



# TJEKLISTE

**vedr. anmeldelse af virksomhedens  
sponsorat til en arrangør**

## **Tjekliste vedrørende virksomhedens sponsorat til en arrangør**

Formålet med nærværende dokument er at hjælpe de brugere, der er i tvivl om, hvilke overvejelser de skal gøre sig samt hvilke dokumenter, der skal sendes i forbindelse med anmeldelse af aktiviteter til ENLI. Dokumentet er opbygget således, at man kan nøjes med at læse denne første side. Ønskes en mere uddybende tjekliste, kan man med fordel kigge i de efterfølgende bilag (bilag A til F).

Det er vigtigt at understrege, at listen nedenfor ikke er udtømmende, men alene er en hjælp, hvor ENLI har medtaget de problemstillinger, vi oftest får henvendelser angående. Man bedes derfor huske, at listen ikke kan stå alene, hvorfor det er vigtigt, at den altid sammenholdes med informationerne i vejledningen til Reklamekodekset.

### **1. DOKUMENTER DER SKAL UPLOADES TIL ENLI**

- Programmet for arrangementet
- Evt. kontrakt, aftale eller lignende dokument, der beskriver sponsoratet (hvilke udgifter dækker sponsoratet) samt sponsoratet størrelse (beløb)
- 
- Budget
  - udspecificering af beløb til bespisning (frokost, middag og løbende forplejning)
  - flytransport – hvilken flyklasse, forventet ankomst og afgang
- Hvis I har undersøgt særlige forhold i forbindelse med valg af mødested, overnatning, transport, faglige program, forplejning mv., må I meget gerne medsende disse overvejelser
  - evt. i et vedhæftet Word dokument

Det er vigtigt, at I kontrollerer, at alle relevante oplysninger og dokumenter er medsendt anmeldelsen til ENLI, da I ikke ndervejs i ENLI's sagsbehandling af en udtaget stikprøve kan ændre på et anmeldt materiale for at undgå sanktion, jf. Reklamekodeksets § 21, stk. 4.

For information om, hvordan man anmelder aktiviteter til ENLI henvises til ENLI's anmeldelsesguide, der er tilgængelig på [www.enli.dk](http://www.enli.dk).

I forbindelse med sponsorater, bør man overveje følgende:

- Er programmet overvejende fagligt?
- Ydes et generelt sponsorat til arrangementet eller alene til specifikke poster i budgettet?
- Er der tale om et sponsorat eller en donation?
- Er alle oplysninger modtaget for at kunne vurdere budgettet – eksempel ift. repræsentation: transport forplejning og overnatning?
- Er mødestedet passende, og hvordan fremstår mødestedet i almindeligt omdømme?
- Er mødestedet en attraktion i sig selv?
- Nødvendiggør mødets længde, at der tilbydes forplejning, overnatning mv.?
- Er beløbsgrænserne for forplejning overholdt – i Danmark / udlandet?
- Tilbydes der gourmetforplejning?
- Overholder evt. køb af udstillingsstand kravene herfor?
- Er evt. flytransport (flyklasse) i overensstemmelse med reglerne?
- Er der primær/sekundær underholdning? Hvordan er evt. underholdning finansieret?

## **Bilag A – Overvejelser vedrørende sponsorat til arrangør**

### **2. PROGRAM**

Det skal sikres, at:

- programmet er overvejende fagligt
  - Det vil sige, at over halvdelen af programmet opfylder faglighedskriteriet i Reklamekodekset § 13, stk. 1
  - Ved pauser, hvor der er adgang til udstillingsområdet, regnes halvdelen af pausen for faglig, (er der afsat én time til (kaffe)pause med adgang til udstillingsområdet, tælles 30 minutter som faglige)

For yderligere information henvises til ENLI's vejledning til Reklamekodeksets § 13, stk. 1.

Eksempler på vurdering af faglighedskravet henvises til bilag B nedenfor.

### **3. INVITATION**

Det skal sikres, at:

- Der af arrangørens invitation fremgår, at der er ydet (sponsor) støtte til aktiviteten fra en eller flere lægemiddelvirksomheder

Virksomheden har pligt til at sikre sig ovennævnte i kontrakten med arrangøren/3.part.

