

UPPDATERAD  
2021-12



KARLSTADS KOMMUN

# RIKTLINJE

## SPONSRING



**Typ av styrdokument**

RIKTLINJE	2021-12-14
Beslutande instans	Kommunstyrelsen
Dokumentägare	Katarina Lindström

**VISION****ORGANISATION****"Vem ansvarar för vad"**

- Reglemente
- Bolagsordning
- Delegeringsordning
- Stadgar

**RAMAR OCH MÅL****"Vad vill vi uppnå"**

- Plan
- Handlingsplan
- Verksamhetsplan
- Affärsplan

**NORMER OCH VÄRDEGRUND****"Hur ska vi agera"**

- Policy
- Riktlinje
- Anvisning

# INNEHÅLLSFÖRTECKNING

- RIKTLINJE FÖR SPONSRING..... 4**
- SYFTET MED RIKTLINJEN ..... 4
- VAD ÄR SPONSRING? ..... 4
- SYFTET MED SPONSRING ..... 5
- Grundförutsättningar för sponsring .....5
- Exempel på hur sponsringen kan utformas .....5
- Avgränsningar samt lagar och regler att ta hänsyn till.....5
- Om kommunen eller bolagen ska bli sponsrade eller sälja reklamplats.....6
- BESLUT OM SPONSRING..... 6**
- Kommunens bedömningskriterier för hjälp och stöd .....6
- Avtal ska skrivas .....7
- Uppföljning av sponsring .....7

# RIKTLINJE FÖR SPONSRING

**All sponsring som görs av Karlstads kommun och koncernen Karlstads Stadshus AB ska syfta till att stärka kommunens, bolagens eller platsens varumärke. Varumärket är allt det som vi förknippas med. Vi kan förstärka vårt varumärke och vad vi associeras med genom väl genomtänkt sponsring. Att vi syns i rätt sammanhang spelar en betydande roll för hur vi uppfattas och syftar till att påverka vårt varumärke på ett positivt sätt.**

## SYFTET MED RIKTLINJEN

Detta dokument beskriver vad vi ska beakta och ta hänsyn till i samband med sponsring kopplat till Karlstads kommun och koncernen Karlstads Stadshus AB. Det kan handla om att både ge och ta emot sponsring. Det är också en vägledning för dig som representerar en extern aktör och som vill bli sponsrad av eller sponsra Karlstads kommun och bolagen inom koncernen Karlstads Stadshus AB.

Karlstadsborna, organisationer, företag och föreningar ska känna förtroende för att skattepengarna används så effektivt som möjligt och bidrar till bra kvalitet för Karlstadsborna. Riktlinjen ska hjälpa oss att prioritera och arbeta effektivt med sponsringsfrågor. All sponsring syftar till att stärka kommunens, bolagens eller platsens varumärke. För bolagen så ska sponsringen vara affärsmässig.

Sponsringen ska stödja kommunens eller bolagens uppdrag och gå i linje med vår vision och värdegrund samt bidra till att Karlstadsborna känner stolthet över sin stad.

Sponsringen ska ge något tillbaka och leda till ett resultat som kan mätas mot fördefinierade mål. Proportionen mellan sponsringsbelopp och motprestation ska vara rimlig. Riktlinjerna klargör vad sponsring är, varför vi ska arbeta med sponsring inom Karlstads kommun och koncernen Karlstads Stadshus AB samt vilka våra grundprinciper för sponsring är.

## VAD ÄR SPONSRING?

Sponsring är ett samarbete för kommunikation och marknadsföring som är till nytta för båda parter. Sponsorn köper sig rätten att associeras med en verksamhet eller företeelse, till exempel en organisation eller ett projekt.

Sponsring är ett ekonomiskt samarbete som innebär att en part ger en annan part pengar, varor eller tjänster mot någon form av motprestation och med förväntningar på någon form av effekt. Det är en metod av flera att kommunicera med våra målgrupper och stärka varumärket Karlstad samt respektive bolags varumärke.

Sponsring är inte detsamma som bidrag. Det handlar inte heller om stöd för att en verksamhet ska finnas till. Sponsring är begränsat i tid och inte ett ekonomiskt åtagande som pågår för alltid.

Exempel på sponsringsobjekt är idrotts- och kulturföreningar.

Den här riktlinjen handlar enbart om sponsring. När det handlar om evenemang så hänvisas till handlingsplanen för evenemang.

Sponsring kan gå i två riktningar, dels kan Karlstads kommun och koncernen Karlstads Stadshus AB sponsra en extern aktör, dels kan en extern aktör sponsra Karlstads kommun och koncernen Karlstads Stadshus AB. De här riktlinjerna reglerar båda typerna av sponsring.

## **SYFTET MED SPONSRING**

All sponsring som vi inom Karlstads kommun och koncernen Karlstads Stadshus AB engagerar oss i ska syfta till att stärka kommunens, bolagens eller platsens varumärke och vara i linje med vår vision, värdegrund och övergripande mål.

