

**Handläggare**  
Anders Berlin  
Telefon: 508 28 357

**Till**  
Idrottsnämnden

## Reklam i idrottshallar

Svar på skrivelse från Daniele Fava (L)

### Förvaltningens förslag till beslut

Idrottsförvaltningens tjänsteutlåtande godkänns som svar på skrivelsen.

Marina Högländ  
Förvaltningschef

Carina Braun  
Avdelningschef

### Sammanfattning

Idrottsförvaltningen har mottagit en skrivelse från Daniele Fava (L) angående Reklam i idrottshallar. Flera föreningar framför att hanteringen av reklam inför matcharrangemang är en tung hantering och efterfrågar någon form av permanent lösning för reklam exponering. Respektive förening äger reklamrätten till sin egen evenemangstid och på vissa anläggningar har föreningar själva investerat i digitala lösningar.

Digitala lösningar för reklambudskap finns idag på ett fåtal anläggningar i staden. Att reservera en yta för reklamaffischer som är enkla att sätta upp eller plocka ner bedömer förvaltningen inte som ett problem.

### Ärendet

Idrottsförvaltningen har mottagit en skrivelse från Daniele Fava (L) med rubriken Reklam i idrottshallar, se *bilaga*.

I skrivelsen framförs de problem flera föreningar, aktiva i stadens idrottshallar, har med reklamarrangemang i samband med egen matchverksamhet.

Enligt skrivelsen måste föreningarna bära tunga sarger med reklamskyltar, vilket medför risker för att förstöra golv och tar tid. Föreningarna är dock beroende av de inkomster reklamen ger.

Förslag framförs om någon form av digital lösning eller reserverad yta för reklamaffischer som lösning på situationen.

Daniele Fava (L) ställer två frågor till förvaltningen:  
Vad gäller kring reklamskyltning i Stockholms idrottshallar?  
Hur ställer sig förvaltningen till någon av ovanstående lösningar?

### **Ärendets beredning**

Ärendet har beretts av administrativa avdelningen i samråd med avdelningen för idrottsverksamhet.

### **Förvaltningens synpunkter och förslag**

Då stadens idrottshallar upplåts till olika föreningar eller annan arrangör äger den arrangerande föreningen eller arrangören reklamrätten till den egna evenemangstiden. Denna förutsättning medför att förvaltningen har en viss restriktivitet mot att medge säsongsupplåtelse av reklam likväl som permanent reklam. Placeringen av reklamskyltar i en anläggning styrs dels av de regelverk som respektive specialförbund har för sin egen verksamhet samt att arrangören vill uppnå högsta möjliga synbarhet vid exponeringen av budskapet.

Vad avser frågan om digitala lösningar för reklambudskap så finns det idag på ett fåtal anläggningar i staden. Det finns exempel där föreningar har stått för investeringen och har ansvar för skötsel och funktion, likväl exempel på av staden ägda installationer. Förvaltningen arbetar för att skapa möjlighet för andra föreningar att nyttja dessa digitala reklaminstallationer. På exempelvis Grimsta IP så har Brommapojkarna skyldighet enligt evenemangsavtal att upplåta den av föreningen ägda digitala reklamsargen till annan förening mot en självkostnad.

Förvaltningen har inte avsatt budgetmedel för att investera i digitala lösningar för reklamexponering, vilket gör att initiativ där föreningar själva går in och gör investeringen är lovvärt.

Att reservera en yta för reklamaffischer som är enkla att sätta upp eller plocka ner bedömer förvaltningen inte som ett problem. Dock varierar önskemålen om var i anläggningen exponeringen ska ske, beroende på vilken idrott som har evenemanget, vilket kan göra att nyttjandet av en sådan installation blir lågt.

Mot bakgrund av ovanstående kan förvaltningen pröva att erbjuda föreningar permanenta ytor för uppsättning av reklambudskap under den egna evenemangstiden.

#### **Jämställdhetsanalys**

Jämställdhetsperspektivet bedöms inte som relevant i detta ärende.

#### **Bilagor**

Skrivelse från Daniele Fava (L)