

Kommunaludvalget  
L 136 - Bilag 1  
Offentligt

Folketingets Kommunaludvalg

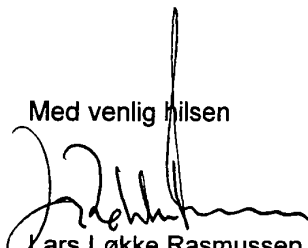

MOBTAGE  
26 JAN. 2006  
10.15  
Den Centrale Indlevering

Dato: 26 JAN. 2006  
Kontor: Stabsenheden  
J.nr.: 2005-21000-3  
Sagsbeh.: DSI

1. Vedlagt fremsendes i 5 eksemplarer høringsnotat til Folketingets Kommunaludvalg om forslag til lov om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre.

Endvidere fremsendes de indkomne hørings svar.

Med venlig hilsen

  
Lars Løkke Rasmussen /   
Inger Mogensén

## **Indenrigs- og Sundhedsministeriet**

Dato: 24. januar 2006  
Kontor: Stabsenheden  
J.nr.: 2005-210003-3  
Sagsbeh.: DSI  
Fil-navn: reklamer høringsnotat

### **Høringsnotat til Folketingets Kommunaludvalg om Forslag til lov om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre**

#### **Modtagne hørings svar**

Indenrigs- og Sundhedsministeriet har modtaget i alt 18 hørings svar.

Følgende myndigheder og organisationer (i alt 11) har afgivet bemærkninger:

Advokatrådet, Centralforeningen af Taxiforeninger i Danmark, Danske Busvognmænd, Forbrugerombudsmanden, Forbrugerrådet, Funktionærernes og Tjenestemændenes Fællesråd FTF, KL, Konkurrencestyrelsen, Kommunale Tjenestemænd og Overenskomstansatte (KTO), Landsorganisationen i Danmark (LO), Xenia Skandinavia/Mobil Marketing ApS.

Følgende (i alt 7) har meddelt, at de ikke har bemærkninger til lovforslaget:

Amtsrådsforeningen, Dansk Arbejdsgiverforening, Datatilsynet, Foreningen af Statsautoriserede Revisorer, Foreningen Registrerede Revisorer FRR, HTS – Handel, Transport og Serviceerhvervene, Kommunernes Revision.

Følgende (i alt 10) har ikke afgivet hørings svar:

Dansk Handel og Service, Dansk Industri, Dansk Marketing Forum, Det Kommunale Kartel, Foreningen Danske Revisorer, HK Handel, ICC Danmark, Hovedstadens Udviklingsråd, Hovedstadens Sygehusfællesskab, Håndværksrådet.

#### **Bemærkninger til lovforslaget**

I det følgende foretages en tværgående gennemgang af de politisk centrale forslag til ændringer af lovforslaget, som er fremkommet i hørings svarene.

Det skal bemærkes, at ud over de punkter, der omtales i det følgende, er der – på baggrund af høringsrunden og ministeriets egen kvalitetssikring af lovforslaget – indarbejdet en række mere tekniske, herunder lovtekniske ændringer i lovforslaget i forhold til det udkast til lovforslag, der blev sendt i høring den 9. december 2005.

Hørings svarene til de enkelte områder gennemgås tematisk nedenfor.

#### **1. Overordnede bemærkninger til lovforslaget**

Forbrugerombudsmanden anfører, at det er centralt at fastholde, at kommuner og regioner alene kan sælge reklameplads på fast ejendom og løsøre, som benyttes til fakultative opgaver, således at borgerne ikke påtvinges reklamering i forbindelse med ydelser, som de ikke har en reel mulighed for at fravælge.

Forbrugerrådet finder, at det er uheldigt, at lovforslaget indebærer, at adgangen for kommuner og regioner til at benytte fast ejendom og løsøre som reklamesøjler bliver udvidet. Det skyldes, at der i forvejen er en overflod af reklamer i samfundet. Forbrugerrådet anfører i den forbindelse, at det er helt afgørende, at begrænsningen i lovforslaget om, at det alene er fast ejendom og løsøre, som anvendes i forbindelse med fakultative opgaver, som kan benyttes som reklamesøjler, fastholdes.

KL's bestyrelse har den 25. november 2005 tilsluttet sig principperne bag det foreliggende lovforslag, og KL har på den baggrund i sit høringssvar anbefalet, at lovforslaget fremsættes.

LO finder, at det er positivt, at der med lovforslaget forsøges at skabe klarhed og entydighed om, hvilke vilkår og betingelser der skal gælde for kommuners og regioners brug af fast ejendom og løsøre til reklamering.

Xenia Skandinavia/Mobil Marketing ApS bifalder, at lovforslaget indeholder nogle klare retningslinier for kommuners og regioners adgang til at reklamere for andre.

## **2. Forslag om at udvide adgangen til at anvende løsøre, der er placeret i en bygning, der overvejende anvendes med henblik på løsning af en obligatorisk opgave, til brug for reklamering for andre**

Xenia Skandinavia/Mobil Marketing ApS finder, at lovforslaget bør udvides, således at det alene er løsøre, der anvendes som et nødvendigt led i varetagelsen af obligatoriske opgaver, som ikke kan anvendes til reklamefinansiering.

Selskabet anfører, at det foreliggende udkast til lovforslag vil indebære, at det ikke vil være lovligt at sælge reklameplads på eksempelvis kørestole på sygehuse, der bruges af borgere, som ikke er så svage, at de er berettigede til en kørestol, samt legetavler med reklameskilt opsat i venteværelse i den kommunale tandpleje. Endvidere anfører selskabet, at det ikke vil være lovligt for en kommune eller region at sælge reklameplads på en vandmaskine, der er opsat i gangarealet på en skole eller et sygehus.

### Bemærkninger:

Med lovforslaget får kommuner og regioner alene adgang til at bruge fast ejendom og løsøre, der anvendes til løsningen af såkaldte fakultative opgaver, til reklamering for andre, jf. lovforslagets § 2, stk. 1.

Fast ejendom og løsøre, som overvejende anvendes med henblik på løsningen af opgaver, som kommunalbestyrelsen henholdsvis regionsrådet er forpligtet til at varetage (obligatoriske opgaver), kan således ikke anvendes til brug for reklamering for andre.

Løsøre, der er placeret i en bygning, der overvejende anvendes til løsning af en obligatorisk opgave, eksempelvis en skole eller et sygehus, vil ikke kunne anvendes til brug for reklamering for andre. Dette gælder uanset, om løsøret direkte anvendes i forbindelse med løsningen af den obligatoriske opgave – eksempelvis på operationsstuen – eller om et løsøre er opstillet på sygehusets område. Baggrunden herfor er hensynet til borgernes ønsker om ikke at blive udsat for reklamering i forbindelse med ydelser, de har krav på at få stillet til rådighed.

Det er ministeriets opfattelse, at det vil være vilkårligt, hvis vandmaskiner, der f.eks. er placeret i skolebygningen, kan anvendes til reklamering, men ikke væggene i det lokale, hvor maskinen er placeret.

Det bemærkes, at hvis virksomheder ønsker at opstille f.eks. gratis vandmaskiner, kan kommunalbestyrelsen henholdsvis regionsrådet opfylde sin del af aftalen ved brug af fast ejendom og løsøre, der anvendes til løsningen af fakultative opgaver. Kommunalbestyrelsen kan f.eks. sælge reklameplads på kommunens idrætsanlæg til de virksomheder, der har betalt for vandmaskiner til folkeskoleeleverne.

Efter ministeriets opfattelse skal lovforslagets afgrænsning fastholdes, hvorefter det ikke kun er løsørets anvendelse, men også løsørets placering, der er afgørende for, om et løsøre kan anvendes til brug for reklamering.

*På denne baggrund har høringssvaret ikke givet anledning til ændringer i lovforslaget. Der er alene foretaget en præcisering af bemærkninger til § 2, stk. 1, således at det klart fremgår, at løsøre, der er placeret i en bygning, der overvejende anvendes til en obligatorisk opgave, ikke kan anvendes til brug for reklamering for andre.*

### **3. Forslag om at begrænse adgangen til at anvende køretøjer til brug for reklamering for andre, jf. lovforslagets 2, stk. 2**

Forbrugerombudsmanden anfører, at det ikke bør være muligt at sælge reklameplads på eksempelvis køretøjer, der anvendes af den kommunale hjemmehjælp, idet disse køretøjer må betragtes som en fuldt integreret del af den obligatoriske hjemmehjælpsydelse, ligesom de vil være en integreret del af det indtryk, der efterlades hos borgeren på dennes bopæl.

Det er således Forbrugerombudsmandens opfattelse, at der for sådanne fuldt integrerede ydelser er de samme hensyn at tage til neutralitet og saglighed for kommuners og regionsråds opgavevaretagelse, som har begrundet undtagelsen vedrørende de øvrige obligatoriske ydelser. Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse gør dette sig ikke mindst gældende for

ydelse, der – som for eksempel hjemmehjælp – indebærer et særligt afhængighedsforhold for borgeren.

KTO finder, at køretøjer, der anvendes til hjemmehjælp og til andre udkørende opgaver, er et nødvendigt led i varetagelsen af den obligatoriske opgave at yde hjemmehjælp. Reklamer på sådanne køretøjer kan efter KTO's opfattelse virke krænkende både for medarbejdere og brugere på samme måde, som reklamer på ansattes beklædning, hvorfor det ikke bør være omfattet af lovforslaget.

#### Bemærkninger:

Det fremgår af § 2, stk. 2, i det lovforslag, der blev sendt i høring, at køretøjer kan bruges til reklamering for andre, medmindre køretøjerne overvejende anvendes til personbefordring som et nødvendigt led i varetagelsen af opgaver, som kommunalbestyrelsen eller regionsrådet efter lovgivningen er forpligtet til at varetage.

Som angivet i bemærkningerne til bestemmelsen indebærer bestemmelsen, at køretøjer, der anvendes af den kommunale hjemmehjælp, skal kunne anvendes til brug for reklamering for andre, idet disse køretøjer ikke er et nødvendigt led i opgavevaretagelsen.

Det er efter en fornyet overvejelse Indenrigs- og Sundhedsministeriets opfattelse, at køretøjer, der overvejende anvendes til personbefordring som led i løsning af en obligatorisk opgave, ikke skal kunne anvendes til brug for reklamering – lige så lidt som løsøre, der i øvrigt anvendes som led i løsning af en obligatorisk opgave. Det indebærer eksempelvis, at køretøjer, der anvendes af den kommunale hjemmehjælp, ikke kan anvendes til brug for reklamering.

