



Handläggare: Eva Leijon
Region Innerstad
Upplåtelsebyrån
Tel: 08 508 269 22
eva.leijon@gfk.stockholm.se

2001-03-19

Till
Gatu- och fastighetsnämnden

Nya reklambärare i Stockholm

FÖRSLAG TILL BESLUT

1. Gatu- och fastighetsnämnden beslutar att godkänna till detta tjänsteutlåtande bifogad principöverenskommelse med Telia.
2. Gatu- och fastighetsnämnden beslutar uppdra åt kontoret att genomföra en förnyelse av reklambärarna på offentlig plats genom att låta byta ut en del av de befintliga trekantspelarna mot ”Affischplats Stockholm” kombinerad med kommersiell reklamplats, IT-kiosk samt ”Stadsklockan”, i enlighet med vad som föreslår i detta tjänsteutlåtande.

Olle Zetterberg

Göran Gahm

SAMMANFATTNING

Kontoret föreslår nu, i enlighet med de av nämnden 2000-02-15 antagna riktlinjerna för reklam på offentlig plats, att byta ut en del av de befintliga trekantspelarna mot andra reklamföremål på olika sätt kombinerade med nyttigheter för allmänheten; affischtavla avsedd för idrott, kultur, förenings- och medborgarmeddelanden, IT-kiosk samt klocka med sittbänk.

Därutöver föreslår kontoret att nämnden godkänner bifogad principöverenskommelse med Telia om nya, moderna och handikappanpassade telefonkiosker. Telia har tillsammans med Stockholm, Göteborg och Malmö påbörjat ett design-arbete för att ta fram denna nya utformning. De nya telefonkioskerna kommer att förses med en ljusvitrin för affischer. Två tredjedelar av det totala antalet vitriner avses användas för sedvanlig kommersiell utomhusreklam, medan en tredjedel viks för kultur- och idrottsevenemang som går av stapeln i Stockholm. Den totala mängden telefonkiosker kommer att minska mot dagsläget.

UTLÅTANDE

Bakgrund

Juridik

Att nyttja offentlig plats, dvs gatan, trottoaren, torget och parken, till något annat än vad den primärt är menad för är tillståndspliktigt enligt ordningslagen (1993:1617), 3 kap 1 §. Polisen är tillståndsmyndighet och bedömer en inkommen ansökan med hänsyn till trafiksäkerhet samt allmän ordning och säkerhet. Kommunen, som förvaltare av den offentliga platsen, är remissinstans med vetorätt. Om kommunen avstyrker en ansökan ska polisen inte utfärda tillstånd.

Kommunen har rätt att ställa villkor i samband med att man tillstyrker en ansökan, i enlighet med 3 kap 15§. Dessa villkor ska gälla de intressen som kommunen har att bevaka i fråga om markanvändning, skötsel av den offentliga platsen, markanvändning, stadsbild, miljö och trafik.

I enlighet med plan- och bygglagen är alla reklamföreteelser bygglovspliktiga, oavsett om de endast ska finnas på plats under en begränsad tid. Undantagna är föremål som endast står ute del av dygn.

I allmänna lokala ordningsföreskrifter för Stockholms kommun föreskrivs vidare att annons, affisch eller liknande inte får sättas upp på sådana husväggar, stuprör, staket eller liknande som vetter mot offentlig plats utan polistillstånd. Undantagna är affischer som sätts på sådana föremål som är avsedda för detta ändamål. I denna föreskrivs även minsta fria mått över gång- och körbana; 3,0 m respektive 4,5 m. Under dessa mått får inte föremål som markiser, flaggor och skyltar sticka ut över offentlig plats.

I kommunens roll som förvaltare av den offentliga platsen ligger ansvaret för utformningen av platserna och ansvaret för att förse dem med passande gatumöbler. När den offentliga platsen iordningställts för sitt ändamål krävs polistillstånd för sådana företeelser som inte överensstämmer med detta ändamål eller som inte är allmänt vedertagna. Gatumöbler är till för de personer som rör sig på den offentliga platsen och borde således anses stämma väl med det som den offentliga platsen är avsedd för. Kommunens befogenhet att förse den offentliga platsen med gatumöbler följer av grundreglerna i 2 kap 1§ kommunallagen om den kommunala kompetensen. Kommuner får själva ta hand om sådana angelägenheter av allmänt intresse som har en anknytning till kommunens område eller dess medlemmar och som inte handhas av staten, annan kommun eller landsting.

