



KØBENHAVNS KOMMUNE

Teknik- og Miljøforvaltningen

Borgmesteren

Økonomiudvalget

Journalnr.

Høringsvar 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. Høringsvaret 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
33 66 26 26

Telefax
33 66 70 80

E-mail
borgmesteren@tmf.kk.dk

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 (tømmning 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 opmærksom 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

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 reklamerings, som således ikke er omfattet af de nye reklameregler.

Med venlig hilsen

Klaus Bondam