

## Avgifter för upplåtelse av offentlig plats för reklamändamål på allmän platsmark

### § 17, 0307/21

#### Beslut

Enligt kommunstyrelsens förslag:

1. Avgifter för upplåtelse av offentlig plats för reklamändamål på allmän platsmark för analog reklam i enlighet med bilaga 1 till trafiknämndens handlingar, fastställs.
2. Trafiknämnden ges rätt att årligen fastställa justering av avgifter för upplåtelse av offentlig plats för reklamändamål avseende analog reklam på allmän platsmark i enlighet med utvecklingen av konsumentprisindex.
3. De nya avgifterna för reklamändamål avseende analog reklam ska gälla från och med 1 januari 2022.
4. Trafiknämnden delegeras att inom ramen för föreslagen maxtaxa besluta om justeringar av reklamtaxan för analog reklam.

#### Handling

2021 nr 35.

#### Yrkanden

Gertrud Ingelman (V), Karin Pleijel (MP) och Stina Svensson (FI) yrkar bifall till kommunstyrelsens förslag och tilläggsyrkandet från MP och V i kommunstyrelsen.

Anders Sundberg (M), Roshan Yigit (S), Martin Wannholt (D) och Jörgen Fogelklou (SD) yrkar bifall till kommunstyrelsens förslag och avslag på tilläggsyrkandet från MP och V i kommunstyrelsen.

#### Propositionsordning

Kommunfullmäktige beslutar först att bifalla kommunstyrelsens förslag.

Ordföranden ställer härefter propositioner på bifall respektive avslag på tilläggsyrkandet från MP och V i kommunstyrelsen och finner att det avslagits. Omröstning begärs.

#### Omröstning

Godkänd voteringsproposition: ”Ja för avslag och Nej för bifall till tilläggsyrkandet från MP och V i kommunstyrelsen”.

Omröstningen utfaller med 62 Ja mot 19 Nej. Hur var och en röstar framgår av bilaga 3.



## Protokollsutdrag skickas till

Trafiknämnden  
Styrande dokument

### Dag för justering

2021-03-31

## Vid protokollet

### Sekreterare

Lina Isaksson

### Ordförande

Anneli Rhedin

### Justerande

Pär Gustafsson

### Justerande

Håkan Eriksson



## BILAGA 3

## Ärende: 37

**Ärendemening:** Avgifter för upplåtelse av offentlig plats för reklamändamål på allmän platsmark

Antal Ja: 62    Antal Nej: 19    Antal Avstår: 0    Antal Frånv: 0

Namn	Parti	Plats	Funktion	Resultat
Aslan Akbas	S	61	Ledamot	Ja
Karin Alfredsson	D	52	Ersättare	Ja
Bo Anderssen	L	17	Ersättare	Ja
Bettan Andersson	V	8	Ledamot	Nej
Ingrid Andreae	S	62	Ledamot	Ja
Mats Arnsmar	S	59	Ledamot	Ja
Jonas Attenius	S	56	Ledamot	Ja
Kristina Bergman Alme	L	33	Ledamot	Ja
Torkel Bergström	D	65	Ledamot	Ja
Daniel Bernmar	V	10	Ledamot	Nej
Åke Björk	M	7	Ersättare	Ja
Jessica Blixt	D	54	Ledamot	Ja
Ulf Boström	D	49	Ledamot	Ja
Sofi Bringsoniou	S	46	Ledamot	Ja
Jenny Broman	V	9	Ledamot	Nej
Kalle Bäck	KD	36	Ledamot	Ja
Emmyly Bönfors	C	31	Ledamot	Ja
Jennifer Cardell	S	78	Ersättare	Ja
Ulf Carlsson	MP	4	Ersättare	Nej
Sara Carlsson Hägglund	V	25	Ersättare	Nej
Peter Danielsson	D	68	Ledamot	Ja
Axel Darvik	L	18	Ledamot	Ja
Håkan Eriksson	V	3	2:e v Ordf	Nej
Krista Femrell	SD	75	Ledamot	Ja
Eva Flyborg	L	32	Ledamot	Ja



---

Ann Catrine Fogelgren	L	16 Ledamot	Ja
Jörgen Fogelklou	SD	73 Ledamot	Ja
Pär Gustafsson	L	2 1:e v Ordf	Ja
Håkan Hallengren	S	64 Ledamot	Ja
Åsa Hartzell	M	27 Ersättare	Ja
Shadiye Heydari	S	77 Ledamot	Ja
Christer Holmgren	M	13 Ledamot	Ja
Mariette Höj-Risberg	D	51 Ledamot	Ja
Gertrud Ingelman	V	22 Ledamot	Nej
Emmali Jansson	MP	38 Ledamot	Nej
Marina Johansson	S	57 Ledamot	Ja
Eva Jonsson	D	69 Ersättare	Ja
Axel Josefson	M	5 Ledamot	Ja
Urban Junevik	V	20 Ersättare	Nej
Agneta Kjaerbeck	SD	74 Ledamot	Ja
Hannah Klang	V	23 Ledamot	Nej
Jörgen Knudtzon	KD	35 Ledamot	Ja
Martin Kurzwelly	KD	34 Ersättare	Ja
Lena Landén Ohlsson	S	79 Ledamot	Ja
Thomas Lingefjärd	D	67 Ersättare	Ja
Marcus Lüthje	SD	76 Ersättare	Ja
Hampus Magnusson	M	6 Ledamot	Ja
Anders Moberg	S	80 Ersättare	Ja
Henrik Munck	D	53 Ledamot	Ja
Sabina Music	C	30 Ledamot	Ja
Martin Nilsson	MP	41 Ledamot	Nej
Erik Norén	V	24 Ledamot	Nej
Bosse Parbring	MP	40 Ledamot	Nej
Anna Sara Perslow	C	29 Ledamot	Ja
Karin Pleijel	MP	37 Ledamot	Nej
Admir Ramadanovic	S	63 Ledamot	Ja
Jonas Ransgård	M	15 Ledamot	Ja
Anneli Rhedin	M	1 Ordförande	Ja
Amalia Rud Pedersén	S	81 Ledamot	Ja



---

Iréne Sjöberg-Lundin	D	48 Ledamot	Ja
Yvonne Stafrén	SD	70 Ledamot	Ja
Teysir Subhi	FI	43 Ledamot	Nej
Anders Sundberg	M	12 Ledamot	Ja
Anders Svensson	M	26 Ledamot	Ja
Stina Svensson	FI	42 Ledamot	Nej
Pernilla Taxén Börjesson	SD	71 Ledamot	Ja
Kristina Tharing	M	14 Ledamot	Ja
Björn Tidland	SD	72 Ledamot	Ja
Viktoría Tryggvadóttir Rolka	S	58 Ledamot	Ja
Mattias Tykesson	M	28 Ledamot	Ja
Elisabeth Undén	MP	39 Ersättare	Nej
Mariya Voyvodova	S	60 Ledamot	Ja
Mikael Wallgren	V	21 Ledamot	Nej
Martin Wannholt	D	55 Ledamot	Ja
Camilla Widman	S	45 Ledamot	Ja
Lillemor Williamsson	D	47 Ersättare	Ja
Roshan Yigit	S	44 Ledamot	Ja
Johan Zandin	V	19 Ledamot	Nej
Veronica Öjeskär	D	50 Ledamot	Ja
Hakan Önal	M	11 Ersättare	Ja
Per Anders Örtendahl	D	66 Ledamot	Ja