*Høringssvarene er imødekommet på dette punkt, og lovforslagets § 2, stk. 2, er ændret i overensstemmelse hermed.*

#### **4. Færdselssikkerhedsmæssige aspekter af reklamefinansierede køretøjer**

Centralforeningen af Taxiforeninger i Danmark er positivt stemt over for, at kommuner og regioner får adgang til at benytte sig af reklamefinansierede køretøjer, der ikke benyttes til personbefordring, f.eks. i forbindelse med varetagelse af vejvæsens- og renovationsopgaver.

Foreningen er imidlertid bekymret over for, at kommuner og regioner får øget adgang til at benytte reklamefinansierede køretøjer til brug for personbefordring. Baggrunden herfor er, at det er foreningens opfattelse, at den øgede adgang kan få uheldige konsekvenser for færdselssikkerheden for passagerne, ligesom kommuner og deres institutioner ofte ikke er opmærksomme på reglerne for benyttelse af bilerne.

Danske Busvognmænd anfører, at det ud fra en færdselssikkerhedsmæssig synsvinkel ikke er hensigtsmæssigt, at lovforslaget vil indebære en øget brug af reklamefinansierede busser i kommunerne. Baggrunden herfor er, at kommunerne ikke vil være underlagt samme strenge regler for erhvervsmæssig kørsel som professionelle vognmænd og chauffører, idet kommunen og dens institutioner vil udføre ikke-erhvervsmæssig kørsel. Kommunen vil eksempelvis ikke være forpligtet til at overholde køre- og hviletidsreglerne.

Bemærkninger:

Lovforslaget ændrer ikke ved, at kommuners og regioners anvendelse af busser til kørsel – ligesom i dag – skal ske under overholdelse af den relevante lovgivning.

Reglerne om buskørsel er fastsat i lov om buskørsel (busloven), jf. lovbekendtgørelse nr. 107 af 19. februar 2003, og i busbekendtgørelsen (bekendtgørelse nr. 11 af 5. januar 2005 om buskørsel).

Spørgsmålet om, hvorvidt lovgivningens regler om kommuners og regioners buskørsel er tilstrækkelige, henhører under transport- og energiministerens.

Færdselsstyrelsen har oplyst, at reklamefinansierede busser vil udføre ikke-erhvervsmæssig buskørsel og være omfattet af de samme bestemmelser, som gælder for de øvrige busser, der anvendes til ikke-erhvervsmæssig buskørsel. Der knytter sig således efter Færdselsstyrelsens opfattelse ikke særlige færdselssikkerhedsmæssige problemer til reklamefinansierede busser.

*På den baggrund har de pågældende høringssvar ikke givet anledning til ændringer i lovforslaget.*

## **5. Økonomiske konsekvenser af lovforslaget for erhvervslivet**

Centralforeningen for Taxiforeninger i Danmark anfører, at forslaget kan have store økonomiske konsekvenser for en stor del af taxibranchen, idet den kørsel, som bliver foretaget med kommunale busser m.v., giver mindre kørsel til de lokale taxivognmænd, som dermed er i fare for at måtte lukke.

Danske Busvognmænd anfører, at når der fra kommunal side er fremsat et ønske om at kunne reklamefinansiere busser, er det bl.a., fordi det er dyrt at anskaffe og drive en bus. Organisationen anfører endvidere, at de kommunale institutioner ikke efter foreningens opfattelse vil udnytte de reklamefinansierede busser optimalt, hvorfor busserne vil stå stille en stor del af tiden. Institutionsbusserne kan derfor være med til at skabe et samfundsøkonomisk tab i form af mindre virksomme, reklamefinansierede busser.

Bemærkninger:

På baggrund af en udtalelse herom fra Erhvervs- og Selskabsstyrelsens Center for Kvalitet i ErhvervsRegulering er det efter en fornyet overvejelse ministeriets opfattelse, at lovforslaget vurderes at medføre strukturelle erhvervsøkonomiske konsekvenser for erhvervslivet. Strukturelle erhvervsøkonomiske konsekvenser vedrører virksomhedernes evne til at skabe vækst og velstand.

Lovforslaget vurderes at indeholde positive strukturelle økonomiske konsekvenser for virksomheder, der ønsker at reklamere, idet udbudet af reklamepladser vil blive udvidet. Lovforslaget vurderes samtidig at indeholde negative strukturelle økonomiske konsekvenser for virksomheder, der formidler reklamer, idet konkurrencen på markedet vil blive forøget.

Lovforslagets positive og negative strukturelle erhvervsøkonomiske konsekvenser må på den baggrund antages at opveje hinanden.

*På denne baggrund er ovenstående blevet præciseret i afsnit 6 i de almindelige bemærkninger.*

## **6. Forbud mod reklamering for arbejdsgiverorganisationer og fagforeninger, jf. lovforslagets § 3**

LO kan ikke støtte, at kommuner og regioner ifølge § 3 ikke kan anvende fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for faglige organisationer og arbejdsgiverorganisationer.

LO finder, at det er en urimelig begrænsning, ligesom organisationen undrer sig over, at lovforslaget i den forbindelse tager udgangspunkt i den mest restriktive lovgivning omkring reklamering i fjernsyn. LO mener ikke, at der er sagligt belæg for at udvide den restriktive bestemmelse, der alene vedrører reklamering i fjernsyn, til alle nuværende og kommende muligheder for reklamering i den kommunale sektor.

LO anfører endvidere, at faglige organisationer som følge af lovforslagets § 3 eksempelvis vil få frataget muligheden for at reklamere i en kommunal udgivelse om arbejdsmiljøproblemer, som er henvendt til kommunens medarbejdere. På den baggrund er det LO's opfattelse, at lovforslagets § 3 vil føre til, at de faglige organisationer og arbejdsiverorganisationer bliver udelukket fra en række samfundsrelevante opgaver.

LO anfører tillige, at faglige organisationer som følge af lovforslagets § 3 vil være udelukkede fra at benytte bandereklamer på kommunale idrætsanlæg. Det er LO's umiddelbare vurdering, at LO som følge af lovforslagets § 3 ikke længere kan udgive undervisningsmaterialer, som folkeskolerne i dag bruger til undervisning i arbejdsmarkedsforhold og erhvervsforberedende opgaver.

Xenia Skandinavia/Mobil Marketing ApS anfører, at fagforeninger ikke er partipolitiske mere, hvorfor de bør ligestilles med andre virksomheder.

### Bemærkninger:

Bestemmelsen i lovforslagets § 3 indebærer, at kommunalbestyrelser og regionsråd ikke kan anvende fast ejendom og løsøre til brug for reklamer for arbejdsgiverorganisationer, fagforeninger, religiøse bevægelser, politiske partier, politiske bevægelser samt valgte medlemmer eller opstillede kandidater til politiske forsamlinger. Baggrunden herfor er, at reklamer for disse vil kunne virke anstødelig for borgeren og modvirke borgerens oplevelse af, at kommunalbestyrelser og regionsråd fremtræder med den fornødne neutralitet, jf. afsnit 3.3. i de almindelige bemærkninger. Det bemærkes, at der er en tilsvarende betingelse i § 76, stk. 3, i lov om radio- og fjernsynsvirksomhed.

Bestemmelsen i lovforslagets § 1 indebærer, at loven alene skal finde anvendelse, medmindre andet er bestemt i lovgivningen. Det indebærer blandt andet, at kommunernes allerede eksisterende adgang til at sælge reklameplads i form af bandereklamer på idrætsanlæg med hjemmel i kommunalfuldmagtsreglerne ikke berøres af lovforslaget.

Som angivet i bemærkningerne til lovforslagets § 1 forstås ved reklamer enhver form for kommunikation til en ubestemt flerhed af personer med det formål at gøre opmærksom på et produkt eller en tjenesteydelse for at få folk til at købe det pågældende produkt eller den pågældende tjenesteydelse. Folkeskolers brug af undervisningsmaterialer, udarbejdet af faglige organisationer, til undervisning i arbejdsmarkedsforhold og erhvervsforberedende opgaver, er således ikke omfattet af lovforslaget.

*På denne baggrund har de pågældende høringssvar ikke givet anledning til ændringer i lovforslaget.*

### **7. Forslag om, at lovforslaget, herunder navnlig lovforslagets § 4 om forbud mod reklamer på ansattes beklædning, skal gælde for private institutioner**

FTF foreslår, at lovforslagets § 4 ændres således, at kommunalbestyrelser og regionsråd endvidere ikke kan anvende ansattes beklædning til brug for reklamer for andre i de tilfælde, hvor kommunalbestyrelsen eller regionsrådet har overladt det til private institutioner at udføre den pågældende opgave. Det er FTF's opfattelse, at lovforslaget generelt skal gælde for private institutioner, når de f.eks. ved udlicitering udfører opgaver for kommuner og regioner.

KTO foreslår, at forbuddet mod anvendelse af ansattes beklædning til reklamer for andre udvides til også at omfatte ansatte i privatorganiserede institutioner m.v. i det omfang, institutionen er omfattet af forvaltningsloven og begrebet "offentlig forvaltning". Efter KTO's opfattelse gør hensynet til neutralitet og saglighed sig også gældende for denne type virksomhed.

LO anfører, at det er positivt, at lovforslaget betyder, at de kommunalt og regionalt ansattes beklædning ikke kan bruges til reklamer for andre.



Efter organisationens opfattelse er det imidlertid problematisk, at der ikke er et tilsvarende forbud mod reklamer på ansattes beklædning, hvis en opgave udliciteres til private virksomheder, idet dette vil føre til en skævhed i konkurrencen mellem den private og offentlige sektor.

#### Bemærkninger:

Det fremgår af bemærkningerne til § 1, at lovforslaget ikke vedrører reklamering ved brug af fast ejendom og løsøre, som andre end kommuner eller regioner har rådighed over. Dette gælder også for ansatte.

Det fremgår endvidere af bemærkningerne til § 1, at lovforslaget ikke gælder institutioner og selskaber mv., der er organiseret på privatretligt grundlag. Formålet med lovforslaget er at give kommunalbestyrelser og regionsråd en bredere adgang til supplerende finansiering af de opgaver, kommuner og regioner i forvejen varetager. Det er ikke hensigten at regulere privates anvendelse af reklamefinansiering.

*På denne baggrund har de pågældende høringsvar ikke givet anledning til ændringer i lovforslaget.*

### **8. Forholdet til anden lovgivning**

#### **8.1. Forholdet til markedsføringsloven**

Forbrugerrådet opfordrer til, at lovforslaget undtager reklamering på offentlige steder, hvor der primært færdes børn og unge. Et alternativ kunne være at stille krav til reklamens indhold og således sikre, at der ikke opsættes reklamer som indholdsmæssigt henvender sig direkte til børn og unge.

