

Betænkning afgivet af Kommunaludvalget den 18. maj 2006

Betænkning

over

Forslag til lov om kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre

[af indenrigs- og sundhedsministeren (Lars Løkke Rasmussen)]

1. Ændringsforslag

Indenrigs- og sundhedsministeren har stillet 4 ændringsforslag til lovforslaget.

2. Udvalgsarbejdet

Lovforslaget blev fremsat den 25. januar 2006 og var til 1. behandling den 2. februar 2006. Lovforslaget blev efter 1. behandling henvist til behandling i Kommunaludvalget.

Møder

Udvalget har behandlet lovforslaget i 5 møder.

Høring

Den 26. januar 2006 sendte indenrigs- og sundhedsministeren de indkomne høringssvar samt et notat herom til udvalget.

Skriftlige henvendelser

Udvalget har i forbindelse med udvalgsarbejdet modtaget skriftlige henvendelser fra Xenia Skandinavien. Indenrigs- og sundhedsministeren har over for udvalget kommenteret Xenia Skandinavien's bemærkninger til lovforslaget, der fremgår af deres henvendelse af 2. marts 2006.

Deputationer

Endvidere har Xenia Skandinavien mundtligt over for udvalget redegjort for sin holdning til lovforslaget.

Spørgsmål

Udvalget har stillet 25 spørgsmål til indenrigs- og sundhedsministeren til skriftlig besvarelse, som denne har besvaret.

3. Indstillinger og politiske bemærkninger

Et *flertal* i udvalget (V, S, DF, KF og RV) indstiller lovforslaget til *vedtagelse* med de stillede ændringsforslag.

Socialdemokratiets medlemmer af udvalget kan tilslutte sig lovforslaget med de af indenrigs- og sundhedsministeren stillede ændringsforslag med følgende bemærkninger: Optakten til det fremsat-

te ændringsforslag har været et ualmindelig konstruktivt udvalgsarbejde, hvor de regeringsbærende partiers ordførere har lyttet til argumenter om det rimelige i at ligestille de kommunalt og regionalt ejede servicetilbud med de privatejede servicetilbud i forhold til at benytte sig af salg af reklameplads for at skaffe ekstra indtægter. Dette samarbejde vil vi gerne kvittere for.

Med ændringsforslagene sidestilles de forskelligt ejede servicetilbud nu i adgangen til at benytte sig af salg af reklameplads for andre på fast ejendom, biler og løsøre. Ændringsforslagene støtter op om S's tillid til, at kommunalbestyrelser og regionsråd vil være de bedst egnede til at træffe beslutning om, hvorvidt denne adgang til brug af reklame skal benyttes.

S er enige i, at det er de lokale folkevalgte råd, der bedst kan vurdere, om kommunen eller regionen ønsker at benytte sig af muligheden for salg af reklameplads i de servicetilbud, som de er med til at udbyde - enten i eget regi eller i form af driftsaftale med andre.

Ændringsforslagene placerer hermed ansvaret omkring f.eks. de etiske forhold i forbindelse med reklamering på borgernære ydelser på rette sted, og på en måde hvor lokalbefolkningen og brugerne af de pågældende serviceydelser vil kunne optage en dialog med de lokale folkevalgte, såfremt de er uenige i kommunalbestyrelsens eller regionsrådets beslutning.

S har under udvalgsbehandlingen af ændringsforslagene sikret sig, at en eventuel indtægt på salg af reklameplads kan bruges frit af kommunen/regionsrådet - herunder også til nedbringelse af taksten for den pågældende serviceydelse.

Et *mindretal* i udvalget (SF) indstiller lovforslaget til *forkastelse* ved 3. behandling men vil stemme for de stillede ændringsforslag.

Et *andet mindretal* i udvalget (EL) indstiller lovforslaget til *forkastelse* ved 3. behandling og vil stemme imod de stillede ændringsforslag.

Enhedslisten er modstander af markedsøkonomien, hvor virksomheder via reklamer i det offentlige rum til stadighed kæmper om forbrugernes opmærksomhed.

