

**Utlåtande 2013:181 RIII (Dnr 313-1721/2012)**

## **Reklamvepor på blå- och grönklassade byggnader**

**Motion (2012:62) av Maria Hannäs (V)**

Kommunstyrelsen föreslår att kommunfullmäktige beslutar följande.  
Motion (2012:62) av Maria Hannäs (V) om ”Reklamvepor på blå- och grönklassade byggnader” anses besvarad med vad som sägs i utlåtandet.

**Föredragande borgarrådet Regina Kevius** anför följande.

### *Ärendet*

I en motion (2012:62) föreslår Maria Hannäs (V) att bygglov inte bör beviljas för reklamvepor på byggnader som i Stadsmuseets kulturhistoriska klassificering getts blå eller grön klassning.

### *Beredning*

Ärendet har remitterats till stadsledningskontoret, fastighetsnämnden, kulturnämnden, stadsbyggnadsnämnden, Stockholm Business Region AB, Rådet till skydd för Stockholms skönhet, City i Samverkan samt till Sveriges kommunikationsbyråer. City i Samverkan har inte svarat på remissen.

*Stadsledningskontoret* anser att bygglovsrelaterade ärenden till fullo bör hanteras av stadsbyggnadsnämnden och att avsteg från denna princip i form av kommunfullmäktigebeslut om förbud mot beviljande av vissa bygglov ska avstyrkas.

*Fastighetsnämnden* anser att de råd och riktlinjer som stadsbyggnadsnämnden har på ett välavvägt sätt tar upp frågeställningar kring

reklamvepor på kulturhistoriska byggnader och fastighetsnämnden anser att dessa är tillräckliga.

*Kulturnämnden* anser att skyltar är en del av stadens uttryck och ibland kan ses som ett kulturarv i sig. Ett generellt förbud mot skyltning på kulturhistoriskt värdefulla byggnader bör därför inte införas, bedömningen görs från fall till fall.

*Stadsbyggnadsnämnden* har funnit att nämndens skyltprogram bland annat inte omfattar ny skyltteknik, exempelvis LED, och konstaterar att programmet kan komma att uppdateras.

*Stockholm Business Region AB* anser att ett eventuellt förbud skulle kunna innebära svåra gränsdragningar av vad som uppfattas som reklam och vad som mer är att betrakta som information av allmänintresse och förespråkar därför inte ett förbud.

*Rådet till skydd för Stockholms skönhet* har en principiellt tillåtande syn på reklam som berikande tillskott i stadsbilden men har generellt ställt sig negativt till reklamvepor. Rätt utformade kan dock även vepor inpassas i en fasadordning och tillföra en miljö något positivt under en begränsad tid.

*Sveriges kommunikationsbyråer* konstaterar att reklam och annan marknadskommunikation är en förutsättning för ekonomisk tillväxt och utveckling i en stad. Sveriges kommunikationsbyråer motsätter sig ett förbud enligt motionärens förslag då det finns ett väl fungerande skyltprogram för staden som ger en god vägledning för hur skyltning på kulturhistoriskt värdefull bebyggelse ska hanteras.

### *Mina synpunkter*

Vepor är ett samlingsnamn för stora fasaddukar med reklam eller information. Eftersom de flesta vepor har en tillfällig karaktär medges inte permanenta bygglov, utan bara korta tidsbegränsade bygglov, vanligen 14-28 dagar. På byggnadsställningar kan vepor sitta uppe så länge fasadarbetet pågår och på kulturinstitutioner kan lämplig tid för en vepa vara så länge som annonserat evenemang pågår, men maximalt 6 månader.

Stadsbyggnadsnämnden prövar om en åtgärd förvanskar stadsrummet eller inte vid varje enskild ansökan om ny plats för vepa. I nämndens skyltprogram anges att kulturhistoriskt värdefulla byggnader inte bör användas som bakgrund för vepor, men detta betyder inte att det finns något givet samband mellan reklam och förvanskning.

En stad med handel innebär marknadsföring och reklam, men ett förbud mot *reklamvepor* skulle komma att innebära svåra gränsdragningar av vad som

är reklam och vad som kan uppfattas som *information av allmänintresse*. Ett Stockholm utan skyltar och vepor skulle också framstå som betydligt mindre levande och pulserande än dagens stad.

