

Utbildnings- och kulturnämnden

Antagen av utbildnings- och kulturnämnden 2007-08-22, § 156

Sponsring och gåva – riktlinjer för Markaryds kommuns förskolor och skolor

Inledning

Företag, föreningar, organisationer och församlingar vill ofta använda förskolan och skolan som en kanal att nå barn och unga. Ibland kallar man det sponsring, ibland gåva eller rent av bara information.

Gemensamt är att någon utomstående vill synliggöra sig inom förskolans eller skolans område. Det kan t.ex. handla om olika typer av skänkt material/tjänst eller skyltar och anslag på förskolans eller skolans område.

Förskolan och skolan är främst barnens och de ungas område. De tillbringar stor tid i vår verksamhet. Barnen i grundskolan har dessutom skolplikt. Vår verksamhet vilar på en fastställd värdegrund och finansieras genom skatter. Skolan är en myndighet som styrs av lagar och andra styrdokument. Skolans personal fattar beslut som påverkar enskilda individer. Därför ska noggrannhet vara ett ledord när det gäller vilka kontakter barnen och eleverna möter i förskolan och skolan.

I förskolan och skolan bör återhållsamhet gälla när det gäller gåva, sponsring och information från utomstående.

I gymnasieskolan, där eleverna är äldre och därmed har större förmåga till kritiskt tänkande, kan man vara öppnare för utomstående engagemang i verksamheten.

I vår kommun

Som det är i dag är det upp till varje enskild förvaltning och nämnd hur långt man kan gå när det gäller sponsring, eftersom det inte finns några beslutade regler.

Det finns därför ett behov att klarlägga vilka riktlinjer som ska gälla i hela Markaryds kommun avseende sponsring av kommunal verksamhet.

Ofta säger vi sponsring när vi egentligen menar gåva. Företag och organisationer lämnar årligen gåvor inom t.ex. UKN: s verksamhetsområde. Det är psalmböcker, blockflöjter, trafikvästar, cykelhjälm, bidrag till studieresor osv.

Kommunen har, vid enstaka tillfällen, mottagit gåva/sponsring vid inköp av flygel, biostolar mm.

Vad är sponsring?

Sponsring enligt Nationalencyklopedin: Ett företag eller en person åtar sig att bekosta eller på annat sätt ansvara för viss verksamhet och som utbyte får möjlighet att göra reklam eller PR i någon form.

För att det ska anses vara sponsring måste krav på att t.ex. företagsnamnet på sponsorn ska exponeras på något sätt eller att företaget/organisationen tillskansar sig andra förmåner.

Om det finns någon information om sponsorns produkter, verksamhet eller tjänster, som förutsätts bli föremål för exponering av sponsormottagaren, är det ibland tveksamt om det är sponsring. Det kan då handla om kommersiell marknadsföring där sponsringsmottagaren har en aktiv roll.

Sponsring är ett avtal till ömsesidig nytta mellan två eller flera parter, där den ena parten (sponsorn) förbinder sig att bidra med pengar, varor och/eller tjänster och den andra parten (den sponsrade) som motprestation verkar för en exponering av företaget namn, varor eller tjänster till nytta för sponsorns verksamhet.

Sponsring av skolverksamhet kräver extra noga avvägning i fråga om pedagogik, juridik, politik och etik.

Sponsring inom förskola och skola kan innebära, utöver det som redan nämnts i föregående stycke, stöd av pengar till olika saker och personal, tillhandahållande av förbrukningsmaterial, lån av maskiner, subventionering av maskinkostnader och utrustningsdetaljer, expertmedverkan i undervisningen, praktikplatser, studiebesök mm.

De avvägningar som måste göras om juridik, etik osv. innebär bl.a. att hänsyn måste tas till reglerna för offentlig upphandling (när sponsring ersätter planerade inköp av varor och tjänster) och i förskolor och skolor med tanke på barnens ålder och mognad. Försiktighet med sponsring ska iakttagas i de yngre åldrarna i förskola och skola medan större tillåtenhet med sponsring i gymnasieskolan kan godtas.

Bidrag som ges utan krav på motprestation betraktas inte som sponsring. Däremot är det viktigt att en sådan gåva inte påverkar skolans verksamhet på ett otillbörligt sätt, eller kan medföra misstanke om mutbrott. Även när det gäller gåvor ska givaren bedömas.

