

Sollentuna författningssamling

Sponsringspolicy för Sollentuna kommun

Antagen av kommunfullmäktige	Ikraft	Tillhörighet
Kommunfullmäktige 2026-04-23 § 51, dnr KS-2025/00392	2026-04-28	Kommunstyrelsen



Sollentuna



Sollentuna

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	3
2. Syfte med sponsring.....	3
3. Definition av sponsring	4
4. Sponsring i relation till samverkan.....	4
5. Allmänna krav.....	4
6. Sponsring i form av försäljning av anläggningars namn	5
7. Utvärdering och uppföljning.....	6
Revideringshistorik	6



Sollentuna

1. Inledning

Denna policy gäller Sollentuna kommuns, inklusive kommunens helägda bolag, sponsringsarbeten med externa aktörer, såsom exempelvis företag eller organisationer. Sollentuna kommun, inklusive kommunens helägda bolag, ska följa de regler för sponsring, som följer av denna policy.

Kommunens nämnder och de kommunala bolagens styrelser kan anta anvisningar för särskilda verksamheter som kompletterar denna policy.

Innehållet i denna policy utgår från tillämplig lagstiftning; regeringsformen, kommunallagen, lagen om offentlig upphandling samt marknadsföringslagen.

Detta dokument ses över och uppdateras varje mandatperiod för att säkerställa aktuell tillämpning och god praxis,

2. Syfte med sponsring

Sollentuna kommun har höga ambitioner. Kommunens vision är att vara Sveriges mest attraktiva kommun. Visionen, tillsammans med varumärkesmålet om att Sollentuna ska vara en kommun mitt i möjligheterna, innebär att kommunens verksamheter behöver ha hög kvalitet, men också att platsen Sollentuna har en dragningskraft. Sollentuna ska vara en attraktiv plats att uppleva för invånare, medarbetare, företagare, besökare och föreningsliv. Därtill behöver bilden av Sollentuna vara positiv och tilltalande.

I syfte att stärka en positiv bild av Sollentuna och kommunens varumärke finns anledning för kommunen att samverka med andra aktörer. Det kan ske på flera olika sätt. Ett sådant är genom sponsring, i vilket en sponsor går in och stöttar till exempel en verksamhet eller aktivitet, i utbyte mot någon form av motprestation.

Sponsringen ska ligga i linje med kommunens vision och mål, främja kommunens verksamhet samt bidra till att stärka Sollentuna kommuns varumärke som arbetsgivare och öka attraktionskraften för invånare, besökare och näringsliv. Sponsring ska betraktas som ett komplement till finansiering av kommunal verksamhet genom skattemedel, avgifter och andra intäkter.

Syftet med denna policy är att säkerställa att alla sponsringsarbeten sker på affärsmässiga grunder, har lokal förankring och en klar koppling till kommunens vision, varumärke och övergripande mål.



Sollentuna

3. Definition av sponsring

Sponsring är ett samarbete på affärsmässiga grunder till ömsesidig nytta för två eller flera parter. Sponsorn ger vanligen kontanta medel, men det kan också handla om varor eller tjänster av olika slag.

Den som sponsrar tillhandahåller någon form av motprestation, vanligtvis i form av rätten att exponera sitt företagsnamn eller varumärke. Vid en sådan exponering bör det inte finnas uppgift om vilka tjänster eller produkter sponsorn tillhandahåller, eftersom det då är en fråga om kommersiell marknadsföring.

Finns inga krav på motprestation handlar det inte om sponsring, utan om exempelvis ett bidrag, en gåva eller en donation. Sådana transaktioner omfattas inte av denna policy.

4. Sponsring i relation till samverkan

Kommunen samarbetar och samverkar ofta med andra aktörer för att lösa olika samhällsutmaningar eller för att skapa bättre resultat och ökad effektivitet i verksamheten. Sådan samverkan kan yttra sig i form av till exempel gemensamma projekt eller andra typer av aktiviteter.

När alla ingående parter i en samverkan bidrar administrativt och med budgetmedel till den gemensamma insatsen – och när någon part inte tilldelas medel i utbyte mot en uttalad motprestation, som avser annat än engagemang i den gemensamma insatsen – handlar det inte om sponsring.

