

Movias reklameregler (uddrag af Movias udbudskontrakter pkt. 7.2)

December 2019

Movias reklameregler tager udgangspunkt i lovgivningen og alment accepterede reklameetiske normer og kodeks, herunder ICC Danmarks kodeks for reklamepraksis.

Reklamers indhold skal afspejle, at busreklamer er et stærkt reklamemedie i det offentlige rum, som ikke kan fravælges af befolkningen. Reklamers indhold skal desuden afspejle, at de viste reklamer har en afsmittende effekt på den kollektive trafiks omdømme, Movias image samt forretningsmæssige og økonomiske interesser.

Under henvisning til kontraktens løbetid, forbeholder Movia sig ret til løbende at tilpasse og justere de gældende reklameregler til reklamemarkedets udvikling og reklamernes påvirkning af offentligheden og Movias omdømme.

7.2.1 Reklamers indhold

Reklamer skal være lovlige, sømmelige, hæderlige, sandfærdige og være udformet med behørig social ansvarsfølelse. Reklamer skal være i overensstemmelse med den til enhver tid gældende lovgivning, herunder markedsføringsloven og skal i øvrigt respektere alment accepterede reklameetiske normer og kodeks, herunder jf. ICC Kodeks for Reklamepraksis (2011).

Det skal fremgå af reklamen, hvem der annoncerer.

Reklamer skal klart kunne identificeres som sådanne, uanset deres form og uanset hvilket medie der anvendes. Det påhviler operatøren at sikre, at modtagerne af reklamebudskabet bliver gjort opmærksom på, at der er tale om reklame og dermed at forhindre skjult reklame. Reklamer må ikke være diskriminerende med hensyn til race, køn, religion, alder eller nationalitet, eller krænke personers religiøse eller politiske overbevisning.

Reklamer må ikke tilskynde til adfærd i strid med hensynet til sikkerheden i hjemmet, på arbejdspladsen, i trafikken eller til farlig, uansvarlig, sundhedsskadelig eller miljøskadelig adfærd i øvrigt.

Der må hverken direkte eller indirekte reklameres for religiøse anskuelser eller bevægelser og ej heller for produkter udbudt af sådanne. Reklamer, der henvender sig til børn og unge, skal altid være udformet med en særlig hensyntagen til børn og unges naturlige godtroenhed og manglende erfaring og kritiske sans, som bevirker, at de er lettere at påvirke og nemmere at præge.

Reklamer rettet mod børn og unge må dog aldrig, hverken direkte eller indirekte opfordre til vold, anvendelse af rusmidler, herunder alkohol, eller anden farlig eller hensynsløs adfærd eller på utilbørlig måde benytte sig af vold, frygt eller overtro som virkemidler.

Det er ikke tilladt at reklamere for tobaksprodukter eller for varer, der fortrinsvis benyttes i forbindelse med tobaksrygning, jf. lov om forbud mod tobaksreklamer mv. Der må ikke reklameres for elektroniske cigaretter og genopfyldningsbeholdere med eller uden nikotin, jf. lov om elektroniske cigaretter.

Reklamer for spil skal være i overensstemmelse med de nærmere bestemmelser herom i spillelovgivningen.

Reklamer for drikkevarer med alkoholisk indhold på 2,8 pct. eller derover skal følge de retningslinjer for markedsføring af alkoholholdige drikkevarer, som er aftalt mellem en række organisationer, og som senest er revideret i 2010.

Reklamer rettet mod børn og unge må dog aldrig, hverken direkte eller indirekte, opfordre til anvendelse af drikkevarer med et alkoholisk indhold. Reklamer for lægemidler, sundhedsydelse og medicinsk udstyr skal være i overensstemmelse med den til enhver tid gældende lovgivning. Der findes detaljerede regler herom i lægemiddelloven, bekendtgørelse om reklame for lægemidler, lov om markedsføring af sundhedsydelse og bekendtgørelse om reklame for medicinsk udstyr.

Det fremhæves, at der efter lægemiddelloven ikke må reklameres for lægemidler, som er:

- Receptpligtige.
- Uegnede til anvendelse, uden at patienten forinden har søgt læge med henblik på diagnosticering eller overvågning af behandlingen.
- Omfattet af lov om euforiserende stoffer.

Reklamer for fødevarer og kosttilskud skal være i overensstemmelse med de nærmere bestemmelser herom i lov om fødevarer og bekendtgørelse om kosttilskud.

Reklamer skal respektere Movias forretningsmæssige/politiske interesser og kundehensyn i øvrigt efter Movias nærmere skøn.

7.2.2 Ansvar for reklamers lovlighed

I forhold til Movia er det operatørens ansvar, at reklamer er lovlige, og at de opfylder ovenstående retningslinjer. Som service tilbyder Movia

på begæring at forhåndsvurdere, om en konkret reklame opfylder ovenstående.

Reklamer, der berører eller omhandler religiøse anskuelse eller bevægelser, kønsrelaterede reklamer, samt reklamer, som direkte eller indirekte kan virke særligt krænkende på personers, herunder børn og unges, blufærdighed, eller på anden måde kan være egnede til at skabe konflikt, skal dog altid forhåndsgodkendes af Movia.

Movia kan også uden begæring vurdere aktuelle reklamer.

Operatøren er pligtig til at følge Movias afgørelse af om en reklame mv. kan vises og kan ikke rejse noget krav mod Movia som følge af en sådan afgørelse og har intet retskrav på at vise en reklame.

I tilfælde, hvor Movia træffer afgørelse om at fjerne en reklame fra busserne, som er i strid med Movias reklameregler, og reklamen ikke er blevet forhåndsgodkendt af Movia, vil operatøren ifalde en bod, jf. Kontrakten § 18.