Krav på sponsorer och sponsringsavtal

Vid bedömning av sponsorn ska man beakta:

- Att verksamheten drivs seriöst och inte har skatteskulder och dylikt
- Att verksamheten är förenlig med skolans värdegrund
- Att verksamheten följer god marknadsföringssed
- Om sponsrat material eller aktiviteter innehåller reklam, förmånserbjudanden eller annan aktiv marknadsföring
- Att sponsorn/givaren inte uppmanar elever att själva köpa eller att påverka sina föräldrar att köpa företagets varor eller tjänster

Om sponsringen är omfattande ska den regleras genom skriftliga avtal. Ett avtal om sponsring ska innehålla:

- Namn, adresser och organisationsnummer
- Kontaktpersoner hos sponsorn och hos den sponsrade.
- Syftet med sponsringen
- Aktiviteten
- Sponsorns åtagande
- Skolans åtagande
- Vilken tid avtalet gäller
- Eventuella medierättigheter
- Ansvar vid inställda evenemang
- Försäkringsansvar för elever och material
- Formen för uppsägning av avtalet om förutsättningarna förändras
- Formen för lösning av eventuell tvist om avtalets tillämpning

Riktlinjer för sponsring eller gåva

Sponsring

Kommunens olika verksamhetsgrenar, förskolor, skolor osv. får ta emot sponsring till ett belopp om som mest ett basbelopp.

Det är värdefullt med ett öppet samarbete med och stöd av närsamhället och det lokala näringslivet.

Försiktighet ska iakttas med sponsring i de yngre åldrarna i förskolan och grundskolan.

Den värdegrund som finns för kommunens verksamhet vad gäller objektivitet, saklighet, allsidighet och likställdhet måste följas.

Kommunens verksamhetsenheter får inte komma i beroendeställning till sponsorn.

Sponsringen får inte vara av den omfattningen att den påtagligt påverkar upphandlingsavtal och andra avtal som är tecknade för kommunala inköp och kommunala tjänster.

Sponsorpengar ingår inte i den ordinarie budgeten utan är ett komplement till skatte- och avgiftsfinansiering och kan vid behov tilläggsbudgeteras under löpande budgetår.

I det fall sponsringen är av långsiktig karaktär ska överenskommelse göras skriftligt mellan parterna, där respektive parter åtaganden, avtalstid, syfte, former för uppsägning, osv. noggrant beskrivs.

Gåva

Kommunens verksamhetsenheter får, ta emot gåva till verksamheten till ett belopp om som mest ett basbelopp. Gåvan får inte medföra några krav från givaren.

Vid gåvor, större än ett basbelopp, förutsätts nämnden vara mottagare.

Förutsättningen är att givaren är seriös och en person med oklanderlig vandel eller representerar företag eller organisation som driver verksamhet som är förenlig med kommunens värdegrund.

Gåvan får inte vara av den omfattningen att den påtagligt påverkar upphandlingsavtal som är tecknade för kommunala inköp.

Utbildnings- och kulturnämndens beslut

Verksamhetsenheterna/nämnden får utnyttja sponsring för finansiering av sin verksamhet där så befinns lämpligt och förenligt med den kommunala värdegrunden.

Delegation får ges till rektorer att sluta avtal om sponsring och motta gåvor, till max ett basbelopp, enligt riktlinjerna under förutsättning att förvaltningschefen tillstyrkt sponsringen och/eller gåvan.

Kontroll av sponsorn ska ske. Den värdegrund som finns för kommunens verksamhet vad gäller objektivitet, saklighet, allsidighet och likställdhet ska följas.

Åtagandet från verksamhetsenhetens/nämndens sida får inte innebära krav på kommersiell marknadsföring av sponsrande organisation och företag.

Verksamhetsenheter/nämnd tar inte på sig några krav till köp av sponsorns varor eller tjänster.

Nämnden/förvaltningen bemyndigas tilläggsbudgetera gåvo- och sponsor-medel vid behov.

Regelverk

Det finns ingenting i lagstiftningen som uttryckligen förbjuder sponsring av skolverksamhet. Det är dock viktigt att sponsring inte kommer i konflikt med bestämmelser i skollagstiftningen eller annan lagstiftning. Sponsring får t.ex. inte förknippas med villkor som gör att skolan kommer i beroendeförhållande till sponsorn eller att undervisningen eller utbildningen påverkas av sponsringen.

