

## 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 byen 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 kommercialiseringsfelttog.

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.

