



TRAFIKKONTORET

TJÄNSTEUTLÅTANDE

T2006-540-01474

2006-11-23

Kontaktperson

Eva Leijon

Trafiktjänsten

Administration

Telefon: 08-508 269 22

eva.leijon@tk.stockholm.se

Till

Trafiknämnden 2006-12-12

Minska den illegala affiseringen och förbättra möjligheterna till kultur- och evenemangsinformation i det offentliga rummet

Uppdrag från kommunstyrelsen

Förslag till beslut

1. Trafiknämnden beslutar att godkänna och åberopa detta tjänsteutlåtande som svar på kommunstyrelsens uppdrag.

Göran Gahm

T f

Eva Leijon

Sammanfattning

Kommunstyrelsen har gett ett uppdrag innefattande att ta fram åtgärder för att minska den illegala affiseringen för en renare och trevligare stadsbild och samtidigt ge kulturarrangörer förbättrade möjligheter att marknadsföra sina verksamheter utan höga kostnader. Kommunstyrelsen fastslog också att föreslagna åtgärder ska inrymmas inom trafiknämndens ordinarie budget.

Efter samråd med innerstadens stadsdelsförvaltningar och andra berörda förvaltningar föreslår kontoret att nedanstående åtgärder ska vidtas.

Förbättrade möjligheter för kultur- och evenemangsinformation

Trafikkontoret ges i uppdrag att...

- arbeta vidare med "Affischplats Stockholm" genom att byta ut befintliga trekantspelare mot nya föremål som kompletterar kommersiell reklam med friaaffischeringsmöjligheter i enlighet med de ansökningar som redan inkommit till kontoret.

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

Bilaga 2. Protokollsutdrag – uppdrag från KS

- kontakta SL om att få till stånd friaaffischeringsplatser på baksidan av turlistorna på väderskydden vid busshållplatserna och på platser i T-banan.
- Tillåta att byggplank används för kultur- och evenemangsreklam.
- Utredda om en mindre ökning av antalet evenemangsbanér platser är möjligt
- Lokala annonstavlor, utformade typ de ”affischplats Stockholm-tavlor” som kontoret idag, sätts ut i innerstaden minst c:a tio per stadsdel, samt vid ytterstadens knutpunkter. Dessa sätts ut i den takt som budgetramarna medger.
- Utredda om tekniskskåp är möjliga att använda för kulturaffischeringsdvs om Götgats-försöket kunde har gjorts på annat sätt och då fått ett mer lyckat utfall.

Stadsdelsnämndera / förvaltningarna ges i uppdrag att...

- Utvidga användningsområdet för befintliga föreningsmeddelande-tavlor så att de inrymmer även kultur- och evenemangsreklam.

Minska den illegala affiseringen för en renare och trevligare stadsbild

Trafikkontoret ges i uppdrag att se över möjligheterna för ...

- att riva affischer och rensa klistermärken ska kunna ingå i städentreprenaderna
- att tvätta bort schablonmålning som är stötande på samma sätt som det som kommer att gälla för klotter enligt den nya klotterpolicyn.

Översynen bör ske i samband att i samband med att kontoret tar över ansvaret för barmarksrenhållningen av gaturummet och nya avtal tecknas vartefter de befintliga löper ut.

Trafikkontoret ges i uppdrag att se över möjligheterna att förenkla sanering av trafikanordningar genom att

- genomföra ett försök i större skala vad gäller anti-sticker-färg på trafikanordningar av olika slag.

Berörda kommunala lokaluthyrare ges i uppdrag att...

- införa klausuler mot användande av illegal affischering i kontrakt för lokaler som hyrs ut av staden

Kulturförvaltningen ges i uppdrag att...

- uppmana alla verksamheter som får stöd att följa lagar och övriga bestämmelser för affischering och marknadsföring samt att komplettera villkoren för kulturstöd med detta. Med bidragsbesluten ska informationsmaterial bifogas om vilka affischplatser som är legala.
- dra in kommunala bidrag för arrangörer som använder sig av illegala metoder för att marknadsföra sitt evenemang.

