



**Bilag 4. Høringssvar fra fagudvalgene.**

15-05-2007

Sagsnr.  
1101-326569

Dokumentnr.  
2007-151108

- Side 2 - 4: Høringssvar fra Teknik- og Miljøudvalget af 29.03.07.
- Side 5 - 11: Høringssvar fra Beskæftigelses- og Integrationsudvalget af 29.05.07.
- Side 12 -17: Høringssvar fra Kultur- og Fritidsudvalget af 29.03.07.
- Side 18 -19: Høringssvar fra Socialudvalget af 30.03.07.
- Side 20 -24: Høringssvar fra Børne- og Ungdomsudvalget af 03.04.07.
- Side 25 -30: Høringssvar fra Sundheds- og Omsorgsudvalget af 10.05.07.

**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



**KØBENHAVNS KOMMUNE**

Teknik- og Miljøforvaltningen

Borgmesteren

Økonomiudvalget

Journalnr.

429.0004/06

29 MRS. 2007

### **Høringssvar om reklamer på kommunale bygninger m.v.**

Økonomiudvalget besluttede den 30. januar at sende et forslag til retningslinjer for anvendelse af kommunale bygninger, løsøre og uniformeret personel til betalte reklameformål i høring i fagudvalgene. Forslaget er led i kommunens strategi for Offentligt-Privat-Samarbejde (OPS).

Høringen angår bl.a. områder, som fagudvalgene ønsker fritaget for reklamering.

Teknik- og Miljøudvalget er generelt positivt indstillet over for de overordnede principper og retningslinjer i forslaget, herunder reklamer i forhold til børn. Høringssvaret fokuserer derfor i det følgende på de områder, som udvalget finder bør friholdes for reklamering.

#### *Generelle fritagelser*

Efter Teknik- og Miljøudvalgets opfattelse bør personale, som udfører myndighedsopgaver eller myndighedslignende opgaver helt fritages for reklamer. Det drejer sig fx om tilsynsmedarbejdere, p-vagter, opsynspersonale i parker o.lign. Herunder bør de tjenestekøretøjer, der anvendes til disse opgaver, også friholdes.

Begrundelsen er, at reklamer i disse sammenhænge vil svække den autoritet, troværdighed og uvildighed, som kommunen skal udføre sine myndighedsopgaver med.

Teknik- og Miljøudvalget skal derfor foreslå, at den nuværende formulering i reglerne for generelle undtagelser om at reklamen ikke må "nedsætte nødvendig signalværdi" bliver strammet og præciseret i henhold til ovenstående bemærkninger.

Med hensyn til reklamer på andet uniformeret personale er det udvalgets opfattelse, at der kun bør tillades reklamer i forbindelse med kampagner o.lign., som har berøring med det pågældende personales arbejdsfunktion. Reklamering inden for disse rammer kan være med til at understøtte offentligt-privat samarbejde om f.eks. renholdelse af byen.

Rådhuset  
1599 København V

Telefon  
33 66 33 66

Direkte  
3366 2626

Telefax  
33 66 70 80

E-mail  
Borgmesteren@tmf.kk.dk

EAN nummer  
5798009490049

www.tmf.kk.dk

Teknik- og Miljø udvalget er enig i, at der ikke bør tillades reklamer i sårbare situationer eller på personale, der arbejder i borgernes private hjem.

### *Konkrete fritagelser*

Teknik- og Miljøudvalget ønsker at følgende konkrete områder inden for udvalgets ressort fritages for reklamer:

- Bygninger, materiel og personale på kirkegårdsområdet, herunder personale, som passer og vedligeholder kirkegårdene, samt køretøjer til transport af kister.

Begrundelsen er, at reklamer og kommercialisering disse steder bryder med den stemning, som besøgende og pårørende forventer og opsøger på kirkegårdene.

- Biler i Parkering København, som bruges til værditransport (tømming af automater).

Begrundelsen er, at bilerne helst ikke skal tiltrække sig mere opmærksomhed end højst nødvendigt.

- Bygninger placeret i fredede parker.

Begrundelsen er, at der er reklameforbud i fredede parker.

- Personale, der bærer arbejdstøj med reflekser af hensyn til sikkerheden.

Begrundelsen er, at trafikanterne skal blive opmærksomme på dette personales tilstedeværelse, men trafikanternes opmærksomhed må ikke afledes i længere tid.

- Trafikskilte og andet materiel, der indgår i trafikreguleringen.

Begrundelsen er, at trafikanterne skal blive opmærksomme på skilte og trafiksignaler, men trafikanternes opmærksomhed må ikke afledes i længere tid.

- Småkøretøjer, der anvendes på veje og i parker.

Begrundelsen er den rent praktiske, at det typisk er åbne vogne med meget lidt plads til synlige reklamer.

### *Byudstyr*

Byudstyr som fx bænke, skraldespande og toiletter kan principielt anvendes til reklamer. Men det forudsætter efter Teknik- og Miljøudvalgets opfattelse, at udvalget udarbejder specifikke retningslinjer på dette område.

Derudover kan reklamer disse steder medføre øget graffiti, og Teknik- og Miljøudvalget anmoder derfor om, at evt. øgede udgifter til fjernelse heraf tages fra de relaterede reklameindtægter og tilbageføres til udvalget, inden de resterende indtægter deles efter fordelingsnøglen.

*Etiske retningslinjer*

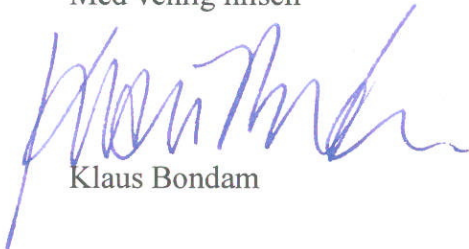
Side 3 af 3

Teknik- og Miljøudvalget vil endelig foreslå, at det overvejes at stille etiske/faglige krav til firmaer o. lign., som ønsker at købe reklameplads. Som udgangspunkt kunne det være de samme krav, som kommunen i øvrigt stiller til leverandører og samarbejdspartnere.