Reklamriktlinjerna

Gatu- och fastighetsnämnden antog 2000-02-15 nya riktlinjer för reklam på offentlig plats. I dessa delades reklamföremål på offentlig plats in i två huvudkategorier; kultur- och evenemangsreklam och övrig reklam.

? Kultur- och evenemangsreklam är olika typer av förberedda reklamplatser avsedda att användas till att marknadsföra kultur- och idrottsevenemang som genomförs i Stockholm.

- ? Övrig reklam delas i sin tur in i två underkategorier; tillfälliga reklamplatser och löpande reklamplatser.
- ? Tillfälliga reklamplatser finns på offentlig plats endast del av dygn eller för en begränsad tid med ett förutbestämt slutdatum. Som exempel kan nämnas den sk överdagensskylten utanför butiker, sponsorsreklam i samband med evenemang och reklam på byggetableringar.
- ? De löpande reklamplatserna finns på platsen dygnet runt och är avsedda att finnas där för en överskådlig framtid. De löpande reklamplatserna bör kombineras med en allmän nytthet av något slag; som exempel kan nämnas väderskydd, stadsinformationstavla, offentlig toalett eller pissoar, mm.

Detta tjänsteutlåtande om "Nya reklambärare i Stockholm" berör kultur- och evenemangsreklam såväl som vissa löpande övriga reklamplatser. Kontoret vill byta ut en del av de befintliga trekantspelarna, vilka tillhör kategorin löpande övriga reklamplatser, mot andra reklamföremål förenade med nyttheter för allmänheten. Dessutom vill kontoret utöka möjligheterna för arrangörer av kultur- och idrottsevenemang att marknadsföra sina arrangemang, i enlighet med de förslag som presenteras i detta utlåtande, och stämmer väl överens med de riktlinjer nämnden redan tidigare fattat beslut om.

Uppföljning av reklamriktlinjernas förslag om kultur- och evenemangsaффischering

Nedan följer en genomgång av vad kontoret hitintills genomfört av de förslag som presenterades i reklamriktlinjerna och av vad kontoret vill påbörja under 2001.

? Evenemangsbanér

På ett antal utvalda platser i innerstaden finns fästen för evenemangsbanér uppsatta på belysningsstolpar. Kontoret innehar erforderliga bygglov och tillstånd. Fästena får nyttjas för större evenemang av idrotts- eller kulturkaraktär. Sammanlagt finns 112 fästen för evenemangsbanér uppsatta, fördelade på 9 olika platser.

Kontoret vill i mindre omfattning öka antalet fästen, eftersom de idag existerande platserna är mycket eftertraktade. En mindre variant avsedd för gågator och torg vill kontoret också tas fram.

? Stolptavlor för kulturell reklam

Gatu- och fastighetskontoret har sedan en längre tid ett avtal med ett fristående företag som nu har ca 1.000 st så kallade stolptavlor uppsatta på belysnings- och ledningsstolpar inom staden. Stolptavlorna är avsedda för ideella och kulturella affischer med format 70 x 100 cm. Bokning av stolptavlorna görs hos den som innehar fästanordningarna. Stolptavlorna används främst av de stora kulturinstitutionerna.

? Fasta affischeringsplatser för fristående skyltar – de traditionella cirkusaffischeringsplatserna

I innerstaden finns ett antal fastställda platser för fristående affischanordningar. Dessa har av tradition använts av cirkusar som besökt Stockholm. Platserna är avsedda för fristående skyltanordningar som är max 140 cm breda och 120 cm höga. På var sida finns plats för två affischer om 70 x 100 cm. Traditionellt har dessa platser nyttjats för cirkusaffischering. Nyttjaren har sökt separat polistillstånd för varje enskilt affischeringstillfälle, och betalar således både ansökningsavgift till polismyndigheten samt markdispositionsavgift till kontoret.

Kontoret vill förse ett urval av dessa platser med fasta fästnanordningar och även hålla med erforderliga polistillstånd / bygglov så att ordnad affischering kan göras utan att separat tillstånd måste sökas för varje enskilt tillfälle. Fästnanordningen kan finnas på platsen permanent. Affischeringstid bokas av arrangören, men tillstånd innehålls av den som äger fästnanordningen, antingen kontoret eller det företag kontoret sluter avtal med. En avgift tas ut per påbörjad affischeringsvecka.

