

*alperia*

**Sponsoring-Richtlinien**

*energie  
neu gedacht*

## Alperia AG

Sponsoring ist für die Alperia AG kein Selbstzweck, sondern ein wesentliches Marketinginstrument zur Erreichung der eigenen Gesellschaftsziele. Das Sponsoring ist demnach einem partnerschaftlichen Austausch von Leistungen und Gegenleistungen gleichzusetzen. Alperia AG strebt langfristige Sponsorenengagements an und setzt auf nachhaltige Projekte in den Bereichen Sport, Kunst und Kultur, Umwelt und Sicherheit. Um Mittel gebündelt und zielgerecht einsetzen zu können, werden nur jene Projekte geprüft, die den gegenständlichen Sponsoring-Richtlinien der Alperia AG entsprechen und die nachstehend angegebenen Kriterien erfüllen.

### 1. Auswahlkriterien

- a. Alperia AG konzentriert ihre Tätigkeit auf Südtirol bzw. auf in Südtirol verwurzelte Organisationen;
- b. die Branchenexklusivität als Energieunternehmen muss gewährleistet sein. In der Regel darf in den drei Jahren vor dem Sponsorantrag an Alperia AG keine Partnerschaft mit einem anderen Energieunternehmen eingegangen worden sein;
- c. Alperia AG strebt vorrangig Partnerschaften mit lokalen Dachverbänden und -organisationen des Energiesektors an;
- d. eine langfristige Zusammenarbeit wird von Alperia AG kurzfristigen Projekten vorgezogen;
- e. die gewährten Beiträge decken nur teilweise die Kosten der Tätigkeit;
- f. die Antragsteller arbeiten ohne Gewinnabsicht, und die für die Tätigkeit gewährten Beiträge dürfen auf keinen Fall, auch nicht indirekt, unter den Mitgliedern aufgeteilt werden.
- g. der Jugend- und Nachwuchsarbeit wird besonderes Augenmerk geschenkt.

### 2. Sponsoring-Bereiche

Alperia AG konzentriert ihre Sponsoring-Tätigkeit auf folgende Bereiche:

- Sport
- Kunst und Kultur
- Umwelt/Qualität
- Sicherheit

## **Sport**

Der Schwerpunkt liegt im Breiten-, Team- und Nachwuchssport. Die Antragsteller nehmen regelmäßig an provinziellen, regionalen, nationalen oder internationalen Sportveranstaltungen, Sportmeisterschaften oder Turnieren teil und werden von ausgebildeten Fachtrainern betreut. Es werden insbesondere Sportveranstaltungen mit lokalem Fokus gesponsert. Über das Sponsoring des Südtiroler Vereinsspitzensports zielt Alperia AG auf die Sichtbarmachung der eigenen Marke und auf die Förderung der Markenbekanntheit. Auch Südtiroler Spitzenathleten können zum Markenbotschafter von Alperia AG werden.

## **Kunst und Kultur**

Alperia AG unterstützt künstlerische und kulturelle Veranstaltungen und Organisationen, beispielsweise in den Bereichen Musik, Theater und Tanz. Voraussetzung dafür ist eine angemessene Publikumswirksamkeit und die Tatsache, dass sich die Antragsteller in einer besonderen Art und Weise hervortun.

## **Umwelt/Qualität**

Das Projekt muss mit den Grundwerten von Alperia AG übereinstimmen und mit dem Thema Energie verbunden sein. Es muss außerdem Pilotcharakter aufweisen und zur Sensibilisierung von aktuellen Umweltproblemen beitragen.

## **Sicherheit**

Sicherheit wird bei Alperia AG groß geschrieben. Deshalb unterstützt Alperia nicht gewinnorientierte Organisationen und Vereine, die sich im Bereich Sicherheit landesweit hervortun und aktiv sind.

## **3. Was Alperia nicht sponsert**

- Individuelle Projekte oder Projekte von einzelnen Vereinen, wenn bereits Dachorganisationen/Organisationen aus diesem Bereich unterstützt werden;
- umweltbelastende Projekte und Veranstaltungen;
- potenziell gesundheitsgefährdende Projekte und Veranstaltungen (z. B. Kampfsport);
- unethische Projekte oder Veranstaltungen, die gesellschaftlich von geringem Nutzen sind;
- Partner, Projekte und Aktivitäten außerhalb des Alperia-Versorgungsgebietes (Südtirol);
- religiös oder politisch geprägte Vereine bzw. Veranstaltungen und gewerkschaftliche Organisationen;

- Schulveranstaltungen (Bälle, Ausflüge und Exkursionen, Events, Festivals usw.);
- Schuljahresberichte und Druckkosten aller Art (inkl. Inserate in Schülerzeitungen u. ä.);
- Multimediaproduktionen (z. B. DVD, CD o.ä.) oder Publikationen jeglicher Art;
- Tourismusorganisationen, Musikkapellen, Polizei- oder Militärorgane o. ä.;
- Gemeinden, Landesabteilungen;
- Ankauf von Fortbewegungsmitteln (Sportbussen oder Einsatzfahrzeugen);
- Vereine ohne MwSt.-Nummer.

