

Retningslinjer for Markedsføringspuljen

Gennem Markedsføringspuljen kan du give et tilbud om markedsføring og synliggørelse af Slagelse Kommune.

Ikke en tilskudspulje

Markedsføringspuljen er ikke en tilskudspulje ligesom ovennævnte puljer.

Det betyder, at du ikke kan søge om tilskud gennem puljen. Men du kan tilbyde en ydelse mod en modydelse, jf. Lov om støtte til eliteidræt. Klubber, foreninger og idrætsudøvere kan med andre ord give kommunen et tilbud om markedsføring, hvori I anfører jeres vurdering af markedsføringsværdien.

Markedsføringsværdien beregnes ud fra de kriterier, der anføres i nedenstående retningslinjer.

Puljen

Slagelse Kommune afsætter årligt et beløb til markedsføring af kommunen. Puljen varetages af Kultur- og Fritidsudvalget.

Formål

Markedsføringspuljen har til formål at markedsføre og synliggøre Slagelse Kommune som en attraktiv kommune og ikke mindst som en attraktiv idrætskommune.

Markedsføringspuljen skal være med til at styrke den positive omtale af Slagelse Kommune og gavne den branding og profilering af kommunen, der til stadighed arbejdes på fra mange sider. Ligeledes skal puljen styrke business to business samt Slagelse Kommunes generelle imagepleje i forhold til at tiltrække nye borgere og besøgende samt fastholde eksisterende borgere.

Udgangspunkt og forudsætninger

En markedsføringsaftale vil tage udgangspunkt i det fremsendte tilbud om at markedsføre Slagelse Kommune.

Der kan overordnet indgås fire typer af aftaler:

- Foreninger og klubber vurderet ud fra deres sportslige præstationsniveau og relaterede markedsføringsværdi.
- Personlige rollemodellers PR-værdi/markedsføringsværdi.
- Enkeltstående arrangementers PR-værdi/markedsføringsværdi.
- Styrkelse af kommunens generelle imagepleje i forhold til at tiltrække nye borgere.

Ved vurderingen af fremsendte markedsføringstilbud vil der fra Slagelse Kommunes side bl.a. blive lagt vægt på følgende:

- At tilbudsgiver har en virksomhedsform med en organisation, et værdigrundlag, en økonomi, en strategi og et omdømme, som lever op til kommunens værdier samt generelle krav til samarbejdspartnere.
- At tilbudsgivers sportslige niveau er på et højt nationalt plan.
- At der foregår en væsentlig eksponering i landsdækkende og eventuelle internationale medier.
- At aktiviteten i kraft af sin kvalitet og synlighed understøtter den idrætsprofil, som Slagelse Kommune vil kendes for jævnfør den gældende idrætspolitik.
- At aktiviteten giver mulighed for lokal publikumsmæssig oplevelse på højt professionelt niveau.
- At topidrætsudøvere, som har værdi af rollemodeller, bruges som ambassadører til inspiration og motivation i forbindelse med arrangementer, der har en markedsføringsmæssig værdi.
- Slagelse Kommunes køb af markedsføring og øvrige ydelser skal således kunne ses i et både lokalt, nationalt og internationalt perspektiv.

Aftalens længde:

Kommunen kan som udgangspunkt kun indgå 1-årige aftaler om markedsføring. Ved særlige tilfælde kan der dog på baggrund af en konkret vurdering indgås flerårige aftaler.

Kommunen kan indgå aftale omkring enkeltstående arrangementer, som tilbudsgiver skønner, har en markedsføringsmæssig værdi for Slagelse Kommune jævnfør ovenstående.

Hvad skal indgå i markedsføringstilbuddet:

I det fremsendte tilbud skal I anføre følgende:

- Værdien af den forventede mediedækning i samtlige landets trykte aviser, landsdækkende, regionale, ugeaviser, sportsblade og magasiner.
- Værdien af den forventede mediedækning i landsdækkende medier: DR1, DR2, TV2, TV3, Tv3+, TV3 Max, TV2 Sport, TV3 Sport 1, Kanal 5 og 6, Canal 9, Eurosport 1 og 2, TV Øst m.fl.
- Værdien af mediedækning fra evt. streaming på nettet mv.
- Værdien af mediedækning i sociale medier og på relevante hjemmesider, herunder nyhedssider.
- Værdien af opsatte reklameskilte med Slagelse Kommunes logo.