Se över regelverket så att det är anpassat för dagens Stockholm

Trafikkontoret i samarbete med stadsledningskontorets juridiska avdelning ges i uppdrag utreda om regelverket inklusive ordningsföreskrifterna kan anpassas för fungerande affischering, projicerad reklam och schablonmålning samt totalförbjuda klistermärken. I detta arbete ska särskild hänsyn tas till konstnärlig utövning.

Utökat samarbete mellan stadens förvaltningar, polismyndigheten och åklagarmyndigheten

Staden tillskriver polis och åklagarmyndighet för att få igång ett fungerande samarbetet vad gäller att beivra illegal affischering, uppsättande av klistermärken, schablonmålning samt projicering av budskap.

Information

Trafikkontoret ges i uppdrag att ta fram info-material om vad som står till buds och vilka regler som gäller samt tillse att denna information hålls ajour.

Bakgrund

Kommunstyrelsen gav under förra mandatperioden trafikkontoret i uppdrag att vara sammankallande i en arbetsgrupp bestående av representanter från idrottsförvaltningen, kulturförvaltningen, innerstadens stadsdelsförvaltningar och Stockholm Visitors Board. Arbetet skulle ske i samverkan med Fortum.

Arbetsgruppens uppdrag var att minska den illegala affischeringen för en renare och trevligare stadsbild och samtidigt ge kulturarrangörerna förbättrade möjligheter att marknadsföra sina verksamheter utan höga kostnader. Möjligheterna till kultur- och evenemangsinformation och informationsspridning för det fria kulturlivet skulle förbättras. Finansiering skulle inrymmas inom trafiknämndens ordinarie budget.

Trafikkontoret fick gruppens uppdrag att göra en genomgång av tidigare åtgärder som genomförts / idéer som tagits fram och genomförts eller kasserats av olika skäl samt förslag till åtgärder möjliga att arbeta vidare med. Detta material har sedan behandlats av de ingående förvaltningarna på förvaltningsremiss – deras synpunkter finns redovisade i bilaga 1 till detta tjänsteutlåtande.

Kontoret har valt att stryka Fortum från remissrundan, eftersom Fortum bara berörs av eventuell användning av teknikskåp som affischbärare. Kommer staden fram till att vissa åtgärder ska vidtas kommer Fortum med i nästa steg av arbetet.

Problembild - Analys och konsekvenser

Budskap som vänder sig mot människor som rör sig på allmänna platser måste vara ett av de allra äldsta mass-kommunikationssätten som människor begagnat sig av. Steget från runristning till filmprojektorer har visserligen tagit lite tid, men i stort sätt vill vi fortfarande samma sak: få fram vårt budskap till andra människor. Och helst till så många som möjligt! Detta

märks i Stockholm idag. Det räcker med en kort promenad i Stockholms innerstad en vanlig dag för att man, medvetet eller inte, ska mötas av dessa fenomen. Men vad är det egentligen man ser? Man kan se det på två sätt: det sätt man meddelar sitt budskap på, kallat media nedan, eller också vilken typ av budskap man vill meddela. Alla budskap passar inte in i alla media.

Typ av media

1. Affischer; tejpade, klistrade, häftade, klamrade, fristående....
2. Klistermärken
3. Schablonmålade budskap
4. Projicerade budskap

Typ av budskap

1. Kultur och idrott, och andra typer av närliggande evenemang
Exempel: Musikklubbar, konserter, teaterföreställningar, konstutställningar, idrottsaktiviteter med publikt intresse, evenemang av olika slag dit allmänheten har tillträde fritt eller efter att ha skaffat biljett.
2. Meddelande av åsikter av olika slag -meningsutbyte, allmän upplysning
Exempel: politiska och religiösa budskap.
3. Konstnärligt skapande
Exempel: uppsättande av konstnärliga alster
4. Rent kommersiella budskap.
Exempel: Rea på soffasäng-butiken i Bredäng, ny cd släppt av hiphopbandet siochså.
5. Privata budskap
Exempel: Lägenhetsbyte önskas.

