

Göteborgs Stads riktlinje för reklam på stadens annonsplatser

Reglerande styrande dokument

Policy
► Riktlinje
Regel
Anvisning
Rutin
Instruktion

Göteborgs Stads styrsystem



Utgångspunkterna för styrningen av Göteborgs Stad är lagar och författningar, den politiska viljan och stadens invånare, brukare och kunder. För att förverkliga utgångspunkterna behövs förutsättningar av olika slag. Stadens politiker har möjlighet att genom styrande dokument beskriva hur de vill realisera den politiska viljan. Inom Göteborgs Stad gäller de styrande dokument som antas av kommunfullmäktige och kommunstyrelsen. Därutöver fastställer nämnder och bolagsstyrelser egna styrande dokument för sin egen verksamhet. Kommunfullmäktiges budget är det övergripande och överordnade styrande dokumentet för Göteborgs Stads nämnder och bolagsstyrelser.

Om Göteborgs Stads styrande dokument

Göteborgs Stads styrande dokument är våra förutsättningar för att vi ska göra rätt saker på rätt sätt. De anger vad nämnder/styrelser och förvaltningar/bolag ska göra, vem som ska göra det och hur det ska göras. Styrande dokument är samlingsbegreppet för dessa dokument.

Stadens grundläggande principer såsom demokratisk grundsyn, principer om mänskliga rättigheter och icke-diskriminering omsätts i praktisk verksamhet genom att de integreras i stadens ordinarie beslutsprocesser. Beredning av och beslut om styrande dokument har en stor betydelse för förverkligandet av dessa principer i stadens verksamheter.

De styrande dokumenten ska göra det tydligt både för organisationen och för invånare, brukare, kunder, leverantörer, samarbetspartners och andra intressenter vad som förväntas av förvaltningar och bolag. De styrande dokumenten ligger till grund för att utkräva ansvar när vi inte arbetar i enlighet med vad som är beslutat.

Styrande dokument			
Kommunala föreskrifter		Planerande och reglerande styrande dokument	
Normgivning mot enskild	Riktade styrande dokument	Planerande styrande dokument	Reglerande styrande dokument

Beslutad av: [Nämnd/styrelse/befattning]	Gäller för: Stadens nämnder och styrelser	Diarienummer: [Nummer]	Datum och paragraf för beslutet: [Text]
Dokumentsort: Riktlinje	Giltighetstid: Tillsvidare	Senast reviderad: [Datum]	Dokumentansvarig: [Funktion]
Bilagor: [Bilagor]			

Innehåll

Inledning	4
Syftet med denna riktlinje	4
Vem omfattas av riktlinjen.....	4
Tillämpningsområde	4
Bakgrund	4
Koppling till andra styrande dokument.....	5
Riktlinje	6
Grundläggande principer för all reklam.....	6
Förbud mot viss specifik reklam	6
Könsdiskriminerande eller sexistisk reklam	6
Rasistisk eller diskriminerande reklam.....	6
Reklam för spel, betting och lotterier.....	7
Reklam för fossil kol-, olje- och gasutvinning samt verksamheter som genererar fossila utsläpp.....	7
Övervakning och efterlevnad	7

Inledning

Syftet med denna riktlinje

Syftet med denna riktlinje är att säkerställa att all reklam som förekommer på stadens annonsytor och som staden kan påverka innehållet i stämmer överens med stadens mål och värderingar kring jämställdhet, hållbarhet och respekt för allas lika värde, samt att olämpligt innehåll undviks. I riktlinjen tydliggörs vad som behöver tas hänsyn till i fråga om reklam och vilka förutsättningar som gäller för visning av reklam.

Riktlinjen ska vara både styrande och ett stöd för medarbetare inom Göteborgs Stad, men även för reklam-entreprenörer eller annonsörer som ingår annonsavtal med någon av stadens nämnder eller styrelser. På så vis kan bland annat behovet av involvering av sakkunniga hos Göteborgs stad i varje enskilt fall av visning av reklam undvikas.

Vem omfattas av riktlinjen

Denna riktlinje gäller tillsvidare för Göteborgs Stads samtliga nämnder och styrelser.

Tillämpningsområde

Riktlinjen gäller för all reklam som Göteborgs Stad för egen del eller som på avtalsrättslig grund anslås eller publiceras på reklamplatser som ägs eller kontrolleras av Göteborgs Stad, till exempel digitala och fysiska reklamtavlor, affischer och annan form av reklam i offentliga utrymmen.

