

KOULUSPONSOROINTI JA MUU MARKKINOINTI KOULUISSA

Koulusponsorointi on yksi markkinoinnin muoto ja siihen sovelletaan samoja sääntöjä kuin muuhunkin markkinointiin. Nämä ohjeet on tarkoitettu yrityksille, jotka suunnittelevat kaupallista yhteistyötä koulujen kanssa.

Sponsorointi on yrityksen tai järjestön markkinointia, joka perustuu sponsorin ja koulun väliseen yhteistyösopimukseen. Sponsoroinnille on ominaista, että yritys tai järjestö odottaa panokselleen vastasuoritusta koululta. Koulun imagoa hyödynnetään koulua sponsoroivan yrityksen markkinointiviestinnän tarkoituksiin. Se ei siis ole vastikkeetonta tukea, jota voidaan verrata hyväntekeväisyyteen.

Kuluttajansuojalaki sääntelee markkinointia. Kuluttajansuojalain esitöiden mukaan markkinoinnilla tarkoitetaan kulutushyödykkeitä ja elinkeinonharjoittajia koskevaa tiedottamista kuluttajille. Se kattaa siis kaiken markkinointiviestinnän. Myös sponsorointi kuuluu lain soveltamisalaan. Kuluttajansuojalain markkinointisäännökset sisältyvät lain 2. lukuun. Lain esitöissä ja markkinatuomioistuimen perusteluissa on omaksuttu periaate, että lapsiin kohdistuvaa markkinointia arvioidaan keskimääräistä tiukemmin, koska lapset tietojensa ja elämäntekemuksensa rajoittuneisuuden vuoksi ovat tavallista alttiimpia markkinoin-

nin vaikutuksille. Myös Kansainvälisen kauppakamarin Mainonnan kansainvälisissä perussäännöissä ja Sponsoroinnin kansainvälisissä perussäännöissä on tunnustettu periaate lasten ja nuorten erityisasemasta kuluttajina.

Näiden sponsorointiohjeiden tarkoituksena on täsmentää lain säännösten ja tähänastisen ratkaisukäytännön pohjalta, miten sponsorointia voidaan koulussa toteuttaa kuluttajansuojalain markkinointisäännöksiä rikkomatta. Ohjeet eivät ole lopulliset, vaan niitä voidaan muuttaa ja täsmentää käytännön vaatimusten muuttuessa. Koulusponsoroinnissa on otettava huomioon myös kuluttaja-asiamiehen muut markkinointiohjeet, erityisesti

- Alaikäiset, markkinointi ja ostokset,
 - Valokuvaus kouluissa ja päiväkodeissa ja
 - Markkinointiarpajaiset ja -kilpailut.
- Lisäksi on syytä muistaa, että laki toimenpiteistä tupakoinnin vähentämiseksi (693/76) kieltää tupakan mainonnan ja myös sen epäsuoran mainonnan. Alkoholi-laissa (1143/94) on vastaava väkevän alkoholijuoman mainonnan kieltö. Alaikäisille ei saa mainostaa mietojakaan alkoholijuomia. Tupakan ja alkoholin mainontaa valvoo Sosiaali- ja terveydenhuollon tuotevalvontakeskus (STTV).

Yhteistyösopimuksen sitovuus

Oppivelvollisuuteen perustuva suomalainen koulutoiminta rahoitetaan verovaroin. Koulun ja yrityksen tai järjestön välinen kaupallinen sopimus ei velvoita oppilaita tai heidän vanhempiaan osallistumaan yhteistyöhön, elleivät he ole sopimuksen osapuolia. Alaikäisen oppilaan puolesta päätöksen tekee hänen holhoojansa. Kaupalliseen yhteistyöhön painostaminen on sopimatonta markkinointia.

Markkinoinnin tunnistettavuus

- Sponsoroinnin ja muun koulussa tapahtuvan markkinoinnin kaupallinen luonne on voitava tunnistaa.
- Oppilaille ja heidän vanhemmilleen on selvästi kerrottava kaupallisesta yhteistyöstä ja selvitettävä, mihin on sitouduttu.
- Opetuksessa käytettäväksi tarkoitettu kaupallisesta aineistosta on oppilaille ymmärrettävässä muodossa käytävä ilmi sen lähde ja tarkoitus tai aineiston lähde ja tarkoitus on muulla, koulun päättämällä tavalla saatettava oppilaiden tietoon ennen aineiston käyttöä opetuksessa.
- Mainonta ja muut markkinointiviestit on pidettävä erillään opetusaineistosta tai aineiston varsi-

- naisesta opetuksellisesta sisällöstä, eikä piilomainontaa tai muita markkinoinnin peiteltyjä muotoja saa käyttää.
- Jos oppilaat osallistuvat tapahtumamarkkinointiin, kaupallisiin kilpailuihin tai muihin perinteisestä mainonnasta poikkeaviin markkinointimuotoihin, oppilaille on selitettävä, mistä on kysymys. Tällaisiin tilaisuuksiin osallistumiseen on hankittava alaikäisten oppilaiden vanhempien suostumus.
 - Kaikesta kaupallisesta aineistosta on käytävä selvästi ilmi, kuka sen tuottaa tai kuka sitä sponsoroi. Sponsorin tunnistavaa logoa lukuun ottamatta sponsoroidussa aineistossa ei saa esiintyä mainoslauseita tai logoja.
- Sponsoroinnissa noudatettavat periaatteet
- Sponsorointitoimen on oltava hyvän tavan ja totuuden mukaisia.
 - Sponsoroinnissa ei saa käyttää hyväksi lasten ja nuorten pelkoa, hyväuskoisuutta, luottamusta ja kokemusten puutetta.
 - Sponsorointiaineisto tai -toimet eivät saa sisältää nimenomaista kehotusta ostaa sponsorin tavaroita tai palveluja.
 - Opettajien ja koulun arvovaltaa ei saa käyttää hyväksi siten, että oppilas tai hänen vanhempansa uskovat oppilaan joutuvan kielteisen huomion kohteeksi tai opetuksessa muita oppilaita huonompaan asemaan, jos he eivät osta tai käytä sponsorin tuotteita,
 - Oppilaille ja opettajille on sallittava myös kriittinen suhtautuminen sponsoriin tai hänen tuotteisiinsa.
- Sponsorointi ei saa rohkaista lapsia painostamaan vanhempiaan ostamaan sponsorin tuotteita.
 - Sponsorointi ei saa sisältää väitteitä, joiden mukaan jotkut tavarat tai palvelut ovat parempia tai huonompia kuin toiset, ellei näistä väitteistä ole esittää kirjallista näyttöä.
- Markkinointitoimet, joista ei ole ennalta sovittu
- Kouluihin saa lähettää vain koululle tai sen opettajille osoitettuja mainoslähetyksiä. Suoraan oppilaille ei aineistoa saa lähettää.
 - Kouluun lähetettävissä mainoksissa vain kehoitetaan pyytämään aineistoa tai osallistumaan myyntiä edistäviin toimiin.
 - Oppilaille ei saa antaa tai lähettää tuotenäytteitä ilman koulun lupaa.