Olika budskap använder olika vilka media

Typ av media ↓	Typ av budskap →					
		Kultur och idrott	Åsikter	Konstnärligt skapande	Rent kommersiella budskap	Privata budskap
	Affisch	X	X	X	X	X
	Klistermärke		X	X	X	
	Schablonmålade budskap		X	X	X	
	Projicerade budskap				X	

Affischer sätts upp på fasader, byggnader och andra anordningar i gaturummet eller direkt på gångbanan. De tejpas, klistras, klamras, spikas, häftas fast på andra föremål. De ställs upp fristående eller på egna stolpar som bankas ned i marken.

Klistermärken trycks bland annat upp av stora musikproducenter, delas ut gratis i affärer, sätts upp på stolpar för gatubelysning och trafikmärken av gemene man i olika åldrar. En enkel och billig marknadsföring av en ny cd.

Gångbanor och betongfundament förses med schablonmålade budskap – både åsiktsyttringar och konstnärliga alster.

Företrädesvis kommersiella budskap projiceras än så länge på gångbanan framför dina fötter. Värre blir det om budskapet plötsligt dyker upp på körbanan eller i anslutning till övergångsstället. Var hamnar då trafikanternas uppmärksamhet?

Till en stor del sker ovanstående på ett strukturerat och planerat sätt. Det finns organisation kring uppsättningen. Rivs affischer ner av stadsdelsförvaltningen, fastighetsägare eller butiksägare sätts nya upp, ibland inom loppet av en timma, ibland snabbare. Affischer som inte tas ner, rivs ofta sönder eller blåser sönder och hänger i trasor längs väggar och elskåp. Andra ligger och skräpar längs trottoarer och gator. Sammantaget ger detta en nedgången bild tillsammans med alla uppsatta klisterlappar och allt klotter i de delar av gaturummet som drabbas. I mindre omfattning kan man tycka att det som beskrivs är oförargliga företeelser. Men i den omfattning som de idag förekommer bidrar de till stadsrummets förfall och behov av åtgärder i form av ökad städning och ökat underhåll. Gaturummets olika detaljer och anordningar tar stryk och klarar inte de livslängder som de är planerade att hålla utan att underhållsåtgärderna ökas på. Vilket tär både på den offentliga kassan och på plånboken för de privata aktörer som drabbas.

Lösa föremål i gaturummet gör att risken för skada på människor såväl som egendom ökar. Extra krångligt att ta sig fram blir det om man är rörelsehindrad eller synskadad. Stockholm ska vara världens mest tillgänglighetsanpassade huvudstad till år 2010. Staden lägger varje år ner stora pengar på tillgänglighetsanpassningar. Även trafiksäkerheten försämras av att trafikanternas uppmärksamhet minskar. Skador medför kostnader för den som drabbas.

Nya kommersiella reklamkanaler, typ klistermärken och projicering, tar på eget bevåg sig rättighet att nyttja annans egendom utan att någon ersättning utgår. Detta påverkar konkurrenssituationen på ett orättfärdigt sätt. Att samhället sedan tyst accepterar sådana fenomen underminerar befintligt regelverk.

Det finns många röster som vill att det ska finnas rätt till fri affischering. Några tycker att det är en naturlig del i en levande stadsbild. Oftast har man den uppfattningen att det är små kulturella evenemang som annonseras på detta sätt och att dessa aktörer inte har någon annan möjlighet att nå sin publik. Denna uppfattning ger dock inte hela bilden. Även stora ekonomiska intressen står bakom en stor del av den illegala affischeringen. "Flyposting" (=affischering på obetalt utrymme) är ett vedertaget begrepp inom reklam och PR-branschen. Det anses som ett mycket effektivt sätt att nå en ung publik/kundkrets som byggt upp ett misstroende mot andra former av reklam och marknadsföring.

