

## Revisionsrapport

# Granskning av sponsring

Botkyrka kommun

2010-09-06

Jan Nilsson

Certifierad kommunal revisor

## Innehållsförteckning

1	Sammanfattande bedömning och rekommendationer .....	1
2	Inledning .....	2
2.1	Bakgrund .....	2
2.2	Revisionsfråga och metod .....	2
2.3	Avgränsning och redovisning.....	2
3	Definition av begrepp och regelverk kring sponsring.....	3
3.1	Begreppsdefinitioner .....	3
3.2	Externt regelverk .....	4
3.3	Internt regelverk .....	5
3.4	Kommentarer .....	6
4	Omfattning och former av sponsring .....	8
4.1	Kommunen .....	8
4.2	Bolagen.....	10
4.3	Kommentarer .....	11
	Bilaga 1: Riktlinjer för reklam och sponsring på nämndnivå.....	13
	Bilaga 2: Exempel på innehåll i policy och skriftliga avtal kring sponsring.....	14
	Bilaga 3: Registrerad sponsring i ärendehanteringssystemet .....	15

## 1 Sammanfattande bedömning och rekommendationer

Kommunens förtroendevalda revisorerna har gett Komrev, inom PricewaterhouseCoopers, i uppdrag att granska sponsring. Granskningen är intagen i 2010 års revisionsplan och prioriterad utifrån genomförd väsentlighets- och riskanalys.

Syftet med granskningen är att besvara följande revisionsfråga: Finns kommunövergripande och ändamålsenliga regler för sponsring samt är följsamheten till dessa tillfredsställande, dvs är styrning och uppföljning inom området tillräcklig?

Efter genomförd granskning är vår sammanfattande bedömning att styrning och uppföljning av sponsring i kommunen inte är tillräcklig. Konstaterandet görs utifrån att kommunövergripande regler kring sponsring saknas samt att nuvarande handlägningsordning och kontoplan inte möjliggör en uppföljning av vare sig förekomsten eller den ekonomiska omfattningen av sponsring. Utifrån granskningsresultatet lämnas följande rekommendationer:

- Utarbeta och politiskt fastställ en kommunövergripande policy<sup>1</sup> samt tillämpningsföreskrifter kring sponsring och mottagande av sponsormedel.
- Tillse att policydelen av regelverket även blir styrande för de helägda bolagen i kommunkoncernen. Detta innebär att bolagen ska utarbeta sina egna regelverk, som fastställs av styrelsen, men inom ramen för den kommunövergripande policyn.
- Ställ tydliga krav i samband med sponsringsavtal kring uppföljning och utvärdering i syfte att på ett systematiskt sätt kunna bedöma effekter och nyttan med genomförda sponsringsaktiviteter.
- Omarbeta och utveckla kontoplanen med både ett intäkts- och kostnadsslag (kontoklass 3 och 4) avseende sponsring.
- Tillse att sponsringsavtal blir diarieförda på ett enhetligt sätt i ärendehanteringssystemet, som ett led i att underlätta återsökning och uppföljning.
- Komplettera Kommunstyrelsens delegationsordning kring avtalstecknande inom vissa beloppsgränser.

I bilaga 2 redovisas exempel på vad policy och skriftliga avtal kring sponsring kan innehålla.

---

<sup>1</sup> Ett beslut om en policy är ett principiellt beslut. Enligt kommunallagen ska fullmäktige besluta i ärenden av principiell beskaffenhet eller annars av större vikt.

## 2 Inledning

### 2.1 Bakgrund

Sponsring innebär ett avtal till ömsesidig nytta mellan två eller flera parter, där den ena parten förbinder sig att lämna ersättning i form av kontanta medel, varor och/eller tjänster och den andra parten som motprestation tillhandahåller t ex exponering av företagsnamn, varumärke eller varor och tjänster till nytta för sponsorn i dennes verksamhet. Området tangerar marknadsföring.

Nämnderna ska var och en inom sitt område se till att verksamheten bedrivs i enlighet med de mål och riktlinjer som fullmäktige bestämt samt de föreskrifter som gäller för verksamheten enligt kommunallagen. Sponsring får därför inte förknippas med villkor som påverkar verksamhetens mål, inriktning, omfattning och kvalitet. Sponsring får därmed inte heller medföra risk för misstanke om muta eller otillbörliga personliga syften.

Mot ovanstående bakgrund och på uppdrag av kommunens förtroendevalda revisorer har Komrev, inom PricewaterhouseCoopers, granskat kommunens föreningsstöd. Granskningen är intagen i 2010 års revisionsplan och prioriterad utifrån en väsentlighets- och riskanalys.

