

## **Videre drøftelse af principper for afståelse af reklameplads på kommunale idrætsanlæg samt navngivning af stadion**

### **Sagsfremstilling**

I bilag 1 er vedlagt udkast til retningslinjer med markering af forhold i udkastet, som skal drøftes forud for videre udarbejdelse af regulativ. Forholdene er også sat ind nedenfor. Herudover kan der være yderligere forhold i udkastet, som udvalget ønsker ændret.

#### *Drøftelse af afsnit 4 i regulativ. Hvor må der reklameres?*

I udkastet til regulativ er oplyst en række faciliteter og anlæg. I bilag er også vedlagt oversigt over kultur- og fritidsfaciliteter.

Til drøftelse:

Her er flere muligheder, f.eks.

1. Der må reklames på de foreslåede faciliteter og anlæg jf. afsnit 4 i udkast til regulativ.
2. Der må reklameres på alle jævnfør bilag med oversigt.

(Ishøj Stadion og Kunstgræsbanerne; Torslunde-Ishøj Idrætsanlæg; Cricketbanen, sandanlægget samt Tennis og padel anlæg v. Ishøj Idræts & Fritidscenter, Haller i Ishøj Idræts & Fritidscenter, Svømmehallen)

#### *Drøftelse af afsnit 4 i regulativ. 5. Hvem må reklamere?*

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

Til drøftelse:

Her er flere muligheder, f.eks.

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

Til drøftelse.

Her er flere muligheder ift kompetence for fordeling, f.eks.

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

#### *Drøftelse af afsnit 6 i regulativ. Periode for opsætning af reklamer*

Til drøftelse. Her er flere muligheder, f.eks.:

- 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. F.eks. 1 år fra dato.

#### *Drøftelse af afsnit 7 i regulativ. Økonomiske forhold*

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

- 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 f.eks. være Ishøj Idrætsråd eller Ishøj Idræts- og Fritidscenter.
- c) Den pågældende forening, som tegner en reklame, skal betale en afgift svarende til f.eks. 15 % af aftalens værdi til kommunen. Herefter kan afgiften kanaliseres videre til f.eks. 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.

Administrationen bemærker, at indtægten for reklamer må forventes at være forholdsvis lav, og at det vil være ressourcekrævende at lave omfordeling af midler. Administrationen vurderer således, at forslag b-d vil øge det administrative ressourceforbrug uden, at det står mål med den indtægt, som vil kunne reforedeles.

#### *Drøftelse af afsnit 10 i regulativ. Salg af navn af Idrætsanlæg og faciliteter*

Til drøftelse. Der er to overordnede muligheder, f.eks.

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

Til drøftelse. Hvis navn kan sælges, så skal der tages stilling til for hvilke anlæg og faciliteter, f.eks.

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

Til drøftelse. Hvis navn kan sælges, så skal der træffes beslutning om selve navngivningen, f.eks.

- 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"

Til drøftelse. Hvis navn kan sælges, så skal der træffes beslutning om, hvad navngivningen omfatter, f.eks.

- 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.

Administrationen bemærker, at udskiftning af offentlig skiltning vil være dyrt og ressourcekrævende, og at det ville skabe risiko for at forvirring for brugere, der skal finde vej til faciliteten. Der er således ikke foreslået en total udskiftning af kommunens skiltning og kommunikation.

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

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

Til drøftelse. Øvrige forhold der skal træffes beslutning om.

1. Godkendelse af salg af navn skal ske i fagudvalg for kultur- og fritidsområdet.
2. Indtægt for salg af navn følger beslutning for punkt 7.
3. Navngivning er underlagt øvrige retningslinjer.

Til drøftelse. Andre sponsorering forhold uden for regulativet

Det kan drøftes, om det skal undersøges, om det også skal være muligt at indgå sponsoraftale for kommunale kultur aktiviteter. F.eks. for sponsorering af koncert eller lignende ved byhavekoncerter

### **Økonomi**

Ingen.

Frigivelse af reklameplads på kommunale idrætsanlæg til frivillige foreninger vil give mulighed for at tilvejebringe pengebeløb gennem reklameaftaler, dog er omfanget vanskeligt at vurdere forlods. Hvorvidt det vil påvirke kommunens indtægtsbudget afhænger af de endelige retningslinjer i forhold til, om pengene tilfalder foreninger eller kommunen.

### **Beslutningskompetence**

Kultur- og Fritidsudvalget.

### ***Administrationen indstiller,***

at Kultur- og Fritidsudvalget drøfter spørgsmål og udkast til regulativ for afståelse af reklameplads og navngivning af stadion.

### **Beslutning**

Tiltrådt med de faldne bemærkninger.

Fraværende i Kultur- og Fritidsudvalget - 12. oktober 2022 :

Milishia Moradi

### **Resumé**

Udvalget drøftede på seneste møde principper for afståelse af reklameplads på kommunale idrætsanlæg samt navngivning af stadion. Administrationen har på denne baggrund påbegyndt udkast til regulativ. Udvalget forelægges udkast med spørgsmål til yderligere drøftelse. På baggrund af drøftelser vil administrationen fremlægge udkast til godkendelse.

### **Bilag**

- **Bilag 1. Oversigt klubhuse og lokaler i forb. med drøftelse af reklameplads**
- **Bilag 2. Udkast til reklameregulativ på baggrund af drøftelser i KFU - okt. 2022**