



Markedsføring, velgørenhed sponsorater

- Politik

19. januar 2026

Politik

Det er Vivaboligs politik at sikre, at markedsføring og sponsorater gennemføres på en måde, der er i overensstemmelse med Vivaboligs værdier; åbenhed, troværdighed, ansvarlighed og respekt, samt organisationens overordnede strategi og kommunikationsprincipper.

Grundprincip for sponsorater

Vivabolig yder ikke støtte og tilskud til velgørende aktiviteter. Dog kan organisationen vælge at gøre undtagelser på baggrund af en konkret vurdering.

Undtagelser: Konkret vurdering

Vivabolig giver mulighed for at foretage en konkret og individuel vurdering af ansøgninger om sponsorater, hvis der er tale om en markedsføringsindsats:

- Der er nødvendig
- Der opnås en passende modydelse for
- Der er den mest effektive metode til markedsføring

Dette kan fx være i forbindelse med:

- En kampagne, der skal øge kendskabet til Vivabolig
- Udlejningsudfordringer i en boligafdeling
- Udlejning af nye eller kommende nye boliger

Der foretages også en konkret og individuel vurdering, hvis der er tale om, at ansøgninger om sponsorater, der bidrager til Vivaboligs ambition om at tage et socialt ansvar, og:

- Der ydes midler til en godt formål for organisationens beboere
- Indsatsen sker som led i en fælles indsats sammen med en relevant samarbejdspartner

Konkret vurdering af ansøgninger

Ved vurdering af ansøgninger om sponsorater skal Vivabolig sikre at:

- Sponsoratet reelt har karakter af markedsføring og ikke alene gælder støtte eller donation
- Der er dokumenteret proportionalitet mellem ydelse og modydelse, samt at markedsføringsmålet ikke kunne opnås billigere eller bedre ved anden aktivitet
- Beslutningsprocessen er klar og transparent
- Beslutningstagernes habilitet er vurderet
- Der foreligger en nedskrevet og tidsbegrænset aftale
- Aftalen om sponsorat skal kunne evalueres mindst én gang årligt. Vi skal her sikre en dokumenteret evaluering af støttens fortsatte relevans
- Alle markedsførings- og sponsoraktiviteter skal vurderes med blik for Vivaboligs værdihus, herunder hvordan de kan bidrage til fællesskab, samarbejde, bæredygtighed/miljøbevidsthed, aktivt beboerdemokrati og social ansvarlighed
- Alle markedsførings- og sponsoraktiviteter skal ske i overensstemmelse med Vivaboligs visuelle identitet og designmanual

Godkendt på bestyrelsesmøde den 19. januar 2026.