Med reklam avses kommersiell annonsering och andra åtgärder som görs för att främja avsättningen av och tillgången till en näringsverksamhets produkter eller tjänster.

Alla annonsavtal som Göteborgs Stads nämnder och styrelser ingår med reklam-entreprenörer eller annonsörer ska innehålla en hänvisning till denna riktlinje som ett bindande villkor. Villkoret ska även säkerställa att reklam-entreprenörer endast får upplåta reklamutrymme vidare till annonsörer eller annan tredje part under förutsättning att riktlinjen även förmedlas vidare till och efterlevs av dessa aktörer.

Avtal som Göteborgs Stads nämnder och styrelser ingår och som innebär att arenor eller andra lokaler med reklamutor upplåts till tredje part ska innehålla en hänvisning till denna riktlinje som ett bindande villkor. Villkoret ska säkerställa att den part som hyr arenan eller lokalen endast får upplåta reklamutor till reklam-entreprenörer eller annonsörer under förutsättning att riktlinjen förmedlas vidare till och efterlevs av dessa aktörer.

Bakgrund

Den 20 december 2020 gav kommunfullmäktige dåvarande trafikinämnden i uppdrag att ta fram riktlinjer för annonsering på stadens annonsplatser. Riktlinjen skulle tydliggöra kraven enligt Internationella handelskammarens (ICC) regler för könsdiskriminering

reklam samt ställa krav på att annonser inte får vara rasistiska. (KF 2020-12-10 § 33 punkt 2 dnr 0717/19.)

Den 15 september 2022 utvidgade kommunfullmäktige uppdraget till att även omfatta spel-, lotteri- och bettingreklam (KF 2022-09-15 § 19). I budget för Göteborgs Stad 2023 gav kommunfullmäktige stadsmiljönämnden (som sedan 2023 ersätter trafiknämnden) dessutom i uppdrag att ta fram riktlinjer för att förbjuda reklam för fossil kol-, olje- och gasutvinning på Göteborg Stads reklamtavlor.

Sedan delar av uppdraget avslutats av trafiknämnden den 15 december 2022 återremitterades ärendet om förbud mot fossil reklam av stadsmiljönämnden den 24 november 2023 (SMN 2023-11-24 § 266 ärendenr SMF-2023-05474). Genom en återremiss av kommunstyrelsen den 24 april 2024 fick stadsmiljönämnden även i uppdrag att, i samverkan med kommunstyrelsen, ta fram förslag på hur stadens avtal för annonserade ytor kan användas för att omhänderta kommunfullmäktiges uppdrag, och inkludera det i beredningen av liknande uppdrag om stadens annonsering samt kommande översyn av avtal för stadens annonsytor. Uppdraget innebar även att inarbeta dessa perspektiv i förslag till ny riktlinje för annonsering på stadens annonsplatser. (KS 2024-04-24 § 351 ärendenr SLK-2024-00264.)

Koppling till andra styrande dokument

Styrande dokument	Koppling till denna riktlinje
Göteborgs Stads riktlinje för sponsring inom Göteborgs Stad	Förvaltningar, bolag och andra associationer inom Göteborgs Stad kan ingå frivilliga affärsmässiga avtal till ömsesidig nytta mellan två eller flera parter, där ena parten förbinder sig att lämna ersättning i form av till exempel kontanta medel och där den andra parten som motprestation tillhandahåller exponering av företagsnamn, varumärke eller tjänster, till nytta för den förstnämnde parten i dennes verksamhet. Om exponeringen är så pass begränsad att den inte kan anses utgöra reklam och inte heller kan anses ha ett ekonomiskt värde är det fråga om sponsring. Göteborgs Stads riktlinje för sponsring inom Göteborgs Stad ska då tillämpas.

Riktlinje

Grundläggande principer för all reklam

All reklam ska vara förenlig med vid var tid gällande lagar, förordningar, föreskrifter, myndighetsbeslut och praxis, inklusive sådana som följer av tillämplig EU-rätt samt ICC:s regler för reklam och marknadskommunikation och god marknadsföringssed.

Göteborgs Stad uppmuntrar till reklam som bidrar positivt till samhället, så som reklam som främjar social rättvisa, jämställdhet, hållbarhet och mångfald.

