

## Förslag till Kyrksläpps kommuns modell för idrotts- och kultursponsring samt pilotprojektet för sponsring med Kirkkonummi Rangers

Kommunstyrelsen 30.09.2024 § 294

568/00.04.02/2024

Beredare	Kommundirektör Virpi Sailas kommunikationschef Rami Niittysalo <a href="mailto:fornamn.efternamn@kirkkonummi.fi">fornamn.efternamn@kirkkonummi.fi</a> , tfn 09 29671 (växel)
Beslutsförslag	Kommundirektör Virpi Sailas  Kommunstyrelsen beslutar godkänna Kyrksläpps kommuns modell för idrotts- och kultursponsring samt pilotprojektet för sponsring med Kirkkonummi Rangers enligt redogörelsedelen.
Behandling	Representanterna för Rangers, Jari Kallio och Jan Fröberg, presenterade ärendet i början av sammanträdet och lämnade därefter sammanträdet kl. 16.52.  Kommunfullmäktiges ordförande Tony Björk lämnade sammanträdet under behandlingen av denna paragraf kl. 17.11.  Ordföranden förklarade diskussionen avslutad och konstaterade att ledamot Sanni Jäppinen under diskussionens gång hade gett följande förslag om bordläggning:  Förslaget bordläggs för behandlingen av budgeten, varumärkesförnyelsen och uppdateringen av kriterierna för samarbetet och förslaget föreläggs för beslutsfattande i samband med den gemensamma ansökan om idrotts- och kultursponsring. Då har aktörerna i Kyrkslätt jämlika möjligheter att ansöka om marknadsföringssamarbete.  Bordläggningsförslaget understöddes av Saara Huhmarniemi.  Bordläggningsförslaget godkändes inte enhälligt, så ordföranden konstaterade att man måste rösta om saken.  Ordföranden föreslog att man röstar om ärendet så att de som understöder utgångsförslaget röstar "ja" och de som understöder Sanni Jäppinens bordläggningsförslag röstar "nej".  Omröstningspropositionen godkändes.  Vid omröstningen gavs 8 ja-röster, 2 nej-röster och 3 röstade blankt.  Fortsatt behandling av ärendet fick fler röster så man beslutade fortsätta behandlingen av ärendet.  Ja-röster: Piia Aallonharja, Ari Harinen, Anna Sahiluoma, Kati Kaihlaranta, Timo Haapaniemi, Matti Kaurila, Antti Kilappa och Anneli Granström  Nej-röster: Saara Huhmarniemi och Sanni Jäppinen.  Blankt röstade: Carl-Johan Kajanti, Anna Aintila och Ulf Kjerin.
Beslut	Kommunstyrelsen beslutade enligt förslaget.

## Redogörelse

Kyrksläotts kommun vill genom sponsring, det vill säga marknadsföringssamarbete, synas inom idrott och kultur genom lag och grupper, enskilda personer eller evenemang. Sponsring är ett av Kyrksläotts kommuns sätt att kommunicera sina löften och mål.

Kommunen vill få en motprestation för det stöd som beviljas genom sponsring. Den önskade motprestationen kan till exempel vara att utveckla kommunens image, mediesynlighet eller att förbättra kännedomen om kommunen. Sponsringen baseras på Kyrksläotts kommuns strategi, strategiska mål och varumärkeslöftet som hänför sig till varumärket som förnyas i slutet av 2024.

### **Ansökan om sponsring**

Ansökningstiden för sport- och kultursponsring är i januari, från 1.1 till 31.1. Ansökan sker via ett elektroniskt formulär på kommunens webbplats.

En sektorsövergripande sponsorarbetsgrupp, som verkar under kommunstyrelsen, utses i Kyrksläotts kommun och baserat på ansökningarna väljer gruppen de objekt som ska stödjas, stödbeloppen samt längden och detaljerna för partnerskapen.

