

Policy och riktlinjer för sponsring i Skara kommun

Beslutande insats: Kommunfullmäktige

Beslutsdatum: 2026-04-27 § 42

Dokumentansvarig: Chefsjurist

Diarienummer: KS 2023/420



Innehåll

Policy för sponsring	3
Beslut.....	3
Budget.....	4
Riktlinje för sponsring	5
Statskontorets definition.....	5
Allmänt om sponsoravtal och sponsorparter	6
Risker	6
Något om upphandlings- och skatterättsliga frågor.....	7
Samverkansprojekt.....	7
Sponsringens övriga laglighet	8
Sponsoravtal	9
Skriftliga avtal	9
Innehåll.....	9
Avtalstid.....	9
Begränsningar -objekt som inte kan vara föremål för sponsring.....	9
Skara kommun som sponsor.....	10
Skara kommun som mottagare av sponsring.....	11
Generella krav på föreningen/avtalspart för sponsring	12

Policy för sponsring

Med sponsring avses här ett avtalat samarbete där kommunen lämnar eller tar emot ekonomiskt stöd, mot en identifierbar motprestation, vanligtvis exponering av namn eller logotyp.

Skara kommun är positiv till sponsring. Både vad gäller att ge och ta emot sponsring. Skara kommuns ärenden inom sponsring ska handläggas i enlighet med riktlinjerna för sponsring.

Syftet är att säkerställa att all sponsring är lagenlig, transparent och förenlig med kommunens mål och uppdrag.

Skara kommunfullmäktige överlämnar till kommunstyrelsen att besluta om riktlinjer för kommunens sponsringshandläggning.

Grundprinciper

All sponsring ska:

1. ligga inom den kommunala kompetensen och ha tydlig koppling till kommunens verksamhet, varumärke eller allmänt näringslivsfrämjande intressen,
2. följa kommunallagens principer, inklusive lokaliseringsprincipen, likställighetsprincipen och förbudet mot individuellt inriktat stöd till enskilda näringsidkare annat än när synnerliga skäl föreligger,
3. inte medföra otillåtet statsstöd eller otillbörligt gynnande av enskild aktör,
4. vara proportionerlig – värdet av kommunens insats ska stå i rimlig relation till den nytta eller motprestation kommunen erhåller,
5. präglas av öppenhet, saklighet och god sed samt inte riskera förtroendet för kommunens opartiskhet.

Otillåten sponsring

Sponsring får inte:

1. användas som dolt ekonomiskt stöd till enskilt företag eller organisation,
2. lämnas eller tas emot om den direkt eller indirekt innebär marknadsföring som strider mot lag, t.ex. för tobaksvaror.
3. villkoras eller utformas så att kommunens beslut eller tjänsteutövning kan ifrågasättas ur jäv- eller mutperspektiv.

Beslut

Budget

Generella medel och utrymme för eventuell sponsring beslutas av kommunstyrelsen i sin budget.

Riktlinje för sponsring

Definition

Det kan inledningsvis konstateras att begreppet sponsring inte har någon enhetligt fastställd definition.

Det finns inte heller någon lag eller förordning som definierar vad sponsring är eller hur företeelsen ska hanteras. Likväl är det naturligtvis angeläget att en riktlinje som denna, som har till uppgift att reglera kommunens agerande inom området sponsring, beskriver hur man ska förhålla sig till begreppet.

Som bakgrund kan konstateras att Statskontoret, Ekonomistyrningsverket och Nämnden för offentlig upphandling utrett begreppet och utvecklat egna och likartade definitioner av begreppet. Vissa kommuner har utifrån dessa definitioner tagit fram egna definitioner. Skara kommun tillämpar och beaktar dock de definitioner som antagits av ovan nämnda myndigheter utan omskrivningar.

Ekonomistyrningsverkets definition

I denna skrift (anm. dvs ekonomiverkets skrift) menas med sponsring en överenskommelse varigenom en sponsor tillhandahåller den sponsrade parten kontanta medel, varor eller tjänster i utbyte mot exponering av ett företagsnamn eller varumärke och eventuellt andra förmåner. Sponsring är ett affärsmässigt samarbete till ömsesidig nytta för parterna. (Se ESV 2002:15.)

