



Handläggare: Gert Abelt  
Staben

Tel: 508 270 66  
gert.abelt@gfk.stockholm.se

Dnr 2003-000-04060

Till  
Gatu- och fastighetsnämnden

**Sexualiseringen av det offentliga rummet.  
Skrivelse av Christer Öhgren (mp) och Viviann Gunnarsson (mp).**

#### **FÖRSLAG TILL BESLUT**

Gatu- och fastighetsnämnden beslutar att besvara skrivelsen med gatu- och fastighetskontorets utlåtande.

Olle Zetterberg

Lennart Gustafsson

#### **SAMMANFATTNING**

Till gatu- och fastighetsnämnden har remitterats en skrivelse om sexualiseringen av det offentliga rummet. I skrivelsen hemställs att stadsledningskontoret ges i uppdrag att, i samverkan med berörda nämnder, ta fram en aktiv åtgärdsplan med konkreta insatser för att minska sexualiseringen av det offentliga rummet i Stockholm.

Våren 2003 behandlade riksdagen regeringens jämställdhetspolitik med handlingsplan för mandatperioden. I planen anges fem fokusområden som kommer att lyftas fram under mandatperioden varav ett behandlar frågan om sexualiseringen av det offentliga rummet.

Enligt stadens jämställdhetspolicy ska jämställdhetsarbetet bedrivas på tre nivåer; i personalpolitiken, i stadens verksamheter och i ett omvärldsperspektiv.

De flesta upplåtelse på gator och torg gäller någon form av reklambudskap.

# S

Reklamens utformning och placering påverkar såväl stadsbild som trafiksäkerhet och framkomlighet. Reklamen spelar också en viktig roll i hur vi uppfattar det offentliga rummet. De permanenta reklamplatserna kan och bör förenas med en nytthet som väderskydd, stadsinformationstavlor, offentliga toaletter eller parkeringsautomater etc.

Att nyttja offentlig plats, dvs gatan, trottoaren, torget och parken, till något annat än vad den primärt är avsedd för är tillståndspliktigt enligt ordningslagen. Polisen är tillståndsmyndighet. Staden, som förvaltare av den offentliga platsen, är remissinstans med vetorätt. Om staden avstyrker en ansökan ska polisen inte utfärda tillstånd. Staden har rätt att ställa villkor i samband med att man tillstyrker en ansökan. Villkoren ska gälla de intressen som staden har att bevaka i fråga om markanvändning, skötsel av den offentliga platsen, stadsbild, miljö och trafik. Därutöver kan staden för att tillstyrka en ansökan ställa krav på att tillståndshavaren följer svensk lag och god svensk reklamsed. Att staden på andra grunder än vad som angetts bör ”välja bort” vissa annonsörer/annonser är enligt kontorets mening att ge sig in på bedömningar och värderingar som staden inte bör göra.

Vi är tveksamma till om staden f.n. ska ta fram en åtgärdsplan i enlighet med hemställan i skrivelsen. Staden bör avvakta resultat från regeringens expertgrupp och successivt initiera åtgärder med utgångspunkt från den kunskap och de förslag som expertgruppen kommer fram till. Kontoret föreslår vidare att denna strategiska uppgift läggs på kommunstyrelsens jämställdhetsråd.

## **UTLÅTANDE**

### **Skrivelsen**

Kommunstyrelsen har till gatu- och fastighetsnämnden för yttrande senast 2004-02-27 remitterat rubricerade skrivelse av Christer Öhgren och Viviann Gunnarsson (båda mp).

Skrivelsen har även remitterats till socialtjänstnämnden, utbildningsnämnden, näringslivskontoret och stadsledningskontoret.

I skrivelsen hemställs att stadsledningskontoret ges i uppdrag att, i samverkan med berörda nämnder, ta fram en aktiv åtgärdsplan med konkreta insatser för att minska sexualiseringen av det offentliga rummet i Stockholm.

### **Nationell jämställdhetspolitik**

Frågeställningen som tas upp i skrivelsen har under de senaste åren aktualiserats i olika sammanhang såväl nationellt som internationellt.

Våren 2003 behandlade riksdagen regeringens skrivelse 2002/03:140 ”Jämt och ständigt – Regeringens jämställdhetspolitik med handlingsplan för mandatperioden”. I skrivelsen redovisar regeringen hur jämställdhetspolitiken har utvecklats sedan 1999 och huvuddragen i det

fortsatta jämställdhetsarbetet. Regeringen anger fem fokusområden som kommer att lyftas fram under mandatperioden 2002-2006. Ett av dessa fokusområden behandlar frågan om sexualiseringen av det offentliga rummet.