*Sponsorsamarbejder*

Til orientering kan udvalget desuden oplyse, at der i forbindelse med Københavns Miljønetværk og (især) Miljøfestivalen indgår sponsorsamarbejder. Med de nuværende koncepter for disse aktiviteter er der tale om sponsoraftaler i henhold til definitionen i reglerne for reklamer, som således ikke er omfattet af de nye reklameregler.

Med venlig hilsen



Klaus Bondam





## INDSTILLING

for ordinært møde torsdag den 29. marts 2007

**Kommentar [f1]:** C:\DOCUM  
E~1\F181\LOKALE~1\Temp\Agen  
daWork\F0313437.doc

### 12. BIU 67/2007

#### Reklamer på kommunens bygninger m.v.

**Kommentar [f2]:** C:\DOCUM  
E~1\F181\LOKALE~1\Temp\Agen  
daWork\F0313680.doc

Økonomiudvalget har på sit møde den 30. januar 2007 besluttet, at forslag til regler for kommunens anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklame for andre som led i strategi for Offentligt-Privat Samarbejde (OPS) skal sendes til høring i fagudvalgene (ØU 36/2007).

## BESLUTNING

Beskæftigelses- og Integrationsforvaltningen indstiller,

- 1. at** Beskæftigelses- og Integrationsudvalget godkender, at det er ønskværdigt med et fælles regelsæt, der bl.a. tilstræber at beskytte børn mod (over)kommercialisering i forbindelse med reklamer på kommunens bygninger og løsøre
- 2. at** Beskæftigelses- og Integrationsudvalget godkender, at regelsæt for anvendelse af kommunens ejendomme og løsøre til reklame for andre åbner adgang for Beskæftigelses- og Integrationsforvaltningen til – også uden udbud – i et vist omfang at fortsætte samarbejde med private aktører og indgå nye aftaler om reklamering i forbindelse opsætning af plakater i forvaltningens bygninger, udlevering af pjecer mv.
- 3. at** Beskæftigelses- og Integrationsudvalget godkender, at det i regelsæt for anvendelse af kommunens ejendomme og løsøre til reklame for andre udtrykkeligt fremgår, at eventuel reklamering på bygninger og løsøre omfattet af § 17 i bekendtgørelse om ansvaret for og styringen af den aktive beskæftigelsesindsats alene kan ske med respekt for denne bestemmelse og den dertil hørende designmanual.

#### Beskæftigelses- og Integrationsudvalgets beslutning i mødet den 29. marts 2007

Der var enighed om, at ordet "(over)" i **1. at** slettes.

Torben Kastrup (F) og Jette Gottlieb (Ø) stillede ændringsforslag om at ordet "tilstræber" slettes.

For stemte 3 udvalgsmedlemmer: Torben Kastrup (F), Jette Gottlieb (Ø), Manu Sareen (B)

Imod stemte 6 udvalgsmedlemmer: Jakob Hougaard (A), Jan Andreasen (A), Jens Nielsen (A), Hamid El Mousti (A), Carl Christian Ebbesen (O), Peter Schlüter (C)

I udvalgsmedlem undlod af stemme: Heidi Wang (V)

Forslaget blev forkastet.

Der var herefter delt afstemning om indstillingens 3 **at'er**:

Afstemning om **1. at**:



INDSTILLING ... fortsat

for ordinært møde torsdag den 29. marts 2007

For stemte 9 udvalgsmedlemmer: Jakob Hougaard (A), Jan Andreasen (A), Jens Nielsen (A), Hamid El Mousti (A), Manu Sareen (B), Torben Kastrup (F), Carl Christian Ebbesen (O), Peter Schlüter (C), Heidi Wang (V)

Imod stemte 0 udvalgsmedlemmer

1 udvalgsmedlem undlod at stemme: Jette Gottlieb (Ø)

1. at blev vedtaget.

Afstemning om 2. at:

For stemte 9 udvalgsmedlemmer: Jakob Hougaard (A), Jan Andreasen (A), Jens Nielsen (A), Hamid El Mousti (A), Manu Sareen (B), Torben Kastrup (F), Carl Christian Ebbesen (O), Peter Schlüter (C), Heidi Wang (V)

Imod stemte 0 udvalgsmedlemmer

1 udvalgsmedlem undlod at stemme: Jette Gottlieb (Ø)

2. at blev vedtaget.

Afstemning om 3. at:

For stemte 9 udvalgsmedlemmer: Jakob Hougaard (A), Jan Andreasen (A), Jens Nielsen (A), Hamid El Mousti (A), Manu Sareen (B), Torben Kastrup (F), Carl Christian Ebbesen (O), Peter Schlüter (C), Heidi Wang (V)

Imod stemte 0 udvalgsmedlemmer

1 udvalgsmedlem undlod at stemme: Jette Gottlieb (Ø)

3. at blev vedtaget.

Indstillingen blev dermed godkendt.

Der var følgende protokolbemærkning:

SF støtter tilstræbelsen om at skabe et fælles regelsæt omkring anvendelse af kommunens ejendomme og løsøre til reklamering. SF er dog klart imod Økonomiforvaltningens forslag til disse regler.

SF stemmer for indstillingen under forudsætning af at udvalget ikke har taget stilling til det konkrete forslag fra Økonomiforvaltningen.