For yderligere information, se venligst ENLI's vejledning til Reklamekodeksets § 13, stk. 2

### **4. MØDESTED**

Det skal sikres, at mødestedet:

- Er passende, dvs. at mødestedet har faciliteter, der er egnet som ramme om et fagligt møde
- Ikke i almindeligt omdømme er kendt for sine underholdningsfaciliteter
  - Mødestedet må ikke i sig selv udgøre en attraktion – eksempelvis Operahuset i København
  - Mødestedet må ikke i sig selv være et "trækplaster"
  - 3 undtagelser, hvor et mødested alligevel accepteres selvom det i udgangspunktet er "kendt" for underholdning:
    - Mødestedet udgør ikke i sig selv en attraktion - eksempelvis: Operaen
    - Åbenlyst, at arrangementet sker, når der ikke er adgang til underholdning, eller finder form for underholdning sted - eksempelvis: Parken i tidsrum, hvor der hverken er sport eller koncert på plænen
    - Stedet er tilsvarende kendt for sine mødefaciliteter, som i almen optik anses for adskilt fra underholdningsfaciliteter- eksempelvis: DGI Byen Konference
- Ikke i almindeligt omdømme fremstår som luksuriøst/ekstravagant, det vil sige, man må ikke anvende:
  - 5-stjernede hoteller, Michelin restauranter, slotte, herregårde, palæer, godser, golfhoteller, ski- og badehoteller (i sæsonen), bådarter ol.

For at undersøge, hvorvidt et mødested fremstår luksuriøst/ekstravagant kan man med fordel:

- Foretage en søgning på bookingsites som Trivago.com, Booking.com, hotels.com,
- Udføre en almindelig google-søgning, og se på uvildige kvalitetsbedømmelser og anden lignende offentligt tilgængelige oplysninger, såsom anmeldelser i diverse aviser, tidsskrifter,
- Søge på ENLI's hjemmeside under offentliggjorte sager,
- Kontakte ENLI for vejledning.

For yderligere information henvises til ENLI's vejledning til Reklamekodeksets §§ 13, stk. 3, og 10.

## **5. REPRÆSENTATION**

Repræsentation må kun gives, i det omfang det er nødvendigt i forhold til det faglige arrangement:

- Kun repræsentation på et "rimeligt" niveau og nøje begrænset til hovedformålet med mødet
- Kun muligt at afholde faktiske udgifter til rejser, måltider, ophold, tilmeldingsgebyrer ol.

Eksempler budget henvises til bilag C og D nedenfor.

### **5.1 Overnatning:**

- Overnatning må kun tilbydes, hvis arrangementets udstrækning nødvendiggør overnatning
  - Som udgangspunkt kan overnatning kun ske, hvis mødet har en varighed på minimum seks timer, og
  - Der er faglige aktiviteter både dagen før og efter overnatningen
- Overnatningssteder skal overholde samme krav som mødesteder, dvs. ingen overnatning på steder, der fremtræder luksuriøst, jf. Reklamekodeksets § 13, stk. 10.

### **5.2 Transport:**

Sponsoratet kan dække følgende udgifter til transport:

- Togrejser –uanset valg af "klasse"
- Flyrejser til faglige arrangementer, hvor deltagende sundhedspersoner er inviteret til:
  - Europa: økonomiklasse må tilbydes
  - Uden for Europa: økonomiklasse eller "udvidet" økonomiklasse må tilbydes
- Flyrejser til konsulenter, der leverer faglige ydelser (oplægsholder):
  - Europa: økonomiklasse eller "udvidet" økonomiklasse må tilbydes
  - Uden for Europa: økonomiklasse, "udvidet" økonomiklasse må tilbydes
- "Business Class" er tilladt på alle rejser, hvis den rejsende er kørestolsbruger el.lign.
- Hvis særlige logistiske forhold begrundet det, på baggrund af en konkret vurdering af logistik, pris, klasse og eventuelle alternative løsninger kan ovennævnte udgangspunkt fraviges og flyrejser på højere klasse end angivet ovenfor kan tilbydes.
- Flyrejser på "First Class" er aldrig tilladt.

I de tilfælde, hvor det af budgettet ikke fremgår, hvilken flyklasse deltagerne/speakers tilbydes, bør virksomheden kontakte arrangøren for oplysning herom således, at virksomheden sikrer, at reglerne for transport overholdes.

For yderligere information om repræsentation henvises til ENLI's vejledning til Reklamekodeksets §§ 13, stk. 5 - stk. 7.

