



Til
Voksenuddannelsescentrene
De almene gymnasier og HF-kurser
Institutionerne for erhvervsrettede uddannelser

Styrelsen for Undervisning og
Kvalitet
ØAC

Frederiksholms Kanal 25
1220 København K
Tlf. nr.: 33 92 50 00
E-mail: stuk@stukovm.dk
www.stukovm.dk
CVR nr.: 29634750

29. marts 2017
Sags nr.:17/00160

Vejledende retningslinjer for indgåelse af sponsoraftaler

Styrelsen for Undervisning og Kvalitet har udarbejdet nye vejledende retningslinjer om indgåelse af sponsoraftaler. Retningslinjerne er gældende for voksenuddannelsescentrene, de almene gymnasier og HF-kurser samt institutionerne for erhvervsrettede uddannelser.

Sponsorater er i denne sammenhæng defineret som indgåelse af aftaler om reklamer mv., hvor aftalen udover reklame mv. tillige omfatter forskellige modydelse til skolen eksempelvis i form af fribilletter, netværksarrangementer og lignende fordele. Der er altså tale om, at skolen køber en samlet pakke, hvori der indgår såvel reklame som andre ydelser.

Styrelsen for Undervisning og Kvalitet vejleder institutionerne til fremover ikke at indgå sponsoraftaler, der indeholder tillægs- eller modydelse, men alene indgå aftaler om reklame. Institutionen skal samtidig sikre, at udgifter til aftalen ikke overstiger den markedsæssige værdi, som aftalen har for institutionen.

Hvis institutionen ønsker at deltage i for eksempel et netværksarrangement, der tidligere var en del af en sponsortale, skal dette fremover købes særskilt, og arrangementet skal betragtes som repræsentation og vil derfor være underlagt de regler, der er for dette.

Styrelsens beslutning om at anbefale institutionerne ikke at indgå sponsoraftaler, der indeholder tillægs- eller modydelse skal blandt andet ses i lyset af, at Rigsrevisionen af flere omfanget har kritiseret de selvejende institutioners brug af sponsorrater, der indeholder elementer af gaveliggende modydelse.

Rigsrevisionen har således i både beretningen om revision af statsregnskabet for 2014 og i beretningen om voksenuddannelsescentrenes administrations- og lønudgifter kritiseret selvejende institutioners sponsoraftaler, der indeholder tillægs- eller modydelse.

Herudover skal styrelsens beslutning om at anbefale institutionerne ikke at indgå sponsoraftaler, der indeholder tillægs- eller modydelse ses i lyset af, at det ofte fremstår uigennemskueligt, hvad de forskellige modydelse består af, hvem der præcist modtager modydelsen, og i hvilket omfang modydelsen kan betragtes som en gave, det falder uden for institutionens formål at finansiere ved tegning af et sponsorat som en samlet pakke.

Oplysning og information om de regulerede institutioners uddannelser er lovligt, da det falder ind under institutionernes formål, som er reguleret i institutionslovgivningerne. Styrelsen kan ikke afvise, at brug af reklame som led i en sponsoraftale med eksempelvis sportsklubber og lignende bevirker, at institutionerne får en eksponering over for en potentiel elevgruppe, som de ellers ikke ville nå.

Til gengæld kan det være vanskeligt at redegøre for, at modydelse i form af eksempelvis logepladser og netværksarrangementer falder ind under en selvejende institutions formål, særligt hvis disse modydelse indgår i en samlet sponsoraftale, så prissætning og modtagere er uklart.

Styrelsen bemærker afslutningsvis, at de selvejende institutioner på Undervisningsministeriets område overordnet set kun i yderst begrænset omfang benytter sig af sponsorater. Sponsoraftalerne har derfor en meget begrænset økonomisk betydning for de statslige selvejende institutioner.

Det ændrer dog ikke ved, at der er stort fokus på, hvordan institutionerne anvender det skattefinansierede statstilskud, herunder institutionernes brug af sponsorater.

På den baggrund vil styrelsen henstille til, at institutionerne følger vejledningen i dette brev, såfremt sponsorater bruges som led i institutionens oplysningsindsats omkring uddannelsesudbud.