---

## Handling 2021 nr 35

# Avgifter för upplåtelse av offentlig plats för reklamändamål på allmän platsmark

Till Göteborgs kommunfullmäktige

### Kommunstyrelsens förslag

Kommunstyrelsen tillstyrker stadsledningskontorets förslag i tjänsteutlåtande den 1 februari 2021 och föreslår att kommunfullmäktige beslutar:

1. Avgifter för upplåtelse av offentlig plats för reklamändamål på allmän platsmark för analog reklam i enlighet med bilaga 1 till trafiknämndens handlingar, fastställs.
2. Trafiknämnden ges rätt att årligen fastställa justering av avgifter för upplåtelse av offentlig plats för reklamändamål avseende analog reklam på allmän platsmark i enlighet med utvecklingen av konsumentprisindex.
3. De nya avgifterna för reklamändamål avseende analog reklam ska gälla från och med 1 januari 2022.
4. Trafiknämnden delegeras att inom ramen för föreslagen maxtaxa besluta om justeringar av reklamtaxan för analog reklam.

----

Vid behandlingen av ärendet i kommunstyrelsen förekom skiljaktiga meningar:

Karin Pleijel (MP) och Daniel Bernmar (V) yrkade bifall till stadsledningskontorets förslag och tilläggsyrkande från MP och V den 26 februari 2021.

Ordföranden Axel Josefson (M) yrkade bifall till stadsledningskontorets förslag och avslag på tilläggsyrkandet från MP och V den 26 februari 2021.

Kommunstyrelsen beslutade först att bifalla stadsledningskontorets förslag.

Vid omröstning beträffande bifall respektive avslag på tilläggsyrkandet från MP och V röstade Blerta Hoti (S), Axel Darvik (L), Martin Wannholt (D), Hampus Magnusson (M), Marina Johansson (S), Jessica Blixt (D), Jörgen Fogelklou (SD), Emmyly Bönfors (C), Jonas Attenius (S) och ordföranden Axel Josefson (M) för avslag.

Daniel Bernmar (V), Karin Pleijel (MP) och Grith Fjeldmose (V) röstade för bifall.

Kommunstyrelsen beslutade med tio röster mot tre att avslå tilläggsyrkandet från MP och V.

Elisabet Lann (KD) antecknade följande till protokollet: Om jag hade haft rätt att rösta hade jag röstat för avslag på tilläggsyrkandet från MP och V.

Göteborg den 3 mars 2021  
Göteborgs kommunstyrelse

Axel Josefson

Mathias Sköld

**Tilläggsyrkande**

Miljöpartiet, Vänsterpartiet

2021-02-26

Ärende nr 2.1.4

## **Yrkande angående avgifter för upplåtelse av offentlig plats för reklamändamål på allmän platsmark**

### **Förslag till beslut**

I kommunstyrelsen och kommunfullmäktige:

Trafiknämnden får i uppdrag att ta fram riktlinjer mot reklam för företag inom kol-, olje- och gasutvinning samt flygresor på stadens reklamtavlor.

### **Yrkandet**

Det är positivt att staden höjer avgiften för upplåtelse av mark för reklamändamål. Det finns ingen anledning till att staden subventionerar privata reklamföretag och vi rödgrönrosa välkomnar avgiftshöjningen. Men staden behöver också ta ansvar för vilken reklam som visas på kommunal mark. 2020-12-10 beslöt kommunfullmäktige att bifalla en motion från de rödgrönrosa partierna om att förbjuda könsdiskriminerande och rasistisk reklam. Trafiknämnden arbetar för närvarande med att ta fram riktlinjer för att förverkliga motionen. Klimatomställningen behöver ske här och nu därför föreslår vi att staden också ska ta bort reklam som stimulerar kraftiga klimatutsläpp, genom att inte tillåta reklam för branscher som bedriver klimatskadlig verksamhet. I en nyligen inlämnad motion till kommunfullmäktige från Vänsterpartiet, Miljöpartiet och Feministiskt initiativ föreslår vi rödgrönrosa att riktlinjer tas fram mot reklam för företag inom kol-, olje- och gasutvinning samt flygresor. I samband med det nu aktuella ärendet ser vi att den processen skulle kunna skyndas på. Amsterdam fattade ett likande beslut i december 2020 och privata aktörer som tidningen Dagens ETC har helt valt att säga nej till annonser från fossilindustrin, The Guardian och Dagens Nyheter har fattat likande beslut. Nu tycker vi att det är dags för Göteborgs Stad att följa efter och säga nej till fossil reklam på stadens mark.



**Tjänsteutlåtande**

Utfärdat 2021-02-01

Diarienummer 0307/21

**Handläggare**

Ulrika Hylander

Telefon: 031-368 00 42

E-post: [ulrika.hylander@stadshuset.goteborg.se](mailto:ulrika.hylander@stadshuset.goteborg.se)

## Avgifter för upplåtelse av offentlig plats för reklamändamål på allmän platsmark

### Förslag till beslut

I kommunstyrelsen och kommunfullmäktige:

1. Avgifter för upplåtelse av offentlig plats för reklamändamål på allmän platsmark för analog reklam i enlighet med bilaga 1 till trafiknämndens handlingar, fastställs.
2. Trafiknämnden ges rätt att årligen fastställa justering av avgifter för upplåtelse av offentlig plats för reklamändamål avseende analog reklam på allmän platsmark i enlighet med utvecklingen av konsumentprisindex.
3. De nya avgifterna för reklamändamål avseende analog reklam ska gälla från och med 1 januari 2022.
4. Trafiknämnden delegeras att inom ramen för föreslagen maxtaxa besluta om justeringar av reklamtaxan för analog reklam.

### Sammanfattning

Trafiknämnden har 2020-12-17 § 482 fattat beslut om avgifter för upplåtelse av offentlig plats för reklamändamål för analog reklam att gälla från och med år 2022. I nämndens beslut ingår också förslag till årlig justering samt att kommunfullmäktige föreslås delegera till trafiknämnden att inom ramen för föreslagen maxtaxa besluta om justeringar av reklamtaxan avseende analog reklam samt riktlinjer, villkor och principer för fördelning av platser för reklam.

Trafiknämnden påvisar att nuvarande avgifter för upplåtelse av offentlig plats för reklamändamål är för lågt satta med hänsyn till nyttjarens fördel av reklamplatsen. För att bedöma en rimlig nivå på avgiften har trafiknämnden därför gjort försök att bedöma skäligheten på avgiften utifrån nyttjarens fördel.

En modell föreslås där avgiften baseras på värdet av reklamplatsen på offentlig plats, i stället som nuvarande modell där dels en avgift tas ut, men där också avtal tecknats med aktörer kring nyttigheter till reklamytor på allmän plats.