Inte heller när Sollentuna kommun ingår i idéburet offentligt partnerskap (IOP) är att betrakta som sponsring. IOP är en samverkansform där den idéburna sektorn, i samverkan med det offentliga, kan bidra med särskild kompetens kring en angelägen samhällsfråga. Det är således inte ett upplägg där en organisation sponsrar kommunen i utbyte mot att till exempel få sitt varumärke exponerat.

5. Allmänna krav

Vid prövning av om sponsorstöd ska lämnas eller mottas av kommunkoncernen, ska följande principer och rättsliga ramar beaktas:

Kommunen ska i all sin verksamhet iaktta likställighetsprincipen, objektivitetsprincipen och saklighet, i enlighet med kommunallagen och regeringsformen. Allmänheten och kommunens medarbetare ska kunna känna förtroende för att verksamheten bedrivs korrekt, med integritet, rättssäkerhet och öppenhet – oavsett om kommunen är sponsor eller mottagare av sponsring.



Sollentuna

För verksamheter där myndighetsutövning förekommer gentemot enskilda, är kraven på objektivitet och opartiskhet särskilt starka. I sådana verksamheter gäller restriktivitet beträffande ingående av sponsringsavtal.

Sponsringssamarbeten ska uppfylla följande kriterier:

- Vara förenliga med kommunens styrdokument, uppdrag och lagstadgade befogenheter.
- Inte ge sponsorn inflytande över kommunala beslut eller verksamhetens innehåll.
- Vara förenliga med lagen om offentlig upphandling (LOU). Sponsringsavtal ska inte användas för att kringgå upphandlingsplikt.
- Det ska finnas balans mellan sponsorbidrag och motprestation, så att sponsringen inte framstår som ett otillåtet stöd till enskild näringsidkare.
- Sponsring får inte ge exklusiv rätt för en sponsor att leverera varor eller tjänster till kommunen.
- Sponsringen ska gynna verksamheter inom Sollentuna kommun och ha en tydlig lokal koppling.
- Sponrade aktiviteter eller lokaler ska vara tillgängliga för allmänheten.
- Exponering av sponsorn ska tydligt anges som en sponsorinsats och inte dominera eller styra över kommunens egna budskap.
- Sponsorns logotyp eller varumärke får inte förväxlas med kommunens symboler.

Sponsring bör därtill i möjligaste mån främja hållbarhet, social inkludering och mångfald.

Innan ett sponsorsamarbete inleds ska en etisk och ekonomisk bedömning av företagets eller organisationens lämplighet göras. Intressekonflikter får inte förekomma. Verksamheten ska drivas seriöst och ansvarfullt, i enlighet med lag och god marknadsföringssed, samt inte vara skuldsatt. Sponsorstöd får inte tas emot från, eller ges till, politiska eller religiösa organisationer.

6. Sponsring i form av försäljning av anläggningars namn

Sollentuna kommun kan i vissa fall tillåta sponsring i form av namnrättigheter för kommunala anläggningar och fastigheter, såsom idrottsplatser och idrottshallar. Syftet är att skapa möjligheter till extern finansiering som stärker verksamheten utan att kompromissa med kommunens värdegrund eller allmänhetens förtroende.

Försäljning av namnrättigheter ska ske med stor omsorg och följa dessa principer:



Sollentuna

- **Godkännande:** Kommunen ska godkänna sponsor, anläggningens namn samt utförande och placering av skyltar och liknande.
- **Värdegrund och lämplighet:** Sponsorer ska representera värden som är förenliga med kommunens uppdrag och styrdokument.
- **Oberoende och integritet:** Krav på inflytande eller medbestämmande från externa intressenter över verksamhetens innehåll eller beslutsprocess på grund av sponsring får inte förekomma.
- **Bevarande av lokal identitet:** Vid namnbyte ska hänsyn tas till anläggningens historiska eller kulturella betydelse.
- **Tidsbegränsning:** Namnrättigheter beviljas för en begränsad tidsperiod, normalt mellan fem och tio år, med möjlighet till omförhandling eller uppsägning.
- **Kommunikation:** Kommunen ansvarar för att tydligt kommunicera syftet med namnbytet till allmänheten och säkerställa att processen är öppen och begriplig.

7. Utvärdering och uppföljning

Ingångna sponsringsavtal ska följas upp för att utröna om de ger önskad effekt. En skriftlig utvärdering ska dokumentera hur sponsringen har påverkat kommunens verksamhet och varumärke.

Revideringshistorik