

Handläggare:  
Sara Feinberg, 08-508 29 097

Till  
Finansroteln

## **Motion (2013:64) följ Sao Paulos exempel - Gör Stockholm till en stad fri från gatureklam!**

Svar på remiss från Finansroteln (Dnr 329-1405-2013).

### **Sammanfattning**

I motionen föreslås ett förbud mot utomhusreklam, för att ge plats åt annan verksamhet i staden och annan tillväxt än den rent materiella. Motionären föreslår kommunfullmäktige: att staden inleder ett arbete för att göra Stockholms till världens andra stad fri från gatureklam.

I en av Sveriges grundlagar, regeringsformen, uttrycks de grundläggande fri- och rättigheterna genom yttrandefriheten, där det fastställs att man genom tal, skrift eller bild, eller på annat sätt ska kunna meddela upplysningar samt uttrycka tankar, åsikter och känslor. Vidare är kultur och nöjen en del i en levande och attraktiv huvudstad.

Det finns väl utarbetade regler om användandet av offentlig plats, skyltar och utomhusreklam. Detaljplan finns för så gott som all mark i Stockholm. Enligt plan- och bygglagen (PBL) krävs det bygglov för skyltning inom detaljplanelagt område.

Gränsdragningen mellan vad som uppfattas som kommersiell marknadsföring och information av allmänintresse är svår, vilket Stockholm Business Region uttrycker i sitt remissvar. Ett förbud mot gatureklam, i enlighet med motionärens förslag, skulle innebära att "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 skulle vara möjliga.

Stockholms Stadshus AB värnar om stadens skyltar genom stadsbyggnadsnämndens pris "Årets skylt", som sedan 1998 delas ut årligen.

### **Ärendet**

Finansroteln har remitterat "*Motion (2013:64) följ Sao Paulos exempel - Gör Stockholm till en stad fri från gatureklam!*" till bland annat Stockholms Stadshus AB. Stockholms Stadshus AB har i sin tur remitterat vidare till dotterbolaget Stockholm Business Region

(SBR). Nedan följer en redovisning av bolagets remissvar i huvudsak. Remissvaret i sin helhet återfinns i bilagan.

I motionen från Ann Mari Engel (V) föreslås en reklamfri huvudstad, med staden Sao Paulo i Brasilien som förebild. Motionären anser att genom ett förbud mot utomhusreklam så som reklampelare, reklamskyltar och reklamvepor, får annan verksamhet och annan tillväxt, än den rent materiella, plats i staden.

Motionären föreslår kommunfullmäktige:

att staden inleder ett arbete för att göra Stockholms till världens andra stad fri från gatureklam.

### **Underremiss**

#### ***Stockholm Business Regions remissvar har i huvudsak följande lydelse:***

I en marknadsekonomisk urban och modern stad ingår reklamen som en naturlig del, bland annat i form av ljusskyltar. Det är svårt att tänka sig ett mörkt och stilla Times Square eller Piccadilly Circus. I Stockholms stad värnar man sina skyltar genom att stadsbyggnadsnämnden sedan 1998 årligen delar ut priset ”Årets skylt”. Dessutom håller en stor del av reklamen i staden hög gestaltningsmässig standard med tanke på alla de priser som svenska reklambyråer kammar hem i den årliga Cannes Lions International Advertising Festival.

SBR anser därutöver 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 eller konst. 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 förespråkar av ovanstående skäl inte ett förbud mot utomhusreklam i Stockholms stad enligt remisställarens förslag (*bilaga*).

#### **Koncernledningens synpunkter**

Gränsdragningen mellan vad som uppfattas som kommersiell marknadsföring och information av allmänintresse är svår, vilket Stockholm Business Region uttrycker i sitt remissvar. Ett förbud mot gatureklam, i enlighet med motionärens förslag, skulle kunna innebära att reklam för en utställning på Stadsmuseum där man betalar inträde, eller evenemanget *All världens mat* i Hötorgshallen inte längre skulle vara möjliga.

Kultur och nöjen en del i en levande och attraktiv huvudstad. Sedan 2009 arbetar Stockholms stad aktivt med att minska olaglig affischering, som bidrar till nedskräpning. För att göra det lättare att nå ut med kultur- och evenemangsinformation i det offentliga rummet, samtidigt som man undviker ”visuell nedskräpning”, har Stockholms stad ett antal friaffischeringsytor där arrangörer kan affischera gratis.

Det finns väl utarbetade regler om användandet av offentlig plats, skyltar och utomhusreklam. Detaljplan finns för så gott som all mark i Stockholm. Enligt plan- och bygglagen (PBL) krävs det bygglov för skyltning inom detaljplanelagt område. Det 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.
- Form och färg ska vara lämpliga för skylten som sådan samt ge en god helhetsverkan.
- Skyltens form och placering får inte inverka menligt på trafiksäkerheten eller på annat sätt medföra fara eller betydande olägenhet.

Stadsbyggnadsnämnden beslutade även år 2006 om ett nytt skyltprogram för staden, med råd och riktlinjer för skyltars utformning och placering.

I en av Sveriges grundlagar, regeringsformen, uttrycks de grundläggande fri- och rättigheterna genom yttrandefriheten, där det fastställs att man genom tal, skrift eller bild eller på annat sätt ska kunna meddela upplysningar samt uttrycka tankar, åsikter och känslor. Detta anser koncernledningen att staden även fortsättningsvis ska värna om.

Irene Svenonius

VD Stockholms Stadshus AB

## **Bilaga**

Remissvar Stockholm Business Region (SBR)

## **Svar på motion angående "Gör Stockholm till en stad fri från gatureklam", dnr 329-1405/2013.**

### **Stockholm Business Regions (SBR) förslag till beslut**

Stockholm Business Region överlämnar följande tjänsteutlåtande som svar på motion angående "Gör Stockholm till en stad fri från gatureklam", dnr 329-1405/2013.

Ärendet anmäls som ett kontorsyttrande på styrelsens sammanträde den 4 februari 2014.

Olle Zetterberg

Anna Gissler

### **Sammanfattning**

SBR förespråkar inte ett förbud mot utomhusreklam i Stockholms stad.

### **Bakgrund**

Stockholms Stadshus AB har till Stockholm Business Region (SBR) översänt en motion angående "Gör Stockholm till en stad fri från gatureklam", dnr 329-1405/2013. Svar på motionen ska vara Stockholms Stadshus AB tillhanda senast den 8 januari 2014.

### **SBRs problemformulering**

Remisställaren föreslår ett förbud mot utomhusreklam för att ge plats åt annan verksamhet i staden och annan tillväxt än den rent materiella.

I en marknadsekonomisk urban och modern stad ingår reklamen som en naturlig del, bland annat i form av ljusskyltar. Det är svårt att tänka sig ett mörkt och stilla Times Square eller Piccadilly Circus. I Stockholms stad värnar man sina skyltar genom att stadsbyggnadsnämnden sedan 1998 årligen delar ut priset "Årets skylt". Dessutom håller en stor del av reklamen i staden hög gestaltningsmässig standard med tanke på alla de priser som svenska reklambyråer kammar hem i den årliga Cannes Lions International Advertising Festival.

SBR anser därutöver 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 eller konst. 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.

### **SBRs synpunkter**

Kontoret förespråkar av ovanstående skäl inte ett förbud mot utomhusreklam i Stockholms stad enligt remisställarens förslag.