### 2.2 Revisionsfråga och metod

Syftet med granskningen är att besvara följande revisionsfråga: Finns kommunövergripande och ändamålsenliga regler för sponsring samt är följsamheten till dessa tillfredsställande, dvs är styrning och uppföljning inom området tillräcklig?

Använd granskningsmetod innebär en genomgång av skriftlig dokumentation i form av policydokument, kontoplan, nämnd- och styrelseprotokoll m m. Materialet har kompletterats via intervjuer.

### 2.3 Avgränsning och redovisning

Granskningen omfattar den kommunala verksamheten, både i egenskap av sponsor och mottagare av sponsormedel.

En avgränsning har skett till sponsring inom Kommunstyrelsen, Kultur- och fritidsnämnden, Barn- och ungdomsnämnden samt Utbildnings- och arbetsmarknadsnämnden. När det gäller de kommunala bolagen har en avgränsning skett till de helägda bolagen AB Botkyrkabyggen, Hågelbyparken AB och Upplev Botkyrka AB.

Under respektive huvudavsnitt i rapporten redovisas granskningsresultatet under ett särskilt kommentaravsnitt. I rapportens första avsnitt återfinns en sammanfattande bedömning och rekommendationer.

### 3 Definition av begrepp och regelverk kring sponsring

#### 3.1 Begreppsdefinitioner

Innebörden av begreppet sponsring har utvecklats över tiden. Tidigare beskrevs sponsring närmast som företeelsen att företag lämnar bidrag i form av ekonomiskt stöd och gåvor till idrottslig, kulturell eller motsvarande verksamhet.

Numera har begreppet sponsring vidgats och avser 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 till nytta för sponsorn i dennes verksamhet. En trend i näringslivet är att man i allt mindre grad beskriver sig som sponsor utan hellre talar om att man är en samarbetspartner. Samarbetet kan syfta till att båda parter kan öka sin kompetens eller minska sina kostnader genom att byta tjänster med varandra. Sponsring kan t ex innebära att sponsorn tillhandahåller förbrukningsmaterial, lånar ut eller subventionerar maskiner och annan utrustning eller tillför kompetens genom att ställa en expert till förfogande. Men givetvis kan sponsring också innebära stöd med kontanta medel. Sponsring kan även ske i form av barter, det vill säga byteshandel där en nytta byts mot en annan.

Det är skillnad mellan sponsring och kommersiell marknadsföring. För att anses vara sponsring får meddelandet endast innehålla uppgift om vem som står bakom sponsringen, t ex genom att företagsnamnet nämns, eller uppgift om att företaget får andra förmåner. Om det dessutom finns någon information om näringsidkarens produkter och verksamhet kan meddelandet vara kommersiell marknadsföring. Då gäller marknadsföringslagens regler.

Eftersom det saknas en entydig och vedertagen definition av begreppet sponsring är det viktigt att definiera vad som avses med sponsring i denna granskning. Med sponsring menas här den typ av överenskommelse då en kommunal verksamhet tillskjuter kontanta medel, varor eller tjänster till en verksamhet i utbyte mot exponering och/eller andra förmåner<sup>2</sup>. Med mottagande av sponsormedel menas här den typ av överenskommelser då ett företag eller privat organisation tillskjuter kontanta medel, varor eller tjänster till en kommunal verksamhet i utbyte mot exponering och eller andra förmåner. Med kommunal verksamhet menas i detta sammanhang Kommunstyrelse, facknämnd eller helägt kommunalt bolag.

Utifrån ovanstående definition är sponsring ett affärsmässigt samarbete, eftersom parterna gör en överenskommelse som innefattar ömsesidiga ekonomiska eller andra åtaganden. Således handlar sponsring inte om bidrag, donationer eller välgörenhet.

---

<sup>2</sup> Vår definition ansluter sig nära till de definitioner som Sponsrings- och eventföreningen samt föreningen Kultur- och näringsliv har utarbetat inom området.

### 3.2 Externt regelverk

Det finns inte någon särskild lag eller förordning som definierar vad som menas med sponsring eller som reglerar hur sponsring ska hanteras, vare sig inom den privata eller den offentliga sektorn. Det finns heller ingenting i lagstiftningen som uttryckligen förbjuder sponsring inom offentlig verksamhet.

Nedan redovisas exempel på lagstiftningar som kan anses utgöra begränsningar inom sponsringsområdet.

#### ***Regeringsformen***

Kommunerna är bundna av objektivitetsprincipen som är grundlagsfäst i regeringsformen. Kommunerna ska behandla alla lika inför lagen samt iaktta saklighet och opartiskhet i sin verksamhet. Av detta följer att kommunen inte genom sponsring får utsätta sig för sådan påverkan att objektiviteten kan ifrågasättas. De villkor som sponsringen är förknippad med får alltså inte innebära att kommunen kommer i konflikt med objektivitetsprincipen.

