

Nya kategorier och avgifter i taxa för upplåtelse av offentlig plats med polistillstånd – reklamobjekt utan koppling till nyttigheter

Hemställan från trafiknämnden

Förslag till beslut

Kommunstyrelsen föreslår att kommunfullmäktige beslutar följande.

Ändring av Taxa för upplåtelse av offentlig plats med polistillstånd avseende införande av nya kategorier, i enlighet med bilaga 1 till utlåtandet, fastställs att gälla från och med den 1 februari 2024.

Föredragande borgarrådet Lars Strömgren

Sammanfattning av ärendet

Trafiknämnden föreslår att två nya kategorier införs i stadens taxa för upplåtelse av offentlig plats: objekt med analoga respektive digitala ytor utan koppling till nyttigheter. Samtidigt föreslås att de nuvarande kategorierna ges nya benämningar, så att det framgår att de avser objekt med koppling till nyttigheter. Trafiknämnden föreslår att objekten utan koppling till nyttigheter bör ha en betydligt högre avgift än objekt med nyttighet. De nuvarande avgifterna är anpassade till att objekten har en för staden avtalad tillkommande nyttighet. Det har framkommit att det finns ett behov av nya kategorier i upplåtelseaxan, som avser reklamobjekt utan leverans av en nyttighet.

Beredning

Ärendet har initierats av trafiknämnden och remitterats till stadsledningskontoret.

Stadsledningskontoret anser att trafiknämnden har identifierat en nödvändig komplettering av upplåtelseaxan med sitt förslag att införa nya kategorier för reklamobjekt utan koppling till en nyttighet. Stadsledningskontoret bedömer att de avgifter som trafiknämnden föreslår är skäliga med hänsyn till ändamålet med upplåtelsen, nyttjarens fördel av denna, kommunens kostnader med anledning av upplåtelsen och övriga omständigheter.

Föredragande borgarrådets synpunkter

De nuvarande avgifterna i stadens taxa för upplåtelse av offentlig plats med polistillstånd är anpassade till att objekten har en för staden avtalad tillkommande nytta, förutom stadsinformation. Det kan vara tillhandahållande av offentliga toaletter eller ett låncykelsystem. I samband med att Stockholms stad har hävt avtalet med leverantören av låncykelsystemet har det framkommit att det finns ett behov av nya kategorier i upplåtelseaxan, som avser reklamobjekt utan leverans av en nytta. Dessa bör ha en betydligt högre avgift än objekt med nytta, eftersom nämnden bedömer att nyttan för tillståndshavaren överträffar den högsta taxa som nämnden idag kan ta ut.

Vid beräkning av en ny markupplåtelseavgift behöver det göras en skälighetsbedömning utifrån de parametrar som omnämns i lagen som ger kommun rätt att ta ut avgift för vissa upplåtelser av offentlig plats, bland annat nyttjarens fördel. Med utgångspunkt från kännedom om de priser reklambolagen tar ut för reklam på vitriner placerade på offentlig plats, går det att påvisa att fördelen för nyttjaren är mycket stor.

Därför föreslår vi nu att två nya kategorier införs i upplåtelseaxan: objekt med analoga respektive digitala ytor utan koppling till nyttigheter med stadsinformation. Beroende på i vilken zon de är placerade föreslås årsavgifterna att för objekt med analoga ytor ska vara 9 000 – 18 000 kronor per kvadratmeter och för objekt med digitala ytor 50 000 – 100 000 kronor per kvadratmeter. Moms tillkommer. Samtidigt föreslås att de nuvarande kategorierna ges nya benämningar så att det framgår att de avser objekt med koppling till nyttigheter och med stadsinformation. Avgifterna för de kategorierna ska vara oförändrade.

Bilaga

Förslag till ny kategori och avgift i taxa för upplåtelse av offentlig plats med polistillstånd, dnr KS 2023/1168-1.2

Borgarrådsberedningen tillstyrker föredragande borgarrådets förslag.

Reservation av borgarråden Christofer Fjellner och Dennis Wedin (båda M) enligt följande.

Vi föreslår att kommunstyrelsen beslutar följande.

1. Att delvis bifalla förslag till beslut
2. Att därutöver anföra

Efter de många turerna kring låncykelsystemet behöver vi först och främst slå fast det som under de senaste månaderna blivit uppenbart för många – systemet fungerade inte och liknande misstag får inte upprepas. Gällande utformningen av ett nytt hyrcykelsystem, öppnar staden upp för att eventuellt driva det i egen regi. Vi vill

understryka att detta är någonting vi å det starkaste vänder oss emot – svaret på att ha upphandlat bristfälliga hyrcykelsystem är inte att ta över servicen i egen regi.

Med detta sagt, och givet att ett nytt utredningsarbete görs för ett kommande hyrcykelsystem, välkomnar vi att reklamvitrinerna som kopplades till det hävda låncykelsystemet nu tas ut till en högre avgift. Detta sätter fingret på att det finns mer att vinna för skattebetalarna på att skapa bättre ordning och reda i hur man hanterar reklam på stadens gator och torg.

Moderaterna menar att det varken är ekonomiskt eller politiskt motiverat att 50 procent av vad vitrinerna visar fortsättningsvis ska vara stadsinformation. För att öka intäkterna, så att mer pengar kan gå till att finansiera stadens verksamhet, borde mindre stadsinformation visas på reklamvitrinerna.

Vidare behöver Stockholms stad ta ett helhetsgrepp kring hur staden ska arbeta med tillstånd för reklamvitriener. Det behövs ett tydligare arbetssätt för att säkerställa rättvisa konkurrensvillkor. Allt som allt behövs mer ordning och reda vad gäller upplåtande av reklamobjekt. Allt annat är oseriöst en storstad och orättvist gentemot stockholmarnas skattebetalare.

Kommunstyrelsen delar borgarrådsberedningens uppfattning och föreslår att kommunfullmäktige beslutar enligt föredragande borgarråds förslag.

Stockholm den 29 november 2023

Karin Wanngård
Kommunstyrelsens ordförande

Reservation av Annika Friberg, Johan Paccamoni och Kristina Lutz (alla M) som är likalydande med Moderaternas reservation i borgarrådsberedningen.

Reservation av Jonas Naddebo (C) enligt följande.

Jag föreslår att kommunstyrelsen föreslår att kommunfullmäktige beslutar följande.

1. Att delvis bifalla förslaget till beslut
2. Att sänka andelen stadsinformation på reklamvitrinerna från 50 till 25 procent
3. Att därutöver anföra:

Stadsinformation på reklamvitriener är varken ett träffsäkert, tillgängligt eller kostnadseffektivt sätt att kommunicera till stockholmarna. När Sweco, på uppdrag av Trafikkontoret, genomförde en utvärdering av digitala reklamvitriener i stadsmiljön visade det sig att endast ett fåtal av deltagarna i studiens fokusgrupper hade reflekterat över att Stockholm stad använder reklamvitrinerna för att sprida information. Varken experter eller medborgare ansåg att reklamvitriener skulle vara en självklar eller seriös källa för stadsinformation. ”Det är inte där jag letar efter

information. De flesta utgår nog från att det är ett kommersiellt budskap” menade en av deltagarna.

Enligt stadsledningskontoret är det fullt möjligt att öka intäkterna genom att sänka andelen stadsinformation på reklamvitrinerna. Det är upp till politiken att bestämma.

I Centerpartiets budgetreservation sänker vi andelen stadsinformation från 50 till 25 procent för att finansiera viktiga satsningar. Det borde finnas bred enighet kring att förbättra effektiviteten och nyttan av reklamvitrinerna för stadens invånare, speciellt i dessa svåra ekonomiska tider.

Ersättaryttrande av Nike Örbrink (KD) enligt följande.

Kristdemokraterna välkomnar förslaget om att separera kopplingen mellan upplåtna reklamobjekt och koncessionsupphandlingen av hyrcyklar. Dagens situation med stora nyttor för reklambolagen medan stadens ersättning i form av nyttigheter uteblir, är oacceptabel.

Av ärendet framgår även stadens ambition att ordna ett framtida hyrcykelsystem antingen via offentlig upphandling eller i egen regi. Vi motsätter oss denna inriktning eftersom det dels inte kan anses vara en kommunal kärnverksamhet att bedriva uthyrningsverksamhet, dels eftersom att det skulle ske i konkurrens med redan befintliga, dylika och mer funktionella uthyrningsverksamheter inom mikromobilitet på den privata marknaden.