Regeringsformen

Kommunerna är bundna av objektivitetsprincipen som är grundlagsfäst i regeringsformen. Kommunerna skall behandla alla lika inför lagen samt iakttä saktighet och opartiskhet i sin verksamhet. Av detta följer att kommunen inte genom sponsring får utsätta sig för sådan påverkan att objektiviteten kan ifrågasättas. De villkor som sponsringen är förknippad med får alltså inte innebära att kommunen kommer i konflikt med objektivitetsprincipen.

Kommunallagen

Av kommunallagen framgår att varje nämnd har ett ansvar för sitt verksamhetsområde. Sponsringen får inte påverka eller inskränka det politiska handlingsutrymmet. Sponsringen får alltså inte förknippas med villkor som påverkar verksamhetens mål, inriktning, omfattning och kvalitet. Avgörande för om kommunen kan ta emot sponsring är vilka villkor som sponsringen är förknippad med. Villkoren får inte medföra ett beroendeförhållande till sponsorn. Villkoren får inte heller leda till inslag i verksamheten som inte är kompetensrelaterade.

Vidare bör det råda en rimlig proportion mellan det som skolan får och den motprestation som skolan erbjuder sponsorn. Samarbetet mellan kommunen och näringslivet får inte innebära ett otillåtet stöd till ett enskilt företag.

Skollagstiftningen

Verksamheten i förskoleverksamheten, skolan och fritidshemmen skall utformas i överensstämmelse med grundläggande demokratiska värderingar och alla som verkar inom skolan skall främja aktning för varje människas egenvärde och respekt för vår gemensamma miljö, (skollagen). Läroplanerna anger att skolan har en viktig uppgift att förmedla och förankra samhällets grundläggande värden hos barn och elever.

I läroplanerna anges att skolan skall vara öppen för skilda uppfattningar och den skall framhålla betydelsen av personliga ställningstaganden och ge möjlighet till sådana. Undervisningen skall vara saklig och allsidig. Alla föräldrar skall med samma förtroende kunna skicka sina barn till skolan, förvissade om att barnen inte blir ensidigt påverkade till förmån för den ena eller andra åskådningen. Skolledare, lärare och fritidsledare har ett pedagogiskt ansvar för att material och andra inslag i undervisningen är relevanta i förhållande till läroplan och kursplan.

Eleverna skall få en utbildning av hög kvalitet. Det förutsätter bl.a. samverkan med arbetslivet och närsamhället i övrigt. Alla som arbetar i skolan skall verka

för att utveckla kontakter med arbets- och föreningsliv och andra verksamheter utanför skolan som kan berika den som en lärande miljö. Läraren skall medverka till att utveckla kontakter med organisationer, företag och andra som kan bidra till att berika skolans verksamhet och förankra den i det omgivandesamhället.

Lagen om offentlig upphandling

Lagen om offentlig upphandling (LOU) reglerar upphandlingen i alla organisationer som omfattas av begreppet upphandlande enhet i lagen, dvs. staten, kommuner, landsting, statliga myndigheter och vissa av deras bolag, stiftelser m.fl.

Ett avtal måste innehålla ömsesidigt förpliktande ekonomiska villkor och avse en upphandlande enhets köp, leasing, hyra eller hyrköp för att omfattas av reglerna i LOU. För att få klarhet i om ett avtal skall upphandlas enligt LOU, måste således den upphandlande enheten i varje enskilt fall avgöra vilken typ av avtal som faktiskt är för handen. Upphandlande enheters försäljning och rena gåvor till upphandlande enheter omfattas inte av reglerna i LOU.

Avtal om sponsring med varor eller tjänster skall i vissa fall upphandlas enligt LOU. Upphandlingsskyldigheten inträder då sponsorn bidrar med varor eller tjänster till en upphandlande enhet och i gengäld av enheten erhåller varor eller tjänster, s.k. barteravtal, eller kontanta medel. Är avtalet om leverans av varor eller tjänster utan förpliktelser för den upphandlande enheten, utgör varorna eller tjänsterna en gåva, vilken inte omfattas av reglerna i LOU. Att en upphandlande enhet endast åtar sig att upplysa om att en leverantör sponsrat den upphandlande enheten med varor eller tjänster, innebär normalt inte att avtalet innehåller förpliktelser för enheten.

