

NOTAT



Billund
kommune

Reklamepolitik

Dato: 19. februar 2015

Retningslinjer for sponsorering og reklamefinansiering

Byrådssekretariat

Sagsbehandler:
Katja K. Hartvig

Tlf. 79727480

KKH@billund.dk

Denne politik er vedtaget af Billund Kommunes byråd den 24. februar 2015. Den indeholder retningslinjer for hvad der kan reklameres for, hvor der må reklameres, hvem der må indgå reklameaftaler samt hvordan reklameaftaler indgås og opsiges.

Journalnr.:

13/16520

Indhold

1. Indledning	2
2. Hvad kan der reklameres for i Billund Kommune?	2
2.1. Lovgivningens begrænsninger	2
2.2. Yderligere begrænsninger	3
3. Hvor og hvordan kan der reklameres i Billund Kommune?	3
3.1. Informationstavler og lign.	4
3.2. Institutioner, legepladser og lign.	4
3.3. Bygninger og arealer, som hovedsaglig benyttes til fritidsaktiviteter	4
3.4. Administrative bygninger	5
3.5. Biblioteket og Museum	5
3.6. Køretøjer, udstyr og beklædning, som kun benyttes af ansatte	5
4. Hvem kan indgå reklameaftaler?	5
5. Hvordan skal aftalerne om reklamering indgås?	6
6. Opsigelse af aftaler	6
8. Moms	6

1. Indledning

Billund Kommune er i begrænset omfang indstillet på at benytte sig af lovgivningens muligheder for at tillade reklamer på bygninger, løsøre m.v. som et finansieringstilskud. På denne vis kan opnås direkte eller indirekte sponsorstøtte fra erhvervslivet mod eksempelvis reklameplads.

Billund Kommune er ikke indstillet på at kommunale serviceydelser finansieres af reklamer.

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 yderst 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 Billund Kommune mod betaling reklamerer for et givent produkt eller ydelse på eksempelvis bygninger, idrætshaller mv. Reklame kan både være angivelse af navn eller visning af logo.

Sponsorering:

Der er tale om sponsorstøtte, når Billund 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 Billund Kommune?

2.1. Lovgivningens begrænsninger

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

Hvad må der ikke reklameres for:

1. Der må ikke reklameres for tobaksvarer, alkohol, usunde føde- og drikkevarer samt E-cigaretter.
2. Der må ikke opsættes reklamer af polemisk art, eksempelvis reklamer, der indeholder angreb på enkeltpersoner.
3. Reklamernes indhold og budskab må ikke være i modstrid med Billund Kommunes vedtagne regler, retningslinjer og politikker.
4. Der må ikke opsættes reklamer, der kan virke anstødelige (f.eks. reklamer, der indeholder pornografi eller anstødelige udtryk).

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

Bemærk desuden at 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.

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

2.2. Yderligere begrænsninger

Billund 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/museum visse muligheder for vederlagsfri formidling af politiske holdninger, jf. pkt. 3.5.

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

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

Der må ikke reklameres på en sådan måde, at ansattes faglighed kan sættes i forbindelse med de produkter/budskaber, der reklameres for, og dermed tolkes som en professionel anbefaling af bestemte produkter/serviceydelser/budskaber.

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

I dette afsnit kan du finde information om følgende områder:

1. Informationstavler og lignende
2. Institutioner, legepladser og lignende
3. Bygninger og arealer, som hovedsagelig benyttes til fritidsaktiviteter
4. Bygninger og udstyr, som hovedsagelig benyttes til andet end fritidsaktiviteter
5. Biblioteket og Museum
6. Køretøjer, som benyttes til transport af borgere
7. Køretøjer, udstyr og beklædning, som kun benyttes af ansatte

3.1. Informationstavler og lign.

Der kan reklameres på kommunale separate informationstavler og lignende, der står i institutioner, på veje og andre steder i bybilledet.

Reklamerne skal være sekundære i forhold til den information der er formålet med informationstavlen.

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

Informationstavler, 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.

Kommunens hjemmesider og facebooksider må ikke benyttes til reklame.

3.2. Institutioner, legepladser og lign.

Der må vederlagsfrit reklameres for idrætsforeninger, museer, udstillinger, messer, kulturelle arrangementer og lign., der kan bidrage til interessen for idræt, kultur, samfundsforhold, naturvidenskab og andre emner.

Der kan reklameres på legestativer, undervisningsmaterialer 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/logoet på virksomheden og oplysning om, at denne har doneret udstyret.

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

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

3.3. Bygninger og arealer, som hovedsaglig benyttes til fritidsaktiviteter

Der kan 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 ikke indgås aftale om reklamering med kommunale idrætshaller, svømmehaller, idrætsanlæg, medborgerhuse og tilsvarende steder, hvor borgerne ofte kommer i forbindelse med fritidsaktiviteter. Reklamerne skal have en sådan stør-

relse, form og placering, at de ikke bliver dominerende i forhold til det kommunale formål, disse steder tjener.

Foreninger har lov at opsætte reklamer på bander på kommunale stadion. Foreningerne skal overholde denne reklamepolitik i forbindelse med deres opsætning af reklamer.

3.4. Administrative bygninger

Der indgås ikke aftaler om reklamer på rådhus eller bygninger, der benyttes til den kommunale administration.

3.5. Biblioteket og Museum

Bibliotek og museum udfører særlige informationsopgaver efter lovgivningen. 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 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/museum kan ikke indgå aftaler om reklamer i undervisningsmateriale og andre aktiviteter.

Bibliotek/museum 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.

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

Der må ikke indgås aftale om reklamer på kommunalt ejede køretøjer.

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

4. Hvem kan indgå reklameaftaler?

Direktøren for den enkelte forvaltning kan indgå reklameaftaler der bredt berører forvaltningsområdet.

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

Fagchefen forelægger den påtænkte aftale for direktøren, hvis den giver anledning til tvivl. Det er især relevant, hvis den ikke er beskrevet i de retningslinjer, 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.

Ved indgåelse af aftale om reklame/sponsoring må kommunen ikke forpligtiges til andet end almindelig brug af det aktiv, som påføres reklamen.

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 sponsoring fra en bestemt virksomhed ikke må medføre, at der kan sættes spørgsmålstejn ved kommunens uvildighed ved valg af en virksomhed og i en eventuel udbudsrunde på et givent område.

6. Opsigelse af aftaler

Fagudvalget kan kræve en reklame-/sponsoraftale ophævet, hvis fagudvalget finder, at aftalen ikke lever op til de fastsatte regler for reklamering. Det skal således være indeholdt i reklameaftalerne, at Billund Kommune forbeholder sig retten til øjeblikkeligt at nedtage reklamer, som er i strid med lovgivningen eller Billund Kommunes regler på tidspunktet for aftalens indgåelse.

8. Moms

Ved indgåelse af reklame-/sponsoraftaler skal opmærksomheden rettes mod, at der skal afregnes toldmoms af vederlag eller værdi af et sponsoreret aktiv. Det anbefales derfor, at aftale om reklame-/sponsorerer formuleres således, at det aftalte beløb tillægges moms.

Besluttet af Byrådet den 24. februar 2015.