## PROBLEMSTILLING

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

Økonomiforvaltningen har på denne baggrund udarbejdet et forslag til regler for reklamering på kommunens bygninger mv. Herudover har enhedslisten fremlagt et medlemsforslag om begrænsning i adgangen til at reklamere (BR 501/06), som Økonomiforvaltningen har håndteret i forbindelse med forslaget.



INDSTILLING ... fortsat

for ordinært møde torsdag den 29. marts 2007

## LØSNING

Økonomiforvaltningens forslag til regler for kommunens anvendelse af fast ejendom og løsøre til reklamering for andre er vedlagt som bilag 1.

Reglerne er i overensstemmelse med OPS udformet med det primære sigte 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.

Forslaget tager dermed hensyn til Enhedslistens medlemsforslag i forbindelse med reklamer rettet mod børn, medens der ikke er ses begrænsning i forbindelse med Enhedslistens forslag til begrænsninger i forbindelse med religiøse og politiske formål henholdsvis i forbindelse med reklamer på uniformerede ansattes beklædning og biler.

Indledningsvis skal det fremhæves, at det er ønskværdigt, at der i forbindelse med reklamering på kommunens bygninger og løsøre er 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.

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 forvaltningens 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.

Retningslinierne skal på denne baggrund tage højde for, at forvaltningen i et vist omfang – også uden udbud - kan fortsætte det eksisterende samarbejde med eksterne aktører samt indgå nye aftaler om reklamering i forbindelse med forvaltningens ejendomme med private virksomheder mv. i forbindelse med opsætning af plakater, udlevering af brochurer mv.

I retningslinierne er henvist til en række retningslinier og politikker, der skal overholdes i forbindelse med reklamering.

I denne forbindelse skal oplyses, at det følger af § 17 i Bekendtgørelse nr. 161 af 22. februar 2007 om ansvaret for og styringen af den aktive beskæftigelsesindsats, at staten og kommunen er forpligtet til at anvende et fælles jobcenterlogo til skiltning på facaden, så det fremgår, at der i den pågældende bygning findes et jobcenter.

INDSTILLING ... fortsat

for ordinært møde torsdag den 29. marts 2007

Det fælles jobcenterlogo defineres af Arbejdsmarkedsstyrelsen i en designmanual, der udarbejdes i samarbejde med Kommunernes Landsforening og offentliggøres på Arbejdsmarkedsstyrelsens hjemmeside.

Det skal således også af Retningslinierne fremgå at eventuel reklame på bygninger og løsøre omfattet af § 17 i bekendtgørelse om ansvaret for og styringen af den aktive beskæftigelsesindsats alene kan ske med respekt for denne bestemmelse og den dertil hørende designmanual.

Der vedlægges endelig forslag til høringssvar til Økonomiudvalget som bilag 2.

### ØKONOMI

Der er ikke bemærkninger til fordeling af indtægter, hvorefter kommunens nettoindtægter (efter fradrag af de med udbuddet afledte initialomkostninger samt løbende driftsudgifter) fordeles efter en fordelingsnøgle, hvor det pågældende fagudvalg modtager 50 pct. af nettoindtægten og ØU de øvrige 50 pct. til tværgående prioritering senest i 2009.

### VIDERE PROCES

Beskæftigelses- og Integrationsudvalgets beslutning skal senest 30. marts 2007 fremsendes til Økonomiforvaltningen.

### BILAG

*Øvrige bilag:*

1. Økonomiforvaltningens forslag til regler for kommunens anvendelse af fast ejendom og løsøre til reklamering for andre
2. Beskæftigelses- og Integrationsforvaltningens brev af 24. oktober 2006

Morten Binder

/Torben Brøgger



INDSTILLING ... fortsat

for ordinært møde torsdag den 29. marts 2007



**KØBENHAVNS KOMMUNE**  
Beskæftigelses- og Integrationsforvaltningen  
Direktionen

Økonomiforvaltningen  
Rådhuset  
1599 København V

- UDKAST -

- Dato:

Sagsnr.: 2007-8118.  
Dok.nr.: 2007-83487.

### **Reklamer på kommunens bygninger mv.**

Økonomiudvalget besluttede på sit møde den 30. januar 2007, at forslag til regler for kommunens anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklame for andre som led i strategi for Offentlig-Privat Samarbejde (OPS) skulle forelægges fagudvalgene til høring, idet høringen også skulle omfatte enhedslistens medlemsforslag (BR 501/06).

Beskæftigelses- og Integrationsudvalget har på sit møde den 30. marts 2007 behandlet henvendelsen.

På denne baggrund kan oplyses følgende:

Det er ønskværdigt, at der på dette område er 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.

Det skal fremhæves, 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 forvaltningens ret til at reklamere, kan på nogle punkter overlappe 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.

Retningslinierne skal på denne baggrund tage højde for, at forvaltningen i et vist omfang – også uden udbud - kan fortsætte det eksisterende samarbejde med eksterne aktører samt indgå nye aftaler om reklamering i forbindelse med forvaltningens ejendomme med private virksomheder mv. i forbindelse med opsætning af plakater, udlevering af brochurer mv.

I retningslinierne er henvist til en række retningslinier og politikker,

### **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

der skal overholdes i forbindelse med reklamering.

I denne forbindelse skal oplyses, at det følger af § 17 i Bekendtgørelse nr. 161 af 22. februar 2007 om ansvaret for og styringen af den aktive beskæftigelsesindsats, at staten og kommunen er forpligtet til at anvende et fælles jobcenterlogo til skiltning på facaden, så det fremgår, at der i den pågældende bygning findes et jobcenter.

Det fælles jobcenterlogo defineres af Arbejdsmarkedsstyrelsen i en designmanual, der udarbejdes i samarbejde med Kommunernes Landsforening og offentliggøres på Arbejdsmarkedsstyrelsens hjemmeside.