Det offentlige rum skal være et sted, hvor folk kan mødes, udveksle deres synspunkter, fremføre deres mening. Det offentlige rum er alles rum, og her har alle ret til at fremføre deres meninger gennem skrift, tale, illustrationer, tegninger, happenings m.v. Det gælder høj som lav, mand som kvinde, folk af så vel den ene, den anden som den tredje politiske og religiøse observans. I de senere år er der sket en beklagelig udvikling i retning af, at det offentlige rum bliver stadig mere privatiseret og kommercialiseret. Offentlige torve forvandles til parkeringspladser administreret af private, gågader og torve bringes under tag i storcentre, der fortsat foregiver at være offentlige rum, og som sandelig også er steder, hvor mennesker mødes, men samtidig steder, der helt igennem administreres af de private ejere. Også tidligere offentlige arealer er delvis privatiseret, det gælder f.eks. DSB's stationer, perroner og tog, hvor demokratiets spilleregler sættes ud af kraft. Samtidig sker der også en voldsom kommercialisering af det offentlige rum. Busser og S-tog forvandles til mobile reklameskilte, busstoppesteder sælges til reklamefirmaer, og byerne fyldes op med reklamestandere, hvor de, der har råd, kan ytre sig, mens alle andre er forment adgang.

Dette forslag er udtryk for, at man fortsætter den udvikling og i større og større udstrækning altså også inddrager den offentlige sektor i hele det her kommercialiseringsfelttog.

Det er vigtigt, at det offentlige viser, at man er sig selv og ikke en levende reklamesøjle for et eller andet privat firma. Det er desværre realistisk at forestille sig, at mange kommuner, der jo er i en økonomisk hårdt presset situation, vil fristes til at få ekstra indtægter, som reklame kan give. Det er helt urimeligt, at et kommunalt servicetilbud f.eks. på socialområdet skal være afhængigt af, om man er god til at finde en virksomhed, der vil sponsorere området.

Siumut, Tjóðveldisflokkurin, Fólkaflokkurin og Inuit Ataqatigiit var på tidspunktet for betænkningens afgivelse ikke repræsenteret med medlemmer i udvalget og havde dermed ikke adgang til at komme med indstillinger eller politiske udtalelser i betænkningen.

En oversigt over Folketingets sammensætning er optrykt i betænkningen.

4. Ændringsforslag med bemærkninger

Æ n d r i n g s f o r s l a g

Af *indenrigs- og sundhedsministeren*, tiltrådt af et *flertal* (udvalget med undtagelse af EL):

Til § 2

1) Paragraffen affattes således:

»§ 2. Kommunalbestyrelser og regionsråd kan anvende fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre, såfremt reklameringen er i overensstemmelse med markedsføringsloven og anden lovgivning.«

[Fjernelse af lovforslagets sondring mellem, om aktivet anvendes som led i en obligatorisk eller fakultativ opgave]

Til § 3

2) Paragraffen udgår.

[Fjernelse af lovforslagets forbud mod anvendelse af kommuners og regioners faste ejendomme og løsøre til brug for reklamering for arbejdsgiverorganisationer, fagforeninger, religiøse bevægelser, politiske partier m.m.]

Til § 4

3) Paragraffen udgår.

[Fjernelse af lovforslagets forbud mod at anvende kommunalt henholdsvis regionalt ansattes beklædning til brug for reklamering for andre]

Til § 5

4) Paragraffen udgår.

[Konsekvens af ændringsforslag nr. 1]

B e m æ r k n i n g e r

Til nr. 1

Det pågældende ændringsforslag samt ændringsforslag nr. 2-4 fremsættes med baggrund i et ønske om at undgå en for detaljeret regulering af kommunernes og regionernes adgang til at anvende fast ejendom og løsøre til reklamering og give kommunalbestyrelser og regionsråd et bredere råderum for lokalt at træffe beslutning om anvendelse af egne aktiver til reklamering. Ændringsforslagene skal endvidere ses i sammenhæng med et ønske om, at kommuner og regioner skal have den samme adgang til at anvende fast ejendom og løsøre til reklamering som private, således at der vil gælde den samme adgang til at anvende fast ejendom og løsøre til reklamering for andre, uanset om en kommunal eller regional opgave udføres af en kommune henholdsvis en region eller af private.

