

Yrkande (M, L, C)
Särskilt yttrande (KD)

Datum (2020-03-18) Ärende 3.6

Avslagsyrkande angående Motion av Jenny Broman (V), Karin Pleijel (MP) och Stina Svensson (FI) om att ta fram riktlinjer mot könsdiskriminerande och rasistiska annonser på stadens reklamplatser

Förslag till beslut

I kommunstyrelsen och kommunfullmäktige:

1. Avslå motionen

Motionärerna vill att Göteborgs stad ska ta fram riktlinjer mot könsdiskriminerande och rasistiska annonser på stadens reklamplatser. Könsdiskriminering och rasism är reella problem i samhället, som måste bekämpas. Vi i Alliansen anser dock inte att förslaget i den här motionen är rätt metod.

Frågan är hur utomhusreklamen ska granskas, om det är prövning som ska göras i förhand eller i efterhand. Vi har starka principiella invändningar mot att staden gör en granskning i förhand, det är att betrakta som censur.

I Sverige är det Reklamombudsmannen (RO) som kontrollerar att ICC:s regler för reklam och marknadsföring följs. I artikel 2 i ICC:s regler fastställs bland annat att ”Marknadskommunikation ska respektera mänsklig värdighet. Marknadskommunikation får inte uppamma eller överse med någon form av diskriminering, inbegripet sådan som hänför sig till ras, nationalitet, härkomst, religion, kön, ålder, funktionsnedsättning eller sexuell läggning.” RO har dessutom vidareutvecklat ICC:s regler när det gäller könsdiskriminerande reklam. Kommuninvånare har därigenom makt att anmäla könsdiskriminerande och rasistisk reklam till RO.

Det är angeläget att bekämpa könsdiskriminering och rasism, men vi tror inte att motionärernas förslag är rätt väg att gå. Staden gör ett viktigt arbete för att främja jämställdhet och bekämpa rasism, och ska fortsätta göra det. Ett exempel på detta är att kommunfullmäktige nyligen antog Göteborgs Stads för stärkta insatser mot rasism.

Yrkande

2020-03-06

Reviderat 2020-03-19

(Vänsterpartiet, Miljöpartiet)

3.1

Yrkande angående – Motion av Jenny Broman (V), Karin Pleijel (MP) och Stina Svensson (FI) om att ta fram riktlinjer mot könsdiskriminerande och rasistiska annonser på stadens reklamplatser

Förslag till beslut

I kommunstyrelsen och kommunfullmäktige:

1. Trafiknämnden får i uppdrag att ta fram riktlinjer för annonsering på stadens annonsplatser. Riktlinjen ska tydliggöra kraven enligt ICC:s regler för könsdiskriminerande reklam samt ställa krav på att annonser inte får vara rasistiska.
2. Att bifalla motionen.

Yrkandet

I vår motion föreslår rödgrönrosa ett sätt för Göteborgs stad att ta ansvar för de bilder och budskap som sprids i det offentliga rummet. Liknande riktlinjer finns redan i andra stora städer som Stockholm och London.

Vi konstaterar att remissinstanserna tillstyrker motionen. Trafiknämnden bekräftar att det i nuläget förekommer reklam både med könsdiskriminerande och rasistiska budskap och att det finns problem att reglera innehållet i reklamen som visas på stadens reklamytor. Man menar att en policy eller riktlinje kan ge staden möjlighet att tydligare begränsa innehållet i reklamen och att en sådan begränsning inte skulle påverka intäkter. Got Event menar att motionen lyfter fram utmaningar i jämställdhetsarbetet där reklam bidrar till att befästa stereotyper, fördomar, ojämställda normer och maktordningar i samhället samt att det offentliga rummet och stadens mötesplatser ska vara inkluderande och till för alla. Båda remissinstanserna tar upp att en riktlinje mot sexistisk och rasistisk reklam kan bidra till ökad medvetenhet och stödja arbetet utifrån de sju diskrimineringsgrunderna.