Det övergripande målet för den svenska jämställdhetspolitiken är att kvinnor och män ska ha samma möjligheter, rättigheter och skyldigheter inom alla väsentliga områden i livet. Regeringen framhåller att även om kvinnor och män i dag formellt har samma rättigheter har vi ändå inte uppnått ett jämställt samhälle. Samhället präglas fortfarande av en könsmaktsordning där kvinnor är underordnade och män överordnade. Manligt och kvinnligt är enligt regeringen ”sociala konstruktioner”, d.v.s. könsmonster som skapas utifrån uppfostran, kultur, ekonomiska ramar, maktstrukturer och politisk ideologi.

De jämställdhetssträvanden som görs i samhället motverkas av starka kommersiella intressen genom spridning av bl.a. sexualiserande bilder. Utvecklingen inom medie- och informationstekniken innebär en allt ökad tillgänglighet till denna typ av bilder och alla andra typer av information som når så gott som alla i hemmet, på gator och torg, på tunnelbanan och bussar etc.

### **Stadens jämställdhetspolicy**

Enligt stadens jämställdhetspolicy ska jämställdhetsarbetet bedrivas på tre nivåer

- i personalpolitiken,
- i stadens verksamheter,
- i ett omvärldsperspektiv.

Arbetet med jämställdhet ska integreras i stadens alla verksamheter. Detta kräver bland annat ökade kunskaper om vad jämställdhet är och vilka juridiska ramar som finns. Arbetet förutsätter långsiktighet och uthållighet och kunskapsspridning är en central del i detta förändringsarbete.

För att stärka jämställdhetsarbetet har staden inrättat ett centralt jämställdhetsråd med syfte att utveckla strategier för att uppnå jämställdhetsmålen och driva på det jämställdhetsarbete som utförs inom stadens olika förvaltningar, bolag och stiftelser.

### **Riktlinjer för reklam på offentlig plats**

Gatu- och fastighetskontoret förvaltar stadens mark bestående av gator, parker, naturområden och fastigheter. Kontoret arbetar bl.a. med att utveckla stadens kvartersmark, gator, parker och naturområden och upplåter även mark för bostäder, arbetsplatser och allmän plats.

Stadsmiljöfrågorna har givits ett allt större intresse och tyngd. Betydelsen av utformning och arkitektur har fått en mer framträdande roll genom bland

# S

annat införandet av paragrafer om hänsyn till stads- och kulturmiljö i lagtexten.

De offentliga platserna – torg, gatumark och parkmark – tillhör alla och skall nyttjas för en mängd olika ändamål för att staden skall fungera.

Efterfrågan på att använda offentliga platser till reklam, uteserveringar och kiosker ökar ständigt. Det ställs krav på utformningen och placeringen av byggnader, skyltar och övriga anordningar samt på de verksamheter som skall inrymmas i stadsrummet.

Upplåtelse av offentlig plats kan tillstyrkas om stadens olika program och riktlinjer tillämpas samt att

- upplåtelseerna är till nytta för medborgarna,
- tillgängligheten för funktionshindrade inte försvåras,
- renhållningen, snöröjning och framkomligheten inte försvåras påtagligt,
- stadsbilden och miljön inte påverkas negativt.

I parker ska permanent och tillfällig skyltning minimeras. Reklamskyltar ska inte förekomma.

De flesta upplåtelser på gator och torg gäller någon form av reklambudskap. Reklamens utformning och placering påverkar såväl stadsbild som trafiksäkerhet och framkomlighet. Reklamen spelar också en viktig roll i hur vi uppfattar det offentliga rummet.

För reklamplaneringar som vänder sig mot offentlig plats krävs polistillstånd i enlighet med Stockholms ordningsföreskrifter och ordningslagen. Dessutom krävs i de flesta fall bygglov.

Upplåtelser för reklamen kan vara tillfällig eller permanent. De permanenta reklamplatserna kan och bör förenas med en ”nyttighet” som väderskydd, stadsinformationstavlor, offentliga toaletter eller parkeringsautomater etc.

Gatu- och fastighetskontoret väljer i samarbete med stadsbyggnadskontoret och berörd stadsdelsförvaltning ut lämpliga platser.

Kriterierna för upplåtelse av reklam på offentlig plats gäller även i tillämpliga delar för upplåtelser av reklamplats på de byggnader, företrädesvis kommersiella, som förvaltas av gatu- och fastighetskontoret.

