



Bilag 5. Sammenfatning af hørings svar fra fagudvalgene.

24-05-2007

Den 14. februar 2007 sendte Økonomiforvaltningen (ØKF) forslag til reklamer på kommunale bygninger m.v. i høring hos fagudvalgene i overensstemmelse med Økonomiudvalgets (ØU) beslutning på mødet den 30. januar 2007 (ØU 36/2007).

Sagsnr.
1101-326569

Dokumentnr.
2007-150897

Nedenfor vil de væsentligste af fagudvalgenes bemærkninger og ændringsforslag blive gennemgået grupperet i kategorierne bygninger, biler, beklædning og byudstyr, og ØKF's indstilling fremgår i tilknytning til ændringsforslagene. Endelig har flere af udvalgene bemærkninger til forslaget til den økonomiske fordeling af reklameindtægterne. Disse er samlet under overskriften økonomi.

I forbindelse med høringen har ØKF oplyst, at forvaltningen har under overvejelse at ændre indtægtsfordelingen således at Kultur- og Fritidsudvalget (KFU) og det fagudvalg, som benytter den kommunale ejendom til sine forvaltningsopgaver, modtager hver 25 %, mens 50 % tilfalder ØU til tværgående prioritering. Resultatet af ØKF's overvejelser indgår i økonomiafsnittet.

Teknik- og Miljøudvalget (TMU)

TMU foreslår, at det overvejes at stille samme etiske /faglige krav til annoncørerne som kommunen i øvrigt stiller til leverandører og samarbejdspartnere. ØKF vurderer, at behovet for at stille etiske/faglige krav er imødekommet ved forslagens opremsning af de mange generelle regler, retningslinier og vejledning der skal overholdes. I reklamereglerne er nu indarbejdet en konkret mulighed for at forhindre reklame, der kan virke anstødelig i den sammenhæng, hvori reklamen indgår. Yderligere krav, som ikke er generelle for reklamebranchen, vil betydeligt vanskeliggøre administrationen af reglerne og risikerer at have en negativ indvirkning på kommunens provenu ved udbud af reklamepladsen.

Bygninger

TMU foreslår bygninger, materiel og personale på kirkegårde friholdt for reklamer. ØKF tilslutter sig dette ud fra betragtningen om, at reklame på kirkegårde kan opleves anstødeligt, da borgeren ved besøg på kirkegårde befinder sig i en særlig sårbar situation. Forslaget til reklameregler er tydeliggjort i overensstemmelser hermed.

TMU foreslår bygninger i fredede parker friholdt for reklamer. ØKF har som følge heraf i forslaget til reklameregler særligt fremhævet, at gældende lovgivning, samt påbud og forbud skal overholdes, hvorefter bygninger i fredede parker ikke kan benyttes for reklamering, hvis det er i strid med fredningsbestemmelserne.

Center for Byudvikling

Rådhuset, 3. sal, 34
1599 København V

Telefon
3366 2027

Telefax
3366 7003

E-mail
id@okf.kk.dk

EAN nummer
5798009800176

www.kk.dk

Biler

TMU foreslår værditransporter og mindre køretøjer undtaget for reklamering. Værditransporter med reklame vil efter ØKF's opfattelse i høj grad indgå som et naturligt element i gadebilledet. Samtidig er det op til annoncøren at tilpasse reklamens størrelse og udformning efter anvendelse og størrelse af køretøjerne.

Beklædning

TMU foreslår generelt, at personale, der udfører myndigheds- eller myndighedslignende opgaver, friholdes for beklædningsreklamer, med den begrundelse at reklamer på dette personales beklædning vil svække personalets autoritet, troværdighed og uvildighed. ØKF vurderer, at hensynet til, at reglerne skal være så ensartede og undtagelsesfri som muligt, vejer tungt, og at der ikke er anført tilstrækkelige grunde til at bortse fra f.eks. P-vagternes uniform som reklamemulighed. Desuden er der som ovenfor nævnt indarbejdet en konkret mulighed for at forhindre reklame, der virker anstødelig i den sammenhæng, hvori reklamen indgår.

