

Handläggare
Arantza Nino
Kulturförvaltningen
Telefon: 08-508 31 818

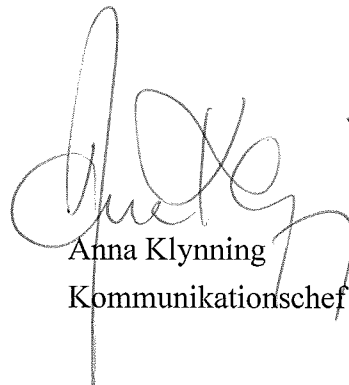
Svar på kontorsremiss: Försök med digitala reklamvittriner

Sammanfattning

Kulturförvaltningen har av Trafikkontoret fått en kontorsremiss, *Försök med digitala reklamvittriner*, Dnr T2010-540-04537, där man inför utvärderingen av försöket med digitala reklamvittriner, vill ta del av synpunkter från relevanta aktörer utifrån olika aspekter av utvärderingens fyra utvärderingsområden; ekonomiska, stadsmiljömässiga, trafiksäkerhetsmässiga samt klargöra möjligheten till nya nyttigheter. Kulturförvaltningen ger här sina synpunkter och förslag.



Berit Svedberg
Kulturdirektör



Anna Klynning
Kommunikationschef

Ärendets beredning

Ärendet har beretts av Kulturförvaltningens kommunikationsstab och evenemangsavdelning.

Förvaltningens synpunkter och förslag

Ekonomiska aspekter

Kulturförvaltningen anser att man även bör titta på hållbarhets- och miljömässiga aspekter, som också kan kopplas till ekonomiska aspekter. Förvaltningen anser vidare att man bör jämföra hållbarheten och miljöpåverkan mellan t ex LED-skyltar och s.k. printbillboards, affischer, kulturtavlor och dylika ”analoga” marknadsföringskanaler i det offentliga rummet. Detta då det förefaller att LED-skyltar kan ha avsevärt mindre negativ påverkan.

Stadsmiljömässiga aspekter

Förvaltningen vill framhålla ytterligare en positiv effekt som digitala skyltar kan ha, nämligen att på platser som tidigare varit mörka kan skyltarna öka trygghetskänslan och skapa trivsammare miljöer. Kulturförvaltningen vill betona vikten av samordning inom staden vid framtida utplacering av t ex LED-skyltar och andra etableringar såsom parkeringsautomater, informationstavlor, papperskorgar, etc.

Trafiksäkerhetsmässiga aspekter

Kulturförvaltningen har inga ytterligare synpunkter på de trafiksäkerhetsmässiga aspekterna.

Möjliga nyttigheter

Kulturförvaltningen anser att ett medvetet utvecklande av digital skyltning leder mot stadens vision om en innovativ stad enligt Vision 2030.

Förvaltningen ser mycket positivt på utvecklandet av nya nyttigheter i form av digital teknik för kommunikation med stockholmare och besökare i det offentliga rummet. Mediet ger stora kommunikativa möjligheter och hög flexibilitet till förhållandevis låga omkostnader. Kulturförvaltningen har erfarenhet av digitala skyltar utomhus på olika sätt. Mobila lösningar har använts vid evenemang under flera år. De utgör en mycket viktig del av kommunikationen med festivalbesökarna. Förvaltningen har sedan i november 2013 en LED- skylt på Kulturhusets fasad mot

Hamngatan. Innehållet består av kulturutbudet i Stockholm och medverkande är institutioner och fria aktörer i Stockholm. Försöket utvärderas under 2014.

Kulturförvaltningen anser att det är av största vikt att man beaktar att detta är ett helt eget medium, inte enbart tekniskt, utan även ur ett innehållsmässigt perspektiv. Hanteringen av innehållet bör därför anpassas till de unika förutsättningar som mediet har; att innehållet är rörligt i viss eller hög utsträckning, att innehållet inte ska störa omgivningen utan snarare ge mervärde, att mottagaren ser budskapen under väldigt kort tid, ofta när hon/han är i rörelse. Det är därför viktigt att inte behandla mediet som en webbsida eller en tv-kanal. För att skyltarna ska ha en hög attraktions- och genomslagskraft rekommenderar vi därför att man tidigt planerar hur innehållet ska hanteras och sedan presenteras på ett attraktivt och informativt sätt anpassat till mediet.