Forbrugerrådet finder endvidere, at det vil være formålstjenligt, hvis der bliver udarbejdet nogle retningslinier om indgåelse af aftaler i forbindelse med reklamefinansiering som supplement til det fremlagte lovforslag. Retningslinierne bør have særlig fokus på saglighed og etik og dermed sikre, at borgerne ikke krænkes ved den øgede brug af reklamer i hverdagsbilledet.

#### Bemærkninger:

Lovforslagets § 5 indebærer, at kommunalbestyrelser og regionsråd ikke kan anvende fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre, hvis reklameringen ikke er i overensstemmelse med markedsføringsloven eller anden lovgivning.

Bestemmelsen indebærer, at kommunalbestyrelser og regionsråd er forpligtede til at iagttage eksempelvis markedsføringsloven i forbindelse med den omhandlede anvendelse af fast ejendom og løsøre. Såfremt en påtænkt anvendelse af fast ejendom og løsøre vil være i strid med sådan lovgivning, er kommunalbestyrelsen eller regionsrådet således afskåret fra at

lade fast ejendom og løsøre anvende til brug for reklamering med hjemmel i denne lov.

Kommunalbestyrelsen eller regionsrådet kan lade det indgå som kontraktvilkår i den aftale, der ligger til grund for anvendelsen af fast ejendom og løsøre, at reklameringen ikke må være i strid med eksempelvis markedsføringsloven, således at aftalen kan opsiges i tilfælde af, at reklameringen viser sig at være i strid hermed.

De regler, som kommunalbestyrelsen eller regionsrådet skal iagttage i denne forbindelse, er bl.a. bestemmelserne i markedsføringsloven (lov nr. 1389 af 21. december 2005).

Markedsføringsloven stiller generelt krav om, at markedsføring skal overholde god skik, jf. lovens § 1, ligesom markedsføringen ikke må overtræde lovens generelle forbud mod vildledning og utilbørlige fremgangsmåder samt lovens specialforbud.

Ifølge markedsføringslovens § 8, stk. 1, skal markedsføring rettet mod børn og unge være udformet med særlig hensyntagen til børn og unges naturlige godtroenhed og manglende erfaring og kritiske sans, som bevirker, at de er lette at påvirke og nemme at præge.

Det bemærkes, at Indenrigs- og Sundhedsministeriet vil overveje et eventuelt behov for udarbejdelse af vejledning om lovforslagets regler, jf. Forbrugerrådets forslag herom.

*Der er således allerede i lovforslaget taget højde for høringssvaret.*

## **8.2. Forholdet til konkurrencelovgivningen**

Konkurrencestyrelsen foreslår, at formidling af reklameopgaver konkurrenceudsættes gennem pligt til at udbyde opgaverne på gennemsigtige, objektive og ikke-diskriminerende vilkår. Konkurrencestyrelsen anfører i den forbindelse, at der allerede i dag findes private virksomheder, der varetager kontakten mellem kommuner og erhvervsdrivende m.m. med henblik på udnyttelse af offentligt ejede aktiver som reklameplads. Formidlingsopgaver bør efter Konkurrencestyrelsens opfattelse i videst muligt omfang tilrettelægges således, at konkurrencen på dette marked ikke forringes. Konkurrencestyrelsen bemærker endvidere, at hvor tærskelværdierne i udbudsdirektiverne overskrides, skal disse bestemmelser samt de EU-retlige principper om ligebehandling, forhandlingsforbud og gennemsigtighed iagttages.

Konkurrencestyrelsen foreslår endvidere, at det i lovforslaget præciseres, at ejendomme og løsøre skal stilles til rådighed på rimelige, objektive og ikke-diskriminerende vilkår.

Endelig foreslår Konkurrencestyrelsen, at det nævnes i bemærkningerne, at hvor reklameindtægterne finansierer aktiviteter, der også udføres af pri-

vate, skal dette ske under iagttagelse af konkurrencelovgivningen, herunder reglerne om konkurrenceforvridende statsstøtte.

Bemærkninger:

Bestemmelsen i lovforslagets § 5 indebærer, at kommunalbestyrelser og regionsråd ikke kan anvende fast ejendom og løsøre til brug for reklamer for andre, hvis reklameringen ikke er i overensstemmelse med markedsføringsloven eller anden lovgivningen.

Det fremgår af bemærkningerne til bestemmelsen, at aftaler om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamer for andre skal indgås i overensstemmelse med lovgivningens øvrige regler herom, herunder de konkurrenceretlige udbudsregler. Dette gælder også de EU-retlige principper om ligebehandling, forhandlingsforbud og gennemsigtighed.

Det er Indenrigs- og Sundhedsministeriets opfattelse, at indførelse af en pligt til at udbyde formidling af reklameopgaver vil give unødigt administrativt besvær i en række situationer, f.eks. hvis kommunen modtager en henvendelse fra privatpersoner om reklamer. Der tænkes her på tilfælde, hvor kommunen eksempelvis modtager en henvendelse fra nogle lokale erhvervsdrivende, der vil give penge til en spejderforening mod opsætning af reklameskilt i spejderhuset.

*På denne baggrund har høringssvaret ikke givet anledning til ændringer i lovforslaget.*

### **8.3. Forholdet til grundsætningen om saglighed i forvaltningen**

Advokatrådet opfordrer til, at det indføres i lovtæksten, at grundsætningen om saglighed og neutralitet i forvaltningen skal overholdes, således at det understreges, at det ikke vil være lovligt at betinge opretholdelse af kommunal leverandørstatus af, at pågældende køber reklameplads hos kommunen.

Advokatrådet bemærker endvidere, at der kan opstå habilitetskonflikter ved myndighedsudøvelse i relation til en part, der betaler for reklamer til kommunen. Det er således en generel betænkelighed ved en øget reklamer på offentlige bygninger m.v., at der i højere grad kan opstå uvedkommende hensyn. Det bør derfor sikres, at alle får en rimelig og lige adgang til at reklamere.

Bemærkninger:

Det fremgår af lovforslagets almindelige bemærkninger afsnit 3.5., at den offentligretlige grundsætning om saglighed i forvaltningen bl.a. indebærer, at kommunalbestyrelser og regionsråd i forbindelse med indgåelse af aftaler om anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamer for andre ikke må varetage usaglige hensyn. Det indebærer f.eks., at en kom-

mune ikke lovligt kan betinge indgåelse af en aftale om f.eks. levering af mad til ældre i kommunen af, at leverandøren køber reklameplads på kommunens køretøjer.

Det er efter Indenrigs- og Sundhedsministeriets opfattelse ikke behov for, at regler, der følger af sådanne generelle uskrevne retsgrundsætninger, gentages i loven.

*På denne baggrund giver høringssvaret ikke anledning til ændringer i lovforslaget.*

### **9. Anvendelse af anlæg, der opføres som et offentligt-privat partnerskab (OPP), til brug for reklamering for andre**

Advokatrådet finder, at det bør sikres, at informationstavler m.v. ved OPP-projekter ikke berøres af lovgivningen. Advokatrådet foreslår, at det angives i bemærkningerne, at informationstavler i tilknytning til anlæg, der drives af private på kommunens/regionens vegne, eller som ejes privat, men drives af de offentlige instanser, kan forsynes med skiltning med nødvendig identifikation af den private part, herunder med logo, men uden at det må antage karakter af egentlig reklamering.

#### Bemærkninger:

Lovforslaget regulerer alene kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre. Kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre forudsætter, at kommunen henholdsvis regionen har privatretlig adkomst til at anvende disse til reklamering, jf. bemærkningerne til § 1.

Kommuner og regioner kan således anvende anlæg, der drives af private på kommunens/regionens vegne, eller som ejes privat, men drives af de offentlige instanser, forudsat at kommunen henholdsvis regionen har privatretlig adkomst hertil.

Lovforslaget regulerer ikke privates anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering.

*På denne baggrund er ovenstående blevet præciseret i bemærkninger til § 1.*

### **10. Ikrafttrædelsestidspunktet, jf. lovforslagets § 7**

Xenia Skandinavia/Mobil Marketing ApS foreslår, at § 7 ændres således, at loven træder i kraft efter vedtagelsen dog senest den 1. juli 2006, da kommuner og regioner ønsker, at lovliggørelsen af deres reklamefinansierede køretøjer sker hurtigst muligt, ligesom de ønsker at benytte sig af lovforslagets gode muligheder og intentioner.

#### Bemærkninger:

I Statsministeriets cirkulære nr. 50 af 24. marts 1952 er det anført, at bestemmelser ikke bør sættes i kraft "straks", medmindre det er "bydende nødvendigt". Baggrunden herfor er, at både befolkningen og myndighederne bør have en rimelig tid til at gøre sig bekendt med loven inden dens ikrafttræden.

*Indenrigs- og Sundhedsministeriet finder det ikke bydende nødvendigt at sætte lovforslaget i kraft straks, hvorfor høringssvaret ikke giver anledning til ændringer i lovforslaget.*

- 5 JAN. 2006



Indenrigs- og Sundhedsministeriet  
Slotsholmsgade 10-12  
DK-1216 København K

Att.: Inger Mogensen

KRONPRINSESSEGADE 28  
1306 KØBENHAVN K  
TLF. 33 96 97 98  
FAX 33 36 97 50

DATO: 04-01-2006  
J.NR.: 04-013302-05-2572  
REF.: spi-jac

**Høring over Indenrigs- og Sundhedsministeriets udkast til lovforslag om kommunernes og regionernes anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre (ministeriets j.nr.: 2005-21000-3).**

Ved mail af 15. december 2005 har Indenrigs- og Sundhedsministeriet anmodet om Advokatrådets bemærkninger til ovennævnte udkast.

Udkastet har været forelagt Advokatrådets arbejdsgruppe vedrørende OPP – Offentlige/Private Partnerskaber, hvorefter bemærkes, at udkastet giver Advokatrådet anledning til at fremkomme med følgende bemærkninger:

**Generelle bemærkninger**

Generelt bemærkes, at der kan opstå habilitetskonflikter ved myndighedsudøvelse i relation til en part, der betaler for reklamering til kommunen. Det er således en generel betænkelighed ved en øget reklamering på offentlige bygninger m.v., at der i højere grad kan opstå uvedkommende hensyn. Det bør derfor sikres, at alle får en rimelig og lige adgang til at reklamere.

Det er tilsvarende vigtigt, at der ikke betinges modydelse – f.eks. ved at reklamering er nødvendig for at sikre eller opretholde en kommunal leverandørstatus i andre sammenhænge. Dette følger dog allerede af kravene i bemærkningerne til udkastet om saglighed og neutralitet. Det burde efter Advokatrådets vurdering fremgå af selve lovteksten.

