

Handläggare
Åsa Nyberg
08-508 260 91**Till**
Trafik- och renhållningsnämnden
2013-10-30

Snäppramar på elskåp. Utvärdering av försök och förslag till beslut

Förslag till beslut

1. Trafik- och renhållningsnämnden beslutar uppdra åt kontoret att inte tillstyrka ytterligare polistillstånd för affisivering på elskåp.
2. Trafik- och renhållningsnämnden förklarar beslutet omedelbart justerat.

Per Anders Hedkvist
FörvaltningschefLouise Bill
Avdelningschef

Sammanfattning

Sedan en tid pågår ett försök med affisivering i så kallade snäppramar på Fortums elskåp. Verksamheten kräver polistillstånd men kräver inget bygglov.

Att få utnyttja offentlig plats för reklam har ett stort värde. Därför reglerar staden denna rättighet när vi upplåter offentlig plats för olika verksamheter. Det gäller t ex upplåtelser för uteserveringar, kiosker etc. När reklam på offentlig plats tillåts sker detta efter upphandling i konkurrens eller mot uttagande av fastställd reklamtaxa. Avtal mellan staden och Fortum som reglerar möjligheten att utnyttja företagets anläggningar för att göra reklam finns idag i det nyttjanderättsavtal rörande nätstationer

Trafikkontoret
TillståndFleminggatan 4
Box 8311
104 20 Stockholm
Telefon 08-508 260 91
Växel 08-508 272 00
trafikkontoret@stockholm.se
Org nr 212000-0142
stockholm.se

som staden ingått, och som alltså gäller. Där framgår tydligt att bolagets anläggningar inte får användas för reklam. En förändring av användningen av elskåp, liksom annan infrastruktur som förekommer i stor mängd i gaturummet, kräver en omförhandling av de avtal inom vilka verksamheten idag bedrivs.

Försöket kan sägas ha haft två syften. Dels att skapa utrymme för aktörer som inte kan marknadsföra sig genom reguljära kanaler. Dels att motverka illegal affischering.

Trafikkontoret har analyserat frågan utifrån inverkan på driftsverksamheten, relation till nuvarande policy, inverkan på det offentliga rummet, samt bedömning av försökets målpuppfyllelse.

Kontoret konstaterar att försöket inte tycks ha någon avgörande påverkan på mängden illegal affischering och tycks innebära en utökning av redan befintlig reklammarknad och reklam mängd. Kontoret konstaterar också att verksamheten, som bedrivs i gaturummet nära marknivån, kan vara problematisk för gatudriften. Kontoret bedömer också att verksamheten inte är i enhetlighet med nämndens riktlinjer för reklam i det offentliga rummet och inte bedöms ha en positiv inverkan på det offentliga rummet.

Bakgrund

Sedan en tid pågår ett försök med affischering i så kallade snäppramar på Fortums elskåp. Verksamheten kräver polistillstånd men kräver inget bygglov.

Försöket började som ett relativt kort försök om tre månader, men har därefter förlängts en gång. Nuvarande tillstånd går ut 2013-10-31.

Försöket kan sägas ha haft två syften. Dels att skapa utrymme för aktörer som inte kan marknadsföra sig genom reguljära kanaler. Dels att motverka illegal affischering.

Konstruktionen ser ut sådan att Fortum låter ett reklamföretag (Recadero AB) förfoga över elskåp. En underentreprenör till reklamföretaget installerar rammar på elskåpen i vilka reklamplats sedan kan säljas. En del av detta reklamutrymme disponeras för ”Kultur Direkt”, en förening som syftar till att marknadsföra det

fria kulturlivet och som har ekonomiskt stöd från Stockholms stad och Stockholms läns landsting.

Ärendets beredning

Ärendet har beretts i samverkan mellan Tillståndsavdelningen och Stadsmiljöavdelningen.

