

# Antagande av policy samt riktlinje för sponsring och donationer samt antagande av regler för evenemangs- och marknadsföringsbidrag

Tankar och synpunkter  
Stefan Kärving  
Vänsterpartiet

Vänersborg 2020-01-30

## **Innehållsförteckning**

<b>A. Allmänt</b>	<b>3</b>
Inledning	3
“Helheten”	3
Vad saknas?	4
Kommunala bolag	4
Utvärdering	5
Hemsidan	5
<b>B. Riktlinje för sponsring och donationer</b>	<b>6</b>
<b>C. Policy för sponsring och donationer</b>	<b>8</b>
<b>D. Regler för evenemangs- och marknadsföringsbidrag inom kommunstyrelsens verksamhetsområde</b>	<b>9</b>
<b>E. Övrigt</b>	<b>9</b>
Ansökningar	9
Återstår att göra	10
Forum Vänersborg	10
Visit Trollhättan Vänersborg	10
Några obesvarade frågor	10

## **A. Allmänt**

### **Inledning**

Riktlinjer, regler och policier för sponsring, donationer, evenemangs- och marknadsföringsbidrag är svåra och komplicerade frågor. Men trots svårigheterna måste målsättningen ändå vara att kommunen får så bra och tydliga regler som möjligt.

All sponsring, alla donationer och alla evenemangs- och marknadsföringsbidrag ska självklart ske utifrån gällande lagstiftning och principerna om objektivitet och likabehandling. Men det är lika viktigt att kommunen skapar tydliga och transparenta riktlinjer och regler och att dessa blir kända av vänersborgarna. Regelverket ska naturligtvis vara till för kommunens och invånarnas bästa och gynna en positiv utveckling.

Min åsikt är att efter informationen i kommunstyrelsen borde ärendet diskuteras i partierna. Men det får inte stanna där, det bör inte bli en partipolitisk fråga. De framlagda idéerna och förslagen från partierna borde analyseras och bearbetas i ett gemensamt forum. Reglerna och riktlinjerna borde bli föremål för arbete i t ex en arbetsgrupp med både politiker och tjänstemän, kanske även med representanter för några föreningar. Det bör också ske gemensamma partiövergripande överläggningar innan beslut. Det är viktigt att enigheten blir så stor som möjligt.

Det är nämligen så, anser jag, att de liggande förslagen har stora brister. De utgör en bra början, en bra utgångspunkt för vidare diskussioner, men de är inte färdiga.

Det är viktigare att det blir bra än att det går fort.

### **“Helheten”**

Samtliga dokument med regler och riktlinjer bör gälla hela kommunen. Det bör finnas enhetliga riktlinjer som gäller för alla (med vederbörlig respekt för nämnders och kommunala bolags konstitutionella självständighet). Det är inte lämpligt att en enskild nämnd fattar beslut i sponsring och donationsfrågor. Det får inte finnas några risker att enskilda tjänstemäns- och enskilda politikers intressen vägs in i bedömningar och beslut.

Det behövs detaljerade dokument, annars är det lätt att skapa egna tolkningar.

Det råder en viss begreppsförvirring i dokumenten. Dokumenten har följande rubriker: “*Riktlinje* för sponsring och donationer”, “*Policy* för sponsring och donationer” och “*Regler* för evenemangs- och marknadsföringsbidrag inom kommunstyrelsens verksamhetsområde”.

Vad är skillnaderna?

Vad är rätt benämning? Varför inte hålla sig till samma?

Varför inte ha ett samlat dokument?

Region Gotland har följande definitioner (se "[Definition av begrepp](#)"):

*“Policy är ett kortfattat dokument på en övergripande nivå om specifika, strategiskt viktiga områden. Den är vägledande för beslut och styrning. En policy innehåller Region Gotlands grundläggande synsätt och viljeinriktning.”*

*“Program/plan/strategi anger långsiktiga avsikter i en fråga av större vikt. Den är vägledande för beslut och styrning. Program/plan/strategi innehåller övergripande mål, inriktning och aktiviteter för det avgränsade området. Reglementen anger verksamhet och arbetsformer för nämnder. Regionfullmäktige klargör befogenhetsfördelning mellan nämnder. Varje nämnd upprättar därefter arbets- och delegationsordning inom nämnden.”*

*“Regler/regelverk är bestämmelser för vad som gäller inom ett givet område. Regler anger absoluta normer för vårt agerande. Reglernas roll är att sätta gränser och förbjuda vissa beteenden.”*

Dessa frågor - definitioner och vem som beslutar vad - behöver diskuteras vidare.

En undran om definitionen av sponsring: Är det inte att betrakta som sponsring om till exempel kommunens personal städar toaletter i två veckor i arenan under ett evenemang?

