



DSB's reklamekodeks

DSB's samarbejdspartner er berettiget til at udnytte DSB's reklameflader, hvis det sker i overensstemmelse med nedenstående, medmindre DSB skriftligt har accepteret andet:

- a) Der må ikke reklameres på en måde, der strider imod gældende lovgivning, herunder god markedsføringsskik,
- b) I det omfang, der af Forbrugerstyrelsen, Forbrugerombudsmanden eller brancheorganisationer udarbejdes vejledning, retningslinjer eller lignende vedrørende god reklameringskik generelt eller inden for særlige områder (eksempelvis reklamer rettet mod børn), skal disse overholdes,
- c) Der må ikke bringes pornografiske reklamer eller reklamer, som kan virke anstødelige, herunder, men ikke begrænset til, nøgenhed som fremstilles provokerende, bevidst seksuelt o.lign., som kan opfattes som pornografi,
- d) Der må ikke bringes reklamer som kan virke krænkende eller reklamer, hvis budskab kan virke diskriminerende, herunder på enkeltpersoner eller grupper af personer,
- e) Der må ikke bringes reklamer, der gengiver voldssituationer, virker frygtindgydende eller på anden måde frastødende eller som direkte eller indirekte opfordrer til vold imod personer eller ting,
- f) Der må ikke bringes reklamer, hvis budskab eller udformning kan forveksles med orienteringer fra DSB,
- g) Der må ikke bringes reklamer, der strider mod tanken om offentlig transport eller på anden måde nedgør offentlig transport,
- h) Der må ikke bringes politiske reklamer, hvor afsenderen ikke klart fremgår,
- i) Der må ikke bringes reklamer, hvis budskab er religiøst, eller kan forveksles med et sådan budskab,
- j) Reklamer, hvis udformning og indhold synes at være i strid med ovenstående, må ikke bringes; og reklamer som allerede er bragt, skal fjernes straks, såfremt det efterfølgende viser sig, at udformningen eller indholdet kan opfattes af offentligheden som værende i strid med ovenstående.

Tvilstilfælde skal forelægges DSB til godkendelse.