Ekonomistyrningsverkets Allmänna råd till 6 kap. 1 § Kapitalförsörjningsförordningen (2011:210), se ESVFA 2022:4: *Med sponsring avses här en överenskommelse varigenom en sponsor tillhandahåller den sponsrade parten kontanta medel, varor eller tjänster i utbyte mot exponering av ett företagsnamn eller varumärke samt eventuellt andra förmåner. En myndighet som avser att ingå ett samarbete om sponsring bör utveckla rutiner för uppföljning av verksamheten i syfte att avgöra om sponsringen utgör ett effektivt resurstillskott.*

Statskontorets definition

Statskontorets rapport ”Klara villkor för sponsring av statlig verksamhet” (2003:22):

Utifrån analysen av hur sponsring tolkats i olika sammanhang har Statskontoret i samarbete med Nämnden för offentlig upphandling utarbetat följande definition av begreppet:

Sponsring innebär 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 till exempel exponering av varumärke eller andra varor och/eller tjänster till nytta för sponsorn i dennes verksamhet.

Man kan därmed säga att sponsorn köper en exponering av sitt eget namn eller en rättighet att

utnyttja den sponsrade partens namn för att öka sin goodwill. Vid sponsring är det alltså inte i första hand fråga om att täcka myndighetens kostnader för de motprestationer som sponsorn får. Myndighetens kostnader för exponeringstjänsten kan i praktiken rent faktiskt vara relativt obetydliga i förhållande till det värde tjänsten har för sponsorn.

Allmänt om sponsoravtal och sponsorparter

Inför ett tänkt sponsoravtal ska kommunen allmänt bilda sig en uppfattning om lämpligheten av ett sponsorsamarbete och försöka förutse eventuella intressekonflikter och konsekvenser.

Vid bedömningen av lämpligheten ska beaktas att ett sponsringsamarbete inte får stå i konflikt med kommunens övergripande mål, planer eller styrdokument och inte heller får förekomma i myndighetsutövande verksamhet. All sponsorverksamhet ska kännetecknas av öppenhet och därtill offentligt kunna granskas.

Generellt gäller att man ska kunna känna förtroende för att den kommunala verksamheten i Skara kommun bedrivs sakligt och opartiskt. Ett sponsorsamarbete får inte, på något sätt, ge en sponsor inflytande över kommunala beslut. Kommunen ska i stället alltid värna om sin oberoende ställning, opartiskhet och trovärdighet.

En sponsor ska i samband med sponsring inte få göra reklam för sina produkter och tjänster.

Kommunen ska beräkna både kostnader för motprestationer och övriga kostnader som sponsringsarbetet kan medföra.

Sponsoravtal ska alltid vara skriftliga och beslutas i nämnd.

Avtalen ska innehålla vissa uppgifter, se nedan under *sponsoravtal* i detta dokument.

Ett sponsoravtal är en allmän handling och ska därmed diarieföras. Om avtalet innehåller uppgifter som omfattas av sekretesslagen ska det beaktas i handläggningen.

Ingångna sponsoravtal och samarbetsavtal ska kunna härledas och redovisas vid behov. Skara kommun ska på ett enkelt sätt kunna få en bild av sitt samlade sponsorengagemang och genom detta kunna visa att sponsring är ett effektivt sätt att öka tillskottet av resurser och att det i övrigt främjar verksamheten. De samlade sponsringsåtagandena ska ingå i kommunens årsredovisning.

Risker

Statskontoret menar att två typer av risker uppstår då myndigheter ingår sponsringsavtal. Dels kan misstankar om jävliknande beroendeförhållanden mellan sponsorn och myndigheten komma att äventyra allmänhetens förtroende för myndighetens verksamhet, dels kan finansiella risker uppstå då myndigheter förlitar sig på tillfälliga sponsringsinkomster för att finansiera

kärnverksamhet. Skara kommun ska därför aktivt beakta och ta ställning till dessa risker i sin handläggning av sponsorärenden.