#### ***Kommunallagen***

Av kommunallagen framgår att varje nämnd har ett ansvar för sitt verksamhetsområde. Sponsringen får inte påverka eller inskränka det politiska handlingsutrymmet. Sponsringen får alltså inte förknippas med villkor som påverkar verksamhetens mål, inriktning, omfattning och kvalitet. Avgörande för om kommunen kan ta emot sponsring är vilka villkor sponsringen är förknippad med. Villkoren får inte medföra ett beroendeförhållande till sponsorn. Villkoren får inte heller leda till inslag i verksamheten som inte är kompetensrelaterade. Samarbetet mellan kommunen och näringslivet får inte heller innebära ett otillåtet stöd till ett enskilt företag.

#### ***Lagen om offentlig upphandling (LOU)<sup>3</sup>***

Avtal om sponsring med varor eller tjänster ska i vissa fall upphandlas enligt LOU. Upphandlingsskyldigheten inträder då sponsorn bidrar med varor eller tjänster till en upphandlande enhet och i gengäld av enheten erhåller varor eller tjänster, såsom barteravtal eller kontanta medel. Är avtalet om leverans av varor eller tjänster utan förpliktelser för den upphandlande enheten, utgör varorna eller tjänsterna en gåva, vilken inte omfattas av reglerna i LOU. Att en upphandlande enhet endast åtar sig att upplysa om att en leverantör sponsrar den upphandlande enheten med varor eller tjänster, innebär normalt inte att avtalet innehåller förpliktelser för enheten. Sponsring med endast kontanta medel omfattas inte av reglerna i LOU.

---

<sup>3</sup> Fr o m 2008-01-01 är upphandlingslagstiftningen uppdelad i två olika lagar. För enkelhets skull använder vi LOU i denna rapport som ett samlingsbegrepp för hela upphandlingslagstiftningen.

### ***Marknadsföringslagen***

Marknadsföringslagen gäller om ett sponsringsavtal leder till kommersiell reklam. Enligt marknadsföringslagen ska all marknadsföring utformas enligt god marknadsföringssed. En viktig regel är att reklam måste kunna identifieras som sådan. En annan grundprincip är att reklam ska vara vederhäftig och sann.

### ***Speciallagstiftning***

Det finns en mängd speciallagstiftningar inom kommunal verksamhet. En allmän begränsning med sponsring är att sådan inte bör förekomma vid myndighetsutövning.

När det gäller de kommunala bolagen tillkommer även skattelagstiftningens regler kring vad som krävs för att sponsringen ska vara avdragsgill i bolagets verksamhet. För att sponsring ska vara en avdragsgill kostnad krävs att den utgör en driftkostnad i näringsverksamheten. Sponsorn måste erbjuda något i motprestation som kan verka resultatfrämjande i näringsverksamheten. Här får sponsoravtalet stor betydelse för att avgöra vilka motprestationer sponsorn erhållit genom sponsringen. Motprestationerna marknadsvärderas och företaget får bara avdrag för värdet av motprestationerna.

I december 2001 gjorde Justitiekanslern (JK) ett uttalande angående sponsring inom kommunal räddningstjänst och inom försvaret. Bakgrunden var att ett bilföretag träffat en sponsorliknande överenskommelse med Stockholms och Göteborgs kommuner samt två helikopterdivisioner inom försvaret.

JK ställde sig vid tillfället kritisk till sponsring i allmänhet och till ovanstående överenskommelse i synnerhet. JK menade att det fanns en risk för ett jävslignande förhållanden kan uppstå när privata ekonomiska intressen och offentlig verksamhet sammanblandas i avtal som för utomstående kan tolkas som att de berörda privata bolagen getts en särställning när myndigheterna utövar sina offentliga funktioner.

Enligt JK är en grundläggande princip i all offentlig förvaltning att inriktningen och omfattningen av den offentliga verksamheten bestäms av behöriga politiska organ samt att dessa organ också ställer erforderliga resurser till förfogande för att den offentliga verksamheten ska kunna bedrivas på ett tillfredsställande sätt.

## **3.3 Internt regelverk**

Vid en inventering av kommunens styrdokument har vi identifierat ett antal dokument som nämner något av orden sponsring, gåva (exkl minnesgåva) eller marknadsföring:

- Näringslivsstrategi för Botkyrka kommun daterad 2007-11-07
- Kommunikationspolicy för Botkyrka kommuns förvaltningsorganisation daterad 2007-05-22
- Kommunikationsstrategi för att stärka Botkyrkas profil daterad 2008-05-21

- Botkyrkas upplevelsesatsning - strategi för att stimulera kreativitet och entreprenörskap daterad 2007-05-23
- Botkyrka kommuns policy när förtroendevalda och anställda erbjuds förmåner av utomstående daterad 2003-11-24

I den sk upplevelsestrategin kan man bl a läsa följande: ”*Privat och offentlig samfinansiering samt extern finansiering i form av stöd från stiftelser, fonder och sponsring ska stimuleras*”. Observera att detta är det enda av styrdokumentet som nämner ordet sponsring.

