Trafikregionråd
Jakop Dalunde (MP)

INTERPELLATIONSSVAR
2026-06-04

RS 2026-0518

Svar på interpellation 2026:36 av Carl-Johan Schiller (KD) om stötande annonser i kollektivtrafiken

Carl-Johan Schiller har i interpellationen ställt följande frågor:

1. Hur ser ansvarigt regionråd på att en organisation som IRS tillåts annonsera i Stockholms kollektivtrafik?

2. SL har möjlighet att granska och avvisa kommersiella annonser i förväg om de bedöms bryta mot rådande regler för reklam. Varförgjordes inte detta i fallet med IRS?

3. Vilken skyldighet anser sig ansvarigt regionråd ha för att hålla uppsikt över vilka organisationer som tillåts annonsera hos SL?

4. Anser ansvarigt regionråd att rådande regler och riktlinjer kring annonsering och reklam i kollektivtrafiken bör ses över?

Som svar vill jag anföra följande:

Reklamen i kollektivtrafiken finns till för att bidra med finansiering utöver anslag och biljettintäkter. Det är tillåtet att göra reklam för de flesta produkter och tjänster, men det finns begränsningar för bland annat alkohol, tobak, spel, nätläkartjänster och fossildrivna produkter.

Inom SL-systemet prövas reklam som marknadskommunikation utifrån sitt innehåll mot gällande regelverk. Bedömningar av reklamen görs av det upphandlade reklamföretaget utifrån lagstiftning, avtal och etablerade normer, däribland Internationella Handelskammarens (ICC) regler för reklam och marknadskommunikation. Reklamföretaget drabbas av vite om de släpper igenom reklam som sedan fälls av högre instans. Möjligheten finns för reklamföretaget att lyfta bedömningen till Trafikförvaltningen vid upplevt behov.

Denna ordning är medvetet utformad för att säkerställa en rättssäker, likvärdig och förutsägbar hantering. Den innebär att SL inte gör egna bedömningar av enskilda organisationer utifrån uppgifter i den offentliga debatten, utan tillämpar samma principer oavsett avsändare. Detta minskar risken för godtycke och för att enskilda aktörer pekas ut på oklara grunder.

Utöver detta finns etablerade och oberoende prövningsinstanser för reklam. Kommersiell annonsering kan granskas av Reklamombudsmannen och står under tillsyn av Konsumentverket. Det finns således ett fungerande system för att hantera eventuella överträdelser, utan att enskilda aktörer själva behöver göra egna, mer långtgående bedömningar.

Jag står jag helt och hållet bakom denna beslutade ordning där beslut om vilken reklam vi ska ha och inte ha i kollektivtrafiken baseras på våra beslutade riktlinjer och andra gällande regelverk. Som interpellanten säkerligen känner till gjordes en uppdatering av riktlinjerna inför upphandlingen av innevarande reklamavtal, vilket ändrade vilken reklam som tillåts i kollektivtrafiken.

Med utgångspunkt i ovan har jag ingen avsikt att recensera det faktum att IRS tillåts göra reklam i kollektivtrafiken. Jag har stort förtroende för att ansvariga tjänstepersoner, både hos de upphandlade företagen som förmedlar reklamplatsen och hos SL, gör korrekta bedömningar utifrån gällande regelverk.

Därmed anser jag interpellationen besvarad.

Stockholm den 4 juni 2026

Jakop Dalunde