

Tid Torsdagen den 14 december 2017 kl. 16.00 – 16.15
Plats Stora kollegiesalen, Stadshuset
Justerat Onsdagen den 20 december 2017

Daniel Helldén

Bo Arkelsten

Närvarande

Beslutande ledamöter:

Daniel Helldén (MP), ordföranden

Cecilia Brinck (M), vice ordföranden

Bawer Kevir (S)

Inger Lagerman (S)

Sara Stenudd (V)

Bo Arkelsten (M)

Jan Tigerström (M)

Patrik Silverudd (L)

Tjänstgörande ersättare:

Martin Engman (S) §§ 1-25

för Jan Valeskog

Åsa Janlöv (S) §§ 26-29

för Jan Valeskog

Roland Eliasson (S)

för Kristina Öberg (S)

Petra Schagerholm (MP)

för Lorentz Tovatt (MP)

Jonas Lilleberg Eriksson (M)

för Eva Ekmeahag (M)

Erik Persson (M)

för Karin Ernlund (C)

Ersättare:

Åsa Janlöv (S) §§ 1-25

Viveca Wallqvist (MP)

Zakarias Zouhir (V)

Malin Ericson (Fi)

Jan Erik Leijon (M)

Jill Eriksson (L)

Mikael Valier (KD)

Tjänstemän:

Förvaltningschefen Jonas Eliasson, Fredrik Alfredsson, Ted Ell, Åse
Geschwind, Inga-Lill Hultin, Ulrika Falck, Lars Jolérus, Ingrid Mårtenson,
Oscar Stålnacke och personalföreträdarna Luis Lopez och Magnus
Sundin §§ 1-18 samt borgarrådssekreteraren Thomas Karlsson.

§ 26**Utomhusreklam på stadens mark. Etiska riktlinjer**

Dnr T2017-00300

Beslut

Trafiknämnden beslutar enligt förslag från ordföranden Daniel Helldén m.fl. (MP), Bawer Kevir m.fl. (S) och Sara Stenudd (V):

- 1 Trafiknämnden godkänner för egen del kontorets förslag till etiska riktlinjer i enlighet med kontorets tjänsteutlåtande.
- 2 Trafiknämnden hemställer till kommunfullmäktige att godkänna förslaget till etiska riktlinjer för utomhusreklam i enlighet med kontorets tjänsteutlåtande.
- 3 Trafiknämnden beslutar att ge trafikkontoret i uppdrag att bjuda in till en årlig dialog med branschrådet Sveriges Annonsörer och andra intresseorganisationer som arbetar med dessa frågor. Dialogen ska redovisas till trafiknämnden.
- 4 Trafiknämnden beslutar att därutöver anföra följande:

Barn och unga växer idag upp i en miljö där kvinnor och män schabloniseras, sexualiseras och objektifieras. Vi vill att branschen arbetar vidare med att komma bort ifrån detta och att reklamen inte bidrar till osunda kroppsideal eller till rasism.

Kvinnor och män, barn och unga ska kunna vara i det offentliga rummet utan att mötas av stora reklamtytor med bilder på människor som upplevs som kränkande. I detta har det offentliga ett stort ansvar genom att ställa krav på de reklamvittriner som finns uppställda på offentlig platsmark som Stockholms stad har rådrum över, och där krav kan ställas i samband med nya avtal och upplåtelse som är kopplade till dessa reklamvittriner. Staden ska genom återkommande dialog med branschen och intresseorganisationer motverka reklam som bryter mot Reklamombudsmannens tolkning av ICCs riktlinjer avseende könsdiskriminerande reklam. Även reklam som framför rasistiska budskap måste motverkas och frågeställningar relaterade till denna målsättning ska kunna väckas inom ramen för ovanstående dialog. Om det anses påkallat ska trafikkontoret kunna kalla branschen till dialog utifrån särskilda händelser.

har fungerat och genomförts.

Handlingar i ärendet

Trafikkontorets tjänsteutlåtande från den 17 november 2017.

Kontoret föreslår att nämnden beslutar följande:

- 1 För egen del godkänna kontorets förslag till etiska riktlinjer i enlighet med kontorets tjänsteutlåtande.
- 2 Kontoret årligen ska inbjuda reklambranschens aktörer och andra intresseorganisationer till en dialog rörande dessa frågor. Dialogen ska redovisas till trafiknämnden.
- 3 Hemställa till kommunfullmäktige att godkänna förslaget till etiska riktlinjer för utomhusreklam i enlighet med kontorets tjänsteutlåtande.