## **Kontorets förslag/synpunkter**

I den remitterade skrivelsen föreslås bl.a. att stadens policy för upplåtelse av reklamplats ses över samt att ”staden bör ta möjligheten att från offentliga reklamplatser välja bort vissa typer av annonsörer/annonser”.

Som ovan påpekats spelar reklamen en viktig roll för hur vi uppfattar det offentliga rummet. Att nyttja offentlig plats, dvs gatan, trottoaren, torget och parken, till något annat än vad den primärt är menad för är tillståndspliktigt

enligt ordningslagen. Polisen är tillståndsmyndighet och bedömer en inkommen ansökan med hänsyn till trafiksäkerhet samt allmän ordning och säkerhet. Staden, som förvaltare av den offentliga platsen, är remissinstans med vetorätt. Om staden avstyrker en ansökan ska polisen inte utfärda tillstånd.

Staden har rätt att ställa villkor i samband med att man tillstyrker en ansökan. Dessa villkor ska, som tidigare nämnts, gälla de intressen som staden har att bevaka i fråga om markanvändning, skötsel av den offentliga platsen, markanvändning, tillgänglighet, stadsbild, miljö och trafik. Därutöver kan staden för att tillstyrka en ansökan ställa krav på att tillståndshavaren, som nästan alltid är ett företag som i sin tur hyr reklamplatsen till andra, följer svensk lag och god svensk reklamsed. I avtalen staden tecknat med de bolag som ansvarar för stadsinformationstavlor och parkeringsautomater finns bl.a. dessa villkor. Att staden på andra grunder än vad som nu angetts enligt skrivelsen bör "välja bort" vissa annonsörer/annonser är enligt kontorets mening att ge sig in på bedömningar och värderingar om reklamens innehåll och form som staden inte bör göra.

I Internationella Handelskammarens (ICC) "Grundregler för reklam" stadgas i artikel 1 att reklam skall vara laglig, hederlig och vederhäftig samt får ej utformas på ett stötande sätt. Reklam skall utformas med vederbörlig känsla av socialt ansvar. Reklam får inte innehålla framställning i ord eller bild som strider mot vad goda seder anses kräva, artikel 2. Med socialt ansvar menas enligt artikel 4 att reklam inte får vara diskriminerande ifråga om bl.a. kön.

Med uppgift att genom normbildande verksamhet motverka könsdiskriminering i reklam och bidra till en hög etisk standard hos annonsörer och reklamproducenter har företag och organisationer med intressen i reklambranschen bildat "Näringslivets Etiska Råd mot Könsdiskriminerande reklam (ERK)". ERK gör uttalanden om viss marknadsföringsåtgärd eller åtgärd som med anknytning till marknadsföring kan anses strida mot ICC:s grundregler för reklam. Vid bedömningen av om reklam ska anses könsdiskriminerande utgår ERK från följande kriterier

- reklam som framställer kvinnor eller män som rena sexobjekt och som kan anses kränkande (sexistisk reklam),
- reklam som konserverar en otidsenlig syn på könsrollerna och därigenom framställer kvinnor eller män på ett nedvärderande sätt (schabloniserande reklam),
- reklam som på något annat nedvärderande sätt är uppenbart könsdiskriminerande för kvinnor eller män.

ERK prövar skriftliga anmälningar från enskilda personer, näringsidkare, organisationer, myndigheter eller kommunala organ. Rådet kan även pröva ärenden på eget initiativ. ERK:s uttalanden är offentliga.

Kontoret delar den oro som skrivelsen uttrycker för de negativa konsekvenser den tilltagande sexualiseringen av det offentliga rummet har

# S

på samhällets jämställdhetssträvanden. Vi är däremot tveksamma till om staden f.n. ska ta fram en åtgärdsplan i enlighet med hemställan i skrivelsen. Frågan om sexualiseringen av det offentliga rummet är som framgår ovan ett av fem fokusområden som regering och riksdag särskilt ska lyfta fram under mandatperioden. Regeringen avser därför att inom ramen för detta initiera en kunskapsuppbyggnad och tillsätta en expertgrupp för frågor som rör sexualiseringen av det offentliga rummet.

Staden bör enligt vår mening följa arbetet och successivt initiera åtgärder med utgångspunkt från den kunskap och de förslag som expertgruppen kommer fram till. Kontoret föreslår vidare att denna uppgift läggs på kommunstyrelsens jämställdhetsråd.

**SLUT**