Det finns ingen politiskt fastställd kommunövergripande policy kring sponsring, som anger principer och beslutsnivåer inom området. Utbildnings- och arbetsmarknadsnämnden samt Barn- och ungdomsnämnden har dock fastställt riktlinjer för reklam och sponsring, inom sina respektive verksamhetsområden. Bakgrunden till besluten anges vara förekomsten av förfrågningar om att få göra reklam och sponsra olika saker i verksamheterna och att förvaltningarna därför bedömt det som angeläget att riktlinjer inom området fastställs på nämndnivå. Riktlinjerna syftar till att ge verksamhetschefer inom de båda förvaltningarna förutsättningar och stöd att agera likvärdigt i denna typ av frågor. I bilaga 1 redovisas dessa riktlinjer i sin helhet.

Det finns en företagspolicy för Botkyrka kommun som antagits av fullmäktige och som gäller fr o m 1996-05-01. Av policyn framgår bl a att de kommunala företagen är instrument för kommunal verksamhet och därmed underordnad kommunens demokratiska organisation. Vidare anges att målsättningen för verksamheten inom Botkyrka kommuns totala organisation ska vara att tillgodose intressen som gagnar organisationen i dess helhet. Detta innebär även att en samordning av kommunens och företagens verksamhet i syfte att undvika suboptimering ska eftersträvas.

### 3.4 Kommentarer

Under granskningens gång har framkommit att verksamheterna har svårt att avgöra vad som ska betecknas som sponsring. Gränsdragningen gentemot bidrag och donationer (utan direkt motprestation), köpt tjänst i form av annonser/reklam och samverkansprojekt (delad finansiering), samarbetsavtal och verksamhetsstöd är otydlig och för många svår att göra. Detta visar på vikten av ett det finns en kommunövergripande policy kring sponsring i kommunen, som tar sin utgångspunkt i en gemensam definition, förhållningssätt och begränsningar som ska råda inom området.

En rätt avvägd och inriktad sponsring i kommunal verksamhet kan vara en ändamålsenlig form för samarbete mellan olika organisationer. Vi vill dock lyfta fram ett antal risker förknippade med sponsring, såsom:

- Det som i en organisation kallas sponsring kan t ex benämnas bidrag i en annan organisation och samarbetsavtal i en tredje. Denna avsaknad av en tydlig och gemensam definition kan innebära svårigheter att identifiera vilken lagstiftning som ska tillämpas



i olika situationer. I detta avseende är exempelvis skattelagstiftningen och LOU särskilt viktiga att beakta.

- Sponsringsaktiviteter i kommunal verksamhet måste ske på ett öppet sätt och tåla offentlig granskning. Om så inte sker finns en risk för att allmänhetens förtroende rubbas. Sponsring får inte heller medföra risk för misstanke om muta eller otillbörliga personliga syften.
- Vid mottagande av sponsormedel kan det finnas en risk att verksamheten ikläder sig långsiktiga och inte politiskt sanktionerade åtaganden samt även blir beroende av medlen.
- Om avtal saknas eller är bristfälligt utformade finns en risk att företag som går in som sponsorer i en verksamhet kan komma att kräva motprestationer som påverkar verksamhetens inriktning och objektivitet.

Vi bedömer att ovanstående risker är stora i dagsläget, eftersom det saknas en av fullmäktige fastställd kommunövergripande policy kring sponsring. I och med detta saknas de formella förutsättningarna för en tillfredställande styrning och uppföljning av sponsring, både utifrån ett kommun- och koncernperspektiv. Detta innebär även att den interna kontrollen inom området inte kan betecknas som tillräcklig.

Mot bakgrund av ovanstående lämnas följande rekommendationer:

- Utarbeta och politiskt fastställ i fullmäktige en kommunövergripande policy samt tillämpningsföreskrifter kring sponsring och mottagande av sponsormedel. I bilaga 2 redovisas exempel på vad en policy kan innehålla. Det finns även exempel på kommuner inom närområdet som utarbetat sådana policydokument, t ex Tyresö kommun.
- Tillse att policydelen av regelverket även blir styrande för de helägda bolagen i kommunkoncernen. Detta innebär att bolagen ska utarbeta sina egna regelverk, som fastställs av styrelsen, men inom ramen för den kommunövergripande policyn.
- Ställ tydliga krav i samband med sponsringsavtal kring uppföljning och utvärdering i syfte att på ett systematiskt sätt kunna bedöma effekter och nyttan med genomförda sponsringsaktiviteter. I bilaga 2 redovisas exempel på vad ett sponsringsavtal kan innehålla.