Även föremål som befinner sig i eller gränsar mot stadens offentliga rum har ägare, såväl privata som offentliga. Det är dessa aktörer som städar, tvättar,

rostskyddar, målar, putsar, planterar och på andra sätt åtgärdar spåren efter affischer, klistermärken mm. Ett både trööst och resurskrävande arbete. Resurser som så väl kunde behövas till annat. Miljöer som inte hålls efter vad gäller t ex olaglig affischering, klisterlappar och klotter uppfattas som områden som ingen bryr sig om. Ett sådant område riskerar att "gå ner sig" och enligt den sk "Broken window"- teorin tenderar brottsligheten att öka i dessa områden. Ett samhälle som visar tolerans mot ordningsstörningar och småbrott öppnar sig enligt detta resonemang för grov kriminalitet. Därför är det viktigt att reagera på tendenser till förfall.

Men Stockholm är och ska förbli en stad med ett stort utbud av kultur, sport och evenemang av olika slag. De rent kommersiella möjligheter som idag finns att marknadsföra detta är inte anpassade efter behoven. Platser för utomhusreklam riktade mot den lokala marknaden behövs. De evenemang som staden vill ha klarar inte heller alltid att betala de priser som utomhusreklammarknaden tar ut – Stockholms innerstad är flaggskeppet i de rikstäckande utomhusreklamserierna och prissättningen är därefter.

Konstnärlig utsmyckning, kanske framförallt när den sker spontant och på oväntade platser, får många av oss att lysa upp och le när vi passerar. Den gör stadsbilden levande och inte alltid så förutsägbar. "Street-art" är en del av gaturummet men gränsen mot de fenomen som detta genomgång berör är flytande.

Med utgångspunkt i ovanstående är det lätt att konstatera att något borde göras. Försök har gjorts tidigare, i olika konstellationer och med olika förslag. Då lagstiftningen är krånglig, stadens eget regelverk omodernt och ansvaret fördelat mellan flera aktörer med olika ansvar, åsikter och möjligheter har det tidigare dock visat sig svårt att genomföra något konstruktivt och hållbart. Men en del har faktiskt genomförts. Med kompletteringar kan summan bli riktigt bra!

Alternativ idag

Nedan listas de möjligheter som idag på olika sätt står tillbuds för den som på något sätt vill marknadsföra ett kultur- eller idrottsevenemang utan att affischera illegalt.

Befintliga möjligheter

Föremål / platser	Bygg- lov	Polis- tillstånd	Kostar?	Kommentar
Stuprörs- affischering -sätta upp affischer på föremål som inte är avsedda för detta ändamål.	Nej	Ja	Polis tar ut avgift för tillstånd	- Inte garanterad plats - Kräver även fastighetsägarens /anordningsägarens tillstånd - Kan skada underlag affischen fästs på - Nedskräpning... - Hittills svårt att få tillstånd - Får man tillstånd – svårt att hävda sig mot illegal affischering & svårt att fråga fastighetsägaren om lov - Bokas genom polistillstånd
Cirkusaffischerings platserna -av staden utpekade platser som av tradition används av cirkusarna	Nej	Ja	Ja Polisen och kommu- nen	- Används i princip bara av cirkusarna och av EMA Telstar - Kan förberedas för effektivare användning. - Bokas genom polistillstånd
Förenings- meddelandetavlor -trätavlor för ”egen” affischering som sdf sköter	Nej	Nej	Nej	- Inte garanterad plats - Bara att sätta upp sin affisch själv - Dessa ska enligt tradition endast användas för föreningsmeddelanden inte för kommersiell reklam eller för kulturevenemang.
Fristående ”affischplats Stockholm”-tavlor -metalltavlor för friaaffischering i city som ägs av tk och har skötts av sdf	Nej (inne- as av tk)	Nej	Nej	- Inte garanterad plats - För få... - Bygga ut över innerstaden? Men svårt att hitta plaster som accepteras av alla remissinstanser - Bara att sätta upp sin affisch själv
Kulturreklam- tavlorna -c.a 1000 affischplatser 70 x 100cm på belysningsstolpar	Nej	Nej	Ja	- Används främst av ”kultur-institutioner” - Bokas genom ”Kulturreklam AB” men ny upphandling på gång.
Evenemangsbanér -c:a 100 fästen för 1x4m baner vid infarter	Nej (tk)	Nej	Ja	- Dyrt att ta fram baneren - Bokas genom TK
”Affischplats Stockholm” på telefonkioskerna -61 bakbelysta platser för 100x175 cm affischer	Nej (Telia)	Nej (Telia)	Ja	Bokas via ”Outstanding Media”
”Affischplats Stockholm” på stadsklockorna	Nej (Gobal Agenc- ies)	Nej (Global Agencies)	Ja	Bokas via ”Global Agencies”