En avgörande fråga är också rutiner för materialinlämning, bokning av yta samt utformandet av pedagogiska och tydliga prislistor om detta ska vara en möjlighet för olika förvaltningar inom kommunen att nyttja.

Avslutningsvis ställer sig Kulturförvaltningen mycket positiv till LED-skyltar i stadsmiljön.

Bilagor

1. Trafikkontorets remiss *Försök med digitala reklamvitriiner*

Till berörd remissinstans

Angående remissen "Försök med digitala reklamvitriener"

Sedan ca ett år tillbaka bedriver Trafikkontoret ett försök med digitala reklamvitriener på offentlig plats. Försökets syfte och genomförande beskrivs närmare i bifogat tjänsteutlåtande.

Inför utvärderingen av försöket önskar Trafikkontoret ta del av synpunkter från relevanta aktörer utifrån olika aspekter av utvärderingens fyra utvärderingsområden. Eftersom remissen inte rör ett utarbetat förslag, utan ett pågående försök, skickas remissen som en kontorsremiss.

De digitala reklamvitriener som ingår i försöket finns på 10 platser i innerstaden, främst i cityområdet (se bifogad karta).

Trafikkontoret vill också framhålla tre aspekter som är att beakta.

- 1) Platserna för försöket är relativt koncentrerade. En utvärdering bör dock rimligen resultera i mer generella slutsatser och/eller rekommendationer. Därför uppmanas remissinstanserna att beakta inte bara de faktiska platser som ingår i det konkreta försöket, utan också företeelsen "digitala reklamvitriener på offentlig plats" i mer generell mening och avseende olika miljöer.
- 2) Innehållsligt möjliggör/underlättar digital teknik vissa företeelser (i jämförelse med analog teknik). Exempelvis hastig rörelse, ljud, färgväxlingar, mm. Det i sin tur behöver inte innebära att tillståndsgivaren behöver acceptera att teknikens potential utnyttjas fullt ut. Digital teknik kan alltså innebära allt från rörlig ljudfilm till traditionell bildväxling i en digital vitrin (alltså utan annan rörelse än själva bildväxlingen).

Trafikkontoret
Tillstånd

Fleminggatan 4
Box 8311
104 20 Stockholm
Telefon 08-508 260 43
Växel 08-508 272 00
Fax 08-508 263 30
torkel.kjellman@stockholm.se
trafikkontoret@stockholm.se
Org nr 212000-0142
stockholm.se

- 3) De möjligheter som digital teknik skapar avseende nyttigheter, för exempelvis stadens verksamheter och stadsinformationen, behöver inte nödvändigtvis innebära att det är möjligheter som verksamheterna kan/önskar/prioriterar att utnyttja. Digital teknik kan alltså hypotetiskt innebära möjligheter för stadens egen verksamhet som man i praktiken inte kommer att efterfråga av olika skäl (praktiska, ekonomiska, kommunikationsmässiga, mm).

Med detta missiv bifogas:

- PM med remissinstanser med förteckning över remissinstanser
- Tjänsteutlåtande om genomförande av, och syfte med, försöket
- Nämndbeslut angående försöket
- Karta över platser som ingår i försöket

Remisstiden sträcker sig till 2014-05-31. Remissvar skickas till digitalavitriner@stockholm.se.

För frågor kontakta Torkel Kjellman: 08-508 260 43 eller torkel.kjellman@stockholm.se.

