

Til Sentralstyret
Kopi til Generalsekretæren, Desisjonskomiteen, Valgkomiteen og Landsstyret
Fra Rachel Corneil, Politisk nestleder
Dato 29. januar 2009
Saksnr. LS114-09/10

Samarbeid med Egmont Serieforlaget AS om Elevkalenderen

Bakgrunn

Egmont Serieforlaget AS har sendt en henvendelse til Generalsekretær med ønske om å inngå et samarbeid vedrørende Elevkalenderen 2010/2011 datert 4. desember 2009. De ønsker en enighet snarest mulig, men er inneforstått med saksbehandlingsprosessen i Elevorganisasjonen.

Nesten hvert år mottar Elevorganisasjonen henvendelser angående samarbeid om lignende prosjekter som Egmont Serieforlaget AS har presentert for oss. Tidligere lignende avtaler har vært preget av lurendreiere og brutte løfter. Avtalene har tidligere gått ut på at motparten har fått lov til å bruke Elevorganisasjonens navn opp mot skoler og samarbeidspartnere mot at Elevorganisasjonen har vært lovt penger. Disse pengene har man dessverre ikke sett noe til i etterkant.

Om Egmont Serieforlaget AS

Egmont Serieforlaget AS ble grunnlagt i 1878 og er i dag en av Nordens ledende mediekonsern for barn og ungdom

Egmont Serieforlaget AS er den største utgiveren av tegneserier i Norge, 60% av de 50 utgivelsene de har hver måned er tegneserier. I Egmonts portefolje finner man navn som Donald Duck & Co, Nemi, Ole Brumm, Bamse, Lucky Luke og Fantomet. De lager lydbøker for barn med navn som Torbjørn Egner, Anne-Cath. Vestly og Kaptein Sabeltann på merittlisten.

Egmont stiller med skreddersydde bøker og blader for bedrifter som IKEA, Flytoget, Redningsselskapet og McDonald's. Egmont står også bak nettsiden popit.no som tilbyr Chat, forum, spill, fotball- og helsesøsterseksjon for barn mellom 7 og 15 år.

Samarbeidspartnerne til Egmont er Disney, Warner, BBC og Mattel med flere.

Elevkalenderen 2010/2011

Egmont produserer hvert skoleår rundt 175 000 elevkalendere oppdelt i 17 lokale varianter med en målgruppe mellom 16 og 19 år, Kalenderen er produsert av kommersielle aktører, noen av de er nevnt ovenfor. Kalenderne blir distribuert på forskjellige måter, avhengig av skolens ønsker, oftest første skoledag etter sommerferien. Alternativene til utdeling er at lærerne deler de ut, at elevene gjør det eller at Egmont deler de ut selv.

Elevkalenderen inneholder konkurranser hvor elevene kan vinne ting som iphones og scootere og kuponger på rabatter som elevene kan bruke. Tilbudene varierer mellom de lokale variantene, men eksempler er gratis heiskort i skibakker på utvalgte datoer, gratis kaffe på 7/11, avslag på dvd hos platekompaniet osv.

Elevorganisasjonen har politikk som sier at vi er i mot reklame i lærebøker, men at det er greit i undervisningsmaterieell som ikke har en pedagogisk funksjon. Saksbehandler ser derfor ikke at politikken til Elevorganisasjonen skal være noen hindring til å gå inn i samarbeidet.

Samarbeid mellom Elevorganisasjonen og Egmont Serieforlaget AS

Egmonts serieforlaget tilbyr Elevorganisasjonen følgende:

- 2 sider redaksjonell omtale om Elevorganisasjonen
- 7 tekst-påminnere på ulike datoer hvor vi har arrangementer

Egmont tilbyr Elevorganisasjonen dette gratis og lar Elevorganisasjonen bruke det fritt i sin kommunikasjon ut mot elevene mot at Egmont kan bruke samarbeidet de da vil få med Elevorganisasjonen opp mot sine samarbeidspartnere, skoler og elevråd. Egmont tilbyr også å bidra med ulike produkter som blader, bøker, spill, sampels på diverse varer og produkter som Elevorganisasjonen kan bruke under sine arrangementer hvis det skulle være ønskelig, men dette må avtales fra gang til gang.

I følge Egmont kan vi selv utvikle sidene om Elevorganisasjonen selv, eller vi kan la Egmont gjøre det for oss, disse to sidene skal ha en verdi på 280 000 + mva.

Tekstreminderne har en verdi på 55 000 +mva, altså blir tilbudet estimert til å ha en verdi på 335 000,- + mva i følge Egmont Serieforlaget AS i henvendelsen de har sendt til oss.

På hjemmesidene til Egmont står det i motsetning at en helside i elevkalenderen er prissatt til 25 000,-, noe saksbehandler har vanskeligheter for å kunne få til å stemme, men etter å ha ringt til Egmont anonymt fikk man et svar som stemte overens med tilbudet vi har blitt tilsendt.

Reaksjoner på Elevkalenderen

Det er svært delte reaksjoner på elevkalenderen landet over. Flere fylker har produsert egne kalendere som ikke inneholder den samme graden av reklame som elevkalenderen og som inneholder informasjon om ulike undervisningsmetoder og presentasjonsformer i stedet.

De fleste elevene velger å bruke Elevkalenderen fordi de er kjent med den fra før og fordi den inneholder tilbud elevene lar seg friste og utnytte av.

Det har også vært sterke reaksjoner fra skoleledere på den utbredte reklamebruken i elevkalenderen. Det har vært tilfeller hvor rektorer har makulert kalenderne i stedet for å dele de ut til elevene. De fleste elevenes reaksjoner på dette har vært at de forstår skoleledelsens reaksjoner, men at de ikke har noe i mot reklame i skolen så lenge det ikke er i selve fagbøkene.

Punkter til diskusjon

- Er Elevorganisasjonen villige til å gå inn i et slikt samarbeid tross for tidligere erfaringer?
- Er denne avtalen tryggere enn tidligere fordi det dreier seg om en byttehandel og ikke et direkte kjøp?
- Virker Egmont Serieforlaget AS som er seriøs aktør?
- Er det et problem at elevkalenderen er så preget av reklame?
- Kan et samarbeid kunne få negative konsekvenser for Elevorganisasjonens rykte i media og ute på skolene?
- Finnes det en fare for at Elevorganisasjonens navn og rykte kan bli misbrukt av Egmont?

- Er elevkalenderen en god profileringskanal?

Forslag til vedtak

F1: Elevorganisasjonen går inn i samarbeidet om Elevkalenderen med Egmont Serieførlaget AS.

F2: Elevorganisasjonen tegner kontrakt for 1 år.

F3: Avtalen mellom Egmont Serieførlaget AS og Elevorganisasjonen skal inneholde premisser for hvor og når Egmont kan bruke Elevorganisasjonens navn.

Med vennlig hilsen

Rachel Stewart Corneil
Politisk nestleder