



## Viborg Kommunes politik for reklamefinansiering

I budgetforliget for Viborg Kommune budget 2012-2015 indgår, at Viborg Kommune fremover vil give mulighed for reklamefinansiering/sponsorering.

Det fremgår endvidere af budgetforligsteksten, at

*"Udgangspunktet er frihed under ansvar, hvor gældende lovgivning og få etiske og æstetiske retningslinier skal overholdes. Derudover udarbejdes ikke lange vejledninger.*

*Provenuet tilfalder den enkelte institution. Er det et fagudvalg, der udbyder generelt, tilfalder provenuet fællesskabet.*

*Ordningen evalueres inden den nuværende byrådsperiodes udløb."*

På baggrund heraf har Forvaltningen udarbejdet følgende forslag til politik:

### 1. Indledning

Folketinget vedtog i 2006 "lov om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre"<sup>1</sup>

Nævnte lov gælder,

- "medmindre andet er bestemt i anden lovgivning" (§ 1), og
- "såfremt reklameringen er i overensstemmelse med markedsføringsloven og anden lovgivning" (§ 2).

Der skal opkræves markedspris for salg af reklameplads på kommunal ejendom og løsøre (§ 3).

Formålet med loven er dels at give kommuner samme adgang – som private – til at anvende fast ejendom og løsøre til reklamering, dels at give kommunerne et bredere råderum for lokale beslutninger og undgå detailregulering fra centralt hold.

Loven indeholder således

- ingen beløbsmæssige begrænsninger på kommunernes reklameindtægter,
- ingen krav om, hvad indtægten skal bruges til, og indtægten ved reklamering kan derfor skaffe kommunerne supplerende finansiering af deres opgaver, forhøjelse af serviceniveau eller andet,
- ingen begrænsninger på, hvilke faste ejendomme, køretøjer eller andet løsøre kommunerne kan bruge som reklameplads.

Da loven alene giver kommuner en mulighed for reklamering, kan kommunerne selv beslutte, om – og i hvilket fald i hvilket omfang – de ønsker at gøre brug heraf.

---

<sup>1</sup> Lov nr. 490 af 7. juni 2006 om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre.

Retningslinierne for reklamefinansiering gælder også for selvejende institutioner, som Viborg Kommune har driftsoverenskomst med.

## 2. Hvad kan der reklameres for?

Udgangspunktet i Viborg Kommunes politik for anvendelse af reklamer på kommunal ejendom er, **at reklamering er tilladt, medmindre det modsatte fremgår af nedenstående begrænsninger.**

Private virksomheder, foreninger o. lign., der indgår aftale med Viborg Kommune om at reklamere på kommunal ejendom, er dog undergivet nogle begrænsninger – dels af lovgivningsmæssig karakter (A), dels af anden art (B).

### A. Lovgivningsmæssige begrænsninger

- 1) Der må ikke reklameres for **tobaksvarer** <sup>2</sup>
- 2) Markedsføring **rettet mod børn og unge** <sup>3</sup> skal være udformet med særlig hensyntagen til børns og unges naturlige godtroenhed og manglende erfaring og kritiske sans, som bevirker, at de er lette at påvirke og nemme at præge. Markedsføringen må herunder ikke udnytte børns og unges loyalitetsfølelse. Markedsføringen må heller ikke give indtryk af, at barnet eller den unge kan få fysiske, sociale eller psykologiske fordele frem for andre børn eller unge på samme alder, hvis barnet eller den unge ejer, bruger eller indtager et bestemt produkt. De må ikke kunne få den opfattelse, at de på nogen måde bliver ringere stillet end andre børn og unge, eller at de vil blive udsat for foragt eller latterliggørelse, hvis de ikke ejer, bruger eller indtager det pågældende produkt.  
  
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.  
  