#### *Bilagor*

1. Reservationer m.m.
2. Motion (2012:62) av Maria Hannäs (V) om reklamvepor på blå- och grönklassade byggnader

**Borgarrådsberedningen** tillstyrker föredragande borgarrådets förslag.

**Särskilt uttalande** gjordes av borgarrådet Daniel Helldén (MP) enligt följande.

Miljöpartiet ser gärna en minskad mängd reklam i det offentliga rummet. Offentlig reklam, på pelare och annonstavlor, i kollektivtrafiken, eller som stora reklamvepor, kan inkräkta på den personliga friheten för de människor som rör sig i närheten och tvingas passivt betrakta reklamen och dess budskap. Detta kan vara berättigat i vissa fall. Men som motionären anför finns det anledning att se över om reklamen bör begränsas, åtminstone i fall när den påverkar vår kulturmiljö. En återhållsamhet för reklamvepor på grön- och blåklassade byggnader kan därför vara en rimlig åtgärd.

**Kommunstyrelsen** delar borgarrådsberedningens uppfattning och föreslår att kommunfullmäktige beslutar följande.

Motion (2012:62) av Maria Hannäs (V) om ”Reklamvepor på blå- och grönklassade byggnader” anses besvarad med vad som sägs i utlåtandet.

Stockholm den 4 december 2013

På kommunstyrelsens vägnar:  
STEN NORDIN

Regina Kevius

*Ulrika Gunnarsson*

**Reservation** anfördes av Ann-Margarethe Livh (V) enligt följande.

Jag föreslår att kommunstyrelsen föreslår att kommunfullmäktige beslutar följande.

1. Att bifalla motionen
2. Samt att därutöver anföra

Denna motion föreslår att staden ska starta ett arbete med inriktning på att genomföra förbud mot reklamvepor på byggnader som blå- och grönklassats på grund av sitt kulturhistoriska värde. Vi instämmer i kulturförvaltningens synpunkter att skyltar kan ingå i gatubilden och kan utgöra ett kulturarv. Detta handlar emellertid inte om skyltar utan om de stora vepor som numera tillåts täcka nästan hela fasader, även på kulturhistoriskt värdefulla byggnader. Tyvärr begränsas inte dessa i praktiken av de bestämmelser som finns i stadens skyltprogram eller de beslut om bygglov som fattas i enlighet med i plan- och bygglagen.

Vi anser att människor ska kunna röra sig i staden och njuta av Stockholms vackra stadsbild utan att översköljjas av kommersiella säljbudskap. Dessa vepor förfular dessutom det offentliga rummet. Generellt vill vi i Vänsterpartiet att det offentliga rummet ska präglas av konst, natur, arkitektur och mötesplatser i stället för kommers. Vi tillstyrker därför att staden startar ett arbete för att få till stånd ett förbud i denna riktning.

Stadsbyggnadskontoret slår fast i sitt utlåtande att vepor påverkar det kulturhistoriska värdet på blå- och grönklassade byggnader, liksom det även påverkar stadsmiljön. Kontoret brukar föreslå nämnden att avslag skall ges i flertalet dylika ärenden. Problemet är att den borgerliga majoriteten är positivt inställda till förvanskning av stadens byggnader. Det gäller både inklädning i vepor som skymmer husen och påverkar det visuella värdet, men även andra förvanskningar av det kulturhistoriska värdet i form av till- och ombyggnader m.m. Vänsterpartiet anser att de vackra byggnadernas fasader ska synas i det offentliga rummet, och inte döljas i reklamvepor.

Reklamskyltar hör inte hemma på blå- och grönklassade byggnader.

**Särskilt uttalande** gjordes av Åsa Jernberg och Stefan Nilsson (båda MP) med hänvisning till det särskilda uttalandet av (MP) i borgarrådsberedningen.

## ÄRENDET

I en motion (2012:62) föreslår Maria Hannäs (V) att bygglov inte bör beviljas för reklamvepor på byggnader som i Stadsmuseets kulturhistoriska klassificering getts blå eller grön klassning.