Byudstyr

Byudstyr foreslås af TMU underkastet særlige retningslinier for reklame. ØKF finder det af afgørende betydning, at reklamereglerne bliver generelle af hensyn til administrationen af reglerne. Byudstyr er omfattet af forslaget til regler for reklamer, da byudstyr i denne sammenhæng anses som løsøre. ØKF bemærker, at annoncører på byudstyr med reklameplads vil have en særlig interesse i at vedligeholde dette, og at evt. graffiti fjernes. ØKF forventer at spørgsmål om vedligeholdelse af reklamepladsen generelt vil blive håndteret i udbudsmaterialet, der efter den foreslåede proces skal behandles af Borgerrepræsentationen (BR)

Trafikskilte og andet materiel, der indgår i trafikreguleringen, er undtaget som reklameplads i medfør af forslaget til reklameregler, der indeholder en bestemmelse om, at reklamer ikke må nedsætte signalværdien.

Beskæftigelses- og Integrationsudvalget (BIU)

Bygninger

BIU forudsætter at Beskæftigelses- og Integrationsforvaltningen (BIF) kan fortsætte det eksisterende samarbejde med eksterne aktører og indgå nye aftaler om reklamering i forvaltningens lejemål. ØKF bekræfter, at forvaltningerne fortsat selv varetager aftaleindgåelse om sponsering af markedsføringsmateriale indendørs i overensstemmelse med de regler, der måtte gælde herfor. Forslaget til regler om reklame gælder udendørs reklameplads, således at forvaltningerne ikke længere vil kunne råde over den udvendige del af de ejendomme, hvor forvaltningerne har lejemål, til brug for opsætning af plakater m.v.

BIU lægger særlig vægt på, at BIF kan anvende de fælles jobcenterlogo efter regler som fastsættes af Arbejdsmarkedsstyrelsen. ØKF bemærker, at forslaget til regler for reklamering ikke er til hinder for sædvanlig skiltning for den kommunale aktivitet på kommunens bygninger – dette er nu særligt fremhævet i forslaget.

Kultur- og Fritidsudvalget (KFU)

Der henvises til økonomiafsnittet nedenfor.

Socialudvalget (SUD)

SUD ønsker at undtage særlige reklamepladser fra de generelle reklameregler. Undtagelserne ønskes ud fra etiske hensyn - f.eks. ved reklamer for religiøse bevægelser - eller hvor reklamen har et indhold, der er i strid med f.eks. en institutions socialpædagogiske eller behandlingsmæssige formål.

ØKF bemærker, at personalets beklædning ikke kan benyttes som reklameplads, hvis borgeren mødes i en situation, hvor denne er ”sårbar”. Øvrige situationer imødekommes af det nu indsatte afsnit om en konkret mulighed for at forhindre reklame, der kan virke anstødelig i den sammenhæng, hvori reklamen indgår.

Bygninger

SUD fremhæver, at der skal gælde særlige regler for bygninger, der udgør brugerens hjem. ØKF er ikke enig i denne betragtning, idet der findes talrige eksempler på at facader og tage på boligbebyggelser benyttes til reklamering uden gene for beboerne. Reglerne gælder kun for udendørs reklamer, og borgeren vil således ikke blive mødt med reklamer i sit hjem.

Børne- og Ungdomsudvalget (BUU)

Bygninger

BUU foreslår, at forældre-, skole- og institutionsbestyrelser medinddrages og høres, hvis det påtænkes at sælge reklameplads på disse bygninger. ØKF vurderer, at forslaget vil medføre at markedsværdien af kommunens reklamepladser væsentligt forringes, hvis annoncøren skal høre brugerne af den bygning, hvorpå reklamen tænkes placeret. Desuden vil forslaget medføre en meget omkostningstung administration og reelt være til hinder for det påtænkte samlede udbud af kommunens reklameplads.