Analys och konsekvenser

Trafikkontoret har analyserat frågan utifrån följande aspekter: inverkan på driftverksamheten, relation till nuvarande policy, inverkan på det offentliga rummet, samt bedömning av försökets måluppfyllelse.

Inverkan på driftverksamheten

Kontoret har med stort intresse följt försöket med tillåtna affischplatser på Fortums elskåp från start. Det är en attraktiv tanke att låta stadens kulturutbud få möjlighet att annonsera till reducerat pris, inom ramen för en kommersiell verksamhet. Inte minst om det kan reducera den illegala affiseringen. Dessvärre är kontorets bedömning att något sådant samband inte har kunnat observeras.

Klotter och uppsättning av affischer illegalt är något Trafikkontoret har i uppdrag att motverka. De som arbetar med dessa frågor inom kontoret gör bedömningen att de tillåtna affischplatserna inte minskat den illegala affiseringen. Det finns till och med exempel på att de tillåtna affischplatserna kan uppfattas ha dragit till sig otillåten affisivering på teknikskåp och direkt på fasader (se bilaga 1 med bildexempel). Recadero AB menar i skrivelse till Trafikkontoret att så inte är fallet. Trafikkontoret har inte gjort någon värdering av vilket som är riktigt. Bedömningen från kontorets ansvariga är dock att vildaffiseringen inte har minskat.

Snäppramarna tar inte upp markyta, men de befinner sig nära gatans beläggning och blir därför utsatta för diverse påfrestningar. Det är inte ovanligt att ramar hänger löst, eller skadats på ett eller annat sätt (se bilaga 2 med bildexempel). Trafikkontoret har dessutom redan mottagit ett skadeståndsanspråk från skyltansvariga som menat att stadens reguljära gatudrift skadat åtskilliga av de befintliga ramarna. Så är enligt kontoret inte fallet. Det är dock inte lämpligt med installationer i gatan, nära marknivå, som är så beskaffade att denna fråga ens kan aktualiseras.

Relation till nuvarande policy och inverkan på det offentliga rummet

Stadens offentliga rum skall utvecklas till att bli en ännu mer attraktiv stadsmiljö för alla. Det finns ett stort intresse från många aktörer att göra tillägg i alla våra offentliga rum, d v s såväl gator som torg, parker, stråk längs vatten samt i naturmark. Här ska finnas plats för uteserveringar, cyklar, låncyklar, allmänna toaletter, evenemang och naturligtvis reklam som hör stadslivet till.

Trafikkontoret ser reklam som ett naturligt inslag i stadsmiljön. Löpande (permanent) reklam i större omfattning på offentlig plats, eller som vetter mot offentlig plats, förekommer främst genom ett antal avtal mellan staden och det aktuella reklamföretaget. Avtalen syftar till få till stånd en ordnad hantering av reklam på offentlig plats, samt att säkerställa att en nytthet kommer stockholmarna till del som ersättning för att gaturummet tas i anspråk Enligt kontoret bör dessa avtal ingås efter att ha prövats i konkurrens på marknaden, både för att säkerställa fullgod ersättning till stockholmarna och säkerställa en genomskinlighet i processen.

Staden har de senaste 30 åren arbetat medvetet med att försöka utveckla reklamverksamheten på offentlig plats inom ramen för en befintlig reklamyta. Det har utgått från synsättet att reklam är en naturlig del av en stadsmiljö, samtidigt som varken stockholmarna, reklambranschen eller annonsörer är betjänta av en okontrollerad reklam mängd. Detta arbete har delvis skett i samverkan och dialog med företrädare från branschen. Snäppramarna på elskåpen innebär en stor expansion av reklam mängden i det offentliga rummet, samtidigt som ingen nytthet tillkommer stockholmarna i förening med reklamen, och utrymmet tilldelas utan genomskinlighet eller konkurrens. Det är olämpligt att göra ett avsteg från kommunens generella hållning avseende reklam i gaturummet. Det finns flera aktörer som velat etablera sig i Stockholm, men som inte medgetts tillträde under åren.

