



Reklamepolitik

Reklamepolitik

Reklamepolitik for Norddjurs Kommune.

Loven

Til ikrafttræden den 1. juli 2006 er vedtaget en lov om kommuners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre.

Formålet med den nye lov er, at give kommuner samme adgang til at anvende fast ejendom og løsøre til reklamering som private. Ønsket er, at give kommunerne et bredere råderum for lokale beslutninger og undgå detailregulering.

- Der er ingen beløbsmæssige begrænsninger på kommunens reklameindtægter
- Der er ingen krav om hvad indtægten skal bruges til.
- Indtægten ved reklamering kan skaffe kommunen supplerende finansiering af sine opgaver, forhøjelse af serviceniveau eller andet.
- Der kan reklameres både ved obligatoriske opgaver og ved fakultative opgaver.
- Der er ingen begrænsninger i loven på, hvilke faste ejendomme, køretøjer eller andet løsøre kommunen kan bruge som reklameplads.
- Loven indskrænker ikke den allerede tilladte reklamering, såsom
 - ✓ Reklamepladser på bander i idrætsanlæg
 - ✓ Reklamering på offentlige veje
 - ✓ Trafikselskabers ret til reklamering på busser

Loven vedrører fast ejendom og løsøre. Kommunens elektroniske medier er ikke omfattet af loven.

Der må generelt ikke reklameres, hvis dette er i modstrid med anden lovgivning. Dette uddybes nedenfor under lovmæssige begrænsninger.

Da loven alene giver kommuner en mulighed for reklamering kan kommunen regulere i hvilket omfang, kommunen ønsker at gøre brug af muligheden.

Der er altså ingen pligt for kommunerne til at udnytte lovens muligheder.

Reklamering på kommunale bygninger

Kommunens bygninger skal bevare et klart kommuneimage og et genkendelighedspræg samt signalere kommunens neutrale og saglige rolle i samfundet. Med henblik på at fastholde disse signaler må der ikke opsættes reklamer på de bygninger, hvorfra kommunen driver sin virksomhed, uanset om bygningen ejes af kommunen eller andre.

Reklamering på kommunalt løstøre

- Der kan være eksempler på at reklamer kan distrahere det signal løstøret sender, hvorfor der ikke opsættes reklamer for andre end kommunen på løstøre såsom køretøjer, der anvendes i fælles kommunale samarbejder, såsom beredskab o.l.
- Der kan opsættes reklamer for andre end kommunen på løstøre såsom køretøjer i hjemmeplejen, arbejdskøretøjer til vejvedligeholdelse, parkvedligeholdelse, snerydning o.l..
- Busser og trailere der anvendes til biblioteksvæsen, fragtning af personer (skoler, daginstitutioner, områdecetre m.v.) o.l. kan ligeledes anvendes til reklamering for andre end kommunen.
- Der kan opsættes reklamer for andre end kommunen på kommunale færger.
- Der kan ikke opsættes reklamer for andre i fælles færgeselskaber

Reklamers indhold

Det er et grundvilkår for kommunen, at den bør agere neutralt og sagligt i sin opgavevaretagelse. Der må derfor ikke reklameres for følgende og tilsvarende organisationer:

- Arbejdsgiverorganisationer
- Fagforeninger
- Religiøse bevægelser
- Politiske partier og bevægelser, valgte medlemmer eller opstillede kandidater
- Andre områder der kan virke stødende på befolkningen

Herudover skal reklamens indhold afspejle og understøtte kommunens politik på et givent område. Eksempelvis skal en eventuel sundhedspolitik, børnepolitik m.v. respekteres også ved valg af reklamer.

Kommunen skal sikre, at sprogbrugen i reklamen og de signaler reklamen udsender, ikke i øvrigt kan virke stødende. Eksempler på dette kan være seksuelt betonedede reklamer, dårligt sprogbrug m.v. Kommunen skal herudover påse, at reklamer i deres udformning og placering efter en konkret vurdering opfylder rimelige æstetiske krav.

Der henvises herudover til afsnit nedenfor om lovmæssige begrænsninger f.eks. ved reklamer henvendt mod børn.

Lovmæssige begrænsninger

Der må generelt ikke reklameres hvis dette er i modstrid med anden lovgivning.

a) Markedsføringsloven

Kommunen har pligt til at sikre, at reklamen overholder markedsføringslovens regler, selvom det er private reklamer kommunen sælger reklameplads til.

Kommunen skal derfor sikre sig kontraktsretligt, at den private ikke overtræder markedsføringsloven.

