

NOTAT

---

**Emne:** Retningslinier for Solrød Kommunes salg af reklamer og modtagelse af sponsorstøtte

---

**Til:** Byrådet

**Dato:** 25. februar 2010

**Sagsbeh.:** mmad

**Journalnr.:** 10/3102

---

Formålet er at fastlægge Solrød Kommunes retningslinier på området og sikre at alle – både ansatte, brugere og bestyrelser – er bekendt med muligheder og begrænsninger i forhold til salg af reklameplads og modtagelse af sponsorstøtte.

#### **Retningslinjer for reklamering**

Ved reklamering forstås i denne forbindelse en aftale om, at kommunen mod betaling stiller reklameplads til rådighed for en ekstern part f.eks. i form af reklamer på biler, bygninger, institutioner, idrætshaller osv.

Ifølge Reklameloven skal kommunen opkræve markedspris for andres reklamering på den kommunale ejendom. Markedsprisen er i lovens bemærkninger defineret som den højest opnåelige pris i handel og vandel. Kravet om markedspris skal sikre, at kommunen ikke via reklamen giver indirekte støtte til erhvervsdrivende.

Kommunen kan godt modtage fast ejendom eller løsøre som gave (vederlagsfrit) mod at disse anvendes til brug for reklamering for andre. Ydelse (gaven) og modydelse (reklameværdien) skal have et passende forhold til hinanden.

Indgåelse af reklameaftaler må ikke påvirke kommunens neutralitet i forhold til borgere, leverandører mv., og kommunen må ikke i forbindelse med indgåelse af reklameaftaler varetage usaglige hensyn. Dette indebærer f.eks., at kommunen ikke må betinge indgåelse af en aftale om f.eks. levering af mad til ældre i kommunen af, at leverandøren køber reklameplads på kommunens idrætsanlæg.

Kommunale bygninger skal signalere saglighed og neutralitet, og reklamer må aldrig kunne skabe tvivl om ejerforhold eller anvendelse.

#### **Retningslinier for sponsorater**

Ved sponsorering forstås i denne forbindelse en aftale om direkte eller indirekte støtte fra erhvervslivet i form af materialer, penge eller andet - f.eks. undervis-

ningsmaterialer, legetøj eller andre materialer, økonomisk støtte til et arrangement eller andre former for serviceydelser.

Indgåelse af sponsoraftaler må ikke påvirke kommunens neutralitet i forhold til borgere, leverandører mv., eller medføre, at der kan sættes spørgsmålstejn ved kommunens uvildighed i indkøb eller udbudsforretninger. Der bør altid foretages en kritisk vurdering af eventuelt skjult reklameværdi. Sponsorering må ikke medføre krav om modydelser udover en diskret angivelse af, hvem der har sponsoreret det pågældende aktiv. I forbindelse med modtagelsen må der dog gerne udsendes pressemeddelelser og arrangeres fejring af "overdragelse" eller lignende.

Sponsorering må ikke afføde ekstraordinære driftsudgifter for modtageren.

Undervisningsmateriale, legetøj og andre sponserede materialer til børn og unge bør i mindst muligt omfang anvende/påføres sponsors navn, logo, varemærke og lignende, og navn, logo, varemærke mv. nævnes og anvendes mindst muligt i forbindelse med undervisning og andre aktiviteter som lege, konkurrencer og lignende. Børn må ikke være levende reklamesøjler.

### **Reklamers indhold**

De almindelige kommunalretlige principper omkring neutralitet og saglighed gælder også i forhold til kommunens salg af reklameplads. Solrød Kommune vil derfor ikke reklamere for religiøse eller politiske bevægelser eller formål.

Reklamers indhold skal afspejle og understøtte kommunens gældende mål og politikker. Solrød Kommune vil ikke reklamere for sundhedsskadelige emner, såsom spiritus og tobak. Reklamer med seksuelle undertoner skal undgås.

Reklamers udformning og placering skal opfylde rimelige æstetiske krav, og sproget må ikke være stødende. Udendørs skal der tages hensyn til særlige bymæssige/arkitektoniske kvaliteter.

Købere af reklameplads, der ikke overholder Solrød Kommunes retningslinier, vil miste retten til at reklamere.

### **Kompetence**

Institutionsledere har kompetence til at indgå aftaler om sponsorater eller salg af reklameplads på institutionens område eller løsøre. Indtægterne tilfalder ubeskåret institutionens ØD-ramme.

For rådhusets afdelinger, incl. kommunens biler og maskinpark, skal alle aftaler tegnes af direktionen.