Nämndens behandling av ärendet

Framlagda förslag till beslut

- 1) Ordföranden Daniel Helldén m.fl. (MP), Bawer Kevir m.fl. (S) och Sara Stenudd (V) föreslår (se beslutet).
- 2) Vice ordföranden Cecilia Brinck m.fl. (M) och Patrik Silverudd (L) föreslår att nämnden beslutar enligt kontorets förslag.

Beslutsgång

Ordföranden Daniel Helldén (MP) ställer förslagen mot varandra och finner att nämnden beslutar enligt förslag från ordföranden Daniel Helldén m.fl. (MP), Bawer Kevir m.fl. (S) och Sara Stenudd (V).

Reservation

Vice ordföranden Cecilia Brinck m.fl. (M) och Patrik Silverudd (L) reserverar sig mot beslutet med hänvisning till kontorets förslag.

Särskilt uttalande

Särskilt uttalande lämnas av vice ordföranden Cecilia Brinck m.fl. (M) och Patrik Silverudd (L) enligt följande:

Vi har tidigare varit kritiska till förslaget om att ta fram etiska riktlinjer för reklam på stadens reklamytor. Precis som trafikkontoret konstaterar, finns det tveksamheter med att staden fastställer särskilda, egna etiska regler för reklam. Politiker ska inte ägna sig åt godtyckliga inskränkningar av yttrandefriheten utan vi bör fokusera på ett attraktivt och tryggt stadsrum. Som framgår i ärendet tar branschen själva ansvar för det material som annonseras och branschens existerande riktlinjer svarar mot de synpunkter och önskemål som tidigare framförts. Vi kan då som konsumenter kan ta

ställning genom att inte gynna företag vars reklam vi ogillar.

Ersättaryttrande

Malin Ericson (Fi) instämmer i beslut från ordföranden Daniel Helldén m.fl. (MP), Bawer Kevir m.fl. (S) och Sara Stenudd (V).

Ersättaryttrande lämnas av Malin Ericson (Fi) enligt följande:

Feministiskt initiativ instämmer i majoritetens förslag till beslut och vill vidare framföra följande.

Det är glädjande att nämnden nu tar beslut om etiska riktlinjer för utomhusreklam på stadens mark. Det är ett steg på vägen mot ett Stockholm fritt från sexistiska och rasistiska budskap.

Feministiskt initiativs vision är ett offentligt rum helt utan reklam. Reklamens närvaro på de platser där vi rör oss dagligen gör det omöjligt att värja sig mot de budskap den förmedlar, och det gäller både kommersiell och politisk reklam. Reklamen visar ofta stereotypa bilder av människor utifrån kön, etnicitet, sexuell läggning och funktionalitet.

Sverige har fått återkommande kritik från FN:s kvinnokommitté för den utbredda sexualiseringen av kvinnor i det offentliga rummet, som de menar underminerar kvinnors rättigheter. Att kvinnor, i mycket högre utsträckning än män, sexualiseras i det offentliga rummet bidrar inte till ett jämställt samhälle och kan inskränka kvinnors möjlighet att värna sin kroppsliga integritet. Det kan även förstås som ett demokratiproblem, vilket kampanjen #metoo tydligt illustrerar. Så länge vi har reklam i det offentliga rummet är det alltså viktigt att sätta upp ramar för vad som visas.

Feministiskt initiativ menar att det bästa sättet att säkerställa att ingen reklam sätts upp som bryter mot stadens riktlinjer vore att en förhandsgranskning av all reklam görs av trafikkontoret, likt det tillvägagångssätt som finns inom AB Storstockholms lokaltrafik (SL). Det liggande förslaget är i stället att dialog förs med branschen och att reklam kan plockas ner inom 24 timmar om de bedöms bryta mot Reklamombudsmannens riktlinjer, med tanken att företag och andra aktörer stämmer av med trafikkontoret vid eventuella oklarheter och att ingen reklam som bryter mot riktlinjerna kommer upp.

Vi anser att det är ett acceptabelt första steg och välkomnar att en utvärdering ska genomföras för att följa upp hur väl självreglering och eftergranskning fungerar, och att det då blir tydligt om skärpningar behövs.

Mikael Valier (KD) instämmer i särskilt uttalande från vice ordföranden Cecilia Brinck m.fl. (M) och Patrik Silverudd (L).

Vid protokollet
Åse Geschwind

Rätt utdraget intygar:
