Handläggare
Annika Jacobson
Telefon: 08-50829483

Till
Kommunstyrelsen

Policy för reklam och sponsring

Uppdrag från kommunfullmäktige

Förslag till beslut

Kommunstyrelsen föreslår att kommunfullmäktige beslutar följande.

1. *Policy för reklam och sponsring* godkänns enligt bilaga till stadsledningskontorets tjänsteutlåtande.

2. Uppdra till nämnder att vid behov anta anvisningar för hur *Policy för reklam och sponsring* tillämpas i egen verksamhet.

3. Trafiknämnden ges i uppdrag att i dialog med berörda aktörer säkerställa implementering av *Policy för reklam och sponsring*.

4. Stockholms Stadshus AB uppmanas att för egen del anta, samt att även ge samtliga bolag i uppdrag att anta, *Policy för reklam och sponsring* enligt bilaga, samt ge bolagen i uppdrag att vid behov anta anvisningar för hur policyn tillämpas i egen verksamhet.

5. *Utomhusreklam på stadens mark - etiska riktlinjer* (beslut 11 juni 2018, §27, dnr 2017/002028) upphör med detta beslut att gälla.

Sammanfattning

I kommunfullmäktiges budget för 2026 fick kommunstyrelsen i uppdrag att i samarbete med trafiknämnden ta fram en sammanhållen och stadsövergripande policy för reklam och sponsring. Policyn ska, enligt uppdraget, inkludera riktlinjer som syftar till förbud mot reklam och sponsorskap som kan anses vara fossilbränsledrivande, ge uttryck för brott mot mänskliga rättigheter eller utgöra påverkanskampanjer från främmande makt.

Föreliggande förslag till *Policy för reklam och sponsring* är vägledande för nämnder och bolag inom verksamhetsområden där det förekommer reklam eller sponsring. Policyn anger principer som syftar till att sådan verksamhet hanteras i linje med stadens mål och värderingar kring hållbarhet, mänskliga rättigheter och demokrati.

Stadsledningskontoret anser att *Policy för reklam och sponsring* tillför ett stadsövergripande och sammanhållet förhållningssätt till reklam och sponsring som idag saknas. Policyn kan också bidra positivt till målet om att halvera de konsumtionsbaserade utsläppen, samt målet om ett klimatpositivt Stockholm till 2030.

Bakgrund

I kommunfullmäktiges budget för 2026 fick kommunstyrelsen i uppdrag att i samarbete med trafiknämnden ta fram en sammanhållen och stadsövergripande policy för reklam och sponsring. Policyn ska, enligt uppdraget, inkludera riktlinjer som syftar till förbud mot reklam och sponsorskap som kan anses vara fossilbränsledrivande, ge uttryck för brott mot mänskliga rättigheter eller utgöra påverkanskampanjer från främmande makt.

Efter hemställan från trafiknämnden antog kommunfullmäktige i juni 2018 *Utomhusreklam på stadens mark - etiska riktlinjer* (den 11 juni 2018, §27 dnr 2017/002028). I beslutet gavs trafiknämnden i uppdrag att genomföra regelbunden dialog med branschen samt att utvärdera riktlinjerna. Utvärdering förelades trafiknämnden i april 2019 (dnr T2017-00300). *Utomhusreklam på stadens mark – etiska riktlinjer* (dnr 2017/002028) föreslås upphöra vid beslut om föreslagen policy.

Ärendets beredning

Ärendet har beretts av stadsutvecklingsavdelningen, kommunikation- och omvärldsavdelningen och juridiska avdelningen på stadsledningskontoret och i dialog med trafikkontoret.

Ärendet

Föreliggande förslag till *Policy för reklam och sponsring* är vägledande för nämnder och bolag inom verksamhetsområden där det förekommer reklam eller sponsring. Policyn anger principer som syftar till att sådan verksamhet hanteras i linje med stadens mål och värderingar kring hållbarhet, mänskliga rättigheter och demokrati.

All verksamhet inom de områden som policyn definierar ska vara förenlig med vid var tid gällande nationell rätt och EU-rätt. Vidare ska all verksamhet följa vid var tid gällande branschstandard enligt ICC:s, Internationella Handelskammarens, regler för reklam och marknadskommunikation. Lagstiftning samt branschregler har bedömts täcka området som rör brott mot mänskliga rättigheter.

Inom verksamheter som innefattar reklam eller sponsring får inte heller förekomma:

- Reklam och sponsring som direkt eller indirekt främjar fossila bränslen eller fossilt koldioxidintensiva produkter och tjänster.

- Reklam och sponsring där det kan föreligga misstanke om direkt eller indirekt samhörighet med påverkansoperationer från främmande makt.

Nämnder och bolag ska vid behov säkerställa att det finns anvisningar för hur policyn ska tillämpas i den egna verksamheten.

Alla typer av avtal som nämnder och bolag ingår gällande reklam och sponsring ska innehålla en hänvisning till policyn. Den nämnd eller det bolag som är part i ett avtal där policyn ska tillämpas ska också följa upp efterlevnaden av densamma.

Stadsledningskontorets synpunkter och förslag

Stadsledningskontoret anser att *Policy för reklam och sponsring* tillför ett stadsövergripande och sammanhållet förhållningssätt till reklam och sponsring som idag saknas.

Föreliggande förslag till policy anger en välavvägd definition avseende begränsning av reklam för koldioxidintensiva produkter och tjänster på så sätt att det tydligt berör produkter och aktiviteter med särskilt stor klimatpåverkan. Genom att lyfta fram fossilfria produkter och tjänster bedöms policyn bidra positivt till målet om att halvera de konsumtionsbaserade utsläppen, samt målet om ett klimatpositivt Stockholm till 2030.

Det är också angeläget att säkerställa att stadens utrymme inte innehåller desinformation eller felaktig information som syftar till att skada det demokratiska samhället.

Stadsledningskontoret konstaterar samtidigt att policyn är övergripande och att definitionen kring fossila bränslen och koldioxidintensiva produkter behöver konkretiseras för implementering och efterlevnad. Att det finns en vägledning

tillgänglig anser stadsledningskontoret därför vara en förutsättning för tillämpning av policyn.

Stadsledningskontoret anser vidare att ett uppdrag till trafiknämnden att i dialog med berörda aktörer säkerställa policyns implementering bidrar ytterligare till att förtydliga policyns innehåll och därmed stärka des avsedda syfte om att reklam- och sponsringsverksamhet hanteras i linje med stadens mål och värderingar kring hållbarhet, mänskliga rättigheter och demokrati.

Fredrik Jurdell	Erica Eneqvist
Stadsdirektör	Tf. avdelningschef

Bilagor

1. Policy för reklam och sponsring

Attesterat av

Detta dokument har godkänts digitalt av följande personer:

Namn	Datum
Fredrik Jurdell, Stadsdirektör	2026-09-04
Erica Eneqvist, Tf. avdelningschef	2026-09-04