Utbyggnad på gång

Föremål / platser	Bygg- lov	Polis- tillstånd	Kostar?	Kommentar
"Affischplats Stockholm" på befintliga trekantspelarplatser Antal inte fastställt ännu	Nej Innehas av reklam- ftg	Nej Innehas av reklam-ftg	Nej	- Utbyggnad av friaffischeringsmöjlighet - Enligt nuvarande plan på plats under våren /sommaren 2007 - Bara att sätta upp sin affisch själv

Möjligheter som provats tidigare men som inte fungerat av olika skäl

Sponsrade annonsmöjligheter i dagspress

Under en period tillhandahöll gatu- och fastighetskontoret en helsida i kvällspressen samt i en gratistidning som användes som en "affischeringstavla" för evenemang. Nyttjande av platsen kostade inte mer än framtagande av "affischen." Försöket fungerade organisatoriskt väl. Affischerarna organiserade själva kontakterna mot tidningen. Den illegala affischeringen minskade en del. Vissa diskussioner om konkurrensen gentemot betald plats i tidningen uppkom, men annars inget negativt. Dock klev inga andra sponsorer in på banan än gatu- och fastighetskontoret. Ett försök med avtal om samfinansiering med SAMI gick i stöpet, varvid försöket avbröts eftersom resurserna tröt.

Kalendarier på stadsinfotavlor

Under en period upplät gatu- och fastighetskontoret ett antal sidor på stadsinformationstavlorna för evenemangskalendarier. Kalendarerna sammanställdes av Stockholm Information Service. Försöket avbröts. Dock fullt möjligt att återuppta om någon förvaltning (kulturförvaltningen, Stockholm Visitors Board?) tar på sig att hantera framtagande av själva kalendariet.

Affischplatser på elskåp

Affischplatser på elskåp testades under en period på Götgatsbacken. Försöket föll inte ut väl. Affischerarna hade svårt att organisera sig i en förening och hålla sig till avtalets villkor, alternativt att få alla affischerare att acceptera försöket. Möjligtvis kan affischering på elskåp organiseras på annat sätt och då få en bättre effekt. Det försök som genomfördes utesluter inte att den grundläggande idén som sådan ändå kan vara ett koncept värt att jobba vidare med, då det har många fördelar; ytorna finns redan på plats och innebär ingen utökad belamring av trånga ytor, de finns på eftertraktade platser som är svår att nyttja för annat mm.

Ytterligare förslag till möjliga åtgärder som diskuterats tidigare men av olika anledningar inte kommit till stånd

- Affischplatser för friaffischering på väderskydden
- Permanenta affischeringsplatser/ljusvitriner på de vedertagna "cirkusaffischeringsplatserna"
- Samarbete med SL om affischeringsplatser i och i anslutning till tunnelbanan

- Ta fram informationsmaterial om vad som gäller och vilka möjligheter som står tillbuds. 1. Mer allmänt om vad som står till buds och 2. Med exakt adressanvisning till var föremålen står.
- Ta fram samstämmiga rutiner för hantering av illegal affischering över hela staden
- Införa klausuler mot användande av illegal affischering i kontrakt för lokaler som hyrs ut av staden
- Dra in kommunala bidrag om man använder sig av illegala metoder för att marknadsföra sitt evenemang.

