Stockholms läns landsting

FÖRSLAG 2016:63

LS 2015-1515

Landstingsstyrelsens förslag till beslut

Motion 2015:52 av Gunilla Roxby Cromvall m.fl. (V) om en reklamfri, ny tunnelbanelinje

§ 165
Motion 2015:52 av Gunilla Roxby Cromvall m.fl. (V) om en reklamfri, ny tunnelbanelinje

LS 2015-1515

Ärendebeskrivning

Gunilla Roxby Cromvall m.fl. (V) har till landstingsfullmäktige lämnat en motion om att de nya blå och gula tunnelbanelinjerna ska vara reklamfria och om att det ska göras en undersökning bland resenärerna för att ta reda på hur dessa reklamfria stationer upplevs.

Beslutsunderlag

Landstingsdirektörens tjänsteutlåtande den 1 augusti 2016
Motion 2015:52
Trafiknämndens protokoll den 31 maj 2016 med
MP-ledamöternas särskilda uttalande och
V-ledamotens reservation
Trafikförvaltningens tjänsteutlåtande den 29 april 2016

Förslag och yrkande

På sammanträdet föreligger landstingsrådsberedningens förslag i skrivelse den 17 augusti 2016 (bilaga).
Följande yrkanden framförs
Bifall från ordföranden Torbjörn Rosdahl (M) till landstingsrådsberedningens förslag att avslå motionen.
Bifall till motionen från Gunilla Roxby Cromvall (V)

Proposition

Ordföranden frågar på vart och ett av de framställda yrkandena och finner att landstingsstyrelsen bifaller landstingsrådsberedningens förslag.

Landstingsstyrelsens beslut

Landstingsstyrelsen beslutar enligt landstingsrådsberedningens förslag föreslå landstingsfullmäktige besluta

att avslå motionen.

Reservation
Gunilla Roxby Cromvall (V) reserverar sig mot beslutet till förmån för eget yrkande.

Ojusterat

Särskilt uttalande
Tomas Eriksson (MP), Malin Karlsson (MP) och Vivianne Gunnarsson (MP) anmäler ett särskilt uttalande från Miljöpartiet till protokollet (bilaga).

Beslutsexpediering:
Landstingsfullmäktige
Akt

Ojusterat

Landstingsrådsberedningen

SKRIVELSE
2016-08-17

LS 2015-1515

Landstingsstyrelsen

Motion 2015:52 av Gunilla Roxby Cromvall m.fl. (V) om en reklamfri, ny tunnelbanelinje

Föredragande landstingsråd: Kristoffer Tamsons

Ärendebeskrivning

Gunilla Roxby Cromvall m.fl. (V) har till landstingsfullmäktige lämnat en motion om att de nya blå och gula tunnelbanelinjerna ska vara reklamfria och om att det ska göras en undersökning bland resenärerna för att ta reda på hur dessa reklamfria stationer upplevs.

Förslag till beslut

Landstingsrådsberedningen föreslår landstingsstyrelsen föreslå landstingsfullmäktige besluta

att avslå motionen.

Landstingsrådsberedningens motivering

Trafiknämnden fattade i inledningen av 2016 beslut om att upphandla reklamen i kollektivtrafiken. Upphandlingen och dess tillhörande avtal sträcker sig till 2026 och rör all reklam i spårtrafik, utsidorna på bussar, insidorna på bussar samt samtliga bussväderskydd i Stockholms län.

Denna upphandling resulterar i betydande intäktsförstärkningar till Stockholms läns landsting och till kollektivtrafiken och möjliggör mer, tillgängligare och tryggare kollektivtrafik. Reklamintäkter från trafikverksamheten uppgick till över 200 miljoner kronor år 2015 vilket är en betydande intäkt till landstinget.

Reklam i kollektivtrafiken innebär intäkter till den gemensamt finansierade kollektivtrafiken, och tunnelbanan är en av de enskilt viktigaste platserna i Sverige för reklam. För att kunna ta höjd för fortsatta investeringar i kollektivtrafiken är det viktigt att slå vakt om olika och många sorters

intäktskällor, samtidigt som reklamen i tunnelbanan skapar en levande miljö för resenärerna. Det skall dock särskilt påpekas att det i dagsläget är svårt att intäktsberäkna reklamen vid de nya och planerade tunnelbanestationerna.