Den föreslagna modellen innebär ett tydligare samt ett mer transparent förfarande för att ta betala för upplåtelser för reklamändamål på allmän plats där trafiknämnden upplåter allmän plats mot en avgift, vilken är lika för alla.

Digital reklam är inte tillåten på allmän platsmark i Göteborgs Stad. Trafiknämnden har i sitt förslag också avgifter för digital reklam och uppger att en utredning kring att tillåta digital reklam, samt villkor som bör gälla, pågår. Dessa avgifter hanteras inte i detta

ärende eftersom frågan om att tillåta digital reklam på allmän platsmark först måste utredas vidare, innan denna avgiftskategori (digital reklam) kan föreslås.

## **Bedömning ur ekonomisk dimension**

Trafiknämnden tar i dag ut avgifter för markupplåtelse för reklamändamål. Nuvarande avgift tas ut dels genom en avgift för upplåtelsen, dels genom att koppla avtal om nyttigheter till reklamytor på allmän plats. Nyttighet kan exempelvis vara lånecykelsystem eller väderskydd, där avtalet om nyttigheter för medborgarna kopplas till upplåtelse för reklamändamål.

Trafiknämnden föreslår i sitt tjänsteutlåtande en modell där avgiften för upplåtelse av mark för reklamändamål kopplas till värdet för reklamen. Detta värde bedöms ligga över den avgift som idag tas ut.

Dagens modell inbringar cirka 1,3 mnkr för upplåtelse, där ytor som ingår i avtal om nyttigheter inte ingår. För Göteborgs Stad innebär detta att förväntade intäkter med den nya föreslagna modellen skulle uppgå till cirka 4 mnkr för ytor som inte ingår i befintliga avtal. Trafiknämnden räknar med att även om ytor som upplåts för reklamändamål skulle minska med 50 procent, skulle intäkten bli högre än idag.

För verksamheter som vill nyttja mark för reklamändamål innebär den nya avgiften en ökning, från 2 800 kronor per kvadratmeter och år, till 9 000 kronor i centrala lägen (zon 1 enligt trafiknämndens bilaga 2), samt från 1 900 kronor per kvadratmeter och år, till 6 000 kronor för icke centrala lägen (zon 2 enligt trafiknämndens bilaga 2). Avgifterna avser analog reklam, obelyst/belyst reklam, stillbild eller bildväxlande. De nuvarande avgifterna, 2 800 kronor respektive 1 900 kronor, är endast avgift, därtill tillkommer ytterligare kompensation som tecknats via avtal. De nuvarande avgifterna jämfört med de föreslagna är därmed inte jämförbara, eftersom de föreslagna avgifterna är en total avgift för nyttjaren, utan andra delar som regleras via avtal.

Vid jämförelse med Stockholm och Malmö, kommer den föreslagna förändrade avgiften i Göteborg bli högre eftersom principen av att koppla nyttigheter till avgiften föreslås tas bort. I Stockholm och Malmö har nyttigheter som avtal om lånecykelsystem kopplats till upplåtelser för reklamändamål utöver upplåtelseavgiften. Trafiknämnden har som exempel Paris, som tagit bort koppling av reklamytor från nyttighetsavtal.

## **Bedömning ur ekologisk dimension**

Stadsledningskontoret har inte funnit några särskilda aspekter på frågan utifrån denna dimension.

## **Bedömning ur social dimension**

Det som är planlagt som allmän platsmark ska alla och en var ha möjlighet att komma till och ta sig fram på exempelvis stadens ytor. Det är kommunen som ansvarar för att allmän platsmark är tillgänglig och för den skötsel och det underhåll som krävs i dessa områden. De offentliga platserna i staden är en delad resurs som alla olika grupper och individer ska ha tillgång till. Det ingår att tillse att människor som har speciella behov exempelvis personer med funktionsnedsättning samt äldre med nedsatt rörelseförmåga inte utestängs genom hinder så som exempelvis reklamskyltar. Allt för många budskap i stadsmiljön kan upplevas plottrigt och bidra med störande intryck. Barns rätt att inte påverkas av

reklam behöver också finnas med i en bedömning av mängden reklam som exponeras i den offentliga miljön.

## **Bilaga**

Trafiknämndens protokollsutdrag 2020-12-17 § 483 samt tjänsteutlåtande Avgifter för upplåtelse av offentlig plats för reklamändamål på allmän platsmark, inklusive bilagor.

## Ärendet

Kommunfullmäktige har att ta ställning till trafiknämndens förslag till avgift för upplåtelse av offentlig plats för reklamändamål avseende analog reklam från och med år 2022 samt årlig justering av avgift. Kommunfullmäktige har också att ta ställning till trafiknämndens förslag att delegera till trafiknämnden att inom ramen för föreslagen maxtaxa besluta om justering av reklamtaxan för analog reklam.

## Beskrivning av ärendet

Ärendet presenterades i trafiknämnden 2018-05-24 §177, där nämnden återremitterade ärendet till trafikkontoret. Nämnden ville ha ett förtydligande i frågor som uppkommit i samband med inkomna synpunkter och skrivelser.

Efter att kompletterande information har presenterats för nämnden, har nu trafiknämnden 2020-12-17 § 482 fattat beslut om avgifter för upplåtelse av offentlig plats för reklamändamål som ska gälla från och med år 2022. I nämndens beslut ingår också förslag till årlig justering samt att kommunfullmäktige föreslås delegera till trafiknämnden att inom ramen för föreslagen maxtaxa besluta om justeringar av reklamtaxan samt riktlinjer, villkor och principer för fördelning av platser för reklam.

Trafiknämnden menar att nuvarande avgifter för upplåtelse av offentlig plats för reklamändamål är för lågt satta med hänsyn till nyttjarens fördel av reklamplatsen. För att bedöma en rimlig nivå på avgiften har trafiknämnden därför gjort försök att bedöma skäligheten på avgiften utifrån nyttjarens fördel.

### Nuvarande modell för avgifter för upplåtelse av offentlig plats för reklamändamål

Trafiknämnden redogör i sitt tjänsteutlåtande för nuvarande modell där avgiften för upplåtelse av mark för reklamändamål kopplas till värdet för reklamen. Dagens modell för markupplåtelse för reklamändamål bygger dels på upplåtelse av offentlig mark, dels på ytterligare värde genom avtal om nytthet för reklamen. Nytthet kan exempelvis vara låncykelsystem eller väderskydd, där avtalet om nyttheter för medborgarna kopplas till upplåtelse för reklamändamål.

Avgiften för markupplåtelse för reklamändamål för aktörer som ej har slutit avtal med Göteborgs Stad är i nuvarande modell beräknad utifrån lokalisering, utifrån två zoner. Zon 1, som innebär centralt läge, är avgiften 2 800 kronor per kvadratmeter och år. I zon 2, som är områden utanför de centrala delarna, är avgiften 1 900 kronor per kvadratmeter och år. Avgifterna avser analog reklam, obelyst/belyst reklam, stillbild eller bildväxlande.

