

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 policys.

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

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)