Något om upphandlings- och skatterättsliga frågor

Om inget krav på motprestation uppställts rör det sig inte om sponsring utan om en ensidig rättshandling dvs. donation, bidrag eller gåva. Rena gåvor, eller bidrag, utan krav på någon motprestation, omfattas i princip inte av någon upphandlingskyldighet. De är inte heller avdragsgilla i skattehänseende.

För avdrag krävs att sponsorn erhåller direkta motprestationer av den sponsrade. Avdrag medges endast för värdet av motprestationerna. Vidare gäller att det som brukar benämnas som sponsringspaket i avdragshänseende inte ses som en odelbar enhet. Varje del i paketet måste bedömas för sig. Motprestationerna ska (enl. Skatteverket 2024) värderas till marknadsvärdet. Vid exponering i form av reklam eller annan marknadsföring får jämförelse göras med marknadspris för sådan liknande exponering som tillhandahålls av andra aktörer på marknaden.

Sponsring som begrepp förekommer inte i inkomstskattelagen (1999:1229), IL, utan ordet används i dagligt tal som en samlingsbeteckning för ekonomiska bidrag från företag till idrott, kultur eller annan allmännyttig verksamhet.

Det som kan sägas karaktärisera sponsring är att en sponsor betalar eller tillhandahåller resurser för rätten att skapa en association till den sponsrade i syfte att skapa en positiv attityd till sponsorn och dess produkter.

I avsaknad av någon särskild regel i IL faller frågan om avdragsrätt tillbaka på det allmänna stadgandet i 16 kap. 1 § IL att endast utgifter för att förvärva och bibehålla inkomster är avdragsgilla. Med andra ord ska ett sponsringsbidrag förväntas leda till ökade eller bibehållna inkomster i den verksamhet som givaren bedriver för att avdragsrätt ska kunna aktualiseras.

Skattefrågan måste dock utredas separat för varje sponsorärende eftersom den innehåller regler och praxis som tenderar att förändras löpande.

Skattemässigt är det viktigt att förstå skillnaden mellan sponsring med avdragsrätt och gåva med avdragsförbud. Skara kommun kan inte uttala sig om avdragsrätten, detta är något varje sponsor, givare eller samarbetspartner måste ta ställning till själv.

Samverkansprojekt

Kommuner deltar inte sällan i samverkansprojekt tillsammans med externa aktörer så som

företag och ideella organisationer. Under förutsättning att en part i sådant samverkansprojekt inte erhåller motprestationer av något slag, är det inte fråga om sponsring.

Sponsringens övriga laglighet

Även om sponsring som princip kan vara lagligt rent kommunalrättsligt måste ett sponsringsupplägg stämma överens med en rad andra lagar. Det gäller förutom kommunalrätt bland annat upphandlingsrätt, skatterätt och statsstödsreglerna (regleras i artiklarna 107–109 i Fördraget för den Europeiska unionens funktionssätt), med mera

Den grundläggande kommunala kompetensen och lokaliseringsprincipen återfinns i 2 kap. 1 § kommunallagen och innebär att det måste finnas ett allmänt intresse i allt som en kommun företar sig och att den aktuella verksamheten måste knyta an till kommunen geografiskt.

Det som avgör om en angelägenhet uppbärs av ett allmänt intresse är om det kan anses vara ett *allmänt, sambället* och *till det egna området knutet* intresse att kommunen vidtar en åtgärd. Denna fråga får bedömas med utgångspunkt i om det är *lämpligt, ändamålsenligt* och *skäligt* att kommunen befattar sig med angelägenheten.

Bestämmelsen uttrycker ett principiellt förbud mot att ge understöd åt enskilda eftersom det i regel inte kan vara ett allmänt intresse att sådant understöd lämnas. Vid sponsring som avser aktörer som bedriver ekonomisk verksamhet måste kommunen särskilt beakta 2 kap. 8 § KL, som endast tillåter individuellt inriktat stöd till enskilda näringsidkare om det finns synnerliga skäl. Detta är generellt sett mycket svårt att motivera.

Om ett sponsringssamarbete i huvudsak innebär att kommunen köper marknadsföringstjänster (reklam) kan avtalet utgöra ett upphandlingspliktigt tjänsteköp enligt lagen (2016:1145) om offentlig upphandling.

