

Convenant "Scholen voor primair en voortgezet onderwijs en sponsoring"

Partijen:

1. De Staat der Nederlanden, te dezen vertegenwoordigd door de staatssecretarissen van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, mevrouw S.A.M. Dijkema en mevrouw J.M. van Bijsterveldt-Vliegthart, handelend als bestuursorgaan, hierna te noemen de staatssecretarissen;
2. De PO-raad, te dezen rechtsgeldig vertegenwoordigd door mevrouw K. Kervezee;
3. De VO-raad, te dezen rechtsgeldig vertegenwoordigd door mevrouw W. van Velden;
4. De Algemene Vereniging van Schoolleiders, te dezen rechtsgeldig vertegenwoordigd door de heer A.J.F. Duif;
5. De Algemene Onderwijsbond, te dezen rechtsgeldig vertegenwoordigd door mevrouw E.M. Verheggen;
6. Het Christelijk Nationaal Vakverbond Onderwijs, te dezen rechtsgeldig vertegenwoordigd door de heer P.J. Banis;
7. De hierna genoemde landelijke organisaties voor ouders in het onderwijs,
 - Landelijke Oudervereniging Bijzonder Onderwijs op algemene grondslag, te dezen rechtsgeldig vertegenwoordigd door mevrouw R. Postma;
 - Nederlandse Katholieke vereniging van Ouders, te dezen rechtsgeldig vertegenwoordigd door mevrouw L.A.M.T. Barbosa - Biesbroeck;
 - Vereniging Openbaar Onderwijs, te dezen rechtsgeldig vertegenwoordigd door de heer R. Limper;
 - Vereniging voor Ouders, Christelijk Onderwijs en Opvoeding, te dezen rechtsgeldig vertegenwoordigd door de heer W.J.V. van Katwijk;
8. De Vereniging VNO- NCW, te dezen rechtsgeldig vertegenwoordigd door de heer C.W. van der Waaij;
9. MKB-Nederland, te dezen rechtsgeldig vertegenwoordigd door de heer L.J. Visser;
10. De Groep Educatieve Uitgeverijen, te dezen rechtsgeldig vertegenwoordigd door de heer J. Driessen;
11. De Consumentenbond, te dezen rechtsgeldig vertegenwoordigd door mevrouw C.M. Vogeler;
12. Het Landelijk Actie Komitee Scholieren, te dezen rechtsgeldig vertegenwoordigd door de heer E. Willms .

Overwegende dat:

- partijen constateren dat sprake is van samenwerking tussen scholen en bedrijven die ten goede komt aan het leer- en ontwikkelingsproces van leerlingen in het PO en VO;
- samenwerking ook sponsoring impliceert, en het van belang is om die sponsoring aan heldere regels en afspraken te binden;
- zulke regels en afspraken er in ieder geval in voorzien dat geen vormen van sponsoring ontstaan die een negatief effect hebben op de geestelijke en/of lichamelijke ontwikkeling van leerlingen;
- partijen het wenselijk achten dat voor bedrijven hun maatschappelijke betrokkenheid voorop staat als zij scholen sponsoren;
- bevoegde gezagsorganen van scholen op een zorgvuldige en voor alle betrokkenen transparante wijze met sponsoring omgaan;

Komen als volgt overeen:

Artikel 1 Definities. In dit convenant wordt verstaan onder:

Leerlingen

Leerlingen in het primair of voortgezet onderwijs als bedoeld in de Wet op het primair onderwijs, de Wet op de expertise centra en de Wet op het voortgezet onderwijs, dan wel hun ouders, voogden of verzorgers.

Sponsoring

Geldelijke en/of materiële bijdragen, niet gebaseerd op de onderwijswetgeving, niet zijnde de ouder-/leerlingbijdragen, niet zijnde subsidies van charitatieve instellingen of de overheid, 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 of naschoolse activiteiten die onder verantwoordelijkheid van de school worden georganiseerd) 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 en leraren hiermee worden geconfronteerd.

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 Wet op het primair onderwijs, artikel 23 van de Wet op de expertise centra of artikel 24b van de Wet op het voortgezet onderwijs.