Göteborgs Stad hade fram till våren 2020 ett avtal med JCDecaux, ledande aktör inom utomhusreklam. Därefter utför JCDecaux ytterligare tjänster på allmän plats i utbyte mot nyttjande av reklamplatser. Avgiften för själva markupplåtelsen har i och med detta avtalats bort. JCDecaux rätt att nyttja reklamplatserna till och med 1 juli 2026.

I kommunfullmäktiges budget 2020 fastslås att ”Samtliga nämnder och styrelser fått i uppdrag att sträva efter hög kostnadstäckning på avgiftsbelagda verksamheter, där så är möjligt”. Vidare har kommun enligt lag (1957:259) om rätt för kommun att ta ut avgift för vissa upplåtelse av offentlig plats (avgiftslagen), rätt att endast ta ut avgift för upplåtelse på allmän platsmark som kan anses skäligen med hänsyn till ändamålet med upplåtelsen, nyttjarens fördel av denna, kommunens kostnader med anledning av upplåtelsen och

övriga omständigheter. Nuvarande nivå uppskattas av trafiknämnden ligga på för låg nivå utifrån vad som vore en skälig nivå för värdet av reklam på allmän platsmark. Som trafiknämnden anför ska värdet på kommersiell verksamhet bedömas, och avgift tas ut som överensstämmer med detta värde.

### **Förslag till ny modell för avgifter för upplåtelse av offentlig plats för reklamändamål**

Trafikkontorets förslag innebär att avgiften justeras så att den överensstämmer med värdet på reklamen, och att avgift baserad på nyttighet för medborgarna tas bort. Värdet på reklamen på allmän plats bedöms av trafiknämnden vara betydligt högre än den avgift som idag tas ut.

Trafiknämnden beskriver i sitt tjänsteutlåtande hur tillvägagångssättet varit i det försök till beräkning av avgift utifrån värdet på reklam för nyttjaren. Den föreslagna modellen innebär enligt trafiknämnden ett tydligare samt ett mer transparent förfarande för att ta betala för upplåtelser för reklamändamål på allmän plats där trafiknämnden upplåter allmän plats mot en avgift, vilken är lika för alla.

De ingående faktorerna i beräkningen är varupris och försäljningsintäkter för varor som reklamplats upplåts för, samt Västtrafiks avtal gällande reklamutor i väderskydd. Även jämförelser med Malmö och Stockholm, som bekostar sina låncykelsystem med reklam på allmän plats, visar på att värdet och därmed avgiften, för reklamplatser på offentlig plats, är för lågt satt.

I sin bedömning har trafiknämnden även tagit hänsyn till stadens egna omkostnader, samt att utvecklingen inom staden som gör att förtätning sker och att det därmed är av vikt att värdera och se över upplåtelse av offentlig plats.

Enligt trafiknämndens tjänsteutlåtande har JCDecaux rätt att nyttja reklamplatserna till och med 1 juli 2026. Detta innebär att de nya avgifterna föreslås införas successivt fram till denna tidpunkt.

Utifrån trafiknämndens omvärldsbevakning, genomgång och utredning har nämnden som förslag för analog reklam för zon 1 en avgift uppgående till 9 000 kronor per kvadratmeter och år samt för zon 2, 6 000 kronor per kvadratmeter och år i total avgift för markupplåtelse för reklamändamål på offentlig platsmark.

Digital reklam är inte tillåten på allmän platsmark i Göteborgs Stad. Trafiknämnden har i sitt förslag också avgifter för digital reklam och uppger att en utredning kring att tillåta digital reklam, samt vilka villkor som bör gälla, pågår. Dessa avgifter hanteras inte i detta ärende eftersom frågan om att tillåta digital reklam på allmän platsmark först måste utredas vidare, innan denna avgiftskategori (digital reklam) kan föreslås.

### **Införande av avgift**

Höjning av avgift ska gälla från och med 1 januari 2022 och ökas successivt inom maxtaxan. Trafiknämnden föreslår en ökning med 20 procent av skillnaden mellan nuvarande taxa och maxtaxan som riktvärde per år, men taxehöjning ska föregås av en bedömning av gällande förutsättningar för höjning. Trafiknämnden ska varje år besluta om höjning inom maxtaxan. Avgiften ska årligen efter 2026 justeras enligt konsumentprisindex av trafiknämnden.

## **Markupplåtelse**

Enligt Ordningslagen (Lag 1993:1617) 3 kap krävs tillstånd för annan användning av offentlig plats inom detaljplanelagt område än föreskrivet ändamål. Avgift för sådan markupplåtelse tas ut med stöd av avgiftslagen (Lag 1957:259) enligt den markupplåtelse som fastställts av kommunfullmäktige.

Trafiknämnden har i uppdrag att fastställa avgifter för upplåtelser av gatumark och annan allmän platsmark inom ramarna för avgiftsnormer antagna av kommunfullmäktige. Markupplåtelseansökan nuvarande konstruktion justerades av kommunfullmäktige 2020-01-23, § 11 och den nya taxan började gälla från och med första februari 2020. Taxan gavs i samband med beslutet en koppling till konsumentprisindex. Trafiknämnden fick i uppdrag att årligen fastställa justering av avgift utifrån utveckling av konsumentprisindex, vilket nu är genomfört för innevarande år.

I samband med att beslut fattades i kommunfullmäktige 2020-12-10 § 16 i ärende Trafikverkets förfrågan samt trafiknämndens hemställan om att göra undantag från Göteborgs Stads avgiftsutgiftsuttag för tillfällig upplåtelse av allmän plats vid byggande av järnväg (dnr 1250/20) fick trafiknämnden i uppdrag att återkomma med förslag på aktualiserat regelverk och ny konstruktion för upplåtelse och avgiftsuttag för gatumark och annan allmän platsmark.

## **Trafikkontorets pågående arbete med markupplåtelseansökan**

Trafiknämnden har fått i uppdrag att se över taxekonstruktionen för upplåtelse av offentlig mark. Trafikkontoret meddelar att kontoret påbörjat arbetet med att se över regelverk och taxekonstruktionen, vilket är ett omfattande och tidsödande arbete.

Trafikkontoret har aviserat att ett förslag på avgifter för upplåtelse av mark för elsparkcyklar är under framtagande under våren, för att träda ikraft redan under år 2021. Frågan om just elsparkcyklar är ny och högst aktuell varför enligt trafikkontoret ett snabbt beslut om avgift behövs, som inte överensstämmer med stadens anvisning kring hantering av förändringar av taxor och avgifter.

Tanken är då att inkludera ett antal taxor som inte finns idag, såsom elsparkcyklar men även så kallade foodtrucks.

## **Stadsledningskontorets bedömning**

Taxor och avgifter ska i enlighet med stadens budgetprocess vara ett underlag inför budgetarbetet. Det är därför viktigt att alla taxerelaterade ärenden kan omhändertas och möjliggöra för kommunfullmäktige att fatta beslut innan det underlag inför budgetarbetet som stadsledningskontoret tar fram överlämnas. Underlaget överlämnas till kommunstyrelsen i maj 2021.

Stadsledningskontoret konstaterar att i trafiknämndens tjänsteutlåtande med tillhörande bilaga 1 även finns förslag till avgift för en reklamform som i dag inte formaliserad och beslutad enligt den ordning som staden har. Det gäller reklam på skyltar i digital form; digital reklam. Denna form av reklam tillåts inte idag på kommunens mark, vilket också framgår av trafiknämndens förslag.