Det pågældende ændringsforslag samt ændringsforslag nr. 2-4 giver i videre omfang end, hvad der følger af gældende ret, kommunalbestyrelser og regionsråd adgang til at anvende fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre. Ændringsforslagene indebærer samtidig, at de begrænsninger, der i det fremsatte lovforslag foreslås at gælde for kommunernes og regionernes adgang til at anvende fast ejendom og løsøre til reklamering for andre, jf. lovforslagets §§ 2-4, fjernes. Kommunalbestyrelserne og regionsrådene får således adgang til at anvende fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre, såfremt reklameringen er i overensstemmelse med markedsføringsloven eller anden lovgivning. Ændringsforslagene indebærer, at der efter dette lovforslag vil gælde den samme adgang til at anvende fast ejendom og løsøre til reklamering for andre, uanset om en kommunal eller regional opgave udføres af en kommune henholdsvis en region eller af private.

Ændringsforslagene bygger dermed på tillid til, at kommunalbestyrelser og regionsråd vil være bedst egnede til at træffe beslutning om, hvorvidt den adgang, kommunalbestyrelserne og regionsrådene får til at anvende fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre, skal benyttes, og i den forbindelse foretage den fornødne afvejning af på den ene side hensynet til neutralitet og saglighed og på den anden side hensynet til at skaffe sig supplerende finansiering. Kommunalbestyrelser og regionsråd vil kunne opstille lovlige betingelser for anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre.

Det pågældende ændringsforslag indebærer, at lovforslagets sontring mellem, om aktivet anvendes som led i en obligatorisk eller fakultativ opgave, jf. lovforslagets § 2, stk. 1, fjernes. Kommunalbestyrelser og regionsråd får dermed adgang til at anvende fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre, uanset om aktivet anvendes som led i en obligatorisk eller fakultativ opgave.

Opsætning af reklamer på eksempelvis hospitaler, plejehjem, rådhus og socialkontorer bliver lovlig, og det vil være op til den enkelte kommunalbestyrelse henholdsvis det enkelte regionsråd at bestemme, hvorvidt denne adgang skal benyttes.

Bestemmelsen indebærer samtidig, at der ikke vil gælde særlige regler for anvendelse af køretøjer til brug for reklamering for andre, jf. lovforslagets § 2, stk. 2.

Bestemmelsen indebærer endelig, at reklameringen fortsat skal være i overensstemmelse med markedsføringsloven og anden lovgivning, og at kommunalbestyrelser og regionsråd er forpligtede til at iagttage denne lovgivning, jf. lovforslagets § 5 og bemærkningerne til denne bestemmelse.

Lovforslaget gælder som hidtil alene for kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom til brug for reklamering for andre, jf. lovforslagets § 1 og bemærkningerne til denne bestemmelse.

Kommunalbestyrelser og regionsråd skal som hidtil opkræve markedspris for ydelser omfattet af § 2, jf. lovforslagets § 6 og bemærkningerne til denne bestemmelse.

Til nr. 2

Om baggrunden for ændringsforslaget henvises til bemærkningerne til nr. 1.

Ændringsforslaget indebærer, at lovforslagets forbud mod anvendelse af kommuners og regioners faste ejendomme og løsøre til brug for reklamering for arbejdsgiverorganisationer, fagforeninger, religiøse bevægelser, politiske partier m.m., jf. lovforslagets § 3, bliver fjernet, og at kommunalbestyrelser og regionsråd herefter får adgang til i overensstemmelse med markedsføringsloven og anden lovgivning, jf. ændringsforslagets nr. 1, at anvende fast ejendom og løsøre til brug for sådan reklamering. Det vil således være op til den enkelte kommunalbestyrelse henholdsvis det enkelte regionsråd at bestemme, hvorvidt denne adgang skal benyttes.