Forslaget om, at reglerne præciseres, således at det klart fremgår, at de selvejende institutioner beholder den fulde indtægt ved salg af

reklameplads, er taget til følge, og forslaget til reklameregler er ændret i overensstemmelse hermed.

Sundheds- og Omsorgsudvalget (SOU)

Generelt forudsætter SOU, at fagudvalgene høres om ØKF's opgavevaretagelse i forbindelse med salg af reklamepladser. Som anført i bemærkningerne til BUU's høringssvar vurderer ØKF, at forslaget vil medføre at markedsværdien af kommunens reklamepladser væsentligt forringes, samtidig vil forslaget medføre en megen administration og reelt være en hindring for et samlet udbud af kommunens reklameplads. Forslaget imødekommes delvist derved, at indstillingen foreslår at udbudsmaterialet godkendes af ØU, KFU og Borgerrepræsentationen.

Biler

I SOU's høringssvar oplyses, at Sundheds- om Omsorgsforvaltningens (SOF) biler aktuelt er leasede, og at tryghedshensyn taler for, at der ikke skal være reklamer på bilerne. Det er hensigten med forslaget til reklameregler, at de skal være så generelle som muligt, og at undtagelserne skal være konkrete. I det omfang leasingaftalen er til hinder for, at bilerne kan bruges til reklamer, må dette accepteres. Det forudsættes, at forvaltningerne ved indgåelse af nye leasingaftaler sikrer sig den fulde brugsret over det leasede. Det er ØKF's vurdering, at det er SOF's personale, som brugerne genkender og er trygge ved, og at det vil være af mindre betydning om den bil, der holder på gaden uden for borgerens hjem, har reklamer.

Økonomi

I TMU's høringssvar anføres, at reklamer på byudstyr kan føre til øget graffiti. I det omfang evt. dokumenterede forøgede udgifter til vedligeholdelse af byudstyret ikke håndteres via udbudsmaterialet, vil dokumenterede forøgede løbende driftsudgifter skulle fratrækkes i reklameindtægten før fordeling, jf. bilag 4 om økonomi.

Det er Kultur- og Fritidsforvaltningens (KFF) vurdering, at forslaget medfører en betydelig ufinansieret administrativ opgave i KFF. ØKF har følgelig præciseret forslaget til reklameregler og disses administration, så det fremgår, at det forventes, at et udbud tilrettelægges således, at kommunen udbyder al kommunal reklameplads samlet, hvorefter højstbydende har mulighed for at videresælge pladsen til den enkelte annoncør til brug i overensstemmelse med reglerne.

KFU anfører, at det vil være forbundet med betydelige udgifter at gennemgå kommunens ejendomme og at klargøre bygningerne med udstyr til brug for opsætning af reklamer. ØKF har ved forslaget til

reklameregler forudsat, at alle initialomkostninger og løbende driftsomkostninger fratrækkes, og at de enkelte udvalgs udgifter i den anledning honoreres særskilt før fordeling af indtægterne ved reklamering.

BUU er af den opfattelse, at fagforvaltningerne skal have 25 % af indtægten fra reklamer på bygninger, jfr. de overvejelser som ØKF redegjorde for ved høringsfremsendelsen. ØKF fastholder dog - efter en nærmere vurdering af indtægtsfordelingen og på baggrund af høringsvaret fra KFU - at indtægten fordeles som oprindeligt foreslået med 50 % af nettoindtægten til det pågældende fagudvalg og 50 % til ØU til tværgående prioritering.

ØKF vurderer, at der ikke er nogen udgift eller ulejlighed forbundet med, at en fagforvaltning som lejer af en bygning må acceptere, at der er reklamer udvendigt på bygningen f.eks. på bygningens tag. I de tilfælde, hvor fagforvaltningerne benytter et lejemål ejet af 3. mand, kan der ikke kræves andel i reklameindtægter. Bygningerne ejes af kommunen som helhed, og administreres og vedligeholdes af Københavns Ejendomme, hvorfor det findes mest rimeligt, at KFU oppebærer 50 % af reklameindtægter fra reklamering på kommunens ejendomme.