**Bemærkninger i forhold til OPP**

I Danmark har regeringen gennem en årrække arbejdet på at styrke såvel regionernes og kommunernes muligheder for at få løst større bygningsrelaterede opgaver i et offentlig/privat partnerskab (OPP). Partnerskabet er kendetegnet ved, at et anlæg i henhold til en langvarig aftale om benyttelsen/driften med en offentlig part, etableres, finansieres og drives af en privat part, med henblik på løsning af offentlige opgaver.

Im. Stab. j.nr. 2005-21000-3

05 JAN. 2006

Akt.nr. 44 Antal bilag

E-mail: samfund@advocom.dk  
Homepage: www.advokatsamfundet.dk

~~Im. KKT. j.nr.~~

~~05 JAN. 2006~~

~~Akt.nr. Antal bilag~~



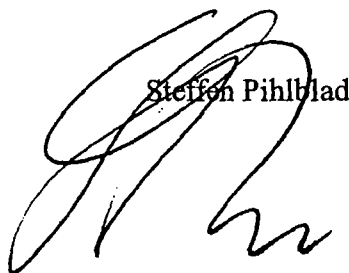
I henhold til bemærkninger til § 1 (udkastets side 9) synes lovforslaget imidlertid ikke nødvendigvis at gælde for sådanne bygninger m.v., i hvert fald ikke, hvis den private part driver anlægget på kommunens/regionens vegne for at løse en offentlig opgave, medmindre der i aftalen sikres en "privatretlig adkomst til at anvende aktivet til reklamering".

Det er næppe hensigtsmæssigt med en forskellig retsstilling, afhængig af om den offentlige opgave organiseres traditionelt eller som OPP. Det er heller ikke hensigtsmæssigt, at lade udkastets generelle angivelse i lovteksten af *fast ejendom m.v.* indskrænkes ved i bemærkningerne alene at angå anlæg m.v., som ejes af kommunen/regionen og som i øvrigt *ikke er udlejet eller overladt* en privat part.

Et OPP-anlæg kunne kræve opsætning af *informationstavler m.v.* om ejerskab, henvendelser ved driftsforstyrrelser og lignende med henvisning til den private part i OPP-aftalen. Sådanne informationstavler m.v. vil kunne få et element af reklamering, men vil omvendt være en naturlig og nødvendig del i et OPP-projekt.

Det bør sikres, at informationstavler m.v. ved OPP-projekter ikke berøres af lovgivningen. Det kunne eventuelt, uden at ændre udkastets ordlyd, angives i bemærkningerne, at informationstavler i tilknytning til anlæg, der drives af private på kommunens/regionens vegne, eller som ejes privat, men drives af de offentlige instanser, kan forsynes med skiltning med nødvendig identifikation af den private part, herunder med logo, men uden at det må antage karakter af egentlig reklamering.

Med venlig hilsen



Steffen Pihlblad

**Dario Silic**

---

**Fra:** Lisbeth Hollmann Wulff

**Sendt:** 12. januar 2006 09:31

**Til:** Dario Silic; Inger Mogensen

**Emne:** Svar fra ARF.

Amtsrådsforeningen, Anders Andersen, oplyser, at ARF ikke har bemærkninger til lovforslaget (2005-21000-3).

Hilsen Lisbeth

Im. Stab. J.nr. 2005-21000-3

12 JAN. 2006

Akt.nr. 49 Antal bilag





# CENTRALFORENINGEN AF TAXIFORENINGER I DANMARK

Vester Skerninge, den 21. december 2005

Indenrigs- og Sundhedsministeriet  
Slotsholmgade 10-12  
1216 København K

Ingået i  
Kommunaleafdelingen

23 DEC. 2005

## Bemærkninger til det fremsatte lovforslag om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre.

Vi har ingen bemærkninger til selve ideen med, at offentlige myndigheder kan benytte sig af reklamefinansiering, men vi har til gengæld bemærkninger, når det drejer sig om reklamering på køretøjer, som benyttes til personbefordring:

Sponsorbiler kan være et udmærket tiltag, når man taler om biler til f.eks. vejvæsenet, rensningsanlæg m.m. Hvorfor ikke lade erhvervslivet deltage i finansieringen af de lokale offentlige opgaver på denne måde, når kun en forsvindende lille del af deres eventuelle skattebetaling havner i de kommunale kasser.

Når bilerne imidlertid skal bruges til transport af personer, stiller sagen sig noget anderledes. Her kigger kommunerne kun på det økonomiske aspekt i sagen og glemmer hermed fuldstændig sikkerheden for passagererne.

Når man skal have tilladelse til at køre taxi eller bus, skal man gennem et længere uddannelsesforløb. Først for at få selve erhvervskørekortet og derefter et kvalifikationskursus for at få førerkortet. I begge uddannelser indgår førstehjælpskurser samt kursus i at omgås forskellige passagertyper. Når det offentlige udbyder opgaver med transport af syge og handicappede, stiller de mange gange krav om, at chaufførerne skal have førstehjælpskurser samt kursus i transport af handicappede.

Når kommunens institutioner så får egen bus (sponsorbil), så ser man stort på alle disse krav, og enhver antagelse om at kan få lov til at køre med passagerer. Dette har i årenes løb betydet ikke så få uheld med tragiske følger. Senest i maj måned i år, hvor en blev dræbt og fem såret, da en bus fra en handicapinstitution på Sjælland forulykkede. Ulykken skete, da den urutinerede fører under kørselen ville rette på en af de handicappede, som han mente sad forkert. En situation som en uddannet chauffør sandsynligvis havde taklet på en måde, som havde været mere trafikikkerhedsmæssigt korrekt.

Kommunerne og deres institutioner er heller ikke opmærksomme på, at der gælder bestemte regler for benyttelsen af disse biler. Når en institutionsleder således udtaler: "Den bus betyder meget for beboerne. De er utrolig glade for den. Den bruges til lægebesøg, til ture i sommerlandet, og det er sådan, at beboere og pårørende kan leje den.....". Så er der tale om en benyttelse af bussen, som er klart i modstrid med loven!

Im. 9. okt. 2005 - 2/000 - 3

23 DEC. 2005

Akt.nr. 33 Antal bilag

Fåborgvej 27 C, 5762 Vester Skerninge  
Telefon 6224 4055 - Telefax 6224 4058  
Email: post@cat-taxi.dk - Hjemmeside: www.cat-taxi.dk



## CENTRALFORENINGEN AF TAXIFORENINGER I DANMARK

I bemærkningerne til lovforslaget pkt. 6 er det anført, at "lovforslaget skønnes ikke at have økonomiske eller administrative konsekvenser for erhvervslivet".

Heri er vi helt uenige, idet forslaget kan have store økonomiske konsekvenser for en stor del af taxibranchen, idet den kørsel, som bliver foretaget med kommunale busser m.v., giver mindre kørsel til de lokale taxivognmænd, som dermed er i fare for at måtte lukke.

Kommunerne ser jo gerne, at der opretholdes en vis forsyningssikkerhed med hensyn til taxi i nærområdet. Men efterhånden som kommunerne selv påtager sig kørselen, eller udliciterer denne til store busselskaber, trækker de eksistensgrundlaget væk under de lokale taxivognmænd, idet man uden for de større byer ikke kan leve af de få almindelige taxiture, som er i det daglige.

Med venlig hilsen

Eigil Christiansen  
forretningsfører

Fåborgvej 27 C, 5762 Vester Skerninge  
Telefon 6224 4055 - Telefax 6224 4058  
Email: [post@cat-taxi.dk](mailto:post@cat-taxi.dk) - Hjemmeside: [www.cat-taxi.dk](http://www.cat-taxi.dk)

**Kathrine Margrete Grølsted**

---

**Fra:** Gitte Merete Nagel [GMN@da.dk] på vegne af Dansk Arbejdsgiverforening [DA@da.dk]  
**Sendt:** 12. december 2005 13:15  
**Samtale:** Høring vedrørende udkast til lovforslag om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre  
**Sendt til:** Kontorpostkasse Stabsenheden  
**Emne:** SV: Høring vedrørende udkast til lovforslag om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre

Under henvisning til det til DA fremsendte høringsbrev af den 9. december 2005 vedrørende udkast til lovforslag om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre skal vi oplyse, at sagen falder uden for DA's virkefelt, og at vi under henvisning hertil ikke ønsker at afgive bemærkninger.

Med venlig hilsen

Nils Trampe, sekretariatschef

---

**Fra:** Inger Mogensen [mailto:IKM@im.dk] På vegne af Kontorpostkasse Stabsenheden  
**Sendt:** 9. december 2005 16:16  
**Til:** Amtsrådsforeningen i Danmark; Dansk Arbejdsgiverforening; dhs@dhs.dk; db@db-dk.dk; di@di.dk; dmf@d-m-f.dk; dt@datatilsynet.dk; dkk@dkk.dk; fbr@fbr.dk; forbrugerombudsmanden@fs.dk; fsr@fsr.dk; fdr@fdr.dk; frr@frr.dk; ftf@ftf.dk; handel@hk.dk; hts@hts.dk; mail@iccdanmark.dk; Hovedstadens Udviklingsråd; hs@hs.dk; hs-direktionen@hsp.hosp.dk; hvri@hvri.dk; Kommunernes Landsforening; kto@kto.dk; kr@kr.dk; Konkurrencestyrelsen - SD; lo@lo.dk; Departementer - Distributionsliste  
**Emne:** Høring vedrørende udkast til lovforslag om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre

Im. Stab. j.nr. 2005-21000-3

12 DEC. 2005

Akt.nr. 24 Antal bilag

12-12-2005

DSI  
(Kopi  
til HØJ  
og IUT)Indgået i  
KommunalafdelingenIndenrigsministeriet  
Slotsholmsgade 10-12  
DK-1260 København K- 2 JAN. 2006  
2.

Im. Stab. J.nr.

Dato 19. december 2005

Deres ref.

Vores ref. k-4222/60 lr

21 522 700

Akt.nr. 35 Antal bilag

**Vedr. Lov om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom til brug for reklamering for andre (Sponsorbusser)**

Danske Busvognmænd skal hermed afgive sine bemærkninger til udkast til lovforslag om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom.

Baggrunden for lovforslaget er et konkret ønske fra en række kommuner om at kunne finansiere visse kommunalt drevne busser ved hjælp af reklamer (Sponsorbusser).

Lovforslaget giver en generel mulighed for at anvende fast ejendom og løsøre til reklamering for andre, men det er usikkert på hvilke områder og i hvilket omfang denne mulighed vil blive benyttet ud over de benævnte busser. Danske Busvognmænds bemærkninger vedrører de færdselssikkerhedsmæssige og økonomiske problemer, der knytter sig til sponsorbusserne.