### Vad saknas?

Dokumentet missar helt kommunens två uttalade egna evenemang, Aqua Blå och Oktobermarknaden - som drivs och sponsras av den egna kommunala organisationen med heltidsanställda tjänstemän. Gäller inte policies, regler och riktlinjer dessa evenemang? Det tycks ju vara fallet att dokumenten gäller idrottsliga och andra evenemang i Vargön, Frändefors och Brålanda, som t ex Tomteparaden?

Varför saknas kommunens helägda aktiebolag, omfattas inte de av riktlinjerna? (Borde det åtminstone vara någon hänvisning i dokumenten?)

Är det ok att Vänersborgsbostäder, Vattenpalatset och/eller Hunnebergs kungajaktmuseum sponsrar typ Aqua Blå och Bandy-VM?

### Kommunala bolag

Det finns en rapport skriven av Gissur Ó Erlingsson och Joakim Hessling, “Hur regleras kommunala bolags möjligheter att sponsra?” ([CENTRUM FÖR](#)

[KOMMUNSTRATEGISKA STUDIER Rapport 2018:1](#)), i ämnet. Författarna skriver i sammanfattningen:

*“Sammantaget visar våra resultat, och de frågor de ger upphov till, att det finns ett behov av att föra en aktiv diskussion om bolagens sponsringsverksamhet, samt uppmärksamma och sprida goda exempel på hur kommuner hanterat och reglerat frågan lokalt. Att vi funnit kunskapsluckor i flera avseenden, samt viss avvägningssproblematik, pekar på behovet av fördjupad forskning på området.”*

Författarna menar att de kommunala bolagen ska förhålla sig till dessa saker inför sponsringsbeslut: Lokaliseringsprincipen, Allmänintresset, Likställighetsprincipen och förbud om stöd till enskilda näringsidkare, Objektivitetsprincipen och jävsregler, proportionalitetsprincipen, god marknadsföringssed och LOU samt EU:s statsstödsregler.

### Utvärdering

Det kan vara svårt att utvärdera vid t ex sponsring. Men det måste likväl utvärderas och mätas på något sätt.

Det finns metoder: Se “SPONSRINGENS ROI” - se PackTrain

(<https://www.packtrain.se/nyheter/sponsringens-roi>)

(ROI=Return On Investment)

### Hemsidan

- Ur motionen:  
*“kriterier, ansökningstider, ansökningshandlingar för bidragen finnas samlade på hemsidan.*
- *samtliga ansökningar och beslut kommuniceras offentligt och finnas tillgängliga på hemsidan med en kort motivering till beslut. Det bör tydligt framgå hur mycket medel som föreningen ansökte om och hur mycket som beviljades.*
- *uppföljning/utvärdering av insatsen kommuniceras på samma sida.”*
  
- *“utarbeta en tydlig policy för hur kommunen ska hantera föreningar som vill marknadsföra event eller verksamhet på kommunens hemsida och via sociala medier. “*

Det sägs ingenting om hemsidan i förslagen... Hemsidan, sociala medier är viktiga i kommunikationen med föreningarna och invånarna. Det är en stor och viktig del i motionen och borde vara så i “regelverket”. Det ska vara lätt att på hemsidan följa vilka som får bidrag och med vilken motivering, hur man söker samt få ta del av utvärdering, vilka bidrag det finns att söka för alla typer av event osv.

Kommunen har (nyligen) uppdaterat och förtydligat sidan över bidrag, stöd och stipendier. (Se "[Stöd, bidrag och stipendier](#)".) Var hamnar dessa nya dokument på denna sida, och vem ansvarar för vad?

## **B. Riktlinje för sponsring och donationer**

Det finns ganska utvecklade tankar kring företagssponsring. Råden är bland annat: (Källa: "[Sponsring i Sverige 2016](#)", Pack Train)

1. Sätt tydliga mål
2. Fastställ mätbara nyckeltal kopplat till sponsringen
3. Sponsring är varumärkesbyggande. (Målsätt vad sponsringen ska uppnå med hänsyn till varumärket.)

Detta gäller företag, tycker punkt 1 och 2 är viktiga - ang punkt 3 se nedan.

==

### 1.1 + 4

*"Sponsring är en frivillig affärsmässig överenskommelse till ömsesidig nytta mellan två eller flera parter, där ena parten (sponsorn) förbinder sig att lämna ersättning i form av kontanta medel, varor och/eller tjänster och där den andra parten (sponsormottagaren) som motprestation tillhandahåller exponering av namn, varumärke eller tjänster, till nytta för sponsorn i dennes verksamhet."*

*"Enligt kommunfullmäktiges policy ska sponsring uteslutande ske på affärsmässiga och objektiva grunder. Dess syfte ska vara att exponera och sprida kunskap om Vänersborgs kommun och dess verksamheter."*

Det här tycker jag INTE! Sponsring handlar inte bara om affärsmässiga grunder... Kommunen ska använda sponsringen för att styra. Sponsring kan och bör vara ett strategiskt verktyg, inte bara något som passivt styrs genom mottagares initiativ. Sponsringen ska stärka Vänersborgs värdegrund! Den bör även vara kopplad till visionen, strategiska mål och värden. Kommunen ska sponsra sådant som i hög grad bidrar till att något stöds som kommunen "vill nå", stödja och uppmuntra. Frågan om varför kommunen ska sponsra är inte korrekt besvarad i de nuvarande förslagen!