## 4 Omfattning och former av sponsring

### 4.1 Kommunen

#### *Allmänt*

För att granska omfattning och former av sponsring har vi gått igenom Kommunstyrelsens protokoll, redovisningssystem, ärendehanteringssystem<sup>4</sup> och kommunens webbplats samt kontaktat olika verksamhetsansvariga.

Omfattningen av sponsring i form av kontanta medel går inte att få fram ur kommunens redovisningssystem, eftersom sådant kostnads- och intäktsslag saknas.

Vid en sökning på ordet sponsring på kommunens webbplats erhöles 44 träffar. Även om flera av dessa träffar avsåg policydokument, budget, årsredovisning och motioner m m, visar dock resultatet på att sponsring förekommer inom olika kommunala verksamheter. Motsvarande sökning<sup>5</sup> i kommunens samlade ärendehanteringssystem för perioden 2000 till 2009 gav 32 träffar och en sammanställning av dessa återfinns i bilaga 3.

Nedan redovisas resultatet av vår kartläggning under rubrikerna kommunstyrelsenivå och nämndnivå.

#### *Kommunstyrelsenivå*

Den sponsring som sker av kommunens idrottsverksamhet på elitnivå har av hävd hanterats av Kommunstyrelsen och dess förvaltningsorganisation. Enligt uppgift tas principbeslut av Kommunstyrelsen när kommunen första gången ingår ett sponsoravtal med en förening. När nya avtal successivt skrivs med samma förening hanteras detta endast på förvaltningsnivå, eftersom de ekonomiska förutsättningarna inarbetats i ettårsplanen. Följande aktuella sponsoravtal har identifierats vid vår genomgång och framgår av nedanstående tabell.

Sponsoravtal	Giltighetstid	Belopp i tkr	Noteringar
Balrog Botkyrka/Södertälje IF	2009/2010	160	Avtalet tecknades 2009-01-15
Arameiska Syrianska Botkyrka IF	2010	150	Avtalet tecknades 2009-12-07
IFK Tumba Handboll	2009/2010	150	Avtalet tecknades 2009-06-01
Tullinge SK	–	20	Avtalet tecknades 2010-04-27 och avser enskilt evenemang

<sup>4</sup> Ärendehanteringssystemet LEX som är kommunövergripande.

<sup>5</sup> Sökning skedde på orden sponsring och sponsor, inkl andra ordkombinationer där dessa två ord ingår.

Samtliga avtalen är tecknade av kommundirektören, förutom det som avser Tullinge Sportklubb som tecknats av en enhetschef på Kommunledningsförvaltningen. Ingen av avtalen uppfyller helt den mall för sponsoravtal som återfinns i bilaga 2. Avstegen gäller främst punkterna utvärdering och uppföljning, uppsägning av avtal och hantering av eventuella tvister. Det avtal som uppfyller mallen bäst är det sponsoravtal som tecknades senast med Tullinge SK.

Vid genomgång av Kommunstyrelsens protokoll 2000 till 2009 har vi endast kunnat identifiera ett beslutsärende i styrelsen angående sponsring. Detta i form av sponsoravtal med Syrianska Botkyrka IK (2008-02-04 § 24). Vi har dock identifierat beslut kring ett antal samarbetsavtal, vilka kan innehålla inslag av sponsring. Dessa avtal har inte närmare granskats.

Om ovanstående resultat ställs i relation till diarieförda sponsringsärenden i bilaga 3 framgår att vissa föreningar endast har fått sin ansökan eller förfrågan om sponsring prövad på tjänstemannanivå.

Kommunstyrelsens delegationsordning<sup>6</sup> innehåller ingen delegation kring tecknande av avtal. Tecknande av avtal omfattas däremot av de delegationsordningar vi tagit del av för granskade facknämnder, avseende år 2009.

Kommunstyrelsens beslut 2010-04-12 kring firmateckning behandlar endast tecknande av kontrakt avseende hyra, leasing och exploatering. I detta sammanhang nämns inte sponsoravtal, vilket inte heller görs i tidigare års beslut kring firmateckning.

### **Nämndnivå**

De granskade nämnderna ägnar sig i normalfallet inte åt någon sponsringsverksamhet, även om Kultur- och fritidsnämnden lämnar ett omfattande stöd till föreningslivet. Detta sker dock i form av bidragsgivning och är inte definitionsmässigt sponsring. Den sponsring som sker av kommunens idrottsverksamhet på elitnivå hanteras, som tidigare nämnts, av Kommunstyrelsen och dess förvaltningsorganisation. Vid urvalsmässig genomgång av avtal inom Kultur- och fritidsnämndens ansvarsområde kan vi konstatera att sponsring ingår i samarbetsavtalet med Cirkus Cirkör samt att avtal även finns med företag kring försäljning av reklamplats i Rackethallen.