Ärendet

I stadens taxa för upplåtelse av offentlig plats med polistillstånd finns idag kategorierna Objekt med analoga respektive digitala ytor. Objektet avser i huvudsak vitriner med utomhusreklam, där staden har villkorat upplåtelsen med att viss andel av reklamytan/-tiden ska användas för information från staden. Avgifterna varierar beroende på vilken zon objekten är placerade i. För objekt med analoga ytor är årsavgiften 2 097 – 5 243 kronor per kvadratmeter och för objekt med digitala ytor är den 7 490 – 14 980 kronor per kvadratmeter. Moms tillkommer.

Sedan drygt 20 år tillbaka ryms merparten av utomhusreklamen i Stockholms stad inom ett par omfattande avtal som innehåller så kallade nyttigheter. Efter upprepade problem med stadens låncykelsystem hävde staden den 16 maj 2023 det pågående avtalet med Citybike Sweden AB. Avtalet var, liksom det tidigare låncykelsystemet, ett koncessionsavtal, och det var upphandlat genom lagen om upphandling av koncessioner (LUK).

Staden har sedan hävningen påbörjat en analys av hur ett eventuellt nytt hyrcykelsystem bäst skulle utformas, vilken funktion det skulle fylla och på vilket sätt det i så fall ska upphandlas, genom LUK eller genom Lagen om offentlig upphandling (LOU), alternativt drivas i egen regi. Detta utredningsarbete pågår.

Trafiknämnden föreslår i detta ärende att de reklamvitriner som står på offentlig plats idag och som är kopplade till det nu hävda låncykelsystemet får stå kvar på stadens mark men till en högre avgift som är skälig och motsvarar den nytta nyttjaren har av upplåtelsen, i enlighet med Lag (1957:259) om rätt för kommun att ta ut avgift för vissa upplåtelser av offentlig plats, m.m. Vitrinerna ska även fortsättningsvis visa stadsinformation till 50 procent.

Enligt det nu hävda låncykelavtalet fanns möjlighet för leverantören att etablera upp till 350 reklamvitriner på offentlig plats. Då endast 240 av dessa vitriner har etablerats ser kontoret en möjlighet att tillstyrka ytterligare 110 remisser om markupplåtelse med polistillstånd för reklamvitriner, förutsatt att den sökande har inhämtat bygglov och att den sökta platsen är lämplig för reklam och stadsinformation. Detta kan öppna upp marknaden även för andra aktörer.

Trafiknämnden föreslår att det ska införas två nya kategorier, Objekt med analoga ytor utan koppling till nyttigheter, med stadsinformation och Objekt med digitala ytor utan koppling till nyttigheter, med stadsinformation och föreslår avgifter för dessa kategorier. Trafiknämnden föreslår även att befintliga kategorier inom reklam och information formuleras om för att förtydliga skillnaden mellan de olika kategorierna.

Trafiknämnden

Trafiknämnden beslutade vid sitt sammanträde den 19 oktober 2023 följande.

1. Trafiknämnden godkänner för egen del kontorets förslag till nya kategorier och avgifter i taxa för upplåtelse av offentlig plats med polistillstånd, i enlighet med tjänsteutlåtandet samt tillhörande bilaga 1.
2. Trafiknämnden hemställer till kommunfullmäktige att fastställa kategorierna och avgifterna i enlighet med förslaget att gälla från och med 1 februari 2024.
3. Trafiknämnden beslutar att omedelbart justera paragrafen.

Reservation av Jonas Nilsson m.fl. (M), se Reservationer m.m.

Reservation av Markus Berensson m.fl. (C), se Reservationer m.m.

Trafikkontorets tjänsteutlåtande daterat den 15 augusti 2023 har i huvudsak följande lydelse.

Bakgrund

Sedan drygt 20 år ryms merparten av utomhusreklamen i Stockholms stad inom ett par omfattande avtal, som även inrymmer så kallade nyttigheter. Avtalen förvaltas av trafikkontoret.

