



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

2002-01-07

Dnr 01-000-3917:2

Till
Gatu- och fastighetsnämnden

**”Propaganda á la östeuropeiskt 1970-tal”
Skrivelse från Mats Rosén (kd) och Björn Nyström (kd)**

FÖRSLAG TILL BESLUT

1. Gatu- och fastighetsnämnden överlämnar och återoppar tjänsteutlåtandet som svar på skrivelsen.

Olle Zetterberg

Göran Gahm

SAMMANFATTNING

Mats Rosén och Björn Nyström ställer i sin skrivelse frågan hur långt privatiseringen av det offentliga rummet får gå och önskar att staden i samarbete mellan berörda förvaltningar m fl tar fram gemensamma riktlinjer och en begriplig policy för kommersiellt nyttjande av offentlig plats.

Gatu- och fastighetsnämnden antog 2000-02-15 nya riktlinjer för upplåtelser med reklamändamål på offentlig plats. Kontoret menar att dessa tillsammans med praxis att ta upp prejudicerande och annorlunda ansökningar om att få nyttja offentlig plats i den så kallade stadsmiljögruppen, där både kontoret, stadsbyggnadskontoret, innerstadens stadsdelsförvaltningar, stadsmuséet, konstkansliet och skönhetsrådet är representerade borgar för att stadsbildsaspekten får tillräcklig tyngd i upplåtelsefrågor. I det aktuella fallet hanterades upplåtelsen av saluhallsförvaltningen, som tyvärr inte kände till regelsystemet, vilket i fortsättningen bör kunna undvikas genom att ansvaret för denna typ av upplåtelser och bygglov överförs till gatu- och fastighetsnämnden och resp. stadsdelsnämnd.

W:\gfk.yourvoice.se\work\2002-01-22\Tjut\09.doc

Bilaga 1: “Propaganda á la östeuropeiskt 1970-tal” Skrivelse från Mats Rosén (kd) och Björn Nyström (KD)

UTLÅTANDE

Bakgrund

Mats Rosén och Björn Nyström utgår i sin skrivelse(bilaga 1) från en artikel i tidningen ”Arkitektur organ för Arkitektförbundet”. Man menar i denna att Stockholms stad saknar en genomtänkt policy och strategi för upplåtelse av offentligt utrymme med hänsyn till kultur- och skönhetsvärden. Upprinnelsen till artikeln är en upplåtelse för en begränsad tid på Medborgarplatsen för en jumbotron. Syftet med denna var reklam för Microsoft, och en del i en av deras landsomfattande reklamkampanjer.

I artikeln har tjänstemän på stadsbyggnadskontoret tillfrågats, och påpekat att det centrala för dem är bygglovsplikten. Plan- och bygglagen anger att ljusskyltar av denna typ kräver bygglov, men just denna jumbotron saknade detta. Även med denna avsaknad av bygglov är det hart när omöjligt att göra något, eftersom jumbotronen endast stod på platsen ett kort tag och avlägsnades innan stadsbyggnadsnämnden hade ett sammanträde då vite kan utdömas.

Upplåtelsen i fråga har hanterats av polismyndigheten med saluhallsförvaltningen som kommunal remissinstans i enlighet med ordningslagens bestämmelser. Kopplingen att också godkänt bygglov också erfordras för denna typ av reklamanordning har uppenbarligen inte fungerat i detta fall.

Mats Rosén och Björn Nyström ställer frågan hur långt privatiseringen av det offentliga rummet får gå och önskar att staden i samarbete mellan berörda förvaltningar m fl tar fram gemensamma riktlinjer och en begriplig policy för kommersiellt nyttjande av offentlig plats.

Analys

Juridik

? Bygglov

I enlighet med plan- och bygglagen är alla reklamföreteelser bygglovspliktiga, oavsett om de endast ska finnas på plats under en begränsad tid. Bygglov för reklamföremål på vad som är allmän plats enligt detaljplan och förfrågningar härrom hanteras sedan 2001-09-01 av stadsdelsnämnderna och stadsdelsförvaltningarna i enlighet med kommunfullmäktiges beslut i ärendet ”Stadsdelsnämndernas utökade ansvar för det offentliga rummet”. Riktlinjer och policyfrågor om detta hanteras dock även fortsättningsvis av stadsbyggnadsnämnden och stadsbyggnadskontoret varvid detta inte kommer att beröras ytterligare i detta tjänsteutlåtande.

? Markupplåtelse av offentlig plats

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. Upplåtelsefrågor för reklamändamål, såväl som riktlinjer och policy om detta, hanteras efter 2001-09-01 av gatu- och fastighetsnämnden och gatu- och fastighetskontoret för sådan offentlig plats som staden förvaltar.

