



stevns kommune

Politik og retningslinier for sponsering og brug af reklamer i Stevns Kommune

INDLEDNING

Til ikrafttræden den 1. juli 2006 er vedtaget en lov om kommuners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre.

Formålet med den nye lov er, at give kommuner samme adgang til at anvende fast ejendom og løsøre til reklamering som private. Ønsket er, at give kommunerne et bredere råderum for lokale beslutninger og undgå detailregulering.

I LOVEN

§ 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 reklameringen 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. januar 2007.

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

II LOVENS MULIGHEDER

- 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 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 den allerede tilladte reklamering, såsom
 - ✓ reklamepladser på bånd i idrætsanlæg
 - ✓ reklamering på offentlige veje (Vejloven § 102)
 - ✓ trafikskabsret til reklamering på busser (Trafikskabsloven § 3)

III LOVENS KRAV OG BEGRÆNSNINGER

Loven vedrører fast ejendom og løsøre. Kommunens elektroniske medier er ikke omfattet af loven.

Der må generelt ikke reklameres, hvis dette er i modstrid med anden lovgivning:

1) Markedsføringsloven

Det er kommunen der har pligt til at sikre at reklamen overholder markedsføringslovens regler, selvom det er private reklamer kommunen sælger reklameplads til.

Kommunen skal derfor sikre sig kontraktsretligt, at den private ikke overtræder markedsføringsloven, således at kommunen kan opsige en kontrakt med ulovlig markedsføring. Kommunen har alligevel pligt til at sikre sig, at reklamen er lovlig.

I markedsføringsloven er nævnt begrænsninger, hvoraf nogle væsentlige her nævnes:

- Der 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 medium den bringes.

Reklamer eller sponsoring henvendt mod børn behandles også i markedsføringsloven:

- Markedsføring 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.

2) Anden lovgivning

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

- Lov om etnisk ligestilling, hvorefter ingen må udsættes for direkte eller indirekte forskelsbehandling p.g.a. race eller etnisk oprindelse.
- Lov om naturbeskyttelse, hvorefter det er forbudt at reklamere i åbent land.
- Lov om forbud mod tobaksreklamer.

IV DEFINITION PÅ SPONSERING OG REKLAMERING

Kommunalbestyrelsen i Stevns Kommune definerer sponsoring og reklamering således, idet grænserne dog i praksis er lidt flydende:

Reklamering er

når Stevns Kommune mod betaling reklamerer for et givent produkt eller ydelse.

Det kan for eksempel være i form af:

- Reklamer på biler
- Reklamer på bygninger

- Reklamer i institutioner, idrætshaller m.v.

Sponsoring er

når der direkte eller indirekte er tale om støtte fra erhvervslivet i form af materialer, penge eller andet.

Det kan for eksempel være i form af:

- Undervisningsmaterialer, legetøj eller andre materialer
- Økonomisk støtte til et arrangement
- Serviceydelser (underholdning, undervisning m.v.)

Der er ikke tale om sponsoring

når der er tale om midler/støtte fra "offentlige kasser", eller områder der er reguleret ved lov/cirkulærer.

Det kan for eksempel være i form af:

- EU-midler
- SUM-midler
- Støtte fra humanitære organisationer
- Støtte fra private fonde og stiftelser

V FORMÅL MED RETNINGSLINIER PÅ OMRÅDET

Formålet med nærværende politik og retningslinier er at sikre

at alle – både ansatte, brugere og bestyrelser - er bekendt med muligheder og begrænsninger i forhold til reklamering og sponsoring.

at der er en generel viden om, hvordan der skal ageres i forhold til reklamering og sponsoring, herunder hvilke moralske og etiske hensyn der skal tages.

VI POLITISK MÅLSÆTNING

Det er Kommunalbestyrelsen målsætning

at de kommunale bevillinger er tilstrækkelige i forhold til lovgivningen og de vedtagne målsætninger på de respektive områder.

at retningslinierne vedr. reklamering og sponsoring kan give nogle muligheder, som ligger udover det, de normale driftsmidler vil kunne dække.

at skabe og sikre bevidsthed om det moralske ansvar, der er i forbindelse med modtagelse af sponsorstøtte.

at reklamering og sponsoring altid skal være etisk i overensstemmelse med Stevns Kommunes og den modtagende institutions målsætning.

at der aldrig må skabes et afhængighedsforhold mellem det firma der reklameres for eller det firma der sponsorerer støtter en institution eller et arrangement.

VII RETNINGSLINIER

1) Reklameplads skal sælges til markedspris

Da kommunen har en generel pligt til at handle økonomisk forsvarligt, skal den til enhver tid gældende indkøbspolitik principper anvendes ved salg af reklameplads.

I forhold til salg af reklameplads, vil det dog ikke være relevant at indhente flere tilbud. Kommunen skal derfor på andre måder bestræbe sig på at finde markedsprisen. Dette kan f.eks. ske ved f.eks. at konsultere et reklamefirma eller foretage prisundersøgelser af prisniveau for andre tilsvarende reklameydelse.

Kravet om markedspris skal sikre, at kommunen ikke via reklamen giver indirekte støtte til erhvervsdrivende.

Kravet om markedspris gælder ikke, hvis der i særlovgivningen er beskrevet hvilken pris kommunen skal tage, f.eks. ved trafikskabsloven og lov om offentlig vej § 102, hvor det særligt er reguleret til hvilken pris reklamen skal sælges.