**Færdselssikkerhed**

Efter busloven har man en opdeling af erhvervsmæssig og ikke-erhvervsmæssig buskørsel. Kort fortalt er den erhvervsmæssige kørsel den, som professionelle vognmænd og chauffører udfører. Kørsel der udføres af kommunale institutioner/foreninger med egne beboere eller visiterede borgere er ikke-erhvervsmæssig.

Det er værd at lægge mærke til, at der ikke gælder samme regler for de to forskellige former for kørsel. Som eksempel kan vi oplyse, at køre- og hviletidsreglerne, der er med til at sikre chaufførens pauser og hvil under kørsel, ikke gælder, når der er tale om ikke-erhvervsmæssig kørsel. Det vil endvidere ofte være sådan, at chaufføren i en institutionsbus er en person, der har erhvervet stort kørekort f.eks. i forbindelse med militærtjeneste og ikke har overbygningen til erhvervsmæssig personbefordring. Dernæst vil chaufføren ikke have den samme daglige rutine med buskørsel som en professionel chauffør.

Fra en færdselssikkerhedsmæssig synsvinkel er det derfor svært at se en fornuftig og sammenhængende linie i regeringens politik, når man tænker på de endog kraftige opstramninger, som den erhvervsmæssige kørsel har været udsat for det sidste års tid.

### *Økonomiske konsekvenser*

Når der fra kommunal side er fremsat et ønske om at kunne reklamefinansiere busanskaffelserne er det bl.a. fordi, det er en bekostelig affære at anskaffe og drive en bus. Det ved alle busvognmænd og et væsentligt element i driften af en busvirksomhed – som enhver anden virksomhed - er derfor at udnytte produktionsmateriellet så godt som muligt. Danske Busvognmænds kendskab til kommunale institutioners anvendelse af busser er, at bussernes udnyttelsesgrad er beskeden. De tilbringer meget tid i garagen eller på gårdspladsen. Uanset om bussen finansieres af skattekrone eller sponsorkrone kan institutionsbusserne derfor være med til at skabe et samfundsøkonomisk tab i form af mindre virksomme, reklamefinansierede busser.


### *Konklusion*

Som nævnt hersker der usikkerhed om, på hvilke områder og i hvilket omfang, adgangen til at reklamefinansiere fakultative kommunale aktiviteter vil blive brugt. På det område, hvor vi ved, at lovgivningen vil få en effekt – sponsorbuserne – mener Danske Busvognmænd til gengæld, at loven bidrager til en forringelse af såvel færdselssikkerheden og samfundsøkonomien. Det fremgår af lovforslagets bemærkninger, at der skal bringes fokus på de effektiviseringsmuligheder, der ligger i samarbejde mellem private og det offentlige. I sponsorbusernes tilfælde er der efter Danske Busvognmænds opfattelse alene tale om en effektivisering af private reklamebureauers adgang til at sælge reklameplads, og forbedret mulighed for subsidier til en ineffektiv kommunal busdrift – netop uden at samarbejde med det private.

I det lys skal vi opfordre Indenrigsministeren til ikke at fremsætte lovforslaget for Folketinget førend de trafiksikkerhedsmæssige og økonomiske konsekvenser af lovforslaget er blevet tilstrækkeligt belyst. Derudover er der efter Danske Busvognmænds opfattelse behov for en mere tilbunds gående undersøgelse af, hvilke områder sponsoreren ellers kunne komme på tale og med hvilke utilsigtede konsekvenser.

Vi står naturligvis til rådighed for et møde om uddybning af vores synspunkter i spørgsmålet.

Med venlig hilsen



Steen Bundgaard  
Direktør

JJ

Indenrigs- og Sundhedsministeriet  
(12-18-86-68)  
Slotsholmsgade 10-12  
1216 København K

Sendt til: [ikm@im.dk](mailto:ikm@im.dk) og [im@im.dk](mailto:im@im.dk)

23. december 2005

Datatilsynet  
Borgergade 28, 5.  
1300 København K

CVR-nr. 11-88-37-29

Telefon 3319 3200  
Fax 3319 3218

E-post  
[dt@datatilsynet.dk](mailto:dt@datatilsynet.dk)  
[www.datatilsynet.dk](http://www.datatilsynet.dk)

J.nr. 2005-112-0266  
Sagsbehandler  
Anne Broberg  
Rasmussen  
Direkte 3319 3223

**Vedrørende høring over udkast til forslag til lov om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre**

Ved e-post af 9. december 2005 har Indenrigs- og Sundhedsministeriet anmodet om Datatilsynets eventuelle bemærkninger til udkast til forslag til lov om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre.

Datatilsynet har ingen bemærkninger til lovforslaget.

Med venlig hilsen

Anne Broberg Rasmussen

Im. Stab. J.nr.

23 DEC. 2005

Akt.nr. 3/ Antal bilag



MINISTERIET FOR FAMILIE-  
OG FORBRUGERANLIGGENDER

Forbrugerstyrelsen

Indenrigs- og Sundhedsministeriet  
Slotsholmsgade 10-12  
1216 København K

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

5. januar 2006  
Sag 1100/5-547 CHR/CHR

### Høring vedrørende udkast til lovforslag om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre

Forbrugerombudsmanden har ved e-mail af 9. december 2005 modtaget ministeriets anmodning om Forbrugerombudsmandens bemærkninger til det vedhæftede udkast til lovforslag om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre.

Af lovforslagets almindelige bemærkninger afsnit 1 fremgår det, at formålet med lovforslaget er at give kommunalbestyrelser og regionsråd en bredere adgang til supplerende finansiering af de fakultative opgaver, kommuner og regioner i forvejen varetager, når dette sker under hensyntagen til den neutralitet og saglighed, der bør gælde for kommuners og regioners opgavevaretagelse.

Det er efter Forbrugerombudsmandens opfattelse centralt, at kommuner og regionsråd alene kan sælge reklameplads på fast ejendom, løsøre og køretøjer, som benyttes til fakultative opgaver, således at borgerne ikke påtvinges reklamering i forbindelse med ydelser, som de ikke har en reel mulighed for at fravælge.

Det er derfor også Forbrugerombudsmandens opfattelse, at det ikke – som beskrevet i de almindelige bemærkninger afsnit 3.3. og i de specielle bemærkninger til § 2, stk. 2 - bør være muligt at sælge reklameplads på eksempelvis køretøjer, der anvendes i den kommunale hjemmehjælp, idet disse køretøjer må betragtes som en fuld integreret del af den obligatoriske hjemmehjælpsydelse, ligesom de vil være en integreret del af det indtryk der efterlades hos borgeren på dennes bopæl.

Det er således Forbrugerombudsmandens opfattelse, at der, for sådanne fuldt integrerede ydelser, er de samme hensyn at tage til neutralitet og saglighed for kommuners og regionsråds opgavevaretagelse, som har begrundet undtagelsen vedrørende de øvrige obligatoriske ydel

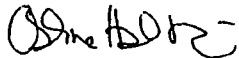
Forbrugerombudsmanden  
Amagerfælledvej 56  
2300 København S  
CVR nr. 10 29 48 19

Tlf. 32 66 90 00  
Fax 32 66 91 00  
[www.forbrug.dk/forbrugerombudsmanden](http://www.forbrug.dk/forbrugerombudsmanden)  
[forbrugerombudsmanden@fs.dk](mailto:forbrugerombudsmanden@fs.dk)

Medlem af International  
Consumer Protection &  
Enforcement Network (ICPEN)  
[www.icpen.org](http://www.icpen.org)

ser. Dette gør sig ikke mindst gældende for ydelser, der - som for eksempel hjemmehjælp -  
indebærer et særligt afhængighedsforhold for borgeren.

Med venlig hilsen  
På Forbrugerombudsmandens vegne



Christina Holst Riis  
Fuldmægtig, cand.jur.



Indenrigs- og Sundhedsministeriet  
Slotsholmsgade 10-12  
1216 København K

5. januar 2006

Anette Høyrup  
Dok. 39038/mh

## **Forbrugerrådets høringssvar vedr. anvendelse af fast ejendom mm. til brug for reklamering.**

Indenrigs- og Sundhedsministeriet har med brev af 9. december 2005 (J.nr. 2005-21000-3) anmodet Forbrugerrådet om kommentarer til udkast til lovforslag om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre.

Indledningsvis bemærkes, at Forbrugerrådet helt overordnet finder det uheldigt at øge adgangen til at benytte fast ejendom og løsøre som reklamesøjler. Det skyldes, at der i forvejen er en overflod af reklamer i samfundet.

Desuden opfattes bygninger tilhørende kommuner og regioner som neutrale og uafhængige. Derfor er forbrugeren lettere at påvirke, fordi de ikke er kritisk indstillet og fordi de kan foranlediges til at tro, at kommunen blåstempler den konkrete virksomhed eller det produkt, som de reklamerer for.

For Forbrugerrådet er det derfor helt afgørende, at det alene er fast ejendom og løsøre, som anvendes i forbindelse med fakultative opgaver, som kan benyttes som reklamesøjler, hvilket lovforslaget også lægger op til. Som eksempel kan nævnes medborger- eller kulturhuse, idrætsanlæg og renovationsvogne. Og dermed ikke en tilladelse til at reklamere på fast ejendom og løsøre som anvendes i henhold til en lovforpligtelse som eksempelvis skoler, hospitaler/ambulancer og socialkontorer.

Forbrugerrådet skal dog opfordre til, at lovforslaget undtager reklamering på offentlige steder, hvor der primært færdes børn og unge. Som eksempel kan nævnes svømmehaller, hvortil børn dagligt har adgang. Det skyldes det forhold, at børn og unge er særligt modtagelige overfor reklamers påvirkning og derfor har et særligt beskyttelsesbehov. En sådan begrænsning vil i øvrigt være i tråd med den netop vedtagne markedsføringslov, hvor børn og unge sikres en særlig beskyttelse mod reklamepåvirkning. Et alternativ kunne være at stille krav til reklamens

Im. Stab. J.nr. 2005-21000-3

05 JAN. 2006

Akt.nr. 46 Antal bilag

Fiolstræde 17  
Postboks 2188  
DK-1017 København K

Tlf. (+45) 7741 7741  
Fax (+45) 7741 7742  
Mail fbr@fbr.dk  
Web www.fbr.dk

indhold, og således sikre, at der ikke opsættes reklamer som indholdsmæssigt henvender sig direkte til børn og unge.

Med hensyn til forholdet til anden lovgivning skal Forbrugerrådet gøre opmærksom på, at aftaler om reklamefinansiering også skal være i overensstemmelse med konkurrencereglerne. Eksempelvis kan det være problematisk, hvis der alene er én leverandør af alkohol til kulturhuset. Ligeledes er det uklart, i hvilket omfang leverandører af ydelser til det offentlige kan stille krav om reklameplads.