Salg af reklamer og sponsorater på idrætsområdet følger generelt Solrød Kommunes vedtagne retningslinier – dog med den undtagelse, at kommunen som støtte for den frivillige foreningsidræt gratis overdrager salgsretten og de deraf følgende indtægter til idrætsforeningerne alle steder bortset fra Solrød Idrætscenter, hvor salg af indendørs reklamer og deraf genererede indtægter er forbeholdt Idrætscenteret. Vilklårene for idrætsforeningernes reklamesalg er beskrevet i et særligt reklameregulativ, som efter indstilling fra Solrød Idræts Union godkendes i Solrød Kommunes Social-, Sundheds- og Fritidsudvalg.

Hvis efterspørgslen efter reklameplads overstiger kapaciteten, tildeles pladsen efter "først til mølle princippet".

## Kontraktvilkår

Til formålet udarbejdes en standardkontrakt, som altid skal anvendes. Kontrakten fastlægger bl.a. antallet, størrelsen og placeringen af reklamerne, og angiver kontraktperiode og opsigelsesvarsel. Kommunens retningslinier for salg af reklamer og modtagelse af sponsorstøtte skal afspejles i kontrakten.

## Lovgrundlag

**Lov nr. 490 om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre** (Reklameloven) trådte i kraft den 1. juli 2006.

Formålet med reklameloven er at give kommunerne og regionerne adgang til supplerende finansiering af de opgaver, som kommunerne og regionerne varetager, under hensyntagen til den neutralitet og saglighed, der gælder for en offentlig myndighed.

Loven giver adgang til opsætning af reklamer på alle kommunens faste aktiver såsom bygninger, grunde, køretøjer, inventar mv. Elektroniske medier, f.eks. kommunens hjemmeside og intranet, er derimod ikke omfattet. Reklamering kan ske på fast ejendom og løsøre, som er ejet af kommunen, men ligeledes på lejet/leased ejendom og løsøre. Reklamering er tilladt både ud- og indvendigt.

Loven finder ikke anvendelse på institutioner, selskaber, mv., som er organiseret på privatretligt grundlag - f.eks. selvejende institutioner, som kommunen har driftsoverenskomst med.

Kommunen bestemmer selv i hvilket omfang, den vil anvende reklamer.

Der er ingen beløbsmæssige begrænsninger på kommuners reklameindtægter.

Reklame- og sponsorindtægter administreres af kommunen efter egne beslutninger.

Loven indskrænker ikke den allerede tilladte reklamering, såsom

- Reklameplads på bander i idrætsanlæg.
- Reklamering på offentlige veje.
- Trafikselskabers ret til reklamering på busser.

## Lovmæssige begrænsninger af reklamering

Kommunen har pligt til at sikre, at reklamerne overholder gældende love, herunder markedsføringslovens regler. Kommunen kan til enhver tid opsig en kontrakt med ulovlig markedsføring.

Markedsføringsloven kræver, at der ikke må anvendes urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde budskaber. Budskaber må ikke krænke forbrugere eller andre erhvervsdrivende f.eks. på grund af privatliv, race, religion eller politisk holdning. En reklame skal fremstå således, at den klart vil blive opfattet som en reklame uanset dens form og uanset i hvilket medium, den bringes. Skjulte reklamer er ikke lovlige.

Markedsføring rettet mod børn og unge skal være udformet med særlig hensyntagen til børns og unges naturlige godtroenhed og manglende erfaring, som bevirker, at de er lette at påvirke. Markedsføring rettet mod børn og unge må ikke direkte eller indirekte opfordre til vold, anvendelse af rusmidler eller anden farlig eller hensynsløs adfærd, og må ikke på utilbørlig måde benytte sig af vold, frygt eller overtro som virkemidler.

Udover markedsføringsloven kan der være særlige love, der begrænser reklameringsretten f.eks.

- Lov om forbud mod tobaksreklamer.
- Lov om etnisk ligestilling, hvorefter ingen må udsættes for direkte eller indirekte forskelsbehandling på grund af race eller etnisk oprindelse.
- Lov om naturbeskyttelse, hvorefter det er forbudt at reklamere i åbent land. Dog gives der i *Bekendtgørelse 1328 fra 2006 om opsætning af mindre oplysningsskilte, skilte i erhvervsområder og reklamer på idrætsanlæg mv.* undtagelser fra loven om naturbeskyttelse)

Herudover kan der i færdselsloven, vejloven og planloven samt i lokalplaner, byplanvedtægter eller lignende være fastsat bestemmelser om opsætning af skilte mv.