Med vänlig hälsning

Torkel Kjellman, utredare
Tillståndsavdelningen
Trafikkontoret



Torkel Kjellman
Tillstånd
08-508 260 43
torkel.kjellman@stockholm.se

Till
Trafik- och renhållningsnämnden
2012-10-18

Digitala reklamvitriiner. Genomförande av försök

Förslag till beslut

1. Trafik- och renhållningsnämnden beslutar att uppdra åt Trafikkontoret att genomföra ett försök med digitala reklamvitriiner/stadsinformationstavlor i enlighet med tjänsteutlåtandet.
2. Trafik- och renhållningsnämnden uppdrar åt Trafikkontoret att återkomma till nämnden med en redovisning av försökets resultat i enlighet med ärendet.

Per Anders Hedkvist
Förvaltningschef

Louise Bill
Avdelningschef

Sammanfattning

Trafik- och renhållningsnämnden gav 2011-02-17 kontoret ett flertal utredningsuppdrag rörande reklam på offentlig plats och reklamfinansierade nyttigheter. Som en del i det pågående arbetet föreslår kontoret i detta ärende ett genomförande av ett försök med digitala reklamvitriiner på offentlig plats. Syftet är att pröva den nya tekniken utifrån ekonomiska, stadsmiljömässiga, trafiksäkerhetsmässiga aspekter, samt klargöra möjligheten till nya nyttigheter. Försöket avses genomföras av kontoret i samverkan med berörda delar av staden och i samarbete med befintliga aktörer på reklammarknaden. Ärendet bedöms inte innebära några ekonomiska konsekvenser.

Bakgrund

Staden har ett antal avtal med privata företag rörande reklamfinansierade nyttigheter. I samband med beslut 2011-02-17 om förlängning av ett av dessa avtal gav Trafik- och renhållningsnämnden kontoret i uppdrag att, bland annat, revidera gällande riktlinjer för reklam på offentlig plats och utveckla en långsiktig strategi rörande reklam på offentlig plats. Kontoret ser föreliggande ärende som en del i det arbetet.

Ärendets beredning

Ärendet har beretts av trafikkontorets tillståndsavdelning i samråd med kontorets stadsmiljöavdelning.

Analys och konsekvenser

De nu gällande riktlinjerna för reklam på offentlig plats bereddes och utformades för snart två decennier sedan. Sedan dess har flera förutsättningar förändrats. Dels har kontoret och staden fått nya erfarenheter i takt med att nuvarande avtal har utvecklats och samhället har förändrats. Dels har reklambranschen och tekniken utvecklats under denna tid.

Då nuvarande riktlinjer utvecklades var den digitala tekniken ny och outvecklad. Sedan dess har en utveckling skett och den nya tekniken har också delvis börjat introduceras inom utomhusreklamen. Den finns redan representerad inom Stockholms kommun, men inte på offentlig plats eller inom ramen för de avtal som förvaltas av Trafikkontoret. Det finns dock ett intresse hos reklamföretagen för en introduktion av den nya tekniken också där.

Den digitala tekniken innebär både nya möjligheter och nya utmaningar. Att förhålla sig till dessa utgör därför en självklar del av en strategi. Den nya tekniken innebär en stor förändring av förutsättningarna utifrån flera aspekter och bör därför prövas både seriöst och grundligt.

Digitala vitriner innebär en förändring av både det möjliga innehållet i reklamen och en avgörande förändring av de rent tekniska förutsättningarna för installationerna. Det i sin tur innebär att en introduktion av sådan teknik kan antas påverka verksamheten utifrån åtminstone fyra aspekter: ekonomi, stadsmiljö, trafiksäkerhet och möjliga nyttigheter.

Ekonomiskt torde verksamheten påverkas av att både reklamvärdet och kostnaderna för drift och investeringar förändras. Det innebär å ena sidan att reklamvärdet kan förväntas öka och att kostnaderna för produktion och

distribution av både reklam och stadsinformation minskar. Å andra sidan torde investeringskostnaderna för installationerna öka.

