



Lars-Edwin Andersson
08-508 270 76
lars-edwin.andersson@stockholm.se

Till
Fastighetsnämnden 2013-02-05

Angående motion om reklamvepor på blå- och grönklassade byggnader. Remissvar

Förslag till beslut

1. Fastighetsnämnden beslutar att till kommunstyrelsens stadsbyggnads- och idrottsrotel överlämna och återopa kontorets svar på remissen ”Motion om reklamvepor på blå- och grönklassade byggnader”.

Juan Copoví-Mena
Förvaltningschef

Daniel Öhman
Tf Avdelningschef

Sammanfattning

I motion (2012:62) av Maria Hannäs (V) om reklamvepor på blå- och grönklassade byggnader ställd till Kommunstyrelsen 2012-11-26 Dnr: 313-1721/2012 föreslår motionsställaren kommunfullmäktige att *starta arbetet med inriktning på att genomföra förbud mot reklamvepor på grön- och blåklassificerade byggnader i staden.*

Ett förbud skulle innebära svåra gränsdragningar av vad som är reklam och vad som kan uppfattas som information av allmänintresse. Reklam för en utställning på Stadsmuseum där man betalar inträde, eller all världens mat i Hötorgshallen eller, som på Medborgarhuset som gör reklam för en hyresgäst, bildningsförbundet Sensus, skulle då knappast vara möjlig.

I råd och riktlinjer från Stockholms stadsbyggnadsnämnd tas på ett väl avvägt sätt frågeställningen upp om reklamvepor på kulturhistoriska byggnader och kontoret ser att dessa är tillräckliga. Kontoret förespråkar därför inte ett förbud enligt remisställarens förslag.



Utlåtande

I råd och riktlinjer från Stockholms stadsbyggnadsnämnd ”Jag vill sätta upp skylt/skyltar, vad gäller i Stockholm?” finns regler för skyltningen. Revidering är utförd i april-maj 2009 gällande aktualisering av innehåll och tillägg angående vepor, tjänsteutlåtande Dnr 2007-14939-579.

Enligt plan- och bygglagen (PBL) krävs det bygglov för skyltning inom detaljplanelagt område. Det behövs bygglov för att sätta upp eller väsentligt ändra skyltar. Detta gäller tillfälliga skyltar, permanenta skyltar, skyltar målade på fasad, större flaggor med reklam, stor reklam på markiser med mera. PBL föreskriver bland annat att hänsyn ska tas till stads- och landskapsbilden samt platsens natur och kulturvärden. Förslag inlämnat för bygglov gällande lämplig placering i stadsrummets och byggnadens kulturhistoriska värde med dess arkitektoniska särdrag och skyltens utformning i dess miljö prövas av stadsbyggnadsnämnden.

I dessa råd och riktlinjer konstateras att bildväxlande skyltar är svåra att anpassa till kulturhistoriskt intressanta byggnader och andra byggnader som har arkitektoniska värden och därför är olämpliga på dessa byggnader.

Vad det gäller banderoller som inslag i stadsbilden accepteras dessa som tillfälliga budbärare men med restriktion att kulturhistoriskt värdefulla byggnader inte bör användas som bakgrund för banderoller. På speciella byggnader kan budskap angående pågående tillfällig aktivitet inom byggnaden, som är av allmänt intresse, accepteras. Dock är inte banderoller lämpliga inom områden av riksintresse för kulturminnesvård eller vid stadens front mot vattnet eller kulturhistoriskt värdefulla områden i övrigt.

För banderoller för tillfälliga kampanjer räknas 14 dagar till 4 veckor och därefter nedtagning. Tiden mellan två kampanjer på samma plats ska vara minst dubbla bygglovstiden. Banderoller på kulturinstitutioner får sitta uppe under tiden det annonserade evenemanget pågår.

Kontoret uppfattar att ett förbud skulle innebära svåra gränsdragningar av vad som är reklam och vad som kan uppfattas som information av allmänintresse. Reklam för en utställning på Stadsmuseum där man betalar inträde, eller all världens mat i Hötorgshallen för konsumtion eller, som på Medborgarhuset som gör reklam för en hyresgäst, bildningsförbundet Sensus, skulle då knappast vara möjlig.

I råd och riktlinjer från Stockholms stadsbyggnadsnämnd tas på ett väl avvägt sätt frågeställningen upp om reklamvepor på kulturhistoriska byggnader och kontoret ser att dessa är tillräckliga. Kontoret förespråkar därför inte ett förbud enligt remisställarens förslag.



Slut