? Affischeringstavlur för tejpade affischer

Kontoret har tagit fram en fristående affischeringstavla för tejpade information om kultur- och sportevenemang, men också för föreningsmeddelande och privata meddelanden, utformad som en rörkonstruktion som håller upp en emaljerad plåttavla. Utformningen ansluter till utseendet på övriga gatumöbler i Stockholm, och stämmer med Stenstadens gatumiljöprogram. Tavlan har döpts till "Affischplats Stockholm". Den är inte kombinerad med en kommersiell reklamplats, och är i första hand avsedd för känsliga miljöer där man vill ha funktionen affischtavla för kultur- och idrottsändamål, men inte sedvanlig kommersiell reklam, typ de områden som i reklamriktlinjerna utpekade som reklamfria zoner, exempelvis Gamla Stan och de obebyggda områdena inom Nationalstadsparken.

Nästa steg som kontoret vill ta är att ta låta ta fram en liknande affischtavla som ovan men kombinerad med kommersiell reklamplats. Dessa nya reklambara placeras sedan ut på vissa befintliga trekantsspelarplatser. Platser väljs av kontoret i samarbetet med berörd stadsdelsförvaltning.

Tanken är att affischeringstavlorna, med eller utan kommersiell reklamplats, ska finnas på platser där efterfrågan finns, dvs där många människor rör sig eller samlas av andra skäl; på torg och gångstråk där många fotgängare rör sig, i anslutning till tunnelbanenedgångar och busshållplatser etc. Flertalet stadsdelsförvaltningar i ytterstaden beskrev i sina remissvar inför "Riktlinjer för reklam på offentlig plats" affischeringsproblematiken som ett rent innerstadsproblem, varvid utbyggnaden bör påbörjas i innerstaden, där kontoret och samtliga stadsdelsförvaltningar är överens med evenemangsarrangörerna om att behovet finns.

Att sätta upp affischer på affischeringstavlorna är kostnadsfritt och görs av annonsören själv. Erforderliga tillstånd (bygglov och polistillstånd) ordnas av innehavaren av affischeringstavlorna, dvs gatu- och fastighetskontoret eller

det företag kontoret tecknar avtal med. Observera att affischtavlorna är ämnade för kultur- och sportevenemang, förenings-meddelanden och privata meddelanden. Inte för kommersiella affischer av annat slag. Sedvanlig kommersiell utomhusaffisivering kommer dock att finnas på de platser som utgör kombination av affischtavla och en kommersiell reklamplats. Städning av tavlan sköts antingen av stadsdelsförvaltningarnas städentreprenörer för de fristående affischplatserna alternativt av det reklamföretag som har den kommersiella reklamplatsen.

? Tillfälliga affisiveringstavlur på byggplank

Välordnade tillfälliga affisiveringplatser för kultur- och evenemangsreklam på vissa centralt belägna byggetableringar skulle vara ett välkommet tillskott till affisiveringsmöjligheterna. De inhägnade etableringsytornas plank är eftertraktade affisiveringssytor för kulturlivet. Kontoret har tillfrågat byggmästarföreningen om möjligheten att ordna detta, och fått ett positivt svar under förutsättning att man kan hitta en lösning som inte äventyrar kontorets och föreningens gemensamma ambition om välordnade och välskötta byggetableringar. Längre än så har kontoret ännu inte kommit i denna fråga. Någon extern intressent har heller inte anmält intresse att driva frågan vidare.

? IT-kiosker

Den klistrade affischen möter en typ av efterfrågan på annonsplats; den som riktar in sig på att väcka intresse hos förbipasserande. Den förbipasserande söker inte aktivt information, utan hans eller hennes intresse väcks av den uppsatta affischen. En annan typ av annonsering är den som vänder sig till en mottagare som aktivt söker information. Att på knutpunkter, dvs platser där människor möts, byter mellan olika kommunikationsmedel etc, placera ut IT- kiosker där information förmedlad via dator försedd med pekskärm ger förbipasserande som själva aktivt söker information om kultur- och sportevenemang en bra service. Även inomhus kan dessa vara väl lämpade. Systemet kan även innehålla en mängd annan information; karta, information om kommersiell och offentlig service i IT-kioskens närområde, stadsdelsinformation etc.

Kontoret vill nu påbörja ett arbete med att välja ut platser lämpliga för IT-kiosker på knutpunkter, företrädesvis på platser där det idag står trekantspelare. Vidare vill kontoret, i samarbete med andra berörda förvaltningar, ta fram en kravspecifikation hur IT-kiosken bör utformas samt vilken information som kan vara av intresse för staden att få ut genom denna typ av informationskanal.