Vad gäller stadsmiljön så förs potentiellt ett nytt inslag in i gaturummet i och med att den digitala tekniken möjliggör en frekventare bildväxling och inslag med rörliga bilder. Med Stockholms befolkningstillväxt ökar idag användningen och anspråken på den offentliga platsen, inte minst i stadskärnan och vid knutpunkter. Det innebär många positiva tillskott till stadsmiljön i form av service, evenemang och tillgängliga nyttigheter. Samtidigt ökar otvetydigt konkurrensen om det begränsade utrymmet, något som i sin tur påverkar både stadsmiljön och upplevelsen av denna. Rörliga inslag kan upplevas på ett annat sätt än den traditionella statiska skyltreklamen och stadsinformationen. Upplevelsen av vilken plats en ny teknik tar i det offentliga rummet behöver alltså inte stå i direkt proportion till den fysiska plats installationen upptar. Denna aspekt bör prövas inom ramen för försöket. Den nya tekniken förutsätter sannolikt också nya installationer och ställer eventuellt nya tekniska krav på utformningen. Det kan i sin tur innebära behov av en ny design på reklamvitrinerna. Dessa bör i sådana fall utformas så att de upplevs som ett positivt tillskott i stadsmiljön.

Trafiksäkerheten kan i sin tur påverkas av de nya möjligheterna avseende innehållet i reklamen. Med möjligheten till frekventare bildväxling och/eller rörliga inslag i reklamen så förs också nya inslag in i trafikmiljön. Dessa måste prövas utifrån trafiksäkerhetssynpunkt.

Till sist påverkar den nya tekniken också delar av de nyttigheter som ryms inom nuvarande koncessionsavtal. En del av de nyttigheter staden erhåller i befintliga avtal utgörs av informationsutrymme och så kallade friaffischeringsytor. Med ny teknik och eventuella krav på ny design påverkas förutsättningarna för båda dessa nyttigheter. Vad gäller informationsytorna så skapas förutsättningar både för en annan typ av innehåll och för en annan utformning av stadens information inom ramen för utomhusreklamen. Frekventare bildväxling, möjligheten till interaktivitet och billigare och snabbare distribution skapar nya förutsättningar vars möjliga konsekvenser bör klargöras. Friaffischeringsytorna påverkas potentiellt av ny design på installationerna.

I syfte att möjliggöra för staden att inta en aktiv roll, utifrån gedigen och aktuell kunskap, samt ge stockholmarna en möjlighet att ha synpunkter utifrån hur man uppfattar det teknikskifte som redan pågår, vill kontoret genomföra ett försök med digitala reklamvitriiner och stadsinformationstavlor på offentlig plats i Stockholm.



Försöket ska genomföras av Trafikkontoret i samverkan med berörda delar av staden och i samarbete med befintliga tillståndshavare. Huvudinriktningen är att platser som redan idag ianspråktagits för reklamvitriiner/stadsinformationstavlor ianspråkta. Utformningen av försöket ska möjliggöra en utvärdering utifrån de parametrar som beskrivits i tjänsteutlåtandet och omfatta maximalt 10 + 10 vitriiner på befintliga platser i inner- respektive ytterstaden.

Med ett beslut om genomförande bemyndigar nämnden också kontoret att å nämndens vägnar godkänna bildväxling och/eller rörliga bilder på de platser, och för den tid, som omfattas av försöket. Innehållet i reklamen ska givetvis överensstämma med stadens policydokument och följa gällande villkor. Det innebär exempelvis att ytorna ska vara fria från innehåll som strider mot god marknadsföringssed eller svensk lag. Det i sin tur inbegriper frågor om sexistisk och schabloniserande reklam, reklam som riktar sig till eller innehåller barn, med mera. Till sist vill kontoret understryka att ett försök ska omfatta aktörer som staden redan har en samverkan kring dessa frågor med.

Kontoret avser efter genomfört försök återkomma till nämnden med en utvärdering utifrån de parametrar som redovisats i tjänsteutlåtandet. Kontorets ambition är att det ska kunna ske i mitten av våren.

