

# Sponsorpolitik



KMD modtager årligt mange forespørgsler på sponsorater. Denne sponsorpolitik er udarbejdet med henblik på at give dig som ansøger det bedst mulige udgangspunkt for at udfærdige din ansøgning til os. Inden du udfærdiger din ansøgning, beder vi dig sætte dig ind i KMD, vores virksomhed og vores værdier samt vores bevæggrunde for at indgå sponsorater.

Vi bestræber os på, at vores sponsorater understøtter vores value proposition "It med indsigt" og vores vision "Den digitale genvej". Herunder kan du læse mere om de kriterier, vi vælger sponsorater ud fra.

## SPONSORPOLITIK – VORES MÅLSÆTNING MED SPONSORATER

Sponsorater indgår som en integreret del af vores overordnede marketingindsats. Det betyder, at vi tillægger det stor vægt, at vores sponsorater understøtter de budskaber, der indgår i den øvrige markedsføring.

Herunder finder du en række punkter, der udtrykker vores holdning til sponsorater mere detaljeret og giver indblik i, hvad vi bl.a. bruger sponsorater til hos KMD:

\_ KMD's hovedsponsorat er KMD Challenge. Herudover falder KMD's sponsorater ind under kategorierne velfærdsinnovation og innovationspriser.

\_ Sponsorater skal understøtte og muliggøre udlevelsen af KMD's value proposition "It med indsigt" og i øvrigt være i tråd med vores værdier; respekt, ansvar og handlekraft.

\_ Gennemarbejdede sponsorprojekter som bl.a. indeholder beskrivelse af processer, økonomi og forventede resultater vil blive prioriteret højt. Donationer uden konkret målsætning og relevant indhold bliver derfor nedprioriteret.

\_ Sponsorater skal bidrage til at skabe stolthed blandt, og gerne involvere, KMD's medarbejdere for derigennem at styrke det interne sammenhold og fællesskab.

\_ Der skal være et naturligt link og værdimatch mellem KMD's og sponsoratets værdier.

\_ Vi foretrækker sponsorater med en bred geografisk spredning, da vi som virksomhed dækker hele Danmark.

\_ Sponsorater skal til enhver tid overholde de regler og aftaler, der gælder for vores virksomhed og branche.

## GENERELT

\_ Vi sponsorerer ikke enkeltpersoner.

\_ Sponsorater skal indeholde flere muligheder end blot logoeksponering af KMD.

\_ Vi foretrækker at indgå strategiske sponsorater med samarbejdspartnere, der foretager grundige markedsundersøgelser og evalueringsrapporter.

## DIN ANSØGNINGS INDHOLD

\_ Detaljeret beskrivelse af sponsorplatformen.

\_ Beskrivelse af KMD's udbytte af et potentielt samarbejde.

\_ Liste over alle sponsorer på projektet, kampagnen m.m.

\_ Relaterede omkostninger og ressourcer i øvrigt.

\_ Anslået eksponering af KMD.

\_ Markedsføringsplan og tiltag mht. PR aktiviteter eller lignende.

\_ Tidslinje inkl. vigtigste deadlines samt handlingsforløb.

\_ **Se detaljeret liste over indhold på næste side.**

## BESLUTNINGSPROCES

\_ Alle forespørgsler gennemgås i forhold til KMD's sponsorstrategi og sponsorpolitik.

\_ Ansøgninger fra sponsoransøgere skal modtages minimum 3 måneder før KMD forventes at indgå en aftale, og minimum 6 måneder inden sponsoratet skal aktiveres.

\_ Som udgangspunkt indgår vi kun nye sponsorater i 4. kvartal hvert år, hvorfor vi helst modtager ansøgninger i løbet af 2. eller 3. kvartal.

\_ Forespørgsler som forhåndsgodkendes, præsenteres for den eller de overordnede beslutningstagere.

\_ Vi tilstræber at svare alle ansøgere indenfor 14 dage fra ansøgningsdatoen.

## RETNINGSLINJER FOR ANSØGNING

Nedenstående punkter ønskes oplyst i en sponsoransøgning, for at KMD kan vurdere potentialet i sponsoratet. Det er ikke et krav, at alle nedenstående spørgsmål besvares, men jo flere spørgsmål der besvares, des bedre mulighed har vi for at vurdere mulighederne i sponsoratet.

---

### 1. KONTAKTINFORMATION:

- \_ Navn på ansøgende organisation/selskab/forening/klub/uddannelsesinstitution/virksomhed etc.
- \_ Kontaktperson (navn/stilling)
- \_ Adresse
- \_ Telefon
- \_ E-mail
- \_ Hjemmeside

---

### 2. PROJEKTET:

Beskrivelse af projektet der søges støtte til med angivelse af f.eks.:

- a) Projektets titel
- b) Historie og baggrund for problemstillingen
- c) Formål og mål
- d) Målgruppe og behov
- e) Praktisk gennemførlighed
- f) Forventede resultater
- g) Formidling og markedsføring
- h) Geografi/placering
- i) Tidslinje og aktivitetsplan
- j) Budget og finansieringsplan
- k) Ressourcebehov, tid, mennesker, drift mv.

---

### 3. ANSØGT BELØB ELLER RESSOURCER?

- a) Hvilket beløb eller ressourcer ansøges der om?
- b) Hvad skal beløbet eller ressourcerne bruges til?
- c) Hvornår skal beløbet eller ressourcerne anvendes?

---

### 4. HVORFOR SKAL KMD SPONSERE?

- a) Set i forhold til KMD's sponsor politik, hvorfor skal KMD sponsere dig/jer?
- b) Set i forhold til KMD's værdier, hvorfor skal KMD sponsere dig/jer?

---

### 5. INDHOLD OG SAMARBEJDSMULIGHEDER I SPONSORAFTALEN:

Hvad kan I tilbyde KMD som sponsor? Hent inspiration fra nedenstående:

- a) Hvor meget og hvor kan KMD opnå logoeksponering og synlighed som sponsor?
- b) Hvad kan I tilbyde af aktiviteter, arrangementer, tilbud m.m. for KMD's interessenter?
- c) Hvilke målgrupper opnår KMD adgang til gennem dit/jeres sponsorat?
- d) Hvilke værdier investerer KMD i?

---

### 6. ANSØGNINGER SENDES TIL:

E-mail: [marketing@kmd.dk](mailto:marketing@kmd.dk) eller via post til KMD, Niels Bohrs Allé 185, DK-5220 Odense SØ, Att.: Marketingafdelingen