Efter detta vill kontoret gå ut med en kombinerad anbuds- och intresseförfrågan till marknaden; anbudsförfrågan gäller den del av konceptet som rör den tjänst (förmedlande av information) som kontoret vill köpa, medan intresseförfrågan rör den del av konceptet som gäller upplåtelse av offentlig plats i enlighet med ordningslagens bestämmelser.

? Kultur- och evenemangskalendrier på befintliga stadsinformationstavlor

Kontoret har sedan tidigare ett avtal med ett reklamföretag som tillhandahåller sk stadsinformationstavlor, där ena sidan är kommersiell reklam och den andra disponeras av staden. Kontoret har tillsammans med SIS under en försöksperiod om ett antal månader vintern 2000-2001 bedrivit en försöksverksamhet med evenemangskalendrier på 20 utvalda stadsinformationstavlor. Kalendarierna har sammanställts av SIS, och innehållit information om kultur- och idrottsevenemang som gått av stapeln i Stockholm inom en utvald tidsperiod. Trots att kontoret upplät platserna utan kostnad till SIS har dessa avböjt fortsatt användande, med motiveringen att tryckkostnaden för kalendarierna blev för hög.

Reklamriktlinjerna och permanenta eller löpande reklamplatser

De löpande reklamplatserna finns på platsen dygnet runt och är även avsedda att finnas där för en överskådlig framtid. I reklamriktlinjerna fastställdes att de fortsättningsvis så långt som möjligt borde kombineras med gatmöbler eller andra nyttigheter avsedda för allmänhetens begagnande. Detta för att minska belamringen av Stockholms offentliga platser. Endast i de fall den yta som tas i anspråk för reklamföremålet inte kan nyttjas på annat sätt bör föremål vars enda syfte är att bära upp ett reklambudskap tillstyrkas.

Gatmöbelns eller den allmänna nyttighetens ändamål och krav på lämplig placering ska väga tyngre vid valet av platser än reklambudskapets krav på placering. Staden måste vara observant på behovet av "lugna rum" i stadsbilden. Inom de reklamfria zonerna bör inte gatu- och parkmöbler kombineras med vare sig sedvanliga reklambudskap eller mindre budskap från enskilda sponsorer. Vissa gatmöbler eller föremål kräver placeringar som gör att de inte oftast inte lämpar sig för reklam. Andra är till sin användning och den målgrupp de är avsedda för klart olämpliga att kombinera med reklam; som exempel kan nämnas föremål på stadens lekplatser och områden som är speciellt avsedda för barn, såsom parklekar.

Idag finns följande gatmöbler och andra föremål kombinerade med reklamplatser i Stockholm; stadsinformationstavlor, offentliga toaletter, väderskydd vid busshållplatser, parkeringsautomater. Dessutom finns det en mängd löpande reklamplatser som tar offentlig plats i anspråk utan att de är kombinerade med någon nyttighet för allmänheten. På dessa platser står idag till absolut övervägande del trekantsspelare och stortavlor av olika slag.

Kontoret vill bland de platser som idag ianspråkats av trekantsspelare välja lämpliga platser för:

- ? anslagstavlor för tejpade affischer för kultur- och idrottsevenemang kombinerade med sedvanliga kommersiella utereklamplatser
- ? IT-kiosker med eller utan sedvanliga kommersiella utereklamplatser samt
- ? stadsklocka kombinerad med sittbänk och reklamplats för kultur och idrottsevenemang.

Trekantspelar-platser som inte passar för ovanstående ändamål avser kontoret låta kvarstå med befintliga reklamföremål tills vidare.

Telefonkioskerna idag

Idag finns två gällande ramavtal med Televerket som behandlar telefonkiosker på offentlig plats i Stockholm; ett tecknat av gatukontoret och ett tecknat av fritidsförvaltningen. Kontoret vill nu ersätta dessa både med en ny principöverenskommelse med Telia.

Syftet med denna principöverenskommelse är att bibehålla och modernisera telefonservice till allmänheten på offentlig plats i Stockholm samt att modernisera utformningen av kioskerna så att de blir handikapp-anpassade och stämmer överens med stadens gatumiljöprogram. Telia har påbörjat ett design-arbete i samarbete med Stockholm, Göteborg och Malmö. Syftet är att få fram en telefonkiosk som ska passa på befintliga fundament men som även klarar den modernisering som krävs för att klara ökade krav pga teknisk utveckling såväl som handikappanpassning såväl av kiosk som av serviveutbud.

