

Bilaga 1. Sammanställning av remissinstansernas synpunkter samt kontorets kommentarer till dessa.

Remissinstans	Synpunkter	Kontorets kommentar
Norrmalms stadsdelsförvaltning	Inga invändningar eller synpunkter.	
Östermalms stadsdelsförvaltning	<ul style="list-style-type: none"> • Föreslagna åtgärder verkar bra och genomtänkta. • Positiva till att se över regelverket så att det är anpassat efter dagens Stockholm. • Inslaget av reklam är stort redan idag – med ytterligare affischering vid busshållplatser och vid T-banan anser man att inslaget av reklam blir för stort. • Istället vill man utnyttja föreningsmeddelandetavlorna flitigare och placera dem på centrala platser samt hålla den rena och snygga. • Cirkusaffischeringsplatserna vill man inte permanenta eftersom de på Östermalms finns i de tre alléerna som är av riksintresse. 	<ul style="list-style-type: none"> • Att flytta och modernisera föreningsmeddelandetavlorna till centralare platser kan vara svårt eftersom det är svårt att finna plats där. Dessutom saknas resurser. • Tavlorna är inte utformade så att de skulle flyttas, utan snarare ersättas med nya moderna tavlor. Det är kostsamt och inryms inte. • Förslaget att permanenta cirkusaffischeringsplatserna stryks. • Förslaget att flytta och modernisera föreningsmeddelande tavlorna vill kontoret ersätta med ett förslag att låta befintliga föreningsmeddelande tavlor stå kvar så länge de håller. Samtidigt sätts nya friaffischerings-tavlor upp på torg och knutpunkter – typ de ”Affischplats Stockholm” – tavlor som kontoret redan har på ett tjugotal platser i innerstaden. Ett sådant koncept kan genomföras i den takt nuvarande ramar medger.
Maria Gamla stans stadsdelsförvaltning	<ul style="list-style-type: none"> • Poängterar utöver trafiksäkerhetsaspekten som kontoret tagit upp även tillgänglighetsaspekten – en del affischeringstilltag ställer till det för tillgängligheten • Föreningsmeddelandetavlorna ska av tradition endast användas 	<ul style="list-style-type: none"> • Inarbetat i texten • Inarbetat i förslaget.

	<p>för föreningsmeddelande, inte kommersiell reklam eller kulturevenemang. Förordar att det tillåtna användningssättet utvidgas, men påpekar också att fler möjligheter kan leda till ännu mer reklamproblem.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Föreslår fler åtgärder; tillåta affisivering på byggplank, uppsättning av enklare annonstavlor i innerstaden minst 10 per stadsdel • Se till att våra parker förblir fria från illegal affisivering samt utöka den affisichfria zonen att även gälla vissa torg 	<ul style="list-style-type: none"> • Inarbetat i förslaget • Torgen är svåra att inrymma i begreppet ”reklamfi zon”. Det kommer ju alltid att finnas reklam på fasaderna och det rör inte kontoret över. Därav ganska meningslöst att rensa torgytan från mindre reklamföremål.
Katarina Sofias stadsdelsförvaltning	<ul style="list-style-type: none"> • Informativ beskrivning av problematiken • Klar och överskådlig redovisning av de möjligheter som finns idag • Föreslagna åtgärderna är generellt bra och viktiga att satsa på – viktigt är att åtgärderna görs samtidigt på de olika fronterna som redovisas i förslaget för att arbetet ska bli framgångsrikt. • Viktigt att komma tillrätta med den förfylning av stadsrummet som den illegala affisivering medför. • Städarbetet som affisivering genererar är resurskrävande. • Förbättrade möjligheter att kunna informera legalt och utan höga kostnader om olika evenemang är en viktig åtgärd för att kunna minska den illegala affisivering, även om sambanden inte är helt självklara på grund av problemets komplexitet. Beaktas måste att också etablerade arrangörer med stor ekonomisk omsättning använder sig av illegal affisivering. • Stadsmiljön är idag på väg att bli överbelastad med budskap och föremål – antalet föremål i det offentliga rummet bör inte öka utan snarare minska. Mängden reklamyta bör inte heller bli större utan helst mindre. 	<ul style="list-style-type: none"> • Om arbetet beslutas genomföras måste givetvis en tidplan göras där de olika delarna så långt som möjligt korreleras tidsmässigt. • Begärliga affisiveringstygtor bör förbehandlas för att förenkla städning. Städning med anledning av illegal affisivering bör vad gäller stadens ytor så långt som möjligt inarbetas i förfrågningsunderlag för övrig renhållning. Inarbetat i konceptet. • Att byta ut trekantspelarna innebär mindre reklamyta. Hyrcykelkonceptet har lagt till reklamyta. Annars ökar reklamytan mest på fasader, vilket inte kontoret rör över.