Det finns verksamheter inom de granskade nämndernas ansvarsområde som erhåller olika typer av sponsormedel. Viss kulturverksamhet sponsras av AB Botkyrkabyggen, medan Kompetens- och arbetscentrum erhåller viss sponsring från företag. Inom utbildningsverksamheten förekommer sponsring från föräldraföreningar, företag m m. Delar av denna ”sponsring” är dock att beteckna som bidrag.

---

<sup>6</sup> Delegationsordningen reviderades senast av kommunstyrelsen 2009-10-05.

Två av de tre nämnderna har vidare fastställt lokala riktlinjer för reklam och sponsring, som ett led i att styra upp verksamheten.

Behörighet att ingå olika typer av avtal regleras i respektive nämnds delegationsordning. Inom Kultur- och fritidsnämnden har förvaltningschefen delegation på att teckna avtal inom nämndens verksamhetsområde. Motsvarande delegation finns inom de båda övriga nämnderna, med skillnad att vissa typer av avtal delegerats till rektor eller annan verksamhetschef. Inga begränsningar i delegationen, i form av t ex beloppsgränser, finns avseende tecknande av avtal inom de tre granskade nämnderna.

Granskningsresultatet avseende de tre nämnderna kan sammanfattas i nedanstående tabell.

Politiskt organ	Sponsrar	Får sponsormedel	Fastställda riktlinjer
Kultur- och fritidsnämnden	Ja	Ja	Nej
Barn- och ungdomsnämnden	Nej	Ja	Ja
Utbildnings- och arbetsmarknadsnämnden	Nej	Ja	Ja

## 4.2 Bolagen

### *AB Botkyrkabyggen*

Bolagets auktoriserade revisor har på uppdrag av VD genomfört en granskning av sponsringsverksamheten som dokumenterats i ett PM daterat i oktober 2008. Vid tidpunkten för granskningen fanns ett 40-tal sponsringsöverenskommelser till en totalsumma på över 3,5 mkr. Omfattande brister i den interna kontrollen kring sponsringsverksamheten konstaterades, bl a att det i flera fall saknades skriftliga avtal och överenskommelser, otydlighet i befintliga avtal avseende motprestationer och deras ekonomiska värde samt därigenom oklara skattemässiga konsekvenser. Bolaget hade även sponsrat sin ägares verksamhet, bl a inom kultur- och fritidsområdet.

Mot bakgrund av detta gjorde bolagets lekmannarevisor en fördjupad granskning av beslutsordningen, som visade att beloppsgränserna för sponsring i VD-instruktion och styrelsens arbetsordning inte i alla delar följts. I granskningsrapporten, daterad i mars 2009, påtalades vikten av att styrelsen fastställer ett konkret och väl genomarbetat regelverk för sponsring samt säkerställer att det framdeles följs på ett tillfredsställande sätt. Uppföljande granskning visar att hanteringen styrts upp samt att styrelsen numera fastställt en policy kring sponsring, där syfte och ändamål definieras på följande sätt:

*”Vi ser sponsring som en marknadsföringsmetod, som ska användas inom ramen för vår totala kommunikation, för att stärka vår marknadsposition och stödja affärsverksamheten. Vår sponsring är affärsmässigt betingad och förutsätter konkreta motprestationer som står i rimlig proportion till den gjorda investeringen”.*

### ***Hågelbyparken AB och Upplev Botkyrka AB***

Vi har valt att redovisa dessa bolag under samma rubrik, eftersom bolagen har samma tjänstemannaledning och personunion råder på styrelsenivå.

Vid kontakt med VD framkommer att samarbete förekommer med det lokala föreningslivet, men att detta inte är renodlad sponsring. Vidare framgår att bolaget vid något tillfälle bekostat en skylt vid någon av sporthallarna, men att detta ansetts mer som marknadsföring. På grund av verksamhetens ringa omfattning har ingen policy för sponsring politiskt fastställts. Sponsring bedöms dock eventuellt bli aktuell i större omfattning i samband med festivalen i september 2010.

Utifrån ovanstående har vi tagit del av avtalet mellan kommunen och Upplev Botkyrka AB angående genomförande av en festival under september 2010. Den ekonomiska ersättningen uppgår till 1 000 tkr och är möjlig att fakturera för bolaget vid avtalets undertecknande, som skedde 2010-03-22, av kommundirektören och bolagets VD. Enligt detta avtal åtar sig kommunen att bistå med ordinarie resurser inom ett antal områden, bl a säkerhet, marknadsföring och sponsring.