Kontorets bedömning är att försöket kan genomföras utan ekonomiska konsekvenser och inom ramen för befintlig budget.

Trafikkontorets förslag

Trafik- och renhållningsnämnden beslutar att uppdra åt Trafikkontoret att genomföra ett försök med digitala reklamvitriiner/stadsinformationstavlor i enlighet med tjänsteutlåtandet.

Trafik- och renhållningsnämnden uppdrar åt Trafikkontoret att återkomma till nämnden med en redovisning av försökets resultat i enlighet med ärendet.

Slut



Tid Torsdagen den 18 oktober 2012 kl 16.30 – 16.40
Plats Stora Kollegiesalen, Stadshuset
Justerat Fredagen den 26 oktober 2012

Ulla Hamilton

Daniel Helldén

Närvarande

Beslutande ledamöter:

Ulla Hamilton (M), ordföranden
Daniel Helldén (MP) vice ordföranden

Bo Arkelsten (M)
Daniel Valiollahi (M)
Annika Davidsson (M)
Mark Klamberg (FP)
Jonas Naddebo (C)
Oskar Levin (S)
Martin Hansson (MP)
Kajsa Stenfelt (V)

Tjänstgörande ersättare:

Peter Abelin (M) för Datevig Tjärnberg (M)
Margareta Stavling (S) för Malte Sigemalm (S)
Jimmy Lindgren (S) för Annika Ödebrink (S)

Ersättare:

Christoffer Kuckowski (M)
Christer Svärd (M)
Charlotta Schenholm (FP)
Jesper Svensson (FP)
Göran Oljeqvist (KD)
Hanna Helsing (S)
Hampus Rubaszkin (MP)
Tobias Johansson (V)

Tjänstemän:

Förvaltningschefen Per Anders Hedkvist, Fredrik Alfredsson, Louise Bill, Mats Cronqvist, Åse Geschwind, Inga-Lill Hultin, Lars Jolérus, Mattias Lundberg och Anne Rådestad samt personalföreträdaren Luis Lopez §§ 1-6 och biträdande borgarrådssekreteraren Martin Savén från roteln.

§ 16

Digitala reklamvitriiner. Genomförande av försök

Dnr T2010-540-04537

Beslut

Trafik- och renhållningsnämnden beslutar enligt kontorets förslag:

- 1 Trafik- och renhållningsnämnden beslutar att uppdra åt trafikkontoret att genomföra ett försök med digitala reklamvitriiner/stadsinformationstavlor i enlighet med tjänsteutlåtandet.
- 2 Trafik- och renhållningsnämnden uppdrar åt trafikkontoret att återkomma till nämnden med en redovisning av försökets resultat i enlighet med ärendet.

Handlingar i ärendet

Trafikkontorets tjänsteutlåtande från den 16 september 2012.