Det finns sedan länge regler för hur reklam ska bedömas innan den får sättas upp i landstingets verksamheter. Reklam i landstinget regleras generellt av nationella och internationella lagar och överenskommelser – bland annat marknadsföringslagen (2008:486) och det tillkännagivande (2008:487) som är kopplat till lagen, samt Internationella handelskammarens (ICC) regler.

Särskild vikt ska läggas vid att det inte får förekomma reklam för tobak, alkoholhaltiga drycker, reklam som riktar sig till barn, reklam som kan uppfattas som stötande, sedlighetssårande eller sårande mot folkgrupp, reklam riktad mot kollektivtrafiken och reklam som kan strida mot god marknadsföringssed. Det finns även riktlinjer som reglerar dels hur vårdgivare som arbetar på uppdrag av Stockholms läns landsting får marknadsföra och informera om sina verksamheter, dels om extern reklam från företag i kollektivtrafiken. Till detta skall tilläggas att också Trafikförvaltningen har riktlinjer och regelverk för reklamen i kollektivtrafiken.

Vidare så påpekar landstingsstyrelsens förvaltning i sitt tjänsteutlåtande den 1 augusti 2016 att det är angeläget att inte se tunnelbanans linjer eller stationer isolerat, utan att istället se kollektivtrafiken som ett tätt samverkande nät av transportslag som utgör en helhet. Därtill slår Trafikförvaltningen fast att reklamfria enskilda tunnelbanelinjer förmodligen skulle ha begränsad effekt på det generellt reklamfria offentliga rum som motionärerna värnar om.

Istället för att begränsa reklamintäkterna i kollektivtrafiken är det av stor vikt att utöka intäkterna från reklam. Utifrån en internationell jämförelse kan det också konstateras att Sverige och Stockholm här ligger efter andra stora städer, såsom både London och Tokyo.

Den senaste kundundersökningen visar även att majoriteten resenärer inte är negativt inställda till mängden reklam.

Sammanfattningsvis ger reklamen till ett positivt bidrag till kollektivtrafikens finansiering och är en kommunikationsyta för det fria närings- och kulturlivet.

Beslutsunderlag

Landstingsdirektörens tjänsteutlåtande den 1 augusti 2016
Trafiknämndens protokoll den 31 maj 2016 med
MP-ledamöternas särskilda uttalande och
V-ledamotens reservation
Trafikförvaltningens tjänsteutlåtande den 29 april 2016

Torbjörn Rosdahl

Kristoffer Tamsons

Carl Rydingstam

Stockholms läns landsting

SÄRSKILT UTTALANDE

LANDSTINGSSTYRELSEN
Miljöpartiet de gröna

2016-08-30

Ärende 30
LS 2015-1515

Motion 2015:52 av Gunilla Roxby Cromvall m.fl. (V) om en reklamfri, ny tunnelbanelinje

Miljöpartiet är positiva till reklamfria ytor och mer konst i kollektivtrafiken. Vi ser däremot inte att en reklamfri tunnelbanelinje är ett bra alternativ. Hellre då att varje T-banelinje får en station där man satsar särskilt på konsten och avstår från reklam. Ett annat intressant förslag är att prova en reklamfri vecka i hela kollektivtrafiken.

Landstingsstyrelsens förvaltning
Landstingsdirektörens stab

TJÄNSTEUTLÅTANDE
2016-08-01

LS 2015-1515

Handläggare:
Anna Prestjan

Ankom
Stockholms läns landsting
2016 -08- 08
Dnr LS 2015-1515

Landstingsstyrelsen

Trafikroteln
Rotel III

Motion 2015:52 av Gunilla Roxby Cromvall m.fl. (V) om en reklamfri, ny tunnelbanelinje

Ärendebeskrivning

Gunilla Roxby Cromvall m.fl. (V) har till landstingsfullmäktige lämnat en motion om att de nya blå och gula tunnelbanelinjerna ska vara reklamfria och om att det ska göras en undersökning bland resenärerna för att ta reda på hur dessa reklamfria stationer upplevs.

Beslutsunderlag

Landstingsdirektörens tjänsteutlåtande den 1 augusti 2016
Trafiknämndens protokoll den 31 maj 2016 med
MP-ledamöternas särskilda uttalande och
V-ledamotens reservation
Trafikförvaltningens tjänsteutlåtande den 29 april 2016

Förslag till beslut

Landstingsstyrelsen föreslår landstingsfullmäktige besluta

att avslå motionen.