Det skal således også af Retningslinierne fremgå at eventuel reklame på bygninger og løsøre omfattet af § 17 i bekendtgørelse om ansvaret for og styringen af den aktive beskæftigelsesindsats alene kan ske med respekt for denne bestemmelse og den dertil hørende designmanual.

Venlig hilsen

Morten Binder  
Direktør

**BESLUTNINGSPROTOKOL**

fra ordinært møde torsdag den 29. marts 2007

**6. Reklamer på kommunale bygninger mv. - høring  
(KFU 191/2007)****INDSTILLING OG BESLUTNING**

*Kultur- og Fritidsudvalget skal tage stilling til et forslag om regler for reklamer på kommunale bygninger og løsøre. Økonomiudvalget har sendt forslaget til høring i de stående udvalg.*

**Kommentar [KV1]:** C:\DOCU  
ME~1\klv\LOKALE~1\Temp\A  
gendaWork\F0313793.doc

**BESLUTNING**

Kultur- og Fritidsforvaltningen indstiller,

1. at Kultur- og Fritidsudvalget godkender denne indstilling som udvalgets høringssvar til Økonomiudvalget i forhold til forslag om regler for reklamer på kommunale bygninger mv.

**Kultur- og Fritidsudvalgets beslutning i mødet den 29. marts 2007:**

Indstillingen blev godkendt.

Bjarne Fey og Jens Kjær Christensen tog forbehold over for Økonomiudvalgets forslag.

**PROBLEMSTILLING**

Siden den 1. juli 2006 kan kommunerne lovligt sælge reklameplads på bygninger og løsøre, herunder biler og uniformerede ansattes beklædning. Det følger af lov om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering af andre, at reklameringen skal være i overensstemmelse med markedsføringsloven og anden lovgivning. Der skal opkræves markedspris for ydelserne.

På baggrund af et medlemsforslag som Enhedslisten stillede i Borgerrepræsentationen, har Økonomiforvaltningen udarbejdet et forslag til retningslinier for reklamering. Forslaget er udarbejdet efter en høring i fagforvaltningerne.

Dette forslag har Økonomiudvalget den 30. januar 2007 sendt i høring i de stående udvalg, inklusive det af Enhedslisten stillede medlemsforslag, der af Borgerrepræsentationen den 31. august 2006 blev henvist til Økonomiudvalget. Det bemærkes, at kun det subsidiære forslag blev henvist til Økonomiudvalget.



BESLUTNINGSPROTOKOL ... fortsat

fra ordinært møde torsdag den 29. marts 2007

## LØSNING

### Forslag til regler

Forslaget fremgår i sin helhed af bilag 1.

Sponsorering er ikke omfattet af forslaget.

Forslaget slår bl.a. fast, at kommunens overordnede politikker (f.eks. sundhedspolitikken) skal overholdes ved reklamering. Tilsvarende skal vejledninger og retningslinier fra bl.a. forbrugerombudsmanden overholdes.

Til reklameplads kan anvendes den udvendige del af fast ejendom. Dog opretholdes den hidtidige adgang til at sælge indendørs bandereklamer på idrætsanlæg. Endvidere kan der reklameres på stilladser og løsøre af enhver art til udendørs brug, herunder køretøjer. Endvidere er uniformerede ansattes beklædning omfattet af forslaget.

Der er undtagelser, bl.a. må der ikke reklameres på køretøjer, der anvendes i særlige situationer, hvor reklamer f.eks. vil virke anstødelige (bl.a. redningskøretøjer). Endvidere nævnes som eksempler beklædning for uniformerede ansatte, som arbejder eller har deres gang i borgernes hjem eller som møder borgeren i en situation, hvor denne er sårbar som følge af ulykke, sygdom eller sociale forhold.

Kravet om salg til markedspris foreslås håndteret ved, at salg af reklameplads skal ske ved offentligt udbud. I denne forbindelse foreslås, at 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 mv.

### Bemærkninger til Økonomiforvaltningens forslag

Kultur- og Fritidsforvaltningen har den 26. oktober 2006 afgivet bemærkninger til Økonomiforvaltningen. Brevet fremgår af bilag 1. Det foreliggende forslag til regler for reklamering synes umiddelbart forenelige med Kultur- og Fritidsforvaltningens oprindelige bemærkninger, og giver derfor ikke anledning til yderligere kommentarer.

Derimod er der en række bemærkninger til forslagets økonomiske konsekvenser mv.

Af indstillingen fremgår, at Økonomiforvaltningen 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.

Det er Kultur- og Fritidsforvaltningens vurdering, at det er tale om en betydelig administrativ opgave både for så vidt angår indsamling af oplysninger til udbuddet, samt besvarelse af henvendelser fra firmaer, der er interesseret i at købe en reklameplads på en kommunal bygning. Derudover vil det være en tidskrævende opgave at undersøge hvil-

BESLUTNINGSPROTOKOL ... fortsat

fra ordinært møde torsdag den 29. marts 2007

ke af kommunens ejendomme, der er egnede til at opsætte reklamer på, idet det vil kræve en besigtigelse af samtlige ejendomme samt evt. efterfølgende bygningsmæssige undersøgelser. De løbende administrative opgaver estimeres til at udgøre min. ½ årsværk svarende til ca. 250.000 kr. årligt.

Hertil kommer Kultur- og Fritidsforvaltningens andel af udgifterne til forberedelse og gennemførelse af udbud af kommunal reklameplads.

Endelig må det forventes, at når der opsættes reklamer på bygninger, vil det kræve ekstra vedligeholdelse af de berørte facader, udstyr til ophængning etc.

Samlet set vil en gennemførelse af forslaget dermed påføre Kultur- og Fritidsforvaltningen merudgifter, der vil påvirke Københavns Ejendommers samlede vedligeholdelsesbudget.