Gällande riktlinjer för reklam på offentlig plats

Gatu- och fastighetsnämnden antog 2000-02-15 nya riktlinjer för upplåtelser med reklamändamål på offentlig plats. Dessa riktlinjer är avsedda för reklamföreteelser som på ett eller annat sätt tar offentlig plats i anspråk genom att gatan, trottoaren eller parken nyttjas på så sätt att en markdisposition krävs eller är fästa på föremål som tar offentlig plats i anspråk men som i första hand är avsedda för andra ändamål än reklam. Det är sådana upplåtelser som sker med stöd av ordningslagen, stadens ordningsföreskrifter eller genom att stadens egna möjligheter att placera ut olika former av gatumöbler nyttjas.

I riktlinjerna finns bl a tumregler för att förenkla beslutsprocessen vid utplacering av nya eller omflyttning av befintliga reklamordningar. Placeringsprinciperna är till för att skydda de intressen staden har att bevaka i fråga om markanvändning, skötsel av den offentliga platsen, trafiksäkerhet, stadsbild, miljö, framkomlighet samt tillgänglighet och handikappanpassning

De olika reklamföremålen på offentlig plats delas 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.
 1. 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, reklam på byggetableringar eller den jumbotron som nämns i skrivelsen.
 2. De löpande reklamplatserna finns på platsen dygnet runt och är avsedda att finnas där för en överskådlig framtid.

Om upplåtelser typ den för jumbotronen sägs följande i riktlinjerna :

Tillfälliga reklamföreteelser utan anknytning till upplåtelse med annat huvudsyfte

Efterfrågan att få nyttja centrala platser för tillfälliga reklamföreteelser ökar. Gränsen mot evenemang är ofta flytande. Som exempel kan nämnas reklamföreteelser på den offentliga platsen i samband med invigning eller annan aktivitet i en intilliggande lokal eller helt fristående reklamkampanjer som bedrivs under begränsad tid på den offentliga platsen. Företeelserna är oftast mycket begränsade i tiden, varvid en generösare inställning kan hållas vad gäller stadsbild och anpassning till olika former av estetiska program för staden. Däremot kan dessa företeelser bara tillstyrkas då framkomligheten och allmänhetens möjligheten att nyttja den offentliga platsen inte påverkas negativt.

Nämnas bör också att kontoret och stadsdelsförvaltningarna i innerstaden har som praxis att ta upp prejudicerande ansökningar om upplåtelser i den så kallade stadsmiljögruppen, där även stadsbyggnadskontoret, stadsmuséet, konstkansliet och skönhetsrådet är representerade. Detta för att få en så bra estetisk bedömning av ansökningarna som möjligt.

Exemplet med jumbotronen

Det exempel som nämns i skrivelsen gäller en upplåtelse för en jumbotron på Medborgarplatsen. Fram till den 1 september 2001 var saluhallsförvaltningen ansvarig för på Medborgarplatsen. Efter det datumet har stadsdelsnämnden tagit över ansvaret för Medborgarplatsen, men har uppdragit åt saluhallsförvaltningen att fram till årsskiftet 2001-2002 sköta den praktiska hanteringen av här aktuella upplåtelser mm. Saluhallsstyrelsen blev inte tillfrågade som remissinstans då reklamriktlinjerna togs fram, vilket däremot samtliga stadsdelsnämnder blev. Av den anledningen kan saluhallsförvaltningen sakna vetskap om riktlinjerna. De är inte heller representerade i stadsmiljögruppen, varför upplåtelsen med jumbotronen inte tagits upp där.

Samråd

Reklamriktlinjerna 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.

Kontorets förslag/synpunkter

I och med att gatu- och fastighetsnämnden fattat beslut om att anta sagda riktlinjer för reklam på offentlig plats anser kontoret att det finns tillräckliga underlag för handläggningen av upplåtelser med reklamsyfte. Praxis att ta upp prejudicerande fall i stadsmiljögruppen talar också för att även de estetiska frågorna kommer att väga tungt i bedömningen av nya och annorlunda ansökningar. Upplåtelsen som tas upp som exempel i skrivelsen är inte handlagd i enlighet med sagda riktlinjer, eftersom saluhallsstyrelsen inte blev tillfrågad som remissinstans och därför troligtvis saknat vetskap

om sagda riktlinjer. Då ansvaret för denna typ av upplåtelser på Medborgarplatsen, Hötorget och Östermalmstorg numera återgått till gatu- och fastighetskontoret och ansvaret för motsvarande bygglov flyttats över till respektive stadsdelsnämnd kommer synsättet på upplåtelser och bygglov med största sannolikhet att ändras och i fortsättningen hanteras i enlighet med fastställda riktlinjer. Förutsättningarna för att utdöma viten då bygglov saknas kan också förbättras om stadsdelarnas byggnadsutskott el. motsvarande kan inkallas med kortare varsel än som har varit praktiskt möjligt för stadsbyggnadsnämnden. En lärdom av det inträffade är att markupplåtelse inte skall medges förrän det föreligger ett godkänt bygglov.

SLUT