



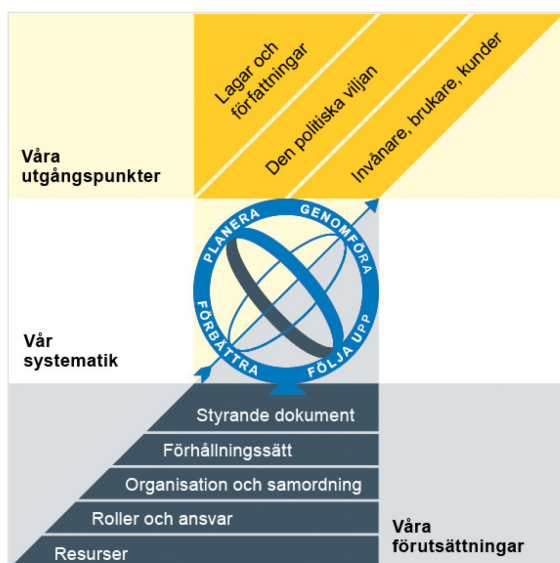
Göteborgs  
Stad

# Göteborgs Stads riktlinje för sponsring inom Göteborgs Stad

Reglerande styrande dokument

Policy  
► Riktlinje  
Regel  
Anvisning  
Rutin  
Instruktion

## Göteborgs Stads styrsystem



Utgångspunkterna för styrningen av Göteborgs Stad är lagar och författningar, den politiska viljan och stadens invånare, brukare och kunder. För att förverkliga utgångspunkterna behövs förutsättningar av olika slag. Stadens politiker har möjlighet att genom styrande dokument beskriva hur de vill realisera den politiska viljan. Inom Göteborgs Stad gäller de styrande dokument som antas av kommunfullmäktige och kommunstyrelsen. Därutöver fastställer nämnder och bolagsstyrelser egna styrande dokument för sin egen verksamhet. Kommunfullmäktiges budget är det övergripande och överordnade styrande dokumentet för Göteborgs Stads nämnder och bolagsstyrelser.

## Om Göteborgs Stads styrande dokument

Göteborgs Stads styrande dokument är våra förutsättningar för att vi ska göra rätt saker på rätt sätt. De anger vad nämnder/styrelser och förvaltningar/bolag ska göra, vem som ska göra det och hur det ska göras. Styrande dokument är samlingsbegreppet för dessa dokument.

Stadens grundläggande principer såsom demokratisk grundsyn, principer om mänskliga rättigheter och icke-diskriminering omsätts i praktisk verksamhet genom att de integreras i stadens ordinarie beslutsprocesser. Beredning av och beslut om styrande dokument har en stor betydelse för förverkligandet av dessa principer i stadens verksamheter.

De styrande dokumenten ska göra det tydligt både för organisationen och för invånare, brukare, kunder, leverantörer, samarbetspartners och andra intressenter vad som förväntas av förvaltningar och bolag. De styrande dokumenten ligger till grund för att utkräva ansvar när vi inte arbetar i enlighet med vad som är beslutat.

Styrande dokument			
Kommunala föreskrifter		Planerande och reglerande styrande dokument	
Normgivning mot enskild	Riktade styrande dokument	Planerande styrande dokument	Reglerande styrande dokument

**Beslutad av:**  
Kommunfullmäktige

**Gäller för:**  
Nämnder och styrelser

**Diarienummer:**  
1801/11  
(SLK-2023-00044)

**Datum och paragraf för beslutet:**  
2013-03-21 §22

**Dokumentsort:**  
Riktlinje

**Giltighetstid:**  
Tillsvidare

**Senast reviderad:**  
2023-12-22

**Dokumentansvarig:**  
Förste stadsjurist,  
Stadsledningskontoret

---

## Innehåll

<b>Inledning</b> .....	<b>4</b>
Syftet med denna riktlinje .....	4
Vem omfattas av riktlinjen .....	4
Bakgrund .....	4
Lagbestämmelser .....	4
Koppling till andra styrande dokument .....	5
Vägledning och avsteg .....	5
<b>Riktlinje</b> .....	<b>6</b>
Sponsring inom Göteborgs Stad .....	6
Definition av sponsring .....	6
Beslut om sponsring och övergripande bestämmelser .....	6
Sponsoravtalet .....	7
Samarbetsparten .....	7
Göteborgs Stad som sponsor .....	7
Göteborgs Stad som sponsormottagare .....	8

# Inledning

## Syftet med denna riktlinje

Förvaltningar, bolag och andra associationer inom Göteborgs Stad kan agera både som sponsringsmottagare och som sponsorgivare. Gränsen mellan sponsring, gåva och upphandlingspliktigt köp är inte helt enkel att avgöra. Likaså kan frågor uppstå kring vilka former av sponsring som är lämplig att delta i. För att göra detta enklare följer här riktlinjer för sponsring inom Göteborgs Stad.

