

2008-09-16

Vårt diarienummer
Bun-206/2005

Handläggare, titel, telefon

Larsinge Axelsson, programsekreterare
011-152223

Barn- och ungdomsnämnden

Riktlinjer för sponsring inom barn- och ungdomsnämndens ansvarsområde

Förslag till beslut

Barn- och ungdomsnämnden beslutar fastställa riktlinjer för sponsring enligt bilagda förslag.

Beskrivning av ärendet

Utbildningskontoret har upprättat förslag till riktlinjer för sponsring och mottagande av gåvor i förskolan och grundskolan. Förslaget har utarbetats utifrån vägledning som tagits fram av Konsumentverket i samarbete med Skolverket och Sveriges kommuner och landsting.

Sponsring från näringslivet har blivit ett allt större inslag och fått ökad betydelse för olika verksamheter inte minst inom idrotts- och kulturområdet. Sponsring förekommer också inom skolans och förskolans område. Sponsring av skolverksamhet är emellertid en komplicerad fråga av etisk, pedagogisk, juridisk och politisk karaktär.

Konsumentverket har i samarbete med Skolverket och Sveriges kommuner och landsting tagit fram en vägledning för utarbetande av lokala riktlinjer för sponsring i förskolan och grundskolan.

Begreppet sponsring avser numera ett avtal till ömsesidig nytta mellan två eller flera parter, där den ena parten (sponsorn) förbinder sig att lämna ersättning i form av kontanta medel, varor och/eller tjänster och den andra parten (den sponsrade) som motprestation tillhandahåller t ex exponering av företagsnamn, varumärke eller varor och tjänster till nytta för sponsorn i dennas verksamhet.

Sponsring i skolan/förskolan kan till exempel innebära att sponsorn tillhandahåller förbrukningsmaterial, lånar ut eller subventionerar maskiner och annan utrustning, tillför kompetens genom att ställa experter till förfogande för insatser i skolans/förskolans administration, marknadsföring eller undervisning, erbjuder praktikplatser och studiebesök etc. Det kan också innebära stöd i form av kontanta medel.

Utbildningskontoret har med utgångspunkt från Konsumentverkets vägledning utarbetat förslag till riktlinjer för sponsring och mottagande av gåvor i förskolan och grundskolan. I riktlinjerna regleras bland annat vilka krav som skall ställas på sponsorer och givare, bedömning av sponsringsaktivitetens/gåvans pedagogiska värde, skolans motprestation, avtal samt möjlighet för sponsring av verksamhet i skolan och förskolan som bedrivs av entreprenörer.

Det finns i lagstiftningen inget som uttryckligen förbjuder sponsring av förskole- och skolverksamhet. Det är dock viktigt att sponsring inte kommer i konflikt med bestämmelser i skollagstiftningen eller annan lagstiftning som kommunallagen, lagen om offentlig upphandling eller marknadsföringslagen.

Utbildningskontoret

Lars-Åke Edvardsson
utbildningschef

Larsinge Axelsson
programsekreterare

Riktlinjer för sponsring och mottagande av gåvor i skolan och förskolan

Allmänna utgångspunkter

Barn- och ungdomsnämnden utgångspunkt är att i princip ska ingen annan finansiering av förskole- och skolverksamhet än kommunala medel förekomma. I de fall sponsring förekommer ska dessa riktlinjer gälla.

Ett utvecklat samarbete mellan skolan/förskola och näringslivet är positivt och kan inspirera till nya arbetsformer. Det är också värdefullt att elever får kontakt med näringslivet under skoltiden. Vid en eventuell försöksverksamhet med kommunala friskolor utgör riktlinjerna för sponsring ytterligare en möjlighet att utveckla de föreslagna verksamhetsstyrelserna.

Sponsringen får dock inte komma i konflikt med skolans/förskolans uppdrag, värdegrund och krav på saklighet och allsidighet. Särskilt för yngre barn finns det skäl att iaktta försiktighet vid sponsrade aktiviteter.

Sponsring är ett avtal med ömsesidig nytta mellan två eller flera parter där den ena parten (sponsorn) förbinder sig att lämna ersättning i form av kontanta medel, varor eller tjänster och den andra parten (den sponsrade) tillhandahåller en motprestation.

Gåva är en ensidig rättshandling utan motprestation.

Den vanligaste motprestationen är att sponsorn/företaget/organisationen exponerar sitt namn, eller varans namn på något sätt, t ex på skyltar, på varuautomater, på material etc. Verksamhetens motprestation kan också bestå av att sponsorn får tillgång till skolans lokaler för sammankomster, utbildning eller motsvarande. Sponsring tar sig idag mer och mer formen som samarbete eller utveckling. Samarbetet kan syfta till att båda parter kan öka sin kompetens eller minska sina kostnader genom att byta tjänster med varandra. Sponsring kan t.ex. innebära att sponsorn tillhandahåller förbrukningsmaterial, lånar ut eller subventionerar maskiner och annan utrustning, tillför kompetens genom att ställa en expert till förfogande för insatser i skolans administration, marknadsföring eller undervisning, erbjuder praktikplatser och studiebesök på företaget etc. Men givetvis kan sponsring även innebära stöd med kontanta medel.