Förvaltningens förslag och motivering

Sammanfattning
Gunilla Roxby Cromvall m.fl. (V) har lämnat en motion där det föreslås att de nya blå och gula planerade tunnelbanelinjerna ska vara reklamfria. Motionärerna föreslår också att det ska göras en undersökning bland resenärerna för att ta reda på hur dessa reklamfria stationer upplevs.

Den reglering som redan finns av reklam i kollektivtrafiken styr reklamens innehåll, utformning och placering med hänsyn till både resenärer och säkerhet. Reklamintäkterna är betydande för landstinget, vilket ska vägas samman med att den senaste kundundersökningen visar att majoriteten

resenärer inte är negativt inställda till mängden reklam. Mot bakgrund av detta bör inte reklamen begränsas i de nya tunnelbanelinjerna. Förvaltningen föreslår att motionen ska anses besvarad.

Bakgrund
Gunilla Roxby Cromvall m.fl. (V) föreslår i en motion att den nya blå samt gula tunnelbanelinjen ska vara reklamfri och att det ska göras en undersökning av hur resenärerna upplever de nya reklamfria tunnelbanestationerna.

Ytterligare en motion i ämnet har lämnats (motion 2015:50 av Gunilla Roxby Cromvall (V) och Håkan Jörnehed (V) om ett reklamfritt landsting LS 2015-1313).

Trafiknämnden har yttrat sig i ärendet. Trafiknämndens tjänsteutlåtande (TN 2016-0219) utgör grunden för nedanstående överväganden.

Överväganden
Inom landstinget finns särskilda bestämmelser gällande reklam i kollektivtrafiken, som noga reglerar reklamens placering, omfång och innehåll. I fråga om säkerheten finns kompletterande säkerhetsbestämmelser (TN-S-476987). Dessa reglerar hur reklam får utformas och placeras i förhållande till utrymning, information, tillgänglighet till säkerhetsutrustning, överblickbarhet, brandsäkerhet och strömförsörjning.

Reklamen i kollektivtrafiken genererar i dag betydande intäkter till landstinget. Inkomsterna från reklam vid de nya tunnelbanestationerna är dock svåra att beräkna, eftersom stationerna inte är färdiga.

Hösten 2015 genomfördes på uppdrag av trafikförvaltningen en undersökning om resenärernas attityd till kommersiell och politisk reklam i trafiken (TN 2015-1390). Undersökningen besvarades av 1001 personer och genomfördes via webbintervjuer i en representativ och slumpmässigt rekryterad panel. Målgrupp för undersökningen var boende i Stockholms län, 18-79 år. Undersökningen visar att majoriteten av de tillfrågade tyckte att den totala mängden reklam i kollektivtrafiken är rimlig. Resenärerna besvarade frågan utan att ha informerats om reklamens intäkter eller ha ombetts att ställa intäkterna från reklam i förhållande till något annat, som till exempel höjda biljettpriser, neddragningar i trafikutbudet eller höjd landstingsskatt.

Den reglering som redan finns av reklam i kollektivtrafiken styr reklamens innehåll, utformning och placering med hänsyn till både resenärer och säkerhet. Reklamintäkternas betydelse ska vägas samman med att den senaste kundundersökningen visar att majoriteten resenärer inte är negativt inställda till mängden reklam.

Trafikförvaltningens uppfattning är att den generella frågan om omfattningen av reklam i kollektivtrafiken bör hanteras för systemet som helhet, och inte för enskilda stationer. Omfattningen av reklam på enskilda stationer hanteras enligt trafikförvaltningen vid utformningen av stationen, i avvägning mot arkitektur och konstnärlig utsmyckning. Trafikförvaltningen ser idag inget behov av att förändra befintliga riktlinjer. Trafikförvaltningen menar också att reklamfria tunnelbanelinjer förmodligen skulle ha begränsad effekt på det generellt reklamfria offentliga rum som motionärerna värnar om (TN 2016-0219). Sammanfattningsvis innebär detta att reklamens eventuella negativa effekter inte är sådana att det finns förutsättningar att begränsa reklamen i de nya tunnelbanelinjerna. Mot bakgrund av detta anser förvaltningen att motionen ska anses vara besvarad.

