



Fanø Kommune

2009

Reklame- og sponserpolitik



Godkendt af Fanø Byråd

Fanø Kommune

5/10-2009

Indhold

Indledning	3
Retningslinjer for salg af reklamepladser og modtagelse af sponsorstøtte	4
Bilag 1. De lovmæssige rammer	7
Reklameloven	7
Reklamelovens muligheder	7
Rammer for reklamering	8



Indledning

Den 7. juni 2006 vedtog folketinget lov om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre – "Reklameloven". Formålet med Reklameloven er at give kommuner og regioner samme adgang som private virksomheder til at anvende fastejendom og løsøre til salg af reklamepladser, herunder give kommuner og regioner et bredere råderum for lokale beslutninger og undgå detailregulering.

Loven finder også anvendelse for kommunale fællesskaber jævnfør § 60 i Kommunestyrelsesloven. Loven gælder derimod ikke for institutioner, selskaber mv., som er organiseret på privatretligt grundlag, eksempelvis selvejende institutioner, som kommunen har driftsoverenskomst med.

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

- At ansatte, brugere og bestyrelser er bekendt med muligheder og begrænsninger i forhold til salg af reklamepladser og modtagelse af sponsorstøtte.
- At der er en generel viden om, hvordan man skal agere i forhold til salg af reklamepladser og modtagelse af sponsorstøtte, blandt andet i form af moralske og etiske hensyn.

Definitioner

Salg af reklamepladser

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

- Reklamer på bygninger
- Reklamer på biler
- Reklamer i institutioner, idrætshaller mv.

Sponsorstøtte

Der er tale om sponsorstøtte, når Fanø 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
- Økonomisk støtte til opførelsen eller indretning af nye lokaler/bygninger, mv.
- Serviceydelser (underholdning, undervisning med videre).

Retningslinjer for salg af reklamepladser og modtagelse af sponsorstøtte

Fanø Kommune har opstillet følgende retningslinjer for salg af reklamepladser og modtagelse af sponsorstøtte i kommunen:

Neutralitetskodeks

Fanø Kommune skal agere neutralt og sagligt i opgavevaretagelsen. Der må derfor ikke reklameres for eller indgås aftaler om sponsorstøtte med religiøse eller politiske organisationer, eksempelvis:

- 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 skal være særlig opmærksom ved markedsføring, der retter sig mod børn og unge, fordi børn og unge som udgangspunkt er let påvirkelige og mangler erfaring og kritisk sans.

Fremgår Fanø Kommunes logo, navn med videre på løsøre, kan dette ikke tilsidesættes med henblik på salg af reklameplads eller sponsorstøtte.

Salg af reklamepladser

Ved salg af reklamepladser har kommunen en generel pligt til at handle økonomisk ansvarligt, samt indenfor gældende lovgivning for indkøb og kommunens politik for konkurrenceudsættelse.

Ifølge reklameloven skal kommunen opkræve markedsprisen, når der indgås reklameaftaler. Kommunen er derfor forpligtet til at udfolde rimelige bestræbelser, når markedsprisen skal fastsættes. Markedsprisen er defineret som den højst opnåelige pris i handel og vandel. Kravet om markedspris skal sikre, at kommunen ikke via reklamen giver indirekte støtte til erhvervsdrivende. Krav om markedspris gælder ikke, hvis der i særlovgivningen er beskrevet hvilken pris, kommunen skal tage, for eksempel ved trafikselskabsloven og lov om offentlig vej §102, hvor det er særligt reguleret til hvilken pris, reklamen skal sælges.

Retningslinjer for salg af reklamepladser og modtagelse af sponsorstøtte

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

Reklamers placering

En reklame skal fremstå således, at den klart bliver opfattet som en reklame, uanset form og valg af objekt. I Fanø Kommune kan der reklameres på følgende objekter:

- Kommunes løsøre, eksempelvis på den kommunale bilpark
- Busskure (når vejlovens §102 overholdes)
- Udvendigt på kommunens faste ejendomme
- Indvendigt i kommunens faste ejendomme
- Ansattes beklædning

Opsætning af udendørs reklamer skal ske under hensyntagen til særlige bymæssige og arkitektoniske kvaliteter. Opsætning af indendørs reklamer skal ske under hensyntagen til de målgrupper, der dagligt anvender lokaliteterne. Ved anvendelse af ansattes beklædning til salg af reklamepladser, skal ansættelsesforholdet i Fanø Kommune fremhæves tydeligt, så der ikke kan forekomme tvivl om medarbejdernes tilhørsforhold.

Der er **ikke** mulighed for salg af reklamer på kommunens hjemmesider.

Reklamers indhold

Der må ikke reklameres for sundhedsskadelige produkter eller produkter, kan medvirke til en usund livsstil, eksempelvis tobak, alkohol, sukkerholdige læskedrikke og slik.

