

Fra: Thor Rasmussen

Sendt: 15. februar 2007 12:08

Til: KFFAFD_KFF Sekr; Sekretariatet Børneforvalt; SUFKP Sekr; SOF Faellespost; BIF; TMF (tmf@tmf.kk.dk)

Emne: VS: Høring - reklamer på kommunale bygninger m.v.

Til sekretariaterne

Som anført i beslutningsprotokollen besluttede ØU, at Enhedslistens medlemsforslag (BR 501/06) skulle indgå i høringen, men ved en beklagelig forglemmelse indgik link hertil ikke i min mail af g.d.

Tak til SOF for at gøre mig opmærksom herpå.

Linket følger her:

<http://www2.kk.dk/of/dagsorden.nsf/f7d3c5720345d144c125685c0043b371/4c98ab1492d8f0c5c12571db0051efb1?OpenDocument>

For god ordens skyld henledes opmærksomheden på den tidligere forvaltningshøring i oktober 2006, som er indeholdt i indstillingens bilag 3 og ekstraheret i bilag 2.

Venlig hilsen

Thor Rasmussen
Specialkonsulent

KØBENHAVNS KOMMUNE
Økonomiforvaltningen
Center for Byudvikling

Rådhuset
1599 København V

Telefon 3366 2710
Telefax 3366 7003
Email tor@pkf.kk.dk
www.kk.dk

Fra: Thor Rasmussen

Sendt: 14. februar 2007 13:54

Til: KFFAFD_KFF Sekr; Sekretariatet; Sekretariatet Børneforvalt; SUFKP Sekr; SOF Faellespost; BIF

Emne: Høring - reklamer på kommunale bygninger m.v.

Til sekretariaterne

Økonomiudvalget besluttede i mødet den 30. januar d.å. at sende forslag til regler for reklamer på kommunale bygninger m.v. i høring i fagudvalgene med svarfrist den 30. marts 2007, jfr. link til beslutningsprotokol:

<http://www2.kk.dk/of/bslut.nsf/1fb6557ac5ef835bc125685c0044af91/aad824264eeb4c99c12572740051c915?OpenDocument>

Links til indstillingens bilag 1 (forslag), bilag 2 (baggrundsnotat), bilag 3 (forvaltningshøring) og bilag 4 (økonomi) følger nedenfor:

<http://www2.kk.dk/of/dagsorden.nsf/1fb6557ac5ef835bc125685c0044af91/6d1d36c981e17867c12572760039fafd?OpenDocument>

<http://www2.kk.dk/of/dagsorden.nsf/1fb6557ac5ef835bc125685c0044af91/b396d8a6b2499ed0c12572760039faff?OpenDocument>

<http://www2.kk.dk/of/dagsorden.nsf/1fb6557ac5ef835bc125685c0044af91/0d8e543deb559713c12572760039fb03?OpenDocument>

<http://www2.kk.dk/of/dagsorden.nsf/1fb6557ac5ef835bc125685c0044af91/68839fd149aa9ee4c12572760039fb18?OpenDocument>

Venlig hilsen

Thor Rasmussen
Specialkonsulent

KØBENHAVNS KOMMUNE
Økonomiforvaltningen
Center for Byudvikling

Rådhuset
1599 København V

Telefon 3366 2710
Telefax 3366 7003
Email tor@okf.kk.dk
www.kk.dk

[http://www3.kk.dk/Fakta om kommunen/De syv forvaltninger/Okonomiforvaltningen.aspx](http://www3.kk.dk/Fakta_om_kommunen/De_syv_forvaltninger/Okonomiforvaltningen.aspx)

Økonomiudvalget**BESLUTNINGSPROTOKOL**

fra ordinært møde tirsdag den 30. januar 2007

J.nr. ØU 36/2007**5. Reklamer på kommunale bygninger m.v.**

Borgerrepræsentationen skal træffe beslutning om regler for kommunens anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre som led i strategi for Offentligt-Privat Samarbejde (OPS).

BESLUTNING

Økonomiforvaltningen indstiller,

1. at Økonomiudvalget (ØU) sender forslag til regler for kommunens anvendelse af fast ejendom og løsøre til reklamering for andre i høring i fagudvalgene med svarfrist den 30. marts 2007.

Økonomiudvalgets beslutning i mødet den 30. januar 2007:

Godkendt med bemærkning om, at sagen inklusivt Enhedslistens medlemsforslag (BR 501/06) sendes med ud i høring til fagudvalgene."

PROBLEMSTILLING

Den 1. juli 2006 blev det generelt tilladt kommuner at sælge reklameplads på bygninger og løsøre, herunder biler og uniformerede ansattes beklædning.

Borgerrepræsentationen henviste den 31. august 2006 (BR 501/06) Enhedslistens medlemsforslag om fælles regler, der bl.a. forbyder reklamer rettet mod børn og på ansattes tøj og biler, til ØU. Ifølge budget 2007 skal BR forelægges en strategi for OPS i januar 2007, herunder udnyttelse af muligheden for kommunal reklamering for andre. Forslag til reklameregler er derfor også en del af forslag til strategi for OPS, som behandles sideløbende med denne indstilling.

LØSNING

Forslag til regler for kommunens anvendelse af fast ejendom og løsøre til reklamering for andre ses i bilag 1.

I overensstemmelse med baggrunden for en strategi for OPS, er reglerne udformet med det

primære sigte på at opnå størst mulig indtægt fra salg af reklameplads, men således at der ved reklamering skal iagttages en række hensyn, herunder bl.a. påvirkning af børn.

Ligeledes er salg af reklameplads generelt begrænset til den udvendige del af bygninger, herunder på stilladser, i overensstemmelse med kommunens retningslinier for udendørs reklamer. Herved opnås en klar og let håndterbar afgrænsning, ligesom det generelt anses hensigtsmæssigt at fritage borgere og ansatte for reklamepåvirkning i kommunale bygninger.

Salg af reklameplads på løsøre til udendørs brug, herunder biler, skal være tilladt, medmindre reklamering undtagelsesvis ikke er forenelig med anvendelsen (f.eks. redningskøretøjer). Reklamering på uniformerede ansattes beklædning skal være tilladt, medmindre den ansatte arbejder eller har sin gang i borgerens "hjem" eller møder borgeren i en "sårbar" situation. Undtagelse fra reklamering sker på begæring fra det pågældende fagudvalg, jfr. nedenfor om den videre proces.

Reglerne skal gælde ikke alene for alle nye kommunale reklameaftaler, men bl.a. også i forhold til selvejende institutioner ved fornyelse af driftsoverenskomst med kommunen.

Af forslaget til reklameregler følger, at Økonomiforvaltningen (ØKF) i samarbejde med Kultur- og Fritidsforvaltningen (Københavns Ejendomme) skal forestå offentligt udbud af kommunal reklameplads samt varetage administration af reglerne. Opgaven omfatter tillige rådgivning om reglerne i forhold til selvejende institutioner m.v., som ikke er omfattet af kommunens udbud, men selv forestår salg af reklameplads.

