

**Indenrigs- og Sundhedsministeriet**

Dato: 23. marts 2006  
Kontor: Valgkontoret  
J.nr.: 2005-21000-3  
Sagsbeh.: DSI  
Fil-navn: udvalgsspørgsmål 4

**Besvarelse af spørgsmål nr. 4 (L 136), som Folketingets Kommunaludvalg har stillet til indenrigs- og sundhedsministeren den 6. februar 2006**

**Spørgsmål 4:**

"Ministeren bedes uddybe hvad der i lovforslaget forstås ved reklame, herunder reklame som der ikke modtages en konkret indtægt for, og ministeren bedes beskrive forskellen på reklame og sponsoraftaler."

**Svar:**

Det fremgår af bemærkningerne til § 1 i lovforslaget, at der ved reklamering forstås enhver form for kommunikation til en ubestemt flerhed af personer med det formål at gøre opmærksom på et produkt eller en tjenesteydelse for at få folk til at købe det pågældende produkt eller den pågældende tjenesteydelse. Enhver form for reklame ved brug af kommuners og regioners faste ejendom og løsøre for et produkt eller en ydelse er således omfattet af lovforslaget.

Det bemærkes i den forbindelse, at anvendelse af fast ejendom eller løsøre til reklamering omfatter såvel opsætning af reklamer på aktivet som reklamering i form af salg af navnerettigheder til eksempelvis et kommunalt idrætsanlæg.

Begrebet sponsoraftaler er ikke anvendt i lovforslaget. Sponsoraftaler kan dække over flere forskellige situationer:

1. Der kan være tale om, at en erhvervsdrivende giver en gave eller stiller en vare gratis til rådighed for en kommune eller en region.

Sådanne situationer er ikke omfattet af lovforslaget. Som nævnt i afsnit 2.2. i lovforslagets almindelige bemærkninger kan kommuner og regioner som offentlige myndigheder modtage gaver til brug for varetagelse af kommunale eller regionale opgaver, ligesom en kommune eller en region i den forbindelse må informere om, hvem myndigheden har modtaget gaven fra. Det er dog af afgørende betydning, at informationen ikke har karakter af generel markedsføring af sponsorens navn eller produkter.

2. Der kan endvidere være tale om, at en erhvervsdrivende bruger informationen om, at den giver en gave eller stiller en vare gratis til rådighed for en kommune, i reklameøjemed. Sådanne situationer vil heller ikke være omfat-

tet af lovforslaget, medmindre den private til dette formål anvender kommunens faste ejendom og løsøre.

3. Det kan endvidere betragtes som en sponsoraftale, hvis en erhvervsdrivende stiller en vare til rådighed for en kommune mod, at kommunen forpligter sig til at reklamere for den private ved brug af kommunens faste ejendom eller løsøre, herunder den pågældende vare. Et eksempel herpå er en bus, der stilles til rådighed for et plejehjem mod, at bussen til gengæld bærer reklamer.

Sådanne situationer vil være omfattet af lovforslaget. Lovligheden af en sådan aftale afhænger i givet fald, om kommunens faste ejendom eller løsøre efter lovforslagets regler må anvendes til reklamering.

4. Endvidere kan en aftale mellem en erhvervsdrivende og en kommune eller region om, at kommunalt eller regionalt ansatte eller politikere mod vederlag skal eksponere den erhvervsdrivendes produkter eller tjenesteydelser, betragtes som en sponsoraftale.

Sådanne situationer vil ikke være omfattet af lovforslaget, idet der ikke er tale om anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre. Det bemærkes i den forbindelse, at kommunens eller regionens medvirken som offentlig myndighed til sådanne aftaler ikke vil være lovlig.

Som det fremgår af ovenstående, kan det ikke entydigt besvares, om sponsoraftaler er omfattet af lovforslaget, idet det afhænger af, hvad man forstår ved sponsoraftalen.

Det afgørende for vurderingen af, om en aftale, herunder en sponsoraftale, vil være omfattet af lovforslaget, er imidlertid, om der er tale om en aftale om reklamering, der indebærer anvendelse af kommunens faste ejendom eller løsøre til brug for reklamering for andre.