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. Vereist draagvlak

Voor een beslissing inzake sponsoring dient binnen de schoolorganisatie en tussen de school en de bij de school betrokkenen draagvlak te zijn. 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. De inspectie van het onderwijs zal in de schooljaren 2009/2010 (primair onderwijs) en 2010/2011 (voortgezet onderwijs) bij een steekproef van schoolgidsen en schoolplannen een inventariserend onderzoek uitvoeren naar de naleving van de wettelijke regels inzake sponsoring. Op basis van de uitkomsten van dit onderzoek zal worden bekeken of verder onderzoek bij de schoolbesturen nodig is.

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 en ontwikkeling van leerlingen. Partijen zullen bevorderen dat scholen en bedrijven bij het afsluiten van sponsorovereenkomsten een gezonde leefstijl van kinderen mogelijk, gemakkelijk en aantrekkelijk maken. Het bevorderen van gezond gedrag is immers een van de kerndoelen van het onderwijs.

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 goedgegelovigheid 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 en het schoolbestuur 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 een ongezonde leefstijl en/of gevaarlijke activiteiten.

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 waar mogelijk hierbij ondersteuning. Zij stimuleren dat scholen de door hen verkregen sponsormiddelen gescheiden zichtbaar maken in een jaarrekening 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. Partijen zullen de afgesproken spelregels voor sponsoring actief gedurende de gehele periode van het convenant onder de aandacht van hun achterban brengen.

Artikel 10. Evaluatie.

De werking van dit convenant zal in 2012 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. Ook de resultaten van het inventariserend onderzoek van de inspectie zullen hierbij worden betrokken. 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 staatssecretarissen nemen 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.

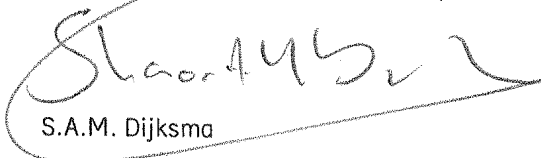
Artikel 12. Werkingsduur en bekendmaking

Dit convenant treedt in werking met ingang van de datum dat het door alle partijen is ondertekend en eindigt op 1 januari 2013. Partijen voeren tijdig voor de afloop en op initiatief van de staatssecretarissen overleg over de vraag of en in welke vorm voortzetting van dit convenant gewenst is. Dit convenant zal in de Staatscourant worden geplaatst. Daarenboven zullen alle partijen zelf bekendheid geven aan de afspraken naar hun eigen achterban.

Aldus overeengekomen en in zestienvoud ondertekend,

Op 19 februari 2009, te Den Haag

De Staatssecretaris van
Onderwijs, Cultuur en Wetenschap



S.A.M. Dijkma

De Staatssecretaris van
Onderwijs, Cultuur en Wetenschap



J.M. van Bijsterveldt-Vliegenthart

PO-raad,
namens deze,



K. Kervezee

VO-raad,
namens deze,



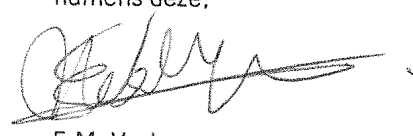
W. van Velden

Algemene Vereniging van Schoolleiders,
namens deze,



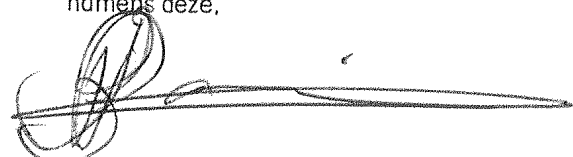
A.J.F. Duij

De Algemene Onderwijsbond,
namens deze,



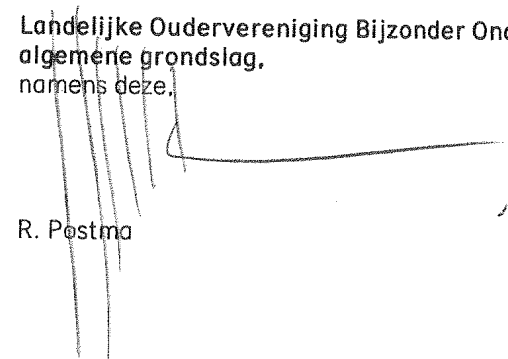
E.M. Verheggen

Het Christelijk Nationaal Vakverbond Onderwijs,
namens deze,



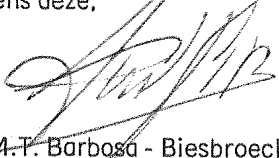
P.J. Banis

Landelijke Oudervereniging Bijzonder Onderwijs op
algemene grondslag,
namens deze,



