

## Reklame- og Sponsorpolitik for Furesø Kommune

### 1. Formål

Furesø Kommunes Reklame- og Sponsorpolitik er med til at sikre:

- At Furesø Kommune benytter mulighederne for supplerende finansiering af kommunens opgaver via reklamering og sponsorer
- At ansatte, brugere og bestyrelser er bekendt med muligheder og begrænsninger i forhold til salg af reklamepladser og modtagelse af sponsorstøtte.
- At der er generel viden om, hvordan man skal agere i forhold til salg af reklamepladser og modtagelse af sponsorstøtte, særligt i form af moralske og etiske hensyn.

Kommunens reklame- og sponsorpolitik tager afsæt i lov om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre - herefter kaldt reklameloven. Loven giver kommuner samme adgang som private virksomheder til at anvende fast ejendom og løsøre til salg af reklamepladser for andre. Formålet med loven er at give kommunalbestyrelser bredere adgang til supplerende finansiering af de opgaver, kommuner i forvejen varetager, når dette sker under hensyntagen til den neutralitet og saglighed, der bør gælde for kommuners og regioners opgavevaretagelse.

Reklameloven finder ikke anvendelse på institutioner, selskaber, m.v., som er organiseret på privatretligt grundlag, eksempelvis selvejende institutioner, som kommunen har driftsoverenskomst med. Furesø Kommune ønsker dog, at de selvejende institutioner gennem driftsoverenskomsten tilpligtes at følge kommunens reklame- og sponsorpolitik.

I kapitel 2 beskrives, hvilke retningslinjer der gælder for kommunens forvaltninger og institutioner, når de skal indgå aftaler med private virksomheder eller lignende om salg af reklameplads på kommunens faste ejendomme og løsøre samt om modtagelse af sponsorstøtte.

Kapitel 3 indeholder en kort gennemgang af de lovmæssige rammer.

### Definitioner

#### Salg af reklamepladser

Der er tale om salg af reklamepladser, når Furesø Kommune mod betaling reklamerer, for et givent produkt eller ydelse. Det kan eksempelvis være i form af

- reklamer på bygninger
- reklamer på biler
- reklamer i institutioner, idrætshaller m.v.

### *Sponsorstøtte*

Der er tale om sponsorstøtte, når Furesø Kommune direkte eller indirekte modtager støtte fra erhvervslivet i form af materialer, penge eller andet. Det kan eksempelvis være i form af:

- Undervisningsmaterialer, legetøj eller andre materialer
- Økonomisk støtte til konkrete arrangementer
- Serviceydelser (underholdning, undervisning med videre)

### *2. Retningslinier for salg af reklamepladser og modtagelse af sponsorstøtte*

Furesø Kommune har et ønske om at sælge reklameplads og modtage sponsorstøtte inden for rammerne af reklameloven, og således at reklamering og sponsorering er etisk i overensstemmelse med kommunens målsætning. Kommunen har derfor opstillet følgende retningslinier for salg af reklamepladser og modtagelse af sponsorstøtte i kommunen:

#### *Neutralitet og saglighed*

Furesø Kommune er neutral og saglig i den måde, kommunen varetager sine opgaver på. Indgåelse af reklame- og sponsoraftaler sker med respekt for kommunens neutralitet i forhold til borgere, leverandører m.v. og varetagelse af saglige hensyn.

Furesø Kommune reklamer derfor ikke eller indgår aftaler om sponsorstøtte med følgende og tilsvarende organisationer:

- Politiske partier og bevægelser og hertil valgte medlemmer eller opstillede kandidater
- Arbejdsgiverorganisationer
- Fagforeninger
- Religiøse bevægelser

Brug af materiale i undervisningsøjemed udarbejdet af ovenstående betragtes ikke som reklame eller sponsorstøtte.

Kommunen er særlig opmærksom ved markedsføring, der retter sig mod børn og unge, der som udgangspunkt er letpåvirkelige.

Såfremt Furesø Kommunes logo, navn eller andet fremgår af kommunens løsøre, skal dette respekteres ved salg af reklameplads eller sponsorstøtte.

#### *Salg af reklamepladser*

Furesø Kommune handler økonomisk ansvarligt og inden for gældende lovgivning. Kommunen agerer ligeledes inden for rammerne af kommunens vedtagne politikker, eksempelvis kommunens indkøbspolitik og sundhedspolitik. Dette gælder også ved kommunens salg af reklamepladser.

Furesø Kommune opkræver markedsprisen, når der indgås reklameaftaler. Markedsprisen er defineret som den højest opnåelige pris i handel og vandel. Kravet om markedspris sikrer, at kommunen ikke via reklamer giver indirekte støtte til erhvervsdrivende. Krav om markedspris gælder ikke, hvis der i særlovgivningen er beskrevet hvilken pris, kommunen skal tage.

