



Datum

2021-11-30

Vår referens

Thomas Sterner

Avdelningschef

Thomas.Sterner@malmö.se

## Tjänsteskrivelse

### Riktlinje för reklam i fritidsnämndens anläggningar FRI-2021-2630

#### Sammanfattning

Fritidsförvaltningen har tagit fram riktlinjer för reklam i fritidsnämndens anläggningar. Riktlinjerna beskriver föreningar och organisationers möjlighet att ansöka om reklamrätt, grundprinciper för reklamrätt, vad som gäller när flera föreningar eller organisationer verkar i samma anläggning samt regler för reklamens innehåll och budskap.

#### Förslag till beslut

1. Fritidsnämnden fastställer förslag till riktlinjer för reklam i fritidsnämndens anläggningar.

#### Beslutsunderlag

- G-Tjänsteskrivelse fritidsnämnden 211215
- Vägledning om marknadsföring riktad till barn och unga konsumentverket
- Riktlinjer reklam kommunala idrottsanläggningar
- Inventering reklam i fritidsförvaltningens anläggningar

#### Beslutsplanering

Fritidsnämndens ordförandeberedning 2021-11-30

Fritidsnämndens Arbetsutskott 2021-12-09

Fritidsnämnden 2021-12-15

#### Ärendet

Fritidsförvaltningen har utrett nuvarande rutiner för föreningars ansökan om reklamrätt i fritidsnämndens anläggningar. Reklamrätten regleras genom överenskommelser/avtal mellan föreningar/organisationer och förvaltningen. Därtill kan så kallade evenemangsavtal upprättas där reklamrätt ingår.

Reklamrätten i detta ärende avser föreningars rätt att anslå företags namn och budskap i fast reklam på en anläggning.

Förvaltningens inventering visar att det idag finns föreningars reklam för företag på ett 20-tal anläggningar. Reklam finns både inomhus och utomhus. För att göra ansökningsprocessen och riktlinjerna tydligare har förvaltningen tagit fram förslag på riktlinjer för föreningars reklam i fritidsnämndens anläggningar.

Förvaltningen har kartlagt hur andra kommuner arbetar med riktlinjer för reklamrätt. Kalmar kommun har gjort en större utredning med en omvärldsanalys som beskriver hur elva kommuner i Sverige arbetar med frågan. Förvaltningen har tagit del av materialet och använt Kalmar kommuns underlag som en del i utredningsarbetet.

Under utredningen har föreningslivets synpunkter beaktats genom ett remissförfarande till MISO. Samorganisationen ställde sig positiv till förvaltningens förslag till riktlinjer.

Grundskoleförvaltningen har tillfrågats om regler för reklam inom skolans verksamhet. Det finns inga tydligt klargörande regler om reklam inom skolområdet.

### **Barnkonsekvensanalys**

En viktig ingång under arbetet med att ta fram riktlinjerna har varit att tydliggöra att det inte är tillåtet att sätta upp fast reklam i lokaler eller anläggningar där skolverksamhet bedrivs. Förvaltningen har förankrat riktlinjen om att *ingen fast reklam får sättas upp i anläggningar och lokaler där grundskolor bedriver stadigvarande skolverksamhet* med Grundskoleförvaltningen.

Därtill har förvaltningen tagit del av Konsumentverkets vägledning om marknadsföring riktad till barn och unga, som grundar sig på marknadsföringslagen (2008:486), barnkonventionen, föräldrabalken (1949:381) samt ICC:s regler för reklam och marknadskommunikation. Konsumentverket slår fast att det är tillåtet att rikta reklam mot barn men reklamen får aldrig innehålla direkta köpuppmaningar. Förvaltningen understryker detta i förslaget till riktlinjer.

Förvaltningen är också tydlig i riktlinjerna med vilken typ av reklam som kan exponeras i fritidsnämndens anläggningar. Ett av skälen till detta är att säkerställa att barn och unga inte exponeras för reklam som strider mot de regler och praxis som Konsumentverket lyfter.

Innehållet i reklamen skall vara i överensstämmelse med Malmö stads värdegrund. Det innebär att det inte får förekomma reklam och budskap som främjar bruk av alkohol, spel, narkotika, doping eller tobak. Reklamen får inte innehålla religiösa eller politiska budskap. Reklamen får inte vara stötande eller diskriminerande mot kön, könsidentitet eller könsuttryck, etnisk tillhörighet, religion eller annan trosuppfattning, funktionsnedsättning, sexuell läggning eller ålder.

### **Implementering**

#### **Process för införande av riktlinjer för reklamrätt**

- Upprättande av webbaserat ansökningsformulär för föreningar och organisationer som vill ansöka om reklamrätt – januari 2022
- Kommunikation till föreningar om riktlinjer och rutin – januari 2022
- Uppsägning av avtal och överenskommelser om reklam – mars 2022
- Borttagning av reklam som saknar avtal – april 2022
- Start mottagning av nya ansökningar i webbmiljö – april 2022
- Upprättande av nya avtal för reklamrätt juni 2022
- Rutinen fullt implementerad december 2022

## Riktlinje för reklam i fritidsnämndens anläggningar

### Omfattning

- Riktlinjen omfattar föreningars och organisationers möjlighet att ansöka om rätt att sätta upp fast reklam för föreningen samt för företag och andra externa parter.
- Riktlinjen gäller för anläggningar och lokaler som är under fritidsnämndens ansvar.
- Riktlinjen gäller både inom- och utomhusanläggningar samt lokaler.