Av rättspraxis följer att sponsring godtas som kompetensenligt enligt kommunallagen bland annat under förutsättning att nyttan kan anses stå i rimligt förhållande till motprestationen.

I kommunens verksamhet gäller vidare att allas likhet inför lagen ska beaktas och saklighet och opartiskhet ska iakttas, se 1 kap. 9 § regeringsformen (1974:152). Alla kommunmedlemmar ska behandlas lika om det inte finns sakliga skäl för något annat 2 kap. 3 § KL.

Ett sponsorförhållande får alltså inte vara utformat så att det ger anledning att ifrågasätta kommunen med avseende på kraven på objektivitet och likabehandling.

Sponsoravtal

Skriftliga avtal

Sponsoravtal i Skara kommun ska alltid vara skriftliga.

Innehåll

Avtalet ska minst innehålla

- Avtalspartens namn och organisationsnummer
- Beskrivning och syfte med sponsringen
- Sponsringens värde, belopp och utbetalningsplan
- Sponsorns åtagande
- Mottagarens åtagande i form av exponering m.m.
- Avtalstid
- Redovisningskrav
- Reglering av eventuell uppsägning och återbetalning Om ett evenemang eller arrangemang ställs in ska det säkerställas att eventuell sponsring återbetalas.

Avtalstid

Ett sponsoravtal får omfatta högst 4 år.

Begränsningar -objekt som inte kan vara föremål för sponsring

Kommunen sponsrar inte politiska partier, religiösa samfund eller enskilda personer. Sponsring ska inte ske till organisationer som inte fullgjort sina skyldigheter vad gäller skatter och sociala avgifter.

Skara kommun som sponsor

Praxis

I RÅ 1993 ref. 35 ansågs en kommuns sponsring till en golftävling som kommunalrättsligt kompetensenlig. Av utredningen i ärendet ansågs framgå att kommunens stöd till golftävlingen avsetts utgöra *ett led i strävanden att sprida information om kommunen beträffande företagsamhet, arbetstillfällen, fritid och service*. Kommunen hade särskilt betonat att man velat *främja en ökad inflyttning till kommunen och allmänt tillgodose det lokala näringslivet och kommunförvaltningens arbetskraftsbehov*.

Enligt rättspraxis har kommunerna befogenhet att inom vissa gränser vidta åtgärder för att främja nu angivna intressen. Mot bakgrund av vad kommunen anförde får antas att kommunens stöd till golftävlingen varit ägnat att leda till effekter av det slag som eftersträvats. I rättsfallet hade man *inte kunnat visa att stödet skulle ha haft en omfattning som stått i missförhållande till den förväntade nyttan av evenemanget eller att det skulle ha innefattat något otillbörligt gynnande av någon enskild*.

Rättsfallet får därmed uppfattas som en tydlig vägledning för vilka syften som kan vara vägledande i ett sponsoravtal.

Övriga förutsättningar när kommunen är sponsor

Sponsring ska vidare ske på affärsmässiga och objektiva grunder. Dess syfte ska vara att exponera och sprida kunskap om Skara kommun och dess verksamheter. Sponsringen ska på något sätt ge kommunen ett mervärde i form av stärkt varumärke. Sponsring ska vara ett kompletterande sätt att förverkliga kommunens målsättningar. Kommunen ska inför ett sponsringssamarbete i sin beredning redovisa för de värden samarbetet bedöms komma att ge kommunen.

Sponsring får ske i form av kontanta medel. Sponsring får inte ske genom tillhandahållande av personella resurser.

Motprestation får inte utgöras av annat än vad som typiskt sett kan anses bidra till att stärka Skara kommuns varumärke, så som exempelvis exponering av logotype eller möjlighet att vid evenemang presentera kommunen.

Sponsring från Skara kommun får inte ha som huvudsakligt syfte att ekonomiskt stödja en förening, ett visst företag eller en organisation. Det grundläggande syftet för Skara kommuns sponsringsinsatser ska i stället vara att exponera kommunens namn i sammanhang som kommunen från tid till annan kan konstatera effektivt gynnar kommunens verksamhetsområde och kommunala angelägenheter.