Ekonomiska konsekvenser av beslutet

Beslutet har inga ekonomiska konsekvenser.

Miljökonsekvenser av beslutet

I enlighet med landstingets Miljöpolitiska program 2012-2016 har hänsyn till miljön beaktats och slutsatsen är att det inte är relevant med en miljökonsekvensbedömning i detta ärende.

Anne Rundquist
Tillförordnad landstingsdirektör

Ankom
Stockholms läns landsting
2015 -12- 15
Dnr LS 2015-1515

2015:52

Stockholms läns landsting

Stockholms läns landsting
2015-12-15

Motion av Gunilla Roxby Cromvall (v) Anna Sehlin (v) Kerstin Burman (v) om en reklamfri ny tunnelbanelinje

Debatten om ett reklamfritt offentligt rum blossar till och från upp i samhället. Så även debatt om vilken reklam som kan anses vara god estetik kontra vad som upplevs som ett kränkande budskap eller hets mot folkgrupp. Ingen resenär ska behöva stå ut med trådsmala bikinimodeller eller andra obscena bilder eller budskap när de väntar på sin resa. Från 2005 finns riktlinjer för reklam i trafiken och sedan dess har dessa inte omprövats. Att vi har riktlinjerna är bra, men de kan självklart förtydligas och vi har lovats att det nu ska ske.

Det har inte gjorts någon seriös undersökning av vad resenärer skulle anse om reklam inte fanns i kollektivtrafiken. Intäkterna från reklam står för en mycket liten del av de inkomster som driver SL-trafiken, uppskattningsvis cirka 5 öre i skatt. Region Skåne införde reklamfria stationer vid sin utbyggnad och detta är mycket uppskattat bland resenärerna, som istället för reklam kan vila blicken på konst genom bl.a. rullande bilder.

Idag finns inga reklamfria stationer i Stockholms tunnelbanenät. Konstnärer har fått tävla i hur de nya stationerna skall utsmyckas. Det är mycket positivt då vi är väl kända för och har fått mycket beröm för den konstresa som man kan göra med tunnelbanan.

Vi i Vänsterpartiet värnar resenärerna och anser att bara resenärsperspektivet är grund för att se över var reklam skall få finnas och var den inte bör finnas. Vi vill därför också se en resenärsundersökning kring reklamfri kollektivtrafik och satsa på utbyggnad av olika typer av kulturformer och kulturyttringar i all kollektivtrafik.

Med bakgrund i ovanstående föreslås fullmäktige att besluta:

Att den nya blå samt gula tunnelbanelinjen skall vara reklambefriad.

Att en resenärsundersökning görs om hur de upplever dessa reklamfria stationer.

Gunilla Roxby Cromvall (v) Anna Sehlin (v) Kerstin Burman

Trafiknämnden

PROTOKOLLSUTDRAG

Nr 4/2016

Sammanträdesdatum
2016-05-31

Datum för justering: 2016-05-31

Datum för anslag: 2016-06-02

Ankom
Stockholms läns landsting
2016 -06- 02
Dnr LS 2015-1515

Kristoffer Tamsons (M)
Talla Alkurdi (S)

---

§ 79

Yttrande över motion 2015:52 av Gunilla Roxby Cromvall m.fl. (V) om en reklamfri ny Tunnelbanelinje
(TN 2016-0219)

I ärendet förelåg tjänsteutlåtande den 29 april 2016 från förvaltningschefen.

I ärendet yttrade sig Anna Sehlin (V).

YRKANDEN

1) Bifall till förvaltningschefens förslag till beslut
2) Bifall till V-ledamotens förslag till beslut att motionen ska bifallas

Ordföranden ställde proposition om yrkandena och fann att trafiknämnden bifallit förvaltningschefens förslag till beslut.

BESLUT

Trafiknämnden beslöt

att till landstingsstyrelsens förvaltning översända förvaltningschefens tjänsteutlåtande som nämndens yttrande

att förklara paragrafen omedelbart justerad.

UTTALANDEN

MP-ledamöterna lät till protokollet anteckna ett särskilt uttalande, bilaga 10.

RESERVATION

V-ledamoten reserverade sig mot beslutet.

