



Ansøgning om reklamefinansieret legeplads

Sagsnr.:14/5572

Sagen afgøres i: Økonomiudvalget

Sagsbeskrivelse:

Skolebestyrelsen ved Ullerup Bæk Skolen har ansøgt om at indgå 2 aftaler om reklamefinansiering af lege- og ungdomsarealer. Skolebestyrelsen søger tilladelse til at bruge sponsorer til at finansiere disse indkøb.

Det begrundes med, at den nye skolestruktur betyder, at en række afdelinger er målrettet bestemte aldersgrupper. Det betyder samtidig, at overbygningselever mangler alderssvarende udearealer. Basisskolerne (fra 0-6. klasse) har ligeledes utilstrækkelige og udslidte legepladsarealer i distriktet.

Skolesvingets legepladser

Afdelingen råder over to legepladsarealer, som er placeret ved SFO'en og i skolegården. De benyttes i skoletiden og SFO-tiden.

De to arealer er ved at være nedslidte. I løbet af nogle få år, vil de på grund af eksempelvis råd og slidtage være nødvendige at udskifte.

Bestyrelsen anfører endvidere, at mulighederne for legeaktiviteter er meget begrænsede på Skolesvinget.

Afdeling Skolesvinget vil ifølge bestyrelsen få yderligere behov for legepladsaktiviteter. For det første, fordi den nye skolereform stiller øgede krav om bevægelse og motion i alle fag. For det andet, fordi afdeling Skolesvinget er en idrætsskole, der vil få yderligere behov for legepladsaktiviteter, der vil kunne styrke bevægelse og motion.

Særlige forhold

Skolebestyrelsen i Ullerup Bæk Skolen har undersøgt muligheden for at etablere to reklamefinansierede legepladser på områderne ved SFO'en og i skolegården.

Afdelingsrådet og Skolebestyrelsen ser ikke noget problem i at legepladsen er reklamefinansieret.

Afdelingsrådet har været i dialog med firmaet INDU A/S for en aftale, der muliggør en reklamefinansieret legeplads.

Der er etiske spørgsmål omkring sponsorvalg, som skolebestyrelsen mener at kunne tage vare på.

Bestyrelsen har udformet en konkret ansøgning for afdeling Skolesvinget, der ønskes godkendelse af. Den er vedlagt som bilag.

Lovgrundlag

Den 1. juli 2006 blev det lovligt for en kommune at finansiere en del af sin opgaveløsning ved salg af reklameplads på fast ejendom og løsøre.





Økonomiudvalget har forholdt sig til loven, og besluttede den 24. marts 2009 (uddrag fra vejledning):

Hovedregelen er, at der ikke kan indgås aftale med private til finansiering af almindelige kommunale driftsopgaver.

Der er dog følgende undtagelser fra denne hovedregel – dvs. at der kan indgås aftaler om reklame- eller sponsorfinansiering på følgende områder:

- 1. Aktiviteter indenfor kultur-, turisme og idrætsområdet, hvor der har været tradition for reklame- og sponsorfinansiering.*
- 2. Busser til plejehjem, der er finansieret af reklameindtægter. Byråds- og Direktionssekretariatet skal godkende de aftaler, der indgås.*
- 3. Læskure, der er reklamefinansierede, som de kendes i dag.*
- 4. Ansøgninger til almene velgørende fonde og lign., som har til formål at støtte offentlige aktiviteter uden anden modydelse end, at det oplyses, at fonden er bidragyder, kan fortsat finde sted (eks. Lokale- og Anlægsfonden, Spar Nord Bank Fonden, Friluftsrådet, som alle har ydet støtte til projekter i Fredericia Kommune).*
- 5. Etablering af faciliteter og lignende på kommunal ejendom, som sker på foranledning af en kreds af private borgere, og på betingelse af at borgerne gennem en foreningsdannelse påtager sig det fulde ansvar for etablering og drift. Der indgås konkret aftale med kommunen, og aftalen forudsættes godkendt i relevant fagudvalg. Der henvises blandt andet til Lyng Skole Planen – Leg, læring og idræt.*
- 6. Indgåelse af partnerskabsaftale med private virksomheder efter forudgående godkendelse i fagudvalget, som eksempelvis vedrørende innovationslinjen på Erritsø Centralskole og Dong Energy.*

I afsnittet "vurdering" gennemgås en række betingelser, der er indarbejdet i vejledningen, som skal opfyldes for at der kan laves denne type reklameaftaler.

Indsendt materiale fra Ullerup Bæk Skolen beror på sagen.

Økonomiske konsekvenser:

Aftalen, der ønskes indgået, er ikke omfattet af reglerne for leasingaftaler, fordi den ikke indeholder forhold, der begrænser Fredericia Kommunes låneramme og anlægsbudget.





Der er fra bestyrelsen ikke foretaget beregninger af udgifter som følge af aftalen. Disse udgifter omfatter eksempelvis udgifter ved opstart af projektet samt løbende udgifter i aftaleperiodens 7 år.