	<ul style="list-style-type: none"> • Att byta ut befintliga tre-kantspelare mot nya affischbärare där kommersiell reklam kombineras med möjligheter till friaffischering är bra om de rätta platserna hittas. • Vad gäller väderskydden är det fråga om vilken yta som kan användas – genomsiktligheten och överblickbarheten får inte minska. • Vill framhäva vikten av att utveckla möjligheterna att beivra illegal affischering genom bättre samarbete mellan stadens förvaltningar, polismyndigheten och åklagarmyndigheten. 	<p>Kontoret anser dessutom inte att friaffischeringsytor och kulturreklam kan jämföras rakt över med rent kommersiell reklam</p> <ul style="list-style-type: none"> • Den yta som är i åtanke är baksidan på turlistorna, dvs det påverkar varken genomsiktligheten eller överblickbarheten, eftersom denna redan är utsläckt på denna yta. Inarbetas i förslaget.
Kungsholmens stadsdelsförvaltning	Inget remissvar inkommit.	
Idrottsförvaltningen	Inget remissvar inkommit	
Projekt ”Stockholm- ren och vacker”	<ul style="list-style-type: none"> • Föreslår nytt försök med elskåpsaffischering organiserat på annat sätt. • Bör framgå hur många trekantspelare som ska bytas ut mot kombinationen kommersiell reklamplats och friaffischeringsyta • Poängterar att det inte är SL som själv sköter reklamhanteringen i T-banan eller på väderskydden, utan att detta hanteras av ett av de stora utomhusreklamföretagen. • Kontakt bör tas med såväl SL som reklamföretaget som innehar avtalet med SL för att utröna om det är möjligt att friaffischeringsplatser kan finnas bredvid platser där man betalar annonsutrymme. 	<ul style="list-style-type: none"> • Men inget konkret förslag på hur det kan gör bättre... • Det kan kontoret inte svara på än – ärendet är fortfarande under handläggning med bygglov och polistillståndshandtering. • Det är kontoret väl medvetet om. • Kontoret avser att förutsättningslöst kontakta SL om eventuella friaffischeringsytor om beslut fattas om att detta är en idé att gå vidare med. I utomhusmiljö finns redan idag friaffischering och betalda ytor sida vid sida utan större problem.
Kulturförvaltningen	<ul style="list-style-type: none"> • Instämmer i trafikkontorets beskrivning av problembilden men vill kraftfullt understryka att större insatser måste göras för att 	

	<p>kulturarrangörer ska få möjlighet att föra ut sina budskap. Helt avgörande för mindre kulturarrangörer att annonsera gratis genom affischering och genom gratis evenemangskalendrier i tidningar.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Föreningsmeddelandetavlor och fristående ”Affischplats Stockholm” måste finnas i tillräcklig omfattning – minst ett par hundra affischplatser måste tillskapas enbart i innerstaden. • Man bör titta på att använda elskåpen igen, men organisera det på ett annat sätt än vid det genomförda försöket. • Motsätter sig skrivningen att uppdra åt kulturförvaltningen att ”dra in kommunala bidrag för arrangörer som använder sig av illegala metoder för att marknadsföra sina evenemang. Anser att den typen av repressalier är alltför hårda mot bakgrund av kulturnämndens uppdrag att stödja det fria och oberoende kulturlivet. • Avser istället att uppmana alla verksamheter som får stöd att följa lagar och övriga bestämmelser för affischering och marknadsföring och kan komplettera villkoren för kulturstöd med detta. Kan med bidragsbesluten också skicka med informationsmaterial om vilka affischplatser som är legala.. 	<ul style="list-style-type: none"> • Svårt att hitta den mängden platser. Också svårt att hitta finansiering för så många. • Men inget konkret förslag på hur det kan gör bättre... • Kontoret låter dock skrivningen stå kvar i det samlade åtgärdsförslaget. Detta eftersom det borde vara en effektiv åtgärd fullt möjlig att vidta, även om den kanske är hård. Om det ska genomföras eller ej får avgöras på politisk nivå. • Självklart ska detta med oavsett ovanstående. Inarbetas i förslaget.
Stockholm Visitors Board	<ul style="list-style-type: none"> • Att evenemang arrangeras är en viktig del i stadens utveckling och marknadsföring. De har också en stor ekonomisk betydelse för besöksnäringen • Stadens evenemangspolicy framhåller att staden ska fokusera på att skapa goda förutsättningar för att arrangera evenemang samt att attrahera evenemangsarrangörer till att förlägga evenemang till Stockholm. En förutsättning är att goda exponeringsmöjligheter tillhandahålls. • Befintliga evenemangsbanérplatser bör utökas • ”Cirkusaffischeringsplatserna” bör ersättas med permanenta ljusvitriner avsedda för evenemangsinformation på samma sätt 	<ul style="list-style-type: none"> • En begränsad utbyggnad är inskriven i förslaget. De får inte bli för många – då förlorar de också sin exklusivitet

	<p>som i telefonkioskerna</p> <ul style="list-style-type: none">• Förutsättningar för att använda sig av digitala skärmar för friaaffischering bör undersökas.	<ul style="list-style-type: none">• Förslaget är struket i enlighet med stadsdelarnas önskemål om affisch-fria parker• Kontoret kan ställa sig positivt till försök med en sådan tavla, om ansökan initieras av extern intressent.
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------