R. Postma

Nederlandse Katholieke vereniging van Ouders,
namens deze,



L.A.M.T. Barbosa - Biesbroeck

Vereniging Openbaar Onderwijs,
namens deze,



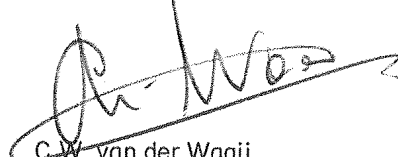
R. Limper

Vereniging voor Ouders, Christelijk Onderwijs en
Opvoeding,
namens deze,



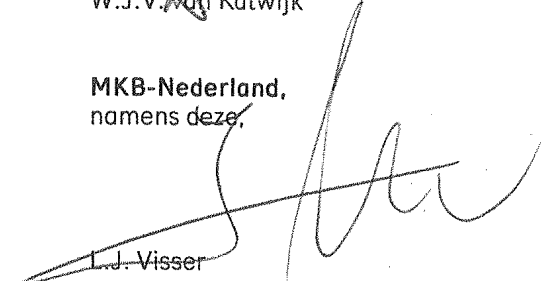
W.J.V. van Katwijk

VNO- NCW,
namens deze,



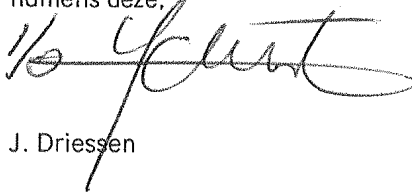
C.W. van der Waaij

MKB-Nederland,
namens deze,



L.J. Visser

Groep Educatieve Uitgeverijen,
namens deze,



J. Driessen

Consumentenbond,
namens deze,



C.M. Vogeler

Landelijk Aktie Komitee Scholieren,
namens deze,



E. Willms

Toelichting

Algemeen:

Om te bevorderen dat alle bij de school betrokkenen op een zorgvuldige manier met sponsoring omgaan, hebben het ministerie van OCW, de onderwijsorganisaties en de andere belangenorganisaties in februari 1997 een convenant afgesloten. Dit convenant expireerde op 13 februari 2002. Dit is daarna in aangepaste vorm verlengd tot 12 februari 2007.

Het uitgangspunt voor de partners van dit convenant is steeds geweest dat het wenselijk is om met elkaar de kaders vast te stellen waarbinnen sponsoring van scholen kan plaatsvinden. De partijen spreken algemene gedragsregels ten aanzien van sponsoring af en binden zich daaraan. De school (het bevoegd gezag en/of schoolleiding) toetst een specifieke sponsorovereenkomst aan deze kaders, alsmede aan de bestaande wet en regelgeving, en maakt daarbinnen in overleg met alle geledingen binnen de school - geformaliseerd door middel van de Wet medezeggenschap op scholen (WMS) - een eigen afweging ten aanzien van de maatschappelijke betrokkenheid van de sponsor, het gesponsorde bedrag en de verlangde tegenprestatie. Het convenant geeft de spelregels aan. Het is geen naslagwerk waarin precies staat wat mag en wat niet mag. Het bevat dan ook geen casuïstiek: geen aanwijzingen bijvoorbeeld met welke bedrijven of voor welke voedingsmiddelen al dan niet overeenkomsten mogen worden aangegaan. Voorwaarde hierbij is wel dat ouders (en in het VO ook: leerlingen), personeel, de medezeggenschapsraad en andere belanghebbenden voluit in de gelegenheid worden gesteld om sponsorovereenkomsten te toetsen aan hun eigen wensen en aan de gedragsregels in dit convenant. Zij dienen daartoe door de school transparant te worden geïnformeerd en actief te worden betrokken bij de besluitvorming. Dit proces krijgt zijn formele afronding door middel van instemmingsrecht van de gehele medezeggenschapsraad. Indien er sprake is van een geschil tussen de medezeggenschapsraad en het bevoegd gezag, kan dit worden voorgelegd aan de landelijke commissie voor geschillen (WMS) en in hoogste instantie aan de ondernemingskamer. Individuele ouders en individuele personeelsleden kunnen met klachten over sponsoring terecht bij de klachtencommissie waar de school bij aangesloten is.