Kommunen kan vederlagsfrit modtage fast ejendom eller løsøre som gave, mod at disse kan anvendes til brug for reklamepladser for andre. Ydelse (gaven) og modydelse (reklameværdien) skal dog stå i et passende forhold til hinanden.

### *Reklamers placering*

Furesø Kommune tillader reklamering på kommunens ejendomme og løsøre, og de objekter, der kan anvendes til reklamering er mange. Der kan derfor ikke opstilles en udtømmende liste over, hvilke ejendomme og løsøre, der kan anvendes til reklamering, men som eksempler kan nævnes:

- Kommunens løsøre, eksempelvis den kommunale bilpark, genoptræningscentres udstyr, kommunalt opstillede skraldespande m.v.
- Udvendigt på kommunens faste ejendomme
- Indvendigt i kommunens faste ejendomme
- Ansattes beklædning, eksempelvis hjemmeplejens uniformer

En reklame skal fremstå således, at den klart bliver opfattet som en reklame, uanset form og valg af objekt.

Opsætning af udendørs reklamer sker under hensyntagen til særlige bymæssige eller arkitektoniske kvaliteter. Opsætning af indendørs reklamer sker under hensyntagen til de målgrupper, der dagligt anvender lokaliteterne. Ved anvendelse af ansattes beklædning til salg af reklamepladser, fremhæves ansættelsesforholdet i Furesø Kommune, så medarbejderens tilhørsforhold fremgår tydeligt.

Der er ikke mulighed for at sælge reklameplads på kommunens hjemmesider.

### *Reklamers indhold*

Furesø Kommune er åben over for reklamering og sponsering af mange forskellige typer produkter.

Kommunen ønsker dog ikke at reklame for sundhedsskadelige produkter eller produkter der kan medvirke til en usund livsstil, eksempelvis tobak, alkohol, sukkerholdige læskedrikke og slik.

Endvidere ønsker kommunen ikke reklamer med sprogbrug og signaler, der kan virke stødende.

#### *Modtagelse af sponsorstøtte*

Furesø Kommune er åben over for at indgå sponsoraftaler.

Indgåelse af aftaler om sponsorstøtte indgås på en måde, så kommunen bevarer sit uafhængighedsforhold til sponsoren. Eventuelle brugerbestyrelser inddrages i processen. Furesø Kommune tillader en diskret angivelse af, hvem der har sponsoreret det pågældende aktiv.

Markedsføring i form af ophængning af plakater, brug af reklamestreamere, fremlæggelse af brochurer og uddeling af vareprøver er tilladt efter indhentet tilladelse fra Furesø Kommune.

Sponserede materialer, som eksempelvis undervisningsmateriale og legetøj, til børn og unge bør i mindst muligt omfang anvendes til sponsorstøtte, herunder påføres sponsors navn, logo, varemærke, figurer og lignende. Tilsvarende bør navn, logo, varemærke m.v. nævnes og anvendes mindst muligt i forbindelse med undervisning og andre aktiviteter som lege, konkurrencer og lignende i forhold til børn og unge. Særligt for skole og dagtilbudsområdet henvises til forbrugerombudsmandens vejledning fra 2006 – ”Børn, unge og markedsføring”, som kan læses på dette link <http://www.forbrug.dk/forbrugerombudsmanden/sager-og-retningslinjer/retningslinjer/retningslinjer/brnogunge/>

#### *Kontraktvilkår*

Kommunens reklame- og sponsorpolitik afspejles i kontraktvilkårene, det være sig vilkårene for sponsering, reklamering, reklamernes indhold m.v.

Furesø Kommune indgår skriftlige aftaler med køberne af reklamepladsen, der omfatter antallet, størrelsen og placeringen af reklamerne, samt længden af perioden der reklameres.

Hvis efterspørgslen af reklameplads overstiger kapaciteten, tildeles pladsen efter ”først til mølle-princippet”.

Ved indgåelse af aftaler om institutioners salg af reklamepladser og sponsorstøtte inddrager institutionens ledelse bestyrelsen i processen. By-, Erhvervs- og Naturforvaltningen godkender forvaltningers og institutioners eventuelle salg af reklameplads udvendigt på kommunens faste ejendomme.

Furesø Kommune har udarbejdet en standardkontrakt, som skal anvendes af forvaltninger og institutioner i forbindelse med indgåelse af aftaler om salg af reklameplads og sponsorstøtte. ( *udarbejdes efteråret 2009*)

### *Kompetencen*

Nærmere retningslinier for salg af reklameplads og sponsering for de enkelte fagområder forelægges det relevante fagudvalg og økonomiudvalg til godkendelse. Konkrete sager om salg af reklameplads og sponsering forelægges det relevante fagudvalg og økonomiudvalg til godkendelse.. Er der tale om salg af reklameplads og sponsering i en institution eller andre decentrale enheder, træffes beslutningen af det ansvarlige fagudvalg og økonomiudvalg efter indstilling fra brugerbestyrelsen.

