

10. november 2018

Retningslinjer for reklamefinansiering nov 2018

Udarbejdet 24. september 2007
Opdateret 10. november 2018

Retningslinjer for reklamering i og på Silkeborg Kommunes bygninger, bvudstvr, biler m.v.

1. Reklamer i Silkeborg Kommunes bygninger m.v.

Silkeborg Kommune er generelt indstillet på at benytte sig af lovgivningens mulighed for at tillade reklamer i bygninger, på byudstyr, biler m.v. som et finansieringstilskud.

Reklamering kan betyde, at bygninger osv., som i forvejen benyttes til kommunale aktiviteter, bidrager til finansieringen af disse aktiviteter eller evt. andre steder i kommunen. Reklameringen kan også i nogle tilfælde muliggøre, at der anskaffes udstyr, som ellers ikke ville blive anskaffet.

Silkeborg Kommune ønsker dog en passende hensyntagen til kommunens almindelige omdømme, til æstetik og til borgernes muligheder for kun i begrænset omfang at præsenteret for reklamer på steder, udstyr mv., som de ikke har mulighed for at fravælge. Silkeborg Kommune ønsker endvidere, at der tages hensyn til frivillige foreningers muligheder for at indgå aftaler med lokale erhvervsdrivende om reklamefinansiering.

Silkeborg Kommune påtager sig ikke med disse retningslinjer en pligt til at indgå aftaler om reklamering, men opstiller blot rammer og betingelser for indgåelse af sådanne aftaler. En institution, afdeling eller lign. kan altid vælge ikke at indgå aftale om reklamering.

Reklame:

Reklame for en virksomhed, forening eller lign., et arrangement, et produkt eller en tjenesteydelse.

Kommunens bygninger, byudstyr, biler m.v.

Bygninger, udstyr m.v., som kommunen har privatretlig rådighed over. Vil typisk følge af en ejendomsret, men kan også følge af en leje- eller brugsret.

Retningslinjerne gælder ikke for selvejende institutioner. Det anbefales imidlertid, at selvejende institutioner, der har driftsoverenskomst med kommunen, i videst muligt omfang følger retningslinjerne. Det anbefales, at kommunen indsætter en bestemmelse i driftsoverenskomsten herom ved førstgivne lejlighed, hvor driftsoverenskomsten ændres.

2. Hvad kan der reklameres for?

2.1. Lovgivningens begrænsninger

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

Eksempler på begrænsninger:

- 1) Der må ikke reklameres for **tobaksvarer**¹.
- 2) Markedsføring **rettet mod børn og unge**² skal være udformet med særlig hensyntagen til børn og unges naturlige godtroenhed og manglende erfaring og kritiske sans, som bevirker, at de er lette at påvirke og nemme at præge. Markedsføringen må herunder ikke udnytte børn og unges loyalitetsfølelse. Markedsføringen må heller ikke give indtryk af, at barnet eller den unge kan få fysiske, sociale eller psykologiske fordele frem for andre børn eller unge på samme alder, hvis barnet eller den unge ejer, bruger eller indtager et bestemt produkt. De må ikke kunne få den opfattelse, at de på nogen måde bliver ringere stillet end andre børn og unge, eller at de vil blive udsat for foragt eller latterliggørelse, hvis de ikke ejer, bruger eller indtager det pågældende produkt.

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.

Markedsføring rettet mod børn og unge skal være udformet således, at den unge målgruppe ikke er i tvivl om, at der er tale om reklame. Reklamerne skal være mere omhyggelige, præcise og realistiske end i forhold til voksne.

- 3) Reklamer må ikke være et udtryk for eller opfordre til direkte eller indirekte **forskelsbehandling** på grund af

¹ LBK nr. 1021 af 21. oktober 2008 om forbud mod tobaksreklame m.v.

² Lov nr. 426 af 3. maj 2017 om markedsføring (markedsføringsloven), § 8

vedkommendes eller en tredjemands race eller etniske oprindelse³.