De partijen achten het wenselijk om het convenant op basis van bovenstaand uitgangspunt voort te zetten, waarbij verschillende ontwikkelingen aanleiding geven tot een herziening:

- de constatering dat de bestaande wettelijke regelgeving ten aanzien van sponsoring nog onvoldoende wordt nageleefd;
- een toenemende samenwerking tussen onderwijs en bedrijfsleven, met name in het vmbo;
- een toename van het aantal kinderen met overgewicht.

Ad a: Naleving wetgeving.

Uit de integrale evaluatie van de werking van het Convenant door Regioplan (Sponsoring in het onderwijs 2007, Regioplan, Amsterdam mei 2007) blijkt dat gedragsregels rondom sponsoring in het onderwijs wenselijk worden geacht, hoewel er over het algemeen inhoudelijk zorgvuldig met sponsoring omgegaan wordt. De bestaande (procedurele) wettelijke regelgeving rondom sponsoring wordt echter niet voldoende nageleefd. Zo wordt de medezeggenschapsraad niet altijd betrokken bij de besluitvorming over sponsoring. Leerkrachten, ouders en leerlingen zijn niet altijd geïnformeerd over het feit dat de school gebruikmaakt van sponsoring. Daarnaast blijkt dat ouders en leerlingen doorgaans niet weten dat zij met klachten over sponsoring terecht kunnen bij een klachtencommissie.

De wetgeving op dit punt is helder: sinds 1 januari 2007 regelt de WMS dat de gehele medezeggenschapsraad een instemmingsbevoegdheid heeft over het aanvaarden van materiële bijdragen of geldelijke bijdragen indien daarbij verplichtingen worden aangegaan waarmee leerlingen worden geconfronteerd. In de WPO, WEC en WVO zijn bepalingen opgenomen met verplichtingen voor het bevoegd gezag ten aanzien van de informatieverstrekking over middelen van derden anders dan de ouderbijdrage.

Met dit convenant verplichten de convenantpartners zich ertoe scholen te helpen hun wettelijke verplichtingen goed vorm te geven. De partijen zullen de afspraken in dit convenant gedurende de gehele periode van het convenant actief onder de aandacht van hun achterban brengen. De besturenorganisaties zullen de schoolbesturen wijzen op het belang van het convenant, de daarmee samenhangende wettelijke verplichtingen en de wijze waarop de besturen de andere belanghebbenden bij de uitwerking van het convenant kunnen betrekken. De ouderorganisaties zullen de ouders en medezeggenschapsraden informeren over de bevoegdheden van de medezeggenschapsraad inzake sponsoring. OCW zal de vakorganisaties vragen om hun

achterban actief te informeren over het onderwerp sponsoring en daarmee samenhangende wettelijke verplichtingen.

De overheid heeft hier een rol als handhaver van wet- en regelgeving. De inspectie van het onderwijs zal in 2009/2010 (voor PO) en 2010/2011 (VO) op basis van een steekproef van schoolgidsen en schoolplannen onderzoek uitvoeren naar de naleving van de wettelijke bepalingen ten aanzien van sponsoring. Het onderzoek richt zich specifiek op de vraag of scholen in het schoolplan hun beleid ten aanzien van sponsoring hebben omschreven en of de schoolgids informatie bevat over de wijze waarop het bevoegd gezag omgaat met deze bijdragen en of de volledige medezeggenschap heeft ingestemd met de aanvaarding van de bijdragen, indien verplichtingen worden aangegaan waarmee leerlingen worden geconfronteerd. Indien een schoolbestuur deze wettelijke verplichtingen uit de WPO, WVO en WMS niet of onvoldoende naleeft, zal de inspectie dit bestuur daarop aanspreken en de opdracht geven dat alsnog aan de verplichtingen wordt voldaan. Op basis van de uitkomsten van het onderzoek zal worden bezien of verder onderzoek bij de schoolbesturen of andere maatregelen nodig zijn. Na een tussenevaluatie in 2011, waarin de resultaten van het inventariserend onderzoek van de inspectie ook zullen worden betrokken, zijn partijen vrij om regelgeving te bepleiten.

De WMS kent het instrument van een bekostigingssanctie bij niet-naleving van de wettelijke voorschriften uit deze wet. Zo nodig zal de overheid overgaan tot gepaste en proportionele bekostigingssancties. Indien blijkt dat scholen herhaaldelijk de wettelijke verplichtingen inzake sponsoring niet naleven, en het om forse sponsorbedragen in relatie tot de bekostiging gaat, wordt een bekostigingssanctie – in de vorm van een inhouding op de rijksvergoeding - toegepast.