Med hensyn til økonomien i forslaget indstiller Økonomiforvaltningen, at udgifterne til dækning af forberedelse og gennemførelsen 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. 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. Dog har Økonomiforvaltningen efterfølgende meddelt, at Økonomiforvaltningen overvejer at ændre denne indtægtsfordeling, således at KFU og det fagudvalg, som benytter den kommunale ejendom til sine forvaltningsopgaver, modtager hver 25%, mens 50% tilfalder Økonomiudvalget til tværgående prioritering.

Det fremgår af bilag 4, at nettoindtægten for salg af reklameplads på bygninger forventes at udgøre 1,3 mio. kr.

I forhold til det økonomiske potentiale i forslaget, skal Kultur- og Fritidsforvaltningen henlede opmærksomheden på, at der i forbindelse med udarbejdelse af forvaltningens forslag til bidrag til prioriteringsrummet i 2008 og 2009, er udarbejdet et konkret forslag vedrørende reklamering på stilladser. Såfremt dette forslag beslutes som del af budgettet for 2008, er den forventede nettoindtjening fra stilladsreklamerne allerede disponeret som del af finansieringen af kommunens samlede budget.

Forslaget vil som nævnt påføre Kultur- og Fritidsforvaltningen en række udgifter herunder administrative og vedligeholdelsesmæssige opgaver. Derfor kan man ikke tilslutte sig overvejelserne om, at Kultur- og Fritidsforvaltningen alene skulle modtage 25% af indtægterne. Såfremt forslaget gennemføres i den foreliggende form, må det forudsæt-

BESLUTNINGSPROTOKOL ... fortsat

fra ordinært møde torsdag den 29. marts 2007

tes, at Kultur- og Fritidsforvaltningen modtager 50% af indtægterne, således at indtægterne tilnærmelsesvis modsvarer Kultur- og Fritidsforvaltningens merudgifter ved forslaget og for ikke at påvirke Københavns Ejendommers samlede vedligeholdelsesbudget i negativ retning.

#### **ØKONOMI**

Denne indstilling har ikke økonomiske konsekvenser i sig selv.

#### **VIDERE PROCES**

Kultur- og Fritidsudvalgets høringssvar afgives til Økonomiudvalget. Det er Borgerrepræsentationen, der – på baggrund af en indstilling fra Økonomiudvalget - efterfølgende fastsætter reglerne for reklamering.

#### **BILAG**

1. Indstilling og bilag (Økonomiudvalgets møde den 30. januar 2007)

Carsten Haurum

/Thomas Jakobsen

BESLUTNINGSPROTOKOL ... fortsat  
fra ordinært møde torsdag den 29. marts 2007

**Kommentar [KV2]:** C:\DOCU  
ME~1\klvolf\LOKALE~1\Temp\A  
gendaWork\F0313567.doc



BESLUTNINGSPROTOKOL ... fortsat

fra ordinært møde torsdag den 29. marts 2007

**MØDET SLUTTEDE KLOKKEN 15.30.**

MARTIN GEERTSEN (AFBUD)	SIMON STRANGE	MORTEN WESTERGAARD
KATRINA FEILBERG	TANER YILMAZ	JENS KJÆR CHRISTENSEN
BJARNE FEY	LESLIE ARENTOFT (FRAVÆRENDE)	SIKANDAR MALIK SIDDIQUE
KARIN STORGAARD	FRANK HEDEGARD (FRAVÆRENDE)	

/CARSTEN HAURUM

**KØBENHAVNS KOMMUNE**Socialudvalget  
BorgmesterenØkonomiforvaltningen  
Center for Byudvikling  
Att. Thor Rasmussen  
Rådhuset  
1599 Kbh VDato: **30 MRS. 2007**Sagsnr.: 2007-7780  
Dok.nr.: 2007-73712**Socialudvalgets høringssvar om regler for reklamer på kommunale bygninger mv.**

Økonomiudvalget besluttede d. 30. januar 2007 at sende forslag til regler for reklamer på kommunale bygninger mv. i høring i fagudvalgene.

Økonomiudvalget besluttede endvidere, at Enhedslistens medlemsforslag (BR 501/06) også skulle sendes med ud i høring i fagudvalgene. Økonomiforvaltningen har ved brev af 9. oktober 2006 tidligere bedt forvaltningerne om at kommentere Enhedslistens medlemsforslag. Socialforvaltningen afgav i den forbindelse høringssvar d. 24. oktober 2006. I dette høringssvar gjorde Socialforvaltningen opmærksom på, at det er en politisk beslutning at vurdere om muligheden for salg af reklameplads bør benyttes i Københavns Kommune og i hvilket omfang det evt. bør ske. Eventuelle tilkendegivelser om dette fremgår dermed af vedlagte beslutningsprotokol fra Socialudvalgets møde d. 28. marts 2007.

Socialudvalget kommenterer herefter Økonomiforvaltningens forslag til regler for anvendelse af kommunens ejendomme og løsøre til reklamering for andre.

Socialudvalget bemærker, at det er Økonomiforvaltningen der i samarbejde med Kultur- og Fritidsforvaltningen skal varetage administrationen af reglerne. Det bliver dermed hér arbejdet med at fortolke reglerne i det daglige kommer til at ske. Socialudvalget skal i den anledning blot bemærke, at det rent administrativt er nemmere at administrere regler, der udtrykkeligt beskriver under hvilke forudsætninger reklamering kan ske frem for at reglerne henviser til forskellige politikker og vejledninger.

Socialudvalget gør opmærksom på, at en del af Socialforvaltningens bygninger fungerer som brugernes hjem, og at nogle af bygningerne huser tilbud som brugerne aktivt opsøger.