Formålet med at overlade nævnte opgave til ØKF er især at opnå bedst muligt overblik og styring i forhold til et udbud af kommunal reklameplads og at opnå en ensartet, kvalificeret og effektiv administration, som ellers ikke ville være mulig.

For nærmere uddybning af lovgrundlag m.v. samt den høring på forvaltningsniveau, som ØKF har foretaget som grundlag for forslaget til reklameregler, henvises til bilag 2 og 3.

Med denne indstilling er Enhedslistens medlemsforslag (BR 501/06) samtidig håndteret, herunder medlemsforslagets forudsætning om, at reglerne også indføres i driftsoverenskomsterne mellem kommunen og selvejende institutioner, når disse fornyes.

ØKONOMI

ØKF indstiller, at udgifterne ved forberedelse og gennemførelse af udbud af kommunal reklameplads afholdes med 50 % til hver ved omprioritering inden for ØU's og Kultur- og Fritidsudvalgets rammer i 2007. Kommunens nettoindtægter (efter fradrag af de med udbuddet afledte initialomkostninger samt løbende driftsudgifter) fordeles efter en fordelingsnøgle, hvor det pågældende fagudvalg modtager 50 % af nettoindtægten og ØU de øvrige 50 % til tværgående prioritering senest i 2009. For nærmere oplysning om økonomi, herunder indtægtpotentiale, henvises til bilag 4.

VIDERE PROCES

Forslag til reklameregler foreslås sendt til høring i fagudvalgene med svarfrist den 30. marts 2007. Som led i høringen pålægges udvalgene at oplyse og begrunde, i hvilket omfang den pågældende forvaltnings biler og uniformerede ansatte begæres omfattet af undtagelsesbestemmelser om anvendelse som reklameplads.

Indstilling og høringssvar kan herefter behandles i ØU den 15. maj 2007 og i BR den 31. maj 2007.

Reklamereglerne gælder fra vedtagelsen, og ØKF vil i overensstemmelse hermed i samarbejde med Kultur- og Fritidsforvaltningen forberede og forestå offentligt udbud af kommunal reklameplads.

BILAG

Øvrige bilag:

Bilag 1. Forslag til regler for kommunens anvendelse af fast ejendom og løsøre til reklamering for andre

Bilag 2. Notat om baggrund for forslag til reklameregler

Bilag 3. Høring af fagforvaltninger om forslag til reklameregler

Bilag 4. Økonomi

Claus Juhl

/Bjarne Winge

NOTAT

Bilag 1. Regler for anvendelse af kommunens ejendomme og løsøre til reklamering for andre

11-01-2007

Regler for anvendelse af kommunens ejendomme og løsøre til reklamering for andre skal gælde for samtlige reklameaftaler, som efter vedtagelsen indgås af kommunen. Ved en reklameaftale forstås en aftale om, at kommunen mod kontant betaling stiller reklameplads til rådighed for en ekstern part. Sponsorering, herunder salg af navnerettigheder til f.eks. et idrætsanlæg, er ikke omfattet.

Sagsnr.
1101-326569

Dokumentnr.
2006-38651

Selvejende institutioner, som har driftsoverenskomst med kommunen skal ved fornyelse af aftaleforholdet forpligte sig til at efterleve reglerne, uanset at de selv forestår salg af reklameplads. Det samme skal gælde for foreninger m.v., som efter gældende praksis har adgang til salg af bandereklamer på kommunale idrætsanlæg.

Ved reklamering skal følgende overholdes:

- Kommunens overordnede politikker, f.eks. sundhedspolitikken
- Forbrugerombudsmandens vejledninger om Børn, unge og markedsføring og om Skjult reklame (begge juli 2006)
- Forbrugerombudsmandens retningslinier vedrørende Kønsdiskriminerende reklame (februar 1993)
- Det mellem bl.a. Bryggeriforeningen og Forbrugerrådet aftalte regelsæt for markedsføring af alkoholholdige drikkevarer med ikrafttræden 1. marts 2000
- Retningslinier for udendørs reklamer i København, vedtaget i Bygge- og Teknikudvalget den 4. maj 2005, eller hvad der måtte træde i stedet herfor.

Til reklameplads kan anvendes

- den udvendige del af fast ejendom (dog opretholdes hidtidig adgang til at sælge indendørs bandereklamer på idrætsanlæg)
- stilladser
- løsøre af enhver art til udendørs brug, herunder køretøjer
- uniformerede ansattes beklædning

Undtaget som reklameplads skal være

- ejendomme og løsøre, hvor leje-/leasingaftale er til hinder herfor
- løsøre, herunder køretøjer, som anvendes i særlige situationer, hvor reklamer vil nedsætte nødvendig signalværdi eller kunne virke anstødelig (f.eks. redningskøretøjer)
- beklædning for uniformerede ansatte, som arbejder eller har sin gang i borgerens "hjem", eller som møder borgeren i en situation, hvor denne er i en "sårbar" situation som følge af ulykke, sygdom eller sociale forhold
- andre tilfælde, hvor særlige forhold begrunder undtagelse.

Center for Byudvikling

Rådhuset, 3. sal, 33
1599 København V

Telefon
3366 2710

Telefax
3366 7003

E-mail
tor@okf.kk.dk

EAN nummer
5798009800176

www.kk.dk

Salg af reklameplads fra kommunens side skal ske ved offentligt udbud under iagttagelse af ovennævnte regler, men i øvrigt tilrettelægges med henblik på at sikre kommunen størst mulig indtægt.

Økonomiforvaltningen skal have til opgave at tilrettelægge og forestå udbud af kommunal reklameplads, varetage administration og fortolkning af reklameregler samt rådgive selvejende institutioner, foreninger m.v., som ikke er omfattet af kommunens udbud af reklameplads, om overholdelse af reglerne.

Økonomiforvaltningen skal tilrettelægge og gennemføre udbud af kommunal reklameplads i samarbejde med Kultur- og Fritidsforvaltningen (Københavns Ejendomme), og således at udbuddet tillige omfatter stilladsreklamer som led i anlægs- og renoveringsarbejder m.v.

NOTAT

11-01-2007

Sagsnr.
1101-326569

Dokumentnr.
2006-31110

Bilag 2. Notat om baggrund for forslag til reklameregler

Definition

Ved reklamering forstås i denne forbindelse en aftale om, at kommunen mod kontant betaling stiller reklameplads til rådighed for en ekstern part, uden at kommunen i øvrigt har interesse i den eksterne parts budskab, påtager sig andre forpligtelser eller indrømmer den eksterne part indflydelse på kommunale forhold/drift, og uden at den eksterne part opnår andet end eksponering af det konkrete reklamebudskab. Sponsorering, herunder salg af navnerettigheder til f.eks. et idrætsanlæg, skal derfor ikke være omfattet.