### **4.3 Kommentarer**

Efter genomförd granskning kan vi konstatera att sponsring i olika former förekommer i kommunen, men att helhetsbilden är svår att få fram. Detta beror främst på avsaknad av ett kommunövergripande regelverk kring sponsring som reglerar kravet på skriftliga avtal, beslutsnivåer o dyl samt att avtal kring sponsring inte blir diarieförda på ett enhetligt sätt. De sponsringsavtal på nämndnivå, som framkommit vid kontakter med olika verksamhetsansvariga, synes inte alls vara diarieförda alternativt diarieförda under någon annan rubrik.

Förutsättningarna saknas vidare att utifrån kommunens redovisningssystem följa upp omfattningen av den sponsring som sker i form av kontanta medel, eftersom kontoplanen inte innehåller något intäcks- eller kostnadsslag för sponsring.

Vi kan vidare konstatera att historiskt har föreningar har fått sponsringsansökningar prövade och beslutade av kommunstyrelsen, medan andra föreningar endast har fått sin ansökan eller förfrågan prövad på tjänstemannanivå. En likformig handläggnings- och beslutsordning är en av de delar som behöver regleras i en kommunövergripande policy inom sponsringsområdet, inkl tillämpningsföreskrifter, som rekommenderades i delavsnitt 3.4.

Avtalet mellan kommunen och Upplev Botkyrka AB, angående genomförande av en festival under september 2010, väcker frågan om beslutsnivåer kring tecknande av avtal inom kommunstyrelsens ansvarsområde. Detta är ett område som inte är reglerat i styrelsens delegationsordning.

Mot bakgrund av ovanstående lämnas följande rekommendationer:

- Omarbeta och utveckla kontoplanen med både ett intäkts- och kostnadsslag (kontoklass 3 och 4) avseende sponsring.
- Tillse att sponsringsavtal blir diarieförda och på ett enhetligt sätt i ärendehanteringssystemet, som ett led i att underlätta återsökning och uppföljning.
- Komplettera Kommunstyrelsens delegationsordning kring avtalstecknande inom vissa beloppsgränser.

2010-09-06

Jan Nilsson  
Uppdragsansvarig/projektledare

## Bilaga 1: Riktlinjer för reklam och sponsring på nämndnivå

**Riktlinjerna är antagna av Utbildnings- och arbetsmarknadsnämnden 2001-06-07 samt Barn- och ungdomsnämnden 2003-09-23 och gäller verksamheter inom respektive nämnds ansvarsområde.**

Med sponsring menas stöd i någon form som förväntas leda till goodwill antingen för den fysiska eller juridiska person som ger stödet eller för det varumärke, den produkt, de tjänster eller det intresse som personen företräder.

Relationen mellan stödets omfattning och goodwill-effekten ska vara rimlig.

1. Sponsring av verksamheter inom nämndens ansvarsområde får ske om det bidrar till att uppnå fastställda mål för verksamheten.
2. Sponsring och reklam får inte vara förenad med krav som påverkar politiska beslut eller negativt inverkar på verksamhetens objektivitet.
3. Sponsring får inte medföra att kommunens upphandlingsverksamhet ifrågasätts.
4. Berörd personal i verksamheten ska informeras innan beslut om sponsring fattas.
5. Samarbetsavtal ska upprättas med sponsorn i samråd med förvaltningschef. Vid tveksamhet skall kommunens jurist kontaktas.
6. Namnet på sponsorn eller dennes varumärke får inte tillåtas dominera eller uppfattas ta över kommunens huvudansvar för verksamheten eller påverka verksamhetens integritet.
7. Vid myndighetsutövning inom specialreglerad verksamhet får stöd i form av sponsring inte mottagas.
8. Sponsring får inte tillämpas så att kärnverksamheterna blir beroende av den.
9. Sponsring får inte tillämpas så att den kan leda till etnisk eller annan diskriminering. Sponsring eller reklam får inte strida mot värderingar i verksamheternas styrdokument.
10. Sponsringen ska vara positiv, det ska vara troligt att kommunens medborgare/deltagare i verksamheten ska uppfatta det positivt att verksamheten förknippas med sponsringen.

## Bilaga 2: Exempel på innehåll i policy och skriftliga avtal kring sponsring

### *Policy kring sponsring*

Sponsring kan gå i två riktningar. Dels att någon extern part sponsrar kommunal verksamhet, dels att kommunen sponsrar någon extern part. En policy behöver alltså reglera båda typerna av sponsring. Nedan ges exempel på vad policy kan innehålla, såsom följande:

- Definitioner av begrepp
- Utgångspunkter
- Syfte och mål
- Omfattning och begränsningar
- Ansvars- och beslutsnivåer
- Krav på och seriositetskontroll av företag/organisationer
- Redovisningsrutiner
- Uppföljnings- och utvärderingsrutiner
- Avtalsreglering