### 1:3

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

Kommunen ska styra!

### 2.2

*"Beslut att sponsra eller ta emot sponsring fattas av berörd nämnd."*

Innebär detta att varje nämnd ska budgetera sponsorpengar eller hur varje nämnd får dessa pengar? Ska pengarna tas från ordinarie verksamhet?

Om ett nytt bandy-VM ska arrangeras är det alltså Kultur och Fritid som ska besluta om sponsring? Det känns helt fel!

Och vem avgör vilken nämnd som berörs...? (Det finns kommuner som har inrättat Sponsringsråd.)

Reglerna bör vara gemensamma och gälla hela kommunen.

4.

*“Sponsringen ska ge Vänersborgs kommun ett mervärde i form av stärkt varumärke.”*

I motionen står det:

*“en kommun bör engagera sig ekonomiskt i kultur- och föreningsaktiviteter både utifrån invånarens egenvärde/välmående och utifrån tillväxt i kommunen”*

“stärkt varumärke”?

Hur mäter man att varumärket är “stärkt”? Hur mäter man utfallet? Hur mäter man värdet för kommunen? (Stärks Vänersborgs varumärke om en idrottsklubb förlorar matcher eller åker ur en serie?)

Det här blir inte objektivt!

Vad vill man främja/åstadkomma? Måste finns kriterier för detta, precis som när man söker från stipendiefonder. Annars blir det som förut - jag tycker att dessa borde få...?

Ur motionen:

*“tydliga bedömningskriterier”*

Fler hotellnätter? Restaurangbesök? Hörs och syns i media? Sociala medier? Hur föreningen arbetar aktivt med marknadsföring? Aktiviteter som föreningarna har (ex loppisar)?

Ur motionen:

*“utifrån invånarens egenvärde/välmående”*

Måste man inte komplettera dokumenten? Kommunen ska styra allmännyttan, nyttan för kommuninvånarna!!

Det måste finnas ett syfte, vad vill vi?

Det måste vara mätbart!

Fler ska motionera? Andra verksamheter som inte sysslar med idrott då, ex schack?

Ungdomsverksamhet? Hälsoperspektiv? Jämställdhet? Integration?

Socioekonomiskt - jämställdhet? Underrepresenterade gruppers engagemang i en verksamhet? Miljöförbättrande åtgärder? Inställningen till alkohol och droger?

- I "sammanfattning av ärendet" till kommunstyrelsen står det:  
*"Föreslagen policy samt riktlinje ska tillämpas av samtliga nämnder, inklusive kommunstyrelsen, i Vänersborgs kommun."*  
Formuleringen kan te sig förvirrande, vad gäller?
- Utvärdering  
Saknas!!  
Måste utvärderas från tydliga parametrar!! Både det affärsmässiga och utifrån kommuninvånarnas "egenvärde/välmående".
- Det borde också ha funnits med ett avsnitt om vad som inte ska sponsras.  
Kommunen ska t ex inte ge pengar till föreningar som själva vill marknadsföra sig för egen vinning. Det kanske inte heller är lämpligt att sponsra tävlingar i t ex "ostronöppning" eller föreningar som spelar för att undvika nedflyttningsplats...
- 2.3  
*"Ett sponsorförhållande ska präglas av öppenhet och får inte arrangeras så att allmänhetens möjligheter till granskning försvåras."*  
Saknar detta.  
Regler för sociala medier och hemsida? Hur vara transparent?
- Vem beslutar?  
Förslag till beslut  
1. Kommunstyrelsen föreslår kommunfullmäktige besluta  
\* att anta Policy för sponsring och donationer, bilaga 1,

I policyn står det:

*"Kommunstyrelsen beslutar om kommunens riktlinje för sponsring och donationer."*

Jag anser att det ska vara kommunfullmäktige!!! (Kanske ska ett Sponsringsråd först bereda bla för att engagera invånarna. Sådana råd finns i andra kommuner.)

### **C. Policy för sponsring och donationer**

I "sammanfattning av ärendet" står det:

*"Föreslagen policy samt riktlinje ska tillämpas av samtliga nämnder, inklusive kommunstyrelsen, i Vänersborgs kommun."*

Hela kommunen!

