



28-05-2018

Side 1 af 5

10 dages forespørgsel om borgmesterens deltagelse i reklamevideo fra Silkhaar

På baggrund af borgmesterens deltagelse i en reklamevideo for frisørsalon Slikhaar ønsker

Dansk Folkeparti svar på følgende spørgsmål:

1. Er borgmesteren enig i, at der er tale om en reklamevideo?

a. Hertil kan oplyses, at den pågældende video blandt andet ligger offentligt

tilgængeligt på frisørsalonens officielle Youtube-kanal "Slikhaar TV" der har omkring

1,8 millioner abonnenter, at videoen er set mere end 28.000 gange, at videoen

hedder "Mayor Edition" og at der i videoen præsenteres flere forskellige produkter

fra den pågældende virksomhed ligesom virksomhedens logo fremgår i hele

videoen.

SVAR:

Som en vigtig del af borgmesterens virke deltager han jævnligt i virksomhedsbesøg, firmaåbninger og i andre relationer med lokale virksomheder. (bilag 1)

Inden for de senere år er det blevet helt almindeligt, at der i forbindelse med sådanne besøg og events laves film og andre optagelse til brug for virksomhedens egne medieplatforme, herunder også sociale medier. Der kan også være tale om deltagelse i f.eks. musikvideoer, som det er sket med kunstnere som Drabant og Marwan. I forbindelse med Nytårsbriefing på Aarhus Rådhus i januar i år medvirkede Jyske Bank TV og lavede en række optagelser fra eventen. Det kan også nævnes, at borgmesteren (sammen med byrådsmedlem Hans Skou) tidligere har deltaget i en video for TV-stationen Kanal 5 i forhold til fodboldlandsholdet.

Borgmesteren anser det for helt legitimt og naturligt, at han på den måde kan være med til at skabe opmærksomhed omkring lokale virksomheder, organisationer mv. Blandt andet i samarbejde med

**BORGMESTERENS
AFDELING**

Aarhus Kommune

Rådhuset, Rådhuspladsen 2
8100 Aarhus C

Telefon: 89 40 20 00
Direkte telefon: 89 40 21 00

www.aarhus.dk



Udenrigsministeriet har borgmesteren i Kina, Indien og Sydafrika deltaget i samarbejde med danske virksomheder som Danfoss, Grundfos og Kamstrup.

Den pågældende optagelse hos Slikhaar var tænkt som en video-gimmick ikke mindst i lyset af at, at virksomheden er opstået som og fungerer som et youtube-fænomen.

Vi har i de senere år konstateret en eksplosion i brugen af sociale medier, hvor film og fotos spiller en afgørende rolle, og hvor firmaers brug af medierne umuliggør den traditionelle skelnen mellem på den ene side markedsføring og ikke-kommerciel kommunikation på den anden side. På den baggrund åbner det mulighed for en diskussion om gråzoner med hensyn til ministres, borgmestres og andres medvirken i relation til reklameværdi etc.

Borgmesteren kan derfor med tilfredshed konstatere, at der i Folketinget er rejst §20 spørgsmål om sagen, så man ad den vej kan klarlægge det juridiske grundlag i sådanne sager og vurdere, om der måtte være brug for at udstikke klarere retningslinjer til kommunerne. Sagen er fra økonomi- og indenrigsministeren sendt til vurdering i Ankestyrelsen. Eventuelle nye retningslinjer herfra vil naturligvis blive fulgt i Aarhus Kommune.

2. Hvem tog initiativ til, at borgmesteren skulle deltage i den pågældende reklamevideo?

SVAR: Det var borgmesteren selv og hans sekretariat, som i dialog med virksomheden tog initiativ til at få lavet en optagelse.

3. Hvem betalte for klipningen, var det Borgmesteren selv, kommunen eller var det en gave fra butikken?

SVAR: Borgmesteren betalte selv for klipningen.

4. Er det normalt, at borgmesteren deltager i den type af reklamevideoer for virksomheder i Aarhus Kommune?
 - a. Hvis ja, kan der gives nogle konkrete eksempler på lignende tilfælde tidligere?

SVAR: Som nævnt under 1) sker der jævnligt optagelser til sociale medier.

5. Borgmesteren afviser i et skriftligt svar til JP Aarhus, at der er tale om retsstridig støtte til

Klik her for at angive en dato.

Side 2 af 5



en virksomhed – hvor mener borgmesteren selv, at grænsen går, i forhold til kommunalfuldmagtens bestemmelser om kommunale repræsentanters støtte til enkelte virksomheder?

SVAR: Se under 1)

6. Vil borgmesteren opfordre Århus Kommunes rådmænd og øvrige officielle repræsentanter til at deltage i lignende reklamevideoer fra andre virksomheder, hvis det kan være med til at skabe opmærksomhed omkring lokale Århus-virksomheder?

SVAR: Se under 1)

7. Er Borgmesterens Afdelings jurister enig i, at borgmesterens deltagelse var i strid med reglerne, sådan som juristerne JP Aarhus har talt med mener?

SVAR: Se under 1)

8. Vil borgmesteren selv tage initiativ til en afklaring af lovligheden hos Ankestyrelsen?

SVAR: Borgmesteren vil afvente afklaring ifm. de nævnte §20 spørgsmål.

9. Har borgmesteren fået tilsendt videoen til gennemsyn eller godkendelse inden offentliggørelsen?

SVAR: Nej.

Klik her for at angive en dato.

Side 3 af 5

**Bilag 1: Eksempler på virksomhedsbesøg 2016 - 2018**[Klik her for at angive en dato.](#)

Side 4 af 5

Dato	Virksomhed
2016	Bruuns Galleri
2016	SOS International
2016	Geberit
2016	Troldtekt
2017	Lix
2017	CAC
2017	SMV Business Dinner
2017	Lunar way
2017	DI Østjylland og Aart
2017	Søstrene Grene
2017	Hotel WakeUp
2017	Aarsleff
2017	Arla Foods Innovationscenter
2017	Triscan
2017	Søstrene Grene
2017	MSC Mediterranean Shipping Company
2017	Metalwo
2017	AarhusKarlshamn Denmark A/S
2017	HUMMEL
2018	Investor Dinner
2018	Music Group
2018	Novicell
2018	Silvan
2018	MusicTribe
2018	IVN Iværksætternetværket
2018	Clearhaus
2018	Defco
2018	Teknologisk Institut
2018	Stark
2018	Silvan



2018	Nytårsbriefing
2018	Engnice
2018	Slikhaar

[Klik her for at angive en dato.](#)
Side 5 af 5

Jacob Bundsgaard / Niels Højberg