



7-10-2022

Sagsbehandler:

Malene Rasmussen

Telefon: 43577575

Email: mras@ishoj.dk

Journal eller CPR-nummer:

18.20.00-G01-1-22

Notat

Udkast til reklameregulativ på baggrund af drøftelser i KFU

1. Formål

Ishøj Kommune kan efter ansøgning give foreninger tilladelse til opsætning af permanente reklamer på udvalgte kommunale idrætsanlæg. I nedenstående opstilles rammer for lokale folkeoplysende foreningers muligheder for at skaffe sig indtægter gennem reklamering på kommunal ejendom.

2. Afgrænsning

Reklameregulativet omhandler udelukkende retningslinjer for opsætning af reklamer på udvalgte kommunale idrætsfaciliteter. Reklamer på kommunale idrætsanlæg må ikke vende ud mod store trafikårer. Reklameregulativet er ikke gældende for reklamering på andre kommunale ejendomme og anlæg.

3. Definition

Metatekst: Tekst om definition udestår. Her kommer en definition og uddybning af forskellige typer reklamer. Bl.a. mobile endagsreklamer og permanente reklamer, fysiske og digitale (endagsreklamer fx banner og toblone-skilte kan anvendes på skoler i forbindelse med stævne og turneringsaktiviteter)

4. Hvor må der reklameres?

Følgende udvalgte kommunale idrætsfaciliteter og -anlæg kan benyttes til opsætning af reklamer, når der er indgået en aftale herom. Herudover må foreningen reklamere på egne sociale platforme.

- Ishøj Stadion
 - o Reklamer på hegn omkring stadionbanen
 - o Reklamer på bygning/tårn ved banen
 - o Reklamer på indgangsparti
- Kunstgræsbanerne
 - o Reklamer på hegn – alle skal vende ind mod banen
- Torslunde-Ishøj Idrætsanlæg
 - o Reklamer på hegn
- Cricketbanen
- Sandanlægget v. Ishøj Idræts & Fritidscenter
- Tennis og padel anlæg



- Haller i Ishøj Idræts & Fritidscenter
- Svømmehal

Ishøj Kommune har tegningsretten på en andel af reklamepladsen på de udpegede områder – og den fulde tegningsret for henholdsvis fællesarealer, foyer, cafeteria m.m., for derved at kunne markedsføre kommunen.

Det er ikke tilladt at opsætte permanente reklamer i skolehaller, men der kan opsættes mobile enkelt-dagsreklamer i forbindelse med turneringer og stævner.

5. Hvem må reklamere?

Alle idrætsforeninger der har tilknytning til anlægget eller indendørsfaciliteten kan ansøge om tilladelse til opsætning af reklamer.

Metatekst: Til drøftelse. Her er flere muligheder. Fx :

- a) Fordelingen af reklamepladser tager udgangspunkt i den årlige lokalefordeling.
- b) Fordelingen af reklamepladser tager udgangspunkt i om der er en tilknytning til anlægget. Fx ved at flere klubber kan bruge samme anlæg.

Metatekst: Til drøftelse. Her er flere muligheder ift kompetence for fordeling. Fx :

- a) Reklamepladser fordeles af Ishøj Idrætsråd.
- b) Reklamepladser fordeles af Ishøj Idræts & Fritidscenter.

Ved ansøgning om tilladelse til opsætning af reklamer, skal der udfyldes en standartkontakt blandt andet med en beskrivelse af reklamens udformning og indhold.

6. Periode for opsætning af reklamer

Metatekst: Til drøftelse. Her er flere muligheder. Fx :

- a) Foreninger kan reklamere i de dertil godkendte faciliteter, hvor de har deres primære aktiviteter. Perioden for opsætning af reklamer kan følge sæsonen (1/8-31/7) (På den måde følger det også lokalefordelingen)
- b) Reklamepladserne fordeles efter først til mølle princippet i en tidsafgrænset periode. Fx 1 år fra dato.