Stadsmuseets klassificering är ett kunskapsunderlag för kommunens förvaltningar. Blå färg omfattar synnerligen kulturhistoriskt värdefull bebyggelse som motsvarar fordringarna för byggnadsminnen i kulturminneslagen. Grön färg innebär betyder att bebyggelsen är särskilt värdefull från historisk, kulturhistorisk, miljömässig eller konstnärlig synpunkt.

## BEREDNING

Ärendet har remitterats till stadsledningskontoret, fastighetsnämnden, kulturnämnden, stadsbyggnadsnämnden, Stockholm Business Region AB, Rådet till skydd för Stockholms skönhet, City i Samverkan samt till Sveriges kommunikationsbyråer. City i Samverkan har inte svarat på remissen.

### **Stadsledningskontoret**

**Stadsledningskontorets** tjänsteutlåtande daterat den 13 december 2012 har i huvudsak följande lydelse.

Stadsledningskontoret konstaterar att stadsbyggnadsnämnden har ansvaret för bygglovshanteringen i staden och att bygglovsfrågor inte brukar vara föremål för beslut i kommunfullmäktige. Enligt kontorets bedömning får det därmed anses vara sedan länge etablerat med en långtgående delegation för stadsbyggnadsnämnden i dessa ärenden. Stadsledningskontoret anser inte att några generella skäl föreligger för att frångå denna ordning, som i allt väsentligt fungerar väl.

I sakfrågan noterar stadsledningskontoret att reklamvepor visserligen kan påverka stadsbilden och upplevelsen av stadsrummet, men att denna påverkan som regel knappast borde kunna anses vara större än vid vissa andra bygglovspliktiga åtgärder såsom skyltning och liknande. Kontoret anser att det vare sig vad gäller reklamvepor eller övriga bygglovspliktiga åtgärder finns anledning att frångå gällande delegationsordning för stadsbyggnadsnämnden genom ett beslut i kommunfullmäktige.

Beträffande Stadsmuseets kulturhistoriska klassificering av byggnader fyller denna enligt stadsledningskontorets uppfattning en viktig funktion som vägledning för vilken typ av åtgärder som lämpar sig mer eller mindre väl för en given byggnad utifrån dess

kulturhistoriska värde. I fallet med vepor är dock påverkan på berörda byggnader enligt stadsledningskontorets mening att betrakta som av så tillfällig karaktär att klassificeringen inte kan anses utgöra tillräcklig grund för ett av kommunfullmäktige fastställt generellt förbud mot bygglov för vepor. Tvärtom anser kontoret att bedömningen av en åtgärds lämplighet utifrån bland annat kulturhistoriska förhållanden bäst görs av sakkunskapen som finns representerad i stadsbyggnadsnämnden.

Stadsledningskontorets uppfattning är således sammanfattningsvis att bygglovsrelaterade ärenden till fullo bör hanteras av stadsbyggnadsnämnden i enlighet med rådande praxis i staden utifrån vad plan- och bygglagen stadgar. Avsteg från denna princip i form av kommunfullmäktigebeslut om förbud mot beviljande av bygglov i vissa fall bör därför enligt kontorets mening avstyrkas. Med hänvisning till det ovan anförda föreslår stadsledningskontoret att kommunstyrelsen beslutar att föreslå kommunfullmäktige att anse motionen besvarad.

### **Fastighetsnämnden**

**Fastighetsnämnden** beslutade vid sitt sammanträde den 5 februari 2013 att överlämna och åberopa fastighetskontorets svar på remissen.

*Reservation* anfördes av Sebastian Wiklund (V), *bilaga 1*.

**Fastighetskontorets** tjänsteutlåtande daterat den 9 januari 2013 har i huvudsak följande lydelse.

I råd och riktlinjer från Stockholms stadsbyggnadsnämnd "Jag vill sätta upp skylt/skyltar, vad gäller i Stockholm?" finns regler för skyltningen. Revidering är utförd i april-maj 2009 gällande aktualisering av innehåll och tillägg angående vepor, tjänsteutlåtande Dnr 2007-14939-579.