Begrænsningerne gælder for den reklamerende virksomhed. Silkeborg Kommune har imidlertid en særlig pligt til at påse, at virksomheden overholder lovgivningen⁴. Hvis kommunen bliver opmærksom på, at lovgivningen eventuelt ikke er overholdt, skal kommunen reagere. Aftaler om reklamer i kommunens bygninger m.v. skal derfor indeholde følgende bestemmelser (eller i hvert fald kunne leve op til disse):

§ x. Reklamerne må ikke være i strid med markedsføringsloven eller anden lovgivning.

Stk. 2. Finder Silkeborg Kommune, at der er begrundet tvivl om, hvorvidt en konkret reklame er i overensstemmelse med lovgivningen, skal den pågældende reklame fjernes, indtil tvivlen er afklaret.

Stk. 3. Sker der overtrædelser af lovgivningen i forbindelse med reklamer efter aftalen, kan aftalen opsiges af Silkeborg Kommune med øjeblikkelig varsel.

2.2. Reklamer for alkohol og usunde føde- og drikkevarer

Reklamer for alkohol og usunde fødevarer eller for virksomheder, som primært fremstiller den type af varer, er ikke ulovlige. Silkeborg Kommune indgår imidlertid som led i sin forebyggelsespolitik som udgangspunkt ikke sådanne aftaler.

Usunde drikke- og fødevarer

Med usunde drikke- og fødevarer sigtes navnlig til:

- Sodavand, saftvand og lign. med et højt indhold af sukker
- Slik, kager, kiks og lign. med et højt indhold af sukker og / eller fedt
- Grillmad mv. med et højt indhold af fedt

Ved vurderingen af, om varen har et højt indhold af sukker eller fedt kan kommunen se på f.eks. "Kend Varen – Ernæring"-mærkning eller

³ LBK 438 af 16. maj 2012 om etnisk ligebehandling

⁴ Lov nr. 490 af 7. juni 2006 om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamer for andre, § 2

tilsvarende mærkning, der viser indholdet sammenholdt med det anbefalede indtag af sukker eller fedt.

Kommunens sundhedskonsulent kan være behjælpelig med at vurdere, om der er tale om usunde drikke- eller fødevarer.

Dog kan der indgås aftale om reklamering for dagligvarebutikker og lign., hvor der i et vist omfang reklameres for alkohol og usunde føde- og drikkevarer.

Derudover kan der indgås aftaler om *udskiftelige* reklamer for alkohol eller usunde føde- eller drikkevarer på reklamefinansieret byudstyr, jf. pkt. 3.2.1., ligesom der kan indgås aftaler om reklamer for alkohol eller usunde føde- eller drikkevarer på eller i idrætshaller, idrætsanlæg, svømmehaller, medborgerhuse og tilsvarende steder, der hovedsageligt anvendes til fritidsaktiviteter, jf. pkt. 3.2.3.

2.3. Reklamer for seksuelle ydelser eller varer

Silkeborg Kommune indgår ikke aftaler om reklamering for seksuelt betonede ydelser eller varer.

2.4. Reklamer for politiske partier og lign., arbejdsgiverorganisationer, fagforeninger og religiøse bevægelser

Silkeborg Kommune indgår ikke aftaler om reklamering for politiske partier, politiske bevægelser, valgte medlemmer eller opstillede kandidater til politiske forsamlinger, arbejdsgiverorganisationer, fagforeninger (herunder politisk neutrale fagforeninger) eller religiøse bevægelser.

Dog har biblioteket visse muligheder for vederlagsfri formidling af partier og politiske holdninger, jf. pkt. 3.2.5.

2.5. Reklamer, som kan være skadelige for kommunens anseelse

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

3. Hvor og hvordan må der reklameres?

3.1. Lovgivningens begrænsninger

Reklamer i skoler, daginstitutioner og lign.

Forbrugerombudsmanden er som udgangspunkt skeptisk over for reklamer i skoler, i daginstitutioner og lignende steder, hvor unge færdes i dagligdagen. Forbrugerombudsmanden har bl.a. udtalt, at der ikke måtte opsættes bandereklamer på en multibane på en skole⁵.

