

Bilag 2.3.1

**Sponsorering
og
reklamefinansiering
i
Aabenraa Kommune**

Retningslinjer for sponsorering og reklamefinansiering

1. Indledning

Aabenraa Kommune er generelt indstillet på at aftalestyrede enheder kan benytte sig af lovgivningens muligheder for at tillade reklamer på bygninger, løsøre, biler m.v. som et finansieringstilskud.

Aabenraa Kommune er endvidere indstillet på, at der skal være mulighed for at modtage direkte eller indirekte sponsorstøtte fra erhvervslivet mod eksempelvis reklameplads.

Indtægter ved reklamering på bygninger mm., som i forvejen benyttes til kommunale aktiviteter, kan bidrage til finansieringen af disse aktiviteter eller evt. andre steder i kommunen. Reklameringen kan også muliggøre, at der anskaffes biler eller udstyr, som ellers ikke ville blive anskaffet.

Der skal ved vurderingen af, hvilke produkter der reklameres for - og hvor, tages hensyn til kommunens almindelige omdømme, til æstetik og til borgernes muligheder for kun i begrænset omfang at blive præsenteret for reklamer på steder, som de ikke har mulighed for at fravælge.

Reklame:

Der er tale om salg af reklameplads når Aabenraa Kommune mod betaling reklamerer for et givent produkt eller ydelse på eksempelvis bygninger, biler, idrætshaller mv.

Kommunens bygninger, byudstyr, biler m.v.

Bygninger, udstyr m.v., som kommunen har privatretlig rådighed over. Vil typisk følge af en ejendomsret, men kan også følge af en leje- eller brugsret.

Sponsorering:

Der er tale om sponsorstøtte, når Aabenraa Kommune direkte eller indirekte modtager støtte fra erhvervslivet i form af eksempelvis undervisningsmateriale, legetøj, økonomisk støtte til arrangementet eller serviceydelser.

2. Hvad kan der reklameres for i Aabenraa Kommune?

2.1. Lovgivningens begrænsninger

Den private virksomhed, forening eller lign., der ønsker at reklamere, er undergivet en række begrænsninger og krav i lovgivningen.

Eksempler på begrænsninger:

1. Der må ikke reklameres for **tobaksvarer**

2. Markedsføring **rettet mod børn og unge** skal være udformet med særlig hensyntagen til børns og unges naturlige godtroenhed og manglende erfaring og kritiske sans, som bevirker, at de er lette at påvirke og nemme at præge. Markedsføringen må herunder ikke udnytte børns og unges loyalitetsfølelse.

Markedsføring rettet mod børn og unge skal være udformet således, at den unge målgruppe ikke er i tvivl om, at der er tale om reklame. Reklamerne skal være mere omhyggelige, præcise og realistiske end i forhold til voksne.

3. Reklamer må ikke være et udtryk for eller opfordre til direkte eller indirekte forskelsbehandling på grund af vedkommendes eller en tredjemands race eller etniske oprindelse.

Ovenstående begrænsningerne gælder for den reklamerende virksomhed. Kommunen er dog forpligtet til at påse, at virksomheden overholder lovgivningen.

Hvis kommunen bliver opmærksom på, at lovgivningen eventuelt ikke er overholdt, skal kommunen reagere.

2.2. Yderligere begrænsninger

Reklamer for alkohol og usunde føde- og drikkevarer

Reklamer for alkohol og usunde fødevarer eller for virksomheder, som primært fremstiller den type af varer, er ikke ulovlige. Aabenraa Kommune indgår imidlertid som led i sin sundhedspolitik som udgangspunkt ikke sådanne aftaler.

(Kommunens sundhedssekretariat kan være behjælpelig med at vurdere, om der er tale om usunde drikke- eller fødevarer.)