Efter upprepade problem med stadens låncykelsystem hävde staden den 16 maj 2023 det pågående avtalet med Citybike Sweden AB. Avtalet var, liksom avtalet för det tidigare låncykelsystemet, ett koncessionsavtal, och det var upphandlat genom lagen om upphandling av koncessioner (LUK).

Staden har sedan hävningen gjordes påbörjat en analys av hur ett eventuellt nytt låncykelsystem bäst skulle utformas, vilken funktion det skulle kunna fylla och på vilket sätt det i så fall ska upphandlas; genom LUK eller genom LOU, alternativt i egen regi. Detta utredningsarbete pågår.

Innan dess behöver kontoret dock hantera frågan om de reklamvitriner som är kopplade till det nu hävda låncykelsystemet. Reklamvitrinerna finansierade låncykelsystemet, men uppläts inte inom det nu hävda avtalet. De står på offentlig plats med stöd av bygglov och markupplåtelse med polistillstånd.

När låncykelavtalet hävdes hade reklamvitrinerna treåriga polistillstånd med en låg markupplåtelseavgift eftersom de samtidigt finansierade låncykelsystemet. Under sommaren återkallade tillståndshavaren dessa tillstånd och sökte nya polistillstånd, utan koppling till låncyklarna, med slutdatum 31 december 2023. Dessa tillstånd har beviljats av polisen. Reklamvitrinerna har alltså i dagsläget polistillstånd t.o.m. 31 december 2023.

Precis som tidigare är det ett villkor i polistillståndet att vitrinerna till 50 procent visar stadsinformation, vilket är i linje med stadens reklampolicy, Riktlinjer för reklam och annan information på offentlig plats, som antogs av trafiknämnden 2016-02-04 (Dnr

T2010-540-04537). I och med att nya tillstånd utfärdades kunde trafikkontoret tillämpa en högre avgift än tidigare. Tillståndshavaren betalar nu den högsta avgift för reklam som finns i nu gällande Taxa för upplåtelse av offentlig plats med polistillstånd, i syfte att avgiften bättre ska spegla den nytta som tillståndshavaren har av att kunna nyttja platsen. Enligt kontoret är dock denna avgiftshöjning inte tillräcklig i ett längre perspektiv eftersom kontoret bedömer att nyttan överträffar den högsta taxa som kontoret idag kan ta ut.

Trafikkontoret ser en möjlighet att låta reklamvitrinerna stå kvar på stadens mark även efter att nuvarande tillståndstid löpt ut, men till en taxa som bedöms motsvara den nytta som nyttjanderättshavaren får. Då skulle avgiften alltså höjas i två steg jämfört med den taxa som togs ut innan låncykelavtalet sades upp. Först den höjning som kontoret redan genomfört och sedan en höjning efter detta beslut som fattas i nämnden och kommunfullmäktige. För staden skulle det innebära större valmöjligheter i hur nyttigheter ska upphandlas i framtiden; genom LUK, LOU eller egen regi.

Marknaden för utomhusreklam är liten i Sverige, den domineras i princip helt av två stora bolag, JCDecaux och Clear Channel. Utöver dessa finns även en rad mindre bolag verksamma, i Stockholm t.ex. Ocean Outdoor. I nuläget har JCDecaux ett pågående avtal om stadstoiletter som är kopplat till 350 reklamvitriiner i Stockholm, utöver det finns de ca 240 reklamvitriiner som är kopplade till det nu hävda låncykelsystemet, samt ytterligare ett fåtal vitriiner kopplade till andra nyttigheter, t.ex. stadsklockor.

Om staden beslutar att reklamvitrinerna som är kopplade till det hävda låncykelsystemet ska tas bort när polistillstånden löper ut den 31/12 2023, vidtar en omfattande avetableringsprocess. Dels ska nya tillstånd för schakter och trafikanordningsplaner utfärdas, dels ska marken brytas upp på nytt för att avlägsna vitrinerna och elskåp ska tas bort. När den processen är avslutad och ytorna är återställda ska staden med stor sannolikhet sätta igång processen på nytt med att etablera nya reklamvitriiner för att finansiera ett framtida låncykelsystem eller andra nyttigheter. Med tanke på hur liten utomhusreklammarknaden är i Sverige är det dessutom fullt möjligt att den nya reklamleverantören blir samma bolag som nu ska avetablera sina reklamvitriiner.