I markedsføringsloven er nævnt begrænsninger, hvoraf nogle væsentlige her nævnes:

- Der må ikke anvendes urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde budskaber.
- Budskaber må ikke være utilbørlige over for andre.
- En reklame skal fremstå således, at den klart vil blive opfattet som en reklame uanset dens form og uanset i hvilket medium den bringes.

Reklamer henvendt mod børn behandles også i markedsføringsloven:

- Markedsføring rettet mod børn og unge skal være udformet med særlig hensyntagen til børns og unges naturlige godtroenhed, manglende erfaring og kritiske sans, som bevirker, at de er lette at påvirke og nemme at præge.
- Markedsføring rettet 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.
- Markedsføringen må ikke uden pædagogisk, samfundsmæssig eller anden saglig begrundelse indeholde afbildning eller beskrivelser af farlige situationer eller af situationer, der tilsidesætter almindelig sikkerhed.

b) Anden lovgivning

Udover markedsføringsloven - nævnt ovenfor - kan der være særlige love, der begrænser reklameringsretten f.eks.:

- Lov om etnisk ligestilling, hvorefter ingen må udsættes for direkte eller indirekte forskelsbehandling p.g.a. race eller etniske oprindelse.

- Lov om naturbeskyttelse, hvorefter det er forbudt at reklamere i åbent land.
- Lov om forbud mod tobaksreklamer.

c) Kommunale forhold i øvrigt.

Gældende lokalplaner skal iagttages, ligesom der skal være opmærksomhed på gældende lovregler (f.eks. skiltning m.v.)

Anvendelse af ansattes beklædning til reklamering for andre

Loven har principielt åbnet mulighed for at de ansatte via deres beklædning kan reklamere for andre. Rent retligt vurderes dette dog ikke at være en mulighed, da kommunen ikke kan gennemtvinge, at de ansatte reklamerer for andre end kommunen på sin arbejdsbeklædning. Dette vil stride imod grundlæggende menneskeretlige principper om fri udtryksvalg, også gennem beklædning.

Der må herefter ikke stiles krav til personalet, at man via sin påklædning m.v. reklamerer for andre end kommunen.

Reklameplads skal sælges til markedspris

Kommunen har en indkøbspolitik der indebærer at der skal indhentes flere tilbud ved indkøb af varer og tjenesteydelser. Formålet med politikken er at forvalte kommunen økonomi forsvarligt og sikre at markedsværdien findes, også ved salg (af reklameplads).

Indkøbspolitikens principper skal derfor anvendes ved salg af reklameplads. Kommunen skal gøre sig rimelige bestræbelser for at fastsætte markedsprisen. Kommunen kan f.eks. konsultere et reklamefirma eller foretage prisundersøgelser af prisniveau for andre tilsvarende reklameydelser. Kravet om markedspris skal sikre, at kommune ikke via reklamen giver støtte til erhvervsdrivende.

Kravet om markedspris gælder ikke, hvis der i særlovgivningen er beskrevet hvilken pris kommunen skal tage, f.eks. ved trafikselskabsloven, hvor det særligt er reguleret til hvilken pris reklamen skal sælges.

Kontraktvilkår

Kommunens reklamepolitik skal generelt afspejles i kontraktvilkårene, det være sig vilkårene for reklamering, reklamernes indhold m.v.

Kommunens struktur som en politisk organisation kan gøre det nødvendigt at kunne ændre omfang og indhold af reklamer på en rimelig smidig måde. Derfor skal reklamekontrakter have en kort varighed og kontrakter skal kunne opsiges med et passende kort varsel.

Kompetence og reklameindtægten

Kompetencen til at godkende salg af reklameplads på kommunens faste ejendom og løsøre placeres hos den enkelte direktør. Beslutning om reklame sker i et tæt samarbejde med afdelingschefer/institutionslederne på området. Opgaven vedr. indgåelse af reklameaftaler placeres i økonomiafdelingen.

Reklameindtægten tilfalder i første omgang økonomiudvalgets, teknik- og miljøudvalgets område (færger) set i relation til budgettets udmøntning.

I de sager hvor den enkelte afdeling/institution anskaffer et redskab/værktøj/gennemfører en aktivitet, som er sponsor/reklamefinansieret tilfalder indtægten afdelingen/institutionen.

Ved brugerfinansierede aktiviteter f.eks. brugerfinansierede biler tilfalder reklameindtægten afdelingen/institutionen.

Der kan ikke reklameres på hjemmesider.

Vedtaget

Denne reklamepolitik er vedtaget af Norddjurs Kommunalbestyrelse den xx.xx.xxxx