På den anden side er markedsføringsloven efterfølgende blevet ændret, og den tidligere minister for familie- og forbrugeranliggender har i den forbindelse undladt at forbyde reklamering på skoler og i institutioner, bl.a. fordi det efter hans opfattelse ville kunne lægge hindringer i vejen for samarbejde mellem lokale virksomheder og skoler⁶.

Retstilstanden er på nuværende tidspunkt formentlig således, at der ikke på skoler og i institutioner må opsættes reklamer, der retter sig mod børn og unge, men at der er mulighed for at reklamere på neddæmpet vis for virksomheder, produkter m.v., der ikke særligt retter sig mod børn.

Reklamer på køretøjer

Der findes nærmere retningslinjer for udformning og placering af reklamer på køretøjer⁷.

Reklamer i det åbne land

Der gælder en række bestemmelser og begrænsninger vedrørende skilte og reklamer i det åbne land, altså uden for byzone⁸.

3.2. Begrænsninger i Silkeborg Kommune

En kommune kan efter lovgivningen tillade reklamer i bygninger, biler og udstyr i samme omfang som private. Der kan med andre ord lovligt reklameres på ansattes beklædning, busser til personbefordring, plejehjem, rådhus m.v., så længe lovgivningen i øvrigt overholdes.

Silkeborg Kommune har imidlertid vedtaget disse retningslinjer for, hvad der må reklameres på og hvordan.

3.2.1. Informationstavler og lign.

Informationstavler / byudstyr

Der kan reklameres på kommunale separate informationstavler, byudstyr og lign., der står på veje og andre steder i bybilledet, og som ikke har fysisk sammenhæng med kommunens bygninger eller køretøjer.

⁵ Udtalelse af 13. maj 2004 om skolesponsorering

⁶ Svar på spm. 8 til L 13/2005 – svar til Erhvervsudvalget

⁷ Der er enkelte regler om placering af reklamer på biler i bekendtgørelse nr. 9316 af 3. marts 2006 om detailforskrifter for køretøjers indretning og udstyr

⁸ Naturbeskyttelsesloven, lov nr. 1122 af 3. september 2018, § 21

Reklamerne skal være inden for rammerne af pkt. 2.

Hvis der er tale om udstyr, som stilles til rådighed for kommunen mod, at den virksomhed, der ejer udstyret, udlejer reklameplads til forskellige virksomheder i begrænsede tidsperioder (udskiftelige reklamer), skal reklamerne være inden for rammerne af pkt. 2.1. og 2.3. – 2.5.⁹

Pjecer og lign.

Pjecer og andet informationsmateriale, der primært informerer om myndighedsopgaver og lign., f.eks. om regler og procedurer for ansøgning om bestemte ydelser, om Borgerservice' åbningstider eller muligheder for at klage, benyttes ikke til reklamer.

Informationsmateriale om kommunen som geografisk område generelt, f.eks. om turistattraktioner, kulturelle tilbud m.v., kan anvendes til reklamer. Reklamerne skal være inden for rammerne af pkt. 2.

Kommunens hjemmeside

Kommunens hjemmeside eller kommunens andre elektroniske medier benyttes ikke til reklame¹⁰.

3.2.2. Skoler, institutioner, legepladser og lign.

Helt eller delvist donerede legestativer og lign.

Der kan reklameres på legestativer 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 messingskilt) og må kun indeholde navnet på virksomheden og oplysning om, at denne har doneret udstyret.

Bygninger, som bruges til daginstitutioner, skoler eller lign.

Der indgås ikke aftaler om opsætning af reklamer på eller i skoler eller institutioner. Der opsættes herunder ikke reklamer ud mod skolegård, legeplads eller andre udendørs områder, hvor børnene færdes i det daglige.

⁹ Der er på nuværende tidspunkt en aftale med Clear Channel Danmark A/S vedr. oplyste buslæskærme og informationsanlæg samt handicapvenlige toiletter mv.

¹⁰ Der er ikke hjemmel hertil i lov om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre

Der kan dog indgås aftaler om helt eller delvist donerede legestativer og lign. udstyr, jf. ovenfor.

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

(Der må endvidere gerne vederlagsfrit reklameres for idrætsforeninger, museer, udstillinger, messer, kulturelle arrangementer og lign., der kan bidrage til børnenes interesse for idræt, kultur, samfundsforhold, naturvidenskab og andre emner, der har pædagogisk / undervisningsmæssig relevans. Dette behøver ikke at blive drøftet med forældrene.)