Forbrugerrådet finder det derfor nødvendigt, at der udarbejdes nogle retningslinier om indgåelse af aftaler i forbindelse med reklamefinansiering som supplement til det fremlagte lovforslag. Retningslinierne bør have særlig fokus på saglighed og etik og dermed sikre, at borgerne ikke krænkes ved den øgede brug af reklamer i hverdagsbilledet.

Med venlig hilsen

Villy Dyhr  
Afdelingschef

Anette Høyrup  
Jurist

**Tanja Andreassen**

---

**Fra:** Inger Mogensen  
**Sendt:** 15. december 2005 11:10  
**Til:** Tanja Andreassen  
**Emne:** VS: H161-05 - Høring vedrørende udkast til lovforslag om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre

Til postmappen :-)

-----Oprindelig meddelelse-----

**Fra:** Lisbeth Kieme [mailto:lki@fsr.dk]  
**Sendt:** 15. december 2005 10:26  
**Til:** Inger Mogensen  
**Emne:** H161-05 - Høring vedrørende udkast til lovforslag om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre

Til Inger Mogensen, ikm@im.dk

Indenrigs- og Sundhedsministeriet har med mail af 9. december 2005 fremsendt høring vedrørende udkast til lovforslag om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre med anmodning om foreningens kommentarer.

FSRs offentlige udvalg har gennemgået materialet og har ikke fundet anledning til at fremsætte bemærkninger hertil.

Med venlig hilsen

Lisbeth Kieme  
afdelingsleder  
sekretær for udvalget for revision af offentlig virksomhed

Foreningen af Statsautoriserede Revisorer (FSR)  
Revisorernes Hus  
Kronprinsessegade 8  
1306 København K  
\* Tel.: +45 3393 9191  
\* Fax: +45 3311 0913  
E-mail: fsr@fsr.dk  
Web address: <http://www.fsr.dk/>

Im. Stab. J.nr. 2005-21000-3

16 DEC. 2005

Akt.nr. 30 Antal bilag

Indenrigs- og Sundhedsministeriet  
Slotsholmsgade 10-12  
1216 København K

Kommunikationsafdelingen

Att. : Inger Mogensen

**22 DEC. 2005**

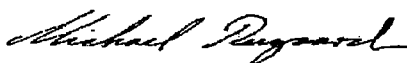
21. december 2005

**Høring vedrørende udkast til lovforslag om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre**

Vi takker for muligheden for at kommentere forslaget.

FRR har ud fra det tilsendte materiale pt. ingen kommentarer til forslaget.

Med venlig hilsen



Michael Rugaard  
afdelingschef

Im. Stab. J.nr. 2005-21000-3

**22 DEC. 2005**

Akt.nr. 32 Antal bilag

DS1

**Indgået i**  
Kommunalaftdelingen

- 5 JAN. 2006



Indenrigs- og Sundhedsministeriet  
Slotsholmsgade 10-12  
1216 København K.

Funktionærernes og  
Tjenestemændenes  
Fællesråd

13645  
PSKN

4.1.2006

**Høring om udkast til lovforslag om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre**

FTF har modtaget udkast til forslag til lov om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre til høring.

FTF har noteret sig, at lovforslaget alene giver kommuner og regioner adgang til reklamering for andre, hvor der er tale om opgaver, som kommunalbestyrelsen hhv. regionsrådet kan varetage, men ikke er forpligtet til at varetage.

Af lovforslaget fremgår det, at kommunalt eller regionalt ansattes beklædning ikke kan anvendes til brug for reklamering for andre. Ifølge lovbemærkningerne er baggrunden herfor, at kommunalt og regionalt ansatte ikke skal forpligtes til at agere som levende reklamesøjler.

FTF kan tilslutte sig denne respekt for individets vilkår, men undrer sig derfor over, at respekten for ansatte ikke gælder i de tilfælde, hvor kommunalbestyrelsen hhv. regionsrådet har overladt det til private institutioner at udføre den kommunale eller regionale opgave.

FTF skal derfor foreslå, at lovens § 4 ændres således, at kommunalbestyrelser og regionsråd generelt ikke kan anvende ansattes beklædning til brug for reklamering for andre.

I lovforslagets bemærkninger præciseres, at det ikke gælder for institutioner og selskaber m.v., der er organiserede på privatretligt grundlag. Denne bemærkning kan opfattes således, at kommunalbestyrelser og regionsråd ved udlicitering af opgaver, som de er forpligtede til at varetage, ikke skal videreføre lovgivningens krav om anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre.

Såfremt der skabes ulige vilkår mellem institutionerne, kan dette medføre forskel i kvaliteten til skade for brugere og medarbejdere.

Niels Hemmingsens Gade 12  
Postboks 1169  
1010 København K  
Telefon 33 36 88 00  
Telefax 33 36 88 80  
E-mail [ftf@ftf.dk](mailto:ftf@ftf.dk)  
[www.ftf.dk](http://www.ftf.dk)

~~Im. KKT. j.nr.~~

~~05 JAN. 2006~~

~~Akt.nr. 38 Antal bilag~~

Im. Stab. j.nr. 2005-21000-3

- 5 JAN. 2006

Akt.nr. 38 Antal bilag

FTF er derfor af den opfattelse, at forbudet mod anvendelse af fast ejendom og løsøre ligeledes må gælde i de tilfælde, hvor det er overladt til private institutioner at udføre en opgave, som kommunalbestyrelserne eller regionsrådet skal sørge for bliver udført i henhold til lovgivningen.

En ændring af lovtæksten vil i øvrigt give den sidegevinst, at der i tilfælde af udlicitering vil være lige vilkår ved sammenligning af eget bud og fremmed bud.

Med venlig hilsen



Bente Sorgenfrey  
formand

(Indgået)  
Kommunalafdelingen

15 DEC. 2005

■ Indenrigs- og Sundhedsministeriet  
Slotsholmsgade 10 - 12  
1216 København K

Att.: Inger Mogensen

Dato: 13. december 2005

Deres ref.:

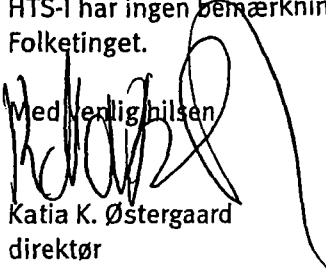
Vores ref.: 534 KAO/HER/amj

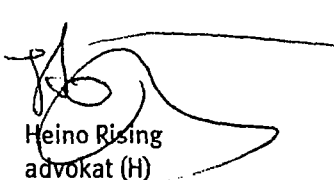
■ Høring vedrørende udkast til lovforslag om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamer for andre

HTS-I har modtaget Indenrigs- og Sundhedsministeriets udkast til lovforslag om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamer for andre.

HTS-I har ingen bemærkninger til udkastet og anbefaler det fremsat til vedtagelse af Folketinget.

Med venlig hilsen

  
Katia K. Østergaard  
direktør

  
Heino Rising  
advokat (H)

Im. Stab. j.nr. 2005-21000-3

15 DEC. 2005

Akt.nr. 29 Antal bilag

■  
HTS · Handel, Transport  
og Serviceerhvervene  
Børsen  
1217 København K  
Telefon 70 13 12 00  
Telefax 70 13 12 01  
hts@hts.dk  
www.hts.dk



Indenrigs- og Sundhedsministeriet  
Att. chefkonsulent Inger Mogensen  
Slotsholmsgade 10-12  
1216 København K

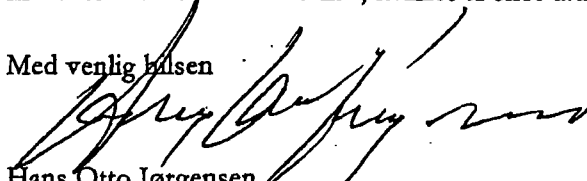
**Udkast til lovforslag om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre**

Ved brev af 9. december 2005 har ministeriet anmodet om at modtage eventuelle bemærkninger til et medsendt udkast til lovforslag.

Som det også fremgår af bemærkningerne til forslaget, har KL's bestyrelse i sit møde den 25. november 2005 tilsluttet sig principperne bag det foreliggende lovforslag.

Det følger heraf, at KL kan anbefale, at ministeren fremsætter lovforslag i alt væsentligt i overensstemmelse med det fremsendte udkast. KL's sekretariat har alene enkelte mindre sproglige/redaktionelle forslag til ændringer i udkastet og dets bemærkninger, som det er fundet mest hensigtsmæssigt at meddele ministeriet telefonisk, hvilket er sket d.d.

Med venlig hilsen

  
Hans Otto Jørgensen

Den 4. januar 2006

Jnr 01.12.10 P19  
Sagsid 000156419

Ref HOJ  
hoj@kl.dk  
Dir 3370 3189

Weldekampsgade 10  
Postboks 3370  
2300 København S

Tlf 3370 3370  
Fax 3370 3062

www.kl.dk

1/1

Im. Stab. j.nr. 2005-21000-3

04 JAN. 2006

Akt.nr. 42 Antal bilag





Kommunernes Revision

Indenrigs- og Sundhedsministeriet  
Att.: Inger Mogensen  
Slotsholmsgade 10 - 12  
1216 København K

90.01-3635

MR/AL

14. december 2005

**Høring vedrørende udkast til lovforslag om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre**

I mail af 9. december i år har Ministeriet anmodet os om bemærkninger til ovenstående hø-  
ringsudkast.

I den anledning kan vi oplyse, at vi ikke har bemærkninger til udkastet.

Med venlig hilsen

Michael Rasmussen  
direktør

Im. Stab. J.nr. 2005-21000-3

14 DEC. 2005

Akt.nr. 26 Antal bilag

Hovedkontoret

Krumtappen 2  
2600 Valby  
Telefon: 33 12 65 45  
Telefax: 33 14 88 00  
E-mail: kr@kr.dk  
Web: www.kr.dk

Indenrigs- og Sundhedsministeriet  
Att.: Inger Mogensen  
Slotsholmsgade 10-12  
1216 København K  
Sendt pr. e-mail: IKM@im.dk

5. januar 2006  
Sag 4/0102-0200-0007  
/ ULS  
Deres ref. 2005-21000-3

**Høringsvar: Høring vedrørende udkast til lovforslag om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre**

**KONKURRENCESTYRELSEN**  
Nyropsgade 30  
1780 København V

Fra Indenrigs- og Sundhedsministeriet har Konkurrencestyrelsen modtaget udkast til lov om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre, herunder køretøjer, til brug for reklamering for andre.

