



## Riktlinjer för sponsring

2019-09-01

### **Innehåll:**

- # Bakgrund
- # Policy
- # Riktlinjer

### **Bakgrund:**

**Sponsring är absolut nödvändigt för att Krif som förening ska kunna utvecklas, få en stabil ekonomi och uppfylla Svenska Ishockeyförbundets licenskrav.**

Policy: Allt sponsringsarbete med externa partners ska ligga i linje med Krif's värdegrunder och ska kännetecknas av:

Ödmjukhet

Ärlighet

Stolthet

Engagemang

Respekt

Riktlinjer:

# Generellt gäller att all sponsring ska gå igenom Krif's Marknadsorganisation eftersom all sponsring handlar om Krif's varumärke. All sponsring ska vara för Krif's bästa i en helhet ej för något enskilt lag.

# Endast Krif's Marknadsorganisation har rätt att kontakta befintliga eller tidigare sponsorer.

# Detta innebär att inga beslut angående sponsring får tas utanför Marknadsorganisationen, speciella regler finns dock för Ungdomssektionen och juniorlagen.

# Alla kläder eller matchställ till samtliga Krif lag ska följa Krif's grafiska profil avseende logotype, text och färg.

## Riktlinjer Ungdomssektionen/Juniorlagen:

# Varje lag har möjlighet att skaffa sponsorer till ett värde motsvarande 2000:-per sponsor och maximalt 5 sådana sponsorer får användas per lag och säsong. En förutsättning för att detta ska vara möjligt är att det inte är en aktuell eller en tidigare sponsor till Krif.

# All sponsring som ungdomslag/juniorlag drar in ska fördelas enligt en nyckel där 80% av sponsorvärdet går till laget och 20% till Krif (huvudförening).

# Speciella projekt kan dock godkännas som överstiger summor enligt ovan efter beslut av Krif's styrelse. Alla sådana projekt ska hanteras i Lagledargruppen inom Ungdomssektionen som sedan skickar ärendet till Krif's styrelse för beslut. Juniorlagen skickar ärendet direkt till Krif's styrelse.

Dessa riktlinjer kan innebära att varje ungdomslag/juniorlag måste underordna sig beslut som sätter Krif som förening främst. Krif kan t ex ha ett föreningsavtal avseende materialinköp som kan äventyras om enskilda lag handlar genom annan leverantör än den som Krif har avtal med.

# Reklam på Storbildsskärmen i Soft Center Arena kan användas i samband med ungdomscuper efter godkännande av Krif's Marknadsgrupp.

# Utsedd koordinator från Ungdomssektionen håller regelbunden kontakt med Krif's Marknadsorganisation för att bland annat fastställa att tänkt sponsor till Ungdomssektionen inte är eller har varit en sponsor till Krif.