Kontoret ser en stor besparing i både tid, resurser, hållbarhet och ekonomi om de ca 240 reklamvitriiner som idag står på offentlig plats, och som finansierade det nu hävda låncykelsystemet, kan stå kvar till en högre avgift, som motsvarar den nytta tillståndshavaren har av platsen. Kontoret vill samtidigt framhålla att det är en förutsättning att stadsinformation kan visas på vitrinerna. Kontoret kommer under hösten att återkomma i frågan om hur stadsinformationen i framtiden ska tillförsäkras staden.

Ärendets relation till revidering av taxa för upplåtelse av offentlig plats med polistillstånd

Kontoret har under våren 2023 berett ett ärende om revidering av hela upplåtelseaxan, som också ska behandlas av trafiknämnden (Dnr T2023-01012). De nya kategorierna och avgifterna som föreslås i det här ärendet skulle kunna ingå som en del i tjänsteutlåtet om den allmänna revideringen av Taxa för upplåtelse av offentlig plats med polistillstånd. Kontoret har dock valt att ta fram ett särskilt tjänsteutlåtet för att utförligare kunna beskriva bakgrunden och syftet med de nya kategorier och avgifter som föreslås här. De förändringar som föreslås i det här tjänsteutlåtet kommer att införlivas i Taxa för upplåtelse av offentlig plats med polistillstånd när de har fastslagits av kommunfullmäktige.

Ärendets beredning

Ärendet har beretts inom trafikkontoret och är avstämt med SLK:s juridiska avdelning. Juridiska avdelningen har särskilt tittat på frågan om staden behöver upphandla stadsinformationen. Juridiska avdelningens bedömning är att upphandlingslagstiftningen inte är tillämplig i det här fallet.

Analys och konsekvenser

Ny markupplåtelseavgift

Det nu hävda låncykelsystemet tillhandahölls staden som en nytta i utbyte mot möjligheten för leverantören att etablera upp till 350 reklamvittriner på offentlig plats i staden. Leverantören, Citybike Sweden AB, finansierade systemet via brukaravgifter från låncykelsystemets användare samt via försäljning av reklam på reklamvittrinerna. För etablering av reklamvittriner och försäljning av reklam tog Citybike in reklambolaget Clear Channel som underleverantör. Clear Channels försäljning av reklam har alltså finansierat låncykelsystemet, medan ansvaret för utrullningen, driften och utvecklingen av låncykelsystemet låg på Citybike Sweden AB.

Då ingen nytta längre levereras bör staden höja avgiften för reklamvittrinerna. Staden har dock ytterligare ett pågående avtal om nyttigheter kopplat till reklam. Det avtalet gäller reklamfinansierade toaletter och löper t.o.m. mars 2025. För att inte även detta avtal ska beröras av avgiftshöjningen behöver dessa två avgifter för reklam-upplåtelser särskiljas i upplåtelseaxan, d.v.s. en lägre avgift om nytta levereras och en högre utan nytta.

Avgiftslagen

Enligt lag (1957:259) om rätt för kommun att ta ut avgift för vissa upplåtelser av offentlig plats, m.m. ska markupplåtelseavgiften vara skälig med hänsyn till ändamålet med upplåtelsen, nyttjarens fördel av denna, kommunens kostnader med anledning av upplåtelsen och övriga omständigheter. Vid beräkning av en ny markupplåtelse-avgift behöver staden alltså göra en skälighetsbedömning utifrån dessa parametrar. För reklamytor är fördelen till största delen avhängigt det geografiska läget och hur många människor som exponeras för reklamytan.

Avgiftslagen innebär ett avsteg från självkostnadsprincipen. Av såväl lagtexten som förarbetena framgår att avgifterna inte är bundna av kommunens kostnader för upplåtelsen (jfr prop. 1957:157 s. 54). Det krävs därmed inte att avgiften står i proportion till kommunens kostnader eller att erhållna avgifter enbart skulle kunna användas till att täcka kommunens kostnader till följd av upplåtelsen.

