

Riktlinjer för sponsring och mottagande av gåvor i skolan och förskolan

Allmänna utgångspunkter

Utbildningsnämndens 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 skola/förskola och näringslivet är positivt och kan inspirera till nya arbetsformer. Det är också värdefullt att elever får kontakt med näringslivet under skoltiden. 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. Sponsring kan givetvis även innebära stöd med kontanta medel.

Det är 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 rektorn 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.

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 enhetens ordinarie verksamhet, som inte får bli beroende av sponsrat material, tjänster eller utrustning.
- Verksamhetsvärdet bör ställas i relation till sponsringens påverkans effekt på eleverna eller barnen.
- Material, tjänster, aktiviteter, utrustning eller motsvarande får inte strida mot läroplaner och kursplaner eller skolans/förskolans mål.
- I läromedel/undervisningsmaterialet ingående fakta skall vara aktuellt och opartiskt. Undervisningsmaterialet får endast i undantagsfall innehålla reklam, förmånerserbjudanden eller annan aktiv marknadsföring.

Sponsrat material, tjänster, aktiviteter, 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 (44 300 kr år 2016) ska utbildningsnämnden träffa sponsringsavtalet i samråd med stadsjuristen.

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