Markedsføring rettet mod børn og unge skal være udformet således, at den unge målgruppe ikke er i tvivl om, at der er tale om reklame. Reklamerne skal være mere omhyggelige, præcise og realistiske end i forhold til voksne.
- 3) Reklamer må ikke være et udtryk for eller opfordre til direkte eller indirekte **forskelsbehandling** på grund af vedkommendes eller en tredjemands race eller etniske oprindelse <sup>4</sup>.
- 4) Der findes nærmere retningslinier for udformning og placering af reklamer på **køretøjer** <sup>5</sup>.
- 5) Der gælder en række bestemmelser og begrænsninger vedrørende skilte og reklamer **i det åbne land**, altså uden for byzone <sup>6</sup>.

Ovennævnte under pkt. 1 – 5 anførte lovmæssige begrænsninger er udtryk for de vigtigste eksempler herpå – men er ikke en udtømmende opstilling.

---

<sup>2</sup> Lovbekendtgørelse nr. 1021 af 21. oktober 2008 om forbud mod tobaksreklame m.v.

<sup>3</sup> Lovbekendtgørelse nr. 839 af 31. august 2009 om markedsføring (markedsføringsloven), § 8

<sup>4</sup> Lov nr. 374 af 28. maj 2003 om etnisk ligebehandling

<sup>5</sup> Der er enkelte regler om placering af reklamer på biler i bekendtgørelse nr. 9316 af 3. marts 2006 om detailforskrifter for køretøjers indretning og udstyr

<sup>6</sup> Naturbeskyttelsesloven, lovbekendtgørelse nr. 933 af 24. september 2009, § 21.

## B. Begrænsninger i øvrigt i Viborg Kommune

1. Viborg Kommunes **skiltepolitik** skal overholdes.
2. Der må ikke reklameres for **alkohol**.
3. Viborg Kommune indgår ikke aftaler om reklamering for **politiske partier, arbejdsgiverorganisationer, fagforeninger, arbejdsløsheds-kasser eller religiøse bevægelser**.

### Ad A + B

Begrænsningerne gælder for den reklamerende virksomhed. Viborg Kommune har pligt til at påse, at virksomheden overholder lovgivningen og de øvrige af Kommunen fastsatte begrænsninger.

Aftaler om reklamering på kommunal ejendom skal derfor indeholde følgende bestemmelser (eller i hvert fald kunne leve op til disse):

§ x. Reklamerne må ikke være i strid med markedsføringsloven eller anden lovgivning samt de af Kommunen i øvrigt fastsatte begrænsninger.

Stk. 2. Sker der overtrædelser af ovennævnte i forbindelse med reklamering efter aftalen, kan aftalen opsiges af Viborg Kommune med øjeblikkeligt varsel.

### 3. Hvor må der reklameres?

Loven om anvendelse af kommunal ejendom til reklamering for andre omfatter kun fast ejendom og løsøre.

Begrebet "løsøre" omfatter umiddelbart f.eks. køretøjer og byudstyr, men kan fortolkes ret bredt. Dog falder elektroniske medier – f.eks. hjemmesider – uden for løsøre-begrebet og kan således ikke anvendes til reklamefinansiering.

I Viborg Kommune må der ikke reklameres på følgende:

- **Beredskabets køretøjer** (f.eks. brandbiler).
- **Arbejdsbeklædning**, der anvendes af kommunalt ansatte.
- Pjecer og andet informationsmateriale, der **primært informerer om myndighedsopgaver og lign.**, f.eks. om regler og procedurer for ansøgning om bestemte ydelser, om åbningstider eller muligheder for at klage.

### 4. Modtagelse af gaver mod at gaven anvendes til reklamering

Viborg Kommune kan modtage fast ejendom eller løsøre som gave (vederlagsfrit) mod, at gaven anvendes til brug for reklamering for andre.

Ydelsen (gaven) og modydelsen (reklameværdien) skal have et passende rimeligt forhold til hinanden.

**5. Kompetencen til at indgå reklameaftaler og hvem reklameindtægten tilfalder**

Kompetencen til at godkende salg af reklameplads på fast ejendom og løsøre, tilhørende Viborg Kommune, placeres hos det enkelte fagudvalg/den enkelte afdeling/institution.

Reklameindtægten tilfalder det fagudvalg/den afdeling/institution, der har indgået reklameaftalen.

Godkendt af Byrådet den 21. december 2011

---