Som ett pilotprojekt för sponsringen föreslås ett marknadsföringssamarbete med Kirkkonummi Rangers på följande villkor:

### **Pilotprojekt: Marknadsföringssamarbete mellan kommunen och Kirkkonummi Rangers herrepresentationslag**

Kyrksläotts kommun har i år förnyat sin strategi och kommer också att förnya sitt varumärke under slutet av året. Målet med varumärkesarbetet är att utgående från kommunstrategin för Kyrkslätt bygga ett nytt uttryck och en ny story som ökar attraktionskraften, intresset och kännedomen. I och med det nya varumärket söker man naturliga marknadsföringsmöjligheter för att främja Kyrksläotts synlighet och välkändhet på både regional och nationell nivå genom samarbete med lokala aktörer.

Kirkkonummi Rangers herrepresentationslag spelar innebandy i den nationella divisionen Inssi-Divari, på den nästhögsta nivån. Marknadsföringssamarbetet med ett idrottslag som spelar på nationell nivå ger kommunen en bra möjlighet att sprida det nya varumärket genom lokal förankring, samarbete och kvalitet.

Detta samarbete skulle också främja genomförande av Kyrksläotts kommuns strategi i praktiken: Kyrksläotts budskap förmedlas i samarbete, modigt och i en levande miljö. Kirkkonummi Rangers, som erbjuder fritidsaktiviteter för unga och barn, delar värden med kommunens strategi: tillsammans skapar vi en växande och lärande kommun.

Marknadsföringssamarbetet med ett innebandylag på nationell nivå ger Kyrkslätt regional och nationell synlighet genom matchevenemang som samlar människor, marknadsföringsmaterial som återkommer i sociala medier och online samt genom nationellt TV-sända matcher. Detta samarbete når även ut till besökande personer från andra orter som reser till Kyrkslätt för matcherna.

### **Målen för marknadsföringssamarbetet:**

- Skapa en positiv bild av Kyrksläotts kommun både regionalt och nationellt.

- Ge kommunen möjlighet att nå nya invånare samt personer från andra orter genom en ny marknadsföringskanal.
- Sprida kommunens marknadsföringskommunikation enligt den nya varumärkesstrategin på ett nytt sätt och till en ny publik.
- Ge kommunen och dess nya varumärke en ny permanent annonsplats både live och digitalt i Jokirinne (hallen för matchevenemang och sändningar samt tv-sändningar).

#### **Marknadsföringsarbetets form och mål:**

Marknadsföringssamarbetet erbjuder kommunen synlighet vid matchevenemang på lokal och nationell nivå och på sociala medier:

- Man låter trycka kommunens logo på herrepresentationens matchdräkter
- Man spelar upp kommunens reklamvideo vid lagets hemmamatcher på mediatavlan
- Man spelar upp kommunens reklamvideo vid matchevenemangen i direktsända nationella matchsändningar
- Föreningen visar upp Kyrksläpps marknadsföringsmaterial vid matchevenemang:
  - Reklam med kommunens logotyp vid sidlinjen vid planens kant.
  - Rollups/fotoväggar enligt kommunens varumärke i hallens entré för medieintervjuer och foton.
  - Föreningen delar ut Kyrksläpps kommuns eget pris till bortaspelare vid matcherna: en varumärkesprodukt vald av kommunen - behövlig mängd levereras till föreningen i början av säsongen och föreningen annonserar priset enligt kommunens önskemål.
- Föreningen visar upp kommunens logotyp och slogan på föreningens webbplats, på sociala medier och vid matchevenemang samt förbinder sig till att förmedla kommunens varumärkesberättelse vid matchevenemang på ett sätt som lämpar sig till sammanhanget.
- Kommunens regelbundna synlighet i lagets sociala medier och uppdateringar.
- Föreningen lägger in representationslagets matchevenemang i kommunens elektroniska evenemangskalender ([tapahtumat.kirkkonummi.fi](http://tapahtumat.kirkkonummi.fi)).

Kommunens ersättning för ovan nämnda marknadsföringssamarbete med Kyrkslätt Rangers herrepresentationens lag är 10 000 euro för säsongen 2024-2025. Samarbetet inleds omedelbart efter att kommunens varumärkesförnyelse är klar i slutet av 2024. Kommunen utvärderar marknadsföringssamarbetet och dess resultat direkt efter säsongen 2024-2025.