En række følgeudgifter er gennemskuelige, mens andre afhænger af overholdelse af aftalen, hvis skolen vil undgå yderligere udgifter. Heri indgår arbejdsopgaver, der skal afsættes tid til for at overholde aftalen med leverandøren. Andre typer af udgifter er mindre forudsigelige, eksempelvis udgifter som følge af hævværk på legepladsen.

Faste udgifter

Når aftaleperioden udløber skal der betales 5 % af anskaffelsesprisen på 95.000 pr. aftale. Dette udgør i alt 9.500 kr. ved to aftaler.

Aftalen koster 1.650 kr. pr. måned i 7 år. 2 aftaler vil således koste 277.200 kr. før prisregulering og andre udgifter.

Ved overtagelse af legeredskaberne efter 7 år, vil der være betalt 286.700 kr. Hertil skal lægges diverse udgifter i aftaleperioden.

Der foreligger ikke overslag over, hvad et køb ville koste som alternativ til reklamefinansieret aftale.

Vurdering:

Overordnet

Ansøgningen ligger ikke indenfor de muligheder, der er beskrevet i vejledningen om reklamefinansiering af kommunale aktiviteter.

Såfremt der skal gives tilladelse til reklamefinansieret kommunal aktivitet, der ligger udenfor den godkendte vejledning, kræver det en dispensation fra reglerne eller at reglerne revideres.

Konkrete forhold

I de tilfælde, hvor det er tilladt at lade en kommunal aktivitet finansiere af reklame- eller sponsorindtægter, skal man endvidere efterleve, at:

- Kontraktperioden skal være kort (max. 3 år) og
- Som udgangspunkt skal aftalen altid kunne opsiges i kontraktperioden.

Aftalen, som ønskes indgået, løber over 7 år og er uopsigelig. Den ønskede aftale ligger dermed udenfor de rammer, der er godkendt i vejledningen for reklamefinansierede aftaler.

Endvidere skal det sikres, at:

- En reklameplads kun sælges, hvis der betales markedspris for den
- Aftalen er skriftlig
- Reklamerings ikke er strid med markedsføringsloven/anden lovgivning





- Skilteregler skal overholdes.

Ovenstående 4 punkter skønnes bestyrelsen at kunne påse bliver overholdt.

3 Reklametyper (bilag 7 til aftalen)

De sponsorer, som leverandøren benytter, tegnes efter et sæt etiske regler, hvor Fredericia Kommune skal respektere, at det er børn, som udsættes for påvirkning.

Det er ikke nærmere beskrevet, hvori de etiske regler består.

Leverandøren oplyser, at der ikke tegnes sponsorater på legepladsen, der har børn som målgruppe. Dog kan det ikke udelukkes, at visse reklamer i kategori 2, som vises nedenfor, kan have børn som målgruppe. Dog kan der nedlægges veto overfor disse reklamer.

Reklamer inddeles af leverandøren i 3 grupper:

Kategori 1

(eks. banker/realkredit, håndværksmestre, revisorer, IT- virksomhed, forsikringsvirksomhed, ejendomsmæglere, rådgivende ingeniører, transportvirksomheder, m.fl.).

Leverandøren ønsker som udgangspunkt, at alle reklamer kan accepteres af kommunen. Skulle det forekomme, at kommunen har argumenter af etisk karakter, som taler imod anvendelsen af en bestemt leverandør, så vil leverandøren respektere dette og benytte en anden sponsor.

Kategori 2

Typen af sponsor i kategori 2 kan være produkt-orienteret. Det kunne eksempelvis være Playstation, Computere, Mobiltelefoner, Bredbånd, Legetøj, McDonalds, Carlsberg, m.v.

Fredericia Kommune kan nedlægge veto, overfor opsætning af alle reklamer i denne kategori.

For denne kategori af sponsorer betinger det kommunens/skolens accept af reklamen før den opsættes.

Kategori 3

Leverandøren anvender ikke sponsorer, som har tilknytning til brancher indenfor politisk, pornografisk og religiøs virksomhed.

Indstillinger:

Børn og Unge indstiller til Børne- og Uddannelsesudvalget, at:

- Sagen drøftes, og eventuelt anbefales overfor Økonomiudvalget/Byrådet.





Bilag:

- Åben - Ansøgning om reklamefinansieret legeplads
- Åben - Ansøgning til kommunalbestyrelsen
- Åben - Samarbejdsaftale og bilag 1-7

Beslutning i Børne- og Uddannelsesudvalget den 10-06-2014:

Børne- og Uddannelsesudvalget anbefaler, at der gives en dispensation fra reglerne og lader bestyrelsen/skolen indgå aftalen.
Cecilie Roed Schultz (Ø) stemte imod.

Fraværende: Lasse Strüwing Hansen, Frances O´Donovan

Beslutning i Økonomiudvalget den 17-06-2014:

Jane Findahl stillede et ændringsforslag om at følge indstillingen fra Børne- og Uddannelsesudvalget, dog således at beslutningskompetencen til at godkende hvilke reklamer (kategori 2) der kan godkendes skal ske i forvaltningen med udgangspunkt i sundhedspolitikken.

For dette forslag stemte F. Imod stemte A, C, V og O

Herefter tiltrådte et enigt Økonomiudvalg Børne- og Uddannelsesudvalgets indstilling,

Fraværende: Ole Steen Hansen