Lovgrundlag

Lov om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til reklamering for andre, trådte i kraft den 1. juli 2006. Loven gælder for kommuners anvendelse af fast ejendom og løsøre til reklamering for andre, herunder tidligere indgåede aftaler herom, medmindre andet er bestemt i anden lovgivning eller har været tilladt i henhold til kommunalfuldmagt.

Loven gælder dermed ikke for reklamering på det til offentlig vej hørende areal, herunder læskure og informationstavler, jfr. Lov om offentlige veje. Ligeledes vil loven ikke være gældende for salg af reklameplads i busser, når Lov om trafikselskaber træder i kraft den 1. januar 2007. Endelig berøres den adgang, som kommunerne i medfør af kommunalfuldmagten har til at sælge bandereklamer på idrætsanlæg, ikke af loven.

Reklamering kan ske ikke alene på fast ejendom og løsøre, som er ejet af kommunen, men efter loven også på lejet/leaset ejendom og løsøre. Reklamering er tilladt både ud- og indvendigt.

Reklameringen skal være i overensstemmelse med markedsføringsloven og anden lovgivning. Anden lovgivning, som skal iagttages, kan indeholde forbud, særlige krav eller særskilt tilladelse til reklamering, eksempelvis lov om forbud mod tobaksreklamer m.v. og naturbeskyttelsesloven.

Salg af reklameplads skal ske til markedspris.

Det oprindelige lovforslag indeholdt forbud mod reklamering for andre på bygninger m.v., som overvejende anvendes til lovpligtige opgaver (f.eks. skoler), og på kommunalt ansattes beklædning, samt forbud mod reklamering for bl.a. faglige organisationer, religiøse og politiske bevægelser/partier og kandidater til politiske forsamlinger.

Center for Byudvikling

Rådhuset, 3. sal, 33
1599 København V

Telefon
3366 2710

Telefax
3366 7003

E-mail
tor@okf.kk.dk

EAN nummer
5798009800176

www.kk.dk

Begrænsningerne, som især havde til formål at sikre tilliden til kommunen som en saglig og neutral myndighed i forbindelse med borgernes modtagelse af lovpligtige ydelser, udgik under folketingsbehandlingen, idet et flertal ønskede at overlade størst muligt råderum til kommunerne.

Markedsføringsloven

I § 2 i Lov om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til reklamering for andre henvises konkret til, at reklameringen skal være i overensstemmelse med markedsføringsloven. Markedsføringsloven kræver bl.a., at der i reklamer ikke må anvendes urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde angivelser, som kan påvirke efterspørgslen, eller angivelser, som er utilbørlige overfor forbrugere eller andre erhvervsdrivende. Skjult reklame er ej heller tilladt.

Tilsyn hermed føres af Forbrugerombudsmanden, som ved forhandling med de erhvervsdrivende skal søge at formå disse til at handle i overensstemmelse med loven og dens principper. Der er på denne baggrund bl.a. vedtaget retningslinjer i forhold til kønsdiskriminerende reklame og regelsæt for markedsføring af alkohol, og Forbrugerombudsmanden har udgivet en vejledning i forhold til skjult reklame.

Markedsføringslovens § 8 indeholder en særlig bestemmelse om markedsføring rettet mod børn og unge. I henhold til bestemmelsen skal markedsføring rettet mod børn og unge være udformet med særlig hensyntagen til deres naturlige godtroenhed, manglende erfaring og kritiske sans, som bevirker, at de er lette at påvirke og præge. ”Markedsføring mod børn og unge må ikke direkte eller indirekte opfordre til vold, anvendelse af rusmidler, herunder alkohol, eller anden farlig eller hensynsløs adfærd eller på utilbørlig måde benytte sig af vold, frygt eller overtro som virkemidler”.

Forbrugerombudsmanden har i juli 2006 udgivet en vejledning om børn, unge og markedsføring, hvori Forbrugerombudsmanden fortolker § 8 og giver udtryk for de synspunkter, som vil blive lagt til grund for administrationen af bestemmelsen.

I vejledningens pkt. 5 gennemgås de særlige hensyn som skal iagttages ved markedsføring mod børn som målgruppe, herunder i forhold til sociale værdier, usunde fødevarer og identitet/sex samt forbud mod alkoholreklamer, der retter sig mod børn og unge. Pkt. 9 omhandler markedsføring på offentlige steder og markedsføring i øvrigt, der ikke retter sig mod børn og unge, men som børn og unge desuagtet udsættes for med deraf følgende behov for at iagttage særlige hensyn.

Medlemsforslag om fælles regler

Borgerrepræsentationen vedtog i mødet den 31. august 2006 (BR 501/06) at henvise et medlemsforslag fra Enhedslisten om,

at Økonomiforvaltningen udarbejder forslag til fælles regler, der forbyder reklamer rettet mod børn i f.eks. børnehaver og daginstitutioner, forbyder reklamer for usunde produkter, forbyder reklamer med religiøse og politiske formål, og forbyder reklamer på ansattes tøj og biler,

at dette forslag forelægges Borgerrepræsentationen til vedtagelse i efteråret, samt

at disse regler også indføres i driftsoverenskomsterne mellem kommunen og selvstændige institutioner, når disse fornyes,

til Økonomiudvalget.

Høring af forvaltningerne

Økonomiforvaltningen har sendt medlemsforslaget til høring i fagforvaltningerne, hvis høringssvar er samlet i bilag 3.

Blandt høringssvarene skal særlig fremhæves,

at Beskæftigelses- og Integrationsforvaltningen generelt er positiv overfor medlemsforslaget, mens Børne- og Ungdoms- og Kultur- og Fritidsforvaltningen i forhold til børn foreslår, at reklameregler tager udgangspunkt i markedsføringsloven og Forbrugercombudsmandens vejledning om Børn, unge og markedsføring,

at Social- og Kultur- og Fritidsforvaltningen i forhold til reklamer for usunde produkter fraråder et generelt forbud, idet sidstnævnte foreslår, at reklameregler skal tage hensyn til kommunens overordnede politikker, f.eks. indenfor sundhedsområdet,

at Socialforvaltningen foreslår, at der i forhold til reklameregler sondres, dels mellem reklamering i borgernes "hjem" og på steder, som aktivt opsøges, dels mellem målrettet reklamering og reklamering for produkter, som generelt anvendes af befolkningen,

at Sundheds- og Omsorgsforvaltningen oplyser, at en stor del af forvaltningens område dækkes af private aktører/aktører uden driftsoverenskomst, som ikke vil kunne underlægges kommunale reklameregler, samt

at Teknik- og Miljøforvaltningen som flere andre fremhæver behovet for, at reklamereglerne skal være umiddelbart håndterbare, herunder f.eks. ikke komme til at hindre ophængning af valgplakater.

Høringssvarene er indgået i forbindelse med udarbejdelse af forslag til reklameregler.