Beslutshistoria

Kommunstyrelsen 24.06.2024 § 223

Beredare

Kommundirektör Virpi Sailas  
kommunikationschef Rami Niittysalo  
[fornamn.efternamn@kirkkonummi.fi](mailto:fornamn.efternamn@kirkkonummi.fi), tfn 09 29671 (växel)

Beslutsförslag

Kommundirektör Virpi Sailas

Kommunstyrelsen beslutar

1

bevilja Kirkkonummi Rangers herrepresentationsslag 10 000 euro i sponsorbidrag på de grunder och villkor som nämns i redogörelsen. Ett separat avtal om samarbete ingås och kommundirektören undertecknar avtalet.

2

att man skapar regler för kommunen för hur man ska stöda individuella idrottare från Kyrkslätt. Reglerna föreläggs kommunstyrelsen för beslut under hösten 2024.

Behandling

Ordföranden förklarade diskussionen avslutad och konstaterade att styrelsens andra vice ordförande Ulf Kjerin hade gett följande remitteringsförslag:

Jag föreslår att ärendet remitteras för ny beredning, som grundar sig på ett tydligt val och att man lyfter fram den synlighet som avtalet medför med hänsyn till alla grenar.

Remitteringsförslaget understöddes av Saara Huhmarniemi, Markus Myllyniemi, Kati Kaihlaranta och Anna Aintila.

Remitteringsförslaget godkändes enhälligt efter att ordföranden hört sig för om det.

Beslut

Kommunstyrelsen beslutade enhälligt remittera ärendet för ny beredning.

Redogörelse

Kyrksläotts kommun förnyar sitt varumärke under året som pågår. Målet med arbetet är att utgående från kommunstrategin för Kyrkslätt bygga ett nytt uttryck och en ny story som attraktionskraften, intresset och kännedomen. Det nya kommunvarumärket publiceras i slutet av året och samtidigt söker man naturliga samarbetsmöjligheter för att utvidga synligheten för Kyrksläotts nya varumärke till nationell nivå genom lokala aktörer.

Genom idrotten har kommunen möjlighet att få positiv nationell synlighet enligt strategin genom att stöda lokala aktörer. Kommunen har under de senaste åren ändå inte haft några riktlinjer för marknadsförings- eller sponsorsamarbete gällande idrottare och idrottsföreningar/lag på nationell toppnivå. Man borde skapa regler och praxis för kommunen till exempel för beviljande av årligt marknadsförings-/sponsorbidrag om 1000-2000 euro till individuella idrottare från Kyrkslätt som idrottar på nationell toppnivå.

#### Kirkkonummi Rangers

Kirkkonummi Rangers herrepresentationsslag spelar innebandy i den nationella divisionen Inssi-Divari, som är det nästhögsta tävlingsserien i Finland. Serien har nationell tv-synlighet och följs av över en miljon finländare. Nivån i fråga sätter betydande krav såväl på föreningens verksamhet som på ordnandet av matchevenemang.

Mål för samarbetet:

- Skapa en positiv bild av Kyrksläotts kommun på riksomfattande nivå
- Föra föreningen närmare kommuninvånarna
- Möjliggöra innebandyspel på huvudserienivå i Kyrkslätt och ge kommuninvånarna idrottsupplevelser genom att erbjuda högklassiga matchevenemang

### Samarbetets form och mål:

Kommunens ersättning för samarbete med Kirkkonummi Rangers H1-representationslag skulle vara 10 000 euro till laget för säsongen 2024-2025. Samarbetet skulle inledas direkt då kommunens nya varumärke är färdigt i slutet av år 2024.

Samarbetet erbjuder kommunen synlighet vid matchevenemang på lokal och nationell nivå och på sociala medier:

- Man låter trycka kommunens logo på herrepresentationslagets matchdräkter
- Man spelar upp kommunens reklamvideo vid lagets hemmamatcher minst tre gånger på mediatavlan
- Man spelar upp kommunens reklamvideo vid matchevenemangen i direktsända nationella matchsändningar
- Man har kommunens logo och slogan framme på föreningens webbplats, sociala medier och matchevenemang
- Kommunens regelbundna synlighet i lagets sociala medier och uppdateringar