Der kan dog indgås aftaler om reklamer for alkohol eller usunde føde- eller drikkevarer på eller i idrætshaller, idrætsanlæg, svømmehaller, medborgerhuse og tilsvarende steder, der hovedsagligt anvendes til fritidsaktiviteter.

Reklamer for seksuelle ydelser eller varer

Aabenraa Kommune indgår ikke aftaler om reklamering for seksuelt betonede ydelser eller varer.

Reklamer for politiske partier og lign., arbejdsgiverorganisationer, fagforeninger og religiøse bevægelser

Aabenraa Kommune indgår ikke aftaler om reklamering for politiske partier, politiske bevægelser, valgte medlemmer eller opstillede kandidater til politiske forsamlinger, arbejdsgiverorganisationer, fagforeninger eller religiøse bevægelser.

Dog har biblioteket visse muligheder for vederlagsfri formidling af politiske holdninger, jf. pkt. 3.5.

Reklamer, som kan være skadelige for kommunens anseelse

Hvis en reklame af andre grunde kan være skadelig for Aabenraa Kommunes anseelse, indgår kommunen ikke aftale om reklamering.

Vurderingen af, hvorvidt en reklame kan anses for skadelig for kommunens omdømme, foretages af afdelingschefen. Ved tvivl forelægges den påtænkte aftale for direktøren, jf. pkt. 4

3. Hvor og hvordan kan der reklameres i Aabenraa Kommune?

3.1. Informationstavler og lign.

Informationstavler / byudstyr

Der kan reklameres på kommunale separate informationstavler, byudstyr og lign., der står på veje og andre steder i bybilledet, og som ikke har fysisk sammenhæng med kommunens bygninger eller køretøjer.

Pjecer og lign.

Pjecer og andet informationsmateriale, der primært informerer om myndighedsopgaver og lign., f.eks. om regler og procedurer for ansøgning om bestemte ydelser, om åbningstider eller muligheder for at klage, benyttes ikke til reklamer. Dog kan der eventuel ske henvisning til en leverandør af eksempelvis hjælpemidler.

Informationsmateriale om kommunen som geografisk område generelt, f.eks. om turistattraktioner, kulturelle tilbud m.v., kan anvendes til reklamer.

Kommunens hjemmeside

Kommunens hjemmeside eller kommunens andre elektroniske medier må ikke benyttes til reklame.

3.2. Skoler, institutioner, legepladser og lign.

Bygninger, som bruges til daginstitutioner, skoler eller lign.

Der kan i Aabenraa Kommune ikke indgås aftaler om opsætning af reklamer på eller i skoler eller institutioner.

Der kan dog indgås aftaler om helt eller delvist donerede legestativer og lign. udstyr, jf. nedenfor.

Der må endvidere gerne vederlagsfrit reklameres for idrætsforeninger, museer, udstillinger, messer, kulturelle arrangementer og lign., der kan bidrage til børnenes interesse for idræt, kultur, samfundsforhold, naturvidenskab og andre emner, herunder aktiviteter der har pædagogisk / undervisningsmæssig relevans.

Helt eller delvist donerede legestativer og lign på skoler og daginstitutioner.

Der kan reklameres på legestativer og lign. udstyr i daginstitutioner, skoler og på legepladser, hvis udstyret er doneret helt eller delvist af en virksomhed. Reklamen skal være nedtonet (f.eks. et mindre skilt) og må kun indeholde navnet på virksomheden og oplysning om, at denne har doneret udstyret.

Spørgsmålet om helt eller delvist donerede legestativer og lign. skal aftales med forældrene i forældrebestyrelse eller skolebestyrelse, inden der indgås aftaler herom.

Kommunale legepladser

Der indgås ikke aftale om opsætning af reklamer ud mod offentligt tilgængelige veje m.v.

Der kan indgås aftaler om helt eller delvist donerede legestativer og lign. udstyr, jf. ovenfor.

Undervisningsmaterialer m.v.

