



NOTAT

3. marts 2021
2021 - 1285
slh

Resume af foreslåede ændringer

Som annonceret ved førstebehandlingen af L 173 vil der udover enkelte lovtekniske ændringer også blive fremsat ændringsforslag på baggrund af input ved den afholde høring. Disse ændringer gennemgås nedenfor.

Idrætsorganisationer samt almennyttige foreninger og fonde

Undtagelsen justeres, så lempelsen ikke blot sikrer sponsorater af idrætsorganisationer, men også sponsorater af individuelle sportsudøvere, samt af idrætsfaciliteter som sportshaller og lignende og idrætsbegivenheder, som f.eks. nationale, regionale og globale mesterskaber samt olympiske lege. Lempelsen også rumme selvejende non-profit organisationer som eksempelvis Team Danmark. Det vil samtidig blive præciseret i bemærkningerne, at idræt også omfatter e-sport og brætspil og individuelle udøvere heraf på lige fod med andre sportsgrene.

Med ændringen vil sponsoraftaler med arrangører af stævner, slutrunder, cykelløb m.v. også være omfattet af undtagelsen fra forbuddet. Organisationer relateret til OL eller et fælles marketingsselskab, som idrætsforbundene har overdraget deres kommercielle rettigheder til i forbindelse med store sportsbegivenheder vil også være omfattet. Det samme gælder sponsorering af byggeriet af en ny sportshal eller egentlige navnesponsorater af sportsarenaer og lignende.

Undtagelsens anvendelsesområde

Det bliver uddybet i bemærkningerne, at det med undtagelsen f.eks. også vil være lovligt i en helsidesannonce for Roskilde-festivalen (som forening) at anføre, at xx-bank er sponser for festivalen, uanset der andet sted i avisen er en reklame for spil. Det samme gælder anden fysisk reklame samt sponsoreret indhold i radioen. Endelig præciseres det, at undtagelsen også vil omfatte sponsorering af byggeriet af en ny sportshal, navnesponsorater af idrætshaller og lignende samt sponsorering af sportsstævner. Det afgørende for, at undtagelsen finder anvendelse, er, at markedsføringen sker som udmøntning af en sponsoraftale mellem de pågældende parter.

Skriftlige sponsoraftaler

På baggrund af de modtagne høringssvar vil det blive præciseret i lovtæksten, at der skal være tale om en skriftlig sponsoraftale. Præciseringen sker på opfordring fra Forbrugerombudsmanden af håndhævelses- og retssikkerhedsmæssige hensyn.

Uanset medie

På baggrund af de modtagne høringssvar vil det blive præciseret i bemærkningerne, at undtagelsen vil omfatte markedsføring, uanset hvor denne markedsføring sker og uanset, om det er den sponsorerede eller den sponsorerende virksomhed, der fremgår som afsender. Det afgørende er, at markedsføring sker som led i et sponsorat. Den sponsorerende virksomhed må således gerne omtale sponsoratet på egen hjemmeside eller egne sociale medier. Som eksempel kan nævnes et opslag på bankens Facebookside, hvor en klubtrøje med sponsornavne vises frem, eller et opslag der italesætter, at man som sponsor er stolt af weekendens resultat eller lignende.

Undtagelsen omfatter derimod ikke markedsføring i tv-reklameblokke, online eller i andre sammenhænge, hvor der ikke er tale om direkte sponsorat. Til eksempel må en landsholdstrøje gerne optræde i en tv-reklame påtrykt sponsorlogoer fra både spil- og låneudbydere, idet der vil være tale om en et sponsorat af landsholdet. Derimod må forbrugslånsvirksomheden fortsat ikke købe reklametid i samme reklameblok som spiludbydere, uanset om forbrugslånsvirksomheden markedsfører sig som sponsor af f.eks. landsholdet.