Yrkande

Socialdemokraterna

2020-03-06

Ärende nr 3.1

Yrkande angående – Motion av Jenny Broman (V), Karin Pleijel (Mp) och Stina Svensson (Fi) om att ta fram riktlinjer mot könsdiskriminerande och rasistiska annonser på stadens reklamplatser

Förslag till beslut

I kommunstyrelsen och kommunfullmäktige:

1. Trafiknämnden får i uppdrag att ta fram riktlinjer för annonsering på stadens annonsplatser. Riktlinjen ska tydliggöra kraven enligt ICC:s regler för könsdiskriminerande reklam samt ställa krav på att annonser inte får vara rasistiska.
2. Motionen bifalles.

Yrkandet

Reklamen är allstädes närvarande i stadsrummet och är svår att värja sig emot. Desto viktigare att annonser på stadens egna annonsplatser inte upplåts åt sexism eller rasism. Det borde vara en självklarhet men då detta, enligt trafiknämnden, behöver tydliggöras så bör det skyndsamt tas fram riktlinjer som stoppar könsdiskriminerande och rasistiska annonser från stadens annonsplatser.

Yrkande

Sverigedemokraterna



Datum 2020-03-05

Ärende nr 3.1

Yrkande angående – Motion av Jenny Broman (V), Karin Pleijel (MP) och Stina Svensson (FI) om att ta fram riktlinjer mot könsdiskriminerande och rasistiska annonser på stadens reklamplatser.

Förslag till beslut

I kommunstyrelsen och kommunfullmäktige:

1. Motionen avslås.

Yrkandet

Det finns redan lagstiftning som förbjuder rasism och könsdiskriminering.

Staden har endast rådighet över en liten andel av all utomhusreklam och en mycket liten del skulle omfattas av stadens egna etiska riktlinjer.

I Stockholm har etiska riktlinjer för utomhusreklam utvärderats efter införandet 2018. Reklambranschens aktörer och andra intresseorganisationer är tveksamma till om de etiska riktlinjerna behövs. De anser att Reklamombudsmannens granskning räcker. RO har dessutom ändrat sina kriterier för vilken reklam som kan anses vara könsdiskriminerande samt skärpt sin praxis.

Reklamombudsmannen (RO) och Reklamombudsmannens opinionsnämnd (RON) arbetar för hög etisk nivå i kommersiell reklam riktad mot den svenska marknaden. RO och RON prövar om anmäld reklam strider mot [Internationella Handelskammarens regler för reklam och marknadskommunikation \(ICC:s regler\)](#).

ARTIKEL 2—SOCIALT ANSVAR

- *Marknadskommunikation ska respektera mänsklig värdighet.*
- *Marknadskommunikation får inte ge upphov till eller överse med någon form av diskriminering, inbegripet sådan som hänför sig till etnisk eller nationell härkomst, religion, kön, ålder, funktionsnedsättning eller sexuell läggning.*
- *Marknadskommunikation får inte utan vägande skäl spela på rädsla eller fruktan eller utnyttja olycka eller lidande.*
- *Marknadskommunikation får inte vara ägnad att framkalla eller ge intryck av att överse med våld och får inte heller uppmuntra annat beteende som är olagligt eller på annat sätt förkastligt från allmän synpunkt.*
- *Marknadskommunikation får inte vädja till övertro eller vidskepelse.*

Konsumenter, företag och organisationer kan anmäla reklam som man anser strider mot reglerna.

**Tjänsteutlåtande**

Utfärdat 2020-02-25

Diarienummer 0717/19

Handläggare

Eva-Marie Kjellström

Telefon: 031-368 04 22

E-post: [eva-](mailto:eva-marie.kjellstrom@stadshuset.goteborg.se)marie.kjellstrom@stadshuset.goteborg.se

Motion av Jenny Broman (V), Karin Pleijel (MP) och Stina Svensson (FI) om att ta fram riktlinjer mot könsdiskriminerande och rasistiska annonser på stadens reklamplatser

Motionen

Jenny Broman (V), Karin Pleijel (MP) och Stina Svensson (FI) föreslår att kommunfullmäktige beslutar om att riktlinjer mot könsdiskriminerande och rasistisk reklam på stadens reklamtavlor tas fram.

