Strategisk utveckling

Handläggare
Jens Plambeck
08-6861651
jens.plambeck@sll.se

TJÄNSTEUTLÅTANDE
2019-06-05

Trafiknämnden
2019-06-18 punkt 23

Ärende
TN 2019-0317

Infosäkerhetsklass
K1 (Öppen)

Svar på skrivelse avseende Angående reklam i kollektivtrafiken

Ärendebeskrivning

Socialdemokraterna (S) och Vänsterpartiet (V) har den 19 februari 2019 lämnat in en skrivelse till trafiknämnden gällande önskade ändringar i regelverk runt reklam i kollektivtrafiken.

Beslutsunderlag

Förvaltningschefens tjänsteutlåtande 26 april 2019 samt Skrivelse från Socialdemokraterna (S) och Vänsterpartiet (V) avseende ”Angående reklam i kollektivtrafiken” inkommen 2019-02-19.

Förslag till beslut

Trafiknämnden föreslås besluta

att anse att skrivelsen är 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 i

februari från civilminister Ardalan Shekrabi (S). Det inkomna förslaget ansågs inte tillräckligt och civilministern tillsatte därför i slutet av april 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.

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 dialog med reklamentreprenören gällande frivilliga begränsningar med annonsörerna för att nå en tolkning av den ”måttfullhet” som stipuleras i befintligt regelverk.

Trafikförvaltningen ser inte att trafikförvaltningen bör skapa några egna regler för reklam utan följa de 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 likväl som det inte finns någon avsikt i nuläget att sälja rättighet till stationsnamn. I det tjänsteärende som lämnades till trafiknämnden i februari 2019 nämndes bara dessa möjligheter utifrån intäktskällor som finns i andra länder. Befintligt regelverk för prioritering mellan information, vägvisning, tillgänglighet och reklam fortsätter gälla.

Nya tekniska lösningar ger också 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 blir ett hinder för den resenärsviktiga informationen.

Caroline Ottosson
Förvaltningschef

Jens Plambeck
Chef Strategisk utveckling

SKRIVELSE
2019-02-19

Trafiknämnden
Ärende 22

Socialdemokraterna
FRAMTIDSPARTIET

VÄNSTERPARTIET

Angående reklam i kollektivtrafiken

Stockholmsregionen behöver en väl utbyggd och attraktiv kollektivtrafik som är punktlig, pålitlig och trivsam. För det behövs finansiering av en utbyggnad som hänger med befolkningsutvecklingen i en växande region.

Intäkter från reklam är en liten men 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.

På samma gång som vi anser att politiken bör vara öppen för nya sätt att utveckla reklamintäkterna ser vi också att politiken behöver sätta ner foten när jakten på reklamintäkter riskerar att gå ut över resenärerna och samhället.

Vi har sedan tidigare lagt fram förslag om att könsdiskriminerande reklam ska vara förbjuden i SL:s anvisningar för reklam i trafiken. Med anledning av det pågående arbetet med att utveckla reklamintäkterna och det informationsärende som lyfts på Trafiknämnden den 19 februari ser vi ytterligare anledningar för politiken att markera vilka ramar vi vill sätta för reklamens utbredning.

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. Som exempel kan nämnas att resenärer lockas med att vinst betalas ut redan innan nästa station. Undersökningar har visat på den negativa påverkan som spelreklam kan ha på människor med spelproblem som exponeras den med bland annat ökad risk för återfall. Kollektivtrafiken ska vara en plats där alla kan vistas tryggt, och vi anser därför att det olämpligt med reklam för spel om pengar där.

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.

Socialdemokraterna
FRAMTIDSPARTIET

VÄNSTERPARTIET

VÄNSTERPARTIET

Att sälja ut stationsnamn i kollektivtrafiken anser vi är helt fel väg att gå för kollektivtrafiksystemet. Det riskerar att försvåra för resenärer att orientera sig i regionen när namn är kopplade till företag istället för platser som är rotade i kultur, historia och geografi. Stationen är dessutom en central punkt i en ort som hänger samman identifikation med och stolthet över den plats där man bor. De möjliga intäkterna står inte i proportion till det som riskerar att gå förlorat i det här fallet.

Trafiknämnden föreslås besluta att uppdra till förvaltningschefen

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

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

att i det fortsatta arbetet med att utveckla intäkterna från och reklam utesluta möjligheten att sälja ut stationsnamn.