Den nya modellen kommer att på ena sidan ha en ljusvitrin för utomhusreklam på en sida. Två tredjedelar av den sammanlagda mängden ljusvitriner kommer att innehålla sedvanlig kommersiell utomhusreklam, medan den återstående tredjedelen viks för kultur- och idrottsevenemang som går av stapeln i Stockholm. När det gäller kultur- och idrottsreklamen styrs avgiftssättningen av överenskommelsen, och meningen är att prisbilden ska hållas på en sådan nivå att det ska bli ett bra och eftertraktat alternativ att marknadsföra evenemang på.

Samråd

Eftersom förslagen i detta utlåtande är en direkt följd av reklamriktlinjerna, och på intet sätt strider mot dessa, har inga ytterligare samråd genomförts. Reklamriktlinjerna däremot föregicks av remiss till samtliga stadsdelsnämnder, stadsbyggnadskontoret, Rådet för Stockholms skönhet, idrottsförvaltningen, kulturförvaltningen, Stockholm Information Service, Stockholms Stadsmuseum samt även till ett mindre antal reklamföretag som ägnar sig åt utomhusreklam.

Principöverenskommelsen med Telia har granskats av juridiska avdelningen.

Konsekvenser

-ekonomiska

Vartefter befintliga idag fristående reklamföremål byts ut mot gatumöbler kommer intäkterna från reklamupplåtelse att minska. En exakt uppskattning av minskningen går inte att göra innan en genomgång gjorts i vilken man bestämt hur stor andel av de befintliga trekantspelarplatserna som berörs, samt vilka uppgörelser kontoret kan komma fram till vad gäller de nya föremålen. Å andra sidan innebär ju förändringen att efterfrågade gatumöbler kan komma ut på den offentliga platsen istället.

Förändringen av telefonkioskerna innebär inga ekonomiska konsekvenser alls, om inte antalet kiosker förändras, varvid en minskning självfallet medför minskade intäkter.

-måluppfyllelse

Förslagen i detta ärende stämmer väl överens med de mål och syften som nämnden fattade beslut om i ”Riktlinjer för reklam reklam på offentlig plats” 2000-02-15.

- näringsliv och jobb i regionen

Principöverenskommelsen med Telia medför att marknaden för utereklam som idag är ett utpräglat duopol med två stora aktörer som tillhandahåller utereklamplatser kommer att få ytterligare en aktör, i och med att Telia entreprenör för reklamplatserna utgörs av ett tredje företag som tidigare inte varit etablerat på stockholmsmarknaden.

Kontorets förslag

Kontoret vill byta ut en del av de befintliga trekantspelarna, vilka tillhör kategorin löpande övriga reklamplatser, mot andra reklamföremål förenade med nyttigheter för allmänheten. De av dessa platser som är lämpliga bör förses med affischeringstavlor avsedda för tejpade kultur- och evenemangsaffischer kombinerade med sedvanliga utomhusreklamplatser. På vissa utvalda knutpunkter vill kontoret välja ut platser för IT-kiosker samt för en stadsklocka kombinerad med sittbänk och kultur-och evenemangsreklamplats. De trekantspelarplatser som inte passar för några av dessa ändamål avser kontoret behålla befintliga reklamföremål på.

Utplacering av ovanstående föremål på offentlig plats utförs som en kombination av upphandling av tjänster som kontoret vill ha utförda (förmedling av kultur- och evenemangsreklam) och upplåtelse av offentlig plats enligt ordningslagens bestämmelser. Kontoret vill nu ha nämndens uppdrag att gå ut med anbuds- och intresseförfrågan till marknaden.

Dessutom vill kontoret utöka möjligheterna för arrangörer av kultur- och idrottsevenemang att marknadsföra sina arrangemang; i mindre omfattning utöka antalet evenemangsbanérplatser, förbättra de fasta affischeringsplatserna för fristående skyltar (de sk cirkusaffischeringsplatserna).

Kontoret förslår även att nämnden godkänner bifogade principöverenskommelse med Telia. Denna ersätter två nuvarande ramavtal, tecknade med mellan Televerket och gatukontoret respektive fritidsförvaltningen. Syftet med principöverenskommelsen är att bibehålla och modernisera telefonservice till allmänheten på offentlig plats i Stockholm samt att modernisera utformningen av kioskerna så att de blir handikapp-anpassade och stämmer överens med stadens gatumiljöprogram.

SLUT