Motionärerna framhåller att det offentliga rummet ska kännas tryggt och tillgängligt för alla, utan reklam som sexualiserar kvinnor och män, förstärker könsstereotyper och sprider skadliga kroppsideal, men så är det inte idag. Reklam har även varit en viktig kanal för spridandet och befastandet av rasistiska stereotyper. Motionärerna anser att ett sätt för Göteborgs Stad att ta ansvar för bilder och budskap som sprids i det offentliga rummet inte är könsdiskriminerande och rasistiska är att införa riktlinjer mot könsdiskriminerande och rasistisk reklam på stadens reklamtavlor.

Remissinstanser

Motionen har remitterats för yttrande till Trafiknämnden och GotEvent AB.

Remissinstansernas svar är sammanställda i nedanstående tabell.

Remissinstans	Beslut	Kommentar
Trafiknämnden	Tillstyrker förslaget utifrån trafikkontorets yttrande. Översänder trafikkontorets tjänsteutlåtande till kommunfullmäktige som trafiknämndens eget yttrande.	I nuläget finns problem att reglera innehållet i reklamen som visas på stadens reklamator. Förvaltningen kan endast med markupplåtelse styra placering och förekomst av reklamator, inte innehållet. En policy eller riktlinje kan ge staden en möjlighet att tydligare begränsa innehållet i reklamen.
Got Event AB	Tillstyrker förslaget	Motionen berör en angelägen fråga där det offentliga rummet och stadens mötesplatser ska vara inkluderande och till för alla.

Bedömning ur ekonomisk och ekologisk dimension

Motionen bedöms inte innebära några ekonomiska eller ekologiska konsekvenser eller ha koppling inbördes eller på den sociala dimensionen.

Bedömning ur social dimension

En begränsning av rasistisk och sexistisk reklam i det offentliga rummet bidrar till att motverka spridning och exponering av fördomsfulla och skadliga föreställningar och stereotyper kring kroppsideal. Det bidrar också till att förebygga att rasistiska och sexistiska bilder normaliseras, framför allt hos barn och unga oavsett bakgrund. Sett ur ett jämställdhetsperspektiv upprätthåller den könsdiskriminerande reklamen ojämställda normer och maktordningar.

Stadsledningskontorets kommentar

I Sverige finns ingen lagstiftning mot könsdiskriminerande reklam. Det är branschens självreglerande organ Reklamombudsmannen som kontrollerar att ICC:s (Internationella handelskammaren) regler för könsdiskriminerande följs. Enligt en av ICC:s grundregler får inte marknadskommunikation ge upphov till eller överse diskriminering i någon form. FN:s Kvinnokommitté har dock kritiserat Sverige för avsaknad av lagstiftning då reklambranschens självreglering inte är tillräcklig.

Stockholm stad har infört etiska riktlinjer för utomhusreklam på kommunens mark, som följer reklamombudsmannens riktlinjer, med ett extra tillägg om rasistisk reklam. London och Norge har liknande regler mot könsdiskriminerande reklam på offentligt ägda platser.

Handläggningen av motionen har inte hanterats på det sätt som kan förväntas av stadsledningskontoret och remissinstans vilket försenat ärendet. Stadsledningskontoret arbetar dock ständigt för att åtgärda eventuella brister i handläggning av ärenden och ansvarar för att säkerställa att motioner tidsmässigt hanteras så att fördröjningar undviks.

Tina Liljedahl Scheel

Eva Hessman

HR-direktör

Stadsdirektör

Bilagor

1. Motionen
2. Trafiknämndens handlingar 2019-12-12 § 474
3. Got Event AB:s handlingar 2020-02-06 § 6.10

Handling 2019 nr 88

Motion av Jenny Broman (V), Karin Pleijel (MP) och Stina Svensson (FI) om att ta fram riktlinjer mot könsdiskriminerande och rasistiska annonser på stadens reklamplatser

Det offentliga rummet ska kännas tryggt och tillgängligt för alla. Så är det inte idag. Istället möts vi av både reklam som sexualiserar kvinnor och män, som förstärker könsstereotyper och sprider skadliga kroppsideal och reklam som bidrar till att rasismen håller på att normaliseras i samhället, genom att människor i reklamannonser framställs på ett fördomsfullt sätt, utifrån föreställningar om ras.

