



## Principper for salg af reklameplads og modtagelse af sponsorstøtte i Ballerup Kommune

### Indledning

Principperne for salg af reklameplads og modtagelse af sponsorstøtte i Ballerup Kommune tager afsæt i lov nr. 490 om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre (reklameloven).

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

Kommunen har dermed mulighed for at indgå aftaler med en ekstern part om, at kommunen imod betaling tillader opsætning af reklamer på kommunens faste aktiver såsom bygninger, grunde, køretøjer, inventar mv. Reklamering er tilladt både ud- og indvendigt.

Elektroniske medier er ikke omfattet, dvs. der kan ikke indgås aftaler om reklamering på kommunens hjemmeside og intranet.

Ved indgåelse af reklameaftaler skal kommunen overholde markedsføringslovens og anden relevant lovgivning. Kommunen har således pligt til at sikre, at reklamerne til enhver tid overholder gældende love, herunder markedsføringslovens regler.

Der er ikke særlige regler i lovgivningen om indgåelse af sponsoraftaler, men kommunen skal til enhver tid overholde de almindelige offentligretlige principper om neutralitet og saglighed.

## Formål

Formålet med kommunalbestyrelsens principper for salg af reklamepladser og modtagelse af sponsorstøtte er at sikre at salg af reklamepladser og modtagelse af sponsorstøtte sker indenfor de rammer Kommunalbestyrelsen kan acceptere.

## Politisk målsætning

Ballerup Kommune er positivt indstillet overfor salg af reklamepladser og modtagelse af sponsorstøtte. Salg af reklamepladser og modtagelse af sponsorstøtte forudsætter dog:

At kommunens neutralitet og saglighed derved aldrig kan drages i tvivl.

At reklamering og sponsorater til enhver tid er i overensstemmelse med kommunens værdigrundlag og etik.

At reklamering sker på under behørig hensyntagen til det visuelle byrum.

At reklamering og sponsorater ikke må virke dominerende eller forstyrrende i forhold til Ballerup Kommunes identitet eller funktioner.

## Principper for indgåelse af aftaler om reklameplads eller sponsorater

### **Definitioner**

Der er tale om salg af reklamepladser, når kommunen mod betaling reklamerer for et givent produkt, en virksomhed, ydelse eller begivenhed.

Der er tale om sponsorstøtte, når kommunen direkte eller indirekte modtager støtte fra erhvervslivet i form af materialer til undervisning, legetøj, penge eller andet. Det kan eksempelvis være i form af undervisningsmaterialer, legetøj eller andet materiale, økonomisk støtte til konkrete arrangementer, serviceydelse, herunder underholdning, undervisning m.v.

Sponsoraftaler med sportsklubber og bandereklamer på idrætsanlæg berøres ikke af reklameloven. Opsætning af reklamer på vejarealer er heller ikke omfattet.

### **Reklamers og sponsoraftalers indhold**

Indgåelse af reklameaftaler og sponsoraftaler skal ske med respekt for Ballerup Kommunes neutralitet i forhold til borgere, leverandører og varetagelse af saglige hensyn.

Ballerup Kommune indgår derfor ikke reklame- og sponsoraftaler, der direkte eller indirekte reklamerer for:

- politiske partier eller bevægelser
- religiøse bevægelser
- arbejdsgiverorganisationer
- fagforeninger

En reklame skal fremstå således, at den klart bliver opfattet som en reklame uanset form og indhold og må ikke skabe forvirring om identitet og funktion for den kommunale bygning eller det løse, hvorpå der er opsat reklamer.

Ballerup Kommune ønsker ikke at indgå reklame- eller sponsoraftaler vedrørende produkter, virksomheder, begivenheder m.v., som Ballerup Kommune ikke kan stå inde for, eller som kan opfattes som værende i strid med Ballerup Kommunes politikker eller værdigrundlag.

Kommunen ønsker derfor ikke at indgå aftale om reklamering for sundhedsskadelige produkter eller produkter, der kan medvirke til en usund livsstil, eksempelvis tobak, alkohol, sukkerholdige læskedrikke og slik.

### **Markedsføringslovens regler**

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.

### **Anden lovgivning**

Øvrig lovgivning som kan medføre begrænsninger og forbud mod reklamering eller kræve tilladelse til reklamering (ikke udtømmende):

- Lov om etnisk ligebehandling, hvorefter ingen må udsættes for direkte eller indirekte forskelsbehandling pga race eller etnisk oprindelse
- Lov om forbud mod tobaksreklamer
- Naturbeskyttelsesloven
- Byggeloven
- Lov om bygningsfredning
- Færdselsloven
- Planloven
- Vejloven

### **Reklamers placering**

Ballerup Kommunen tillader som udgangspunkt reklamering både på kommunens ejendomme indvendigt og udvendigt og løse, herunder f.eks. bilpark, udstyr, skraldespande, dog ikke ansattes beklædning/uniformer.

Opsætning af udendørs reklamer kan ske under hensyntagen til gældende plangrundlag herunder skiltepolitik, og til særlige bymæssige, bygningsmæssige og arkitektoniske kvaliteter.

Opsætning af indendørs reklamer kan ske under hensyntagen til de målgrupper, der dagligt anvender lokaliteterne og skal til enhver tid underordnes lokalitetens primære anvendelse.

Reklamer skal med hensyn til størrelse og placering være klart underordnet i forhold til kommunens logo eller andre identitetsmærker.

Kommunen ønsker som udgangspunkt ikke reklamer eller sponsormærker på ansattes tøj.

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

### ***Modtagelse af sponsorstøtte***

Aftaler om sponsorstøtte må på ingen måde påvirke kommunens uafhængighedsforhold til sponsoren eller medføre, at der kan sættes spørgsmålstejn ved kommunens uvildighed i indkøb eller udbudsforretninger.

Sponsorering må ikke medføre krav om modydelse og må ikke afføde ekstraordinære driftsudgifter for modtageren. Kommunen tillader dog en diskret angivelse af, hvem der har sponsoreret det pågældende aktiv, arrangement e.l.

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.

### ***Kontraktvilkår***

Ballerup Kommune indgår skriftlige aftaler med køberne af reklameplads og om sponsorstøtte, hvorved de nærmere vilkår aftales.

Prisen for reklamepladser er markedsprisen, det vil sige den højest opnåelige pris i handel og vandel. Kravet om markedspris skal sikre, at kommunen ikke via reklamen giver indirekte støtte til erhvervsdrivende.

Reklamepladser sælges efter først til mølle princippet eller efter udbud, hvor det giver mening.

### ***Kompetencen***

Konkrete sager om salg af reklameplads og sponsorering forelægges det relevante fagudvalg og økonomiudvalget, eventuelt kommunalbestyrelsen, medmindre der er tale om mindre sponsorater.

## **Nærmere retningslinjer**

Administrationen udarbejder de nærmere retningslinjer for aftaler om salg af reklamepladser og sponsorstøtte.

Godkendt af Kommunalbestyrelsen den 31. marts 2014