Nämndens behandling av ärendet

Framlagda förslag till beslut

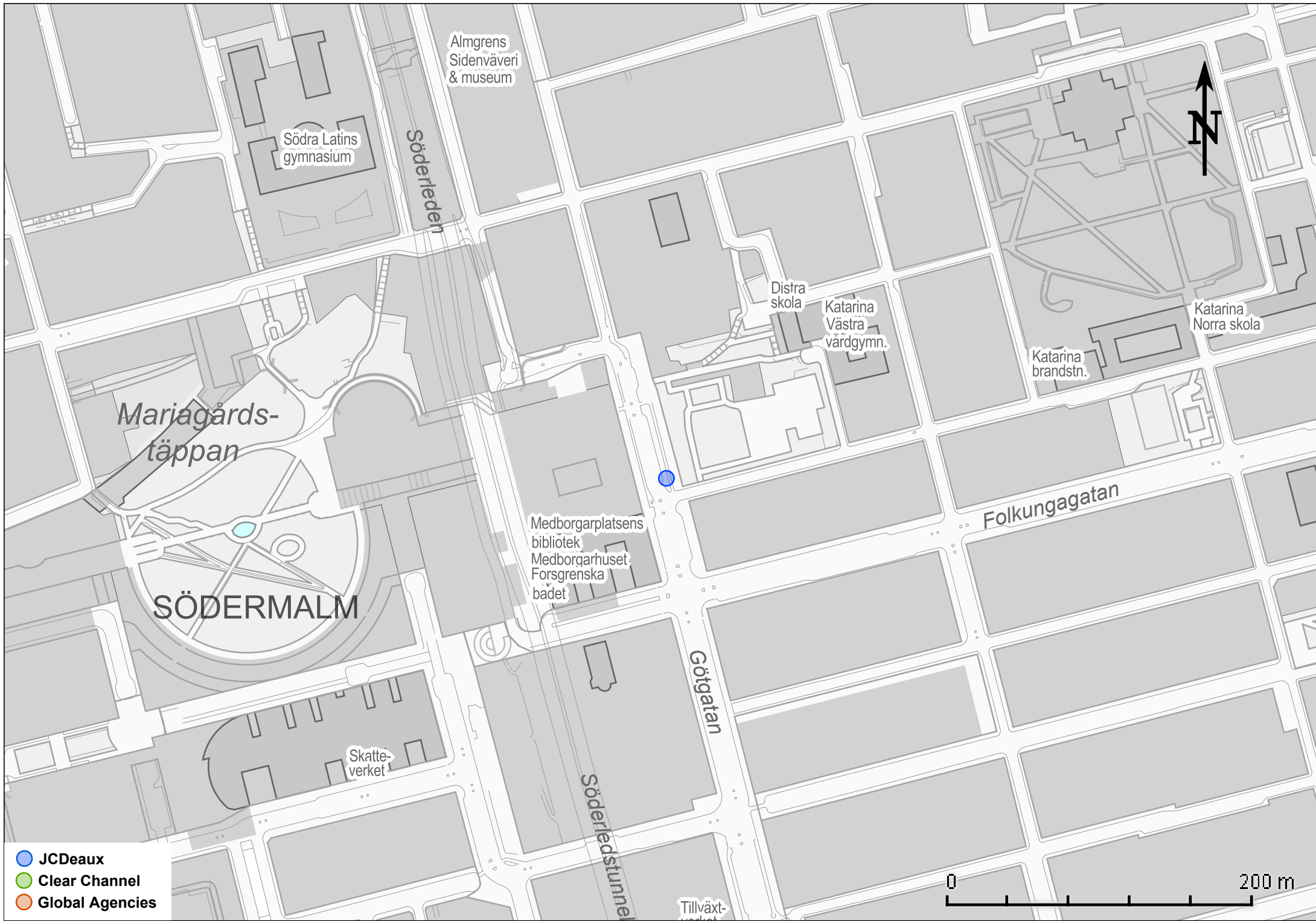
Nämnden föreslår (se beslutet).

Beslutsgång

Ordföranden Ulla Hamilton (M) finner att nämnden beslutar enligt kontorets förslag.

Vid protokollet
Åse Geschwind

Rätt utdraget intygar:



Almgrens
Sidenväveri
& museum

Södra Latins
gymnasium

Söderleden



Mariagårdstäppan

SÖDERMALM

Distra skola

Katarina
Västra
värdgymn.

Katarina
Norra skola

Katarina
brandstn.