## **6. FORPLEJNINGSBELØB**

Det skal sikres, at den tilbudte forplejning ikke overstiger de fastsatte beløbslofter (maksimal pris), der er for bespisning til sundhedspersoner:

- Bespisning i Danmark:
  - Faglige møder op til 2 timer: 100 kr.
  - For øvrige møder: frokost: 450 kr., middag: 850 kr., heldagsmøde: 1.400 kr.
- Bespisning uden for Danmark:
  - EFPIA-lande - disse landes nationale beløbsgrænser kan findes i ENLI's EFPIA kort på [www.enli.dk](http://www.enli.dk)
  - For øvrige lande uden for Europa - disse landes beløbslofter kan anvendes, hvis de i øvrigt lever op til kravene fastlagt i § 13, stk. 7
- Alle beløbende er inkl. drikkevarer, moms og evt. drikkepenge
- Mødepakker skal udspecificeres, så det er muligt for ENLI at se, hvad prisen er for morgenmad, frokost og middag, samt for øvrig forplejning i løbet af dagen

For yderligere information om repræsentation henvises til ENLI's vejledning til Reklamekodeksets § 13, stk. 8.

## **7. UNDERHOLDNING**

Hvis arrangementet indeholder underholdning, skal det undersøges, hvorvidt der er tale om "primær" underholdning eller "sekundær" underholdning:

- **"Primær" underholdning er IKKE tilladt** (medmindre deltagerne selv betaler)
  - Særskilte indslag (stand alone)
    - Musik eller anden optræden, der indgår som særskilt indslag under en middag el.lign.
  - Indslag, der er skadelige for branchens troværdighed og image
    - Koncerter, opera, teater, sportsbegivenheder, sports- eller underholdningsaktiviteter, stand up, tryllekunstner, sightseeing, foredrag, vinsmagning el.lign.
  - Indslag, der omfatter personer, der generelt må anses som "kendte". Her ikke krav om, at det er et særskilt indslag
    - Artister, bands, skuespillere, sportsfolk el.lign.
  - Primær underholdning er kun tilladt, hvis underholdningen er betalt af:
    - Deltagerne selv eller
    - En ikke-lægemiddelvirksomhed

Hvis der er primær underholdning, kan man ikke betinge, at sponsoratet blot skal gå til anden tilladt faglig aktivitet eller tilladt repræsentation (medmindre underholdningen udtrykkeligt er betalt af deltageren selv eller udtrykkeligt finansieret af sponsorat fra en ikke-lægemiddelvirksomhed)

- **"Sekundær" underholdning - ER tilladt**
  - Indslag, som deltagerne ikke kan forventes selv at ville betale for, og som på baggrund af en samlet vurdering ikke er skadelig for branchens troværdighed

Hvis arrangementet indeholder en åbning- og/eller afslutningsceremoni, gallaarrangement el.lign. vil ENLI anbefale, at man kontakter arrangøren for at få oplyst indholdet heraf således, at det sikres, at disse ikke indeholder elementer af underholdning, fri bar mv.

For yderligere information henvises til ENLI's vejledning til Reklamekodeksets § 13, stk. 9.

## **8. GENERELT**

ENLI anbefaler, at man:

- Anmoder arrangøren om efterfølgende dokumentation, eksempelvis i form af et regnskab efter arrangementets afholdelse, hvor der redegøres for aktivitetens indtægter og udgifter.
- I kontrakten sikrer, at et evt. overskuddet skal tilbagebetales til de respektive sponsorer, i de tilfælde, hvor arrangøren er en sammenslutning af sundhedspersoner (eksempelvis videnskabelige selskaber)

## Bilag B - Program

Nedenfor vises to forskellige programmer, hvoraf det ene ikke er overvejende fagligt (eksempel 1), mens det andet program er overvejende fagligt (eksempel 2). Af eksemplerne fremgår, hvordan det vurderes, hvorvidt et program er overvejende fagligt.