Til nr. 3

Om baggrunden for ændringsforslaget henvises til bemærkningerne til nr. 1.

Ændringsforslaget indebærer, at lovforslagets forbud mod at anvende kommunalt henholdsvis regionalt ansattes beklædning til brug for reklamering for andre, jf. lovforslagets § 4, bliver fjernet, og at kommunalbestyrelser og regionsråd herefter får adgang til i overensstemmelse med markedsføringsloven og anden lovgivning, jf. ændringsforslagets nr. 1, at anvende ansattes beklædning til brug for sådan reklamering. Det vil således være op til den enkelte kommunalbestyrelse henholdsvis det enkelte regionsråd at bestemme, hvorvidt denne adgang skal benyttes.

Til nr. 4

Ændringsforslaget om, at lovforslagets § 5 udgår, er en konsekvensændring af ændringsforslagets nr. 1, idet bestemmelsens forbud mod at anvende fast ejendom og løsøre til brug for reklamering for andre, såfremt reklameringen ikke er overensstemmelse med markedsføringsloven eller anden lovgivning, er indarbejdet i ændringsforslag nr. 1.

Erling Bonnesen (V) Troels Christensen (V) Flemming Damgaard Larsen (V)

Leif Mikkelsen (V) Jens Vibjerg (V) Poul Nødgaard (DF) fmd. Kristian Thulesen Dahl (DF)

Christian Wedell-Neergaard (KF) nfmd. Allan Niebuhr (KF) Pia Gjellerup (S) Ole Stavard (S)

Arne Toft (S) Magnus Heunicke (S) Margrethe Vestager (RV) Ole Glahn (RV)

Kristen Touborg (SF) Line Barfod (EL)

Siumut, Tjóðveldisflokkurin, Fólkaflokkurin og Inuit Ataqatigiit havde ikke medlemmer i udvalget.

Folketingets sammensætning

Venstre, Danmarks Liberale Parti (V)	52	Enhedslisten (EL)	6
Socialdemokratiet (S)	47	Siumut (SIU)	1
Dansk Folkeparti (DF)	24	Tjóðveldisflokkurin (TF)	1
Det Konservative Folkeparti (KF)	18	Fólkaflokkurin (FF)	1
Det Radikale Venstre (RV)	17	Inuit Ataqatigiit (IA)	1
Socialistisk Folkeparti (SF)	11		

Oversigt over bilag vedrørende L 136

Bilagsnr.	Titel
1	Høringssvar og høringsnotat fra indenrigs- og sundhedsministeren
2	Udkast til tidsplan for udvalgets behandling af lovforslaget
3	Tidsplan for udvalgets behandling af lovforslaget
4	Henvendelse af 19/2-06 fra Xenia Skandinavien
5	Henvendelse af 28/2-06 fra Xenia Skandinavien
6	Henvendelse af 2/3-06 fra Xenia Skandinavien
7	1. udkast til betænkning
8	Ændringsforslag, fra indenrigs- og sundhedsministeren
9	2. udkast til betænkning

Oversigt over spørgsmål og svar vedrørende L 136

Spm.nr.	Titel
1	Spm. om en region eller kommune kan indbygge et reklameforbud i sine krav i udbudsmateriale, til indenrigs- og sundhedsministeren, og ministerens svar herpå
2	Spm. om begrundelsen for, at en privat udbyder af en serviceydelse, ikke har samme begrænsninger i reklameadgang, til indenrigs- og sundhedsministeren, og ministerens svar herpå
3	Spm. om regulering af privates anvendelse af reklamefinansiering, til indenrigs- og sundhedsministeren, og ministerens svar herpå
4	Spm. om beskrivelse af forskellen på reklamer og sponsoraftaler, til indenrigs- og sundhedsministeren, og ministerens svar herpå
5	Spm. om sponsoraftaler vil være omfattet af lovforslaget, til indenrigs- og sundhedsministeren, og ministerens svar herpå
6	Spm. om det er korrekt, at lovforslaget vil gøre det ulovligt for f.eks. sygeplejersker at bære deres faglige symbol, hvis dette rummer navnet på deres faglige organisation, til indenrigs- og sundhedsministeren, og ministerens svar herpå
7	Spm. om begrundelsen for, at regionsråd er sidestillet med kommunalbestyrelser i lovforslaget, når nu regionerne ikke er omfattet af kommunalfuldmagtsreglerne, til indenrigs- og sundhedsministeren, og ministerens svar herpå
8	Spm. om begrundelsen for lempelserne af hovedreglen i lovforslagets § 2, stk. 1, til indenrigs- og sundhedsministeren, og ministerens svar herpå
9	Spm. om meningen med, at man godt må sponsorere eller reklamere på en transportkørestol, men ikke benytte den på sygehuset, til indenrigs- og sundhedsministeren, og ministerens svar herpå
10	Spm. om kommentar til henvendelse af 2/3-06 fra Xenia Skandinavien,

