ØKF Kontoret for Selskaber og Rettigheder (2389)
Økonomiforvaltningen

Til Christian Bülow (O)

Politikersvar til Christian Bülow (O) – Metroselskabet og spilreklamer

03-11-2026

Sagsnummer i F2
2026 - 23617

Dokumentnummer i F2
12400466

Sagsnummer eDoc
2026-0383153

Sagsbehandler
Emma Sommerfeldt Lind

Christian Bülow har den 22. oktober 2026 stillet følgende spørgsmål:

1. "Hvem skal fra 2027 afgøre, om en konkret reklame i metroen overholder Metroselskabets krav, og hvilken rolle får en eventuel medieudbyder?
2. Kan de samme krav stilles, hvis en ekstern medieudbyder i stedet køber retten til at sælge reklamerne, herunder krav om forhåndsgodkendelse og en ret til løbende at indføre nye begrænsninger i reklamernes indhold, som Movia har i sine reklameregler?
3. Vil forvaltningen spørge Metroselskabet, hvilke former for kontrol og styring med reklamefladerne selskabet ikke kan opnå gennem kontraktvilkår med en ekstern medieudbyder?
4. Afhænger Københavns Kommunes muligheder som ejer for at påvirke, hvilke typer reklamer der må vises i metroen, af, om Metroselskabet selv sælger reklamerne?"

Økonomiforvaltningens svar

Ad 1-3

Økonomiforvaltningen har indhentet Metroselskabets input til besvarelsen af spørgsmål 1-3. Metroselskabet har svaret følgende:

Når den nye O&M-kontrakt træder i kraft den 29. september 2027, vil Metroselskabet overtage de kommercielle rettigheder til fladerne i Metroen og dermed selv varetage salg af reklamer på disse flader. Modellen udelukker ikke anvendelse af eksterne leverandører til udvalgte funktioner, som opsætning og nedtagning af reklamerne, men den kommercielle styring og strategiske prioritering vil ligge i Metroselskabet. Eksterne medieudbydere kan ikke købe retten til at sælge reklamer udenom eller på vegne af Metroselskabet.

Reklamer i Metroen vil fra september 2027 være underlagt et af bestyrelsen godkendt reklamekodeks, der tager udgangspunkt i gældende lovgivning og brancheetiske retningslinjer. Det er også tilfældet i den nuværende drifts- og vedligeholdelseskontrakt. Selskabet etablerer en governancestruktur, der sikrer en klar proces for godkendelse af reklamer i tråd med reklamekodeks.

Metroselskabets bestyrelse besluttede i 2022 at forbyde reklamer for pengespil med ikrafttrædelse ved den nye driftskontrakt i september 2027. I oktober 2025 vedtog regeringen samt Socialistisk Folkeparti, Danmarksdemokraterne, Det Konservative Folkeparti, Enhedslisten, Radikale Venstre, Alternativet og Dansk Folkeparti Spilpakke 1, der bl.a. inkluderer et forbud mod reklamer for pengespil i offentlig transport. Spilpakke 1 indgår i lovforslag som behandles i Folketinget i efteråret 2026, og forventes at træde i kraft i løbet af 2027.

Ad 4
Københavns Kommune kan som ejer opfordre Metroselskabet til ikke at vise forskellige typer af reklamer på deres flader på baggrund af eksempelvis et medlemsforslag stillet i Borgerrepræsentationen herom. Det er muligt at rette henvendelse til Metroselskabet vedrørende dette, både når en ekstern medieudbyder varetager reklamefladerne, og når Metroselskabet selv sælger reklamerne. Det kan dog være lettere for Metroselskabet at indføre forbud mod visse typer reklamer, når de selv sælger reklamerne, jf. også ovenstående besvarelse, da de ikke vil skulle afvente indførelse af nye regler til indgåelsen af en ny drifts- og vedligeholdelseskontrakt.