**Arrangement:** Et medicinsk selskabs årsmøde

**Dato for arrangement:** Den 17. april til 19. april

**Antal deltagere:** 120 læger

**Sted:** Bella Center

### Eksempel 1

Program

|               |                                       |                                               |
|---------------|---------------------------------------|-----------------------------------------------|
| 08.00 - 09.00 | Ankomst, registrering og morgenmad    | (ikke-fagligt, 60 min.)                       |
| 09.00 - 10.00 | Oplæg om sygdom v/sundhedsperson      | (fagligt, 60 min.)                            |
| 10.00 - 11.00 | Oplæg om sygdom v/sundhedsperson      | (fagligt, 60 min.)                            |
| 11.00 - 11.30 | Pause / udstilling                    | (fagligt, 15 min. og ikke-fagligt, 15. min.)  |
| 11.30 - 12.30 | Oplæg om sygdom v/sundhedsperson      | (fagligt, 60 min.)                            |
| 12.30 - 13.30 | Frokost                               | (ikke-fagligt, 60 min.)                       |
| 13.30 - 14.00 | Pause / udstilling                    | (fagligt, 15. min. og ikke-fagligt, 15. min.) |
| 14.00 - 15.00 | Planlægning af årsmøde 2021 v/formand | (ikke-fagligt, 60 min.)                       |
| 15.00 - 16.00 | Kaffepause / udstilling               | (fagligt, 30 min. og ikke-fagligt, 30. min.)  |
| 16.00 - 17.45 | Generalforsamling i medicinsk selskab | (ikke-fagligt, 105 min.)                      |
| 17.45 - 18.00 | Afrunding v/sundhedsperson            | (fagligt, 15 min.)                            |

Arrangementets varighed i alt = 10 timer:

Faglig aktivitet = 4 timer og 15 minutter

Ikke-faglig aktivitet = 5 timer og 45 minutter

Programmet opfylder ikke faglighedskravet, da programmet ikke er overvejende fagligt, idet ikke-faglige aktiviteter (5 timer og 45 minutter) tidsmæssigt overstiger de faglige aktiviteter (4 timer og 15 minutter). Virksomheden kan derfor ikke give et sponsorat til arrangøren, da programmet er i strid med Reklamekodeksets § 13, stk. 1.

**Eksempel 2**

## Program

|                                                     |                                               |
|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| 08.00 - 09.00 Ankomst, registrering og morgenmad    | (ikke-fagligt, 60 min.)                       |
| 09.00 - 10.00 Oplæg om sygdom v/ sundhedsperson     | (fagligt, 60 min.)                            |
| 10.00 - 11.00 Oplæg om sygdom v/ sundhedsperson     | (fagligt, 60 min.)                            |
| 11.00 - 11.30 Pause / udstilling                    | (fagligt, 15 min. og ikke-fagligt, 15. min.)  |
| 11.30 - 12.30 Oplæg om sygdom v/ sundhedsperson     | (fagligt, 60 min.)                            |
| 12.30 - 13.30 Frokost                               | (ikke-fagligt, 60 min.)                       |
| 13.30 - 14.00 Pause / udstilling                    | (fagligt, 15. min. og ikke-fagligt, 15. min.) |
| 14.00 - 15.00 Oplæg om sygdom v/ sundhedsperson     | (fagligt, 60 min.)                            |
| 15.00 - 16.00 Kaffepause / udstilling               | (fagligt, 30 min. og ikke-fagligt, 30. min.)  |
| 16.00 - 17.45 Generalforsamling i medicinsk selskab | (ikke-fagligt, 105 min.)                      |
| 17.45 - 18.00 Afrunding v/ sundhedsperson           | (fagligt, 15 min.)                            |

Arrangementets varighed i alt = 10 timer:

Faglig aktivitet = 5 timer og 15 minutter

Ikke-faglig aktivitet = 4 timer og 45 minutter

Programmet opfylder faglighedskravet, da programmet er overvejende fagligt, da faglige aktiviteter (5 timer og 15 minutter) tidsmæssigt overstiger ikke-faglige aktiviteter (4 timer og 45 minutter).

## Bilag C - Eksempel på budget

| Indtægter                     | Antal | à      | Beløb          |
|-------------------------------|-------|--------|----------------|
| Arrangørens egen finansiering | 1     | 30.000 | 30.000         |
| Deltagerbetaling              | 100   | 800    | 110.000        |
| Sponsorer/udstillere          | 15    | 10.000 | 150.000        |
| Evt. øvrig finansiering       | 1     | 10.000 | 10.000         |
| <b>I alt</b>                  |       |        | <b>300.000</b> |