7. Økonomiske forhold

Metatekst: Til drøftelse. Der er flere muligheder for administration og fordeling af økonomien i forhold til reklamering. Fx

- a) Den pågældende forening, som tegner en reklameaftale, får hele reklameindtægten.
- b) Der sker en procentvis fordeling, hvor den pågældende forening får en procentdel samtidig med, at der går en procentdel til den part, der administrerer arbejdet med ansøgning og godkendelse, det kan fx være Ishøj Idrætsråd eller Ishøj Idræts- og Fritidscenter.
- c) Den pågældende forening, som tegner en reklame, skal betale en afgift svarende til fx 15 % af aftalens værdi til kommunen. Herefter kan afgiften kanaliseres videre til fx Kultur- og Fritidsudvalget, Folkeoplysningsudvalget eller Idrætsrådet der fordeler midlerne, således at alle foreninger får gavn af reklameindtægterne.
- d) Den pågældende forening betaler en fast pris for en reklameplads og hvor den fulde indtægt tilfalder den pågældende forening, som har indgået aftalen.

Betaling for fremstilling og opsætning af skiltene samt nedtagning efter endt periode påhviler den pågældende forening. Foreningen er ansvarlig for at overholde gældende momsregler.

8. Hvad må der reklameres for?

Reklamer skal overholde en række lovgivningsmæssige, etiske og æstetiske krav. Ved reklamering på og i kommunale anlæg skal der bevares et genkendelighedspræg og rimelige æstetiske hensyn skal iagttages.

Herudover må reklamering og sponsering ikke modarbejde, men gerne fremme, kommunens politik på et givent område. Reklamer for øl, vin, spiritus eller andre reklamer med et indhold, der efter en konkret vurdering skønnes uforenelig med det pågældende anlægs status som kommunal ejendom, vil ikke blive godkendt. Det er tilladt at reklamere for arbejdsgiverorganisationer og fagforeninger.

Gældende lokalplaner for et givent område skal altid overholdes ved afståelse af reklameplads til foreninger og professionel idrætsvirksomhed på kommunale ejendom.

9. Opsætning og vedligeholdelse

Fremstilling, forsikring og vedligeholdelse af opsatte reklamer påhviler den forening, der har tegningsretten. Opsætning sker i samråd med Ishøj Idræts og Fritidscenter.

Når aftaleperioden for en reklame udløber, er det foreningens ansvar at nedtage denne. Såfremt det ikke sker, forbeholder Ishøj Kommune sig retten til at nedtage disse samt at modregne evt. udgifter herved i øvrige kommunale tilskud til foreningen.

10. Salg af navn af Idrætsanlæg og faciliteter

Metatekst: Til drøftelse. Der er to overordnede muligheder. Fx

- a) Salg af navngivning af idrætsanlæg og faciliteter er ikke en mulighed
- b) Salg af navngivning af idrætsanlæg og faciliteter er en mulighed

Metatekst: Til drøftelse. Hvis, navn kan sælges, så skal der tages stilling til for hvilke anlæg og faciliteter. Fx

- c) Alle navne på anlæg og faciliteter jf. punkt 4 kan sælges
- d) Udvalgte anlæg og faciliteter fra punkt 4 kan sælges. Fx Ishøj Stadion og kampbane på idrætsanlægget på Torbens Vænge

Metatekst: Til drøftelse. Hvis, navn kan sælges, så skal der træffes beslutning om selve navngivningen. Fx

- a) Nuværende navn for anlæg skal ikke indgå.
- b) Nuværende navn for anlæg skal indgå fx "Ishøj Stadion – sponsoreret af XXXXX" eller Ishøj Stadion – sponsornavn"

Metatekst: Til drøftelse. Hvis, navn kan sælges, så skal der træffes beslutning om hvad navngivningen omfatter. Fx

- a) Navngivning omfatter alene rettighed for i offentligheden at benævne faciliteten det nye navn.
- b) Navngivning omfatter alene rettighed for i offentligheden at benævne faciliteten det nye navn samt opsætning af nærmere defineret skiltning på faciliteten.

Til drøftelse. Hvis, navn kan sælges, så skal der tages stilling til om perioden skal følge samme som forslag om lokalefordeling eller yderligere. Fx

- a) Perioden følger den årlige sæsonfordeling
- b) Perioden kan være op til fx 2 eller 3 år.

Metatekst: Øvrige forhold der skal træffes beslutning om.

- a) Godkendelse af salg af navn skal ske i fagudvalg for kultur- og fritidsområdet.
- b) Indtægt for salg af navn følger beslutning for punkt 7.
- c) Navngivning er underlagt øvrige retningslinjer.