### Grundprinciper

- Förening eller organisation som vill sätta upp fasta reklamskyltar eller föreningsemlen i en lokal eller anläggning, ska ansöka om reklamrätt/rätt till föreningsemlen hos fritidsförvaltningen. Med ”sätta upp” menas att på golv, väggar, dörrar, armatur, aggregat, stolpar eller tak fästa skylt, banderoll, affisch eller liknande, och med ”fast” menas att reklamen finns kvar på platsen efter att föreningen har avslutat sin aktivitet.
- Tillfällig reklam, dvs som inte sätts upp enligt definitionen ovan, samt reklam som offentliggörs på digital skärm eller genom projektor, vid föreningens eller organisationens matcher, träningar, tävlingar och andra arrangemang kan användas utan ansökan. Sådan reklam ska plockas bort efter arrangemangets slut.
- I anläggningar och lokaler där grundskolor bedriver stadigvarande skolverksamhet får ingen fast reklam sättas upp. Det gäller även lös utrustning, inventarier eller maskiner såsom innebandysarg på dessa platser. Gymnastikhallar, sporthallar samt konstgräsplaner för vilka grundskolan har medfinansierat planen, räknas som platser där grundskolor bedriver stadigvarande skolverksamhet. Ishallar, anläggningar på stadionområdet, Malmö idrottsplats, specialidrottshallar, gräsplaner, bollfält och grusplaner räknas normalt inte som platser där grundskolor har stadigvarande skolverksamhet.
- Bidragsberättigade föreningar och organisationer äger rätt att utan avgift till fritidsförvaltningen, sätta upp reklam och reklamintäkterna tillfaller i sin helhet föreningen eller organisationen. Vid stora evenemang och elitavtal skrivs separata avtal där reklamrätten kan ha ett värde och eventuellt förses med en avgift.
- Föreningar kan efter ansökan och godkännande av fritidsförvaltningen sätta upp klubbemblem, föreningsnamn och föreningsloggor i den anläggning där föreningen har sin huvudsakliga verksamhet (hemmaplan). För detta gäller övriga tillämpliga punkter i detta dokument.
- På de anläggningar där elitverksamhet förekommer kan elitklubben ansöka om att sätta upp stadigvarande reklam. Det gäller även lös utrustning, inventarier eller maskiner såsom innebandysarg, bordtennishagar, ismaskin och dylikt. Fritidsförvaltningen avgör vad som är elitverksamhet.
- All reklam ska följa fritidsnämndens regler för reklamrätt samt regler för brandskydd och säkerhetskrav.
- All form av ansökan om bygglov, tillstånd eller motsvarande ansvarar föreningen för, så även eventuella kostnader som tillkommer på grund av detta.

- I det reklamrättsavtal som upprättas kan fritidsförvaltningen besluta att reklam tas bort för eventuell annan verksamhet, till exempel vid speciella arrangemang. Föreningen eller organisationen som har satt upp reklam ansvarar för täckning eller nedtagning av reklam vid dessa arrangemang, samt återställning efter arrangemangets slut.
- All eventuell reklamskatt betalas av föreningen/arrangören.
- Förening eller organisation som erhåller reklamrätt ska själva ansvara för uppsättning och nedtagning samt kostnader för detta.
- Materialval och placering av reklam hanteras i varje enskilt fall, i samråd med och efter beslut av fritidsförvaltningen.
- Föreningarna och organisationerna åtar sig att väl vårda och underhålla uppsatt reklam.
- Fast reklam ska tas bort av föreningen eller organisationen då reklamrätten upphör.
- Skyltar som inte är placerade på rätt plats eller sitter uppe efter utgången reklamrätt tas bort av fritidsförvaltningen och kostnad för arbete debiteras föreningen eller organisationen.
- Fritidsförvaltningen fråntar sig allt ansvar om reklamen skulle skadas eller orsaka skada, såvida skadan inte beror på fritidsförvaltningens fel eller försummelse.
- Vid eventuell skada på anläggningen förorsakad av reklam är föreningen eller organisationen betalningsansvarig för återställandet av anläggningen.
- Föreningen och organisationen ska följa respektive specialförbunds (SF) eller specialdistriktsförbunds (SDF) bestämmelser angående reklam. Föreningen och organisationen ansvarar för att dessa bestämmelser uppfylls.

#### **Flera föreningar i eller på samma idrottsanläggning**

- I anläggningar där flera föreningar eller organisationer ansöker om reklamrätt är det fritidsförvaltningen som beslutar om fördelning och ansvar.
- På anläggningar/lokaler inom stadionområdet samt inom Malmö idrottsplats kan förening eller organisation ha sin reklam permanent uppsatt. Detsamma gäller för andra idrottsplatser där elitverksamhet förekommer.  
Elitklubbars reklam får täckas över av andra föreningar och organisationer vid dessa föreningars tävlings-/arrangemangstillfälle på anläggningen/lokalen. Detta gäller endast om ingen annan överenskommelse görs mellan föreningarna enligt punkten ovan.

#### **Reklamens innehåll och budskap**

- Innehållet i den reklam som sätts upp skall vara i överensstämmelse med Malmö stads värdegrund. Det innebär att det inte får förekomma reklam och budskap som främjar bruk av alkohol, spel, narkotika, doping eller tobak.
- Reklam får inte innehålla religiösa eller politiska budskap.

- Reklam får inte vara stötande eller diskriminerande mot kön, könsidentitet eller könsuttryck, etnisk tillhörighet, religion eller annan trosuppfattning, funktionsnedsättning, sexuell läggning eller ålder.
- Reklam får inte innehålla direkta köpuppmaningar.

**Ansvariga**

Johan Hermansson Direktör