Udendørs reklamer i København

Bygge- og Teknikudvalget vedtog den 4. maj 2005 retningslinier for udendørs reklamer i København. Retningslinierne er til inspiration og vejledning for grundejere og aktører indenfor reklameverdenen, og retningslinierne danner grundlag for kommunens administration af lokalplaner og anden lovgivning/deklarationer.

Meget overordnet beskrevet vil der i henhold til retningslinierne være følgende relevante muligheder for reklamering på kommunens ejendomme:

1. I større (moderne) byrum – i City f.eks. områderne omkring Rådhuspladsen, Hovedbanegården og Nørre- og Vesterport, i brokvartererne f.eks. omkring Trianglen, og udenfor brokvartererne i mindre omfang omkring lokale torvedannelser. Primært som lys- eller neonreklamer eller anden passende reklamering af høj designmæssig kvalitet.
2. Trafikknudepunkter – som lysreklamer f.eks. ved Nørrebro Station eller på Hans Knudsens Plads
3. I industri- og erhvervsområder og ved større P-pladser og benzinstationer m.v. - tavler med skiftende, men statiske reklamebudskaber (billboards).
4. Stilladsreklamer o.l. - midlertidig reklamering som led i bygnings-/reoveringsarbejder.

I relation til pkt. 3 bemærkes, at Borgerrepræsentationen den 8. februar 2001 (BR 47/01) besluttede, "at billboards ikke opsættes på kommunale ejendomme og på ejendomme, der tilhører selvejende institutioner, med hvem kommunen har driftsoverenskomst dog således at allerede indgåede kontrakter respekteres."

Umiddelbart må det dog vurderes, at ovennævnte retningslinier ud fra de til grund herfor liggende hensyn er egnede til at regulere opsætning af billboards, og at der på denne baggrund ikke bør være behov for generelt at undtage enkelte reklametyper fra anvendelse på kommunale ejendomme, blot fordi ejendommen er kommunalt ejet.

Bilag 3. Høring af fagforvaltninger om forslag til reklameregler



KØBENHAVNS KOMMUNE
Økonomiforvaltningen

Sekretariaterne for

Kultur- og Fritidsforvaltningen
Børne- og Ungdomsforvaltningen
Sundheds- og Omsorgsforvaltningen
Beskæftigelses- og Integrationsforvaltningen
Teknik- og Miljøforvaltningen
Socialforvaltningen

09-10-2006

Sagsnr.
326569

Dokumentnr.
1965652

Fælles regler for anvendelse af kommunens ejendomme og løsøre til reklamer for andre

Borgerrepræsentationen vedtog i mødet den 31. august 2006 (BR 501/06) at henvise medlemsforslag fra Enhedslisten om,

at Økonomiforvaltningen udarbejder forslag til fælles regler, der forbyder reklamer rettet mod børn i f.eks. børnehaver og daginstitutioner, forbyder reklamer for usunde produkter, forbyder reklamer med religiøse og politiske formål, og forbyder reklamer på ansattes tøj og biler.

at dette forslag forelægges Borgerrepræsentationen til vedtagelse i efteråret, samt

at disse regler også indføres i driftsoverenskomsterne mellem kommunen og selvejende institutioner, når disse fornyes,

til Økonomiudvalget, jfr. vedlagte kopi af indstilling og udskrift fra beslutningsprotokol.

Med henblik på udarbejdelse af indstilling i overensstemmelse med ovennævnte frist skal Økonomiforvaltningen venligst anmode om fagforvaltningernes bemærkninger senest mandag den 24. oktober 2006.

Venlig hilsen

Per Justesen
Kontorchef

Thor Rasmussen
Specialkonsulent

Bilag

Center for Byudvikling

Rådhuset, 3. sal, 33
1599 København V

Telefon
3366 2710

Telefax
3366 7003

E-mail
tor@okf.kk.dk

EAN nummer
5798009800176

www.kk.dk



KØBENHAVNS KOMMUNE
Børne- og Ungdomsforvaltningen
Dagtilbud

Økonomiforvaltningen
Dahlerupsgade 6
1640 København

Att.: Per Justesen og Thør Rasmussen

13-10-2006

Sagsnr.
327338

Dokumentnr.
1971339

**Svarskrivelse vedrørende fælles regler for anvendelse af kommunens
ejendomme og løsøre til reklamering til andre**

Børne- og Ungdomsforvaltningen har modtaget Økonomiforvaltningens anmodning om bemærkninger vedrørende udarbejdelsen af fælles regler for anvendelse af kommunens ejendomme og løsøre til reklamering for andre.

Børne- og Ungdomsforvaltningen skal foreslå, at Økonomiforvaltningens forslag til retningslinier tager udgangspunkt i Forbrugeroombudsmandens vejledning om Børn, Unge og markedsføring jf. www.forbrug.dk/klage/love/forbrugerlove/mfl/retningslinjer/bmogunge/

Venlig hilsen

Jan Dehn
Kontorchef

Dagtilbud

Islands Brygge 37
2300 København S

Telefon
366 4500

Telefax
3366 7046

E-mail
Jan.Dehn@buf.kk.dk

EAN nummer
5798009383716

www.kk.dk



KØBENHAVNS KOMMUNE
Sundheds- og Omsorgsforvaltningen
Juridisk sekretariat

Økonomiforvaltningen
Center For Byudvikling
Att.: Per Justesen, Kontorchef

23-10-2006

Sagsnr.
327533

Dokumentnr.
1978662

Vedr.: Bemærkninger fra Sundheds- og Omsorgsforvaltningen til udarbejdelse af fælles regler for brug af reklamer på kommunens ejendomme og løsøre.

Sundheds- og Omsorgsforvaltningen, Juridisk Sekretariat har modtaget brev af 9. oktober 2006, hvorved Økonomiforvaltningen anmoder om eventuelle bemærkninger til udarbejdelse af fælles regler for anvendelse af reklamer for andre.

Juridisk Sekretariat har fremsendt forespørgslen til de decentrale kontorer samt til relevante personer i centralforvaltningen og har modtaget få bemærkninger.

Sundheds- og Omsorgsforvaltningen ønsker indledningsvist at bemærke, at brevet fra Økonomiforvaltningen er udsendt så sent i forhold til svarfristen, henset til den mellemliggende efterårsferie, at det ikke har været muligt at svare fyldestgørende.

I forhold til udarbejdelse af de fælles regler for reklamering har Sundheds- og Omsorgsforvaltningen følgende bemærkninger.

Hjemmeplejeområdet udgør en stor del af forvaltningens ydelser og reguleres efter lovreglerne om frit valg, hvor private leverandører er en vigtig aktør. Disse leverandører kan vi ikke - eller kun i meget begrænset omfang - pålægge ikke at benytte logo/reklamer/sponsorer.