Kommunale legepladser

Udvendigt

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

Indvendigt

Der kan indgås aftaler om helt eller delvist donerede legestativer og lign. udstyr, jf. ovenfor.

Derudover kan der indgås aftaler om at opsætte reklamer ind imod legepladsens område. Reklamerne skal i så fald nedtones, f.eks. ved at blive samlet på særlige reklametavler. Der indgås heller ikke her aftaler om reklamer, der retter sig imod børn, og reklamerne skal derudover være inden for rammerne af pkt. 2.

Undervisningsmaterialer m.v.

Spørgsmålet om reklamer i undervisningsmateriale, rundvisninger og andre aktiviteter skal drøftes med forældrene i forældrebestyrelsen, inden der indgås aftaler herom. Undervisningsmidler til skolebrug skal godkendes af skolebestyrelsen¹¹.

Indgås der en sådan aftale, skal den indeholde følgende bestemmelser (eller i hvert fald leve op til disse):

Betingelser ved aftaler om undervisningsmaterialer, legetøj og andre sponsorerede materialer:

§ y. [Materialet] skal i mindst muligt omfang anvende / påføres virksomhedens navn, logo, varemærke, figurer og lign.

Stk. 2. [Materialet] må ikke være ledsaget af eller indeholde reklamer og andre former for markedsføring. [Materialet] må ikke indeholde

¹¹ LBK. nr. 1510 af 14. december 2017 (folkeskoleloven), § 44, stk. 4

direkte eller indirekte opfordringer til børnene / de unge om at købe eller anvende bestemte produkter eller tjenesteydelser. Det gælder også opfordringer til at påvirke forældre hertil.

Stk. 3. Udtalelser i [materialet], der kan fortolkes som, at varer eller tjenesteydelser fra visse erhvervsdrivende er bedre eller dårligere, må undgås og skal som minimum kunne dokumenteres.

Stk. 4. Barnet / den unge eller forældrene må ikke kunne få det indtryk, at barnet / den unge bliver upopulær, mobbet eller på anden måde stillet i en dårligere situation end andre, hvis man ikke køber eller anvender bestemte produkter eller tjenesteydelser.

Stk. 5. Børnene / de unge, lærerne / pædagogerne og forældrene har frihed til at forholde sig kritisk til virksomheden og dens produkter.

Stk. 6. Lærerne / pædagogerne og forældre forpligtes ikke til at anvende det sponsorerede materiale.

Stk. 7. Virksomheden må i øvrigt ikke markedsføre sine produkter, herunder uddele vareprøver, over for børnene / de unge.

Betingelser ved aftaler om undervisning eller andre aktiviteter som lege, konkurrencer, rundvisninger eller lign.:

§ z. Forældre skal give samtykke til de mindre børns deltagelse i [aktiviteten], der tilbydes af virksomheden. Det gælder børn i vuggestue, børnehave, børnehaveklasse og 1. – 3. klasse.

Stk. 2. Navn, logo, varemærke nævnes / bruges mindst muligt i forbindelse med [aktiviteten].

Stk. 3. [Aktiviteten] må ikke være ledsaget af eller indeholde reklamer og andre former for markedsføring. [Aktiviteten] må ikke indeholde direkte eller indirekte opfordringer til børnene / de unge om at købe eller anvende bestemte produkter eller tjenesteydelser. Det gælder også opfordringer til at påvirke forældre hertil.

Stk. 4. Udtalelser under [aktiviteten], der kan fortolkes som, at varer eller tjenesteydelser fra visse erhvervsdrivende er bedre eller dårligere, må undgås og skal som minimum kunne dokumenteres.

Stk. 5. Barnet / den unge eller forældrene må ikke kunne få det indtryk, at barnet / den unge bliver upopulær, mobbet eller på anden

måde stillet i en dårligere situation end andre, hvis man ikke køber eller anvender virksomhedens eller andre produkter eller tjenesteydelser.

