

normalpriser. Såfremt arrangøren finder anledning til at forlange højere godtgørelse, for at dække sine omkostninger i forbindelse med at arrangere udstillingen - f.eks. husleje og vagtværn - så skal en overenskomst omkring dette træffes med DADIF. Kravet skal da begrundes med en omkostningskalkule.

15. Prisen for annonceplads i indbydelser, konferenceprogram og lignende skal være relateret til trykkomkostningerne. Færdigt annoncemateriale stilles til rådighed af annoncøren. I programmet skal der være information om udstillingen og en fortegnelse over udstillere.
16. Det er hensigten, at arrangementet skal gennemføres på en sådan måde, at parterne i forhold til hinanden indtager den uafhængige holdning som forudsættes i gældende love – og som ud fra et etisk synspunkt er et uomtvisteligt krav. Der skal ikke stilles andre krav til godtgørelse for firmaernes deltagelse, udover de allerede nævnte udgifter for udstillings- og annonceplads. DADIF anbefaler ingen form for skjult sponsorering. Al sponsorering skal være åben og skal kombineres med en tydelig modpræstation.

For at forenkle planlægningen af kongresser og udstillinger - og for at klargøre det uafhængige forhold mellem arrangør og udstiller - har DADIF udformet følgende anbefaling. Såfremt arrangøren finder anledning til at stille krav om større godtgørelser, må denne godtgørelse kun dække omkostninger, som særskilt opstår i forbindelse med udstillingen og gennemførelsen heraf. Det kan f.eks. være husleje, vagtværn og lignende godtgørelser, som ligger udover de omkostningsrammer, som angives herunder, og da skal disse fastsættes i overensstemmelse med DADIF.

Udstillingsindtægter kan ikke anvendes til dækning af konferencedeltagernes rejser, ophold eller sociale arrangementer.

#### NORMALPRISER

Udstillingsareal på ca. 3 x 1,5 m (4,5 m<sup>2</sup>)+ en deltagende person fra firmaet kr. 1850,- ekskl. moms/ m<sup>2</sup> (2006 priser) inklusiv kaffe og frokost.

Hvis ovennævnte betingelser er opfyldt i forbindelse med en udstilling, kan DADIF anbefale sine medlemmer at deltage!

**Vedtaget på DADIF's generalforsamling den 10. marts 2006**

**De af DADIF anbefalede omkostningsrammer:**

# DADIF

Dansk Diagnostika- og  
Laboratorieforening

## Praktiske retningslinier for

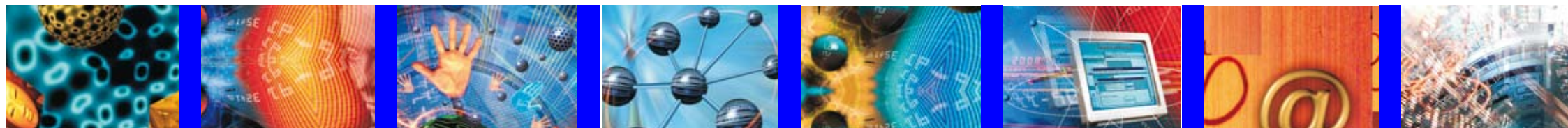
- **produkt information,**
- **udstillinger,**
- **annoncering**
- **sponsorater**

**ved videnskabelige konferencer  
og uddannelses seminarer.**

Dansk Diagnostika- og Laboratorieforening er brancheforeningen for virksomheder, som beskæftiger sig med produktion og/eller forhandling af produkter til laboratorier.

Laboratoriesektoren omfatter hospitalslaboratorier, forskningslaboratorier - både offentlige og private - samt laboratorier i en række andre sektorer inden for blandt andet miljø og fødevarer.

Foreningen har p.t. 73 medlemmer og dækker tilsammen 80-90 % af markedet for laboratorieprodukter.



## Praktiske retningslinier for produkt information, udstillinger, annoncering og sponsorater ved videnskabelige konferencer og uddannelsesseminarer.