Vid protokollet

Daniela Eriksson

Exp. LSF

Stockholms läns landsting

Trafiknämnden
TN 2016-0219

MILJÖPARTIET DE GRÖNA

SÄRSKILT UTTALANDE

2016-05-31
Ärende nr 13

Yttrande över motion 2015:52 av Gunilla Roxby Cromvall m.fl. (V) om en reklamfri ny tunnelbanelinje

Miljöpartiet är positiva till reklamfria ytor och mer konst i kollektivtrafiken. Vi ser däremot inte att en reklamfri tunnelbanelinje är ett bra alternativ. Hellre då att varje T-banelinje får en station där man satsar särskilt på konsten och avstår från reklam. Ett annat intressant förslag är att prova en reklamfri vecka i hela kollektivtrafiken.

Ledningsstaben

Handläggare
Björn Holmberg
08-686 1588
bjorn.holmberg@sll.se

TJÄNSTEUTLÅTANDE
2016-04-29

Trafiknämnden
2016-05-31, punkt 13

Ärende
TN 2016-0219

Infosäkerhetsklass
K1 (Öppen)

Ankom
Stockholms läns landsting
2016 -06- 02
Dnr LS2015-1515

Yttrande över motion 2015:52 av Gunilla Roxby Cromvall m.fl. (V) om en ny reklamfri tunnelbanelinje

Förslag till yttrande över motion 2015:52 av Gunilla Roxby Cromvall (V), Anna Sehlin (V) och Kerstin Burman (V) om att de nya blå samt gula tunnelbanelinjerna ska vara reklamfria och att en undersökning ska göras för att ta reda på hur dessa reklamfria stationer upplevs.

Ärendebeskrivning

I motionen föreslås att de nya blå samt gula tunnelbanelinjerna ska vara reklamfria och att en undersökning ska göras för att ta reda på hur dessa reklamfria stationer upplevs.

Förvaltningens mening är att förslaget till reklamfria tunnelbanelinjer inte bör genomföras. Reklamen i SL-trafiken genererar redan idag betydande intäkter till landstinget och de utökade intäkter som kan genereras från reklam vid de nya stationerna kommer vara ett välkommet tillskott i en för överskådlig tid ansträngd budget.

Den generella frågan om omfattningen av reklam i SL-trafiken bör hanteras för trafiksystemet som helhet snarare än för just dessa stationer. Vad gäller omfattningen av reklam vid varje enskild station och avvägning mot exempelvis konstnärlig utsmyckning så bör detta hanteras vid utformningen av de enskilda stationerna.

Beslutsunderlag

Förvaltningschefens tjänsteutlåtande den 29 april 2016
Motion 2015:52 av Gunilla Roxby Cromvall (V), Anna Sehlin (V) och Kerstin Burman (V) om reklamfri ny tunnelbanelinje (LS2015-1515), bilaga 1

Förslag till beslut

Trafiknämnden föreslås besluta

att till landstingsstyrelsens förvaltning översända förvaltningschefens tjänsteutlåtande som nämndens yttrande

att omedelbart justera paragrafen.

Förslag och motivering

I motionen föreslås att de nya blå samt gula tunnelbanelinjerna ska vara reklamfria och att en undersökning, underförstått när stationerna byggts och öppnats för trafik, ska göras för att ta reda på hur dessa reklamfria stationer upplevs.

I motionen anges att det idag inte finns några reklamfria stationer i Stockholms tunnelbanenät. Vidare refereras till nybyggda reklamfria stationer i Skåne, sannolikt avses stationerna Malmö C Nedre, Triangeln och Hyllie. Utifrån detta har gjorts tolkningen att motionärerna i första hand avser att de *nya stationer* som ska byggas ska vara reklamfria, snarare än att även tågen (som både trafikerar de gamla och nya stationerna) ska vara reklamfria, eller att de delar av gröna samt blå tunnelbanelinjerna som framöver ingår i de nya blå linjerna, och som idag har reklam, ska göras reklamfria.

Reklam i SL-trafiken idag
Reklam riktad mot resenärer har funnits i princip lika länge som kollektivtrafik bedrivits. Det nuvarande regelverket bygger på ett beslut i SL:s styrelse år 2005 om riktlinjer för reklam i trafiken. I detta anges bland annat att riktlinjerna, och därmed reklamen, är underordnade SL:s övergripande mål och säkerhetskrav.