Socialudvalget mener, at der må tages et særligt hensyn ved bygninger, der udgør brugernes hjem. Det skal fremgå udtrykkeligt af reglerne, at når der er tale om boliger skal Socialforvaltningen og herunder beboerne have mulighed for at sige nej.

I forhold til bygninger i Socialforvaltningen, der fungerer som brugernes hjem eller samværs- og aktivitetstilbud bør det af etiske hensyn også være undtaget at reklamere for produkter, hvor producenten har en specifik økonomisk interesse i brugergruppen. Dette gælder endvidere reklamer, hvor der kan være andre etiske hensyn fx ved salg af reklamer for religiøse bevægelser eller hvor reklamerne strider mod institutionernes socialpædagogiske eller behandlingsmæssige formål. Disse etiske hensyn bør generelt være gældende ved salg af reklameplads både på løsøre (herunder biler) og de ansattes uniformer.

Socialudvalget bemærker, at antallet af uniformerede ansatte i Socialforvaltningen er begrænset. Undtagelsen i reglerne om de uniformerede ansatte, gør at salg af reklameplads på uniformerede ansatte vil have et meget begrænset omfang i Socialforvaltningen. Socialudvalget mener, at det er korrekt at undtage salg af reklameplads på uniformerede ansatte, når den ansatte har sin gang i borgerens hjem eller møder borgeren i en sårbar situation etc.

Venlig hilsen



Mikkel Warming



**KØBENHAVNS KOMMUNE**  
Børne- og Ungdomsborgmesteren

Til Økonomiudvalget

03-04-2007

Sagsnr.  
1101-327338

Dokumentnr.  
2007-83037

### **Høring om reklamer på kommunale bygninger mv.**

Børne- og Ungdomsudvalget har på sit møde den 28. marts 2007 behandlet høringen fra Økonomiudvalget om reklamer på kommunale bygninger mv.

Udvalget tilkendegiver, at der lægges vægt på overholdelsen af markedsføringslovgivningens regler om markedsføring i forhold til børn og unge.

Udvalget støtter forslaget om, at det fagudvalg, som benytter den kommunale ejendom til sine forvaltningsopgaver, modtager 25% af reklameindtægten.

Desuden foreslås det, at forældre-, skole- og institutionsbestyrelser medinddrages og høres, hvis der påtænkes solgt reklameplads på skoler og institutioners bygninger, da de primære brugere kan have forskellige pædagogiske og/eller æstetiske begrundelser for ikke at ønske salg af reklameplads.

Endelig foreslås det, at det præciseres i reglerne, at de selvejende institutioner selv opretholder deres andel af en given reklameindtægt.

./. Uddrag af beslutningsprotokol

Venlig hilsen

Bo Asmus Kjeldgaard

**Rådhuset**  
1599 København V

Telefon  
3366 2000

Telefax  
3366 7038

E-mail  
bak@buf.kk.dk

EAN nummer  
5798009386182

www.kk.dk



**BESLUTNINGSPROTOKOL**

fra ordinært møde onsdag den 28. marts 2007

**Fraværende:** Jesper Christensen, Pia Allerslev, Bo Asmus Kjeldgaard. Louise Frevert mødte kl. 15.15 under behandlingen af sag nr. 2. Jette Bergenholz Bautrup mødte kl. 15.30 under behandlingen af sag nr. 3. Allan Mylius Thomsen forlod mødet kl. 16.40 under behandlingen af sag nr. 10.

**9. J.nr. 1101-327338****Høring om reklamer på kommunale bygninger mv.**

Udvalget skal tage stilling til en høring fra ØU om regler for kommunens anvendelse af fast ejendom og løsøre til reklamering.

**BESLUTNING**

Børne- og Ungdomsforvaltningen (BUF) indstiller til Børne- og Ungdomsudvalget (BUU),

1. at udvalget godkender udkast til høringssvar til Økonomiudvalget

**Børne- og Ungdomsudvalgets beslutning i mødet den 28. marts 2007**

Ninna Thomsen (F) stillede følgende ændringsforslag: "Ingen uniformerede ansatte skal mod deres vilje kunne pålægges at bære reklamer på deres beklædning."

Forslaget bortfaldt på grund af stemmelighed med følgende resultat:

For stemte 3 medlemmer: F, Ø og A (Lars Rasmussen)

Imod stemte 3 medlemmer: B, C og O

2 medlemmer undlod at stemme: A (Jan Andreasen, Jette Bergenholz Bautrup)

Ninna Thomsen (F) stillede ændringsforslag til høringssvarets 4. afs. om, at "forældre-, skole- og institutionsbestyrelser medinddrages og høres, ...." ændres til "forældre-, skole- og institutionsbestyrelser skal kunne acceptere, ....".

Forslaget bortfaldt på grund af stemmelighed med følgende resultat:

For stemte 2 medlemmer: B og F

Imod stemte 2 medlemmer: C og O

4 medlemmer undlod at stemme: A og Ø.

BESLUTNINGSPROTOKOL ... fortsat

fra ordinært møde onsdag den 28. marts 2007

Indstillingen med det fremlagte udkast til høringssvar blev herefter godkendt.

C og O ønskede følgende tilført til beslutningsprotokollen: "C og O kan i princippet støtte udvalgets svar, men ønsker allerede nu at præcisere, at man mener, at skolen/institutionen skal have størst mulig del af indtægterne også for at stille selvejende institutioner og kommunale institutioner lige så vidt muligt."

### PROBLEMSTILLING

Økonomiudvalget (ØU) har på sit møde den 30. januar 2007 (ØU 36/2007) besluttet at sende forslag om regler for kommunens anvendelse af fast ejendom og løsøre til reklamer for andre samt Enhedslistens medlemsforslag (BR 501/06) om afståelse fra reklamer på offentlige bygninger til høring i fagudvalgene.