## **Grundförutsättningar för sponsring**

Det finns några grundförutsättningar som ska vara uppfyllda för att Karlstads kommun och koncernen Karlstads Stadshus AB ska sponsra eller bli sponsrad:

- Verksamheten ska vara förenlig med Karlstads kommuns värderingar och värdegrund samt bidra till att stärka kommunens, bolagens eller platsens varumärke.
- Sponsring ska stödja visionen och de övergripande målen.
- Sponsring ska genomsyras av ett starkt ambassadörskap som bygger på människors berättelser och engagemang för varumärket Karlstad.
- För koncernens bolag så innebär det att ett starkare varumärke ska bidra till ökad lönsamhet.
- All sponsring ska präglas av öppenhet och transparens.

## **Exempel på hur sponsringen kan utformas**

Associationen med den sponsrade verksamheten kan se olika ut. Det kan till exempel handla om att varumärket exponeras på ett väl synligt sätt som bedöms motsvara insatsens värde. Det kan också handla om aktivering och värdegrundsdriven kommunikation, till exempel att med hjälp av den sponsrade parten sprida budskap som handlar om värdegrundsfrågor så som till exempel jämställdhet, hållbarhet eller trygghetsskapande åtgärder. Det kan också handla om att rikta sig till specifikt viktiga målgrupper eller med hjälp av ambassadörer ha kompetenshöjande aktivitet som bidrar till att stärka vårt varumärke.

## **Avgränsningar samt lagar och regler att ta hänsyn till**

Det finns inget uttryckligt förbud mot kommunal sponsring. Emellertid är det viktigt att sponsringen görs på ett sådant sätt att den inte kommer i konflikt med bestämmelser i till exempel kommunallagen, lagen om offentlig upphandling, skollagen, Internationella Handelskammarens

regler för reklam och marknadskommunikation (ICC:s regler) och marknadsföringslagen. För de kommunala bolagen måste även aktiebolagslagen och inkomstskattelagen tas i beaktande. Sponsring får inte förknippas med villkor som påverkar verksamhetens mål, inriktning, omfattning och kvalitet eller innebära att verksamheten kommer i beroendeförhållande till sponsorn

Sponsorstöd får inte tas emot eller ges till politiska partier eller religiösa organisationer. Vi undviker att sponsra enskilda individer då det är förenat med risker att bygga associationer mellan vårt varumärke och enskilda individers handlingar.

### **Om kommunen eller bolagen ska bli sponsrade eller sälja reklamplats**

Utifrån dessa riktlinjer och arbetssätt görs en bedömning hur väl den externa partens verksamhet uppfyller Karlstads kommun och koncernen Karlstads Stadshus AB grundläggande förutsättningar för sponsring samt avgränsningar och regler att ta hänsyn till (se ovan).

Extern sponsring av daglig drift i kommunens kärnverksamheter får inte ske. Den obligatoriska kommunala verksamheten får inte vara beroende av sponsring för att fungera. Vi tar inte emot sponsring vid myndighetsutövning. Finansiering av verksamheter med hjälp av sponsormedel får endast utgöra komplement. Sponsring av Karlstads kommun och koncernen Karlstads Stadshus AB i form av varor och tjänster får inte ske i strid med lagen om offentlig upphandling eller vår upphandlingspolicy.

Sponsorn får inte uppmana anställda eller de som använder våra tjänster att köpa företagets varor eller tjänster.

### **BESLUT OM SPONSRING**

Ansökningar om sponsring behandlas av en beredningsgrupp som gör en prioritering och sortering efter en mall med bedömningskriterier. Bolagen har en egen ansökningsprocess. Det sker en samordning inom koncernen genom ledningsgruppen för kommunikation. Detta säkerställer att samma aktör inte beviljas sponsring från olika verksamheter utan att det i så fall finns en kännedom om att så sker. Beslut sker enligt delegationsordningen.

Bolagen har egna anvisningar som är underordnade denna riktlinje och fattar egna beslut om sponsring.

### **Kommunens bedömningskriterier för hjälp och stöd**

För att kunna fatta beslut om sponsring ska genomföras eller ej så finns bedömningskriterier framtagna, se bilaga. Bedömningskriterierna utgör ett stöd och fungerar som vägledning inför beslut och uppföljning.

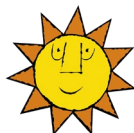
I bedömningskriterierna för sponsring bedöms exponering samt kriterierna enligt riktlinjerna för sponsring. Kriterierna ska sedan även fungera som grund för årlig uppföljning av sponsringsavtal.

### **Avtal ska skrivas**

Sponsoravtal ska alltid vara skriftliga och diarieföras. Endast de delar som omfattas av sekretess enligt offentlighets- och sekretesslagen kan sekretessbeläggas.

### **Uppföljning av sponsring**

Sponsoravtalets efterlevnad ska regelbundet följas upp. Ansvar och former för detta ska framgå i avtalet. Avtalande part inom koncernen ansvarar för att sponsringens effekter utvärderas. Om avtalet är längre än ett år så utvärderas ändå sponsringsavtalet årligen.



**KARLSTADS KOMMUN**

Karlstads kommun, kommunledningskontoret, 651 84 Karlstad.  
Tel: 054-540 00 00. E-post: [karlstadskommun@karlstad.se](mailto:karlstadskommun@karlstad.se) Webbplats: [karlstad.se](http://karlstad.se)