

# Riktlinjer för samarbete kring marknadsaktiviteter

## ÖrebroBostäder AB inklusive dotterbolag

För att ÖBO och dess dotterbolag ska vara framgångsrika är det viktigt att ha ett högt anseende. Ett sätt att skapa och upprätthålla en positiv företagsprofil är marknadsaktiviteter av olika slag. Dessa ska ses som:

- en vilja att aktivt exponera vårt företag och sprida kunskap om det samt dess produkter och tjänster.
- en möjlighet att stärka våra relationer med omvärlden – såväl med våra olika kundgrupper som prioriterade samhällskontakter och samarbetspartners.
- en spegling av de värderingar och kärnvärden som präglar vår verksamhet.
- ett sätt att stärka varumärket.

### **I fokus: kundnytta, företagsnytta, kommunnytta**

När ÖBO eller dess dotterbolag tar ställning till en förfrågan är tre kriterier grundläggande:

- |                      |   |
|----------------------|---|
| 1. Bra för kunderna? | På vilket sätt tillför aktiviteten kvaliteter för våra hyresgäster?   |
| 2. Bra för oss?      | På vilket sätt tillför aktiviteten kvaliteter för bolaget?  |
| 3. Bra för Örebro?   | På vilket sätt stärker aktiviteten Örebros attraktivitetskraft, och därmed efterfrågan på bostäder och lokaler? |

Utöver detta bestäms insatser utifrån hur stor målgrupp som omfattas av aktiviteten/avtalet, förväntad eller faktisk publik tillströmning, uppmärksamhetsvärde hos allmänhet och media samt om aktiviteterna/samarbetsavtalen aktivt främjar jämställdhet och integration.

### **Kriterier för engagemang/marknadsaktiviteter**

ÖBO och dotterbolagen samarbetar med föreningar, organisationer och evenemang där vi når ett brett spektrum av människor. Vi strävar efter att få en bra balans när det gäller:

- fördelningen mellan idrott-, kultur- och samhällsengagemang
- gäller stöd till herr- respektive damidrott.

Vi samarbetar med organisationer och föreningar som är aktiva i Örebro kommun. I första hand samarbetar vi med hela föreningar, inte enskilda lag. Vi stöttar heller inte primärt enskilda personer, exempelvis idrottsutövare.

Marknadsaktiviteterna ska i så stor utsträckning som möjligt genomföras i eller nära de stadsdelar där ÖBO eller dess dotterbolag finns representerade, i samarbete med lokala föreningar och organisationer.

Samarbetsavtalen kring marknadsaktiviteter måste överensstämma med våra grundläggande värderingar samt kommunikationsmål och samarbetsparten ska driva sin verksamhet på ett ansvarsfullt sätt. Verksamheten ska alltid vara långsiktig och genomtänkt.

### **Utformning av avtal**

Utöver nyttoaspekten ska vi alltid finnas med på reklamutrymmen av olika slag eller på annat sätt omnämnas. Marknadsföring ska utformas i enlighet med respektive bolags grafiska profil.

Samarbeten kring marknadsaktiviteter sker i normalfallet genom ekonomiskt bidrag, inte i form av personella resurser. Det ska vara ett samarbete på affärsmässiga grunder till ömsesidig nytta för oss och föreningen/organisationen.

### **Skriftliga avtal som utvärderas**

För att tydliggöra syfte och omfattning för alla parter ska avtal alltid skrivas. Avtalet ska inte omfatta mer än tre år och heller inte med automatik förlängas om det inte sägs upp.

Varje samarbetsavtal ska årligen utvärderas utifrån avsett resultat.

### **Återbetalning**

Om ett evenemang eller arrangemang ställs in ska eventuell utbetald ersättning återbetalas, om inget annat anges i avtalet mellan parterna. Samma gäller även för föreningar och organisationer som upphör med sin verksamhet under pågående avtalsperiod.

### **Ansvar**

Det övergripande ansvaret för ÖBOs marknadsaktiviteter ligger hos Kommunikation och Marknadsföring, i samråd med vd eller vice vd. De stadsdelsanknutna marknadsaktiviteterna beslutas av distrikten, som rådgör med Kommunikation & Marknadsföring. Vissa stadsdelsanknutna aktiviteter beslutas i samråd med Bosociala enheten.

De marknadsaktiviteter som rör dotterbolagen beslutas i respektive bolags egen verksamhet.

*Antagen av ÖBOs styrelse 6 mars 2017*