Idag finns reklam på olika platser i SL-trafiken, både på plattformar och i andra stationsmiljöer (som gångar och längs rulltrappor). När det gäller stationsmiljöerna så varierar utformningen kraftigt och därmed också förutsättningarna för reklamytorna. Många T-banestationer har, i likhet med Triangeln och Malmö C Nedre, en utformning och konstnärlig utsmyckning utan reklamytor på tunnelväggarna. Exempel på sådana stationer är Bagarmossen och Östermalmstorg. Andra stationer, som Hötorget och Medborgarplatsen, har istället stora annonstavlor. Stationer i ytläge, utan tunnelväggar, har av naturliga skäl framförallt reklam i form av affischer i skåp av samma typ som också sitter på busshållplatser.

Reklamintäkter till SL-trafiken
Intäkterna från reklamen i SL-trafiken antas innevarande år komma att uppgå till drygt 200 miljoner kr. En följd av det nya avtalet om reklam som tecknats är att intäkterna nästa år antas öka till mellan 300-350 miljoner kr. För SL-trafiken är detta betydande intäkter, mer än dubbelt så mycket som genereras genom uthyrning av lokaler till kommersiell verksamhet (ej inräknat uthyrning av depåer till trafikoperatörerna).

Huvuddelen av reklamintäkterna kommer från reklam på tunnelbanestationer. Värdet av reklam på enskilda stationer varierar kraftigt beroende på möjlig exponeringsyta och läge/antal resenärer som passerar och förväntas se reklamen. Det faktum att utformningen av de nya stationerna inte är färdig gör en uppskattning av de potentiella intäkterna komplicerad, men en grov skattning ger vid hand att intäkterna bör kunna bli flera miljoner kronor per station och år.

Resenärernas attityd till reklam
Hösten 2015 gjordes en undersökning om resenärernas attityd till reklam i trafiken. På frågan om vad den tillfrågade ansåg om den totala mängden reklam i SL-trafiken ansåg de flesta, 6 av 10, att det är lagom med reklam. Knappt 3 av 10 svarade att det är för mycket reklam medan en liten andel (3 procent) önskade mer reklam.

Det bör betonas att resenärerna vare sig i frågorna eller på annat sätt informerades om reklamens intäkter till trafiken eller för den delen ombads ställa intäkter från reklam i förhållande till något annat som höjda biljettpriser, höjd landstingsskatt eller neddragningar i trafikutbudet.

Förvaltningens bedömning
Förvaltningen avråder sammantaget från att motionens förslag genomförs. Reklamen i SL-trafiken genererar redan idag betydande intäkter till landstinget och de utökade intäkter som kan genereras från reklam vid de nya stationerna kommer vara ett välkommet tillskott i en för överskådlig tid ansträngd budget.

Själva begreppet reklambefriade tunnelbanelinjer är svårdefinierat vilket i sig illustrerar frågans komplexitet. Reklam och andra kommersiella budskap förekommer i själva verket överallt i samhället inklusive i och kring SL-trafiken. Förutom den reklam i SL-trafiken som omfattas av SL:s reklamavtal i stationsmiljö och på och i fordon, exponeras resenärerna för reklambudskap på varuautomater och i butiksskyltning i trafiken men också i tidningar, mobiltelefoners webbsidor och videoklipp, vid lyssning på kommersiell radio osv. Endast en mindre del av detta är något som landstinget kan eller vill styra

över. I direkt anslutning till SL-trafiken finns också omfattande reklam från exempelvis fastighetsägare eller de reklamföretag som har avtal med kommuner om reklam på gator och torg. För resenärer i gemen torde det vara mindre avgörande ifall reklamen syns innanför eller utanför de områden som definieras som tunnelbanan.

Förvaltningens uppfattning är att frågan om omfattning och utformning av reklam i trafiken bör utgå från generella riktlinjer som omfattar all SL-trafik, snarare än för enskilda linjer. Idag finns ett sådant regelverk baserat på det beslut som fattades i SL:s styrelse år 2005. Förvaltningen ser idag inget behov av att förändra dessa riktlinjer.

När det gäller utformning och omfattning av reklam på enskilda stationer så bör detta göras station för station, utifrån aktuella förutsättningar avseende t ex stationens arkitektur och konstnärliga utsmyckning.

Caroline Ottosson
Förvaltningschef

Björn Holmberg
Stabschef