Medborgarplatsens
bibliotek
Medborgarhuset
Forsgrenska
badet

Folkungagatan

Götgatan

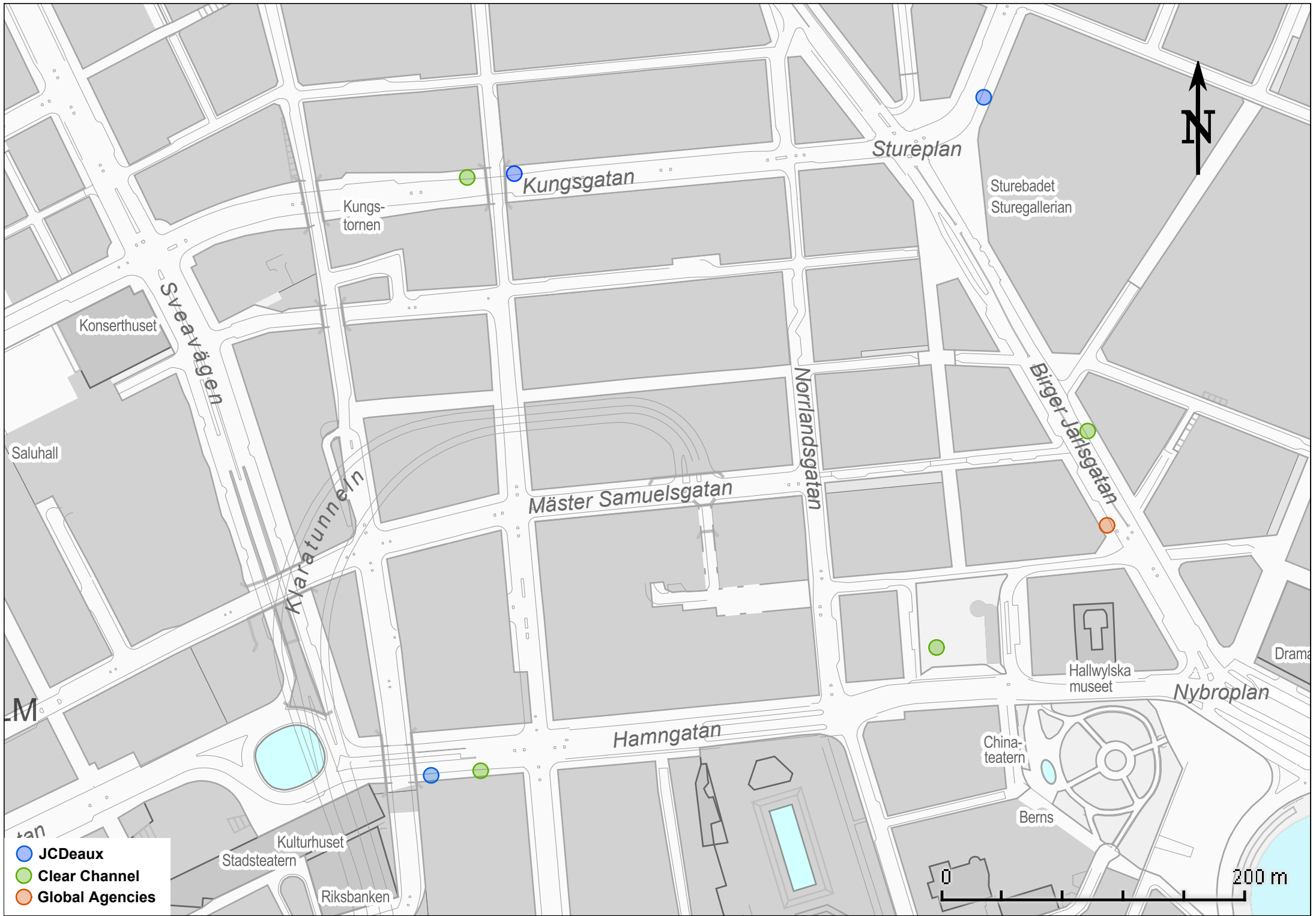
Skatte-
verket

Söderledstunneln

Tillväxt-
verket

- JCDeaux
- Clear Channel
- Global Agencies





- JCDeaux
- Clear Channel
- Global Agencies





ydbergs
n.



Jarlplan

Eller
Pa

Norra Real

Sveavägen

Odengatan

Stads-
biblioteket

Karlbergsvägen

Stockholms
universitet

Observatorie-
lunden

Odenplan

Stockholms
universitet

Observatorie-
museet

Handels-
högskolan

Utbildnings-
radion

Stockholms
universitet

- JCDeaux
- Clear Channel
- Global Agencies

0 200 m