Förbud mot viss specifik reklam

Utöver de grundläggande principerna som gäller för all reklam så får det på stadens annonsplatser inte förekomma sådan reklam som anges i följande avsnitt, vilken Göteborgs Stad bedömt inte är förenlig med stadens mål och värderingar.

I anslutning till respektive förbudskategori framgår vad som avses med aktuell reklamtyp, hur förbudet är avgränsat och eventuella undantag från förbudet.

Könsdiskriminerande eller sexistisk reklam

Könsdiskriminerande eller sexistisk reklam är inte tillåten. Vid bedömningen av vad som ska anses utgöra könsdiskriminerande eller sexistisk reklam är utgångspunkten bestämmelsen i artikel 2 i ICC:s regler för reklam och marknadskommunikation samt Reklamombudsmannens (RO) och Reklamombudsmannens opinionsnämnds (RON) praxis. Detta innebär att följande typer av reklam är förbjuden:

- Reklam som framställer personer i stereotypa könsroller, på ett sätt som kan anses beskriva eller förmedla en nedvärderande bild av kvinnor eller män (schabloniserande reklam).
- Reklam som framställer individer på ett sexualiserat sätt, exempelvis genom klädsel, pose eller miljö, på ett sätt som kan anses nedvärderande (objektifierande reklam). Vad som är nedvärderande påverkas bland annat av om framställningen av personen är objektifierande, har en koppling till produkten samt hur och var reklamen har exponerats.
- Reklam som på något annat nedvärderande sätt är uppenbart könsdiskriminerande eller sexistisk.

Rasistisk eller diskriminerande reklam

Reklam får inte innehålla eller främja rasistiskt eller diskriminerande material. Med sådan reklam avses:

- Reklam som direkt eller indirekt främjar rasistiska budskap, fördomar eller värderingar.
- Reklam som innehåller eller stödjer främlingsfientlighet, hat eller våld på grund av etnicitet, religion eller nationalitet.
- Reklam som exkluderar eller diskriminerar individer eller grupper baserat på deras etniska tillhörighet, nationella härkomst, religion eller annan trosuppfattning, kön, könsöverskridande identitet eller uttryck, ålder, sexuella läggning, funktionsvariation eller liknande.

Reklam för spel, betting och lotterier

Reklam för spel, betting eller lotteriverksamhet är inte tillåten, vilket inbegriper följande reklam:

- Reklam för spel, betting och lotterier på onlineplattformar, i fysiska spelhallar, på kasinon, spelombud eller liknande.
- Direkt eller indirekt reklam för företag som bedriver spelverksamhet.

Reklam för fossil kol-, olje- och gasutvinning samt verksamheter som genererar fossila utsläpp

Reklam för företag eller verksamheter som utvinner, säljer eller främjar användning av fossil energi, såsom kol, olja eller gas, är inte tillåten. Med sådana företag eller verksamheter avses till exempel:

- Raffinaderier och bensinstationer
- Fordonstillverkare och återförsäljare av fordon med förbränningsmotorer
- Flyg- och resebolag
- Rederier som använder fossilt drivna båtar
- Energi- och värmebolag

Inte heller är det tillåtet med reklam för produkter eller tjänster som direkt eller indirekt tillhandahålls av ovan nämnda typer av företag eller verksamheter.

Reklam för kollektivtrafik är tillåten.

Övervakning och efterlevnad

Den nämnd eller styrelse i Göteborgs Stad som är part i ett avtal där riktlinjen ska tillämpas ska övervaka efterlevnaden av riktlinjen.

En reklamföretagare eller annonsör som enligt avtal har att följa riktlinjen ansvarar för sådan reklam som bedöms vara i strid med riktlinjen. Den nämnd eller styrelse i Göteborgs Stad som är part i ett sådant avtal har rätt att begära att reklam som anses strida mot riktlinjen ska tas bort av reklamföretagaren eller annonsören inom 48 timmar. Borttagning sker på reklamföretagarens eller annonsörens bekostnad.

Reklam som bedöms vara i strid med vad som anges ovan under rubriken *Grundläggande principer för reklam* kan även komma att anmälas till RO eller behörig tillsynsmyndighet.

Omfattande eller upprepade överträdelser av riktlinjen kan komma att utgöra grund för upphörande av avtalsrelationen med en reklamövertagare eller annonsör.