projekte, die sich für diese Ziele einsetzen.

## **Mehr Bildung und Brauchtum, Kunst und Kultur**

Wir wollen unsere Region in möglichst vielen wichtigen Bereichen fördern. Dazu gehören zum Beispiel Bildungsangebote, aber auch Projekte, die Traditionen und Brauchtum lebendig halten. Auch Kunst- und Kulturprojekte werden von uns gefördert, die eine nachhaltige Zielsetzung haben und regional ausgerichtet sind.

## **Mehr Engagement für Soziales, mehr Prävention für Gesundheit**

Soziale Projekte und gesellschaftliches Engagement sowie Maßnahmen zur Gesundheitsvorsorge unterstützen wir auch mit unseren Fördermitteln. Voraussetzung ist auch hier der lokale bzw. regionale Bezug.

## **Sponsoring-Bedingungen**

- Das Projekt ist einem der oben genannten Bereiche zuzuordnen.
- Das Projekt hat klare Ziele, die befristet und messbar sind.
- Das Projekt leistet einen Mehrwert für die Imagepflege und Kundenbindung der SWH, Imagewirkung und Zielgruppen müssen kongruent mit der Zielsetzung der SWH sein.
- Es besteht Branchenexklusivität bei dem betreffenden Projekt.
- Das Projekt gewährt der SWH politische Neutralität und fördert keine religiösen oder weltanschaulichen Organisationen.
- Die Maßnahme liegt nicht in der Vergangenheit. Eine rückwirkende Förderung ist nicht möglich.
- Die zu fördernde Aktivität und/oder der Verein befinden sich im Netzgebiet der SWH.
- Das Projekt hat das Potenzial, in der breiten Öffentlichkeit Anerkennung zu finden.

## **Ausschlusskriterien**

- Es werden keine Miet- und Betriebskosten, Kosten der Strom- und Wasserversorgung übernommen.
- Förderverbote insbesondere aus dem Konzessionsvertragsrecht, dem Parteiengesetz und dem Beihilferecht sind strikt zu beachten.

## Von der Förderung ausgeschlossen sind:

- Politische Parteien und parteinahe Organisationen, Gewerkschaften, Amts- oder Mandatsträger, Bewerber um ein öffentliches Amt
- Religiöse Bewegungen, Einrichtungen, Kirchengemeinden (Ausnahme: Karitative Einrichtungen, soweit die Glaubensverkündung nicht im Mittelpunkt steht, zum Beispiel Kindergärten in Trägerschaft der Kirche.)
- Charity Clubs
- Sponsoring aufgrund einer besonderen Nähe von Organmitgliedern oder Mitarbeitern zum Fördermittelempfänger
- Organisationen mit kommerziellen Abteilungen

## Gegenleistungen:

**Die Gegenleistung erschöpft sich nicht in einer bloßen Platzierung des Logos der Stadtwerke Herford. Als Gegenleistungen des Sponsoringnehmers kommen in Betracht:**

- Nennung des Namens oder der Marke des Sponsors sowie Logoabdruck auf Plakaten, Broschüren, Bannern, Eintrittskarten oder Programmheften sowie auf der Homepage des Sponsoringnehmers
- Anzeigen in Zeitungen, Zeitschriften, Programm- oder Vereinsheften
- Hinweise auf das Sponsoring in Eröffnungsreden, Interviews, Statements
- Gelegenheit zur positiven Darstellung für den Sponsor im Rahmen einer Veranstaltung, zum Beispiel das Aufstellen eines Informationsstandes, Abspielen eines Werbejingles des Sponsors, Berechtigung, Werbe- und Infomaterial an Gäste der Veranstaltung zu verteilen, prominente Platzierung des Namens oder Logos des Sponsors
- Mitwirkung des Sponsors bei PR-Maßnahmen, zum Beispiel bei Pressekonferenzen
- Berechtigung des Sponsors, Bilder für Werbe- und Infomaterial anzufertigen und das Logo sowie den Namen des Sponsoringnehmers zu verwenden
- Zuteilung eines Kontingents an unentgeltlichen oder verbilligten Eintrittskarten durch den Sponsoringnehmer zur freien Verwendung des Sponsors

## Zusammenarbeit im Sponsoring

Gemeinsam erarbeiten wir ein Konzept.

## Das Konzept sollte folgende Punkte beantworten:

- Höhe und Qualität des werblichen Gegenwertes für die SWH
- Erfüllungsort des Sponsoringgegenstandes, einschließlich der Ausführung über zu erwartende Werbekontakte (kalkulierte Zuschauerzahlen, Kontakte über mediale Vermarktung, Mitgliederzahlen des Vereins etc.)
- ggf. Kostenkalkulation
- Ausführung zur Branchenexklusivität (Energie, Wasser, Bäder, Wellness)
- Darstellung der Geschäftsbeziehungen zur SWH und zur HVV
- Darstellung, wie das Vorhaben die Aufgaben der SWH und deren öffentlichen Zweck unterstützt

## Premium-Sponsoring

- Extra-Zuwendungen für gute Ideen zur gemeinsamen Vermarktung der Produkte und Leistungen der Stadtwerke Herford
- Kennzeichnung gemeinsamer Aktivitäten durch Partner-Logos