Enligt plan- och bygglagen (PBL) krävs det bygglov för skyltning inom detaljplanelagt område. Det behövs bygglov för att sätta upp eller väsentligt ändra skyltar. Detta gäller tillfälliga skyltar, permanenta skyltar, skyltar målade på fasad, större flaggor med reklam, stor reklam på markiser med mera. PBL föreskriver bland annat att hänsyn ska tas till stads- och landskapsbilden samt platsens natur och kulturvärden. Förslag inlämnat för bygglov gällande lämplig placering i stadsrummets och byggnadens kulturhistoriska värde med dess arkitektoniska särdrag och skyltens utformning i dess miljö prövas av stadsbyggnadsnämnden.

I dessa råd och riktlinjer konstateras att bildväxlande skyltar är svåra att anpassa till kulturhistoriskt intressanta byggnader och andra byggnader som har arkitektoniska värden och därför är olämpliga på dessa byggnader.

Vad det gäller banderoller som inslag i stadsbilden accepteras dessa som tillfälliga

budbärare men med restriktion att kulturhistoriskt värdefulla byggnader inte bör användas som bakgrund för banderoller. På speciella byggnader kan budskap angående pågående tillfällig aktivitet inom byggnaden, som är av allmänt intresse, accepteras. Dock är inte banderoller lämpliga inom områden av riksintresse för kulturminnesvård eller vid stadens front mot vattnet eller kulturhistoriskt värdefulla områden i övrigt.

För banderoller för tillfälliga kampanjer räknas 14 dagar till 4 veckor och därefter nedtagning. Tiden mellan två kampanjer på samma plats ska vara minst dubbla bygglovstiden. Banderoller på kulturinstitutioner får sitta uppe under tiden det annonserade evenemanget pågår.

Kontoret uppfattar att ett förbud skulle innebära svåra gränsdragningar av vad som är reklam och vad som kan uppfattas som information av allmänintresse. Reklam för en utställning på Stadsmuseum där man betalar inträde, eller all världens mat i Hötorgshallen för konsumtion eller, som på Medborgarhuset som gör reklam för en hyresgäst, bildningsförbundet Sensus, skulle då knappast vara möjlig.

I råd och riktlinjer från Stockholms stadsbyggnadsnämnd tas på ett väl avvägt sätt frågeställningen upp om reklamvepor på kulturhistoriska byggnader och kontoret ser att dessa är tillräckliga. Kontoret förespråkar därför inte ett förbud enligt remisställarens förslag.

## **Kulturnämnden**

**Kulturnämnden** beslutade vid sitt sammanträde den 11 mars 2013 att godkänna och överlämna kulturförvaltningens tjänsteutlåtande som svar på remissen.

*Reservation* anfördes av vice ordföranden Ann Mari Engel (V), *bilaga 1*.

*Reservation* anfördes av Mats Berglund (MP), *bilaga 1*.

**Kulturförvaltningens** tjänsteutlåtande daterat den 26 februari 2013 har i huvudsak följande lydelse.

Förvaltningen menar att skyltar är en del av stadens uttryck och ibland kan ses som ett kulturarv i sig. Ett generellt förbud mot skyltning på kulturhistoriskt värdefulla byggnader bör därför inte införas. Stadens skyltprogram ger enligt förvaltningen en god inriktning för hur skyltning ska ske i staden. Det är dock av största vikt att dessa program efterföljs och att beslut om bygglov fattas i enlighet med PBL och riktlinjernas intentioner. En bedömning bör alltid göras från fall till fall och ett restriktivt förhållningssätt bör eftersträvas för kulturhistoriskt värdefull bebyggelse, i synnerhet i Gamla Stan. Stadsbyggnadskontoret har möjlighet att skicka

bygglovremisser till Stadsmuseet som kan bistå med en kulturhistorisk bedömning och uttala sig om den föreslagna skylten är förenlig med byggnadens och stadsrummets kulturhistoriska värden.

## **Stadsbyggnadsnämnden**

**Stadsbyggnadsnämnden** beslutade vid sitt sammanträde den 23 maj 2013 att överlämna kontorets tjänsteutlåtande som svar på remissen, samt att omedelbart justera paragrafen.

*Särskilt uttalande* gjordes av Sebastian Wiklund (V), *bilaga 1*.

**Stadsbyggnadskontorets** tjänsteutlåtande daterat den 2 maj 2013 har i huvudsak följande lydelse.

Nämnden har de senaste månaderna fått tre olika skrivelser angående skyltning och ljusanordningar och svarar på dem i ett sammanhang.

