

Movias reklameregler pr. 1. januar 2021

(udbudskontrakternes pkt. 7.2)

Movias reklameregler tager udgangspunkt i lovgivningen og alment accepterede reklameetiske normer og kodeks.

Reklamers indhold skal også afspejle, at busreklamer er et stærkt reklamemedie i det offentlige rum, som ikke kan fravælges af befolkningen. Reklamers indhold skal desuden tage højde for, 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, herunder at indføre begrænsninger i reklamers indhold.

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 særlovgivningen samt vejledninger og praksis fra relevante myndigheder.

På en række områder er der i lovgivningen og/eller branchevedtagne retningslinjer fastsat særlige regler for adgangen til at reklamere samt begrænsninger i reklamers indhold. Sådanne regler skal til enhver tid overholdes. Det gælder blandt andet, men ikke udelukkende, på følgende områder;

- Reklamer, der henvender sig til børn og unge
- Tobak og elektroniske cigaretter
- Alkohol
- Fødevarer og kosttilskud
- Lægemidler, sundhedsydelse og medicinsk udstyr
- Forbrugslån, herunder kvik-lån
- Spil

Det skal fremgå af reklamen, hvem der annoncerer.

Reklamer skal klart kunne identificeres som sådanne og må ikke kunne forveksles med trafikinformation eller anden information fra udbydere af offentlig transport. Reklamer må ikke være egnet til at devaluere offentlig transport, udbydere af offentlig transport eller produkter og brands relateret hertil. 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 anskuelse eller bevægelser og ej heller for produkter udbudt af sådanne.

Det er ikke tilladt at reklamere for strip- eller sexklubber, pornografi og lignende samt varer eller tjenester relateret til disse. Reklamer må ikke indeholde billeder eller tekst af seksuel/pornografisk karakter. Reklamer må ikke indeholde billeder, hvor der gøres brug af udpræget nøgenhed eller nøgenhed i en kontekst, som er egnet til at vække anstød.

Reklamer skal i øvrigt respektere Movias forretningsmæssige interesser og hensynet til Movias kunder efter Movias nærmere skøn.

7.2.2 Ansvar for reklamers lovlighed

Movia forbeholder sig ret til at vurdere og træffe beslutning om, hvorvidt en reklame lever op til disse retningslinjer. Det gælder uanset, om reklamen i øvrigt måtte være i overensstemmelse med gældende lovgivning.

Det er operatørens ansvar, at reklamer er lovlige, og at de opfylder ovenstående principper. Det gælder uanset, om operatøren måtte have videreoverdraget retten til at reklamere til tredjepart. Som service tilbyder Movia på begæring at forhåndsvurdere, om en konkret reklame opfylder ovenstående.

Visse typer af reklamer skal dog altid forelægges Movia til forhåndsgodkendelse inden opsætning.

Det gælder 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 på grund af deres budskab eller udformning. Reklamer der gør brug af nøgenhed, eller billeder/tekst, der er egnet til at kunne opfattes som pornografisk eller seksuelt, skal altid forhåndsgodkendes.

Det samme gælder reklamer, hvor der i øvrigt kan være tvivl om, hvorvidt reklamen er egnet til at påvirke Movias forretningsmæssige interesser eller hensynet til Movias kunder. Det kan eksempelvis omfatte politiske reklamer, reklamer hvor den offentlige transport, Movias eller andre aktørers brands anvendes, eller hvor bussen som medieplatform inddrages som en del af reklamens udformning.

Movia kan også af egen drift foretage en vurdering af aktuelle reklamer.

Operatøren har pligt til at følge Movias afgørelse af, om en reklame kan vises og kan ikke rejse noget krav mod Movia som følge af en sådan afgørelse.

Operatøren er forpligtet til loyalt og uden ugrundet ophold at give Movia tilstrækkelige oplysninger om påtænkte og allerede opsatte reklamer, således at Movia kan varetage sine interesser. Ved enhver anmodning om forhåndsgodkendelse, eller såfremt Movia i øvrigt anmoder om det, skal operatøren fremsende alle påtænkte eller allerede opsatte layouts og film, samt oplysning om i hvilken periode disse skal vises eller har været vist på busserne, samt hvilke busnumre og buslinjer, der er tale om.

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.