Ad b: Samenwerking onderwijs en bedrijfsleven

Er is sprake van een toenemend contact tussen onderwijs en bedrijfsleven. Dit geldt met name voor het vmbo en het praktijkonderwijs. Het onderwijs in deze schooltypen is in toenemende mate praktijkgericht. Scholen maken dan ook veel gebruik van de mogelijkheid om leerlingen op stage te laten gaan. Dit is ingrijpend: immers op deze manier vindt het leer- en ontwikkelingsproces niet alleen plaats in de school maar ook in het bedrijf, en neemt het bedrijf in feite een deel van de pedagogische taak over. Deze ontwikkeling resulteert in een wederzijdse afhankelijkheid, die in het kader van het idee van 'arbeidsnabijheid' van het beroepsonderwijs gewenst is. Deze afhankelijkheid mag niet leiden tot een context waarbinnen de school een andere afweging maakt ten aanzien van mogelijke sponsorovereenkomsten, dan zonder die afhankelijkheid.

Ad c: Overgewicht

Het aantal volwassenen en kinderen met (ernstig) overgewicht neemt toe. Inmiddels heeft ruim 15% van de kinderen last van overgewicht. Overgewicht is primair een zaak van het individu – de balans tussen eten en bewegen is niet in evenwicht – maar ook een maatschappelijk probleem. De sector onderwijs heeft op het gebied van een gezonde leefstijl een belangrijke taak en maatschappelijke verantwoordelijkheid. Het bevorderen van gezond gedrag is een van de kerndoelen van het onderwijs. Scholen in het primair en voortgezet onderwijs zijn verplicht in het curriculum aandacht te besteden aan gezonde leefstijl en bewegen. Door deel te nemen aan het Convenant Overgewicht wil het ministerie van OCW de aandacht voor het bestrijden van overgewicht en de rol van het onderwijs hierin nog eens benadrukken.

Aansluitend bij de intentie van het Convenant Overgewicht zullen de partijen bij dit Convenant Sponsoring bevorderen dat scholen en bedrijven bij het afsluiten van sponsorovereenkomsten een gezonde leefstijl van kinderen (in het bijzonder als het gaat om gezond eten en bewegen) mogelijk, gemakkelijk en aantrekkelijk maken.

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. We kunnen dit met het volgende voorbeeld verduidelijken.

Een oudervereniging op een school voor VMBO heeft een bedrijf benaderd dat naast de school is gehuisvest. Dat bedrijf beheert grond en gebouwen waarop dieren (kunnen) worden gehuisvest. In het kader van de opleiding van enkele groepen leerlingen wil de OV gebruik maken van die grond en gebouwen. Daartoe wordt een sponsorovereenkomst gesloten, waarbij als tegenprestatie wordt afgesproken het vermelden van deze sponsoring op zowel de website van school als in schriftelijke uitingen.

Hoe goed bedoeld ook zal de OV/OR toch eerst met de directie moeten spreken over deze sponsoring. Niet alleen "bemoeit" deze OV/OR zich met onderwijsinhouden en de plaatsen waar dat onderwijs deels gegeven gaat/kan worden, zij laat zich ook nog eens daarvoor sponsoren. Daar komen de directie als eindverantwoordelijk en de MR, als inspraakorgaan, beide nog aan te pas. Dat was de OV/OR in haar enthousiasme even vergeten.

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:

- a. Gesponsorde lesmaterialen:
Bedrijven en organisaties bieden scholen lesmaterialen aan, zoals lesboekjes, video's, folders, posters en spellen.
- b. Sponsoren van activiteiten:
Voor het organiseren van schoolfeesten, sportdagen, schoolzwemmen en schoolreisjes wordt gebruik gemaakt van sponsors, al dan niet afkomstig uit de directe schoolomgeving.
- c. Sponsoren 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:

- a. Advertenties:
Scholen bieden de mogelijkheid om te adverteren, bijvoorbeeld in hun schoolkrant, de schoolgids, of op de zogenaamde "schoolboards".
- b. 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, maar dat hoeft uiteraard niet altijd. Zie ook de toelichting op artikel 7.

