

Inhalt

Sponsoringrichtlinie der Seifert Logistics Group	2
1. Definition Sponsoring	2
2. Unterscheidung Sponsoring / Spende	2
3. Förderung und Ausschluss	2
4. Bewerbung, Anforderung und Auswahl	3
5. Zielerreichung und Kontrolle	3

Sponsoringrichtlinie der Seifert Logistics Group

Die Seifert Logistics Group (SLG) mit Sitz in Ulm hat sich seit der Gründung 1947 von einem regionalen Marktführer zu einem international operierenden Transport- und Kontraktlogistikdienstleister entwickelt.

Wir setzen uns nachdrücklich für soziale Belange in unserem Unternehmen ein. Die Erfüllung unserer sozialen Nachhaltigkeitsziele, die zu Beginn des Jahres 2022 im Rahmen der Sustainable Development Goals (SDG) festgelegt wurden, ist für uns von herausragender Wichtigkeit. Die Verantwortung gegenüber Menschen und Umwelt übernehmen wir auch im Bereich Sponsoring. Daher ist es unser Ziel Projekte aus dem ökologischen, sozialen, sportlichen oder kulturellen Bereich zu unterstützen.

1. Definition Sponsoring

Sponsoring ist eine Form der Unterstützung, bei der ein Unternehmen finanzielle oder materielle Ressourcen bereitstellt, um eine Veranstaltung, einen Verein oder ein Projekt zu fördern. Im Gegenzug erhält das Unternehmen in der Regel die Möglichkeit, sein Logo oder seinen Namen in Verbindung mit dem gesponserten Objekt zu präsentieren und dadurch seine Marke zu stärken.

2. Unterscheidung Sponsoring / Spende

Im Unterschied zum Sponsoring zielt Werbung primär darauf ab, ein Produkt oder eine Dienstleistung direkt zu verkaufen.

Bei Spenden hingegen handelt es sich um freiwillige Sach- oder Geldspenden für die keine Gegenleistung erwartet wird und ohne direktes kommerzielles Interesse getätigt werden.

Insgesamt kann Sponsoring als strategische Partnerschaft betrachtet werden, bei der beide Seiten von der Zusammenarbeit profitieren und gemeinsame Ziele verfolgen.

3. Förderung und Ausschluss

Unterstützte Projekte unterliegen der strategischen Ausrichtung der SLG. Sinn und Zweck des Sponsorings liegt in der Förderung von Projekten mit nachhaltiger Zielsetzung und Ausrichtung primär in den Bereichen:

- Ökologie / Klimaschutz
- Soziale Projekte
- Sportförderung
- Kunst und Kultur

Sponsorings, die diesen Bereichen widersprechen können ohne weitere Prüfung abgelehnt werden. Zusätzlich sollte ein regionaler Bezug zu einem unserer Standorte vorhanden sein. Darüber hinaus sind Sponsorings in weiteren Bereichen denkbar, sofern Sie nicht gegen folgende Kriterien verstoßen:

- Religiöse oder politisch Einrichtungen / Projekte
- Radikale, rassistische oder pornografische Projekte
- Projekte mit hohen Risiken, z. B. gegenüber Menschen oder Umwelt

05.06.2024

4. Bewerbung, Anforderung und Auswahl

Die Seifert Logistics Group fördert primär Projekte oder Veranstaltungen in Regionen mit eigenen Standorten. Ein Anspruch auf ein Sponsoring besteht nicht, die SLG behält sich vor jedes Sponsoring zu prüfen und unabhängig eine Entscheidung zu treffen.

Um ein Sponsoring zu erhalten, bitten wir alle Anfragen über das bereitgestellte Formular einzureichen. Jede Anfrage wird geprüft und beantwortet. Jede Anfrage muss vollständig und wahrheitsgemäß ausgefüllt werden.

Auwahlprozess:

- 1) Die SLG stellt ein Sponsoring-Formular zur Verfügung, das vom Antragsteller vollständig und wahrheitsgemäß ausgefüllt werden muss. Anfragen werden möglichst über die hinterlegte Mailadresse versendet.
- 2) Die SLG erfasst alle Einreichungen regelmäßig und transparent, Anfragen werden anhand von festgelegten Kriterien bewertet. Entscheidungen werden anhand der eingereichten Unterlagen und der Übereinstimmung mit der Sponsoringrichtlinie getroffen.
- 3) Die SLG bearbeitet Anfragen regelmäßig. Abgabefrist für die zeitnahe Erfassung ist der letzte Freitag eines Monats. Entscheidungen werden nach Möglichkeit innerhalb von 14 Tagen getroffen.
- 4) Eine Zusage kann durch die SLG widerrufen werden, wenn entsprechende Gründe vorliegen.
- 5) Das Sponsoring wird wie in der Sponsoringvereinbarung festgelegt abgewickelt.
- 6) Durch das Eingehen einer Sponsoringpartnerschaft erhält die SLG die Einwilligung zur Veröffentlichung der Sponsoringmaßnahme. Hierzu gehört Bildmaterial, Pressemitteilung oder sonstige Erzeugnisse.

5. Zielerreichung und Kontrolle

Das gesponserte Projekt oder Veranstaltung muss ein klares Ziel haben, wodurch der Erfolg des Sponsorings gemessen und kontrolliert werden kann. Als Grundlage aller Sponsoring-Maßnahmen der SLG dient das Anfrageformular. Zeitraum, Projektbeschreibung, -umfang, Sponsoringleistungen müssen klar definiert werden. Zur Kontrolle der Aktivitäten sind Belege erforderlich. Belege können Bilder oder Pressemeldungen sein. Mit eingehen des Sponsoringpartnerschaft stimmen Sie der SLG die Verwendung von Bildmaterial zu PR-Zwecken zu.