Det finns också en viktig skillnad mellan sponsring och kommersiell marknadsföring, det vill säga reklam. För att anses som sponsring ska exponeringen av sponsorn endast

innehålla uppgift om vem som står bakom sponsringen, till exempel sponsorns namn, varumärke eller tjänster. För det fall en motprestation i stället utgör reklam och kan anses ha ett ekonomiskt värde kan reglerna om offentlig upphandling aktualiseras.

När kommunen sponsrar gäller att:

1. sponsringen ska ha ett tydligt syfte, t.ex. att marknadsföra kommunen, främja kultur, idrott eller annat allmänintresse och/eller allmänt främja näringslivet,
2. mottagarens verksamhet ska vara förenlig med kommunens allmänna demokratiska värdegrund och inte skada kommunens anseende,
3. kommunens motprestation ska ha ett beräknat värde och vara skälig i förhållande till den synlighet eller andra fördelar som kommunen erhåller,
4. kommunen inte lämnar individuellt inriktat företagsstöd annat än när lagens krav på synnerliga skäl är uppfyllda och särskilt redovisade.

Skara kommun som mottagare av sponsring

SKR konstaterar att sponsring av kommunal verksamhet bör vara (kommunalrättsligt) tillåten under förutsättning att man beaktar objektivitetsprincipen i regeringsformen och inte heller strider mot förbudet om understöd till enskild näringsidkare. Därtill ska likhetsprincipen beaktas och det måste finnas en rimlig proportion mellan det sponsrande företagets insats och kommunen motprestation. (Se kommunallagen med kommentarer och praxis s 77, SKR 2021) När kommunen går in i avtal som mottagare av sponsorstöd ska insatsen stödja en planerad inriktning och bidra till att stärka bilden av kommunen. Värdet av det som sponsorn tillhandahåller ska överstiga kommunens kostnader för sponsringssamarbetet.

Utgångspunkten är att kommunens verksamhet ska finansieras genom skatter och offentligrättsliga avgifter. Finansiering av verksamhet med sponsormedel får därför endast utgöra ett mindre komplement till skatte- och avgiftsfinansieringen. Vidare får sådan sponsring endast vara av tillfällig karaktär och inte utformas på ett sätt som gör berörd verksamhet beroende av sponsringen.

Sponsringen får inte innebära att sponsorn ges inflytande över kommunalt beslutsfattande eller att det politiska handlingsutrymmet begränsas i övrigt. Vid exponering av ett företags namn bakom sponsringen får det inte finnas uppgifter om företagets produkter

Om exponering av företags- eller organisationslogotype sker i material med kommunen som avsändare ska det tydligt anges att detta avser sponsring.

När kommunen tar emot sponsring gäller att:

1. sponsringen ska stödja eller förstärka kommunala verksamheter eller projekt och vara förenlig med kommunens övergripande mål,
2. sponsorn kan ges synlighet genom namn eller logotyp, men kommunen får inte vara bärare av kommersiell produkt- eller tjänstereklam,
3. värdet av exponering och andra motprestationer från kommunen ska bedömas och stå i rimlig proportion till värdet av sponsringen,
4. sponsringen inte får innebära att en enskild aktör får ett otillbörligt konkurrensförsprång i förhållande till andra, t.ex. genom exklusiva eller monopolliknande rättigheter, om inte detta särskilt kan motiveras.

Generella krav på föreningen/avtalspart för sponsring

Föreningen ska ha ett jämställt och jämlikt bemötande och resursfördelning. I de fall föreningar bedriver verksamhet som inte omfattar samtliga grupper skall kommunen sträva efter utjämning genom val av föreningar att sponsra. Föreningen ska arbeta aktivt för fair play och mot dopning, mobbing och droger samt ha en relevant alkoholpolicy. Vidare ska verksamheten kunna accepteras av kommunen ur miljömässigt, etiskt och arbetsrättsligt perspektiv. Skara kommun ska begära in underlag som styrker dessa krav från sponsorparten.