### *Reklame og sponsorindtægt*

Indtægter som led i reklame- eller sponsorvirksomhed tilfalder den eller de forvaltninger/institutioner, der har medvirket til at tilvejebringe indtægten.

Bevillingsmæssigt lægges indtægten på hovedkonto 6 under økonomiudvalget. Der foretages en årlig fordeling af indtægterne på de institutioner/forvaltninger, der har oppebåret indtægten.

### *3. De lovgivningsmæssige rammer*

#### *Lovens muligheder*

Reklameloven angiver følgende muligheder for kommuner og regioners reklamering:

Der er ingen beløbsmæssige begrænsninger på kommunens reklameindtægter

- Der er ingen krav om, hvad indtægten skal bruges til
- Indtægter ved reklamering eller sponsering kan skaffe kommunen supplerende finansiering af sine opgaver, forhøjelse af serviceniveau eller andet
- Der kan reklamers både ved obligatoriske opgaver og ved valgfrie opgaver
- Der er ingen begrænsninger i loven på, hvilke faste ejendomme, køretøjer eller andet løsøre, kommunen kan bruge som reklameplads
- Loven indskrænker ikke de rettigheder, kommunen allerede har til reklamering, som for eksempel
  - Reklamepladser på bander i idrætsanlæg (kommunalfuldmagtsreglerne)
  - Reklamering på offentlige veje (Vejloven § 102)
  - Trafikselskabers ret til reklamering på busser (Trafikselskabslovens § 3)

#### *Hvor og på hvad må der reklameres?*

Reklameloven giver kommunen mulighed for at anvende fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre. Fast ejendom og løsøre omfatter alle fysiske aktiver såsom bygninger (indvendigt og udvendigt), grunde, køretøjer, inventar, legepladser, hjælpemidler, kontorudstyr, IT-udstyr, beklædning m.v. Kommunens elektroniske medier er ikke omfattet af reklameloven.

Anvendelse af fast ejendom og løsøre til reklamering forudsætter, at kommunen har privatretlig adgang til at anvende disse til reklamering. Eksempler på dette er:

- Anlægget ejes af kommunen, og der foreligger ikke begrænsninger i kommunens anvendelse af anlægget
- Anlægget drives af private på kommunens vegne, og det er aftalt, at kommunen har adgang til at sælge reklameplads på anlægget
- Anlægget ejes privat, men drives af kommunen.

#### *Hvordan og for hvad må det reklameres?*

Reklamering skal være i overensstemmelse med markedsføringsloven og anden lovgivning. Endvidere fremgår det af bemærkningerne til reklameloven, at der ved valg af reklamering skal tages hensyn til den neutralitet og saglighed, som bør gælde for kommunens opgavevaretagelse.

#### *Markedsføringsloven*

Kommunen har pligt til at sikre, at reklamen overholder markedsføringslovens regler, selv om det er private reklamer, kommunen sælger reklameplads til. Kommunen skal derfor sikre sig kontraktretsligt, at den private ikke overtræder markedsføringsloven, således at kommunen kan opsige en kontrakt med ulovlig markedsføring. Kommunen har alligevel pligt til at sikre, at reklamen er lovlig.

Markedsføringsloven nævner en række begrænsninger, eksempelvis:

- Det må ikke anvendes urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde budskaber
- Budskaber må ikke være utilbørlige over for andre
- En reklame skal fremstå således, at den klart vil blive opfattet som en reklame uanset dens form og uanset i hvilket medie, den bringes

I forhold til reklamer eller sponsorering henvendt mod børn nævner markedsføringsloven følgende:

- Markedsføring rettet mod børn og unge skal være udformet med særlig hensyntagen til børns og unges naturlige godtroenhed, manglende erfaring og kritiske sans, som bevirker, at de er lette at påvirke og nemme at præge
- Markedsføring mod børn og unge må ikke direkte eller indirekte opfordre til vold, anvendelse af rusmidler, herunder alkohol, eller anden farlig eller hensynsløs adfærd eller på utilbørlig måde benytte sig af vold, frygt eller overtro som virkemidler
- Markedsføring må ikke uden pædagogisk, samfundsmæssig eller anden saglig begrundelse indeholde en afbildning eller beskrivelser af farlige situationer eller af situationer, der tilsidesætter almindelig sikkerhed

#### *Anden lovgivning*

Øvrig lovgivning, som kommunen skal være opmærksom på, kan være lovgivning, der indeholder forbud mod reklamering af bestemt indhold, angivelse af, at reklamering skal ske på en bestemt måde, samt lovgivning med krav om tilladelse til reklamering. Det kan eksempelvis være:

- Lov om etnisk ligestilling, hvorefter ingen må udsættes for direkte eller indirekte forskelsbehandling pga. race eller etnisk oprindelse
- Lov om forbud mod tobaksreklamer
- Lov om naturbeskyttelse, hvorefter det er forbudt at reklamere i åbent land
- Byggeloven
- Lov om bygningsfredning
- Færdselsloven
- Planloven
- Vejloven