Bedömningen är därför att ett eventuellt beslut att tillåta digital reklam, samt beslut om därtill kopplad avgift, behöver beredas vidare innan beslut om avgift kan ske. Samtal har påbörjats mellan trafikkontoret och stadsbyggnadskontoret i frågan, där det även, bland

annat, ingår att belysa hur digital reklam förhåller sig till stadens policy och riktlinjer för kommunikation.

Den del av bilaga 1 som blir underlag för beslut i detta ärende är därför den avgiftsdelen som omfattar avgift för analog reklam.

Stadsledningskontoret har fört dialog med trafikkontoret angående att göra en total översyn av markupplåtelseavgiften enligt kommunfullmäktiges beslut 2020-12-10 § 16. När det gäller upplåtelse av offentlig plats för reklamändamål på offentlig plats uppger trafikkontoret att detta är en översyn som har varit aktuell under en lång period. Nämnden har nu fattat beslut i ärendet, med förslag på att taxan träder i kraft från och med 2022.

Både översyn av avgift för upplåtande av offentlig plats för reklamändamål och elsparkcyklar bedöms vara nödvändiga att göra innan hela taxekonstruktionen för markupplåtelse har setts över. Därför sker hanteringen genom två separata ärenden om som innebär ändringar och tillägg i markupplåtelseavgiften. Innevarande taxa för upplåtelse av offentlig mark revideras med tillägg av dessa två delar.

Trafiknämnden föreslår utöver justering av avgifter för upplåtelse av offentlig plats för reklamändamål på allmän platsmark även ett utökat mandat att ta fram riktlinjer, villkor för reklam på allmän platsmark och principer för fördelning för platser för reklam. Stadsledningskontorets bedömning är att fler av stadens nämnder behöver delta i ett sådant arbete.

Vidare kan stadsledningskontoret konstatera att trafiknämnden fått 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. Beslutet togs utifrån en motion som beslutades i kommunfullmäktige 2020-12-10 § 33.

Stadsledningskontoret delar trafiknämndens bild av att det är angeläget att avgifter markupplåtelse för reklamändamål på allmän platsmark justeras i enlighet med nämndens förslag.

Magnus Andersson

Eva Hessman

Ekonomidirektör

Stadsdirektör

## Svar på återremiss - Avgifter för upplåtelse av offentlig plats för reklamändamål

### på allmän platsmark

#### § 491, 1927/17

#### Beslut

1. Trafiknämnden föreslår kommunfullmäktige att fastställa avgifter för upplåtelse av offentlig plats för reklamändamål på allmän platsmark i enlighet med bilaga 1 till trafikkontorets tjänsteutlåtande.
2. Trafiknämnden föreslår kommunfullmäktige att avgifter för upplåtelse av offentlig plats för reklamändamål på allmän platsmark årligen justeras med konsumentprisindex.
3. Trafiknämnden föreslår att kommunfullmäktige beslutar att de nya avgifterna för reklamändamål ska gälla från och med 1 januari 2022.
4. Trafiknämnden föreslår att kommunfullmäktige delegerar till Trafiknämnden att inom ramen för föreslagen maxtaxa besluta om justeringar av reklamtaxan samt besluta om riktlinjer, villkor mm för reklam på allmän platsmark och principer för fördelning av platser för reklam.
5. Trafiknämnden förklarar uppdraget att komplettera beslutsunderlaget med redovisning av antalet reklamtytor (och kvadratmeter) i olika kategorier av reklampelare/hållplatser m.m. i Göteborg idag, samt med hänvisning till formella beslut kring förändringar av ansvar mellan staden och VGR för väderskydd vid hållplatser (TN 2020-11-19 § 435) för fullgjort.
6. Trafiknämnden förklarar uppdraget att kommentera de skrivelser som har inkommit från Clear Channel Sverige och JCDecaux (TN 2020-11-19 § 435) för fullgjort.

#### Information

Johan Sabel från trafikkontoret redogör för ärendet.

#### Handlingar

Yttrande från JCDecaux Sverige AB genom Landahl Advokatbyrå inkommen 2020-12-16





---

**Utdrag ur protokoll**

Sammanträdesdatum: 2020-12-17

Trafikkontorets skriftliga information från 2020-12-14

Trafikkontorets tjänsteutlåtande från 2020-10-26

## **Propositionsordning**

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

## **Protokollsutdrag skickas till**

Kommunfullmäktige

## **Dag för justering**

2020-12-22

## **Vid protokollet**

### **Sekreterare**

Sara Olsson

### **Ordförande**

Toni Orsulic (M)

### **Justerande**

Karin Pleijel (MP)

**Tjänsteutlåtande**  
**Utfärdat 2020-10-26**  
**Diarienummer 1927/17**

**Handläggare**  
**Johan Sabel/Trafikkontoret/GBGStad**  
**Telefon:031-368 23 70**  
**E-post: johan.sabel@trafikkontoret.goteborg.se**

## **Avgifter för upplåtelse av offentlig plats för reklamändamål på allmän platsmark**

### **Förslag till beslut**

I trafiknämnden

1. Trafiknämnden föreslår kommunfullmäktige att fastställa avgifter för upplåtelse av offentlig plats för reklamändamål på allmän platsmark i enlighet med bilaga 1 till trafikkontorets tjänsteutlåtande.
2. Trafiknämnden föreslår kommunfullmäktige att avgifter för upplåtelse av offentlig plats för reklamändamål på allmän platsmark årligen justeras med konsumentprisindex-
3. Trafiknämnden föreslår att kommunfullmäktige beslutar att de nya avgifterna för reklamändamål ska gälla från och med 1 januari 2022.
4. Trafiknämnden föreslår att kommunfullmäktige delegerar till Trafiknämnden att inom ramen för föreslagen maxtaxa besluta om justeringar av reklamtaxan samt besluta om riktlinjer, villkor mm för reklam på allmän platsmark och principer för fördelning av platser för reklam.

## Sammanfattning

Trafikkontoret föreslår en justering av modellen för uttag av avgift för reklam på offentlig plats samt en höjning av avgiften för reklam på offentlig plats.

Ärendet har presenterats i trafikinämnden 2018-05-24, där det återremitterades för att utifrån erfarenheterna från Västtrafik och second opinion föreslå avgift för upplåtelse av offentlig plats.

Modellen för beräkning av reklambolagens intäkter har kontrollerats och en justerad modell har föreslagits som visar på reklambolagens intäkter från reklam på offentlig plats.

Dessa intäkter, tillsammans med bedömningar gällande ändamålet med upplåtelsen, nyttjarens fördel av denna, kommunens kostnader med anledning av upplåtelsen och övriga omständigheter visar att värdet av reklamen, dvs nyttjarens fördel av upplåtelsen, ligger långt över dagens avgift för upplåtelse av allmän platsmark för reklamändamål och även över den föreslagna avgiften.

Den föreslagna avgiften innebär att trafikinämnden får högre intäkter för upplåtelse på allmän platsmark för reklamändamål vid bibehållet antal upplåtelse.