I forhold til de øvrige tilbud til ældre, dag- og botilbud, går lovgivningen ligeledes i retning af, at private i større udstrækning end i dag, kan drive tilbuddene uden driftsoverenskomst og dermed med samme frihedsgrader som de private leverandører på hjemmeplejeområdet.

På denne baggrund skal vi foreslå, at et egentligt forbud mod reklamer alene omfatter børne- og ungeområdet og at der på ældreområdet opstilles en række betingelser for brug af reklamer.

Vi deltager gerne i arbejdet omkring de fælles regler.

Venlig hilsen

Lena Emmersen

Juridisk sekretariat

Sjællandsgade 40,
H233
2200 København N

Telefon
3530 3512

E-mail
QH82@suf.kk.dk

EAN nummer
5798009290007

www.kk.dk



KØBENHAVNS KOMMUNE
 Beskæftigelses- og Integrationsforvaltningen
 Direktionen

Økonomiforvaltningen
 Center for Byudvikling
 Rådhuset, 3. sal, 33
 1599 København V

Dato: 24-10-2006

Sagsnr.: 327245
 Dok.nr.: 1972896

Vedrørende fælles regler for anvendelse af kommunens ejendomme og løsøre til reklamering for andre

Beskæftigelses- og Integrationsforvaltningen, Københavns Kommune har den 11. oktober modtaget Økonomiforvaltningens anmodning om bemærkninger i forhold til Borgerrepræsentationens medlemsforsalg om afståelse fra reklamering på offentlige bygninger og institutioner (BR 501/06).

Det er ønskværdigt, at der på dette område udarbejdes et fælles regelsæt, som tilstræber at beskytte børn mod (over)kommercialisering, når de befinder sig i bygninger og på områder, som drives af Københavns Kommune. Vedrørende forslaget punkt om udarbejdelse af fælles regler, der forbyder reklamer rettet mod børn i f.eks. børnehaver og daginstitutioner, forbyder reklamer for usunde produkter, forbyder reklamer med religiøse og politiske formål, og forbyder reklamer på ansattes tøj og biler, har jeg derfor ingen bemærkninger.

Vedrørende forslaget primære punkt om afståelse fra at anvende fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre, skal jeg oplyse, at Beskæftigelses- og Integrationsforvaltningen arbejder med beskæftigelsesfremmende foranstaltninger (tilbud og aktivering) til ledige borgere med det formål hurtigst muligt at sikre dem ordinært arbejde. I den forbindelse benytter kommunen sig af private aktører, som sørger for opkvalificerende forløb eller tager den ledige i virksomhedspraktik eller løntilskudsjob med henblik på ordinær ansættelse. Det kan derfor ikke udelukkes, at kommunens lokaler, og medarbejdere vil komme til at reklamere for en privat virksomhed; det kan eksempelvis ske ved, at der med pjecer og plakater oplyses om tilbudet og virksomheden i kommunens lokaler. At give et totalt afkald på kommunens ret til at reklamere, kan på nogle punkter overlape vores samarbejde med de private aktører og lægge hindringer i vejen for det fælles mål, nemlig at skaffe ledige borgere i arbejde, og det uanset om reklamering fra kommunens side er tilsigtet eller ej.

Jeg kan derfor ikke tilslutte mig dette punkt.

Venlig hilsen

Morten Binder
 Direktør

Direktionen

Bernstorffsgade 17, 3.
 1592 København V.

Telefon
 33 17 33 17

Direkte telefon
 33 17 36 02

Telefax
 33 17 32 04

E-mail
 Morten.Binder@bif.kk.dk

www.kk.dk



KØBENHAVNS KOMMUNE
Socialforvaltningen
Administrerende direktør

Økonomiforvaltningen
Center for byudvikling
Att. Per Justesen/ Thor Rasmussen
Rådhuset
1599 Kbh. V

Dato: **24 OKT. 2006**
Sagsnr: 327138

Vedr. høring om fælles regler for anvendelse af kommunens ejendomme og løsøre til reklamering for andre

Socialforvaltningen modtog ovenstående høring fra Økonomiforvaltningen d. 11. oktober 2006.

Folketinget vedtog d. 30. maj 2006 lov nr. 136 om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre. Loven trådte i kraft d. 1. juli 2006 og foreskriver, at kommunalbestyrelser kan anvende fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre. Det fremgår af bemærkningerne til loven, at hvis en kommune vælger at benytte sig af muligheden for reklamefinansiering påvirker det ikke den generelle økonomiske ramme.

Lovgiver har ladet det være op til de enkelte kommunalbestyrelser, at vurdere om den ønsker at benytte sig af muligheden for salg af reklameplads i kommunens servicetilbud.

Socialforvaltningen er dermed opmærksom på, at det er en politisk beslutning at vurdere om muligheden for salg af reklameplads bør benyttes i Københavns Kommune.

Bemærkninger til 1. at-punkt i medlemsforslaget

Socialforvaltningens har ikke nogle bemærkninger til, hvorvidt det er hensigtsmæssigt at indføre de nævnte begrænsninger i adgangen til reklamering i Københavns Kommune. Konsekvensen af et forbud vil være at afskære Københavns Kommune fra en supplerende finansiering af kommunens opgaver. Socialforvaltningen foreslår at Økonomiforvaltningen eventuelt til brug for den politiske behandling udarbejder et skøn over, hvor stort et beløb der er tale om.

side 2

Socialforvaltningen har en række bemærkninger som Økonomiforvaltningen bør være opmærksom på ved udformningen af forslag til fælles regler:

- Reglerne skal udformes så præcist, at der ikke vil være tvivl om, hvad der ikke må reklameres for og hvor det ikke må ske. Som et eksempel mener Socialforvaltningen det er for upræcist med et forbud mod at reklamere for "usunde produkter" og det vil være vanskeligt for forvaltningerne at håndtere.
- Der skal være en klar afgrænsning af, hvilke tilbud der er omfattet af reglerne.
- Reglerne bør ikke indeholde forbud, der allerede følger af de almindelige kommunalretlige regler f. eks. at kommuners opgavevaretagelse skal ske under behørig hensyntagen til neutralitet og saglighed.
- Reglerne kan evt. sondre mellem reklamer for producenter, der har en specifik økonomisk interesse i målgruppen til tilbuddet og reklamer for produkter der generelt anvendes af befolkningen. En sådan sondring vil også kunne imødekomme etiske hensyn.
- Reglerne kan evt. sondre mellem reklamer i botilbud der betragtes som brugernes hjem og reklamer i tilbud som brugerne aktivt opsøger f. eks. samværs og aktivitetssteder.

Når Økonomiforvaltningen udarbejder forslag til fælles regler skal Socialforvaltningen foreslå, at de sendes i høring i forvaltningerne, så forvaltningerne kan forholde sig et konkret oplæg og hvilken effekt det vil have i forhold til forvaltningens ressortområde, når det skal implementeres. Forvaltningerne vil på den baggrund f. eks. bedre kunne vurdere hvilke økonomiske konsekvenser de fælles regler vil have. Det foreslås endvidere at høre brugerorganisationer og personaleorganisationer om et forslag til fælles regler.