Föreslagna nya avgifter

Kontoret föreslår att det ska införas två nya kategorier, Objekt med analoga ytor utan koppling till nyttigheter, med stadsinformation och Objekt med digitala ytor utan koppling till nyttigheter, med stadsinformation. Sedan tidigare finns kategorierna Objekt med analoga ytor, och Objekt med digitala ytor. Kontoret föreslår att dessa kategorier får en ny benämning, Objekt med analoga ytor med koppling till nyttigheter, med stadsinformation samt Objekt med digitala ytor med koppling till nyttigheter, med stadsinformation. I praktiken handlar dessa kategorier om objekt som är knutna till nyttigheter, och där kontoret som nämnts har ett pågående avtal.

För de nya kategorierna finns särskilda avgifter angivna.

De föreslagna kategorierna och avgifterna återfinns i bilaga 1.

Ekonomi

Beräknat på 240 reklamvittriner varav 20 procent är digitala vittriner, vilket är den största tillåtna andelen digitala vittriner, räknar kontoret med att intäkten med de nya föreslagna avgifterna uppgår till ca 24 miljoner kronor per år. Intäktsökningen mot dagens avgifter blir då cirka 19 miljoner kronor per år.

Det finns dock osäkerheter när det gäller intäkterna. När avgifterna höjs kan det tänkas att bolaget väljer att plocka bort en del av de redan etablerade vittrinerna. Kontoret vet därmed inte i vilken utsträckning bolaget kommer att behålla sina vittriner och var dessa kommer att vara placerade, därför är det svårt att uppskatta exakt hur stora intäkter de nya avgifterna kommer att ge.

Enligt det nu hävda låncykelavtalet fanns möjlighet för leverantören att etablera upp till 350 reklamvittriner på offentlig plats. Då endast 240 av dessa vittriner har etablerats ser kontoret en möjlighet att tillstyrka ytterligare 110 remisser om markupplåtelse med polistillstånd för reklamvittriner. Förutsatt att den sökande har inhämtat bygglov och att den sökta platsen är lämplig för reklam och stadsinformation. Detta kan även öppna upp marknaden för andra aktörer.

Trafikkontorets synpunkter

Som nämnts ovan ska markupplåtelseavgiften vara skälig med hänsyn till ändamålet med upplåtelsen, nyttjarens fördel av denna, kommunens kostnader med anledning av upplåtelsen och övriga omständigheter. De priser reklambolagen tar ut för reklam på vittriner placerade på offentlig plats visar att fördelen för nyttjaren är mycket stor. Kontoret vet av erfarenhet att de listpriser för utomhusreklam som bolagen presenterar på sina webbsidor ofta förhandlas ned av företag som har många

annonskampanjer, men även beaktat detta visar prisnivåerna på en mycket hög marginal per vitrin. Trafikkontoret har, liksom tidigare, kostnader för handläggningen av tillståndsansökningarna, som utgör en del av avgiften.

Mot bakgrund av ovanstående anser kontoret att de föreslagna nya avgifterna är skäliga, och föreslår ändringar enligt bilaga 1. Ändringarna föreslås börja gälla 1 februari 2024.

Remissammanställning

Ärendet har initierats av trafiknämnden och remitterats till stadsledningskontoret.

Stadsledningskontoret

Stadsledningskontorets tjänsteutlåtande daterat den 2 november 2023 har i huvudsak följande lydelse.

I kommunstyrelsens förslag till budget för 2024 framgår Stockholm ska vara en stad som präglas av ordning och reda, där välfärden i grunden ska finansieras med skatter. I flera verksamhetsområden finns dock avgifter, som antingen syftar till att styra efterfrågan eller bidra till en uthållig finansiering. Bland annat gäller detta avgifterna för upplåtelse av offentlig plats med polistillstånd.

Stadsledningskontoret anser att trafiknämnden har identifierat en nödvändig komplettering av upplåtelseavgiften med sitt förslag att införa nya kategorier för reklamobjekt utan koppling till en nytta. Stadsledningskontoret bedömer att de avgifter som trafiknämnden föreslår är skäliga med hänsyn till ändamålet med upplåtelsen, nyttjarens fördel av denna, kommunens kostnader med anledning av upplåtelsen och övriga omständigheter.

Stadsledningskontoret ser positivt på att trafiknämnden planerar att revidera hela upplåtelseavgiften under 2024.