## Bedömning ur ekonomisk dimension

Trafikkontoret föreslår att Göteborgs Stad tar ut avgift för upplåtelse av offentlig plats genom avtal. Det skiljer sig från dagens modell där staden både tar ut avgift och har avtal kopplat till nyttigheter. Föreslagna avgift ligger därför på en betydligt högre nivå än dagens avgift. Den föreslagna avgiften innebär att trafikinämnden får högre intäkter för upplåtelse på allmän platsmark för reklamändamål vid bibehållet antal upplåtelse. Idag har trafikinämnden en intäkt om drygt 1,3 miljoner kronor från upplåtelseavgift för reklam på allmän platsmark. Detta inkluderar inte de ytor som ingår i avtal om nyttigheter. För dagens ytor som inte ingår i befintligt avtal skulle intäkterna med den föreslagna avgiften bli drygt 4 miljoner kronor. Detta ska ses som ett uppskattat värde vid bibehållet antal ytor. Intäkter från upplåtelse av allmän plats är inte statiska utan beror på om någon önskar använda ytan och det går därför inte att räkna med intäkter från upplåtelse. Om intresset för reklam på allmän platsmark i Göteborg minskar på grund av den föreslagna avgiften blir intäkterna för trafikkontoret lägre. En minskning med 50 % skulle dock ändå innebära en högre intäkt än dagens.

Så länge merparten av befintliga reklamytor är bundna i avtal blir de ekonomiska konsekvenserna begränsade. När dagens avtal med JCDecaux löper ut 2026 blir troligtvis intäkterna betydligt högre vid bibehållet antal ytor. De ekonomiska konsekvenserna för nämnden behöver hanteras med reservation för att intäkterna baseras på upplåtelse av allmän platsmark och därmed styrs av det behov som finns av sådana upplåtelse. Förvaltande av väderskydd kommer från avtalets utgång 2026 att övertas av Västfastigheter, varför det inte kommer bli någon ökad kostnad för trafikkontoret.

Trafikkontoret konstaterar att Göteborg Stad generellt ligger något lägre än Stockholm och något högre än Malmö i avgiftsnivå för nyttjande av offentlig plats.

Den förändring av avgiften för reklamändamål som föreslås i ärendet innebär att Göteborg gör en anpassning av avgiften gentemot nyttjarens fördel av upplåtelsen och därmed lägger sig på en betydligt högre nivå än Stockholm och Malmö. I Stockholm och Malmö har avtal om låncykelsystem kopplats till upplåtelse för reklamändamål utöver upplåtelseavgiften.

Trafikkontoret har noterat att bland annat Paris går i samma linje som kontorets förslag och frikopplar reklamator från nyttighetsavtal.

### **Bedömning ur ekologisk dimension**

Trafikkontoret har inte funnit några särskilda aspekter på frågan utifrån denna dimension.

### **Bedömning ur social dimension**

Trafikkontoret har inte funnit några särskilda aspekter på frågan utifrån denna dimension.

### **Bilagor**

1. Förslag till avgift
2. Zonindelning

## Ärendet

Trafiknämnden återremitterade ett tidigare ärende gällande justering av reklamtaxa på sammanträdet 2018-05-24 §177. I ärendet föreslogs samma avgiftsnivåer som i detta förslag. Återremissen innehöll följande:

- Att ge Trafikkontoret i uppdrag att inhämta erfarenheter från Västtrafik gällande deras avgiftsnivå.
- Att uppdra åt en extern värderare att ge en second opinion på marknadsvärdet av reklamytorna på allmän platsmark enligt ärendet.
- Att utifrån erfarenheterna från Västtrafik och second opinion föreslå avgift för upplåtelse av offentlig plats.

Trafikkontoret förtydligar även i frågor som uppkommit i samband med inkomna skrivelser från JCDecaux, Clear Chanel respektive Landahl advokatbyrå. Trafikkontoret återkommer härmed till nämnden med förtydligande i uppkomna frågor och föreslår i ärendet en ny modell och avgiftsnivåer för upplåtelse av allmän platsmark för reklamändamål. Den föreslagna avgiftsmodellen innebär att värdet för reklamen tas ut genom endast avgift, vilket är ett tydligare samt mer transparent förfarande för att ta betalt för upplåtelse för reklamändamål. Trafikkontoret föreslår även en ny avgift för digitala reklamskyltar. Den nya nivån ska höjas succesivt inom föreslagen maxtaxa från och med 1 januari 2022. Höjningen behöver beslutas av kommunfullmäktige.

## Beskrivning av ärendet

Dagens modell i de större svenska städerna bygger på att kommunen får betalt för upplåtelse för reklam både genom avgift för upplåtelse av allmän platsmark och ytterligare värde genom avtal om nyttighet för medborgarna.

Trafikkontoret föreslår att staden skiljer på upplåtelse av mark för reklamändamål och på avtal om nyttigheter för medborgare. Trafikkontoret föreslår därför att avgiften för upplåtelsen justeras så att den stämmer överens med värdet för reklamen.

Reklam på offentlig plats kräver polistillstånd enligt ordningslagen. Polismyndigheten ska inhämta yttrande från kommunen innan tillstånd ges för att ta i anspråk offentlig plats. Om kommunen avstyrker ansökan, får tillstånd inte meddelas. Trafikkontoret yttrar sig över polistillstånd som rör upplåtelse på allmän platsmark, dvs mark som förvaltas av trafiknämnden och park- och naturnämnden. För upplåtelse på allmän platsmark tas avgift som är fastställd av kommunfullmäktige ut.

Enligt avgiftslagen får kommunen endast ta ut avgift för upplåtelse på allmän platsmark som kan anses skälig med hänsyn till ändamålet med upplåtelsen, nyttjarens fördel av denna, kommunens kostnader med anledning av upplåtelsen och övriga omständigheter.

Värdet av reklam på allmän plats uppskattas ligga långt över den avgift som idag tas ut. Trafikkontoret har utrett värdet av reklamen på allmän platsmark utifrån hur Göteborg, såväl som Malmö och Stockholm, arbetar med reklam på allmän plats. För att uppskatta marknadsvärdet för reklam på offentlig plats har trafikkontoret haft som utgångspunkt en utredning som gjordes inför Malmö Stads upphandling av ett nytt lånecykelsystem där marknadsvärdet uppskattades till en fjärdedel av det pris reklambolagen tar ut gentemot kund (Malmö Stad, Gatukontoret – värdering reklamator, Cap Gemini 2014).

Idag tar trafiknämnden i Göteborg ut en avgift på 2 800 kr/kvm/år för belyst reklam i Zon 1 (se bilaga 2), vilket innebär den mer centrala delen av staden med större marknadsvärde på reklamen. I delar som inte är lika centrala, Zon 2 (se bilaga 2), ligger avgiften i Göteborg på 1 900 kr/kvm/år för belyst reklam. Stockholm ligger lite högre i sin avgift och Malmö lite lägre i relation till Göteborg. Se tabell nedan.

