

Indenrigs- og Sundhedsministeriet

Dato: 28. marts 2006
Kontor: Valgkontoret
J.nr.: 2005-21000-3
Sagsbeh.: DSI
Fil-navn: udvalgsspørgsmål 11

Besvarelse af spørgsmål nr. 11 (L 136), som Folketingets Kommunaludvalg har stillet til indenrigs- og sundhedsministeren den 3. marts 2006

Spørgsmål 11:

"Vil en privat udbyder af f.eks. sociale tilbud til børn og unge eller borgere med vidtgående handicap eller ejerne af et selvejende/foreningsejet plejecenter kunne nedbringe den takst, det offentlige skal betale for ydelsen, ved indtægter fra reklame?"

Svar:

Det fremgår af § 1, at lovforslaget alene gælder for kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre til brug for reklamer for andre. Kommuners og regioners anvendelse af fast ejendom og løsøre hertil forudsætter som anført i bemærkningerne til § 1, at kommunen henholdsvis regionen har privatretlig adgang til at anvende disse til reklamer.

Lovforslaget vedrører således ikke reklamer ved brug af fast ejendom og løsøre, som andre end kommuner eller regioner har rådighed over, ligesom lovforslaget ikke omfatter institutioner og selskaber mv., der er organiseret på privatretligt grundlag.

Det skyldes, at lovforslaget ikke har til hensigt at regulere privates anvendelse af reklamer, herunder privates anvendelse af reklameindtægter.

Spørgsmålet om, hvorvidt en privat udbyder af de nævnte sociale tilbud må reklamere for andre, og om den private udbyder i givet fald vil kunne nedbringe den takst, det offentlige skal betale for ydelsen ved indtægter fra reklame, er således ikke reguleret af lovforslaget, men beror på, hvad der følger af speciallovgivningen.

Familiestyrelsen har til brug for besvarelsen af spørgsmålet vedrørende tilbud til børn på normalområdet udtalt følgende:

"Det følger af servicelovens § 7, stk. 1, (bekendtgørelse nr. 1187 af 7. december 2005 af lov om social service), at kommunen sørger for, at der er det nødvendige antal pladser i dagtilbud til børn på normalområdet med henblik på at give pædagogiske, sociale og pasningsmæssige tilbud. Kommunen har det overordnede ansvar for dagtilbudene.

Private leverandører kan efter servicelovens § 11 a oprette og drive en privatinstitution (daginstitution til børn op til skolealderen) efter godkendelse af kommunalbestyrelsen i den stedlige kommune.

Kommunen fastsætter godkendelseskriterier med udgangspunkt i de generelle krav til kommunens egne institutioner og må ikke fastsætte kriterier, der går videre end dette. Den private leverandør har efter servicelovens § 11 a krav på at få godkendt en privatinstitution, hvis den lever op til såvel de generelle krav til daginstitutioner, der følger af serviceloven og anden relevant lovgivning, som de kommunalt fastsatte godkendelseskriterier.

Der er ikke efter den gældende lovgivning et forbud mod, at privatinstitutioner, der driver et dagtilbud, kan sælge reklameplads på deres faste ejendom eller løsøre. Derimod vil en kommunalbestyrelse i det omfang, der i forhold til kommunens egne institutioner er fastsat regler til begrænsning af salg af reklameplads, efter Familiestyrelsens opfattelse kunne stille tilsvarende begrænsninger som et kriterium for godkendelse af en privatinstitution. Er der ikke fastsat begrænsninger i privatinstitutionens ret til at sælge reklameplads, råder den private leverandør selv over reklameindtægten. Den private leverandør kan frit vælge, om indtægten skal bruges til at ned sætte den takst, det offentlige skal betale for ydelsen.”

Socialministeriet har til brug for besvarelsen af spørgsmålet vedrørende øvrige sociale tilbud til børn og unge, borgere med vidtgående handicap og ejere af selvejende/foreningsejet plejehjem udtalt følgende:

”Det skal generelt bemærkes, at der ikke i den sociale lovgivning er fastsat bindende bestemmelser, der konkret forholder sig til reklamer mv. i forbindelse med levering af social hjælp. Den sociale lovgivning regulerer således ikke direkte privates anvendelse af reklamefinansiering. Hertil kommer, at der heller ikke i den almene boliglovgivning er fastsat direkte bindende regler herom.

Når der er tale om behovsbestemte sociale ydelser, må det imidlertid efter Socialministeriets opfattelse forudsættes, at det offentlige har et særligt ansvar for at sikre, at hjælpen gives på en værdig og respektfuld måde. Kommunalbestyrelsen skal således sikre, at hjælpen udføres på en sådan måde, at personer, der modtager ydelser efter sociallovgivningen, ikke mod deres vilje bringes i en situation, hvor de gennem reklamering risikerer at blive taget til indtægt for bestemte religiøse, ideologiske eller tilsvarende holdninger. Det bør endvidere sikres, at reklamen ikke kan virke stødende i forhold til den konkrete persongruppe.

I det omfang en privat udbyder af sociale tilbud må reklamere for andre, vil den private udbyder som udgangspunkt kunne nedbringe den takst, det offentlige skal betale for ydelsen ved indtægter fra reklame. Private opholdssteder skal dog altid betale den takst, som amtskommunen har fastsat.

Almene boligorganisationer og selvejende institutioner, der ejer almene ældreboliger, kan udover selve kerneaktiviteten, der ligger i at eje og drive disse boliger, ligeledes udøve såkaldte sideaktiviteter, jf. § 6, stk. 1, henholdsvis stk. 2, i lov om almene boliger m.v. (bekendtgørelse nr. 610 af 21. juni 2005 af lov om almene boliger m.v.). Socialministeriet finder ikke, at salg af reklameplads kan betragtes som en sideaktivitet, idet aktiviteten ikke fremgår af den udtømmende liste over sideaktiviteter i kapitel 3 i bekendtgørelse nr. 876 af 3. oktober 1996 om sideaktiviteter i almene boligorganisationer m.v. Uanset, at salg af reklameplads ikke umiddelbart kan siges at være en naturlig del af driften af almene boliger, finder Socialministeriet dog efter omstændighederne, at en sådan aktivitet vil kunne være omfattet af kerneaktiviteten. Socialministeriet har herved lagt vægt på, at den pågældende aktivitet ikke indebærer en tabsrisiko for afdelingen. Dette indebærer, at almene boligorganisationer og selvejende almene institutioner kan anvende almene ældreboliger til brug for reklamering for andre.

For så vidt angår levering af personlig og praktisk hjælp er kommunalbestyrelsen forpligtet til at skabe lige adgang for kvalificerede leverandører enten ved at godkende og indgå kontrakt med alle kvalificerede leverandører (godkendelsesmodellen) eller ved at bringe leverandøropgaven i udbud (udbudsmodellen), jf. de nærmere regler herom i § 75 c i serviceloven. Ved godkendelsesmodellen er priskravet fastsat ud fra den kommunale leverandørs omkostninger, og alle leverandører skal betales denne pris. Leverandører efter godkendelsesmodellen kan således ikke bruge eventuelle reklameindtægter til at nedbringe den takst, som det offentlige skal betale. Er der derimod tale om leverandører efter udbudsmodellen, kan disse indregne reklameindtægter i deres bud.”