| Udgifter                                                             | Antal | à      | Beløb          |
|----------------------------------------------------------------------|-------|--------|----------------|
| Lokaleleje                                                           | 2     | 40.000 | 80.000         |
| Teknisk udstyr                                                       | 1     | 15.500 | 15.500         |
| Tryk og layout - invitation og program                               | 1     | 10.000 | 10.000         |
| Annoncering af arrangementet                                         | 2     | 5.000  | 10.000         |
| Udsendelse af invitation                                             | 100   | 40     | 4.000          |
| Moderator                                                            | 1     | 5.000  | 5.000          |
| Honorar til oplægsholder<br>(kun penge, ikke blomster, vin el.lign.) | 3     | 5.000  | 15.000         |
| Oplægsholderes transportudgifter                                     | 5     | 3000   | 15.000         |
| Pris til bedste abstract/poster <sup>1</sup>                         | 1     | 13.000 | 13.000         |
| Frokost                                                              | 100   | 250    | 25.000         |
| Eftermiddagskaffe og frugt                                           | 100   | 75     | 7.500          |
| Middag (uden underholdning)                                          | 100   | 600    | 60.000         |
| <b>I alt</b>                                                         |       |        | <b>260.000</b> |

| Udgifter - der <b>ikke</b> må sponseres af lægemiddelvirksomheder | Antal | à      | Beløb         |
|-------------------------------------------------------------------|-------|--------|---------------|
| Underholdning fx dj, live musik                                   | 1     | 15.000 | 15.000        |
| Gave til oplægsholder fx vin, blomster, chokolade                 | 5     | 1.000  | 5.000         |
| Udgifter til ikke faglige oplæg                                   | 2     | 10.000 | 20.000        |
| <b>I alt</b>                                                      |       |        | <b>40.000</b> |

1. Hvis der uddeles priser/legater til bedste abstract/poster, må denne pris alene gå til faglige formål, hvis prisen er finansieret af lægemiddelvirksomheder. Dette betyder, at prisen/pengene kun må bruges til faglig efteruddannelse af sundhedspersoner. Hvis prisen skal bruges til fx en kongresrejse eller deltagelse i faglig efteruddannelse i Danmark skal udgifter til hotel, transport og forplejning være på et rimeligt niveau, og forplejning må ikke overstige beløbslofterne. Se afsnittet ovenfor om forplejning.

## Bilag D: Eksempel på mangelfuldt budget

**Arrangement:** International kongres

**Arrangør:** Et medicinsk selskab

**Dato for arrangement:** Den 17. april

**Antal deltagere:** 100 læger

**Sted:** Bella Center

**Program:** Overvejende fagligt og ingen underholdning

| Indtægter            | Antal | à      | Beløb          |
|----------------------|-------|--------|----------------|
| Deltagerbetaling     | 100   | 800    | 110.000        |
| Sponsorer/udstillere | 15    | 10.000 | 150.000        |
| <b>I alt</b>         |       |        | <b>300.000</b> |

| Udgifter                                                              | Antal | à      | Beløb          |
|-----------------------------------------------------------------------|-------|--------|----------------|
| Lokaleleje                                                            | 2     | 40.000 | 80.000         |
| Teknisk udstyr                                                        | 1     | 15.500 | 15.500         |
| Tryk og layout - invitation og program                                | 1     | 10.000 | 10.000         |
| Annoncering af arrangementet                                          | 2     | 5.000  | 10.000         |
| Udsendelse af invitation                                              | 100   | 40     | 4.000          |
| Moderator                                                             | 1     | 5.000  | 5.000          |
| Honorar til oplægsholder<br>(kun penge, ikke blomster, vin el. lign.) | 3     | 5.000  | 15.000         |
| Transport – kun til oplægsholdere                                     |       |        | 25.000         |
| Overnatning – kun til oplægsholdere                                   |       |        | 10.000         |
| Forplejning                                                           | 100   |        | 92.500         |
| <b>I alt</b>                                                          |       |        | <b>257.000</b> |

Før bindende tilsagn om sponsorat kan gives, skal virksomheden kontakte arrangøren for følgende:

- **Transport** til oplægsholdere:
  - Hvor mange oplægsholdere tilbydes transport?
  - Hvis der tilbydes flytransport - destination skal oplyses (hvor rejses der til og fra?)
  - Hvilken flyklasse tilbydes?
- **Overnatning** til oplægsholdere:
  - Hvor mange oplægsholdere tilbydes overnatning?
  - Begrundelse for overnatning
  - Hvor skal oplægsholderne overnatte? (hotellets navn)
- **Forplejning:**
  - Et udspecificeret budget skal fremsendes til virksomheden således, at man kan sikre, at beløbsgrænserne (i dette tilfælde til frokost og middag) i Danmark er overholdt.