Rasistisk reklam innebär ett användande av stereotyper som inte avbildar riktiga människor utan fungerar avhumaniserande och spär på fördomar. Reklam har länge varit en viktig kanal för spridandet och befastandet av rasistiska stereotyper.

Ett sätt för Göteborgs stad att ta ansvar för de bilder och budskap som sprids i det offentliga rummet är att införa riktlinjer mot könsdiskriminerande och rasistisk reklam på stadens reklamtavlor.

I Sverige är det den branschens självreglerande organ Reklamombudsmannen (RO) som kontrollerar att ICC:s (Internationella handelskammaren) regler för könsdiskriminerande följs. Men att sätta sin tilltro till näringslivets självsanering fungerar inte. Det könsdiskriminerande reklamen fortsätter att produceras, vilket får konsekvenser för jämställdhetsarbetet. Det är inte möjligt att uppnå jämställdhet så länge annonsörer ostraffat tillåts använda stereotypa och sexistiska bilder av kvinnor och män.

Den stereotypa skildringen av kvinnor och män i reklam är ett problem både för individen och för samhället. På ett individuellt plan orsakar könsdiskriminerande reklam psykisk ohälsa. Skönhetsideal och objektivering i reklam kan leda till snedvridna kroppsbilder, ökad självobjektivering och lägre självförtroende. Könsdiskriminerande reklam är ett samhällsproblem då stereotypa bilder av kvinnor och män upprätthåller ojämställda normer och maktordningar.

En rapport som tagits fram av Kvinnolobbyn visar att Sverige är det enda land i Norden som saknar lagstiftning mot könsdiskriminerande reklam. Det betyder att kollektivtrafik och andra utrymmen i staden kan användas för reklam som sexualiserar kvinnor, förstärker könsstereotyper och sprider skadliga kroppsideal. I fjol införde Stockholm etiska riktlinjer för utomhusreklam. Reglerna kommer att följa Reklamombudsmannens riktlinjer, med ett extra tillägg om rasistisk reklam. Beslutet gäller för reklam på

kommunens mark. Liknande regler mot könsdiskriminerande reklam på offentligt ägda plaster finns i London och Norge.

FN:s Kvinnokommitté har upprepade gånger kritiserat Sverige för den utbredda sexualiseringen av det offentliga rummet och att det inte finns någon lagstiftning mot könsdiskriminerande reklam. FN:s Kvinnokommitté konstaterar också att reklambranschens självreglering inte är tillräcklig och rekommenderar Sverige att främja en icke-stereotyp skildring av kvinnor i media och reklam.

På grund av den stora mängd reklam som är diskriminerande utifrån kön och föreställningar om ras behövs riktlinjer tas fram. Göteborgarna ska slippa mötas av sexistisk och rasistisk reklam på stadens reklamtavlor.

Kommunfullmäktige föreslår besluta

Riktlinjer mot könsdiskriminerande och rasistisk reklam på stadens reklamtavlor tas fram

Jenny Broman (V)

Karin Pleijel (MP)

Stina Svensson (FI)



Yttrande över motion av Jenny Broman (V), Karin Pleijel (MP) och Stina Svensson (FI) om att ta fram riktlinjer mot könsdiskriminering och rasistiska annonser på stadens reklamplatser

§ 474, 5527/19

Beslut

1. Trafiknämnden tillstyrker förslaget utifrån trafikkontorets yttrande.
2. Trafiknämnden översänder trafikkontorets tjänsteutlåtande till kommunfullmäktige som trafiknämndens eget yttrande.

Handling

Trafikkontorets tjänsteutlåtande från 2019-11-13

Propositionsordning

Ordförande Toni Orsulic (M) frågar om trafikkontoret kan besluta enligt trafikkontorets förslag. Han finner att trafiknämnden beslutar enligt trafikkontorets förslag.