Det är en skillnad mellan sponsring och kommersiell marknadsföring. För att anses vara sponsring får meddelandet endast innehålla uppgift om vem som står bakom sponsringen, t.ex. genom att företagsnamnet nämns, eller uppgift om att företaget får andra förmåner. Om det dessutom finns någon information om näringsidkarens produkter och verksamhet kan meddelandet vara kommersiell marknadsföring. Då gäller marknadsföringslagens regler.

Motprestationen kan aldrig bestå av krav på inköp av varor eller tjänster från sponsorn. I sådant fall är det att betrakta som upphandling och då ska lagen om offentlig upphandling tillämpas. Vid all annan motprestation än en

måttlig exponering av företagets eller varans namn skall rektor eller förskolechefen kontakta stadsjuristen eller upphandlingsenheten för en bedömning av om avtalet omfattas av lagen om offentlig upphandling.

Sponsring eller mottagande av gåva ska regleras genom skriftligt avtal. Avtal träffas av rektorn eller förskolechefen för varje skola/förskola eller motsvarande. Vägledning i frågor kring sponsring och gåvor kan lämnas av stadsjuristen. Vid större sponsringsavtal som t ex omfattar flera skolor eller större värden eller där värdet uppgår till mer än ett prisbasbelopp (41 000 kr år 2008) ska Barn- och ungdomsnämnden träffa sponsringsavtalet, efter samråd med stadsjuristen.

Krav som skall ställas på sponsorer och givare

Vid bedömning av sponsorn/givaren skall följande beaktas.

- Företaget skall bedrivas seriöst, skall betala lagstadgade arbetsgivaravgifter och får inte ha skatteskulder. Kontroll skall göras hos Skatteverket och Kronofogdemyndigheten. Den som står i begrepp att ingå ett sponsringsavtal är skyldig att svara för ovanstående kontroller före det att avtal ingås.
- Företagets verksamhet skall vara förenlig med skolans uppdrag och värdegrund.
- Företaget måste följa god marknadsföringssed.

Bedömning av sponsringsaktiviteten/materialet eller gåvan

- Sponsring eller gåvor får endast vara ett komplement till verksamhetens ordinarie undervisning. Skolor, förskolor och motsvarande verksamheter får inte bli beroende av sponsrat material, tjänster eller utrustning.
- Verksamhetsvärdet bör ställas i relation till sponsringens påverkans effekt på eleverna eller barnen.
- Material, tjänster, aktiviteten, utrustning eller motsvarande får inte strida mot läroplaner och kursplaner eller skolans/förskolans mål.
- I läromedel/undervisningsmaterialet ingående fakta skall vara aktuell och opartisk. Undervisningsmaterialet får endast i undantagsfall innehålla reklam, förmånserbjudanden eller annan aktiv marknadsföring.
- Sponsrat material, tjänster, aktiviteten, utrustning eller motsvarande skall inte ha som huvudsakligt syfte att uppmuntra eleverna att påverka föräldrarna eller andra till inköp av företagets varor eller tjänster.

Skolans/verksamhetens motprestation kan vara att:

- ge utrymme för exponering av sponsorns produkter
- exponera företagets och/eller varans namn på olika sätt i skolan/verksamhetens lokaler, t ex på material, på utrustning, på skyltar, varuautomater m.m.
- ge tillgång till skolans/förskolans lokaler, för t ex sammankomster och utbildning
- få tillgång till pedagogisk kompetens

Avtal om sponsring

Avtal om sponsring skall innehålla följande uppgifter:

- Parternas namn, adress och organisationsnummer
- Kontaktpersoner
- Syftet med sponsringen
- Beskrivning av aktiviteten
- Sponsorns åtagande
- Skolans/förskolans åtagande
- Vilken tid avtalet gäller
- Eventuella medierättigheter
- Ansvar för inställda evenemang (i förekommande fall)
- Försäkringsansvar för elever och material
- Formen för uppsägning av avtalet om förutsättningarna ändras
- Angivande att eventuella tvister skall lösas i allmän domstol

För avtal om gåva gäller vad som anges ovan i tillämpliga delar.

Vid större sponsringsavtal som t ex omfattar flera skolor eller större värden eller där värdet uppgår till mer än ett prisbasbelopp (41 000 kr år 2008) ska Barn- och ungdomsnämnden träffa sponsringsavtalet, efter samråd med stadsjuristen.

Entreprenörer som är verksamma på skolans eller förskolans område

- Entreprenörer som är verksamma inom skolans/förskolans område får endast träffa avtal om sponsring med sådana företag som uppfyller de krav kommunen ställer på sponsorer av kommunal verksamhet. Detta skall regleras i upphandlingskontraktet.
- Om entreprenör träffar avtal om sponsring i dennes verksamhet som har anknytning till skolan eller förskolan gäller att exponeringen av sponsorns namn i skolan inte får vara alltför omfattande.

Denna policy skall finnas på kommunens hemsida, www.norrkoping.se där den kan läsas av elever, föräldrar och skolpersonal.

Vid sidan av denna policy hänvisas till Konsumentverkets anvisningar som tagits fram tillsammans med Skolverket och Svenska Kommunförbundet, http://www.konsumentverket.se/Documents/skola_ungdom/sponsring_skolan.pdf