



Sponsorpolitik

Norlys a.m.b.a.

2022

I Norlys-koncernen driver vi sponsorater med det formål at skabe kendskab, præference og styrke vores salg. Det betyder, at vi altid sammenholder vores omkostninger til sponsorater med andre metoder for at opnå samme markeds-mæssige effekter for koncernen. Andre metoder er tv-reklamer, avisreklamer, sociale medier, dialog-markedsføring (e-mail) mfl.

Vores strategi er at drive få, men markante sponsorater. Vi vil hellere arbejde dybt og aktiverende i vores partnerskaber, end at sprede vores aktiviteter over mange aktører.

Vi er optaget af at sikre den bedste værdi for pengene i vores samlede markedsføringstilgang. Hvis vi vurderer, at et sponsorat er den mest kosteffektive adgang til mere kendskab, præference og salg – i forhold til andre modeller, så vælger vi sponsoratet fremfor andre tiltag.

Når vi vurderer værdien af et sponsorat, vurderer vi i særlig grad følgende parametre:

- Målsætning – sponsoratet skal øge kendskabet til og præferencen for Norlys-mærket nationalt
- Målgruppe – sponsoratet skal henvende sig til en relevant målgruppe
- Omfang – sponsoratet skal ramme tilstrækkeligt bredt og dybt
- Aktivering – sponsoratet skal kunne aktiveres over for vores målgrupper
- Etik – der skal være klare værdimæssige ligheder mellem Norlys og den konkrete samarbejdspartner
- Rummelighed - Som udgangspunkt vil holdsport (fællesskab) stå over individuelle discipliner

Summen af disse parametre skal kombineres med den årlige omkostning, med det formål at vurdere hvorledes værdi/pris passer sammen – samt i hvilket omfang vi ville kunne nå samme effekter til en mindre omkostning med andre midler/strategier.

Mandat & Governance

Norlys' koncerndirektion er overordnet ansvarlig for, at koncernens sponsorater besluttes inden for ovenstående rammer. Norlys koncerndirektion & Brand ejer og driver sponsorforretningen for koncernen. De tilhørende budgetter bor således i samme organisation. Koncerndirektionen (CMO) kan godkende sponsoraftaler på op til 1 million DKK om året og max 5 år. Aftaler, der tegnes længere end 5 år eller overstiger 1 million DKK om året, skal godkendes i koncerndirektionen.

I henhold til Anbefalingerne for god selskabsledelse vurderes Norlys Sponsorpolitik én gang om året i bestyrelsen for Norlys a.m.b.a.