## Vem omfattas av riktlinjen

Denna riktlinje gäller tillsvidare för alla Göteborgs Stads förvaltningar, bolag, ekonomiska föreningar och stiftelser där Göteborgs Stad är stiftare eller förvaltare samt anställda och förtroendevalda i dessa verksamheter. För Göteborgs Stads delägda bolag ska riktlinjen beaktas i största möjliga mån.

## Bakgrund

Kommunfullmäktige antog policy och riktlinje för sponsring inom Göteborgs Stad, 2013-03-21 § 22. I samband med aktualitetsprövningen 2019 (dnr 0110/19) ändrades dokumentet till en riktlinje, i enlighet med Göteborgs Stads riktlinje för styrande dokument.

I samband med aktualitetsprövningen 2020 har stadsledningskontoret genomfört vissa språkliga och redaktionella ändringar. Vid aktualitetsprövning 2022 gjordes ett tydliggörande i riktlinjen att de stiftelser som inte kan ses som en del av staden inte bör omfattas av riktlinjen.

## Lagbestämmelser

### **Kommunallagen (2017:725) (KL)**

KL behöver beaktas särskilt där Göteborgs Stad är sponsorgivare. Bestämmelserna i 2 kap. 8 § KL förbjuder kommunen att gynna enskilda näringsidkare på ett otillbörligt sätt. Sponsring får därför inte ha som huvudsakligt syfte att ekonomiskt stödja visst företag eller organisation.

### **Lagen (2016:1145) om offentlig upphandling (LOU) och lagen (2016:1146) om upphandling inom försörjningssektorerna (LUF)**

LOU och LUF gäller för upphandling som genomförs av en upphandlande myndighet (offentlig upphandling). För det fall ett sponsringsavtal innehåller sådana avtalsvillkor att en motprestation kan ses som reklam och kan anses ha ett ekonomiskt värde, kan reglerna om offentlig upphandling aktualiseras.

## Koppling till andra styrande dokument

Göteborgs Stads riktlinje för sponsring inom Göteborgs Stad är ett av flera styrande dokument som styr hanteringen av olika former av bidrag till och från staden.

### Göteborgs Stads riktlinje för representation, gåvor, mutor, jäv och bisyssla

Anställda och förtroendevalda i Göteborgs Stad verkar på kommunmedlemmarnas uppdrag och ska iaktta saklighet och opartiskhet i sin tjänsteutövning. Vid mottagande av gåvor eller förmåner i samband med tjänsten ska Göteborgs Stads riktlinje för representation, gåvor, mutor, jäv och bisyssla följas.

Om det saknas krav på motprestation där Göteborgs Stad är bidragsgivare är det inte fråga om sponsring. Göteborgs Stads riktlinje för representation, gåvor, mutor, jäv och bisyssla kan då bli aktuell.

### Riktlinjer för Göteborgs Stads mottagande av donationer

Göteborgs Stad kan vara mottagare av donationer som inte ska anses utgöra sponsring, utan istället ses som gåva. I sådant fall ska Riktlinjer för Göteborgs Stads mottagande av donationer tillämpas.

## Vägledning och avsteg

Eventuella undantag från dessa riktlinjer beslutas av respektive nämnd eller styrelse och ska dokumenteras särskilt.

# Riktlinje

## Sponsring inom Göteborgs Stad

### Definition av sponsring

Sponsring är ett frivilligt affärsmässigt avtal 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 företagsnamn, varumärke eller tjänster, till nytta för sponsorn i dennes verksamhet. Har inga krav på motprestation avtalats är det inte fråga om sponsring utan om en ensidig rättshandling (bidrag, gåva eller donation). Sådana transaktioner omfattas inte av denna riktlinje.

Sponsring får inte ha som huvudsakligt syfte att ekonomiskt stödja ett visst företag eller organisation. Vidare finns 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 istället utgör reklam och kan anses ha ett ekonomiskt värde kan reglerna om offentlig upphandling aktualiseras.

Göteborgs stad kan i ett sponsringsavtal agera såväl som sponsor som sponsormottagare.

### Beslut om sponsring och övergripande bestämmelser

Ett beslut om att sponsra viss verksamhet eller godkänna mottagande av sponsring av kommunal verksamhet ska fattas av berörd nämnd eller styrelse eller på delegation till förvaltningsdirektör/VD. I samband med sådan delegation uppmanas respektive nämnd/styrelse att fastställa inom vilka ramar förvaltningsdirektör/VD har rätt att ingå sponsringssamarbete.