Bemærkninger til 2 at-punkt i medlemsforslaget

Socialforvaltningen har ingen bemærkninger til dette at-punkt.

Bemærkninger til 3 at-punkt i medlemsforslaget

Når Økonomiforvaltningen har udarbejdet et forslag til fælles regler til vedtagelse i Borgerrepræsentationen vil reglerne kunne gøres gældende i forhold til Københavns Kommunes egne institutioner.

Socialforvaltningen mener imidlertid, at der må ske en juridisk vurdering af hvordan de fælles regler vil kunne håndhæves overfor kommunens selvejende institutioner. Socialforvaltningen kunne dermed godt ønske sig, at også skete en central juridisk afklaring af, hvordan forvaltningerne skal håndtere fælles regler der begrænser de selvejende institutioners mulighed for at sælge reklamer. Vil Københavns Kom-

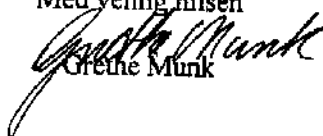
side 3

mune f. eks. kunne forhindre en selvejende institution i at sælge reklamer til andre, hvis disse reklamer ikke er i strid med institutionens formål? Vil forvaltningerne kunne udstede et ensidigt pålæg til den selvejende institution?

Hvis de fælles regler skal reguleres via driftsaftalerne med de selvejende institutioner vil der være tale om en begrænsning i den selvejende institutions selvbestemmelsesret. Som i al anden aftaleregulering vil et sådant aftalevilkår blive et forhandlingsanliggende og de selvejende institutioner vil dermed kunne kræve en passende modydelse. Et eksempel kunne være, at de selvejende institutioner kunne ønske en økonomisk modydelse svarende til værdien af de eventuelle reklameindtægter for institutionen.

Socialforvaltningen skal derfor henstille til, at det vurderes hvordan de fælles regler skal håndteres i forhold til de selvejende institutioner således, at der kommer en ensartet praksis i Københavns Kommune.

Med venlig hilsen


Grethe Munk

Socialforvaltningen

Direktionen

Bernstorffsgade 17³
1592 København V

Telefon
33 17 33 17

Direkte telefon
33 17 32 05

Telefax
33 17 32 04



KØBENHAVNS KOMMUNE
Kultur- og Fritidsforvaltningen
Sekretariatet

«eDocAddressName»
«eDocAddressAddress»
«eDocAddressPostalCode» «eDocAddressPostalDistrict»

26. oktober 2006

Sagsnr. 327519
Dok.nr.: 1978461

Kultur- og Fritidsforvaltningens bemærkninger til Økonomiforvaltningens høring om evt. fælles regler for anvendelse af kommunens ejendomme og løsøre til reklamering for andre

Ved brev af 9. oktober 2006 har Økonomiforvaltningen bedt om samtlige forvaltningers høringssvar i anledning af, at Borgerrepræsentationen på sit møde den 31. august 2006 har henvist et medlemsforslag om udarbejdelse af forslag til fælles regler angående anvendelse af kommunens ejendomme og løsøre til reklamering for andre.

Baggrunden for det af Enhedslisten stillede medlemsforslag er lov om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre. Det følger af lovteksten, at kommunernes anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering skal ske i overensstemmelse med markedsføringsloven og anden lovgivning og at der for ydelserne skal opkræves markedspris.

Kultur- og Fritidsforvaltningen kan være enig i, at det i forbindelse med lovens anvendelse i Københavns Kommune kan være hensigtsmæssigt at udarbejde fælles retningslinier for reklamering. Derimod kan Kultur- og Fritidsforvaltningen ikke tilslutte sig et egentligt forbud, som anført i medlemsforslaget.

Baggrunden herfor er bl.a., at Kultur- og Fritidsforvaltningen er interesseret i at styrke såvel de frivillige foreninger som de decentrale enheders selvbestemmelse på f.eks. idrætsanlæggene.

Et generelt forbud som foreslået kan ses som en begrænsning af de decentrale enheders (brugerbestyrelsernes) muligheder for at udvikle nye aktiviteter på f.eks. idrætsanlæggene, da de ofte kræver økonomiske resurser udefra i form af sponsorering mv. Hvis kommunen går ind og begrænser muligheden for at få ekstern finansiering af aktiviteter, så fjernes samtidig muligheden for yderligere selvbestemmelse for brugerbestyrelserne.

Herudover skal bemærkes, at Kultur- og Fritidsforvaltningen pt. undersøger muligheden for i forbindelse med Københavns Ejendomes gennemførelse af vedligeholdelses- og renoveringsopgaver – at opsætte reklamer på de stilladser, der anvendes til gennemførelsen af disse opgaver.

Det er således forvaltningens opfattelse, at der muligvis kan ligge en ikke ubetydelig indtægtskilde ved at benytte stilladserne til reklame-

Sekretariatet

Rådhuset
1599 København V

Telefon
33 66 33 66

Telefax
33 66 70 35

Direkte telefon
33 66 23 42

E-mail
kvvoll@kff.kk.dk

www.kk.dk

formål – en indtægt som kan bidrage til at øge vedligeholdelsesindsatsen og indhente det vedligeholdelsesmæssige efterslæb på kommunens ejendomme.

De indtægter som eventuelt ville kunne oppebæres vedrører som nævnt reklamer på stilladser, der opstilles i forbindelse med gennemførelsen af vedligeholdelsesopgaver, og der er således ikke tale om reklamer direkte på kommunens ejendomme, ligesom der heller ikke er tale om faste og stationære reklamer. I det omfang der vedtages fælles retningslinier for reklamer, herunder begrænsninger for reklamerens indhold, vil dette kunne indarbejdes i en eventuel aftale vedrørende opsætning af reklamer på stilladser.

I det følgende kommenteres medlemsforslagets enkelte, konkrete forslag yderligere:

Forbud mod reklamer rettet mod børn

Kultur- og Fritidsforvaltningen kan ikke tilslutte sig et generelt forbud mod reklamer rettet mod børn inden for Kultur- og Fritidsforvaltningens område.

Der bør være mulighed for at reklamere for børnekultur- og børneidrætsarrangementer og events mod målgruppen børn og børneforældre, idet det som nævnt følger af loven, at bl.a. markedsføringsloven (og herunder denne lovs bestemmelser om regulering af reklamer) skal overholdes.

I denne sammenhæng skal for god ordens skyld nævnes, at de frivillige foreninger i et vist omfang får finansieret deres aktiviteter ved hjælp af reklamer. F.eks. kan anføres, at idrætsforeninger med et børnearbejde i vidt omfang skaffer ressourcer til træningslejr, spilletøj til lavere rangerende hold mv. via reklamer.