Da arrangøren er et medicinsk selskab (dvs. en sammenslutning af sundhedspersoner), skal man i kontrakten med arrangøren betinge, at et eventuelt overskud skal tilbagebetales til virksomheden.

## Bilag E: Anmeldelsesfrist til ENLI

Et sponsorat til en arrangør/3.part skal anmeldes til ENLI senest 10 arbejdsdage forud for et arrangements åbningsdag.

Det betyder, at såfremt arrangementet afholdes fra mandag den 17. april til onsdag den 19. april, skal arrangementet senest onsdag den 29. marts anmeldes til ENLI på [www.enli.dk](http://www.enli.dk).

Følgende udregning er foretaget for at beregne anmeldelsesfristen i forhold til ovenstående eksempel:

|                       |                                                         |
|-----------------------|---------------------------------------------------------|
| Onsdag den 29. marts  | Sidste frist for at anmelde arrangementet til ENLI<br>1 |
| Torsdag den 30. marts | 2                                                       |
| Fredag den 31. marts  | 3                                                       |
| Lørdag den 1. april   | Weekend                                                 |
| Søndag den 2. april   | Weekend                                                 |
| Mandag den 3. april   | 4                                                       |
| Tirsdag den 4. april  | 5                                                       |
| Onsdag den 5. april   | 6                                                       |
| Torsdag den 6. april  | Skærtorsdag                                             |
| Fredag den 7. april   | Langfredag                                              |
| Lørdag den 8. april   | Weekend                                                 |
| Søndag den 9. april   | Weekend                                                 |
| Mandag den 10. april  | 2. påskedag                                             |
| Tirsdag den 11. april | 7                                                       |
| Onsdag den 12. april  | 8                                                       |
| Torsdag den 13. april | 9                                                       |
| Fredag den 14. april  | 10                                                      |
| Lørdag den 15. april  | Weekend                                                 |
| Søndag den 16. april  | Weekend                                                 |
| Mandag den 17. april  | Arrangement afholdes – første dag                       |
| Tirsdag den 18. april | Arrangement afholdes – anden dag                        |
| Onsdag den 19. april  | Arrangement afholdes – tredje dag                       |

For yderligere information om anmeldelsesfrister henvises til ENLI's vejledning til Reklamekodeksets § 21, stk. 5.

## Bilag F - Definitioner

### DEFINITIONER

**Sundhedsperson:** Læger, tandlæger, farmaceuter, sygeplejersker, farmakonomer, jordemødre, bioanalytikere, kliniske diætister, radiografer, social- og sundhedsassistenter og studerende inden for disse fag.

**Offentligheden:** Alle, der ikke defineres som sundhedspersoner

**Sponsorat:** Der er følgende to former for sponsorater:

- **Sponsorat til en ekstern arrangør**

Virksomheden giver økonomisk støtte (penge) til en ekstern part – fx et medicinsk selskab eller en kongresarrangør.

Virksomheden har ikke indflydelse på:

- Program, oplægsholder, mødested, forplejning el.lign. og
- Virksomheden udsender ikke invitation, eller står som afsender af invitationen

Eksempel: Virksomheden giver et sponsorat på 50.000 kr. til et medicinsk selskab til afholdelse af selskabets årsmøde

- **Sponsorat til deltagelse**

- En sundhedsperson anmoder virksomheden, om økonomisk støtte til at betale udgifter i forbindelse med en faglig aktivitet eller
- Virksomheden tager kontakt til en sundhedsperson for at invitere denne til et eksternt fagligt arrangement, fx til en kongres

Virksomheden har ikke indflydelse på:

- Program, oplægsholder, mødested el.lign. og

Eksempel: Virksomheden betaler for en sundhedspersons udgifter til registreringsgebyr, fly, hotelophold og forplejning i forbindelse med en kongres el.lign.

Hvis virksomheden har indflydelse på blot ét af ovenstående forhold (desuagtet hvilken af de to sponsorattyper der gives), vil virksomheden som udgangspunkt blive anset som *medarrangør* af et arrangement. Se overvejelserne for eget arrangement.