Kontoret anser att vepor på blå- och grönklassade byggnader påverkar det kulturhistoriska värdet av såväl enskilda byggnader som stadsmiljön. Kontoret anser också att skyltning i taklandskapet påverkar stads- och landskapsbilden, såväl som i kvartersstaden som i andra omgivningar.

Kontoret har också uppmärksammat ny skyltteknik, exempelvis LED, inte omfattas av nuvarande skyltprogram och att vissa platstyper för skyltning, exempelvis vid idrottsplatser, saknas.

Under 2013 pågår ett arbete i staden med ett nytt ljusprogram. Detta leds av Trafikkontoret, och Stadsbyggnadskontoret är representerat via Bygglövsavdelningen Sektion Verksamheter.

Kontoret har för avsikt att i verksamhetsplanen för 2014 föreslå Stadsbyggnadsnämnden en uppdatering av skyltprogrammet. Det kan med fördel kopplas samman med det då klara ljusprogrammet. En uppdatering under 2014 kan också med fördel anpassas till tidplanen för Arkitektur Stockholm.

## **Stockholm Business Region AB**

**Stockholm Business Region AB:s** yttrande daterat den 1 februari 2013 har i huvudsak följande lydelse.

SBR anser att ett eventuellt förbud skulle kunna innebära svåra gränsdragningar av vad som uppfattas som reklam och vad som är mer att betrakta som information av allmänintresse. Med ett sådant förbud skulle ”reklam” för en utställning på



Stadsmuseum där man betalar inträde, eller evenemanget *All världens mat* i Hötorgshallen eller, som på Medborgarhuset, vilka gör ”reklam” för sin hyresgäst bildningsförbundet Sensus, knappast vara möjlig.

SBR kan även konstatera att frågeställningen om reklamvepor på kulturhistoriska byggnader på ett väl avvägt sätt tas upp i råd och riktlinjer från Stockholms stadsbyggnadsnämnd och kontoret ser att dessa är tillräckliga. Kontoret förespråkar därför inte ett förbud enligt remisställarens förslag.

## **Rådet till skydd för Stockholms skönhet**

**Rådet till skydd för Stockholms skönhets** yttrande daterat den 9 april 2013 har i huvudsak följande lydelse.

Skönhetsrådet har en principiellt tillåtande syn på reklam som berikande tillskott i stadsbilden men har generellt ställt sig negativt till just reklamveporna som klär in och döljer arkitekturen istället för att samspela med den. Rätt utformad kan även en reklamvepa inpassas i en fasadordning och tillföra en miljö något positivt under en begränsad tid – det är dock sällan fallet att veporna får en studerad gestaltning. Rådet har förståelse för önskemålet om ett förbud för reklamvepor på stadens blå- och grönklassade byggnader och ställer sig bakom sådana restriktioner gällande de stora veporna som täcker in fasader på ett dominerande sätt.

Rådet vill ändå markera att det är viktigt att värna den fortsatta möjligheten för hyresgäster i form av kulturinstitutioner t.ex. att ha fasadarrangemang av mycket tillfällig karaktär i samband med jubileer eller evenemang, det bör därför utredas om ett förbud kan kombineras med möjlighet att söka dispens genom bygglovsprövningen.

## **Sveriges kommunikationsbyråer**

**Sveriges kommunikationsbyråers** yttrande daterat den 11 april 2013 har i huvudsak följande lydelse.

Till att börja med vill Sveriges Kommunikationsbyråer peka på att det i motionen *int ges någon definition eller förklaring till vad som avses med ”reklamvepor”*.

Motionen utgår från att det borde vara ”en rättighet att ta sig fram i staden utan att reklamen stör vår upplevelse av staden och skymmer kulturhistoriskt intressanta byggnader”. Med det sistnämnda avses s.k. BLÅ- och GRÖN-klassade byggnader som Stadsmuseets chef, stadsantikvarien, har till uppgift att peka ut. Klassificeringen utgör ett kunskapsunderlag som används inom kommunens förvaltningar bland annat i samband med detaljplanering och bygglovprövning.