Denne folder er tænkt som vejledning for arrangører i beslutningsgrundlaget for deltagelse i konferencer, seminarer og udstillinger.

1. Den arrangerende part udpeger en kontaktperson, som er ansvarlig for arrangementet, når det gælder firmaernes medvirken. På samme måde udpeger DADIF en kontaktperson.
2. Ved planlægning af en konference med firmadeltagelse, skal DADIF kontaktes på så tidligt et tidspunkt som muligt, for at få indflydelse på planerne.
3. Udstilling i forbindelse med konferencer samt annoncering i programmer bør kun komme på tale, hvis et rimeligt antal deltagere kan samles til konferencen.
4. Arrangøren skal - inden udstillingen starter - udlevere foreløbige oplysninger omkring antallet af forventede deltagere til udstillerne. Udstillerne modtager efter udstillingen en endelig fortegnelse over konferencedeltagernes navne og arbejdssted samt det totale antal deltagere.
5. Muligheden for at deltage i udstillingen må ikke begrænses, idet arrangementet skal være

åbent for alle firmaer, der har produkter eller interesser i de temaer, som behandles på konferencen.

6. Arrangøren, konferencedeltagere og udstillere forudsættes at have en fælles interesse i de emner eller temaer, som behandles på konferencen. Den kommercielle information, som udleveres af udstillingsdeltagerne i tilslutning til konferencen, skal beskrive de emner eller temaer, som behandles i konferencens videnskabelige program. En repræsentant for de respektive udstillere skal have ret til - uden ekstra omkostninger udover udstillingsafgiften, og i øvrigt på samme vilkår som konferencedeltagerne - at deltage i foredrag og symposier, som indgår i det videnskabelige program.
7. Arrangøren har ansvar for at informere deltagere om udstillingen, og ansvar for, at der afsættes tilstrækkelig tid i programmet til at besøge udstillingen. Programmet skal i realiteten også gennemføres på en sådan måde, at besøg på udstillingen virkelig er muligt.
8. Den afsatte tid til besøg på udstillingen skal være optimal. Udstillingen skal betragtes som en integreret del af konferencen med en væsentlig værdi for konferencedeltagerne. Derfor skal kaffepauser heller ikke indregnes i den aktive tid til udstillingsbesøg.
9. Da omkostningerne for firmaernes deltagelse er betydelige, skal udstillingsperioden komprimeres. Kun undtagelsesvis behøves mere end to dages udstillingsperiode for at give tilfredsstillende muligheder for kontakt

mellem konferencedeltagerne og de deltagende firmaer. Meget store arrangementer kan dog kræve en længere udstillingsperiode. Erfaringer viser, at den sidste udstillingsdag med stor fordel kan afsluttes efter frokost, uanset konferencens varighed. Udstillingsbesøg bør ikke programlægges til denne eftermiddag. Nedtagning af udstillingen påbegyndes normalt straks efter frokost.

10. Udstillingsområdet skal være beliggende i umiddelbar tilknytning til konferencelokalene.
11. Velegnede udstillingslokaler stilles til rådighed af arrangøren. Ved valg af lokaler bør der tages hensyn til eventuelle behov for tekniske faciliteter i form af el, vand, afløb, ventilation, lys, gulvbelægning, ind- og udflytnings muligheder, dørenes bredde og højde, elevatorer, gulvplads til besøgende m.m.
12. Arrangøren har ansvaret for, at udstillingslokalene er funktionsdygtige, samt for aflåsning og/eller overvågning af lokalene, når udstillingen er lukket. Udstillerne har selv ansvaret for forsikring af egne ting.
13. Et normalt udstillingsområde skal være på minimum 3 løbende meter samt tilstrækkelig dybde, beroende på hvor pladskrævende produkterne er. Mindste dybde skal være 1 meter. Arrangøren må ikke stille nogen krav for så vidt angår mindstemål, idet pladsbehovet kan variere meget mellem firmaerne.
14. Har arrangøren ingen særskilte omkostninger i forbindelse med organisering af udstillingen, kan godtgørelsen for udstillerne udgå i henhold til gældende