Stk. 6. Børnene / de unge, lærerne / pædagogerne og forældrene har frihed til at forholde sig kritisk til virksomheden og dennes produkter.

Stk. 7. Virksomheden må i øvrigt ikke markedsføre sine produkter, herunder uddele vareprøver, over for børnene / de unge.

3.2.3. Bygninger og arealer, som hovedsagelig benyttes til fritidsaktiviteter

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

Dog kan der opsættes ikke-dominerende udvendige reklamer for et konkret arrangement på bygningerne i forbindelse med arrangementets afholdelse i bygningen, i overensstemmelse med planlovgivningens / lokalplanens bestemmelser og efter de procedurer (herunder om tilladelse til opsætning af skilte og lign.), som i øvrigt gælder i Silkeborg Kommune.

Der kan indgås aftale om reklamering inde i idrætshaller, svømmehaller, idrætsanlæg, medborgerhuse og tilsvarende steder, hvor borgerne ofte kommer i forbindelse med fritidsaktiviteter. Reklamerne skal have en sådan størrelse, form og placering, at de ikke bliver dominerende i forhold til det kommunale formål, disse steder tjener. Reklamerne skal være inden for rammerne af pkt. 2.1., 2.3. – 2.6.

Der må formidles prislister og kontaktoplysninger til kunstneren i forbindelse med udstillinger.

Er der en brugerbestyrelse¹² eller lign. for den pågældende bygning eller areal eller for den aktivitet, som finder sted på stedet, skal spørgsmålet drøftes med dette organ, inden der indgås aftaler om reklamering.

Særligt om salg af navneret til idrætsanlæg mv.

Silkeborg Kommune kan efter lov om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre, § 2, anvende bl.a. fast ejendom til brug for reklamering for andre, såfremt reklameringen er i overensstemmelse med

¹² Brugerbestyrelse er en fællesbetegnelse for nærdemokratiske organer, der består af brugere. Brugerbestyrelsen kan følge af lov, fx skolebestyrelser, men kan også være oprettet på frivilligt kommunalt eller privat initiativ med henblik på at delegere driften af fx sportsanlæg, kulturhuse mv...

markedsføringsloven og anden lovgivning. Kommunen kan således lovligt sælge navneretten til et kommunalt ejet idrætsanlæg.

Kommunen har pligt til at opkræve markedsprisen for en sådan navneret, jf. lovens § 3, og kommunen har i den forbindelse pligt til at undersøge, hvad der må anses for markedsprisen, før kommunen indgår en aftale med en køber. Prisfastsættelsen sker ved konkurrenceudsættelse fx på kommunens hjemmeside.

Aftalerne om navneret indgås for en periode på 3 år med mulighed for et års forlængelse.

For yderligere oplysninger henvises til Silkeborg Kommunes retningslinje for salg af navneret til idrætsanlæg mv.

Er der en brugerbestyrelse, se note 12, eller lign. for den pågældende bygning eller areal eller for den aktivitet, som finder sted på stedet, skal spørgsmålet drøftes med dette organ, inden der indgås aftaler om reklamering.

3.2.4. Bygninger og udstyr, som hovedsagelig benyttes til andet end fritidsaktiviteter

Der indgås ikke aftaler om reklamer i rådhus eller bygninger, der benyttes til den kommunale administration, eller udstyr, hovedsageligt benyttes til andet end fritidsaktiviteter, og som borgerne derfor reelt set ikke har mulighed for at fravælge. Det samme gælder døgninstitutioner, plejehjem og lign. steder, der tjener som hjem for beboeren.

3.2.5. Biblioteket

Biblioteket udfører særlige informationsopgaver efter bibliotekslovgivningen. 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 indgås ikke aftale om opsætning af reklamer ud mod offentligt tilgængelige veje m.v.

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 kan indgå aftaler om reklamer i undervisningsmateriale, rundvisninger og andre aktiviteter rettet mod børn. Indgås en sådan aftale, skal den indeholde – eller leve op til – bestemmelser som dem, der er nævnt vedrørende undervisningsmateriale m.v. i

skoler og daginstitutioner. Se pkt. 3.2.2. Retter materialet m.v. sig mod voksne, skal aftalen følge tilsvarende regler, dog ikke § y, stk. 4, eller § z, stk. 5.