*BLÅTT* är den högsta klassen och omfattar synnerligen kulturhistoriskt värdefull bebyggelse som motsvarar fordringarna för byggnadsminnen i kulturminneslagen.

GRÖN klassning innebär också ett högt kulturhistoriskt värde och betyder att bebyggelsen är särskilt värdefull från historisk, kulturhistorisk, miljömässig eller konstnärlig synpunkt.

Med utgångspunkt i befintlig och aktuell karta med angivande av för dagen existerande GRÖN- och BLÅ-klassade byggnader

([http://kartor.stockholm.se/bios/dpwebmap/cust\\_sth/kul/klassificering/DPWebMap.html](http://kartor.stockholm.se/bios/dpwebmap/cust_sth/kul/klassificering/DPWebMap.html)) framgår att stora delar av Södermalm utgör sådant område med merpart GRÖN- och BLÅ-klassade fastigheter, hela Riddarholmen och Gamla Stan är BLÅ-klassat. I princip hela Östermalm är i vart fall GRÖN-klassat. Osv. Ett förslaget förbud omfattande både GRÖN- och BLÅ-klassade fastigheter skulle m.a.o. omöjliggöra reklam i en stor del av staden.

Enligt Sveriges Kommunikationsbyråer finns i dag redan ett väl fungerande Skyltprogram för staden som ger en god vägledning för hur skyltning på kulturhistoriskt värdefull bebyggelse ska hanteras.

Därtill finns i dag möjligheter att genom Reklamombudsmannen (<http://reklamombudsmannen.org/>) anmäla och ingripa mot reklam som genom både sin placering i det offentliga rummet och pga. sin utformning och innehåll kan uppfattas som stötande och i strid med ICC Internationella Handelskammarens grundregler för reklam och marknadskommunikation. Undertecknade sitter själva som ledamot i Reklamombudsmannens Opinionsnämnd som gör dylika bedömningar respektive som styrelseledamot i stiftelsen Reklamombudsmannen. Detta är en väl fungerande hedersdomstol.

Ett förbud skulle också innebära svåra gränsdragningar avseende vad som är att anse som kommersiell reklam och vad som är samhällsinformation eller annan tryck- och yttrandefrihetsrättsligt skyddad information.

Sveriges Kommunikationsbyråer menar vidare att en modern stad speglar både gammalt och nytt, både avseende bebyggelse och andra företeelser som förekommer i samhället. Däribland reklam och annan marknadskommunikation. Denna är också en förutsättning för både bibehållande och ekonomisk tillväxt och utveckling i en stad. Detta är ett symbiotiskt förhållande i en fungerande marknadsekonomi som också kommer stadens invånare till gagn.

Därtill tjänar kända reklamskyltar etc. som riktmärken och uppskattade kännetecken i och för en stad och dess invånare. För att bara nämna exempel: Stomatolskylten vid Slussen, Tulo-reklamen vid St. Eriksbron etc. Med tiden ändras också invånarnas tolerans och grad av uppskattning av dessa. En del blir med tiden som ”en kär gammal vän” och kan komma att utgöra ett kulturhistoriskt värde likvärdig en vacker byggnadsfasad.

Sammantaget motsätter sig således Sveriges Kommunikationsbyråer ett förbud enligt motionärens förslag.

RESERVATIONER M.M.

**Fastighetsnämnden**

*Reservation* anfördes av Sebastian Wiklund (V) enligt följande.

Att fastighetsnämnden beslutar enligt följande:

Fastighetsnämnden instämmer helt med motionären och vill betona att det finns fler städer som är mer varsamma om det offentliga rummet. Reklamskyltar hör inte hemma på blå och grönklassade byggnader.

**Kulturnämnden**

*Reservation* anfördes av vice ordföranden Ann Mari Engel (V) enligt följande.

Att tillstyrka motionen

Att därutöver anföras

Denna motion föreslår att staden ska starta ett arbete med inriktning på att genomföra förbud mot reklamvepor på byggnader som blå- och grönklassats på grund av sitt kulturhistoriska värde. Vi instämmer i förvaltningens synpunkter att skyltar kan ingå i gatubilden och kan utgöra ett kulturarv. Detta handlar emellertid inte om skyltar utan om de stora vepor som numera tillåts täcka nästan hela fasader, även på kulturhistoriskt värdefulla byggnader. Tyvärr begränsas inte dessa i praktiken av de bestämmelser som finns i stadens skyltprogram eller de beslut om bygglov som fattas i enlighet med i plan- och bygglagen.