Protokollsanteckning

Henrik Munck (D) anmäler följande protokollsanteckning: Demokraterna tar inte ställning till motionen i trafiknämnden utan hänvisar till kommande ställningstagande i kommunstyrelsen och kommunfullmäktige.

Protokollsutdrag skickas till

Kommunstyrelsen

Dag för justering

2019-12-19



Vid protokollet

Sekreterare

Sara Olsson

Ordförande

Toni Orsulic (M)

Justerande

Karin Pleijel (MP)



Tjänsteutlåtande

Utfärdat 2019-11-13

Diarienummer 5527/19

Handläggare

Johan Sabel/Trafikkontoret/GBGStad

Telefon: 031-368 23 70

E-post: johan.sabel@trafikkontoret.goteborg.se

Yttrande över motion av Jenny Broman (V), Karin Pleijel (MP) och Stina Svensson (FI) om att ta fram riktlinjer mot könsdiskriminerande och rasistiska annonser på stadens reklamplatser

Förslag till beslut

1. Trafiknämnden tillstyrker förslaget utifrån trafikkontorets yttrande.
2. Trafiknämnden översänder trafikkontorets tjänsteutlåtande till kommunfullmäktige som trafiknämndens eget yttrande.

Sammanfattning

Jenny Broman (V), Karin Pleijel (MP) och Stina Svensson (FI) begär yttrande avseende förslag på att ta fram riktlinjer mot könsdiskriminerande och rasistiska annonser på stadens reklamplatser.

Motionen lyfter på ett bra sätt de sociala perspektiven och slår an på barn- och ungdomsperspektivet gällande en begränsning av reklam med könsdiskriminerande och rasistiska inslag.

Trafikkontoret ser problem att i nuläget reglera innehållet i reklamen som visas på stadens reklamtytor. Förvaltningen kan endast med markupplåtelse styra placering och förekomst av reklamtytor, inte innehållet. En policy eller riktlinje kan ge staden en möjlighet att tydligare begränsa innehållet i reklamen.

Trafikkontoret tillstyrker förslaget med beaktande av våra synpunkter.

Ekonomiska konsekvenser

Trafikkontoret ser inte att en begränsning av denna typ av reklam skulle påverka intäkter.

Barnperspektivet

Användandet av rasistiska stereotyper i reklam kan normalisera denna bild och påverka barn- och unga på ett negativt sätt.

Med avseende på barnperspektivet bidrar en riktlinje mot könsdiskriminerande och rasistiska annonser på stadens reklamplatser till att i någon mån skydda barn och unga från att utsättas för denna typ av reklam på Göteborgs gator.

Mångfaldsperspektivet

I dagens situation förekommer reklam för kommersiella intressen både med könsdiskriminerande och rasistiska budskap.

Förslaget stärker respekt och skydd för personer med annan etnisk tillhörighet och religion eller annan trosuppfattning kopplat till de sju diskrimineringsgrunderna.

Gällande rasistiska budskap, såsom stereotypiska bilder riskerar att spä på fördomar.

Jämställdhetsperspektivet

En riktlinje som reglerar könsdiskriminerande och rasistiskt innehåll kan verka för att minska spridningen av denna typ av reklam på Göteborgs stads reklamytor och på så sätt bidrar detta till ökad jämställdhet och att man motverkar ojämställda normer.

Miljöperspektivet

Förvaltningen har inte funnit några särskilda aspekter på frågan utifrån detta perspektiv.

Omvärldsperspektivet

Stockholm har, som anges i motionen, infört etiska riktlinjer för utomhusreklam, som i grund följer reklamombudsmannens riktlinjer, med ett extra tillägg om rasistisk reklam.

Beslutet gäller för reklam på kommunens mark. Liknande regler mot könsdiskriminerande reklam på offentligt ägda plaster finns i London och Norge.

FN:s Kvinnokommitté konstaterar också att reklambranschens självreglering inte är tillräcklig och rekommenderar Sverige att främja en icke-stereotyp skildring av kvinnor i media och reklam.