Biblioteket kan i forbindelse med udstillinger formidle prislister og kontaktoplysninger til kunstneren.

Der kan indgås andre aftaler om reklamer. Reklamerne skal have en sådan størrelse, form og placering, at de ikke bliver dominerende i forhold til de formål, som biblioteket tjener. Biblioteket reklamerer dog ikke for arbejdsgiverorganisationer eller fagforeninger. Biblioteket indgår heller ikke aftaler om reklamer mod vederlag, som retter sig imod børn. Reklamerne er i øvrigt inden for rammerne af pkt. 2.1 – 2.3. og 2.5.

Biblioteket må vederlagsfrit sætte plakater op eller i øvrigt formidle oplysninger om idrætsforeninger, andre foreninger, religiøse bevægelser, museer, udstillinger, messer, kurser, undervisning, kulturelle arrangementer og lign., der kan bidrage til oplysning, uddannelse og kulturel aktivitet.

Biblioteket må vederlagsfrit opsætte valgplakater eller i øvrigt formidle valgmateriale samt politiske og tilsvarende synspunkter med henblik på. at understøtte demokrati og debat. Alle synspunkter skal formidles ligeligt og ensartet.

Vederlagsfri formidling kan ske både i fysisk form (plakater og lign.) og i elektronisk form (skærme på biblioteket eller på hjemmesiden).

3.2.6. Køretøjer, som benyttes til transport af borgere

Der kan indgås aftale om reklamering på køretøjer, som benyttes til transport af borgere, f.eks. busser der kører ture med plejehjemsbeboere.

Reklamerne skal have en sådan størrelse, form og placering, at de ikke bliver dominerende i forhold til det kommunale formål, disse køretøjer tjener.

Der skal derudover tages særligt hensyn til, at busserne benyttes til personbefordring, og reklamerne skal derfor nedtones, f.eks. ved placering i afgrænsede felter, og de må ikke opsættes lige ved bussens døre. Reklamerne skal derudover være inden for rammerne af pkt. 2 og 3.1.3.

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

Køretøjer

Der kan indgås aftaler om reklamering på køretøjer, der kun benyttes af kommunens ansatte.

Reklamerne skal have en sådan størrelse, form og placering, at de ikke bliver dominerende i forhold til det kommunale formål, køretøjet tjener.

Der skal derudover tages særligt hensyn til, at køretøjerne benyttes til personbefordring, og reklamerne skal derfor nedtones, f.eks. ved placering i afgrænsede felter. Reklamerne skal derudover være inden for rammerne af pkt. 2 og 3.1.3.

Udstyr og beklædning

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

4. Hvordan skal aftalerne indgås?

Aftaler om reklamering skal indgås til markedspris.

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.

Den relevante afdelings- eller stabschef skal orienteres, inden der indgås reklameaftaler, medmindre vedkommende har meddelt det modsatte.

Afdelingschefen / stabschefen forelægger den påtænkte aftale for direktionen, 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.

Reklameaftaler indgås for højst 1 år ad gangen, medmindre andet fremgår ovenfor eller der forinden har været indgået tilsvarende aftale, som ikke har givet anledning til problemer.

5. Økonomiske forhold

Hvis der er tale om et køretøj eller andet aktiv, som helt eller delvist finansieres ved reklamer (eller donation mod opsætning af messingskilt eller lign.), og som benyttes af en institution, tilhører aktivet den relevante institution/afdeling, og eventuelle indtægter tilfalder ligeledes den pågældende institution/afdeling.

Er der tale om reklameindtægter for reklamering i en bygning eller anden facilitet, tilfalder indtægter i udgangspunktet den / de institutioner / afdelinger, der har indgået aftale om reklamefinansiering.

Indtægter fra reklamer, der opsættes i eller på kommunens faciliteter, tilfalder som udgangspunkt kommunen. Hvis der imidlertid er tale om en privat idrætsforening eller

lign., som ønsker at opsætte reklamer i forbindelse med deres arrangementer, kan det aftales mellem kommunen og den private part, at indtægterne tilfalder den private part.