

nu gällande



**Österåker**

## **Kommunens författningssamling**

---

**Sponsringspolicy**

**ÖFS 2009:16**

Fastställt av Kommunfullmäktige 2009-04-27, § 48  
(dnr KS 2009/29-807)

2009-03-03

## Sponsringspolicy för Österåkers kommun

Sponsring är ett samarbete på affärsmässiga grunder till ömsesidig nytta för två eller flera parter. Den sponsrade ger vissa förmåner till sponsorn och får som motprestation kontanta medel, varor eller tjänster. Har inga krav på motprestation avtalats är det inte fråga om sponsring utan om en ensidig handling (bidrag, gåva, donation) och omfattas inte av denna policy.

Sponsring kan ske både **till** kommunen som mottagare av sponsorstöd och **från** kommunen som givare av sponsorstöd. Det finns i lagstiftningen inget förbud mot sponsring av kommunal verksamhet. Det är dock viktigt att beakta gällande rätt så att sponsringen inte kommer i konflikt med bestämmelser i t ex regeringsformen, kommunallagen, skollagen, lagen om offentlig upphandling eller marknadsföringslagen. Sponsoravtal får ej tecknas som innebär exklusiv rätt att leverera varor eller tjänster till kommunen.

Österåkers kommun ser sponsring som ett verktyg för att marknadsföra kommunen och stärka varumärket Österåker, och en möjlighet för den egna verksamheten att få mindre tillskott till den offentliga finansieringen. Sponsring ska dock ske restriktivt och efter noggrant övervägande.

### Allmänna riktlinjer (POLICY)

Samarbetspartnern ska för det första bedömas som lämplig och seriös. Det får ej finnas risk att:

- kommunens anseende och opartiskhet ifrågasätts
- sponsringen står i konflikt med politiska mål eller demokratiska grundprinciper
- kommunens oberoende eller integritet inskränks
- kommunal verksamhet kommer i beroendeställning till sponsorerna
- externa intressenter ställer krav på inflytande i verksamheten
- misstanke finns att anställd eller förtroendevald får otillbörliga förmåner

Sponsorverksamheten ska präglas av öppenhet och tåla granskning från mediernas och allmänhetens sida.

### Mottagande av sponsring

Mottagande av sponsring får ej förekomma i myndighetsutövande verksamhet. Den ska ses som ett mindre komplement till den offentligt finansierade verksamheten och inte omfatta verksamhetens baskostnader, utan särskilda projekt eller arrangemang.

Om kommunen som motprestation upplåter utrymme för sponsorns logotype eller annat varumärke, ska det ske så att verksamheten inte uppfattas ha tagit ställning för sponsorn

eller dennes produkter. Sponsorns logo/varumärke får inte tillåtas dominera eller ta över kommunens huvudansvar för verksamheten.

Erbjudanden om sponsring till kommunen handläggs av enhets- eller förvaltningschef och beslutas av respektive nämnd.

## Egen sponsring

Kommunen kan sponsra, men bör göra detta restriktivt och alltid utifrån en affärsmässig bedömning av nyttan. Som en följd av varumärkesarbetet 2008 bör eventuell sponsring framför allt inriktas på vissa, större evenemang. Varumärkesarbetet visade att besöks- och upplevelsenäringen i kommunen behöver utvecklas, både utifrån perspektivet att locka tillfälliga besökare och för att berika fritiden för fast- och fritidsboende.

Utbudet när det gäller mindre evenemang (julmarknader, teaterföreställningar etc) är redan relativt utvecklat i kommunen, även om det kan förbättras - särskilt i skärgården på sommarhalvåret. Kommunens egen sponsring bör därför inriktas på **större** evenemang (något per år) som också kan ge större uppmärksamhet, främst i regionen.

För att komma ifråga för sponsring från kommunen ska evenemanget:

- bidra till att stärka varumärket "det rikaste fritidsutbudet i skärgårdsmiljö"
- hålla en hög kvalitet
- ske på hög, nationell eller internationell nivå
- kunna få stort genomslag i media
- vara öppet för och av intresse för en bred publik, både invånare och besökare

Sponsorinsatsens storlek ska ställas i relation till mediabevakning och marknadsföringsvärde som förväntas i samband med arrangemanget. Tydliga krav på motprestation ska ställas på den organisation som får sponsorstöd, liksom tydliga mål för sponsringen som sedan också ska följas upp.

**RUTINER?** Förfrågningar om att få sponsring från kommunen görs via kommunens webbplats. *Förfrågningen handläggs av kommunikationschefen, i samråd med näringslivschefen och kultur- och fritidschefen och beslutas av Kommunstyrelsen.* Medel för detta tas från KS centrala marknadsföringsbudget.

## Mindre evenemang (EJ ANGES I EN POLICY)

Andra mindre, lokala evenemang kan kommunen bidra till att marknadsföra genom:

1. eventuellt föreningsbidrag som beslutas av Kultur- och fritidsnämnden. I dagsläget har Kfn 1,2 mkr? i budget för verksamhetsbidrag till föreningar och 100 tkr för övriga mindre bidrag. Denna pott skulle kunna utökas med förslagsvis 100 tkr för att stötta mindre evenemang.
2. exponering av evenemanget i kommunens olika informationskanaler.

**RIKTLINJER/RUTINER?** Sponsring av mindre evenemang handläggs av kultur- och fritidschefen och beslutas av Kultur- och fritidsnämnden.