Sponsring med endast kontanta medel kan aldrig omfattas av reglerna i LOU. Är avtalet utan förpliktelser för den upphandlande enheten utgör de kontanta medlen en gåva. Avtal om gåvor behöver inte upphandlas enligt LOU, eftersom sådana avtal inte innehåller ömsesidigt förpliktande ekonomiska villkor.

Med förpliktelser för den upphandlande enheten att tillhandahålla varor eller tjänster innebär avtalet i juridisk mening en försäljning från den upphandlande enheten, vilken inte omfattas av reglerna i LOU.

(Rapport 2003/0039-28, Nämnden för offentlig upphandling).

Marknadsföringslagen

Marknadsföringslagen gäller om ett sponsringsavtal leder till kommersiell reklam.

Enligt marknadsföringslagen ska all marknadsföring utformas enligt god marknadsföringssed. En viktig grundregel är att reklam måste kunna identifieras som sådan. Detta är särskilt viktigt när man vänder sig till barn och unga. En annan grundprincip är att reklam ska vara vederhäftig och sann. Enligt Internationella Handelskammarens (ICC) grundregel för reklam ska marknadsföring bl.a. utformas med socialt ansvar och ta särskild hänsyn till barn och unga.

Sammanfattningsvis säger ICC-reglerna beträffande barn och unga att reklam inte får utnyttja barns och ungdomars naturliga godtrogenhet och bristande erfarenhet, inte får innehålla framställningar som kan medföra att barn eller ungdomar utsätts för fysiska skadeverkningar eller påverkas negativt i psykiskt eller moraliskt avseende och inte ge intryck av att själva innehavet eller

användningen av viss produkt ger ett övertag över jämnåriga eller att avsaknad av produkten kan få motsatta följder.

Reklam får inte heller stå i strid med rådande sociala värderingar eller undergräva föräldrars auktoritet eller innehålla direkta uppmaningar till barn eller ungdomar att övertala sina föräldrar eller andra vuxna att köpa den utannonserade produkten åt dem.

Näringslivets regler om sponsring

Internationella Handelskammaren (ICC) har särskilda regler för sponsring, Code on Sponsorship, 2003. Article 7, Children and Young People, fritt översatt från engelska, lyder:

Sponsring som riktas mot eller som kan antas påverka barn eller ungdomar bör inte utformas så att man drar fördel av deras unga ålder och brist på erfarenhet. Sponsringen bör inte heller vara sådan att den medför att barn och ungdomar utsätts för fysiska skadeverkningar eller påverkas negativt i psykiskt eller moraliskt avseende eller försätts i lojalitetskonflikt gentemot föräldrar eller vårdnadshavare.

Lagar

Regeringsformen

Kommunallagen (1991:900)

Skollagen (1985:1100)

Lagen (1992:1528) om offentlig upphandling

Marknadsföringslagen (1995:450)

Läroplaner

Läroplan för förskolan, Lpfö98,

Läroplan för det obligatoriska skolväsendet, Lpo94,

Läroplan för de frivilliga skolformerna, Lpf94

Myndigheter

Konsumentverket

www.konsumentverket.se

Konsumenträtt/Marknadsrätt

Skolverket

www.skolverket.se

Styrdokument

Svenska kommunförbundet

www.svekom.se

Skola och barnomsorg

Ekonomistyrningsverket

www.esv.se

ESV 2002:15 Sponsring som finansieringskälla? En vägledning för statliga myndigheter.

Statskontoret

www.statskontoret.se

Rapport 2003:22, Klara villkor för sponsring av statlig verksamhet.

Nämnden för offentlig upphandling

www.nou.se

Rapport 2003/0039-28 LOU:s tillämplighet vid
sponsring av varor och tjänster till statliga
myndigheter

Kontaktpersoner

Konsumentverket: Marianne Örberg,
marianne.orberg@konsumentverket.se

Svenska Kommunförbundet: Olle Wendt,
olle.wendt@svekom.se

Skolverket: Ulrika Lindén,
ulrika.linden@skolverket.se