- Værdien af Slagelse Kommunes logo på tilbudsgivers eliteudøveres beklædning.
- Det forventede antal tilskuere, seere og læsere.

Tilbudsgiver skal tilvejebringe de nødvendige oplysninger og fakta, således at den reelle markedsføringsværdi kan udregnes i forhold til den generelle medieomtale.

Hvilke punkter indgår som hovedregel i en markedsføringsaftale:

- Eliteidrætsudøvere, trænere og ledere hos tilbudsgiver forpligtiger sig til ved ethvert interview i elektroniske medier at bære Slagelse Kommunes logo synligt.
- Tilbudsgiver forpligtiger sig endvidere til, at Slagelse Kommunes logo med sloganet "En stærk partner", tydeligt anføres i alle trykte programmer, annoncer, reklamer, plakater og lignende.
- På tilbudsgivers hjemmeside skal Slagelse Kommunes logo være tydeligt og med direkte link til kommunens hjemmeside.
- Slagelse Kommunes logo skal være synligt placeret på alle tilbudsgivers eliteidrætsudøveres trøjer eller bluser efter nærmere aftale. Der indgås inden aftalens underskrivelse en særlig aftale omkring design, størrelse og omfang.
- Ved alle hjemmekampe, udendørs såvel som indendørs, er tilbudsgiver forpligtiget til at opstille 2 reklameskilte med Slagelse Kommunes logo. Skiltene skal indgå i tilbudsgivers øvrige reklameskilte og skal anbringes på attraktive pladser, som skal være synlige i en eventuel TV-transmission.
- Tilbudsgiver kan forpligtige sig til uden beregning at deltage i særlige arrangementer og events arrangeret af Slagelse Kommune, efter nærmere aftale.

Frister, tidsrammer og behandling:

Såfremt du ønsker at fremsende et markedsføringstilbud til Slagelse Kommune, skal dette ske senest den 1. december i året, inden aftalen træder i kraft. Du kan afgive et tilbud på siden om [Markedsføringspuljen](#) på kommunens hjemmeside.

Aftaleperioden kan enten være et kalenderår, hvor aftalen er gældende fra 1. februar til årets udgang, eller en foreningssæson, hvor aftalen er gældende fra 1. juli til 30. juni det efterfølgende år. Dette for at aftalerne passer med de udøvere eller foreninger, der indgås aftaler med.

Såfremt der efterfølgende er en restpulje, kan der løbende fremsendes markedsføringstilbud til kommunen. Det kan fx være, hvis der er kommet nye tiltag, der vurderes at skabe værdi for kommunen jf. ovenstående retningslinjer. Eller hvis ændrede forhold hos tilbudsgiver giver anledning til en ny vurdering af markedsføringsværdien.

Center for Kultur, Fritid og Borgerservice udfærdiger med baggrund i det tilsendte markedsføringstilbud et forslag til en aftale, som efterfølgende vurderes af et af Slagelse Kommune valgt konsulentfirma.

Såfremt denne vurdering viser, at markedsføringsværdien ikke matcher det fremsendte markedsføringstilbud, tilrettes aftalen til den af konsulentfirmaet anslåede markedsføringsværdi.

Denne vurdering behandles sammen med de øvrige tilbud, som Slagelse Kommune rettidigt har modtaget, på Kultur- og Fritidsudvalgets møde i januar. Det er således Kultur- og Fritidsudvalget, der beslutter, hvorvidt der skal indgås en markedsføringsaftale samt til hvilken værdi/beløb.

Tilbudsgiver forpligtiger sig til et halvårligt møde med det af Slagelse Kommune valgte konsulentfirma og Slagelse Kommune. Her skal tilbudsgiver dokumentere den markedsføringsmæssige værdi, som Slagelse Kommune har fået gennem aftalen i det forløbne halve år.

Betaling af den aftalte pris for markedsføring finder sted efter nærmere aftale.

Afgiv et tilbud om markedsføring

Du sender dit markedsføringstilbud ved hjælp af det røde selvbetjeningsmodul på siden om [Markedsføringspuljen](#) på Slagelse Kommunes hjemmeside. Alternativt kan tilbuddet sendes til fritid@slagelse.dk

Senest revideret den 5. februar 2019