Vi anser att människor ska kunna röra sig i staden och njuta av Stockholms vackra stadsbild utan att översköljjas av kommersiella säljbudskap. Dessa vepor förfular dessutom det offentliga rummet. Generellt vill vi i Vänsterpartiet att det offentliga rummet ska präglas av konst, natur, arkitektur och mötesplatser i stället för kommers. Vi tillstyrker därför att staden startar ett arbete för att få till stånd ett förbud i denna riktning.

*Reservation* anfördes av Mats Berglund (MP) enligt följande.

Att bifalla motionen

Att därutöver anföras:

Miljöpartiet är ett konsumtionskritiskt parti som gärna ser en minskad mängd reklam i det offentliga rummet. Offentlig reklam, på pelare och annonstavlor, i

kollektivtrafiken, eller som stora reklamvepor, inkräktar på den personliga friheten för de människor som rör sig i närheten och tvingas passivt betrakta reklamen och dess budskap. Det är just den rätten att inkräkta på människors frihet som annonsörerna betalar för. Detta kan vara berättigat i vissa fall. Men som motionären anför bör det begränsas, åtminstone när den även inkräktar på vår kulturmiljö. Ett generellt stopp för reklamvepor på grön- och blåklassade byggnader kan därför vara en rimlig inledande åtgärd.

## **Stadsbyggnadsnämnden**

*Särskilt uttalande* gjordes av Sebastian Wiklund (V) enligt följande.

Det är bra att Stadsbyggnadskontoret slår fast att vepor påverkar det kulturhistoriska värdet på blå- och grönklassade byggnader, liksom det även påverkar stadsmiljön. Kontoret brukar föreslå nämnden att avslag skall ges i flertalet dylika ärenden. Problemet är att den borgerliga majoriteten är positivt inställda till förvanskning av stadens byggnader. Det gäller både inklädning i vepor som skymmer husen och påverkar det visuella värdet, men även andra förvanskningar av det kulturhistoriska värdet i form av till- och om byggnader m.m. Vänsterpartiet anser att de vackra byggnadernas fasader ska synas i det offentliga rummet, och inte döljas i reklamvepor.



## KOMMUNFULLMÄKTIGE

### Motioner

2012:62

2012:62

#### **Motion av Maria Hannäs (V) om reklamvepor på blå- och grönklassade byggnader**

*Dnr 313-1721/2012*

Flera storstäder i världen har slutat använda reklam på fastigheter, på skyltar i det offentliga rummet, i tunnelbanan och längs trafikleder. Det borde vara en rättighet att ta sig fram utan att reklamen stör vår upplevelse av staden och skymmer kulturhistoriskt intressanta byggnader.

Men i Stockholm beviljas bygglov för reklam på fasader och kulturhistoriskt klassificerade byggnader.

Vi i Vänsterpartiet vill att stadens byggnader ska vara fria från reklamvepor och anser att staden måste börja med att se till så de stora reklamveporna på grön- och blåklassade byggnader försvinner helt. Därmed skulle bland annat de godkända platserna (där bygglov beviljats) på vackra kvarteret Sumpen vid Stureplan (grönklassat) och Medborgarhuset (blåklassat) vid Medborgarplatsen kunna tas bort och bli en del av vårt gemensamma stadsrum igen.

I de städer där förbud mot reklamskyltar och begränsning av affärsskyltning införts, som i Sao Paulo, syns nu stadens arkitektur på ett helt nytt sätt. Man ser hur staden är planerad från början vilket uppskattas av invånarna. Företagarna klagar inte eftersom beslutet inte påverkar intäkterna. Andra goda exempel utan reklam är tunnelbanan i Amsterdam och Citybanan i Malmö där bildkonst ersatt reklamen.

Jag föreslår kommunfullmäktige

Att starta arbetet med inriktning på att genomföra förbud mot reklamvepor på grön- och blåklassificerade byggnader i staden.

Stockholm den 26 november 2012

*Maria Hannäs*