Der må ikke opsættes reklamer, der kan virke anstødelige, eksempelvis seksuelt betonede reklamer.

Modtagelse af sponsorstøtte

Aftaler om sponsorstøtte kan indgås i det omfang, der ikke opstår et afhængighedsforhold til sponsoren. Eventuelle brugerbestyrelser skal inddrages i processen. En sponsor må ikke have afgørende indflydelse på afvikling af og planlægning af en aktivitet eller navn på aktiviteten.

Retningslinjer for salg af reklamepladser og modtagelse af sponsorstøtte

Ophængning af plakater, brug af reklamestreamere, fremlæggelse af brochurer eller uddeling af vareprøver og smagsprøver er tilladt.

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 med videre 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 dagstilbudsområdet henvises til Forbrugerombudsmandens vejledning fra 2006 – "Børn, unge og markedsføring".

Kontraktvilkår

I forbindelse med salg af reklameplads og modtagelse af sponsorstøtte i Fanø Kommune skal der altid foreligge en skriftlig aftale. Der er derfor udarbejdet en standardkontrakt, som kan anvendes af centre og institutioner i forbindelse med indgåelse af aftaler om salg af reklameplads og sponsorstøtte.

Ved indgåelse af aftaler om institutioners salg af reklameplads og sponsorstøtte skal institutionernes ledelse inddrage bestyrelsen i processen. Fanø Kommunes tekniske afdeling skal godkende centre og institutioners eventuelle salg af reklameplads udvendigt på kommunens faste ejendomme.

Reklame- eller sponsorindtægt

Indtægter som led i reklame- eller sponsorvirksomhed tilfalder den eller de institutioner/centre, der har medvirket til tilvejebringelsen af indtægten. ("Standardkontrakten" indeholder retningslinjer for kompetence og praksis). Indtægtsdækket virksomhed bogføres i kommunens økonomisystem og skal være identificerbar.

Bilag 1

De lovmæssige rammer

Reklameloven

§ 1. Denne lov gælder for kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre, medmindre andet er bestemt i anden lovgivning.

§ 2. Kommunalbestyrelser og regionsråd kan anvende fast ejendom og løsøre til brug for reklamering* for andre, såfremt reklamering er i overensstemmelse med markedsføringsloven og anden lovgivning.

§ 3. Kommunalbestyrelser og regionsråd skal opkræve markedspris for ydelser omfattet af § 2.

§ 4. Loven træder i kraft den 1. juli 2006.

§ 5. Loven finder anvendelse for amtskommuner frem til den 1. februar 2007.

§ 6. Love finder anvendelse på kommunalbestyrelses og amtsråds aftaler omfattet § 2, der er indgået inden denne lovs ikrafttræden, og som ikke er omfattet af anden lovgivning.

Reklamelovens muligheder

Reklameloven angiver følgende muligheder for kommuner og regioners reklamering:

- > Der er ingen beløbsmæssige begrænsninger på kommunens reklameindtægter
- > Der er ingen krav om, hvad indtægterne skal bruges til
- > Indtægter ved reklamering eller sponsering kan skaffe kommunen supplerende finansiering af sine opgaver, forhøjelser af serviceniveau, udviklingstiltag eller andet.
- > Der kan reklameres 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 (Trafikselskabsloven § 3)

* Ifølge loven forstås der følgende ved reklamering: Enhver form for kommunikation til en ubestemt flerhed af personer med det formål at gøre opmærksom på et produkt eller en tjenesteydelse for at få folk til at købe det pågældende produkt eller tjenesteydelse. Enhver form for reklame for et produkt eller en ydelse er således omfattet.

Rammer for reklamering

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 aktiviteter såsom bygninger (indvendigt og udvendigt), grunde, køretøjer, inventar, hjælpemidler, kontorudstyr, It-udstyr, beklædning mv. Kommunens elektroniske medier er ikke omfattet af reklameloven.

Anvendelse af fast ejendom og løsøre til reklamering forudsætter, at kommunen har privatretlig adkomst til at anvende disse til reklamering. Eksempler herpå 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 der reklameres?

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

Markedsføringsloven

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

Markedsføringsloven nævner en række begrænsninger, eksempelvis:

- > Der må ikke anvendes urigtige, vildledende eller urimelige 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 sponsering henvendt mod børn nævner markedsføringsloven følgende:

- > Markedsføringen rettet mod børn og unge skal være udformet med særlig hensyntagen til børn og unges naturlige godtroenhed, manglende erfaring og kritiske sans, som bevirker, at de er lette at påvirke og nemme at præge.
- > Markedsføring rettet 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
- > Markedsføringen må ikke uden pædagogisk, samfundsmæssig eller anden saglig begrundelse indeholde 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.