### *Avtal kring sponsring*

Det är viktigt att sponsring och annat kommersiellt samarbete regleras genom skriftliga avtal. Nedan ges exempel på vad ett avtal om sponsring kan innehålla, såsom följande:

- Namn, adresser och organisationsnummer
- Kontaktpersoner
- Syftet med sponsringen
- Aktiviteten/motprestationen
- Parternas åtagande
- Vilken tid avtalet gäller
- Eventuella medierättigheter
- Ansvar vid inställda evenemang
- Försäkringsansvar
- Uppföljning och utvärdering
- Formen för uppsägning av avtal om förutsättningarna förändras
- Formen för lösning av eventuell tvist om avtalets tillämpning

Källa: Delar av detta material är hämtat ur dokumentet ”Sponsring i skolan, vägledning för utarbetande av lokal policy för sponsring” som Skolverket och dåvarande Svenska Kommunförbundet tog fram i mars 2004. På [www.skatteverket.se](http://www.skatteverket.se) finns exempel på sponsringsavtal som tar sin utgångspunkt i begränsningen i avdragsrätten, dvs marknadsvärdet av sponsringen.



### Bilaga 3: Registrerad sponsring i ärendehanteringssystemet

I nedanstående tabell redovisas de träffar som erhöles vid en sökning på orden sponsring och sponsor (inkl ordkombinationer där dessa två ord förekommer) i kommunens gemensamma ärendehanteringssystem. Ärendena omfattar tidsperioden 2000 till 2009.

Datum	Diarieteckning	Ärendebeskrivning
2009-06-01	KS/2009:261	Motion av Botkyrkapartiet BP– Avveckla sponsring i AB Botkyrkabyggen
2009-06-01	KS/2009:259	Interpellation BP – Hågelbyparken AB som sponsor utanför kommunen
2007-12-28	KS/2007:502	Tullinge SK – Ansökan om sponsorstöd
2007-12-18	KS/2007:492	Syrianska Botkyrka IK – Sponsravtal
2006-12-20	KS/2006:486	Tullinge SK – Ansökan om sponsorstöd
2006-09-01	KS/2006:321	SM i Ultradistansorientering – Sponsringsavtal
2006-08-15	KS/2006:486	IFK Tumba Handboll – Sponsringsavtal
2006-01-30	KS/2006:40	Sponsorstöd till Tullinge SK
2005-09-01	KS/2005:310	Tullinge TP Hockey Team Tjejer – Sponsring 2005/2006
2005-02-17	KS/2005:67	Balrog Oilers – Sponsring 2005
2005-01-17	KS/2004:454	Tullinge SK fortsatt sponsorstöd
2004-03-22	KS/2004:137	Förfrågan om sponsring av elevers slutarbeten – Multimedia/pedagogik
2004-02-05	KS/2004:63	Sponsoransökan från Balrog Oilers för perioden 2004-2005
2003-09-12	BOUN/2003:225	Riktlinjer för reklam och sponsring inom Barn- och ungdomsnämnden
2003-03-11	KS/2003:110	Tullinge SK – Sponsravtal
2003-01-16	KS/2003:22	Tullinge SK – Ansökan om sponsorstöd
2002-03-27	KS/2003:113	Tullinge SK – Avtal om sponsorstöd
2003-03-25	KS/2002:105	IFK Tumba – Avtal om sponsorstöd
2002-12-23	KS/2002:427	Kulturenheten/Botkyrkabyggen – Sponsringsprojekt har blivit nominerat i Kultur och Näringslivs tävling Bästa kultursponsring 2002
2002-09-30	KF/2002:376	Sponsring av E-day på Södertörns högskola
2001-11-30	SN/2001:112	Utmaning från Tumba Kraftklubb om sponsring av nattvandrarerna i Tumba
2001-11-26	SEN/2001:145	ASK – Anhållan om sponsring
2001-06-14	UA/2001:265	Sponsringsbekräftelse Sweden World Youth
2001-05-22	UA/2001:136	Riktlinjer för reklam och sponsring
2001-04-09	KS/2001:170	Ansökan om sponsring Sweden World Youth
2001-01-18	KS/2001:22	Förfrågan om fortsatt sponsorstöd till Tullinge SK
2000-12-15	KS/2000:475	Ansökan om sponsorbidrag – Bobygg
2000-12-06	BOUN/2000:431	Sponsring i kommunens skolor
2000-11-27	KS 2000:447	Ansökan om sponsorstöd till Norsborgs Flickfotboll
2000-10-27	KS/2000:405	Förfrågan om sponsorskap för Botkyrka Shukokai Karate
2000-02-03	KS/2000:47	Sponsorstöd till Balrog Oilers IK
2000-01-17	KS/2000:14	Hemställan om fortsatt sponsorstöd till Tullinge SK