

## **Vejledning for sponsering og anvendelse af reklame i Svendborg Kommune**

### **Formål**

Formålet med nærværende vejledning er at sikre at alle er bekendt med muligheder og begrænsningerne i forhold til reklamering og sponsering. Hvordan der skal ageres i forhold til reklamering og sponsering, og herunder hvilke moralske og etiske hensyn, der skal tages.

Retningslinjerne vedr. reklamering og sponsering kan give nogle muligheder, som ligger udover det, de normale driftsmidler vil kunne dække.

Reklamering og sponsering skal altid være i etisk overensstemmelse med Svendborgs Kommunes værdier.

*Reklamering er når;*

*En virksomhed mod betaling reklamerer for et givent produkt eller ydelse*

Det kan f.eks. være:

- Reklame på biler
- Reklame på bygninger
- Reklame i institutioner, haller mv.

*Sponsering er når;*

*En virksomhed betaler penge og/eller naturalier til en udbyder, og i modydelse får virksomheden adgang til at udnytte et kommercielt potentiale, der er forbundet med udbyderen.*

Det kan f.eks. være:

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

Der vil i stor udstrækning ved sponsering være tale om udbudspligtige varekøb, som skal indkøbes i overensstemmelse med bindende, obligatoriske indkøbsaftaler. Det vil derfor ikke være muligt at modtage et sponsorat på varer hvor Svendborg Kommune har indgået en indkøbsaftale. Ved tvivlsspørgsmål kontaktes Indkøbskontoret.

### **Hvor**

Det er i Svendborg Kommune tilladt at reklamere eller modtage sponsorater på følgende:

- Udvendigt på kommunale bygninger
- Indvendigt på kommunale bygninger

Der kan dog kun centralt indgås aftale om reklamering på administrationsbygninger.

- På kommunale køretøjer – dog ikke beredskabsbiler

Alle aftaler om reklamer på køretøjer indgås centralt.

- Indvendige løsøre, f.eks. møbler mv.
- Udvendige løsøre, f.eks. legeredskaber
- Brochure, pjecer, bøger mv.
- Arrangementer, projekter mv.

### **Hvem**

Alle direktørområder, institutioner og staber er omfattet af nærværende vejledning.

## **Kompetence**

Den enkelte afdelingsleder eller institutionsleder kan indgå aftaler om reklamering eller sponsoring. Lederen er ansvarlig for indholdet i aftalen, og at den er i overensstemmelse med lovgivningen og retningslinjerne.

Medinddragelse af brugere og brugerbestyrelser er et centralt element i forbindelse med reklamering og sponsoring, og det forudsættes, at lederen altid har accept fra brugerne inden aftaler indgås. De steder, hvor der er bestyrelser og brugerråd skal disse høres inden aftalens indgåelse.

## **Hvem kan vejlede yderligere ved indgåelse af aftaler:**

Juridisk Kontor

Indkøbskontoret kan kontaktes på tlf. 6223 3160 eller mail [indkob@svendborg.dk](mailto:indkob@svendborg.dk)

## **Indtægter**

Indtægter for reklamering eller sponsoring tilgår den enkelte afdeling eller institution, der indgår aftalen. Den enkelte institution/afdeling skal kunne fremlægge et særskilt regnskab for udgifter og indtægter vedr. sponsoring og reklamering.

Indtægter fra reklamer på biler og administrationsbygninger anvendes til udmøntning af den negative besparelsespulje på 1,2 mio. kr./år via reklame.

## **Retningslinjer for reklamering**

- Ved reklamering og sponsoring skal der tages hensyn til, at kommunen skal agere neutralt og sagligt i sin opgavevaretagelse.
- Der må ikke anvendes vildledende eller urigtige angivelser i reklamerne, og reklamerne må ikke udelade væsentlige informationer.
- Reklamerne må ikke være anstødelige eller usømmelige.
- Reklamerne må ikke indeholde angivelser, som er stødende overfor andre for eksempel 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.
- Reklamer rettet mod børn og unge må ikke direkte eller indirekte opfordre til vold eller anvendelse af rusmidler herunder alkohol.
- Der må ikke reklameres for usunde drikke- og fødevarer som:
  - Alle former for alkohol
  - Tobak
  - Sodavand, saftvand og lignende med et højt indhold af sukker
  - Slik, kager, kiks og lignende med et højt indhold af sukker og/eller fedt
  - Grillmad med et højt indhold af fedt
- Der må ikke reklameres for fagforeninger og arbejdsgiverorganisationer, religiøse bevægelser og politiske partier.
- Der skal indgås skriftlige aftaler, der beskriver formål, indhold, økonomi, varighed, arbejdsfordeling samt andre forpligtigelser.

## Retningslinjer for modtagelse af sponsorstøtte

- Der skal altid ske en grundig og kritisk vurdering af det materiale eller den aftale, der indgås og en vurdering af den eventuelle skjulte reklameværdi, der kan være forbundet med aftalen.
- Sponsorering må ikke medføre krav om modydelser udover en diskret angivelse af hvem, der har sponsoreret det pågældende aktiv
- Kommunens valg af sponsorobjekt skal foretages ud fra en vurdering af, at det pågældende sponsorat giver positiv opmærksomhed for kommunen.
- Sponsorere skal repræsentere organisationer og virksomheder med et brand, der er i overensstemmelse med Svendborg Kommunes vision og de 4 værdier
- Kommunen må ikke i sponsoraftalen blive pålagt andre modydelser end selve den markedsføringsmæssige ydelse.
- En sponsor må ikke have bestemmende indflydelse på den aktivitet, der sponseres, men kan indgå som sparringspartner i forberedelsesprocessen.
- Det skal sikres at sponsoraterne ikke får karakter af generel markedsføring af sponsorens navn eller produkter
- Sponsorering må ikke medføre, at der stilles spørgsmålstegn ved kommunens uvildighed i regulære udbudsforretninger.
- Der bør være særlig opmærksomhed omkring sponsorering, der retter sig mod børn og unge.
- Sponsoraftalen skal evalueres, og evaluering skal kunne bruges i det videres arbejde med sponsorering i hele kommunen.
- Der skal indgås skriftlige aftaler, der beskriver formål, indhold, økonomi, varighed, arbejdsfordeling samt andre forpligtigelser.
- Der skal tages udgangspunkt i Svendborg kommunes kommunikationspolitik og udvises ansvar i formidlingen af aftaler med sponsorer. Resultater af aftalen skal løbende formidles.

*Udover ovenstående retningslinjer henvises til diverse lovmateriale og Forbrugerombudsmandens vejledning fra 2002- "Børn, unge og markedsføring".*

*Kultur-, Plan og Erhverv,  
Juni 2009*