Dagens avgifter för reklam på allmän platsmark i Stockholm, Göteborg och Malmö:

	Zon 1	Zon 2
<b>Dagens Avgift (analog obelyst stillbild )</b>		
<i>Stockholm</i>	5 243 kr/kvm/år	4 194 kr/kvm/år
<b>Göteborg</b>	<b>2 800 kr/kvm/år</b>	<b>1 900 kr/kvm/år</b>
<i>Malmö</i>	2 500 kr/kvm/år	2 000 kr/kvm/år
<b>Dagens Avgift (Belyst eller bildväxlande)</b>		
<i>Stockholm</i>	5 243 kr/kvm/år	4 194 kr/kvm/år
<b>Göteborg</b>	<b>2 800 kr/kvm/år</b>	<b>1 900 kr/kvm/år</b>
<i>Malmö</i>	5 000 kr/kvm/år	4 000 kr/kvm/år
<b>Dagens Avgift (digital reklam)</b>		
<i>Stockholm</i>	13 260 kr/kvm/år*	6 640 kr/kvm/år*
<i>Malmö</i>	10 000 kr/kvm/år	8 000 kr/kvm/år

\* Stockholm Stad har tillgång till 50% av tiden på digitala reklamtavlor och avgiften baseras på halva visningstiden

Göteborg Stad har ett avtal med JCDecaux där JCDecaux har finansierat tillhandahållande, drift och administration av låncykelsystemet Styr & Ställ i utbyte mot nyttjande av reklamplatser. Låncykelsystemet har upphört under våren 2020. JCDecaux har rätt att nyttja reklamplatserna till och med 1 juli 2026. Avtalet inkluderar även tillhandahållande, drift och underhåll samt administration av bland annat väderskydd och stadsinformationstavlor.

I avtalet med JCDecaux har avgift för markupplåtelse avtalats bort. Det innebär att reklamen endast har betalats genom tillhandahållande av nyttigheter. Beräkningar på kostnader för ett låncykelsystem liknande Styr & Ställ indikerar att värdet på reklamen ligger långt över den avgift som trafikkontoret idag tar ut för upplåtelse för reklamändamål. Även Stockholm och Malmö har avtal om låncykelsystem med reklambolagen. I deras avtal ingår även att markupplåtelseavgift för reklamen tas ut.

## Förvaltningens bedömning

Idag arbetar Göteborg, Stockholm och Malmö med en struktur som bygger på att kommunen får ut det fulla värdet av reklamen genom att koppla avtal om nyttigheter för medborgarna, såsom låncykelsystem eller väderskydd, till upplåtelseerna för reklamändamål. Trafikkontoret föreslår nu att värdet tas ut genom avgiften för upplåtelsen och inte genom att koppla ett avtal om nyttigheter därtill.

Den nya modellen innebär ett tydligare samt mer transparent förfarande för att ta betalt för upplåtelser för reklamändamål på allmän platsmark där trafiknämnden upplåter allmän plats mot en avgift, vilken är lika för alla.

Kommuner har enligt avgiftslagen rätt att ta ut avgift för vissa upplåtelser av offentlig plats. Avgiftsbeloppet ska vara skäligt i hänsyn till:

- ändamålet med upplåtelsen,
- nyttjarens fördel av denna samt
- kommunens kostnader med anledning av upplåtelsen och
- övriga omständigheter.

### **Ändamålet med upplåtelsen**

Trafikkontoret ser att avgiftens skälighet i hänsyn till ändamålet med upplåtelsen behöver belysas utifrån ett medborgarperspektiv. De flesta upplåtelser, såsom byggbelamringar eller uteserveringar, syftar till ett nödvändigt utvecklande av staden eller ett rikt stadsliv. Upplåtelser för reklamändamål har inte lika tydlig effekt för medborgaren och trafikkontoret ser därför att avgiften tydligare bör spegla att reklam i det offentliga rummet inte nödvändigtvis är av gagn för medborgaren. Reklam innebär ianspråktagande av yta men framförallt ianspråktagande av uppmärksamhet i stadsrummet. Skyltarna riskerar att påverka trafiksäkerheten på grund av att de kan ta uppmärksamhet från fordonsförare och även skymma eller påverka sikten för både förare och gående. Utifrån detta resonemang blir nyttjarens fördel av upplåtelsen allt mer betydande för avgiftsnivån.

### **Nyttjarens fördel av upplåtelsen**

Trafikkontoret menar att det i huvudsak finns anledning att höja avgiften utifrån att dagens avgift är för låg med hänsyn till nyttjarens fördel av upplåtelsen. Den avgift som idag tas ut ligger långt ifrån vad trafikkontoret uppskattar som en skälig nivå, utifrån nyttjarens fördel, för avgift för reklamändamål på allmän platsmark. För att bedöma skäligheten på avgiften utifrån nyttjarens fördel har trafikkontoret använt olika metoder.

Nyttjarens fördel av upplåtelsen har värderats genom en översyn av reklambolagens priser på de produkter bolagen idag har upplåtelser för. Skäligheten i den föreslagna avgiftsnivån, utifrån nyttjarens fördel av upplåtelsen har även verifierats med en genomgång av Västtrafiks avtal med JCDecaux om reklamytor i väderskydd. En bedömning har också gjorts utifrån värdet på låncykelsystem, eftersom avtal om nyttigheter idag utgör betalning för reklam på allmän platsmark i många större städer.

1. En genomgång av nuvarande prislistor hos reklambolagen med annonsplatser i Göteborg ger ett uppskattat genomsnittligt värde av reklamen på ungefär fyra till sex gånger den avgift trafikkontoret idag tar ut för reklam i zon 1 (centrala staden). Att bedöma värdet av reklam på offentlig plats är svårt då reklammarknaden arbetar med serier som spänner över flera zoner och med ett spann av priser. Trafikkontoret har tagit utgångspunkt i en utredning som gjordes inför Malmö Stads upphandling av nytt låncykelsystem där värdet av reklamen uppskattades till en fjärdedel av det pris reklambolagen tar ut gentemot kund (Malmö Stad, Gatukontoret – värdering reklamytor, Cap Gemini 2014). Denna utredning har legat till grund för arbetet med att säkerställa att de föreslagna nivåerna är relevanta.

Som en del av arbetet har vi också bedömt reklambolagets JCDecaux intäkter i Göteborg genom en skattning av bolagets intäkter (2018).

- Skattning utifrån antal väderskydd i Göteborg som andel av JCDecauxs väderskydd i Sverige ger en skattning att 20% av JCDecauxs intäkter i Sverige är för försäljning av utomhusreklam i Göteborg.
- JCDecauxs intäkt från utomhusreklam i Sverige enligt år 2018 var 358 MSEK
- Sammantaget ger det uppskattad intäkt på drygt 27500 kr/kvm/år, i relation till tidigare utredning som uppskattar intäkten till ca 16500 kr/kvm/år.