### LØSNING

Af de foreslåede regler fremgår det, at reglerne for reklameaftaler skal sikre den størst mulige indtægt samt at der skal iagttages en række hensyn, herunder bl.a. påvirkningen af børn. Salget af reklameplads vedrører den udvendige del af bygningerne, løsøre til udendørs brug, fx biler, samt uniformerede ansattes beklædning.

ØKF skal i samarbejde med KFF forestå offentligt udbud af reklameplads mv. Det pågældende fagudvalg modtager 50 % af nettoindtægten. ØU modtager de øvrige 50 % til tværgående prioritering.

Økonomiforvaltningen har oplyst, at det er under overvejelse at ændre indtægtsfordelingen, således at KFU (KEjd) og det fagudvalg, som benytter den kommunale ejendom til sine forvaltningsopgaver, modtager hver 25%, mens 50% tilfalder Økonomiudvalget til tværgående prioritering.

Økonomiforvaltningen har desuden oplyst, at indtægter ved selvejende institutioners salg af reklameplads i alle tilfælde tilfalder den enkelte selvejende institution.

BUF foreslår, at BUU i sit høringssvar lægger vægt på overholdelsen af markedsføringslovgivningens regler om markedsføring i forhold til børn og unge. Udvalget støtter



BESLUTNINGSPROTOKOL ... fortsat

fra ordinært møde onsdag den 28. marts 2007

forslaget om, at det fagudvalg, som benytter den kommunale ejendom til sine forvaltningsopgaver, modtager 25% af reklameindtægten. Desuden foreslås det, at forældre-, skole- og institutionsbestyrelser medinddrages og høres, hvis der påtænkes solgt reklameplads på skolers og institutioners bygninger, da de primære brugere kan have forskellige pædagogiske og/eller æstetiske begrundelser for ikke at ønske salg af reklameplads. Desuden foreslås det, at det præciseres i reglerne, at de selvejende institutioner selv opretholder deres andel af en given reklameindtægt.

#### ØKONOMI

-

#### VIDERE PROCES

-

#### BILAG

##### *Høring*

1. Økonomiforvaltningens høringsbrev af 15. februar 2007 med bilag
2. Forvaltningens udkast til høringssvar til Økonomiudvalget

Else Sommer

Laila Kildesgaard |

Kommentar [C1]: C:\DOCUM  
E~1\hholm\LOKALE-1\Temp\A  
gendaWork\F0281617.doc



BESLUTNINGSPROTOKOL ... fortsat  
fra ordinært møde onsdag den 28. marts 2007

Mødet sluttede kl. 18.00

### Underskrift

Bo Asmus Kjeldgaard

Ninna Thomsen

Jesper Christensen

Jette Bergenholz Bautrup

Lars Rasmussen

Jan Andreasen

Kasper Johansen

Majbritt Mamsen

Pia Allerslev

Louise Frevert

Allan Mylius Thomsen

**Sundheds- og Omsorgsudvalget****DAGSORDEN**

for Ordinært møde torsdag den 10. maj 2007

**13. Høring om reklamer på offentlige bygninger**

SOU 135/2007 J.nr. 33/2007

Økonomiudvalget har sendt et forslag om "regler for kommunens brug af fast ejendom og løsøre til reklamering for andre" i høring i fagudvalgene.

**BESLUTNING**

Sundheds- og Omsorgsforvaltningen indstiller,

1. at Sundheds- og Omsorgsudvalget godkender forvaltningens forslag til et høringssvar.

**PROBLEMSTILLING**

I Borgerrepræsentationens strategi for Offentligt-Privat Samarbejde (OPS) indgår salg af reklamepladser på kommunens bygninger, løsøre og uniformer. Formålet er at opnå størst mulig indtægt for salg af reklamepladser.

Økonomiforvaltningen har lavet et udkast til regelsæt for brug af reklamepladser på baggrund af retningslinjer foreslået af Enhedslisten. Det indgår i forslaget, at Økonomiforvaltningen skal varetage opgaven og i den forbindelse have 50 % af nettoindtægten til tværgående prioritering.

I høringssvaret skal det angives og begrundes, hvis forvaltningens biler og uniformer skal undtages for anvendelse som reklameplads.

**LØSNING**

Økonomiforvaltningens udkast til regelsæt gælder reklamering for andre (reklameplads) på den udvendige del af kommunens ejendomme, på løsøre til udendørs brug og på personaleuniformer.

Det foreslås i udkastet, at Økonomiforvaltningen i samarbejde med Kultur- og Fritidsforvaltningen varetager opgaven i forhold til kommunale bygninger mv. samt rådgiver selvejende institutioner, hvis de vælger at indgå aftaler om reklameplads. Endvidere fremgår det, at ved fornyelse af aftaleforholdet med selvejende institutioner skal disse forpligtes til at efterleve retningslinjerne for reklamering.

Regelsættet omfatter derimod ikke sponsorering, og Sundheds- og Omsorgsforvaltningen forudsætter derfor, at de enkelte forvaltninger fortsat kan indgå sponsoraftaler fx i forbindelse med udsendelse af informationsmateriale mm.

I regelsættet opregnes en række krav og begrænsninger i forhold til reklamernes indhold.

Derudover angiver regelsættet områder, der generelt undtages fra at kunne benyttes som reklameplads:

- 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 (fx 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 begrundet undtagelse.

Umiddelbart berøres en stor del af Sundheds- og Omsorgsforvaltningens område af regelsættets generelle undtagelsesbestemmelser, idet bemærkes, at tiltag i forhold til den udvendige del af de kommunale ejendomme varetages af Københavns Ejendomme.