Bilagor

1. Motion av Jenny Broman (V), Karin Pleijel (MP) och Stina Svensson (FI) om att ta fram riktlinjer mot könsdiskriminerande och rasistiska annonser på stadens reklamplatser

Ärendet

Kommunstyrelsen har till trafiknämnden översänt en motion skriven av Jenny Broman (V), Karin Pleijel (MP) och Stina Svensson (FI) om att riktlinjer mot könsdiskriminerande och rasistisk reklam på stadens reklamtavlor tas fram.

Remissen ska besvaras senast 2019-12-20.

Beskrivning av ärendet

Kommunstyrelsen har den 23 augusti till trafiknämnden inkommit med en motion om att riktlinjer mot könsdiskriminerande och rasistisk reklam på stadens reklamtavlor tas fram. Trafiknämnden har givit trafikkontoret i uppdrag att inkomma med remissyttrande över motionen.

Ärendet har tidigare lyfts som synpunkt från medborgare med förslag att policy eller styrande dokument ska tas fram för att reglera reklam på ett sätt som inte reklambranschen själva kan reglera.

Trafikkontorets bedömning

Trafikkontoret bedömer att staden bör ta fram reglering i någon form av reklam med könsdiskriminerande och rasistiska inslag.

Trafikkontoret saknar möjlighet att i nuläget reglera innehållet i reklamen som visas på stadens reklamutor. Trafikkontoret kan endast med markupplåtelse styra placering och förekomst av reklamutor, inte innehållet. En policy eller riktlinje kan ge staden en möjlighet att tydligare begränsa innehållet i reklamen.

Diskussioner förda med Stockholm stad visar på att det är viktigt att i det eventuella arbetet beskriva hur riktlinjerna ska efterföljas, vilken instans som ska bedöma innehållet i reklamen samt hur eventuella frånsteg från riktlinjen ska hanteras.

Förvaltningen bedömer att ett arbete med en policy eller riktlinje bör ledas av stadsledningskontoret med stöd av övriga påverkade förvaltningar samt Västtrafik och Västfastigheter.

Kerstin Elias

Nils-Gunnar Ernstson

Avdelningschef

T.f. Trafikdirektör

2020-02-11

Utdrag ur Got Event AB:s styrelseprotokoll nr 1/20, 2020-02-06**6.10 Yttrande över motion för riktlinjer mot könsdiskriminering och rasistiska annonser på stadens reklamplatser.**

Styrelsen för Got Event AB beslutar att tillstyrka yttrandet och översända beslutet till kommunfullmäktige.

Rätt utdraget, intygar i tjänsten



Marita Kärnstrand

Chef Ekonomi & Verksamhetsstyrning

Beslutsunderlag
Styrelsen 2020-02-06
Diarienummer 0222/19

Handläggare: Lena Moen, HR-chef
Telefon: 031 – 368 43 09
E-post: lena.moen@gotevent.se

Yttrande över motion av Jenny Broman (V), Karin Pleijel (MP) och Stina Svensson (FI) om att ta fram riktlinjer mot könsdiskriminerande och rasistiska annonser på stadens reklamplatser

Förslag till beslut

i styrelsen för Got Event AB

1. Styrelsen för Got Event AB föreslås tillstyrka nedan yttrande och översända beslutet till kommunfullmäktige.

Sammanfattning

Jenny Broman (V), Karin Pleijel (MP) och Stina Svensson (FI) begär yttrande avseende förslag på att ta fram riktlinjer mot könsdiskriminerande och rasistiska annonser på stadens reklamplatser.

Motionen lyfter fram utmaningar i jämställdhetsarbetet där bland annat reklam bidrar till att befästa stereotyper, fördomar, ojämställda normer och maktordningar i samhället.

Got Event har på vissa av arenorna upplåtit plats för exteriöra digitala reklam- och informationstavlor. Nyttjanderätten är upplåten till extern aktör i vars avtal reklamens innehåll och utformning är reglerad (§8).

