

Substrategi for partnerskaber med virksomheder 2020 – 2022

Partnerskaber med virksomheder skal tage afsæt i Roskilde Festival-gruppens overordnede arbejde for at udvikle åbne og engagerende fællesskaber, der flytter mennesker gennem musik, kunst, bæredygtighed og aktiv deltagelse.

Virksomheder ønsker i stigende grad at engagere sig i almennyttige formål for at udtrykke deres holdninger og værdigrundlag. Vi vil gerne imødekomme og udbrede denne udvikling. Jo flere partnerskaber vi kan gennemføre, der understøtter dette, jo hurtigere kan vi overbevise større dele af erhvervslivet om, at de bør engagere sig i almennyttige formål.

Hos Roskilde Festival-gruppen er det et selvstændigt almennyttigt formål at engagere virksomheder i den positive samfundsudvikling.

Et partnerskab med Roskilde Festival-gruppen starter med en dialog om, hvordan vi bedst samtænker virksomhedens værdier og strategier med vores, i vores rammer. Et grundlæggende princip for alle vores partnerskaber er, at virksomhedens tilstedeværelse er værdsat af vores frivillige, ildsjæle og deltagere. Det kræver først og fremmest, at vi kun samarbejder med virksomheder der passer ind i vores værdisæt. Hvis virksomheders engagement skal opnå anerkendelse i vores fællesskab, er det vigtigt at de gør en reel forskel. Det er derfor vigtigt at inkludere partnerens kompetencer og specialiserede evner, så det er let at aflæse, at deres tilstedeværelse bidrager til den positive samfundsudvikling som Roskilde Festival-gruppen understøtter.

Når der er tydelig handling bag virksomheders engagement hos Roskilde Festival-gruppen kan vi med stolthed inkludere virksomhederne i vores fællesskab, vores arbejde og vores kommunikation - som aktive medspillere, ikke passive sponsorer.

Primært indsatsområde: Fra afventende til opsøgende

Det er partnerstabens mål, at vores partnerskaber primært udvikles med afsæt i Roskilde Festival-gruppens egne visioner. På denne måde er det lettere at begeistre Roskilde Festivalens mange ildsjæle og frivillige for partnerskabet, da projekterne er udviklet af dem. Dette vil i sidste ende højne den respekt der er om virksomhedens engagement og virksomheden i det hele taget. Når partnerskaberne afhjælper Roskilde Festival-gruppens egne visioner, kan vi også bedre retfærdiggøre at inkludere partneren i vores egen kommunikation.

Stabsfunktion for partnerskaber

Roskilde Festival-gruppens arbejde med partnerskaber er forankret i stabsfunktionen for partnerskaber. Partnerstaben håndterer udviklingen, rådgivning om og driften af partnerskaber med virksomheder, der bidrager til Roskilde Festival-gruppens strategiske udvikling og målsætninger.

Eksterne henvendelser om partnerskaber med Roskilde Festival-gruppen sendes til partnerskaber@roskilde-festival.dk.

Alle partnerskaber skal være indgået senest 1. april, hvis det skal udfolde sig på årets festival. Det er kun herved vi kan sikre, at vi leverer et professionelt resultat af god kvalitet.

KONCEPTUDVIKLING, PRODUKTION & KOMMUNIKATION

Hos Roskilde Festival-gruppen foretrækker vi at varetage konceptudvikling, produktion og kommunikationsstrategi i den udstrækning det er muligt. Så kan vi helhjertet og mest effektivt inkludere partneren i vores arbejde, udtryk og historier.

KRAV TIL PARTNERE OG SUCCESKRITERIER

Vi stiller krav til vores partnere og samarbejder kun med virksomheder der er deres sociale og bæredygtige ansvar bevidst og arbejder for at blive endnu bedre på disse parametre.

Vores partnere er samfundsansvarlige virksomheder, der:

- Respekterer menneskerettigheder
- Respekterer arbejdstagerrettigheder
- Respekterer miljøet i hele værdikæden

ROSKILDE FESTIVALS FIRE PARAMETRE FOR ET SUCCESFULDT PARTNERSKAB

Vi bruger fire parametre, der hjælper os til at vurdere om vi skal forfølge et potentielt partnerskab og hvorvidt et igangværende partnerskab er succesfuldt.

- 1) Om partnerskabet sikrer en indtægt eller en besparelse for Roskilde Festival-gruppen
- 2) Om partnerskabet medfører at Roskilde Festival-gruppen kan gennemføre projekter der ellers ikke ville kunne lade sig gøre
- 3) Om partnerskabet betyder, at Roskilde Festival-gruppen kan nå sine målsætninger hurtigere ved hjælp af partnerens ekspertise.
- 4) Om partnerskabet bidrager til en generel positiv samfundsudvikling

Det er samtidigt partnerstabens ansvar, at partnerens forventninger til partnerskabet bliver opfyldt. Vi skal forholde os til, hvorvidt vores målgruppe er interessant for partneren og om vi med partnerskabet kan opnå de succeskriterier der er opstillet. Sådan skaber vi langvarige og succesfulde partnerskaber.

FÆRRE, MEN STØRRE PARTNERE

Hvis man som virksomhed skal gøre sig gældende i vores organisation, kræver det et dybt engagement. Det er vores ønske at engagere vores partnere dybere i vores organisation og

arbejde tæt sammen om fælles overordnede fokusområder. Vi vil arbejde sammen med færre partnere, som vi så til gengæld helhjertet kan inkludere i vores arbejde, udtryk og historier.