Stadsledningskontoret föreslår att kommunstyrelsen beslutar att föreslå att kommunfullmäktige beslutar att ändring av Taxa för upplåtelse av offentlig plats med polistillstånd avseende införande av nya kategorier, i enlighet med bilaga 1 till trafiknämndens tjänsteutlåtande, fastställs att gälla från och med den 1 februari 2024.

Reservationer m.m.

Trafiknämnden

Reservation av Jonas Nilsson m.fl. (M)

1. Att delvis bifalla förslaget till beslut
2. Att därutöver anföra:

Efter de många turerna kring låncykelsystemet behöver vi först och främst slå fast det som under de senaste månaderna blivit uppenbart för många – det var en dålig lösning - systemet fungerade inte och liknande misstag får inte upprepas. Det är varken att ta ansvar för stockholmarnas säkerhet eller skattemedel.

I samband med beskedet om att avtalet om låncyklarna sades upp, var det en märklig U-sväng från trafikborgarrådet att först uttala att tillhörande reklamvitriiner skulle tas bort från stadens gator, men att sedan ändra sig till att de skulle få sitta kvar. Detta skapade förvirring, och skapar också frågetecken kring varför reklamskyltarna ska vara kvar när den nytta som de skulle medfinansiera inte längre fanns tillgängliga till stockholmarna. Det skickar en dålig signal till företag och aktörer att staden tog lång tid på sig att agera när avtalet inte följdes, och sedan låter reklamvitrinerna sitta kvar trots att avtalet är avslutat.

Med detta sagt och givet att ett nytt utredningsarbete görs för ett kommande hyrcykelsystem, välkomnar vi att reklamvitrinerna som kopplades till det hävda låncykelsystemet nu tas ut en högre avgift. Detta sätter fingret på att det finns mer att vinna för skattebetalarna på att skapa bättre ordning och reda i hur man hanterar reklam på stadens gator och torg.

Vi ställer oss frågande till huruvida det egentligen är ekonomiskt eller politiskt motiverat att hela 50 procent av vad vitrinerna visar även fortsättningsvis ska vara stadsinformation. Staden hade kunnat få mer intäkter av att visa mindre stadsinformation – pengar som hade kunnat gå till att finansiera viktig verksamhet.

Det behövs ett större häv i hur Stockholms stad arbetar med tillstånd för reklamvitriiner. Det finns olika aktörer på marknaden, och det ligger i skattebetalarnas intresse att ta tillvara på det intresse som finns för att visa reklam på stadens mark. Det är rimligt att det inte bara ska vara kopplat till att erbjuda annan nytta, för att få visa reklam. Men detta beslut pekar på att det behövs ett tydligare arbetssätt för hur man väljer rätt aktör och att det ska vara rättvisa konkurrensvillkor. Allt som allt behövs mer ordning och reda vad gäller upplåtande av reklamobjekt. Allt annat är orättvist gentemot stockholmarnas skattepengar och oseriöst för en storstad.

Reservation av Markus Berensson m.fl. (C)

1. Att delvis bifalla förslaget till beslut
2. Att sänka andelen stadsinformation på reklamvitrinerna från 50 till 25 procent
3. Att därutöver anföra:

Stadsinformation på reklamvitriener är varken ett träffsäkert, tillgängligt eller kostnadseffektivt sätt att kommunicera till stockholmarna. När Sweco, på uppdrag av Trafikkontoret, genomförde en utvärdering av digitala reklamvitriener i stadsmiljön visade det sig att endast ett fåtal av deltagarna i studiens fokusgrupper hade reflekterat över att Stockholm stad använder reklamvitrinerna för att sprida information. Varken experter eller medborgare ansåg att reklamvitriener skulle vara en självklar eller seriös källa för stadsinformation. ”Det är inte där jag letar efter information. De flesta utgår nog från att det är ett kommersiellt budskap” menade en av deltagarna.

Enligt stadsledningskontoret är det fullt möjligt att öka intäkterna genom att sänka andelen stadsinformation på reklamvitrinerna. Det är upp till politiken att bestämma. I Centerpartiets budgetreservation sänker vi andelen stadsinformation från 50 till 25 procent för att finansiera viktiga satsningar. Det borde finnas bred enighet kring att förbättra effektiviteten och nyttan av reklamvitrinerna för stadens invånare, speciellt i dessa svåra ekonomiska tider.