Nyttjanderättsinnehavaren förbinder sig att följa Internationella Handelskammarens (ICC) etiska regler för reklam och marknadskommunikation för offentlig reklam samt i övrigt tillse att reklamen inte strider mot lagar och förordningar. Utöver detta äger nyttjanderättsinnehavaren ej rätt att upplåta annonsplats för alkoholhaltiga drycker (<2,25 volymprocent), tobak, droger eller andra beroendeframkallande preparat. Därtill stipulerar avtalet att tavlorna ej heller får nyttjas för reklam som kan uppfattas som sexistisk, könsdiskriminerande eller främlingsfientlig samt i övrigt stå strida mot Göteborg stads vid var tid gällande policy.

Styrelsen för Got Event AB anser att motionen berör en angelägen fråga där det offentliga rummet och stadens mötesplatser ska vara inkluderande och till för alla. Styrelsen tillstyrker förslaget.

Ekonomiska perspektivet

Got Event har inte funnit några särskilda aspekter på frågan utifrån detta perspektiv.

Barnperspektivet (FN:s barnkonvention)

Användandet av stereotyper, rasistiska och ojämställda budskap i reklam kan på ett negativt sätt påverka barn och unga i samhället. Utifrån barnperspektivet bidrar en förtydligande riktlinje mot könsdiskriminerande och rasistiska annonser på stadens reklamplatser till att i viss mån skydda barn och unga från att utsättas för denna typ av reklam i Göteborg.

Jämställdhetsperspektivet

En riktlinje som reglerar könsdiskriminerande och rasistiskt innehåll kan verka för att minska spridningen av denna typ av reklam på Göteborgs stads reklamytor och på så sätt bidrar detta till ökad jämställdhet.

Mångfaldsperspektivet

Göteborgs stads arenor är mötesplatser för alla. Utifrån detta perspektiv strävar Got Event att göteborgare och tillresta besökare skall känna sig välkomna och inkluderande varför reklambudskap på och utanför arenorna ska stödja stadens likabehandlings- och jämställdhetsarbete. Förslaget kan bidra till ökad medvetenhet och stödja arbetet utifrån de sju diskrimineringsgrunderna.

Miljöperspektivet

Got Event har inte funnit några särskilda aspekter på frågan utifrån detta perspektiv.

Omvärldsperspektivet

Got Event styr genom avtalsreglering att Internationella Handelskammarens (ICC) etiska regler för reklam och marknadskommunikation för offentlig reklam tillämpas på de reklamytor som Got Event förfogar över samt att reklamen inte strider mot lagar och förordningar.

Bilaga

1. Motion av Jenny Broman (V), Karin Pleijel (MP) och Stina Svensson (FI) om att ta fram riktlinjer mot könsdiskriminerande och rasistiska annonser på stadens reklamplatser - Handling 2019 nr 88.

Ärendet

Kommunfullmäktige har mottagit en motion och föreslås besluta ta fram riktlinjer mot könsdiskriminerande och rasistiska reklam på stadens reklamplatser. Ärendet är översänt till Got Event för yttrande.

Got Event har på vissa av arenorna upplåtit plats för exteriöra digitala reklam- och informationstavlur. Nyttjanderätten är upplåten till extern aktör i vars avtal reklamens innehåll och utformning är reglerad (§8).

Nyttjanderättsinnehavaren förbinder sig att följa Internationella Handelskammarens (ICC) etiska regler för reklam och marknadskommunikation för offentlig reklam samt i övrigt tillse att reklamen inte strider mot lagar och förordningar. Utöver detta äger nyttjanderättsinnehavaren ej rätt att upplåta annonsplats för alkoholhaltiga drycker (<2,25 volymprocent), tobak, droger eller andra beroendeframkallande preparat. Därtill stipulerar avtalet att tavlorna ej heller får nyttjas för reklam som kan uppfattas som sexistisk, könsdiskriminerande eller främlingsfientlig samt i övrigt stå strida mot Göteborgs stads vid var tid gällande policys.

Bolagets ställningstagande

Styrelsen för Got Event AB anser att motionen berör en angelägen fråga där det offentliga rummet och stadens mötesplatser ska vara inkluderande och till för alla. Styrelsen tillstyrker förslaget.

Lena Moen
Chef HR

Lotta Nibell
VD