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 dog have et passende rimeligt forhold til hinanden.

2) Reklamers placering

Stevns Kommune ønsker at gøre brug af nogle af de nye muligheder i reklameloven, når nærværende politik og retningslinier følges og når kommunens egen skiltning ikke "forsvinder" i reklamerne.

Konkret betyder det, at der er mulighed for:

- Opsætning af reklamer på kommunens løsøre, som f.eks. bilerne i hjemmeplejen, og biler i institutioner m.v.
- Opsætning af reklamer på busskure (når vejlovens §102 overholdes)
- Brug af sponsorer, når der ikke opstår et afhængighedsforhold

Det betyder også, at der **ikke** er mulighed for:

- Opsætning af reklamer på kommunens faste ejendomme (hverken ude eller inde).
- Salg af reklamer på kommunens hjemmeside
- Anvendelse af ansattes beklædning til reklamering

Reklamering i hallerne kan ske efter de hidtil kendte retningslinier og procedurer.

3) Reklamers indhold

Det er et grundvilkår for kommunen, at den bør agere neutralt og sagligt i sin opgavevaretagelse.

Stevns Kommune vil derfor ikke reklamere for følgende og tilsvarende organisationer:

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

Stevns Kommune vil ikke reklamere for sundhedsskadelige produkter eller produkter, som kan medvirke til en usund livsstil.

Det kan f.eks. være:

- Alkohol og tobak
- Sukkerholdige læskedrikke og slik

Stevns Kommune vil ikke acceptere reklamer med et sprogbrug eller signaler, som kan virke stødende – herunder seksuelt betonedede reklamer.

4) Retningslinier for modtagelse af sponsorstøtte

- Der skal altid ske en grundig og kritisk forholden til det materiale eller den aftale der indgås, herunder en vurdering af den eventuelle skjulte reklameværdi, der kan være forbundet med aftalen.
- Der bør være særlig opmærksomhed omkring markedsføring, der retter sig mod børn og unge, fordi børn og unge er nemt påvirkelige og mangler erfaring og kritisk sans.
- Markedsføring i form af ophængning af plakater, brug af reklamestreamere, fremlæggelse af brochurer eller uddeling af vareprøver og smagsprøver er tilladt, men må kun finde sted, hvis der er indhentet tilladelse fra brugere/bestyrelse.
- Undervisningsmateriale, legetøj og andre sponsorerede materialer til børn og unge bør i mindst muligt omfang anvende/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.
- Forældrene skal ikke give skriftligt samtykke til deltagelse i virksomhedsbesøg, som er led i den normale undervisning.

- Materialer, undervisning eller andre aktiviteter bør ikke indeholde direkte eller indirekte opfordringer til brugerne om at købe eller anvende sponsors eller andres produkter eller tjenesteydelser.
- Udtalelser i undervisningsmateriale, i undervisning eller i andre aktiviteter, der kan fortolkes som, at varer og tjenesteydelser fra visse erhvervsdrivende er bedre eller dårligere, bør undgås.
- Lærernes/pædagogernes og skolens/institutionens prestige må ikke bruges på en sådan måde, at barnet, den unge eller forældrene kan få det indtryk, at barnet/den unge bliver upopulær, mobbet eller på anden måde stillet i en anden situation end andre, hvis man ikke køber eller anvender sponsors produkt eller tjenesteydelse.
- Børnene, de unge, lærerne og pædagogerne bør have frihed til at forholde sig kritisk til sponsor og dennes produkter.
- Nærværende politik og retningslinier for sponsering og brug af reklamer i Stevns Kommune, skal også gøres gældende, når der sker en outsourcing af borgerrelaterede opgaver.

Udover ovenstående retningslinier henvises til Forbrugerombudsmandens vejledning fra 2002 - "Børn, unge og markedsføring".

5) Kontraktvilkår

Kommunens reklamepolitik skal generelt afspejles i kontraktvilkårene, det være sig vilkårene for sponsering, reklamering, reklamernes indhold m.v.

Til formålet udarbejdes en standardkontrakt, som altid skal anvendes.

Kommunens struktur som en politisk organisation kan gøre det nødvendigt at kunne ændre omfang og indhold af reklamer på en rimelig smidig måde. Reklamekontrakter tegnes for max. en periode af 3 år, men kan af kommunen opsiges med 6 måneders varsel. Der beregnes en kompensation i forhold til en eventuel forkortet kontraktperiode.

6) Kompetence

Kompetencen til at godkende salg af reklamer placeres hos den enkelte institutionsleder. Tvivlsspørgsmål forelægges afdelingschefen, som evt. kan forelægge spørgsmålet for Direktionen.

7) Brugerindflydelse

Medinddragelse af brugere og brugerbestyrelser er et centralt element i forbindelse med sponsering og brug af reklamer, og det forudsættes, at institutionslederen altid har accept fra brugerne inden aftaler indgås.

8) Reklame- eller sponsorindtægten

Reklameindtægten tilfalder den enkelte afdeling/institution.
Den enkelte institution skal kunne fremlægge et særskilt regnskab for udgifter og indtægter vedr. reklamering og sponsering.

9) Praksis

Det er den enkelte institutionsleder, som har ansvar for og forestår det praktiske omkring en evt. reklamering/sponsering, idet Stevns Kommunes indkøbsafdeling i forvejen har indgået en freelanceaftale med et reklamebureau, som skal benyttes ved løsning af opgaven.