Spørgsmålet om reklamer på undervisningsmateriale og andre aktiviteter skal drøftes med forældrene i forældrebestyrelsen, inden der indgås aftaler herom. Undervisningsmidler til

skolebrug skal godkendes af skolebestyrelsen.

Indgås der en sådan aftale, skal den indeholde følgende bestemmelser (eller leve op til disse):

Betingelser ved aftaler om undervisningsmaterialer, legetøj og andre sponsorerede materialer:

§ y. [Materialet] skal i mindst muligt omfang anvende / påføres virksomhedens navn, logo, varemærke, figurer og lign.

Stk. 2. [Materialet] må ikke være ledsaget af eller indeholde reklamer og andre former for markedsføring. [Materialet] må ikke indeholde direkte eller indirekte opfordringer til børnene / de unge om at købe eller anvende bestemte produkter eller tjenesteydelser. Det gælder også opfordringer til at påvirke forældre hertil.

Stk. 3. Udtalelser i [materialet], der kan fortolkes som, at varer eller tjenesteydelser fra visse erhvervsdrivende er bedre eller dårligere, må undgås og skal som minimum kunne dokumenteres.

Stk. 4. Barnet / den unge eller forældrene må ikke kunne få det indtryk, at barnet / den unge bliver upopulær, mobbet eller på anden måde stillet i en dårligere situation end andre, hvis man ikke køber eller anvender bestemte produkter eller tjenesteydelser.

Stk. 5. Børnene / de unge, lærerne / pædagogerne og forældrene har frihed til at forholde sig kritisk til virksomheden og dens produkter.

Stk. 6. Lærerne / pædagogerne og forældre forpligtes ikke til at anvende det sponsorerede materiale.

Stk. 7. Virksomheden må i øvrigt ikke markedsføre sine produkter, herunder uddele vareprøver, over for børnene / de unge.

Betingelser ved aftaler om undervisning eller andre aktiviteter som lege, konkurrencer, rundvisninger eller lign.:

§ z. Forældre skal give samtykke til de mindre børns deltagelse i [aktiviteten], der tilbydes af virksomheden. Det gælder børn i vuggestue, børnehave, børnehaveklasse, 1. – 3. klasse, SFO, fritidshjem og dagpleje.

Stk. 2. Navn, logo, varemærke nævnes / bruges mindst muligt i forbindelse med [aktiviteten].

Stk. 3. [Aktiviteten] må ikke være ledsaget af eller indeholde reklamer og andre former for markedsføring. [Aktiviteten] må ikke indeholde direkte eller indirekte opfordringer til børnene / de unge om at købe eller anvende bestemte produkter eller tjenesteydelser. Det gælder også opfordringer til at påvirke forældre hertil.

Stk. 4. Udtalelser under [aktiviteten], der kan fortolkes som, at varer eller tjenesteydelser fra visse erhvervsdrivende er bedre eller dårligere, må undgås og skal som minimum kunne dokumenteres.

Stk. 5. Barnet / den unge eller forældrene må ikke kunne få det indtryk, at barnet / den unge bliver upopulær, mobbet eller på anden måde stillet i en dårligere situation end andre, hvis man ikke køber eller anvender virksomhedens eller andre produkter eller tjenesteydelser.

Stk. 6. Børnene / de unge, lærerne / pædagogerne og forældrene har frihed til at forholde sig kritisk til virksomheden og dennes produkter.

Stk. 7. Virksomheden må i øvrigt ikke markedsføre sine produkter, herunder uddele vareprøver, over for børnene / de unge.

3.3. Bygninger og arealer, som hovedsaglig benyttes til fritidsaktiviteter

Der indgås ikke aftale om opsætning af reklamer ud mod offentligt tilgængelige veje m.v.

Der kan dog opsættes ikke-dominerende udvendige reklamer for et konkret arrangement på bygningerne i forbindelse med arrangementets afholdelse i bygningen, i overensstemmelse med planlovgivningens / lokalplanens bestemmelser.