Tlf. 72 26 80 00  
Fax 33 32 61 44  
CVR-nr. 64 96 46 15  
ks@ks.dk  
www.ks.dk

Lovforslaget giver, i det omfang andet ikke følger af lovgivningen eller, for så vidt angår kommuner, kommunalfuldmagtsreglerne, kommuner og regioner en adgang til at supplere finansieringen af deres opgavevaretagelse. Det er en forudsætning, at kommuner og regioner har adkomst til de pågældende aktiver, der kan anvendes som reklameplads, og at aktiverne anvendes til løsning af såkaldt fakultative opgaver, eksempelvis svømmehaller, vandrehjem eller kulturhuse.

**ØKONOMI- OG  
ERHVERVS MINISTERIET**

Kommuner og regioner skal ifølge forslaget opkræve markedspris for ydelser omfattet af forslaget, men der stilles ikke krav om, at kommuners eller regioners indgåelse af aftaler om reklamering skal bortforpagtes. Kommuner og regioner kan ved brug af egne ansatte eller ved brug af tredjemand indgå aftaler om reklamering.

**Konkurrencestyrelsens bemærkninger**

En konkurrencemæssig vurdering af lovforslaget vil i overensstemmelse med konkurrencelovgivningen og udbudsreglerne tage afsæt i et ønske om at skabe mest mulig gennemsigtighed, konkurrence og effektivitet. Det vurderes, at en afvejning af, om lovforslaget indeholder konkurrence- eller udbudsretlige betænkeligheder, omfatter (1) kommuners og regioners benyttelse af egne ansatte eller tredjemand til formidling af reklameopgaver, (2) indgåelse af aftaler med erhvervsdrivende m.m., der ønsker at betale for reklameplads, samt (3) anvendelsen af reklameindtægterne.

For så vidt angår formidling af reklameopgaver, jf. situation 1 ovenfor, findes der allerede i dag private virksomheder, der varetager kontakten mellem kommuner og erhvervsdrivende m.m. med henblik på udnyttelse af offentligt ejede aktiver som reklameplads. Formidlingsopgaver bør i

Konkurrencestyrelsen har udarbejdet en række mål med relevans for vores kunder. Målene kan ses på styrelsens hjemmeside [www.ks.dk](http://www.ks.dk) under Om KS \ Mål og styring

videst muligt omfang tilrettelægges således, at konkurrencen på dette marked ikke forringes. Konkurrencestyrelsen foreslår, at formidling konkurrenceudsættes gennem pligt til at udbyde opgaverne på gennemsigtige, objektive og ikke-diskriminerende vilkår. Hvor tærskelværdierne i udbudsdirektiverne overskrides, skal disse bestemmelser samt de EU-retlige principper om ligebehandling, forhandlingsforbud og gennemsigtighed iagttages.

For så vidt angår indgåelse af aftaler med erhvervsdrivende m.m., der ønsker at betale for reklameplads, jf. situation 2 ovenfor, foreslår Konkurrencestyrelsen, at det præciseres, at ejendomme og løsøre skal stilles til rådighed på rimelige, objektive og ikke-diskriminerende vilkår.

Endelig foreslår Konkurrencestyrelsen, jf. situation 3 ovenfor, at det nævnes i bemærkningerne, at hvor reklameindtægterne finansierer aktiviteter, der også udføres af private, skal dette ske under iagttagelse af konkurrencelovgivningen, herunder reglerne om konkurrenceforvridende statsstøtte.

Herudover giver lovforslaget ikke anledning til bemærkninger.

Med venlig hilsen

Ulrik Lindow Sørensen  
Fuldmægtig  
Tlf. direkte 72268160  
uls@ks.dk



KOMMUNALE TJENESTEMÆND  
OG OVERENSKOMSTANSATTE  
LØNGANGSTRÆDE 25, 1.  
1468 KØBENHAVN K  
TLF. 33 11 97 00 - FAX. 33 11 97 07  
www.kto.dk - E-mail: kto@kto.dk  
Bankkonto: 0400-100-10-02183

Indgået i  
Kommunalafdelingen

- 5 JAN. 2006

Indenrigs- og Sundhedsministeriet  
Slotholmsgade 10-12  
1216 København K.

Att.: Inger Mogensen

Sagsnr.: 284.7  
HKB  
Direkte tlf.nr.: 3347 06  
4. januar 2006

**Vedr.: KTO's høringssvar på lovudkast om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre**

KTO har modtaget Indenrigs- og Sundhedsministeriets udkast til lovforslag om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre.

KTO har noteret sig, at det fremgår af forslaget § 4, at kommunalt eller regionalt ansattes beklædning ikke kan anvendes til brug for reklamering for andre.

Af bemærkningerne til bestemmelsen fremgår det, at beklædning også omfatter hovedbeklædning, fodbeklædning samt handsker. Bestemmelsen omfatter enhver, der står i et ansættelsesforhold til kommunen eller regionen, uanset ansættelsesforholdets grundlag og karakter og arbejdstidens længde. KTO har ikke bemærkninger til denne afgrænsning.

Det fremgår videre af bemærkningerne til § 4, at forbuddet mod reklamer på ansattes beklædning ikke omfatter ansatte hos private institutioner, der efter aftale med kommunalbestyrelsen henholdsvis regionsrådet opfylder kommunale henholdsvis regionale opgaver. KTO finder det problematisk, at udtrykket "private institutioner" ikke er nærmere defineret eller eksemplificeret, og finder rækkevidden af undtagelsen til forbuddet mod reklamering på ansattes beklædning vanskeligt at vurdere, blandt andet i forhold til selv-ejende institutioner m.v.

KTO skal derfor foreslå, at det udtrykkeligt anføres i lovbemærkningerne, at forbuddet mod anvendelse af ansattes beklædning til reklamering for andre også omfatter ansatte i privatorganiserede institutioner m.v. i det omfang, institutionen er omfattet af forvaltningsloven og begrebet "offentlig forvaltning". Hensynet til neutralitet og saglighed gør sig også gældende for denne type virksomhed.

Det fremgår af lovens § 2, stk. 2, at køretøjer kan bruges til reklamering for andre, med mindre køretøjerne overvejende anvendes til personbefordring som et nødvendigt led i varetagelsen af opgaver, som kommunalbestyrelsen eller regionsrådet efter lovgivningen er forpligtet til at varetage. Af bemærkningerne til bestemmelsen fremgår det, at ministe-

lm. Stab. j.nr. 2005-21000-3

05 JAN. 2006

Akt.nr. 45 Antal bilag

riet blandt andet fortolker bestemmelsen således, at det bliver lovligt at anvende køretøjer, der anvendes af den kommunale hjemmehjælp, til brug for reklamering for andre, idet disse køretøjer ifølge ministeriet ikke er et nødvendigt led i opgavevaretagelsen. KTO finder denne fortolkning for vidtgående, idet køretøjer, der anvendes til hjemmehjælp (og tilsvarende til andre udgående opgaver) er et nødvendigt led i varetagelsen af opgaven. Reklamer på sådanne køretøjer kan endvidere virke krænkende både for medarbejdere og brugere på samme måde, som reklamer på ansattes beklædning, der ikke i medfør af lovforslaget kan anvendes til reklamering for andre. KTO skal derfor foreslå, at lovbemærkningerne tilrettes i overensstemmelse med KTO's synspunkt.

KTO kan i øvrigt henvise til evt. hørings svar fra henholdsvis LO, FTF og AC.

Med venlig hilsen

  
Jørgen Holst

  
Helle Basse



Landsorganisationen i Danmark  
Danish Confederation of Trade Unions

Indgået i  
Kommunalafdelingen

- 6 JAN. 2006

Islands Brygge 32D  
Postboks 340  
2300 København S

Telefon 3524 6000  
Fax 3524 6300  
E-mail lo@lo.dk

Sagsnr. 07.01-06-66  
Vores ref. HBØ/rnø  
Deres ref. dsi

Indenrigs- og Sundhedsministeriet  
Slotholmsgade 10 -12  
1216 København K  
att.: Inger Mogensen

Den 5. januar 2006

Im. STAB J.nr. 2005-21000-3  
Aktnr. 43 Bilagsnr.

### Høringssvar vedrørende udkast til lovforslag om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre

LO har modtaget ovennævnte lovforslag til høring med svarfrist den 5. januar 2006.

LO mener, at det er positivt, at der med lovforslaget forsøges at skabe klarhed og endtydighed om, hvilke vilkår og betingelser, der skal gælde for kommuner og regioners brug af fast ejendom og løsøre til reklamering.

Det er ligeledes positivt, at lovforslaget betyder, at de kommunalt og regionalt ansatte beklædning ikke kan bruges til reklamering for andre. Det vil bidrage til, at de ansatte beskyttes mod at blive brugt som reklamesøjler.

Dog er det problematisk, at reguleringen får den konsekvens, at der er forbud mod reklamer i de kommunale opgaver, men ikke tilsvarende et forbud mod reklamer, hvis en opgave udliciteres til private virksomheder. Det vil umiddelbart føre til en skævhed i konkurrencen mellem den private og offentlige sektor.

LO er forundret over, at lovforslaget ifølge § 3 totalt udelukker blandt andet faglige organisationer og arbejdsgiverorganisationer fra at reklamere henholdsvis sponsere aktiviteter i den offentlige sektor, hvis navn eller logo ønskes fremhævet.

LO finder § 3 urimelig og vi undrer os over, at lovforslaget i den forbindelse tager udgangspunkt i den mest restriktive lovgivning omkring reklamering og sponsorering i radio og fjernsyn.

Det udsendte lovforslag henviser til § 76, stk. 3 i Lov om radio og fjernsynsvirksomhed.

Forbuddet mod blandt andet faglige organisationer og arbejdsgiverorganisationers mulighed for reklamering gælder i den paragraf alene for fjernsyn. Det fremgår også af § 15 i bekendtgørelse nr. 194 af 20. marts 2003.

Faglige organisationer og arbejdsgiverorganisationer kan derfor ifølge lovgivningen godt reklamere i radio, herunder lokalradioer.

LO mener ikke, at der er sagligt belæg for at udvide den restriktive bestemmelse, der som nævnt alene vedrører fjernsyn, til alle nuværende og kommende muligheder for

reklamer og sponsorer i den kommunale sektor, der ikke er reguleret ved selvstændig lovgivning.

LO's vurdering af § 3 i det fremsendte lovforslag er, at det er et total forbud. Det betyder blandt andet, at faglige organisationer i fremtiden vil være udelukket fra at benytte bandereklamer på offentlige stadions, selv om det er en mulighed i dag og at den regulering i princippet undtages for loven.

Faglige organisationer vil også som følge af lovforslagets § 3 eksempelvis få frataget muligheden for at sponsorere eller reklamere i en kommunal udgivelse om arbejdsmiljøproblemer, som er henvendt til kommunens medarbejdere. Tilsvarende vil gælde i forhold til særlige kommunale hjemmesider, som for eksempel en medarbejderportal, der har arbejdsmiljø- eller uddannelsesmæssige formål.

