



**VARBERGS
KOMMUN**

Policy för reklam i det offentliga rummet

| | | |
|--|---|---|
| Dokumenttyp: Policy | Dokumentnamn: Policy för reklam i det offentliga rummet | Diarienummer: KS 2018/0062 |
| Beslutad av: Kommunfullmäktige | Beslutsdatum: 18 december 2018, §273 | Giltig till och med: Tills vidare |
| Gäller för: Varbergs kommun | Dokumentansvarig avdelning: Kommunkansliet | Senast reviderad: 20181218 |



Policy för reklam i det offentliga rummet

Bakgrund och syfte med policyn

Frågan om reklam* i det offentliga rummet har aktualiserats på flera håll i vår organisation. Kommunen ser en ökad efterfrågan från privata aktörer på att sätta upp reklambudskap, och internt har behovet lyfts av platser att sprida information på. En övergripande policy för hantering saknas och har efterfrågats av bland annat stadsbyggnadskontoret, hamn- och gatuförvaltningen och kommunstyrelsens förvaltning. Policyn syftar till att vara vägledande genom att klargöra kommunens syn på och förhållningssätt till reklam i det offentliga rummet, så att vi kan agera långsiktigt och ta ansvar för att reklaminslag i staden sker på ett mer genomtänkt sätt. Med policyn som grund skapas bättre förutsättningar att vidareutveckla mer detaljerade riktlinjer för berörda förvaltningar.

*Reklam i detta sammanhang, när en extern aktör är inblandad, har oftast ett kommersiellt syfte medan internt fokus ligger på information och marknadsföring av vår verksamhet och evenemang. Det ska inte blandas ihop med hänvisningsskyltar eller verksamhetsskyltar som till exempel anger namnet på en butik eller en restaurang.

Varbergs kommun tar ett aktivt ansvar

Vid beslut som innebär reklam i det offentliga rummet ska kommunen alltid ta ett aktivt ansvar vad gäller estetisk utformning. Placering av reklam ska ske med stor hänsyn till omgivningen och vägas mot samhällsnyttan och hur det påverkar stadens attraktivitet.

All förekomst av reklam, oavsett det är av kommunen tillhandahållna affischeringsplatser, digitala informationstavlor, reklamfinansierad evenemangsinformation eller andra reklaminslag, ska kännetecknas av att det hålls snyggt och välvårdat.

Gemensamt för all skyltning där Varbergs kommun är avsändare är att bild- och textmaterial ska utformas i enlighet med Varbergs kommuns varumärkesplattform och grafiska profil.

Skyltar på allmän plats och på privata fastigheter

Varbergs kommun ska vara restriktiv med att bevilja bygglov och andra tillstånd för både analoga och digitala skyltar, utifrån ett gestaltningsmässigt perspektiv utmed allmänna vägar på såväl allmän plats som på privata fastigheter. Restriktiviteten gäller i synnerhet utmed entréer och infartsvägar till centralorten, men också till serviceorterna. En mer generös tillämpning och större skyltskala kan accepteras vid evenemangsplatser, vid verksamhetsområden (industriområden) och på mindre exponerade platser i ytterområden samt på landsbygden, där kringliggande landskap och vegetation används som stöd för att skapa en harmonisk helhetsbild.

Vid ansökan om skyltning på fasader och byggnader utmed landsväg och i innerstad sker handläggning och tillämpning i enlighet med upparbetad praxis och gällande riktlinjer för tillfällig affischering och skyltning i innerstaden.

Digitala skyltar utmed E6:an

Varbergs kommun ställer sig positiv till möjligheten att exponera egna budskap på digitala skärmar på strategiska platser utmed E6:an inom Varbergs kommun. Skärmarna bör ägas av Varbergs kommun, genom kommunstyrelsens förvaltning, som därmed kan säkerställa att budskapen som presenteras bidrar till att stärka Varbergs kommuns varumärke, Varbergs destinationsutveckling samt har ett brett allmänintresse. Platsen kan även upplåtas till extern annonsör mot betalning. Annonsören och Varbergs kommun står då som gemensam avsändare. Utgångspunkten är att budskapet ska bidra till att stärka Varbergs kommuns varumärke, som en kreativ och inspirerande plats, i enlighet med Varbergs kommuns varumärkesplattform.

Reklamfinansierad samhälls- och evenemangsinformation i innerstaden

Kommunen har behov av att nå ut med information och av att marknadsföra sig. Varbergs kommun ställer sig därför positiv till möjligheten att samverka med någon extern aktör, där kommunen får utrymme att exponera budskap utan kostnad, mot att aktören i gengäld får exponera reklambudskap i offentliga rummet. Det kan till exempel ske i form av digitala annonsskyltar. I en eventuell kommande avtalsteckning ska etiska aspekter vad det gäller reklambudskapens innehåll beaktas och omnämnas. Kommunens egna budskap ska innehålla information om kommunens verksamhet och utveckling, och/eller marknadsföra evenemang med mål att förenkla för människor, skapa stolthet och stärka Varbergs varumärken.

Varbergs kommun ska fortsatt värna den kulturhistoriska miljön i innerstan genom en sparsam skyltning. Platserna ska väljas med omsorg och med en

strävan att upplevas som ett så naturligt inslag som möjligt i stadsmiljön, exempelvis utmed handels- och kollektivtrafikstråk. I vanlig ordning krävs upplåtelse av allmän plats och att byggnadsnämnden prövar ärendet utifrån PBL (plan- och bygglagen).

Särskild omsorg vid kulturhistoriskt intressanta platser och byggnader

Reklamskyltning får ej ske vid särskilt kulturhistoriskt intressanta platser och byggnader. Exempelvis ska strandpromenaden, kallbadhuset, Societetsparken och området runt Varbergs fästning vara reklamfria zoner. Undantag kan göras i samband med tillfälliga evenemang.

Förtydligande: Vid verksamhetsskyltning på kulturhistoriskt intressanta byggnader ställs särskilda krav. Skylten får inte störa viktiga byggnadsdelar eller detaljer och det ställs högre krav på att skylten anpassas estetiskt till byggnaden, genom att exempelvis använda friliggande bokstäver.

Lagrum

Lagrum och tillståndshantering att beakta inför beslut om reklam i det offentliga rummet reglerar till exempel tillgänglighet, framkomlighet, trafiksäkerhet och stadsmiljö.