## 4. Ansuchen

Sponsoring-Anfragen können ausschließlich in schriftlicher Form über das Portal von Alperia AG ([www.alperia.eu](http://www.alperia.eu) unter dem Abschnitt „Sponsoring“) gestellt werden und müssen vor dem Ereignis bzw. vor dem regulären Saisonstart eingereicht werden. Ein Antrag darf nur einmal im Jahr eingereicht werden. Die Fristen für die Einreichung des Antrags werden auf der Internetseite der Alperia AG veröffentlicht. Nebst dem Antragsformular muss Auskunft über das geplante Projekt, dessen Inhalt und Finanzierung gegeben werden. Zugelassene Antragsteller sind Vereine, Dachverbände, Stiftungen u. ä..

Dem Antragsformular als Anlagen sind beizulegen:

- Konzept (inkl. Detailbeschreibung)
- Budget (Detailbudget mit Aufwänden und Erträgen)
- Informationen über Leistungen und Gegenleistungen

## 5. Prozedere

Die Zusage des Sponsorings erfolgt seitens des Vorstands der Alperia AG innerhalb eines vereinbarten Jahresbudgets und unter Berücksichtigung von intern definierten Strategien und Zielen im Sponsoring.

### a. Vorprüfung

Im Rahmen einer Vorprüfung wird z. B. erhoben, ob die Unterlagen vollständig vorliegen, und ob die Voraussetzungen für die Einreichung des Antrags erfüllt sind.

Es werden ausschließlich Anträge berücksichtigt, welche über die Sponsoring-Plattform eingegeben werden, welche über die Homepage des Unternehmens Alperia zugänglich ist. Für diese formale und inhaltliche Überprüfung ist der Bereich Corporate Communication zuständig.

Im Falle von Projekten, die bereits in der Vergangenheit unterstützt wurden, wird auch das Verhalten des Gesponserten in den vorhergehenden Jahren, sowohl zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses als auch während des Sponsoring-Zeitraums und bei Beendigung der Zusammenarbeit, bewertet (siehe auch „Monitoring“).

Der Verantwortliche des Bereichs Corporate Communication leitet die Sponsoring-Anträge an den Vorstand weiter. Alperia AG behält sich das Recht vor, jederzeit Lokalausweise für die notwendige Bearbeitung der Gesuche durchzuführen.

#### b. Prüfung durch Vorstand

Der Vorstand entscheidet über Annahme oder Ablehnung der Anträge und befindet auch über die Höhe des Sponsoring-Beitrags. In der Folge erhält der Antragsteller eine schriftliche Mitteilung über das Ergebnis der Prüfung, und es wird im Detail der entsprechende Sponsoring-Vertrag samt den zu berücksichtigenden Auflagen (Gegenleistungen zugunsten des Sponsors) definiert. Darin enthalten sind auch Informationen zu den Modalitäten der Beitragsauszahlung.

Die gewährten Mittel entsprechen den im Vertrag aufgelisteten Gegenleistungen in Bezug auf Sichtbarkeit und Werbewirksamkeit (Zeitung, Banner, Logopräsenz auf Drucksorten und auf der jeweiligen Webseite, Aufstellen von Werbemitteln bei Veranstaltungen, Kartenkontingente usw.).

Bei Sponsoring-Beiträgen unter 5.000 Euro kann der Vorstand die endgültige Bewertung über die Annahme des Antrags der Sponsoring-Kommission (falls eingerichtet) übertragen.

Bei Sponsoring-Beiträgen unter 10.000 Euro kann beschlossen werden, im Vertrag die Möglichkeit einer stillschweigenden Verlängerung (maximal zwei Erneuerungen) für ein weiteres Jahr vorzusehen.

#### c. Monitoring

Die Überprüfung der Umsetzung der Vereinbarung wird vom Bereich Corporate Communication überprüft. Der Antragsteller ist verpflichtet, Alperia AG bei Beendigung des Sponsoring-Verhältnisses einen Schlussbericht über die durchgeführte Tätigkeit mit detaillierter Fotodokumentation zu den im Vertrag angeführten Gegenleistungen vorzulegen.

Die Auszahlung des vollen Betrages bzw. die Abschlusszahlung (falls im Vertrag vorgesehen) erfolgt erst nach Vorlage des schriftlichen Schlussberichts samt der Fotodokumentation. Die Dokumentation ist in elektronischer Form zu übermitteln und wird von Alperia AG digital archiviert. Sollten die im Sponsoring-Vertrag angeführten

Gegenleistungen nicht oder nur teilweise erfüllt worden sein, behält sich Alperia AG das Recht vor, den Sponsoring-Beitrag nicht auszuzahlen bzw. zu kürzen. Für die Zwecke laut Buchstabe a) "Vorprüfung" wird außerdem das Verhalten des Antragstellers bewertet, und zwar in Bezug auf Korrektheit, Gewissenhaftigkeit, Zuverlässigkeit und Sorgfalt bei der Erfüllung der Gegenleistungen, Pünktlichkeit bei der Übermittlung des Schlussberichtes und der Dokumentation, Genauigkeit bei der Erstellung und Übermittlung des Berichtes usw.

Letzte Aktualisierung: Bozen, 27. Juli 2017.