

## Fagbladet Folkeskolens annoncekodeks

Fagbladet Folkeskolen er et uafhængigt medie, som delvist finansieres ved annoncering på mediets platforme. Derfor er det vigtigt, at Fagbladet Folkeskolen har en klar annoncepolitik og annoncere regler, som på den ene side gør det muligt at konkurrere på lige vilkår med andre medier, og på den anden side sikrer, at Fagbladet Folkeskolens annoncer er i overensstemmelse med mediets værdier.

### Generelle betingelser

Fagbladet Folkeskolen forbeholder sig retten til at afvise annoncer, som efter chefredaktørens vurdering ikke er i overensstemmelse med mediets værdigrundlag, herunder at gøre en forskel for lærere og andre skoleprofessionelle, skolen og demokratiet.

Annoncering i Fagbladet Folkeskolen skal være i overensstemmelse med gældende lov samt det internationale kodeks for reklame. Det er annoncørens ansvar at sikre dette.

Annoncer må ikke kunne forveksles med redaktionelt stof i form eller udtryk. Indhold, som har været anvendt redaktionelt, må ikke benyttes i annoncering uden særskilt og forudgående skriftlig aftale.

### Folkeskolens annonceprincipper

Annoncering i Fagbladet Folkeskolen skal leve op til Fagbladet Folkeskolens værdigrundlag samt vores fire annonceprincipper:

**Sundhed.** Fagbladet Folkeskolen optager ikke annoncer, som vurderes til væsentlig skade for folkesundheden eller kan fremme afhængighed. Det gælder for eksempel annoncer for nikotinprodukter, stærk spiritus eller pengespil.

**Ordentlighed.** Fagbladet Folkeskolen optager ikke annoncer, der opleves som manipulerende, diskriminerende eller upassende.

**Troværdighed.** Fagbladet Folkeskolen optager ikke annoncer, som indeholder udokumenterede påstande. En annonce må for eksempel ikke påstå, at et produkt er mere bæredygtigt, miljørigtigt eller klimavenligt end andre, hvis ikke dette dokumenteres. Ansvar for, at alle påstande kan dokumenteres, påhviler annoncøren.

**Kvalitet.** Fagbladet Folkeskolen optager ikke annoncer, som vurderes at skade mediets troværdighed, identitet eller visuelle udtryk.

I tvivlstilfælde er det alene chefredaktøren, der træffer beslutning om, hvorvidt en annonce er i strid med Fagbladet Folkeskolens annoncepolicy.

*Dette dokument er vedtaget i Fagbladet Folkeskolen ApS' bestyrelse marts 2024.*