

Udkast til

**Reklamepolitik  
for  
Hjørring kommune**

# Retningslinier for brug af reklamer i Hjørring kommune.

## 1. Lovgrundlag.

Lov om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre trådte i kraft den 1. juli 2006.

Formålet med loven er at give kommunalbestyrelsen en bredere adgang til supplerende finansiering af de opgaver, kommunen i forvejen varetager.

- Loven vedrører reklamering på fast ejendom og løsøre, d.v.s. bygninger, grunde, køretøjer, inventar, m.v. – Elektroniske medier, som kommunens hjemmeside, er ikke omfattet.
- Der er igen begrænsninger for, i hvor stort omfang kommunen må anvende reklamefinansiering.
- Kommunen kan frit disponere over indtægterne herved med henblik på varetagelse af kommunens opgaver.
- Kommunen skal opkræve markedsprisen for de reklameaftaler, der indgås.
- Reklameringen skal være i overensstemmelse med Markedsføringsloven og anden lovgivning samt den offentligretlige grundsætning om saglighed.
- Reklameringen skal respektere de mål og retningslinier, der indgår i kommunens vedtagne politikker.
- Loven indskrænker ikke den allerede tilladte reklamering i henhold til Lov om offentlige veje § 102, der indeholder hjemmel til opkrævning af betaling for tilladelse til opsætning af reklamer på det til en kommunal vej hørende areal, f.eks. på buslæskure og informationstavler.
- Loven indskrænker i øvrigt ikke den ifølge kommunalfuldmagtsreglerne allerede tilladte adgang til reklamering i form af bandereklamer på idrætsanlæg.

## 2. Hvor må der reklameres.

Der må reklameres på:

- Buslæskure og informationstavler

- Idrætsanlæg og i sportshaller i form af bande- og vægreklamer
- Brochurer/pjecer
- Legepladser
- Køretøjer
- Bibliotekernes plastikbæreposer

### 3. Reklamernes indhold.

Markedsføringsloven stiller generelle krav til indholdet og udformningen af reklamer, og ifølge praksis på området indgår bl.a. følgende kriterier i bedømmelsen af, om en reklame strider mod god markedsføringsetik:

- Farlige, underlødige eller ulovlige produkter
- Påtrængende eller anstødelig markedsføring
- Diskriminerende markedsføring
- Usømmelighed, manglende respekt for almen sikkerhed og mangel på social ansvarsfølelse i markedsføringen

Herudover skal en reklame fremstå således, at den klart vil blive opfattet som en reklame, dvs. skjult reklame er ikke tilladt.

Der må ikke anvendes urigtige eller vildledende angivelser.

Der gælder særlige regler for reklamering, rettet mod børn og unge.

Da kommunen bør agere neutralt og sagligt, må der ikke reklameres for:

- Politiske partier
- Politiske bevægelser
- Valgte medlemmer eller opstillede kandidater til politiske forsamlinger
- Arbejdsgiverorganisationer
- Fagforeninger
- Religiøse bevægelser

Der må ikke opsættes reklamer af polemisk art, eksempelvis med angreb på enkeltpersoner.

Sprogbrug og signaler i reklamen skal vurderes

Kommunen skal - inden der indgås en aftale om reklamering - undersøge, om sprogbrugen og de signaler, reklamen udsender, kan virke stødende og derfor skal fravælges.

#### Kommunens sundhedspolitik bør følges

Der må som følge heraf ikke reklameres for f.eks. usunde fødevarer som slik, chips og sodavand.

#### Reklamens placering bør vurderes

Reklamens udformning og placering skal opfylde rimelige æstetiske krav, således at reklamen ikke virker dominerende i forhold til omgivelserne.

#### Lovgivningen på området skal overholdes

Anden lovgivning kan indeholde forbud mod reklamering af et bestemt indhold, f.eks. Naturbeskyttelsesloven og Lovbek. om forbud mod tobaksreklamer.

### **4. Kontraktsmæssige forhold.**

#### Salg til markedspris

Kommunen skal sikre, at reklamepladsen bliver solgt til markedspris.

Dette kan ske ved at indhente flere tilbud, konsultere et reklamefirma eller foretage undersøgelser af prisniveauet for andre tilsvarende reklameydelse.

#### Kontraktsvilkår

Reklameaftaler bør indgås for en kortere periode, f.eks. 1 år, med mulighed for aftalens forlængelse, og således at der som hovedregel betales forud.

#### Kompetence og ansvar

Reklameaftalerne forelægges de stående udvalg til godkendelse.

### **Bilag:**

1. Lov nr. 490 af 7. juni 2006 om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre.
2. Notat af 28. april 2008 om Hjørring kommunes reklamering.