Forbud mod reklamer for usunde produkter

Det er Kultur- og Fritidsforvaltningens opfattelse, at det vil være vanskeligt at håndhæve et sådant, generelt forbud, ligesom et sådant generelt forbud eller en væsentlig indskrænkning af mulighederne for at reklamere vil være problematisk, bl.a. i forbindelse med arrangementer og events.

Derimod finder forvaltningen det naturligt, at der i forbindelse med eventuelle retningslinier for reklamer tages hensyn til kommunens overordnede politikker, f.eks. inden for sundhedsområdet.

Forbud mod reklamer på ansattes tøj og biler

Kultur- og Fritidsforvaltningen kan ikke tilslutte sig et generelt forbud mod reklamer på ansattes tøj og biler.

I forbindelse med kultur- og idrætsarrangementer og events, hvor Københavns Kommune har støttet projektet økonomisk eller er samarbejdspartner eller hvor Københavns Kommunes faste samarbejdspartnere Wonderful Copenhagen, Copenhagen Eventures eller Team Copenhagen er involveret, bør det være muligt at reklamere på ansattes tøj og biler.

Med venlig hilsen

Carsten Haurum

/Klaus Vollstedt

Thor Rasmussen

Fra: Kaj Holm Andersen
Sendt: 27. oktober 2006 10:26
Til: Thor Rasmussen
Emne: Medlemsforslag fra Enhedslisten om fælles regler for reklamer, henvist til Økonomiudvalget

Med henvisning til Økonomiforvaltningens brev af 9. oktober 2006 har Teknik- og Miljøforvaltningen følgende bemærkninger:

En gennemførelse af forslaget vil ikke have nogen konsekvenser i forhold til hidtidige dispositioner i Teknik- og Miljøforvaltningen.

Hvis forslaget vedtages, er det efter Teknik- og Miljøforvaltningens opfattelse vigtigt, at de fælles regler bliver meget præcise, således at de kan håndhæves uden fagkundskab, eksempelvis klare definitioner af, hvornår et produkt er sundt eller usundt.

Man bør ligeledes i reglerne være meget præcise omkring formuleringerne, således at f.eks. et forbud mod reklamer for politiske formål ikke hindrer ophængning af valgplakater, og at eksempelvis forbud mod reklamer på ansattes tøj og biler kun vedrører beklædning udleveret af arbejdsstedet og tjenestebiler.

Med venlig hilsen

Kaj Holm Andersen
Chefkonsulent

KØBENHAVNS KOMMUNE
Teknik- og Miljøforvaltningen
Sekretariatet

Rådhuset, 1. sal vær. 39
1599 København V.

Telefon 33662689
Mobil 26885803
Telefax 33667080
E-mail kajhol@tmf.kk.dk
Web www.tmf.kk.dk

Bilag 4. Økonomi

11-01-2007

Økonomiforvaltningen indstiller, at udgifterne til dækning af forberedelse og gennemførelse af udbud af kommunal reklameplads, herunder køb af ekstern rådgivning, afholdes med 50 % til hver ved omprioritering inden for Økonomiudvalgets og Kultur- og Fritidsudvalgets rammer i 2007.

Sagsnr.
1101-326569Dokumentnr.
2006-35048

Kommuncens nettoindtægter (efter fradrag af de med udbuddet allede initialomkostninger samt løbende driftsudgifter) fordeles efter en fordelingsnøgle, hvor nettoindtægten fra den enkelte reklameplads på en bil, uniform etc. fordeles med 50 % til det pågældende fagudvalg, mens de øvrige 50 % tilfalder Økonomiudvalget til tværgående prioritering senest i 2009.

Skøn over indtægtpotentiale

Økonomiforvaltningen har med henblik på at opnå et skøn over indtægtpotentialet ved salg af reklameplads i overensstemmelse med forslaget anmodet fagforvaltningerne om en summarisk opgørelse af

- antal tjenestebiler – opdelt i hhv. biler, som bruges hele dagen og til korte ophold hvert sted (høj reklameværdi), og biler, som er mere stationære/ anvendes ekstensivt (lav reklameværdi)
- antal uniformerede ansatte – opdelt dels i hhv. ansatte, som færdes i bybilledet (høj reklameværdi), og ansatte, som har fast arbejdssted (lav reklameværdi), dels i hhv. umiddelbart "reklameegnede" og i "ikke reklameegnede"

Fagforvaltningernes tilbagemeldinger fremgår af nedenstående tabel:

	BIF	BUF	SOF	SUF	TMF	KFF	I alt
Tjenestebiler	67	28*	98	140	289	72	694
/høj rekl.værdi	40	28	32	135	204	34	473
/lav rekl.værdi	27	0	66	5	85	38	221
Ansatte i uniform	0	0	34	1.175	479	373	2.061
/høj rekl.værdi	0	0	0	0	440	108	548
- reklameegnet	0	0	0	0	440	108	548
- ikke rekl.egnet	0	0	0	0	0	0	0
/lav rekl.værdi	0	0	34	1.175	39	265	1.513
- reklameegnet	0	0	15	0	39	265	319
- ikke rekl.egnet	0	0	19	1.175	0	0	1.194

Ad *) Alene besvaret for dagtilbudsområdet

Endvidere er Kultur- og Fritidsforvaltningen, Københavns Ejendomme (KEjd), anmodet om et skøn over, i hvilket omfang ejendomsporteføljen i KEjd på ca. 900 ejendomme kan udnyttes på baggrund af de gældende Retningslinier for udendørs reklamer i København.

Center for ByudviklingRådhuset, 3. sal, 33
1599 København VTelefon
3366 2710Telefax
3366 7003E-mail
tor@okf.kk.dkEAN nummer
5798009800176

www.kk.dk

KEjd har imidlertid alene kunnet bidrage med en liste over 41 kommunale administrationsejendomme. Økonomiforvaltningen har umiddelbart skønnet, at der på 10 af disse ejendomme vil kunne sælges reklameplads, alt overvejende som neon-/lysreklamer.

Økonomiforvaltningen har på ovennævnte grundlag rettet henvendelse til Initiative Universal Media, som ud fra de foreliggende oplysninger har anslået, at kommunen gennem et offentligt udbud af reklameplads i det anførte omfang vil kunne forvente en årlig nettoindtægt på ca. 7,7 mill. kr.

Indtægterne fordeler sig således:

- 2,2 mill. kr. for reklameplads på tjenestebiler
- 4,2 mill. kr. for reklameplads på uniformerede ansattes beklædning (som enten store "annoncer" på ryg eller små på brystet)
- 1,3 mill. kr. for reklameplads på ejendomme

Det skal fremhæves, at der er tale om et skøn på et ufuldstændigt grundlag, især fordi kun en meget lille del af kommunens ejendomme er indgået heri. Desuden er omfanget af stilladsreklamer som led i konkrete anlægs- eller renoveringsarbejder m.v. på kommunale ejendomme ikke afklaret endnu.