Der kan indgås aftale om reklamering inde i idrætshaller, svømmehaller, idrætsanlæg, medborgerhuse og tilsvarende steder, hvor borgerne ofte kommer i forbindelse med fritidsaktiviteter. Reklamerne skal have en sådan størrelse, form og placering, at de ikke bliver dominerende i forhold til det kommunale formål, disse steder tjener.

Der kan formidles prislister og kontaktoplysninger til kunstneren i forbindelse med udstillinger i kommunale bygninger.

3.4. Bygninger og udstyr, som hovedsaglig benyttes til andet end fritidsaktiviteter

Der indgås ikke aftaler om reklamer på rådhus eller bygninger, der benyttes til den kommunale administration eller andet udstyr når borgerne reelt ikke har en mulighed for at gå et andet sted hen.

Det samme gælder bygninger der anvendes til døgninstitutioner, plejehjem og lign. steder, der tjener som hjem for beboere.

Der må dog formidles prislister og kontaktoplysninger til kunstneren i forbindelse med udstillinger i kommunale bygninger.

3.5. Biblioteket

Biblioteket udfører særlige informationsopgaver efter bibliotekslovgivningen. At stille materialer til rådighed for borgerne efter denne lovgivning betragtes ikke som reklame, uanset indholdet. Plakater eller lign. opslag, som oplyser om eller reklamerer for de materialer, som stilles til rådighed, betragtes heller ikke som reklamer.

Der indgås ikke aftale om opsætning af reklamer ud mod offentligt tilgængelige veje m.v.

Der kan indgås aftaler om helt eller delvist doneret udstyr, f.eks. it-udstyr. Reklamen skal være nedtonet (f.eks. et mindre skilt) og må kun indeholde navnet på virksomheden og oplysning om, at denne har doneret udstyret.

Biblioteket kan indgå aftaler om reklamer i undervisningsmateriale og andre aktiviteter. Indgås en sådan aftale, skal den indeholde – eller leve op til – bestemmelser som dem, der er nævnt f.s.v.a. undervisningsmateriale m.v. i skoler og daginstitutioner.

Der kan indgås andre aftaler om reklamer. Reklamerne skal have en sådan størrelse, form og placering, at de ikke bliver dominerende i forhold til de formål, som biblioteket tjener. Biblioteket reklamerer dog ikke for arbejdsgiverorganisationer eller fagforeninger.

Biblioteket må vederlagsfrit sætte plakater op eller i øvrigt formidle oplysninger om idrætsforeninger, andre foreninger (også politiske), religiøse bevægelser, museer, udstillinger, messer, kurser, undervisning, kulturelle arrangementer og lign., der kan bidrage til oplysning, uddannelse og kulturel aktivitet. Oplysninger der formidles skal udvælges ud fra alsidighed, kvalitet og aktualitet. Der henvises til biblioteksloven.

3.6. Køretøjer, som benyttes til transport af borgere

Der kan indgås aftale om reklamering på køretøjer, som benyttes til transport af borgere, f.eks. busser der kører ture med plejehjemsbeboere.

Reklamerne skal have en sådan størrelse, form og placering, at de ikke bliver dominerende i forhold til det kommunale formål, disse køretøjer tjener.

Der skal derudover tages særligt hensyn til, at busserne benyttes til personbefordring, og reklamerne skal derfor nedtones, f.eks. ved placering i afgrænsede felter, og de må ikke opsættes lige ved bussens døre.

3.7. Køretøjer, udstyr og beklædning, som kun benyttes af ansatte

Køretøjer

Der kan indgås aftaler om reklamering på køretøjer, der kun benyttes af kommunens ansatte.

Reklamerne skal have en sådan størrelse, form og placering, at de ikke bliver dominerende i forhold til det kommunale formål, køretøjet tjener.

Udstyr og beklædning

Der indgås ikke aftaler om reklamer på udstyr eller beklædning, som benyttes af kommunens ansatte.

