

## Regelsæt for reklamering

De enkelte afdelinger og institutioner i Odsherred Kommune må anvende de kommunale ejendomme og det løsøre, som afdelingen/institutionen råder over, til reklamering for andre, jf. Lov nr. 490 af 7. juni 2006, således:

- Fast ejendom og løsøre kan alene anvendes til brug for reklamering for andre med fagudvalgets godkendelse. Fagudvalget kan i tvivlstilfælde forelægge en aftale for Økonomiudvalget til godkendelse. Eventuelle reklameaftaler vedrørende kommunens administrationscentre *skal* godkendes af Økonomiudvalget.
- Reklamering i idrætsklubbers klublokaler og udendørs på idrætsanlæg m.m. kan fortsat anvendes af de berørte idrætsforeninger. Der er med andre ord ikke tiltænkt en ændring af de før den 1. juni 2006 gældende forhold.
- Den enkelte afdeling/institution må kun reklamere for andre på kommunal ejendom eller løsøre, som udelukkende anvendes af den pågældende afdeling/institution. Hvor der er tale om fællesanvendelse af lokaler og/eller løsøre, må reklamering kun foretages efter skriftlig aftale om betingelser, omfang og økonomi mellem de afdelinger/institutioner, som benytter ejendommen/lokalerne og/eller løsøret.
- Reklameindtægten tilhører afdelingen/institutionen, men skal bogføres i særlig gruppering hertil.
- *Regelsæt for reklamering og Overordnede etiske regler for reklamering* vil blive evalueret senest primo 2009.

## Overordnede etiske regler for reklamering

De nedenstående etiske regler for reklamering i Odsherred Kommune supplerer ovenstående regelsæt for reklamering:

- 1) Den offentlige grundsætning om saglighed i forvaltningen må ikke tilsidesættes i forbindelse med reklamering. Det vil sige, at der ikke må indgås aftaler om anvendelse af kommunal ejendom og løsøre for at varetage usaglige hensyn. Der kan fx ikke stilles betingelser om reklamering eller sponsorering i forbindelse med købsaftaler eller lignende.
- 2) Institutionen/afdelingen kan ikke anvende fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for arbejdsgiverorganisationer, fagforeninger, religiøse bevægelser, politiske partier, politiske bevægelser samt valgte medlemmer eller opstillede kandidater til politiske forsamlinger. Baggrunden er, at reklamering for disse vil kunne virke anstødelig for borgeren og modvirke borgerens oplevelse af, at kommunen fremtræder med den fornødne neutralitet.

- 3) Reklamerings må ikke få et sådant omfang, at afdelingers eller institutioners opgavevaretagelse bliver helt eller delvis afhængig af indtægterne fra reklamerings. Indtægter fra reklamerings skal i den forbindelse primært anvendes til aktiviteter, udstyr eller begivenheder, som ellers vanskeligt ville kunne realiseres og ikke til finansiering af afdelingens eller institutionens grundydelse eller den daglige drift.
- 4) Reklamerings må ikke have et sådant omfang, at produkters eller firmaers navne fremtræder mere klart eller dominerende end kommunens, afdelingens eller institutionens navn.
- 5) Der anbefales konkret stillingtagen og tilbageholdenhed med hensyn til firmaer eller organisationer, som beskæftiger sig med politiske, religiøse, seksuelle eller racemæssige emner. Når reklamerings for disse firmaer eller organisationer ikke helt udelukkes, skyldes det visse velgørende organisationers arbejde med disse emner, fx Aids-fondet, Folkekirkens Nødhjælp m.m.
- 6) Der gælder et generelt forbud mod at reklamere for tobak og alkohol eller for firmaer, der producerer sådanne produkter.
- 7) Der skal udvises ekstra tilbageholdenhed med hensyn til direkte eller indirekte reklamerings over for børn og unge, jf. Forbrugerombudsmandens vejledning *Børn, unge og markedsføring*, juli 2006.