Det finns olyckligt valda platser med godkända elskåp intill tilltalande stora entréer och stadsrum eller i en viktig siktlinje vilket förfular gaturummen på ett onödigt sätt.

Snäppramarna blir med sin omfattning och utbredning en av de mest frekventa installationerna i gaturummet. De har därför stor betydelse för hur Stockholms gatumiljö uppfattas. Snäppramarna uppfattas, till skillnad från den illegala affiseringen, inte som en avvikelse utan som något planerat och sanktionerat. Det gör att man ställer högre krav på dessa och, omvänt, att det negativa intrycket förstärks när de inte uppfyller en betraktares krav. Kontoret bedömer inte att installationerna uppfyller de krav som kan ställas på en gatumöbel i Stockholm.

I och med att de innehållsligt och utseendemässigt är identiska med den illegala affiseringen hamnar staden också i en märklig position inom ramen för sitt arbete med att hålla staden ren och vacker. Stadens grund för att engagera sig mot illegal affisering är att det förfular staden och påverkar intrycket av staden hos boende och besökare. Om det enbart skulle handla om att aktiviteten är illegal så vore det snarare en fråga för fastighetsägare och polis. Det kommer helt enkelt att bli svårare för staden att hävda att arbetet mot illegal affisering motiveras av stadsmiljöskäl. Grunden för det kommunala engagemanget mot illegal affisering blir då betydligt svårare.

Att få utnyttja offentlig plats för reklam har ett stort värde. Därför reglerar staden denna rättighet när vi upplåter offentlig plats för olika verksamheter. Det gäller t ex upplåtelser för uteserveringar, kiosker etc. När reklam på offentlig plats tillåts sker detta efter upphandling i konkurrens eller mot uttagande av fastställd reklamtaxa. Avtal mellan staden och Fortum som reglerar möjligheten att utnyttja företagets anläggningar för att göra reklam finns idag i det nyttjanderättsavtal rörande nätstationer som staden ingått, och som alltså gäller. Där framgår att bolaget (idag Fortum) som förfogar över nätstationerna ”icke [äger] rätt att på de upplåtna markområdena eller på de därpå belägna anläggningarna uppsätta affischtavlor eller andra reklamanordningar”. Där är frågan om användning av infrastrukturen för andra ändamål alltså reglerad. En förändring av användningen av elskåp, liksom annan infrastruktur som förekommer i stor mängd i gaturummet, kräver i så fall en omförhandling av de avtal inom vilka verksamheten idag bedrivs så att dessa beaktar denna aspekt (i det aktuella fallet skulle det handla om avtalet mellan Fortum och staden). Detta eftersom en sådan förändring av verksamheten innebär en stor förändring av villkoren för båda avtalsparterna.

Att polistillstånd trots ovanstående ändå tillstyrktes har sin grund i Trafikkontorets uppdrag att minska den illegala affiseringen. Därför tilläts först en provperiod på tre månader. Då denna tid visade sig vara för kort, tillstyrktes ytterligare ett år. Under den period som försöket ägt rum har Trafikkontoret funnit att de positiva effekterna uteblivit. Därmed har inte heller någon omförhandling av stadens avtal med Fortum aktualiserats.

Försökets måloppfyllelse

Vad gäller innehållet i reklamen är Trafikkontorets bedömning att snäppramarna delvis verkar inom samma område som redan befintliga aktörer. Exempelvis skulle större offentliga kulturinstitutioner sannolikt ha annonserat mot offentlig plats genom kulturtavlorna/stolptavlorna, och exempelvis skulle sannolikt större globala skivbolag ha använt motsvarande format i buss och/eller tunnelbana (se bilaga 3 med bildexempel). Försöket bör därför till stor del ses som en utvidgning av en befintlig kommersiell reklammarknad. Verksamheten omfattar över 1000 snäppramar och sysselsätter över fem personer.