## **D. Regler för evenemangs- och marknadsföringsbidrag inom kommunstyrelsens verksamhetsområde**

*“kommunstyrelsens verksamhetsområde”?*

Bara kommunstyrelsen? Inte kultur- och fritidsnämnden eller andra nämnder? Inte hela kommunen?

Inte OK! Bör vara samma för alla “regelverk”.

1.1

*“Ett allmänintresse anses normalt föreligga om angelägenheten framstår som gemensam för kommunens medlemmar eller i vart fall en bredare krets av dessa.”*

Kanske en definition som kan användas om sponsringen också? Liksom denna skrivning:

*2.2 “För att vara bidragsberättigad krävs utöver ovanstående även att verksamheten präglas av ett tobaks-, alkohol- och drogfritt förhållningssätt.”*

Och så en gång till:

4.1

*“Endast evenemang eller aktivitet som riktar sig till allmänheten är berättigade till marknadsföringsbidrag.”*

Jag noterar att det finns avsnitt (4.3) som beskriver i vilka fall det inte lämnas evenemangs- och marknadsföringsbidrag...

Det måste finnas tydliga och mätbara kriterier även kring evenemangs- och marknadsföringsbidrag! (Se sponsringen.)

Detta gäller även utvärdering etc.

2.1

*“Detta dokument innehåller kriterier och övriga bestämmelser för bidrag inom kommunstyrelsens verksamhetsområde.”*

En gång till, reglerna borde gälla hela kommunen, även kultur- och fritidsnämnden...

## **E. Övrigt**

### **Ansökningar**

Ur motionen:

*“[bör] det finnas två eller tre fasta ansökningsdatum för evenemangs- och marknadsföringsbidrag per år i syfte att kunna prioritera de ansökningar som bedöms leda till bäst effekt utifrån bestämda kriterier.”*

Bidrag ska sökas i perioder - utifrån likabehandlingsprincipen.

Det bör vara tydligt, t ex i slutet av policyn eller på hemsidan, hur en aktivitet ska gå tillväga för att ansöka om sponsring. Till exempel om det finns en kontaktperson, en viss e-postadress eller ett formulär att fylla i.

### Återstår att göra

*“Återstår gör styrande dokument för marknadsföring av externa evenemang och verksamhet.”*

Kanske borde alla dokument samtidigt så att det blir en helhet.

### Forum Vänersborg

Saknas i dokumenten.

Forum Vänersborg får enligt uppgift mycket pengar av kommunen. Hur mycket är inte känt eftersom Forum inte ingår i kommunens årliga redovisning, ej heller som separat post i exempelvis kommunstyrelsens redovisning/budgetering. Och Forum från sin sida ger föreningar bidrag för marknadsföring till föreningar och evenemang. Förutom att Forum håller i trådarna vad gäller evenemangsfonden så arbetar även Kultur och Fritid med denna fond. Forum hjälper till att trycka foldrar och ikläda sig rollen som projektledare som hjälper föreningar i centralorten såsom att ex.vis hålla ihop marknadsförsäljare vid evenemang typ klappdagar. Detta är ju ett stort stöd till föreningar i Vänersborg.

Är detta resurssponsring från kommunens sida ?

### Visit Trollhättan Vänersborg

Saknas i dokumenten.

Visit hjälper föreningar med marknadsföring av evenemang och Visit trycker material där enskilda föreningar exponeras som marknadsföring.

### Några obesvarade frågor

Nedanstående obesvarade frågor innebär inte att jag anser att kommunen gör fel som bidrar med stöd till t ex Aqua Blå, fritidsgårdar, Forum Vänersborg eller Visit. Men det visar hur viktig och komplex frågorna är och hur viktigt det är med tydliga och transparenta regler på alla områden som har med kommunala bidrag i alla dessa former att göra.

- Är kraftigt rabatterade hyror av Arena Vänersborg för att locka hyresgäster som bomässor, utställningar, julmarknader ett kommunalt bidrag, sponsring eller gynnande av enskild?
- Är 125.000 kr per år av skattepengar till IFK Vänersborg ett bidrag eller marknadsföring?  
I en debattartikel i ekuriren (se "[Kommuner bör inte sponsra elitlag](#)") skriver Gissur Erlingsson, docent i statsvetenskap vid Linköpings universitet:  
*"Det verkar inte finnas några skäl att tro att ekonomiskt stöd till elitklubbar är tillväxtfrämjande."*
- Är föreningar med syfte till friskvård och aktivitet för våra äldre att klassas som kommunal verksamhet eller är det "bara" en ideell förening vilken som helst?
- Är det ok att sponsra en framstående prestation inom t ex musik" eller idrott"?
- Är fristående fritids- och ungdomsgårdar att likställas med en vanlig ideell förening eller är det kanske kommunal kärnverksamhet att fritidsgårdar finns i kommunens ytterområden?