De samlede indtægter forventes umiddelbart at være af en størrelsesorden på ca. 15-20 mio. kr.

Som grundlag for overslaget over indtægtpotentialet indgår i øvrigt ikke

- handereklamer på idrætsanlæg, hvor indtægterne (primært) tilfalder foreningerne, som forestår salget
- reklamer på læskure, hvorom der er indgået aftale indtil 2014
- Københavns Brandvæsen, hvis funktioner generelt ikke er forenelige med reklamering

Borgerrepræsentationen

DAGSORDEN

for Ordinært møde torsdag den 31. august 2006

BR 501/06

Medlemsforslag om afståelse fra reklamer på offentlige bygninger og løsøre

Medlemsforslag om afståelse fra reklamer på offentlige bygninger og løsøre

(Stillet af Jens Kjær Christensen, Rikke Lauritzen, Mikkel Warming, Jette Gottlieb, Khaled Mustapha og Per Bregengaard (alle Ø)):

Det foreslås,

at Københavns Kommune afstår fra at anvende fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre, som der ellers gives mulighed for i lov nummer 490 af 07/06/2006, samt

at dette også indføres i driftsoverenskomsterne mellem kommunen og selvejende institutioner, når disse fornyes.

Subsidiært:

at Økonomiforvaltningen udarbejder forslag til fælles regler, der forbyder reklamer rettet mod børn i f.eks. børnehaver og daginstitutioner, forbyder reklamer for usunde produkter, forbyder reklamer med religiøse og politiske formål, og forbyder reklamer på ansattes tøj og biler.

at dette forslag forelægges Borgerrepræsentationen til vedtagelse i efteråret, samt

at disse regler også indføres i driftsoverenskomsterne mellem kommunen og selvejende institutioner, når disse fornyes.

INDSTILLING

(Stillet af Jens Kjær Christensen, Rikke Lauritzen, Mikkel Warming, Jette Gottlieb, Khaled Mustapha og Per Bregengaard (alle Ø)):

Det foreslås,

- **at Københavns Kommune afstår fra at anvende fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre, som der ellers gives mulighed for i lov nummer 490 af 07/06/2006, samt.**
- **at dette også indføres i driftsoverenskomsterne mellem kommunen og selvejende institutioner, når disse fornyes.**

Subsidiært;

- **at** Økonomiforvaltningen udarbejder forslag til fælles regler, der forbyder reklamer rettet mod børn i f.eks. børnehaver og daginstitutioner, forbyder reklamer for usunde produkter, forbyder reklamer med religiøse og politiske formål, og forbyder reklamer på ansattes tøj og biler.
- **at** dette forslag forelægges Borgerrepræsentationen til vedtagelse i efteråret
- **at** disse regler også indføres i driftsoverenskomsterne mellem kommunen og selvejende institutioner, når disse fornyes.

Motivering:

Folketinget vedtog i juni et vidtgående lovforslag, der giver kommunerne mulighed for at anvende fast ejendom og løsøre til reklamering, uden anden begrænsning end den markedsføringsloven sætter.

Efter Enhedslistens opfattelse er der tale om et helt urimeligt knæfald for kommercialiseringen, der dels vil omdanne hele bycn til én stor reklamesøjle og dels åbner mulighed for en række skrækscenarier som f.eks. reklamer for slik og sodavand i skolegårde, for Disney og Libero i vuggestuer og børnehaver og for medicinalindustrien på hjemmeplejens uniformer.

Det offentlige rum skal være et sted, hvor folk kan mødes, udveksle deres synspunkter, fremføre deres mening. Det offentlige rum er alles rum, og her har alle ret til at fremføre deres meninger gennem skrift, tale, illustrationer, tegninger, happenings m.v. Det gælder høj som lav, mand som kvinde, folk af så vel den ene, den anden som den tredje politiske og religiøse observans. I de senere år er der sket en beklagelig udvikling i retning af, at det offentlige rum bliver stadig mere privatiseret og kommercialiseret. Også tidligere offentlige arealer er delvis privatiseret, det gælder f.eks. DSB's stationer, perroner og tog, hvor demokratiets spilleregler sættes ud af kraft. Samtidig sker der også en voldsom kommercialisering af det offentlige rum. Busser og S-tog forvandles til mobile reklameskilte, busstoppesteder sælges til reklamefirmaer, og København fyldes op med reklamestandere, hvor de, der har råd, kan ytre sig, mens alle andre er forment adgang.

Den vedtagne lov er udtryk for, at man fortsætter den udvikling og i større og større udstrækning altså også inddrager den offentlige sektor i hele det her kommercialiseringsfelt.

Det er vigtigt, at det offentlige viser, at man er sig selv og ikke en levende reklamesøjle for et eller andet privat firma. Det er desværre realistisk at forestille sig, at et kommunalt servicetilbud f.eks. på socialområdet vil blive afhængigt af, om man er god til at finde en virksomhed, der vil sponsorere området.

Borgerrepræsentationen**BESLUTNINGSPROTOKOL**

fra Ordinært møde torsdag den 31. august 2006

Nr. 5 BR 501/06. **Medlemsforslag om afståelse fra reklamer på offentlige bygninger og løsøre**

(Stillet af **Jens Kjær Christensen, Rikke Lauritzen, Mikkel Warming, Jette Gottlieb, Khaled Mustapha og Per Bregengaard (alle Ø)**):

Det foreslås,

at **Københavns Kommune afstår fra at anvende fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre, som der ellers gives mulighed for i lov nummer 490 af 07/06/2006, samt**

at **dette også indføres i driftsoverenskomsterne mellem kommunen og selvejende institutioner, når disse fornyes.**

Subsidiært:

at **Økonomiforvaltningen udarbejder forslag til fælles regler, der forbyder reklamer rettet mod børn i f.eks. børnehaver og daginstitutioner, forbyder reklamer for usunde produkter, forbyder reklamer med religiøse og politiske formål, og forbyder reklamer på ansattes tøj og biler.**

at **dette forslag forelægges Borgerrepræsentationen til vedtagelse i efteråret, samt**

at **disse regler også indføres i driftsoverenskomsterne mellem kommunen og selvejende institutioner, når disse fornyes.**

Et forslag fra Enhedslisten om at henvise det subsidiære forslag til Økonomiudvalget blev godkendt med 40 stemmer imod 10.

For stemte: A, B, F, Wallait Khan (løsgænger), Winnie Berndtson (løsgænger), Finn Rudaizky (løsgænger) og Ø.

Imod stemte: C, O og V.

Der ønskedes derefter afstemning om medlemsforslagets 1. og 2. at-punkt.

Forslagets 1. og 2. at-punkt blev forkastet med 36 stemmer imod 14.

For stemte: F, Wallait Khan (løsgænger) og Ø.

Imod stemte: A, B, C, O, V, Winnie Berndtson (løsgænger) og Finn Rudaizky (løsgænger).