Trafikförvaltningen
Strategisk utveckling

Handläggare
Jens Plambeck
08-686 1651
jens.plambeck@sll.se

TJÄNSTEUTLÅTANDE
2020-01-16

Trafiknämnden
2020-02-18 punkt 14

Ärende
TN 2019-1434

Infosäkerhetsklass
K1 (Öppen)

Svar på förslag till beslut från (S) angående information om trafikförvaltningens arbete med att utveckla intäkter från lokaler och reklam

Ärendebeskrivning

Socialdemokraterna (S) har den 17 december 2019 lämnat in ett förslag till beslut till trafiknämnden gällande önskade ändringar i regelverk runt reklam i kollektivtrafiken.

Beslutsunderlag

Förvaltningschefens tjänsteutlåtande samt förslag till beslut från Socialdemokraterna (S) ”Angående information om trafikförvaltningens arbete med att utveckla intäkter från lokaler och reklam” inkommen 2019-12-17.

Förslag till beslut

Förvaltningschefen föreslår att trafiknämnden beslutar följande.

1. Skrivelsen anses besvarad.

Förslag och motivering

Reklambranschen upplevde under början av 2019 en markant ökning av spelreklam i kollektivtrafikens miljöer som en trolig följd av den förändring i reglering för spelbranschen som skedde från 1 januari 2019. Mängden spelreklam i sig uppmärksammades från flera håll och spelbranschen hade av

regeringen på sig till 31 mars 2019 att komma med förslag till riktlinjer för hur spelreklamen skall kunna göras ”acceptabel och hållbar” enligt uttalande från civilminister Ardalan Shekrabi (S). Det inkomna förslaget ansågs inte tillräckligt och civilministern tillsatte därför i slutet av april 2019 en utredning för att titta på hur en reglering skall kunna gå till. Det är komplicerade frågor som kan komma att behöva en grundlagsförändring står det i uttalandet. Utredningen arbetar brett med vad som kan föreslås och skall vara klar senast 1 oktober 2020.

Att det blir toppar eller ökningar av viss reklam i samband med ändringar eller händelser är inget ovanligt. Det har hänt tidigare vid t.ex. avreglering av telekom-, finans- och apoteksmarknaderna. Inför händelser som skollov och semesterperiod ökar resandereklam, inför jul ökar hemelektronikreklam, inför val ökar politisk reklam.

Trafikförvaltningen följer arbetet med riktlinjer och lagar för spelreklam samt har under tiden kommit överens med upphandlad reklamentreprenör gällande frivilliga begränsningar med annonsörerna för att nå en tolkning av den ”måttfullhet” som stipuleras i befintligt regelverk.

Trafikförvaltningen bör inte skapa några egna regler för reklam utan följa de aktuella lagar som gäller för området då det annars finns risk att begå lagbrott mot någon av dessa.

Kanalen för resenärsviktig information har trafikförvaltningen inte någon avsikt att fylla med reklam. Befintligt regelverk för prioritering mellan information, vägvisning, tillgänglighet och reklam fortsätter gälla. Nya tekniska lösningar ger nya möjligheter varför trafikförvaltningen inte vill begränsa begreppet kanaler för resenärsviktig information till befintliga tekniska lösningar. Informationsskärmar i t.ex. bussar kan vara av den storleken att de kan användas till flera saker, utan att det stör den resenärsviktiga informationen.

Sara Catoni
Tf förvaltningschef

Jens Plambeck
Chef Strategisk utveckling

Region Stockholm		Bilaga 1:
	FÖRSLAG TILL BESLUT 2019-12-17	TN 2018-1453
Socialdemokraterna FRAMTIDSPARTIET	Trafiknämnden Ärende 16	

Angående information om trafikförvaltningens arbete med att utveckla intäkter från lokaler och reklam

Stockholmsregionen har stora behov för en väl utbyggd och attraktiv kollektivtrafik som är pålitlig och trygg. För det behöver utbyggnaden finansieras Under 2015 inleddes en större satsning inom trafikförvaltningen med att säkra och utveckla intäkterna från kollektivtrafiken.

Reklamintäkter är en liten men ändå viktig del av kollektivtrafikens finansiering som har potential att utvecklas. Reklamintäkter kan bidra till att hålla nere behovet av taxehöjningar och det är fullt rimligt att SL ser över hur intäkterna kan fortsätta öka över tiden.

Sedan den nya spellagen trädde i kraft den 1 januari har kollektivtrafiken översvämmats av reklam från spelbolag som går att beskriva som allt annat än måttfull. Det här behöver SL hantera. I andra bolag, exempelvis SJ har man förbjudit spelreklam.

Ökad efterfrågan på annonsplatser i kollektivtrafiken parallellt med den tekniska utvecklingen har gjort att allt fler kommunikationskanaler potentiellt skulle kunna utgöra reklamplatser. Det innebär dock risker för en försämrad resandemiljö. Vi vill därför politiskt fastslå principen om att kanaler för resenärsviktig information ska vara fria från reklam, såsom bland annat SL-appen, informationsskärmar i bussar, linjekartor med mera.

Trafiknämnden föreslås besluta att uppdra till förvaltningschefen

att tillse att spelreklam förbjuds i SL:s anvisningar för reklam i trafiken.

att i det framtida arbetet med att utveckla intäkterna från reklam arbeta utifrån principen att kanaler för resenärsviktig information ska vara fri från reklam.