Vid alla former av sponsringsåtaganden ska hänsyn tas till objektivitetsprincipen och likabehandlingsprincipen. Sponsringssamarbetet ska präglas av öppenhet och kunna granskas av allmänheten utan risk för bristande tilltro. Det ska råda en rimlig proportion mellan sponsringsbeloppet och motprestationen, vilket innebär att sponsorns och sponsormottagarens prestationer ska vara ekonomiskt jämförliga.

Vidare får sponsring inte medföra en risk för misstanke om muta eller otillbörliga personliga syften. Särskild försiktighet bör därför iakttas när andra prestationer än ren exponering av sponsorns varumärke ingår som motprestation i sponsoravtalet.

Verksamheter inom Göteborgs Stad som huvudsakligen ägnar sig åt myndighetsutövning bör inte ingå avtal om sponsring. Detsamma gäller kommuninterna verksamheter som endast levererar varor och tjänster inom Göteborgs Stad.

Sponsringsavtal bör inte träffas för en längre tid än två år och en utvärdering av samarbetet ska ske årligen. Syftet med sponsringssamarbetet och dess förväntade effekter för Göteborgs stad ska särskilt utvärderas. En eventuell förlängning ska godkännas av berörd nämnd/styrelse.

## Sponsoravtalet

Ett sponsoravtal ska alltid upprättas mellan parterna för att fastställa syfte, omfattning och parternas åtaganden gentemot varandra. Avtalet bör åtminstone innehålla följande uppgifter:

- Namn, adresser och organisationsnummer
- Kontaktpersoner
- Syftet med sponsringen
- Aktiviteten
- Sponsorns åtagande
- Mottagarens åtagande
- Avtalstid
- Redovisningskrav
- Formen för uppsägning av avtalet och om förutsättningarna förändras
- Formen för lösning av eventuell tvist om avtalets tillämpning
- 

## Samarbetsparten

Innan ett sponsringsavtal ingås ska berörd nämnd/styrelse säkerställa att motparten är en lämplig samarbetspartner som i allt väsentligt delar Göteborgs Stads övergripande politiska mål och demokratiska grundprinciper. Sponsoravtal ska inte ingås med företag eller organisationer där samarbetet av etiska eller andra skäl kan ifrågasättas. Som ett led i detta ska följande säkerställas:

- a) Att företaget eller organisationen drivs seriöst och inte har skulder till det offentliga,
- b) Att företaget eller organisationen följer god marknadsföringssed,
- c) Att sponsringsåtagandet inte omfattar reklam, förmånserbjudanden eller annan aktiv marknadsföring.

## Göteborgs Stad som sponsor

Göteborgs Stad kan besluta om sponsring av publika och publikdragande evenemang inom idrotts- och kulturlivet. Sponsringen ska ske på affärsmässiga och objektiva grunder och ha till syfte att exponera och sprida kunskap om Göteborgs Stads verksamheter och ge ett mervärde för Göteborgs Stad i form av stärkt varumärke. Sponsring får dock inte ske med personella resurser. Om ett evenemang eller arrangemang ställs in ska det säkerställas att eventuell sponsring återbetalas.

Sponsring genom tillhandahållande av lokaler och markområden får endast ske om allmänheten äger tillträde till lokalerna under evenemanget.

För det fall att stadens bolag är sponsorgivare bör vid beslut om sponsring också tas hänsyn till aktuell skattelagstiftning. Bakgrunden till och underlaget inför beslut om sponsring har stor påverkan på eventuella möjligheter för bolaget att göra skattemässiga avdrag på kostnaderna för sponsringen.

## **Göteborgs Stad som sponsormottagare**

Den offentliga verksamheten ska huvudsakligen finansieras med skatter och offentligrättsliga avgifter. Finansiering av verksamheter med hjälp av sponsormedel får därför endast utgöra ett mindre komplement till nämnda finansiering. Sponsringen ska vara av tillfällig natur och får inte tillämpas så att kärnverksamheten blir beroende av den. Sponsringen ska medföra kvalitetshöjning av den ordinarie verksamheten eller möjliggöra projekt som annars inte kunnat genomföras och som är till gagn för Göteborgs Stads invånare.

Sponsringen får inte komma att inkräkta på det politiska handlingsutrymmet eller vara utformat på ett sätt som påverkar verksamhetens mål. Krav på inflytande eller medbestämmande från externa intressenter över verksamhetens innehåll eller beslutsprocess får inte förekomma. Därutöver ska sponsring avse verksamhet inom Göteborgs Stads kompetensområde och bidra till att staden uppfyller sina fastställda mål.

Mottagande av sponsormedel ska redovisas i enlighet med gällande redovisningsregler. Kontanta medel redovisas som intäkter. Redovisning av varor och tjänster mottagna av sponsor måste bedömas mot bakgrund av omständigheterna i det enskilda fallet.

Namnet på sponsorn får inte dominera på ett sådant sätt att sponsorn kan uppfattas ta över Göteborgs Stads ansvar för verksamheten.