4. Hvem kan indgå reklameaftaler?

Kommunaldirektøren kan indgå reklameaftaler, der gælder for bygninger eller løsøre som ikke er tilknyttet nogen bestemt forvaltning eller afdeling i kommunen.

Direktøren for den enkelte forvaltning kan indgå reklameaftaler der bredt berører forvaltningsområdet. Eksempelvis alle hjemmeplejens biler.

Afdelingschefer kan indgå reklameaftaler omfattende de bygninger, aktiviteter eller institutioner som er underlagt den pågældende chefs område.

Afdelingscheferne kan i virksomhedsaftalen vælge at overlade det til den enkelte institution, at indgå aftaler om reklamefinansiering.

Er der en brugerbestyrelse eller lign. for den pågældende bygning eller areal eller for den aktivitet, som finder sted på stedet, skal spørgsmålet behandles i dette organ, inden der indgås aftaler om reklamering.

Afdelingschefen forelægger den påtænkte aftale for direktøren, hvis den giver anledning til tvivl. Det er især relevant, hvis den ikke er beskrevet i de retningslinier, der fremgår ovenfor, eller hvis der er tvivl om, hvorvidt aftalen kan være skadelig for kommunens omdømme.

5. Hvordan skal aftalerne om reklamering indgås?

Aftaler om reklamering skal indgås til markedspris.

Aftalerne må ikke være usaglige. Kommunen må f.eks. ikke lade en aftale om, at en virksomhed udfører arbejde for kommunen, afhænge af, om virksomheden køber reklameplads på kommunens bygninger eller løsøre.

Man skal endvidere være opmærksom på, at sponsorering fra en bestemt virksomhed ikke må medføre, at der kan sættes spørgsmålstejn ved kommunens uvildighed ved valg af en virksomhed i en eventuel udbudsrunde på et givent område.

Kommunen skal påse overholdelse af gældende lovgivning på området. Dette kan ske ved at indsætte følgende bestemmelse i kommunens reklame og sponsoraftale.

§ x. Reklamerne må ikke være i strid med markedsføringsloven eller anden lovgivning.
Stk. 2. Finder Aabenraa Kommune, at der er begrundet tvivl om, hvorvidt en konkret reklame er i overensstemmelse med lovgivningen, skal den pågældende reklame fjernes indtil tvivlen er afklaret.
Stk. 3. Sker der overtrædelser af lovgivningen i forbindelse med reklamering efter aftalen, kan aftalen opsiges af Aabenraa Kommune med øjeblikkelig varsel.

Kommunens retningslinier skal endvidere indgå som en del af vilkårene i kommunens reklame- og sponsoraftaler.

Reklameaftaler indgås typisk for 1 år ad gangen, medmindre der forinden har været indgået tilsvarende aftale, som ikke har givet anledning til problemer.

Aftalerne skal kunne opsiges med passende varsel. Typisk vil et passende varsel være 3 måneder. Dette afhænger dog af reklameaftalens omfang.

6. Økonomiske forhold

Hvis der er tale om et køretøj eller andet aktiv, som helt eller delvist finansieres ved reklamer (eller donation mod opsætning af skilt eller lign.), og som benyttes af en institution, tilhører aktivet den relevante institution/afdeling, og eventuelle indtægter tilfalder ligeledes den pågældende institution/afdeling.

Er der tale om reklameindtægter eller sponsorstøtte i forbindelse med en aktivitet, der har sammenhæng med en bestemt institution/afdeling, tilfalder indtægter den institution/afdeling, der har indgået aftale om reklame eller sponsorat.

Udgangspunktet er således, at det er den forvaltning/aftalestyrende enhed som indgår aftalen, der får et evt. provenu.

Godkendt i byrådet den 23. juni 2010, sag nr. 212

Bilaget træder i kraft dagen efter godkendelsen