Toelichting bij artikel 2

Onder de voor sponsoring en donaties geldende wettelijke voorschriften wordt het volgende verstaan:

De gehele medezeggenschapsraad, heeft op grond van artikel 10 van de Wet Medezeggenschap op Scholen (WMS) een instemmingsbevoegdheid over de aanvaarding van materiële bijdragen of geldelijke middelen wanneer het bevoegd gezag verplichtingen op zich neemt waarmee de leerlingen binnen de schooltijden/het onderwijs en tijdens de activiteiten die worden georganiseerd onder verantwoordelijkheid van het bevoegd gezag, alsmede tijdens het overblijven, zullen worden geconfronteerd.

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 omgaat met bijdragen die door middel van sponsoring zijn verkregen (artikel 13 WPO, artikel 22 WEC, artikel 24a WVO). Op grond van artikel 10 WMS heeft de medezeggenschapsraad een instemmingsbevoegdheid met betrekking tot het vaststellen of wijzigen van het schoolplan.

Verder heeft het ouders/leerlingendeel van de medezeggenschapsraad op grond van artikel 13 (PO, WEC) en 14 (VO + WEC) een instemmingsbevoegdheid waar het gaat om het vaststellen of wijzigen van de schoolgids. Het voorstel over de schoolgids wordt op grond van artikel 8 lid 6 WMS tegelijkertijd ter kennisneming aan de personeelsgeleding van de medezeggenschapsraad gestuurd. Daarbij wordt ook een overzicht verstrekt van de beweegredenen voor het voorstel, de gevolgen die de uitwerking van het voorstel naar verwachting zal hebben voor personeel, ouders, leerlingen en van de naar aanleiding daarvan genomen maatregelen.

Tenslotte heeft de gehele medezeggenschapsraad op grond van artikel 11 WMS een adviesbevoegdheid over een voorgenomen besluit van het schoolbestuur over het aangaan, verbreken of belangrijk wijzigen van een duurzame samenwerking met een andere instelling zoals bijvoorbeeld de samenwerking met een sponsor. Deze samenwerking wordt overeengekomen via een (sponsor)overeenkomst

Volgens de Regeling jaarverslaggeving onderwijs (2008) moeten scholen zich verantwoorden over alle baten. Dit betekent dat scholen in het financieel jaarverslag ook informatie dienen te verstrekken over de omvang van de financiële middelen die door sponsoring en donaties worden verkregen (post 3.5.4 van de regeling Jaarverslaggeving Onderwijs). In de Regeling structurele gegevenslevering WPO/WEC zijn sponsorgelden gespecificeerd naar instelling en bovenschools niveau.

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 aanvullende 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.
- Aparte vermelding verdient het lesmateriaal dat in het vmbo en het praktijkonderwijs wordt gebruikt. Vanuit didactisch oogpunt is vereist dat daarin afbeeldingen voorkomen. Veelal gaat het daarbij om afbeelden van bestaande producten: auto's, motoren, computers, voedingsmiddelen, schoonmaakmiddelen en dergelijke. Zolang deze illustraties functioneel zijn en niet eenzijdig verwijzen naar één bepaald merk, worden dergelijke afbeeldingen niet beschouwd als reclame. Ook hier is sprake van een situatie waarbij de school uiteindelijk zelf beslist of hier sprake is van reclame of van functionaliteit.

- Indien er op een andere wijze in schoolverband reclame wordt gemaakt, mag dit de leerlingen niet stimuleren tot een ongezonde leefstijl en/of gevaarlijke activiteiten, noch mag dit leerlingen aanmoedigen om ouders te stimuleren producten of diensten af te nemen van de sponsor¹.
- 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, maar 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). 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 schoolbesturen 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 personeel, 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 schoolbesturen de door middel van sponsoring verkregen middelen gescheiden zichtbaar maken in hun jaarrekening. 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 jaarrekening voor alle bij de school betrokkenen toegankelijk te zijn.

¹ Reclame voor energiedichte en nutriëntarme voedingsmiddelen kan bijdragen aan een ongezonde leefstijl van leerlingen. Promotie van gezonde producten (zoals groente en fruit) verdient de voorkeur. Dit sluit tevens aan bij de prioriteiten in de preventienota Kiezen voor gezond leven: het gemakkelijker maken van 'de gezonde keuze', en daarnaast het ontmoedigen van roken en alcoholgebruik van jonge mensen.

Om de in dit convenant gemaakte afspraken bekend te maken onder schoolbesturen, de bij de school betrokkenen zoals leerlingen, ouders en personeel, 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 gedurende gehele convenantperiode 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.