

SPONS- OCH SAMVERKANSPOLICY



Consensus

MEDICINSKA FAKULTETENS
STUDENTKÅR

Antagen 2021-11-03

Reviderad 24-01-22

Bakgrund och syfte

Consensus fokus ska alltid ligga på organisationens ändamål. Kärnverksamheten är utbildningsbevakning, studiesocial verksamhet och studenternas arbetsmiljö. Efter kårobligatoriets avvecklande 2010 har dock medlemsrekrytering och medlemskapets innehåll blivit en allt viktigare fråga för Consensus att aktivt arbeta med.

Samverkan med externa parter blir en viktig del i arbetet med att kontinuerligt göra medlemskapet attraktivt och innehållsrikt. Det ökade värdet kan dels förmedlas i specifika erbjudanden riktade till medlemmarna och dels genom ekonomisk finansiering som Consensus sedan kan omvandla till medlemsförmåner.

Denna policy ska behandla hur Consensus på olika sätt kan samverka med externa parter för ökade medlemsförmåner genom antingen medlemsnytta, ekonomisk finansiering eller en kombination. Den kommer också att behandla aspekter kring vad Consensus kan erbjuda i gengäld vad gäller marknadsföring och exponering gentemot medlemmar och studenter.

En samverkan får inte vara av religiös eller partipolitisk karaktär. Consensus får inte samarbeta med en extern part i syftet att öka dess försäljning av beroendeframkallande medel (nikotin, tobak och alkohol) eller spel till studenter. Ett samarbete ska inte heller ske med externa parter vars verksamhet strider mot Consensus grundvärderingar som regleras i stadgar, åsiktsprogram samt övriga policys.

Avtal

Vid samarbeten med externa parter ska avtal skrivas. Avtalet ska vara tydligt och innehålla vilka åtaganden samtliga parter tar, till vilket pris, tidsramar för när avtalet löper ut och hur eventuell förlängning av avtalet ska ske. Avtalsperiod som sträcker sig längre än den sittande styrelsens verksamhetsår bör tecknas med extra varsamhet.

Strategiska partners

Consensus har ett antal samarbeten som anses extra värda att värna. Dessa kallas här *Consensus strategiska partners*. Dessa organisationer lyder inte under beräkningsmodellen som beskrivs nedan kring specificerade kostnader för marknadsföring och exponering utan kan ha egna unika samverkansavtal med ändamålet att gynna ett så gott samarbete som möjligt med Consensus. Inget nytt samverkansavtal med en extern organisation får vara motsäggande till samverkansavtalen med dessa strategiska partners. Det bör också antas extra varsamhet om en ny samverkan berör samma verksamhetsområde som våra strategiska partners verkar inom.

Strategiska partners:



- Consensus sektioner
- Region Östergötland
- Linköping Universitet
- Kårservice AB
- Linköpings Kommun
- Norrköpings kommun
- LinTek
- StuFF
- Region Jönköpings Län

Consensus verksamhet ska alltid värna om föreningens samverkan med dessa strategiska partners. Det kan både handla om att bevara de områden vi redan samarbetar inom men kan också handla om att initiera interna arbeten för att utveckla, utvärdera och förbättra Consensus samverkan med dessa parter. Beslut om en ny strategisk partner kan bara tas av Consensus fullmäktige då denna policy lyfts till revidering på förslag av styrelse eller medlem.

Ekonomisk finansiering

Consensus samverkan med organisationer utanför dessa strategiska partners måste ha tydliga riktlinjer då Consensus erhåller många förfrågningar och förslag från externa organisationer. Dessa organisationer kan antingen erbjuda medlemsförmåner, ekonomisk finansiering eller en kombination. Kostnaden för olika typer av organisationer beräknas genom en tabell där siffran beskriver den faktor som ska multipliceras med de olika basbeloppen för att summera den totala kostnaden för respektive organisation. Anledningen till att olika typer av organisationer har olika typer av kvoter är att de är mer eller mindre samspelande med Consensus kärnverksamhet. Syftet med finansieringssystemet är att göra det så enkelt och objektivt som möjligt att både besvara och leta sponsorer och nya samverkansområden.

Med *medlemsfrämjande marknadsföring* menas det i denna tabell att det som marknadsförs av den externa parten på något sätt kan vara till gagn för Consensus medlemmar och studenter. Det kan bland annat beröra arbetsmöjligheter, föreningsengagemang och olika typer av stödfunktioner. Medlemsfrämjande syftar inte till utdelande av reklamprodukter utan detta anses istället som en annan typ av finansiering. Bedömning av organisationstyp, medlemsfrämjande aktivitet samt total kostnad görs av firmatecknare i kommunikation med den externa parten. Finns det oklarheter ska styrelsen diskutera just den samverkan gemensamt.



Multipliceringsfaktorer

Typ av organisation	Marknadsföring som anses medlemsfrämjande	Övrig marknadsföring
LUST-godkänd förening	1	2
Övriga studentföreningar	2	3
Ideella organisationer	3	4
Universitetsförknippade verksamheter	5	8
Vinstdrivande företag inom Consensus studenters arbetsmarknader	8	10
Vinstdrivande företag	12	15

Basbelopp

Typ av marknadsföring	Tidsaspekt	Basbelopp
Logga på www.consensus.liu.se .	Pris per år	2000 kr
Inlägg på Instagram och Facebook	Ligger uppe i 7 dagar	1200 kr
Instagramstory	Ligger uppe i 24 timmar	500 kr
Annons i ett nyhetsbrev	Publiceras i början av en månad	1000 kr
Föreläsning på Campus US*	1–2 timmar	2000 kr
Monter på Campus US**	1–4 timmar	1000 kr
Lunchmonter på Café Örat***	Vardagar klockan 12–13.	500 kr

Om en överenskommen marknadsföring inte platser in i någon kategori ska presidiet värdera vilken kategori som är mest likvärdig och prissätta marknadsföringen efter denna kategori. Consensus arbetsmarknadsmässa, CARMA, eller liknande storskaliga event och mässor står inte heller under finansieringsmodellen.

* Consensus står för platsbokning samt inbjudan till studenterna. Om föreläsningen hålls över lunchtid är den externa parten skyldig att erbjuda deltagande studenter på lunch.

** Consensus står för platsbokning och eventuellt synliggörande för studenterna.

*** Consensus står för bokning och synliggörande för studenterna. Montring får endast ske mellan kl.12 och kl. 13 på vardagar.

**** LUST-godkända föreningar har både lokal- samt monterbokningsmöjlighet och dessa punkter gäller därför ej för dessa föreningar. Lunchmonter på Café Örat är också gratis för LUST-godkända föreningar i mån om plats. Vill man som LUST-godkänd förening att Consensus ska marknadsföra, bjuda in eller synliggöra en föreläsning eller monter gäller halva priset på beskrivet basbelopp.



Medlemsförmåner som finansiering

En extern part kan också erbjuda medlemsförmåner direkt till Consensus medlemmar mot marknadsföring och exponering utan någon övrig form av finansiering. För att räknas som en medlemsförmån ska produkten eller rabatten vara en attraktiv förmån för minst 50% av medlemmarna och värdet av förmånen ska ha ett marknadsvärde som minst speglar kostnaden för marknadsföring i ovanstående tabell. Om detta inte uppnås ska mellanskillnaden faktureras av Consensus. Vill exempelvis ett vinstdrivande företag stå på Café Örat under en lunch och dela ut reklamprodukter som anses attraktiva till Consensus medlemmar ska marknadsvärdet av de utdelade produkter minst vara $10 \times 500 = 5\,000$ kr.