Jämförelse, uppskattad JCD intäkt i Göteborg	Uppskattad intäkt/år	Uppskattat intäkt per kvm/år
Enl Cap-modellen (JCD prislista 2020)	<b>43 304 801 kr</b> (25% av 173MSEK)	<b>16 617 kr</b>
Enl intäktsfördelning (JCD ÅR2018 och andel skyltar)	<b>71 600 000 kr</b> (20% av 358MSEK)	<b>27 475 kr</b>

2. Den avgift som tas ut idag kan antas ligga långt ifrån värdet av reklamen då reklamavtal med inkluderade nyttigheter i såväl Göteborg, Stockholm och Malmö indikerar att det finns ett större värde i reklamen än vad avgiften inbringar. Malmö och Stockholm bekostar sina låncykelsystem via upplåtelse av allmän plats för reklam. Stockholm och Malmö tar ut avgift och bekostar sina låncykelsystem med reklam på allmän platsmark.
3. Västrafik och JCDecaux har tecknat ett avtal om reklamytor i Västrafiks väderskydd. Avtalet gäller från 1 juli 2017 och gäller uthyrning av reklamytor i väderskydd, där drift och underhåll av ytorna och väderskydden utförs av Västrafik. Upphandlingen resulterade i en avgift på 7 200 kr/kvm/år för ytor som inte ligger i A-läge, vilket ger en bild av nyttjarens fördel av reklamytan.

Trafikkontoret har genom de tre delarna i resonemanget gjort bedömningen att värdet av reklamen, dvs nyttjarens fördel av upplåtelsen ligger långt över dagens avgift för upplåtelse av allmän platsmark för reklamändamål och även över den föreslagna avgiften.

### **Kommunens kostnader med anledning av upplåtelsen**

Att hantera reklam på allmän platsmark kräver resurser i form av utredningar och hantering av avvikelser från trafikkontoret.

### **Övriga omständigheter**

I Göteborg pågår en utveckling där staden förtätas. Denna förtätning gör att det blir mindre yta att upplåta för olika ändamål och en mer restriktiv hållning kan behöva hållas. I ett sådant perspektiv är det av vikt att se över vilka upplåtelser av offentlig plats som är värdefulla för medborgarna.



## Avgiftsförslag analog reklam

	Zon 1	Zon 2
<b>Föreslagen avgift (belyst analog reklam)</b>	<b>9 000 kr/kvm/år</b>	<b>6 000 kr/kvm/år</b>
<i>Dagens avgift (belyst analog reklam)</i>	<i>2 800 kr/kvm/år</i>	<i>1 900 kr/kvm/år</i>

## Digital reklam

Trafikkontoret får löpande förfrågningar om digital reklam, vilket idag inte tillåts på allmän platsmark. Trafikkontoret utreder nu möjligheten att tillåta digital reklam samt vilka villkor som bör gälla för sådan. Detta ärende behandlar inte frågan om huruvida trafiknämnden ska tillstyrka digital reklam på allmän platsmark. För att förbereda inför ett eventuellt sådant beslut på sikt föreslår trafikkontoret att även en ny avgift för digital reklam tas med för fastställande av kommunfullmäktige. Ett eventuellt beslut om att tillåta digital reklam och vilka villkor som ska gälla för sådan ska sedan kunna fattas av trafiknämnden. Ett förslag till policy för reklam kommer tas fram av trafikkontoret i samarbete med stadsledningskontoret.

I Stockholm tillåts digital reklam på allmän plats sedan 2016. Värdet av den digitala reklamen värderas fyra gånger högre än analog reklam, enligt granskning av reklambolagens prislister och avgiften har därför satts fyra gånger högre. Stockholm Stad disponerar själva över 50% av reklamtiden på digitala reklamskyltar och upplåtelseavgiften gäller alltså halva visningstiden. Även Malmö har satt avgiften för digital reklam till fyra gånger högre än för analog.

Trafikkontorets beräkningar stärker att värdet för digital reklam är tre-fyra gånger högre än värdet för analog reklam och ser därför att en struktur som i Malmö och Stockholm kan appliceras. Då trafikkontorets föreslagna höjning av avgiften för analog reklam innebär en så pass stor förändring jämfört med dagens avgiftsnivå, föreslås en avgift för digital reklam som är tre gånger den för analog. Den föreslagna avgiften för digital reklam hamnar därmed på ungefär samma nivå som Stockholms avgift för digital reklam, om den räknas upp till att reklambolagen disponerar ytorna full tid.

## Avgiftsförslag digital reklam

	Zon 1	Zon 2
<b>Föreslagen avgift (digital reklam)</b>	<b>27 000 kr/kvm/år</b>	<b>18 000 kr/kvm/år</b>

De avgifter som trafikkontoret föreslår i ärendet baseras på att upplåtelseavgiften ska vara skälig i hänsyn till nyttjarens fördel av upplåten mark. Den föreslagna avgiften markerar tydligt kostnaden för medborgarna av reklam i det offentliga såväl som att den är skälig i hänsyn till nyttjarens fördel av upplåtelsen.

## Införande av avgift

Höjning av avgift ska gälla från och med 1 januari 2022 och ökas succesivt inom maxtaxan. Trafikkontoret föreslår en ökning med 20% av skillnaden mellan nuvarande taxa och maxtaxan som riktvärde per år, men taxehöjning ska föregås av en bedömning av gällande förutsättningar för höjning. Trafiknämnden ska varje år besluta om höjning inom maxtaxan. Avgiften ska årligen efter 2026 justeras enligt konsumentprisindex av

trafiknämnden. Kontoret kommer att återkomma till trafiknämnden med beslut om villkor och riktlinjer för digital reklam samt principer för fördelning av platser för reklam på allmän platsmark.

Vid införande av avgift från och med den 1 januari 2022 kommer värdet av det aktuella avtalet med JCDecaux gällande väderskydd och lånecykelsystemet Styr och Ställ att öka, och riskerar att skapa en konkurrensmässig snedvridning gentemot övriga reklamaktörer i staden. Detta då markupplåtelseavgift har förhandlats bort i detta avtal.

Likställighetsprincipen innebär att kommunen inte får särbehandla medlemmar i kommunen eller om man äger fast egendom i staden. Man får inte gynna viss grupp i förhållande till en annan grupp om det inte finns sakliga skäl för det.

Trafikkontorets bedömning är att ett införande av avgiften innan avtalstiden för väderskydd och lånecykelsystem utgår 2026 inte strider mot likställighetsprincipen, då avtalet gäller nyttigheter i form av väderskydd och tidigare lånecykelsystem, medan avgifterna avser upplåtelse av kommunens mark för reklamändamål, vilket bedöms som olika förutsättningar. Dessutom föreslås en succesiv höjning av avgiften för att minska snedvridningen.

**Kerstin Elias**

**Kristina Lindfors**

**Avdelningschef**

**Trafikdirektör**

## Förslag till nya avgifter för reklamändamål på allmän platsmark

	Zon 1	Zon 2
<b>Föreslagen avgift (belyst analog reklam)</b>	<b>9 000 kr/kvm/år</b>	<b>6 000 kr/kvm/år</b>
<i>Dagens avgift (belyst analog reklam)</i>	<i>2 800 kr/kvm/år</i>	<i>1 900 kr/kvm/år</i>
<b>Föreslagen avgift (digital reklam)</b>	<b>27 000 kr/kvm/år</b>	<b>18 000 kr/kvm/år</b>

