



UPPSALAS STUDENTNATIONER

Genom samarbete i Kuratorskonventet

Antagen av Kuratorskonventet

2013-11-13

Ändrad 2018-10-24

Senast ändrad 2021-03-24

Kuratorskonventets Marknadsföringspolicy

1. Bakgrund

Hur en nation marknadsför sig kan påverka allmänhetens bild av samtliga nationer i Uppsala. Det är därför av yttersta vikt att alla nationer följer gemensamma riktlinjer. All marknadsföring ska ske i enlighet med föreliggande marknadsföringspolicy samt Kuratorskonventets övriga policyer. Med marknadsföring avses aktiviteter som syftar till att nå ut till en offentlighet.

Syftet med denna policy är att främja en sund konkurrens mellan Uppsalas studentnationer, vad gäller såväl nationsmedlemskap som övrig verksamhet. Policyn gäller för all nationernas marknadsföring och täcker samtliga marknadsföringskanaler. Detta innefattar marknadsföring av och från all nationernas verksamhet och alla evenemang där nationerna är involverade. Nationen är ansvarig för att externa samarbetspartners informeras om policyns innehåll.¹

Kuratorskonventets uppgift är att bidra med stöd för att policyn ska kunna efterföljas av samtliga nationer. Vid överträdelse av policyn bör Curator Curatorum meddelas. Ärendet behandlas därefter i enlighet med reglemente för arbetsgång vid policybrott.

2. Om marknadsföring av medlemskap i enskild nation

Varje enskild nation får marknadsföra medlemskap enbart i sitt eget geografiska upptagningsområde, på den egna nationen och dess kanaler, i de egna nationsbostäderna samt vid välkomstmottagningar för nya studenter i Uppsala.² Sponsrade inlägg i sociala medier och övriga annonsplattformar får endast riktas till nationens eget geografiska upptagningsområde. Dessa begränsningar finns till för att främja en sund konkurrens mellan Uppsalas studentnationer.

Kuratorskonventet har ett övergripande ansvar att marknadsföra nationsmedlemskap gentemot studenter vid högre lärosäten i Uppsala.

Det är ej tillåtet att genom externa aktörer marknadsföra medlemskap utanför det egna geografiska upptagningsområdet.

3. Om alkohol i marknadsföring

“1 § Vid marknadsföring av alkoholdrycker eller alkoholdrycksliknande preparat till konsumenter ska särskild måttfullhet iakttas. Reklam- eller annan marknadsföringsåtgärd får inte vara påträngande, uppsökande eller uppmana till bruk av alkohol.”³

¹ Till exempel informera om det i kontrakt med externa samarbetspartners.

² Uplands nation äger rätt att marknadsföra sig mot Uppsalas gymnasieskolor.

³ Se kap. 7 i alkohollagen “Marknadsföring av alkoholdrycker och alkoholdrycksliknande preparat”.



UPPSALAS STUDENTNATIONER

Genom samarbete i Kuratorskonventet

Antagen av Kuratorskonventet

2013-11-13

Ändrad 2018-10-24

Senast ändrad 2021-03-24

Marknadsföring av alkohol får inte uppmana till bruk av alkohol. Nationerna får inte i sin marknadsföring utanför serveringsområdet använda värdeomdömen avseende alkohol, eller lydelse som antyder prisnivå.⁴ Om alkohol nämns i nationernas marknadsföring ska även alkoholfria alternativ lyftas i motsvarande nivå.

4. Marknadsföring av evenemang som berörs i serveringspolicyn

All marknadsföring av evenemang som regleras i serveringspolicyn ska återspegla de krav som ställs på det aktuella evenemanget. I marknadsföringen av evenemang som berörs av serveringspolicyn ska det framgå att nationskort krävs.

Nationernas 04-gasquer har en särställning inom Uppsalas studentliv och det ska tas tillvara på även i marknadsföringen av dessa. Det innebär att den traditionella gasque som ligger till grund för nyttjandet av 04-tillståndet starkt ska framhävas i varje enskild del av marknadsföringen. Detta gäller även efterföljande släpp, även när externa parter är delaktiga i marknadsföringen av befintligt 04-släpp.

5. Om nationsgemensamma marknadsföringskanaler

Uppsalas studentnationer har ett antal gemensamma kanaler som skapats och administreras av Kuratorskonventet. Dessa kanaler används för att marknadsföra nationerna till alla studenter i Uppsala. Kuratorskonventet ska ge stöd och direktiv till användarna av dessa gemensamma kanaler. Evenemang som är exklusiva för enskilda nationers medlemmar är inte tillåtna i de nationsgemensamma kanalerna, med undantag för nationernas medlemsmöten, dvs. landskap eller nationssammankomster.

5.1. Nationsguiden.se

Nationsguiden.se är en gemensam webbplats som representanter från samtliga nationer har redaktörsåtkomst till. Nationerna bör hålla nationsguiden.se uppdaterad på svenska och engelska med de evenemang, både löpande och tillfälliga, som stämmer överens med punkt 5. Nationen har rätt att självständigt besluta huruvida externa parter evenemang ska publiceras på nationsguiden.se.

5.2. Facebooksidan ”Uppsalas studentnationer”

Facebooksidan ”Uppsalas Studentnationer” är en gemensam Facebooksida som representanter från samtliga nationer har redaktörsåtkomst till. Fullständiga riktlinjer finns tillgängliga i dokumentet ”Riktlinjer för marknadsföring via Facebooksidan Uppsalas studentnationer”. Samtliga inlägg på sidan ska gå i linje med riktlinjedokumentet samt överensstämja med punkt 5. Nationernas recogasquer och vårbaler får på Facebooksidan ”Uppsalas studentnationer” endast marknadsföras av Kuratorskonventet.

⁴ Till exempel ”Goda groggar”, ”Billig öl” eller ”Stor stark 45 kr”.



UPPSALAS STUDENTNATIONER

Genom samarbete i Kuratorskonventet

Antagen av Kuratorskonventet

2013-11-13

Ändrad 2018-10-24

Senast ändrad 2021-03-24

6. Affischering

Affischering på annan nation eller i annan nations bostäder ska endast ske efter medgivande från berörd nations kuratel. Vid affischering ska hänsyn gentemot andra nationer visas. Nationerna ska i sin affischering följa regler för varje enskild anslagstavla samt de lokala ordningsföreskrifterna för Uppsala kommun gällande affischering.

7. Marknadsföringsbidrag

Nationer kan söka marknadsföringsbidrag via Kuratorskonventet. Nationerna bör informera sina ansvariga och underföreningar om möjligheten att söka detta bidrag.