-
- til indenrigs- og sundhedsministeren, og ministerens svar herpå
- 11 Spm. om en privat udbyder af f.eks. sociale tilbud til børn kunne nedbringe den takst, det offentlige skal betale for ydelsen, ved indtægter fra reklame, til indenrigs- og sundhedsministeren, og ministerens svar herpå
- 12 Spm. om private udbydere af serviceydelser kunne optjene midler via reklameindtægter, der kan trækkes ud til ejerne, til indenrigs- og sundhedsministeren, og ministerens svar herpå
- 13 Spm. om, hvilken ret brugere af f.eks. sociale ydelser har til at påvirke anvendelse af reklame, til indenrigs- og sundhedsministeren, og ministerens svar herpå
- 14 Spm. om en kommende bruger af f.eks. et socialt tilbud vil kunne afvise at modtage tilbuddet med henvisning til, at vedkommende ikke ønsker at blive påvirket af reklamer, til indenrigs- og sundhedsministeren, og ministerens svar herpå
- 15 Spm. om, hvilke besparelser det vil give hver gang en offentlig institution udskifter den ejerbetalte bus med en reklamefinansieret bus, til indenrigs- og sundhedsministeren, og ministerens svar herpå
- 16 Spm. om politisk deltagelse på reklameindslag til TV, til indenrigs- og sundhedsministeren, og ministerens svar herpå
- 17 Spm. om, hvad det vil betyde rent økonomisk for de enkelte kommuner, hvis de mister de nuværende reklameaftaler, til indenrigs- og sundhedsministeren, og ministerens svar herpå
- 18 Spm. om, hvilke erstatningskrav der vil være fra den private aftalpart, hvis kommunen skal opsige en reklameaftale, til indenrigs- og sundhedsministeren, og ministerens svar herpå
- 19 Spm. om teknisk bistand til et ændringsforslag, der sikrer, at der alene gives adgang til reklamefinansierede »institutionsbusser«, til indenrigs- og sundhedsministeren, og ministerens svar herpå
- 20 Spm. om hvilke køretøj, der vil kunne reklamefinansieres, til indenrigs- og sundhedsministeren, og ministerens svar herpå
- 21 Spm. om der vil være situationer, hvor reklameindtægten på en privat institution vil tilfalde kommunalbestyrelsen, til indenrigs- og sundhedsministeren, og ministerens svar herpå
- 22 Spm. om, hvilke opgaver indenfor dagpasningstilbud der er obligatoriske opgaver for kommunen i lovforslagets forstand, til indenrigs- og sundhedsministeren, og ministerens svar herpå
- 23 Spm. om oversigt over aktiviteter fordelt på henholdsvis sideaktivitet eller kerneaktivitet, til indenrigs- og sundhedsministeren, og ministerens svar herpå
- 24 Spm. om reglerne for at anvende reklamer på en café i et kommunalt plejecenter, til indenrigs- og sundhedsministeren, og ministerens svar herpå
- 25 Spm. om teknisk bistand til udarbejdelse af ændringsforslag, der sikrer ligestilling vedrørende adgang til aftaler om reklamering for offentlige og private udfører, til indenrigs- og sundhedsministeren, og

ministerens svar herpå