Trafikkontorets förslag till åtgärder som kan vidtas

Efter att ha gått igenom vad som finns tillbuds idag, vads som testats tidigare samt inventerat förrådet på nya förslag, samt inhämtat synpunkter från remissinstanserna har kontoret kommit fram till att följande åtgärder kan vara möjliga att testa för att arbeta vidare med kommunstyrelsens uppdrag. Kontoret föreslår att staden beslutar arbeta vidare med detta på flera olika fronter, beskrivna under delrubrikerna nedan.

Förbättrade möjligheter för kultur- och evenemangsinformation

Trafikkontoret kan ...

- arbeta vidare med "Affischplats Stockholm" genom att byta ut befintliga trekantspelare mot nya föremål som kompletterar kommersiell reklam med friaffischeringsmöjligheter i enlighet med de ansökningar som redan inkommit till kontoret.
- kontakta SL om att få till stånd friaffischeringsplatser på baksidan av turlistorna på väderskydden vid busshållplatserna och på platser vid T-bane-uppgångar.
- se över möjligheten till permanenta affischeringsplatser/ljusvittriner på de vedertagna "cirkusaffischeringsplatserna". Efter remissrundan stryks detta förslag på grund av stadsdelarnas önskemål att hålla parker och esplanader fria från affischering.
- tillåta att byggplank används för kultur- och evenemangsreklam.
- utreda om en mindre ökning av antalet evenemangsbanér platser är möjligt
- se över möjligheten att sätta ut lokala annonstavlor, utformade typ de "affischplats Stockholm-tavlor" som kontoret har idag, i innerstaden minst c:a tio per stadsdel, samt vid ytterstadens knutpunkter. Dessa sätts ut i den takt som budgetramarna medger.

Stadsdelarna kan...

- utvidga användningsområdet för befintliga föreningsmeddelande-tavlor så att de inrymmer även kultur- och evenemangsreklam.

Minska den illegala affischeringen för en renare och trevligare stadsbild

Trafikkontoret kan se över möjligheterna för ...

- att riva affischer och klistermärken ska ingå i städentreprenaderna.
- att tvätta bort schablonmålning som är stötande på samma sätt som det som gäller för klotter.

Översynen bör ske i samband att i samband med att kontoret tar över ansvaret för barmarksrenhållningen av gaturummet och nya avtal tecknas vartefter de befintliga löper ut, samt i samband med att klotterpolicyn arbetas om.

Trafikkontoret kan se över möjligheterna att förenkla sanering av trafikordningar genom att

- genomföra ett försök i större skala vad gäller anti-sticker-färg på trafikordningar av olika slag.

Berörda kommunala lokaluthyrare kan...

- införa klausuler mot användande av illegal affischering i kontrakt för lokaler som hyrs ut av staden

Kulturförvaltningen kan...

- uppmana alla verksamheter som får stöd att följa lagar och övriga bestämmelser för affischering och marknadsföring och komplettera villkoren för kulturstöd med detta. Med bidragsbesluten ska informationsmaterial bifogas om vilka affischplatser som är legala.
- dra in kommunala bidrag för arrangörer som använder sig av illegala metoder för att marknadsföra sitt evenemang.

Se över regelverket så att det är anpassat för dagens Stockholm

Trafikkontoret kan i samarbete med stadsledningskontorets juridiska avdelning...

- anpassa regelverket inklusive ordningsföreskrifterna för fungerande affischering, projicerad reklam, schablonmålning och konstnärlig utövning samt totalförbjuda uppsättning av klistermärken.

Utökat samarbete mellan stadens förvaltningar, polismyndigheten och åklagarmyndigheten

Staden kan tillskriva polis och åklagarmyndighet för att få igång ett fungerande samarbetet vad gäller att beivra illegal affischering, uppsättande av klistermärken, schablonmålning samt projicering av budskap.

Information

Trafikkontoret kan ...

- ta fram info-material om vad som står till buds och vilka regler som gäller samt tillse att denna information hålls ajour.

SLUT