LO's umiddelbare vurdering er også, at lovforslaget vil få den konsekvens, at LO og DA ikke længere kan udgive undervisningsmaterialer, som folkeskolerne i dag bruger til undervisning i arbejdsmarkedsforhold og erhvervsforberedende aktiviteter.

Det er ikke muligt for LO at vurdere, om lovforslaget ligeledes betyder, at det ikke fremover bliver muligt at videreføre LO og DA's gæstelæreordning målrettet folkeskolerne.

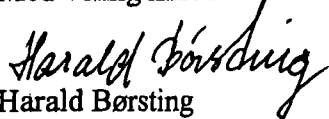
Forbuddet i § 3 får også den konsekvens, at faglige organisationer, der i fremtiden bliver anden aktør i forhold til beskæftigelsespolitikken, stilles ringere end de private virksomheder, som ligeledes kan indgå som anden aktør.

Lovforslagets meget restriktive § 3 betyder også, at faglige organisationer ikke vil have mulighed for at reklamere eller sponsorere i forhold til nye kommunale aktiviteter, medmindre det entydigt fremgår af en lovgivning. Det vil få den konsekvens, at nye digitale tjenester, der i disse år udvikles med stor hastighed, løbende skal dækkes af lovgivning, hvis faglige organisationer skal have mulighed for at sponsorere disse. Det betyder principielt, at hver gang for eksempel et trykt medie eller lignende overgår til en ny elektronisk platform, så er det nødvendigt med ny lovgivning, hvis faglige organisationer skal fastholde eller have mulighed for at sponsorere. Det gælder også, hvis aktiviteten er målrettet de ansatte i den offentlige sektor.

Ovenstående viser med al tydelighed, at den meget restriktive § 3 vil føre til, at de faglige organisationer og arbejdsgiverorganisationer bliver udelukket fra en række samfundsrelevante opgaver og bliver stillet ringere end private virksomheder, der løser opgaver for eksempel på det beskæftigelsespolitiske område.

LO skal på den baggrund understrege, at vi ikke kan støtte lovens § 3 i den nuværende form. Samtidig opfordrer vi ministeriet til at udarbejde en præcis redegørelse for konsekvenserne af § 3, herunder de problemstillinger, der er rejst i dette høringssvar.

Med venlig hilsen.

  
Harald Børsting  
LO-sekretær

DS1

**Dario Silic**

---

**Fra:** Gert Andersen [xenia@c.dk]  
**Sendt:** 5. januar 2006 23:59  
**Til:** Dario Silic  
**Emne:** kommentarer vedr. lov som er sendt i høring. Lov om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre



Vedr. lov om1.doc  
(58 KB)

Kære Dario Silic

Hermed fremsendes svar på vores kommentarer vedr. Lov om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre, som er sendt i høring.

Med Venlig Hilsen

Gert Andersen  
Xenia Skandinavia/Mobil Marketing Aps  
Kindhestegade 20 c  
4700 Næstved  
Tlf. 55776070  
Fax. 55776075  
Mobil 28261110  
Mail xenia@c.dk

*Stabs enheden*  
*Im. / ~~KK~~ j.nr. 2005-21000-3*

05 JAN. 2006

Akt.nr. 36 ~~Antal bilag~~



**Vedr. lov om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre.**

**Indenrigs og Sundhedsministeriet den 9. december 2005 j. nr. 2005-21000-3**

Vi finder initiativet godt, at man lovgiver klare retningslinier vedr. reklamering på området. Vi har dog kommentarer til et par punkter, som vil sætte en del Institutioner i et dilemma, såfremt lovforslaget skal opfattes forskelligt fra hvordan vi læser det. Et dilemma, som vil medføre økonomiske konsekvenser og tilbageskridt i almindelighed.

**(§3)**

Fagforeningerne er ikke partipolitiske mere, og reklamerer på lige vilkår med andre virksomheder. Vi undrer os over, at de nu skal sættes tilbage og ikke have lov til at reklamere, idet der i lovforslaget kun henvises til den strengeste lov (Lov om radio- og fjernsynsvirksomhed) § 76, stk. 3. Fagforeninger er allerede på nuværende tidspunkt repræsenteret med reklamer inden for de i lovforslaget nævnte rammer, hvilket vil medføre økonomiske konsekvenser i form af erstatningssager såfremt denne formulering fastholdes. Fagforeninger bør streges af forslaget, således at det ikke er forbudt for en fagforening at reklamere inden for de nævnte rammer.

**(§2)**

Hele den røde tråd i, at ting, som anvendes som et nødvendigt led i varetagelsen af obligatoriske opgaver, er et rigtigt signal at sende, således som det er beskrevet på side 11 i *Bemærkninger til lovforslagets enkelte bestemmelser* til § 2 stk. 1 afsnit 6:

*"Det indebærer, at kommunalbestyrelsen eksempelvis ikke kan anvende folkeskolens undervisningslokaler til brug for reklamering for andre, ligesom regionsrådet ikke kan sælge reklameplads på regionens operationsstuer. Bestemmelsen indebærer tillige, at en kommune ikke lovligt vil kunne sælge reklameplads på siden af f.eks. kørestole, som kommunen er forpligtet til at stille til rådighed for borgeren."*

Overnævnte afsnit forklarer nøje, hvordan der tænkes reguleret på området, vi går også ud fra, at det er sådan lovforslaget skal forstås, da dette punkt for os og en stor del af de høringspurgte netop også opfattes på denne måde.

Grunden til at vi tager netop dette punkt op er, fordi samme punkt andetsteds i lovforslaget er beskrevet tåget og uklart. Det uklare er, at man vil kunne misforstå lovforslaget derhen, at sygehuse og skoler som helhed er undtaget for f.eks. at modtage reklamefinansieret løsøre til ikke obligatoriske opgaver. Hvis dette er tilfældet, så overtræder nærmest samtlige sygehuse og skoler allerede lovforslaget, da det allerede i dag er kutyme og tradition, at der på disse ting kan være reklamer. Nedenstående nævnes nogle få eksempler herpå:

- 1) Der findes allerede i dag f.eks. sponsorerede/reklamefinansierede kørestole på sygehuse. Dette er en ekstra service for patienter og pårørende, som ønsker en tur i det fri. Disse kørestole bruges af borgere, som ikke er så svage at de er berettigede til en kørestol. Dette giver en livskvalitet og en service ud over det sædvanlige. Konsekvenserne hvis kørestolene ikke må komme ind på sygehuset mere er, at der må regnes med erstatningsomkostninger til de sponsorer, som har villet gøre en forskel, samt en badwill i befolkningen når man trækker kørestolene væk under de glade brugere. Hvis dette er meningen med lovforslaget, så er forslaget overflødig.
- 2) Et andet konkret eksempel kan være en kommunal tandpleje i skolebygningen, hvor der i venteværelset er legetavler, som børnene kan skrive på og få tiden til at gå med at komme klodser i tavlens klodshuller. Denne tavle er f.eks. opsat i den lokale banks logofarve og med navnet indpræget. Konsekvenserne hvis tavlen ikke må være på skolens område mere, er at der må regnes med erstatningsomkostninger til de sponsorer, som har villet gøre en forskel. Dernæst skal kommunen sætte erstatnings løsøre op hvor der er fjernet

sådan løsnings. Vores børn vil ikke kunne forstå, at tingene ikke mere må være der, så de kan lege og få tiden til at gå, mens de venter på, at det er deres tur hos tandlægen. Et ikke altid lige spændende besøg.

Hvis dette er meningen med lovforslaget, så er lovforslaget overflødig.

- 3) Som sidste konkrete eksempel vil vi her nævne en vandmaskine, som kan være opstillet i enten forhallen på f.eks. et sygehus eller på en skoles gangareal. Vandmaskinen har jo intet at gøre med den obligatoriske opgave at operere eller den obligatoriske undervisning. Vandmaskinen har kun til formål at gøre tilgangen til hygiejnisk rent og koldt frisk vand nemmere. Udbyttet ved sådan en vandmaskine er, at eleverne for dækket deres daglige væskebehov samt at de drikker sundere (i stedet for sodavand). Eleverne er derved mere oplagte og koncentrerede i undervisningen, med bedre karakterer/resultater til følge. En sådan vandmaskine er bekostelig bl.a. på grund af hygiejnekrav, så skolen vil måske prioritere anderledes.

Vi er som mennesker meget interesserede i vore børns sundhed og velvære, og der findes allerede i dag personer og virksomheder, der vil være med til at sponsere/finansiere disse vandmaskiner. Der vil så eksempelvis på en skoles gangareal kunne stå en vandmaskine med logo/reklame på, fra de personer/firmaer, som har tænkt på vore børns sundhed, og brugt nogle af deres penge/reklamekroner til dette gode formål.

Vi skal i denne forbindelse henvise til Markedsføringsloven, som hele tiden er opdateret i forhold til markedet, og som har klare henstillinger vedrørende reklamer, og især i hensynet til reklamer for børn.

- 4) Her følger et lille udvalg af eksempler på reklamer, som allerede i dag befinder sig på skolerne: Tandbørster med reklame på, skoleskemaer med reklame på, refleksbrikker med reklame på, mælkeskabe i skolerne med reklame på, legetøj med reklame på, lejrskoleture sponsoreret af lokale virksomheder, skoleidræt finansieret af firmaer. Og på sygehusene: Falcks reklamer/brochurer, legetøjet på børneafdelingerne er sponsoreret af firmaer, hele huse i forbindelse med sygehuset og endog hele sygehusafsnit er sponsorerede af firmaer, fjernsynet i opholdsstuerne kører med reklamer mellem udsendelserne, der forefindes aviser og andre tidsskrifter osv.

Alle ovennævnte gode initiativer giver samfundet et stort udbytte, og der er rigtig mange af dem, så lad os lade markedsføringsloven tage sig af dette.

Vi foreslår at § 7 ændres således at loven træder i kraft efter vedtagelsen dog senest den 1. juli 2006, da kommuner og regioner gerne vil have deres ting lovliggjort hurtigst muligt samt benytte sig af lovforslagets gode muligheder og intentioner.

Til sidst vil vi gerne påpege uligheden/uretfærdigheden i, at ikke alle er lige for loven. En kommunalbestyrelse eller et regionsråd vil fortsat kunne lukke øjnene for, at vore skolebørn står og venter på skolebussen i et reklamefinansieret buslæskur overklisteret med budskaber fra samtlige i lovforslaget § 3 nævnte foretagender inklusive reklamer for spiritusholdig sodavand.

Med venlig hilsen



Kindhestegade 20 C st.  
4700 Næstved