

Diarienummer: KS-2024/111

Handläggare: Catrine Wermelin kontorschef fritid och kultur

## TJÄNSTEUTLÅTANDE

# Revidering av regler kring reklam i kommunens bokningsbara lokaler

### Förslag till beslut

1. Kommunstyrelsen antar de reviderade reglerna för reklam i kommunens bokningsbara lokaler.
2. Reglerna börjar gälla 2024-06-01.

### Sammanfattning av ärendet

De ändringar som föreslås i revideringen för reklam uppkommer efter förfrågan, intäktskrav och ny anläggning som därmed bör omfattas av dokumentet. Det är främst ishallen i Centrum för idrott och kultur (CIK) och Adolfsbergshallen de främsta förändringarna gäller men omfattar samtliga anläggningar som helhet.

Dokumentet omfattar inte namnrättigheterna för CIK och inte heller sponsring, båda dessa hanteras enskilt.

Ärendet syftar främst till att bidra till en intäktsmöjlighet för det lokala föreningslivet till is-föreningar som generellt har högre kostnader än andra idrotter. Ändringarna bidrar också till en något ökad intäkt till kommunen för att markeringsavgifterna ska kunna fortsätta i den nivå som de ligger på idag.

### Ärendets uppkomst och historik

I och med CIK:s öppnande 2019 reviderades rutindokumentet för reklam senast. Då skulle nya anläggningar och hallar tillkomma och det var nödvändigt att se över dessa regler. Nu i och med ökade intäktskrav och en efterfrågan från det lokala föreningslivet inom is-föreningarna så föreslås en utökning av reklamplatser i ishallen på CIK.

Det är sedvanligt inom is-föreningar att andra hallar tillåter reklam och därför har efterfrågan kring detta varit närvarande sedan ishallen invigdes 2020.

Reklam- och sponsorintäkter är av stor vikt för föreningarna. Kommunen har tagit fram regler för att föreningarna ska behandlas jämlikt och ges samma förutsättningar att exponera reklam.

Reklam ska följa respektive specialförbunds regler (exempelvis placering, färgsättning av logotype på isen mm) och ska dessutom följa samhällets etiska och moraliska regler samt riktlinjer från KO som gäller reklam riktad till barn. Ingen diskriminerande reklam eller reklam för alkohol, droger, tobak eller spelbolag får förekomma.

CIK kräver en modell då det är en kulturhistoriskt intressant byggnad och ställer särskilda krav på verksamhetsskyltning. Skylten får inte störa viktiga byggnadsdelar eller detaljer och det ställs högre krav på att skylten anpassas estetiskt till byggnaden, genom att exempelvis att endast exponera reklam till anvisad plats.

Revideringen innebär att reklamplatser på sargen sker kostnadsfritt för föreningar under två säsonger. Den kostnad som föreningarna för stå för är ett täckande plexiglas och monteringen för själva reklamen. När sargen är fylld med reklam kan man som lokal förening inom is köpa reklamplats på isen dvs. tekningsringar enligt förslag. De fem som redan finns i isen kan få köpas innan sargen fylls men ytterligare plats i isen sker efter sargen. För integrerade is reklam tar kommunen ut en kostnad på 50 % för att täcka arbetskraft, arbetstid och stängning av ishallen för att utföra arbetet.

I dagsläget finns det två lokala is-föreningar som har två tekningsringar var i isen och kommunen har en. Det finns utöver det reklam på ismaskinen som föreningarna får dela på vilken inte medför någon kostnad för föreningarna. I ishallen och i sporthall A i CIK finns vepor och vep-anordningar som gör det möjligt för föreningarna att sätta upp reklam.

## Konsekvensbeskrivningar

Vid beslut om föreslagen revidering får de lokala is-föreningarna möjligheter att sänka kostnader för sina deltagare vilka främst är barn- och unga. Kommunen får en möjlighet till en något ökad intäkt och har därför bättre förutsättningar att fortsätta med de markeringsavgifter som gäller idag.

Vid ett oförändrat beslut gäller samma situation som råder idag.

### Ekonomiska konsekvenser

Intäkter till föreningslivet är tänkta att både täcka kostnader men också gynna intäkter till föreningarna. Exempel på kostnader som tillfaller föreningarna i form av plexiglas och montering av reklam i sargen ser förvaltningen som en möjlighet för en förening för att söka sponsring för detta.

Intäkter till is föreningarna är särskilt viktiga då deras kostnader är större i jämförelse med andra.

Enligt förslaget så genererar detta inte till utökade kostnader för kommunen.

### Barnkonsekvensanalys

Barnkonsekvensanalys är gjord enligt checklista.

## Samlad bedömning

Föreslagen revidering möter det lokala föreningslivet inom ett område som har höga kostnader. Det innebär en något ökad intäkt till kommunen för att bidra till att markeringsavgifterna kan hålla samma nivå som innan.

## Underlag för beslut och beslutsexpediering

### Underlag för beslut

Tjänsteutlåtande 2024-04-24

Förslag på reviderade regler 2024-04-25

### Beslutet skickas till

Akten

Kontorschef fritids- och kulturkontoret

## Barnchecklista inför beslut

Alla under 18 år är att betrakta som barn.

### 1. Påverkar beslutet barn?

Ja       Nej

### 2. Hur har barns bästa beaktats?

Revideringen bidrar till sänkta kostnader för delar av föreningslivet som har barn- och unga som sin främsta målgrupp.

### 3. Beskriv eventuella intressekonflikter.

### 4. Barn tillfrågas vid övergripande fleråriga planer/styrdokument. Har så skett?

Ja

Nej

Inte aktuellt. Beslutet rör inte en övergripande flerårig plan eller ett flerårigt styrdokument.

Förvaltningen föreslår att den avsaknad av kostnad för reklam som hanteras på sargen ses över efter två år och därmed kan dokumentet föreslås revideras på nytt.