

## Vigtigste ændringer i retningslinjer for udleje, reklamering og sponsorater

### Generelt:

- Retningslinjerne er blevet gennemgået af jurister, så de overholder gældende lovgivning.
- Størstedelen af indholdet er helt nyt indhold. I de gamle retningslinjer var der fx ikke noget kapitel om reklamering og sponsorater, ligesom det var meget sparsomt, hvad der stod om muligheden for at leje vores faciliteter.
- De nye retningslinjer tager højde for de ændringer, der er sket, siden de gamle retningslinjer blev udformet, og gør os alle bedre rustet til at imødekomme og udnytte de muligheder, der kan ligge i udleje af overskudskapacitet i idrætsfaciliteter samt salg af reklamer og navnesponsorater.
- De nye retningslinjer indeholder nu kriterier for, hvornår man kan få anvist en facilitet gratis, og hvornår man skal betale, herunder hvor meget man skal betale. Det skulle gerne gøre det lettere for os alle at vurdere, hvornår en forening mv. skal betale leje, hvad vi gør, når en forening mv. vil sælge reklamer osv. Der stod meget lidt i de gamle retningslinjer om, hvem der skulle betale leje, og hvem der ikke skulle, og hvad man skulle betale.
- Da foreninger, aktører mv. kan tilhøre flere forskellige grupper alt efter, hvilken aktivitet der er tale om, og hvad formålet er med denne, har det været nødvendigt at få opstillet kriterier for, hvornår faciliteter kan anvises gratis, hvornår man skal betale, hvad man skal betale osv.
- De nye retningslinjer gør det muligt for os at løse forestående sager om fx salg af navnesponsorat og reklamer på stadion, som en klub har efterspurgt svar på.
- Det er blevet tydeliggjort, at Slagelse Stadion ikke lånes ud på grund af høje driftsomkostninger.

### Retningslinjer for udleje:

- Der er nu udformet fælles retningslinjer for alle typer af faciliteter på fritids- og idrætsområdet. De gamle retningslinjer for udleje vedrørte kun udendørs idrætsanlæg og således ikke haller osv.
- Der er indsat tre forskellige grupper i retningslinjerne: Dem, som kan få anvist faciliteter vederlagsfrit efter Folkeoplysningsloven, dem som kommunen lovligt kan støtte efter kommunalfuldmagten eller andre skrevne love, og dem som regnes som

kommercielle aktører, professionelle klubber mv., og som kommunen dermed ikke må støtte.

- Ved hver af grupperne er det beskrevet, hvorvidt og hvad de skal betale i leje, og hvilke muligheder de har for at opstille/sælge reklamer, og hvordan indtægten i givet fald skal fordeles.
- Der er indsat et afsnit om selvorganiseredes mulighed for at leje timer og dermed bruge vores idrætsanlæg. Selvorganiserede var slet ikke nævnt i de gamle retningslinjer.
- De generelle betingelser for udleje er skrevet om, så de passer til eksisterende praksis og organisering.
- Der er indsat et afsnit om aflysninger, så det bliver tydeligt, hvornår man som lejer af en facilitet til et stort arrangement senest skal aflyse, og hvad konsekvenser er, hvis man ikke aflyser i tide. Fristen er identisk med den frist, som gælder for kommunens aflysninger af andres tider.

#### **Retningslinjer for reklamering:**

- Foreningers mulighed for at opstille/sælge reklamer er blevet udvidet. I de gamle retningslinjer var det reelt kun klubber på udendørs anlæg, der havde denne mulighed. Og det var kun en klub pr. udendørs anlæg.
- I de nye retningslinjer kan alle faste brugere af vores idrætsfaciliteter som udgangspunkt få tilladelse til at opstille/sælge faste og lejlighedsvis reklamer. Og hvis man skal holde arrangement på en facilitet, hvor man ikke er fast bruger, kan man også få tilladelse til at sælge/opstille reklamer til det pågældende arrangement.
- Kommunens andel af reklameindtægter ved foreningers reklamesalg er øget fra 10 til 15 %. En del af kommunens reklameindtægter vil dog gå til udvikling/vedligehold af faciliteterne og dermed komme alle brugere til gode.
- Der er åbnet op for, at kommercielle aktører, professionelle klubber mv. også kan få tilladelse til at opstille/sælge reklamer, hvis de fx har et arrangement i en kommunal facilitet eller lejer den til turneringskampe. Dog gælder ovennævnte fordeling af indtægter ikke her, da kommunen ikke må støtte erhvervsvirksomheder.
- Rammerne for reklamering er nu langt mere tydeligt beskrevet end i de gamle retningslinjer og eksisterende politikker i kommunen. Slagelse Kommune har i modsætning til mange andre kommuner ikke et reklameregulativ, hvilket har nødvendiggjort end mere detaljeret beskrivelse her, så vi holder os inden for lovgivningen og også udnytter de muligheder, som denne giver.

### **Retningslinjer for navnesponsorater:**

- Der er tale om et helt nyt kapitel. Der stod ikke noget om navnesponsorater i de gamle retningslinjer.
- Det er blevet tydeliggjort, at det er kommunen, der sælger navnet på faciliteter.
- Det er blevet beskrevet, hvad man som forening, kommerciel aktør mv. kan få, hvis man bidrager til salget/anviser en køber. Det vil hjælpe os, hvis/når vi skal sælge navnet på stadion, og samtidig vil det sikre, at vi ikke yder ulovlig støtte.