Vad gäller effekterna på illegal affisivering bedömer Trafikkontoret att försöket inte visar på någon positiv effekt. Kontorets driftsverksamhet har inte kunnat identifiera någon minskning. City i samverkan, som för statistik över nedtagning av affischer, har inte heller kunnat notera någon minskning. Nedtagningen av affischer har varit konstant inom deras verksamhet de senaste tre åren (drygt 50 000 affischer per år). 2013 har dessutom stockholmsvärdar varit verksamma inom ramen för City i samverkan. Dessa har tagit ner affischer. Mellan januari och september tog de ner 31 751 affischer. Kontorets bedömning är att den illegala affiseringen är oförminskad och delvis har flyttat från elskåp till andra platser, exempelvis fasader och kollektivtrafikanläggningar (se bilaga 4 med bildexempel). City i samverkan delar kontorets bedömning att vildaffiseringen är oförminskad och bedömer att den till och med kan ha tilltagit.

Det kan förefalla paradoxalt, men behöver inte vara förvånande. Eftersom reklam inte handlar uteslutande om information, utan också är en konkurrens om uppmärksamhet, så finns inte ett behov som kan bli mättat. Snarare tenderar ökad mängd att öka behovet av utrymme, eftersom det viktiga för varje annonsör är att vara den som drar till sig uppmärksamhet i mängden. Det är

en aspekt som är viktig att ta hänsyn till när reklammängden ska beaktas.

Företaget själva menar att det är för tidigt att bedöma effekten på den illegala affiseringen. Kontoret bedömer dock att det faktum att detta mål inte är uppenbart uppfyllt, trots att försöket förlängts, talar för att det inte finns något självklart samband mellan att etablera nya reklamutor och minskad illegal affisering. Då denna aspekt enbart är en av flera anledningar till kontorets förslag till beslut, så är heller inte denna fråga ensamt avgörande för kontorets bedömning.

Alternativ

Trafikkontoret står enligt redan fattade beslut inför två upphandlingar, varav en i närtid. Den närmast förestående upphandlingen kommer bland annat att omfatta de friaaffischeringsytor (ca 90) och de stadsinformationstavlor (ca 230) som staden idag förfogar över. Dessa har betydligt större format än snäppramarna och utgör en ansevärd samlad yta. Inom ramen för nya avtal skulle denna resurs kunna användas för att tillgodose behov av kulturannonsering i betydligt större utsträckning än idag. Flera tänkbara modeller finns för att säkerställa att en yta kan användas flexibelt och för att tillgodose en stor mängd aktörer, inte minst mot bakgrund av att formatet är så stort.

Kontoret har också genom avtal en stor mängd Stolptavlor/Kulturtavlor på belysningsstolpar. Dessa syftar enbart till att bereda plats för kulturannonsering. Utöver detta finns tillstånd givna för ca 150 reklamvitriner som till del ska bereda plats för kultur- och evenemangsannonsering till reducerade priser. Alla dessa format och lösningar går att utveckla i den mån det krävs för att tillgodose kulturpolitiska ambitioner.

Kontoret genomför också för närvarande på uppdrag av Trafik- och renhållningsnämnden ett försök med digitala vitriner. I det fall försöket utfaller till den nya teknikens fördel finns också alla möjligheter att använda denna teknik för att möjliggöra en förbättrad och kostnadseffektiv kulturannonsering.

Trafikkontoret bedömer att sådana lösningar på ett bättre sätt skulle balansera de olika allmänintressen Trafik- och renhållningsnämnden har att beakta, samtidigt som de skulle

kunna ge lika goda möjligheter för kulturlivet i Stockholm att annonsera och synliggöra den egna verksamheten.

Trafikkontorets förslag

Trafikkontoret föreslår att nämnden ställer sig bakom kontorets samlade bedömning och beslutar uppdra åt kontoret att ej tillstyrka ytterligare polistillstånd för affischering på elskåp.

Slut

Bilagor

1. Bildexempel 1
2. Bildexempel 2
3. Bildexempel 3
4. Bildexempel 4