



## Härnösands Handbollsförening

### Policy för Intäkt från Sponsring och arbetsintäkter till Lagkassa och Klubbkassa

#### 1. Syfte

Denna policy syftar till att fastställa riktlinjer för hur intäkter från sponsring och arbetsintäkter ska fördelas mellan lagkassa och klubbkassa i Härnösands Handbollsförening. Målet är att säkerställa en rättvis och transparent hantering av sponsring och arbetsintäkter som gynnar både de enskilda lagen och klubben som helhet.

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 att prestera på topp. 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.

#### Varför marknadskommittén måste godkänna sponsorerna:

**Säkerställa rätt varumärkesbild:** Marknadskommittén har ansvar för att klubbens varumärke inte skadas. Genom att granska och godkänna sponsorer kan kommittén säkerställa att klubbens image och värderingar överensstämmer med de företag som vill associeras med klubben. Fel sponsor kan skada klubbens rykte.

**Kommersiell strategi:** Marknadskommittén har en övergripande kommersiell strategi och ser till att sponsorer inte konkurrerar med varandra eller klubbens egna intressen. Detta skapar ett mer strukturerat och lönsamt sponsorskap där intäkterna maximeras genom att välja de bästa partnerna.

**Etiska och juridiska överväganden:** Vissa företag eller branscher kan vara oetiska eller olämpliga att associera med idrottsklubbar, som exempelvis spelbolag, tobak eller andra kontroversiella sektorer. Genom att godkänna sponsorerna ser kommittén till att inga oönskade konsekvenser uppstår.

Sammanfattningsvis är det viktigt att klubben får största delen av sponsorintäkterna för att säkerställa sin långsiktiga hållbarhet och utveckling, medan marknadskommitténs roll i att godkänna sponsorer hjälper till att skydda klubbens varumärke och kommersiella intressen.

## 2. Definitioner

- **Lagkassa:** Ekonomiska medel som är öronmärkta för ett specifikt lag och används för lagets direkta behov.
- **Klubbkassa:** Ekonomiska medel som förvaltas av klubben och används för gemensamma behov och aktiviteter som gynnar hela klubben.

## 3. Sponsringsintäkter

Sponsringsintäkter omfattar alla former av finansiellt stöd eller material som erhålls från företag, organisationer eller individer i syfte att stödja verksamheten inom klubben eller ett specifikt lag. Alla sponsorer måste godkännas av Marknadskommittén.

## 4. Fördelning av Sponsringsintäkter

- **4.1 Centrala Sponsringsavtal:** Intäkter från centralt förhandlade sponsringsavtal ska fördelas enligt följande principer:
  - 100% av intäkterna tillfaller klubbkassan.
  - 0% av intäkterna tillfaller lagkassan.
- **4.2 Lagbaserade Sponsringsavtal:** Intäkter från sponsringsavtal som förhandlats fram av ett specifikt lag ska fördelas enligt följande principer:
  - 20% av intäkterna tillfaller klubbkassan för att stödja klubbens övergripande verksamhet.
  - 80% av intäkterna tillfaller det berörda lagets lagkassa upp till max 20 000 kr per säsong totalt det vill säga maxintäkt till lagkassan 16 000kr per säsong. Därefter 100% till klubbkassan.
  - Tak på 5 000 kr per sponsor.
  - Reklam kan aldrig hamna på matchkläder eller overall utan endast på träningsströjor eller liknande. I samband med matcharrangemang får endast centrala sponsorer vara synliga.
  - Alla sponsorer skall godkännas av marknadskommittén.

## 5. Arbetsintäkter

Arbetsintäkter omfattar alla former av arbetsinsatser som utförs för företag, organisationer eller individer i syfte att stödja verksamheten inom klubben eller ett specifikt lag.

### Fördelning av Arbetsintäkter

- **5.1 Centrala Arbetsuppgifter:** Intäkter från centralt förhandlade arbetsuppgifter ska fördelas enligt följande principer:
  - 100% av intäkterna tillfaller klubbkassan.
  - 0% av intäkterna tillfaller lagkassan.
- **5.2 Lagbaserade Arbetsuppgifter:** Intäkter från arbetsuppgifter som förhandlats fram av ett specifikt lag ska fördelas enligt följande principer om föreningen skickar en faktura. (om laget utför ett arbete och företaget begär en faktura med föreningens namn på)
  - 20% av intäkterna tillfaller klubbkassan för att stödja klubbens övergripande verksamhet.
  - 80% av intäkterna tillfaller det berörda lagets lagkassa upp till max 20 000 kr per säsong.
- **5.3 Lagbaserade Arbetsuppgifter:** Intäkter från arbetsuppgifter som förhandlats fram av ett specifikt lag ska fördelas enligt följande principer om laget helt själv genomför alla arbetsmoment utan föreningens inblandning. (egen kakförsäljning eller liknande)
  - 0% av intäkterna tillfaller klubbkassan för att stödja klubbens övergripande verksamhet.
  - 100% av intäkterna tillfaller det berörda lagets lagkassa upp till max 20 000 kr per säsong.

## 6. Redovisning och Transparens

- **6.1 Bokföring:** Alla sponsringsintäkter ska bokföras noggrant med tydlig specificering av avsändare och mottagare.
- **6.2 Tillgänglighet:** Informationen om sponsringsintäkter ska vara tillgänglig för alla medlemmar på klubbens intranät eller annan lämplig plattform.
- **6.3 Rapportering:** Regelbunden rapportering om sponsringsintäkter ska ske till klubbens styrelse och, vid behov, till sponsorerna.

## 7. Etiska Riktlinjer

- **7.1 Transparens:** Alla sponsringsavtal ska vara transparenta och tydligt kommunicerade till alla berörda parter inom klubben.
- **7.2 Intressekonflikter:** Ingen medlem får ingå sponsringsavtal som kan skapa en intressekonflikt eller ge upphov till misstanke om osaklighet.

## 8. Användning av Sponsringsmedel

- **8.1 Lagkassa:** Medel från lagkassan ska användas för aktiviteter och utgifter som direkt gynnar det specifika laget, såsom tävlingsavgifter, material och resor.
- **8.2 Klubbkassa:** Medel från klubbkassan ska användas för att stödja klubbens övergripande mål och aktiviteter, inklusive administrativa kostnader, gemensamma arrangemang och långsiktiga investeringar.

## 9. Ansökan om Bidrag för extraordinära utgifter.

- **9.1 Seriespel och Cuper:** Lag kan ansöka om bidrag från klubbkassan för att täcka kostnader för deltagande i extraordinära seriespel och cuper. Som exempel USM steg 5 och Norden Cup. Ansökan ska innehålla följande:
  - En detaljerad budget för kostnaderna för deltagandet.
  - En motivering av hur deltagandet gynnar laget och klubben.
- **9.2 Kravställan:** För att ansökan ska beviljas måste följande krav uppfyllas:
  - Lagbaserade sponsringsintäkter enligt 4.2 skall ha uppnått taket på 20 000 kr innan bidrag kan sökas.

## 10. Revidering och Uppdatering

Denna policy ska ses över årligen och revideras vid behov för att säkerställa att den fortsatt är relevant och anpassad efter klubbens behov och omvärldens förändringar.

## 11. Godkännande

Denna policy är godkänd av klubbens styrelse den 2024-09-18 och gäller tills vidare.

---