Mulighederne for etablering af reklamepladser i Sundheds- og Omsorgsforvaltningens regi forventes at være begrænsede, og i udkastet til høringssvar er der ikke lagt op til forslag om yderligere generelle undtagelsesbestemmelser.

Det indgår endvidere i forslaget, at nettoindtægter fra reklamepladser på uniformer, biler og andet udendørs løsøre fordeles med 50 % til det pågældende fagudvalg, mens de øvrige 50 % tilfalder Økonomiudvalget til tværgående prioritering senest til 2009.

Det skal i forlængelse heraf bemærkes, at selvejende institutioner, der måtte vælge at sælge reklamepladser, beholder den fulde nettoindtægt.

Økonomiforvaltningen oplyser, at de samlede indtægter for reklamevirksomhed i hele kommunen ud fra et forsigtigt skøn vil udgøre 15.-20 mio. kr.

Der er imidlertid ikke nærmere redegjort for hvilke udgifter og administrative omkostninger – for såvel Økonomiforvaltningen som de øvrige fagforvaltninger – der er taget i betragtning ved beregningen af det samlede indtægtskøn.

Samlet forventes det derfor, at mulighederne for indtægter på Sundheds- og Omsorgsforvaltningens område aktuelt er begrænsede.

## **ØKONOMI**

Økonomiforvaltningen har oplyst, at de samlede indtægter for den omfattede reklamevirksomhed i hele kommunen ud fra et forsigtigt skøn vil udgøre 15-20 mio. kr.

Jfr. ovenfor forventes ingen væsentlig indtjening fra reklamepladser på uniformer og løsøre. Økonomiforvaltningen har derudover oplyst, at der er overvejelser om, at den fagforvaltning, der benytter en kommunal ejendom, skal have 25 % af nettoindtægten fra en reklameplads på bygningen. Samlet er det på nuværende tidspunkt ikke muligt at vurdere indtægtpotentialet for Sundheds- Omsorgsforvaltningens område.

## **VIDERE PROCES**

Sundheds- og Omsorgsudvalgets høringssvar afgives til Økonomiudvalget. Det er Borgerrepræsentationen, der – på baggrund af en indstilling fra Økonomiudvalget – efterfølgende fastsætter reglerne for reklamering.

## **BILAG**



1. Indstilling og bilag fra Økonomiudvalgets møde den 30. januar 2007
2. Udkast til Sundheds- og Omsorgsudvalgets høringsvar

Hanne Bastrup

/ Lars Matthiesen





## KØBENHAVNS KOMMUNE

Borgerrepræsentationen/Udvalg  
Borgmesteren

Til Økonomiudvalget

10. maj 2007

Sagsnr.  
2007-27009

Dokumentnr.  
2007-130154

### Hørings svar

Sundheds- og Omsorgsudvalget har på møde den 10. maj 2007 behandlet høringen fra Økonomiudvalget om "regler for kommunens brug af fast ejendom og løsøre til reklamering for andre", og herunder Enhedslistens medlemsforslag (BR 501/06) om rammerne for regelsættet.

Indledningsvis skal det anføres, at udkastet til regelsættet indeholder nogle rammer for brug af reklamepladser, der generelt tilgodeser de hensyn og behov, der er i forhold til de omsorgsmæssige og borgerrettede opgaver, som Sundheds- og Omsorgsforvaltningen varetager.

Det fremgår endvidere af udkastet, at sponsorering ikke er omfattet af regelsættet, og det er derfor forudsat, at de enkelte forvaltninger fortsat kan indgå sponsoraftaler fx i forbindelse med udsendelse af informationsmateriale mv.

Oplysninger

Som led i høringen er Sundheds- og Omsorgsudvalget bedt om at oplyse og begrunde, i hvilket omfang forvaltningens biler og uniformerede ansatte begæres omfattet af de foreslåede undtagelsesbestemmelser for anvendelse af reklamepladser.

Langt hovedparten af Sundheds- og Omsorgsforvaltningens biler benyttes inden for hjemmeplejen. Aktuelt er disse biler leasede og således ikke umiddelbart tilgængelige for reklamepladser. Dertil kommer, at den kommunale hjemmepleje konkurrerer med private leverandører og derfor har behov for at profilere sig og "være kendt i gadebilledet". Udover konkurrencemomentet er der også et væsentligt trykshensyn i forhold til genkendelighed for de borgere, der er afhængige af hjælp og som skal kunne føle sig sikre på, hvem de lukker ind i deres hjem.

Det er derfor Sundheds- og Omsorgsudvalgets opfattelse, at forvaltningens biler generelt er omfattet af undtagelsesbestemmelserne i det foreslåede regelsæt.

Tilsvarende har den overvejende del af forvaltningens uniformerede personale sin gang i borgernes egne boliger eller på plejehjem, og



disse uniformer er således også omfattet af de foreslåede undtagelsesregler.

Udover ovennævnte er det Sundheds- og Omsorgsforvaltningens opfattelse, at der kan være – og opstå - konkrete forhold, der bør indgå og tages hensyn til, ved overvejelser om etablering af reklamepladser på udvendige sider af bygninger og udendørs løsøre mv.

Det må derfor være en helt afgørende forudsætning, at det enkelte fagudvalg i nødvendigt omfang høres og involveres i forbindelse med Økonomiforvaltningens opgavevaretagelse.

Afsluttende skal det bemærkes, at det i forhold til de forventede indtægter ved brug af reklamepladser ikke fremgår, hvilke administrative omkostninger – for såvel Økonomiforvaltningen som de øvrige fagforvaltninger - der er indgået i forbindelse med beregning af det samlede indtægtsskøn.

Venlig hilsen

Mogens Lønborg