



Till Tekniska nämnden Malmö stad

BID Malmö, som är samlingsnamn för Fastighetsägare BID Sofielund och Fastighetsägare BID Möllevången ansöker om

- a. förlängning av försök kring kulturaffisivering, uppsättande av historiska bilder med foliering inom BID Malmös områden**
- b. samt utökning av kulturaffisivering på fler platser för minskning av nedskräpning samt skapa trygga miljöer**

BID Malmö har under en försöksperiod beviljats möjlighet för en utökning av projekt Kulturaffisivering som pågår i Sofielund för att öka tryggheten samt beviljats av Fastighets och gatukontoret dispens från att ta ut reklamavgift för offentlig plats. Pilotstudien kring projekt Kulturaffisivering genomförs i Sofielundsområdet i samverkan med E. ON, Malmö stad och bolaget Kulturreklam och har fallit väldigt väl ut. Det råder ingen tvekan att klotter har minskade effekter, den lagliga affisiveringen har effekter mot olaglig affisivering och nedskräpning samt att verksamheter kring kultur- och fritid har fått ett lyft.

Principen är enkel, att med snäppramar affisivera på elskåp kring kultur- och fritidsaktiviteter som lockar malmöbor och besökare. De elskåp som inte används upplåts till välgörande verksamhet, foliering med historiska bilder, serietecknare samt lokala konstnärer.

Vi har av tekniska nämnden fått möjlighet att utöka till området inom Fastighetsägare BID Möllevången. Totalt så har vi nu cirka 500 elskåp inom BID Malmös områden, där vi påbörjat arbete kring kulturaffisivering, målningar, serier och foliering med bilder från av Malmös historia. Förhoppningen var att projektet skulle startat februari 2021 men tyvärr satte pandemin hinder i vägen. Det har under hela denna tid varit mycket svårt att få in kulturaktörer att vara med i arbetet kring kulturreklam. Kulturaktörer har inte haft ekonomi att vara med och fått ägna all sin tid att kunna överleva.

Först under våren 2022 när väderleken tillät ser vi att det delvis börjat lossna. De första 100 elskåpen har påbörjat med ramar samt folierats med historiska bilder. Här informeras om stadens kulturella utbud och fritidsaktiviteter samt med serier från tecknare som är hemmahörande i våra områden/staden. Tillkommit har även 20 elskåp med historiska bilder med QR kod som leder besökare till hemsida om "Seriestaden Malmö", <https://bidmalmö.se/seriestadenmalmö/>.

Detta är en metod inte bara för att sätta staden på kartan med nya destinationspunkter utan även öka flödet av människor (med fokus på barnfamiljer) för att skapa trivsel och ökad trygghet Dessutom bidrar detta till att minska vildaffisivering, nedskräpning och miljöer som ger känslan av otrygghet.

Ett stort problem har uppenbarats sig för oss och det är den förstörelse som finns i samband med uppsättningar av ramar med stöd för hemlösa samt information om stadens kulturutbud. En mindre grupp anser att elskåp är till för alla som reklam och annonsmöjlighet och för oss har det inneburit att drygt 100 ramar har rivits ner eller affisiverats över under de första månaderna. Tyvärr har även seriösa verksamheter fortsatt vildaffisivera på elskåpen och rivit ner och förstört ramar genom de

som anlitas för affischering. Vår metod att möta detta är att vi konsekvent tagit kontakt med avsändarna samt polisanmält all förstörelse och klotter. Många av avsändarna har återkommit, bitt om ursäkt och lovat att se till att det inte sker igen. Problemen kvarstår dock. Detta var vi fullt medvetna om när vi gjorde satsningen för att skapa rena och fina miljöer för malmöbor och besökare. Vi vet att uthållighet gäller och att vi måste hålla vid. **(Se Bilaga 3)**

Positivt är att flera av de stora verksamheterna nu vill skriva långsiktiga avtal med oss och med de som utför kulturreklam för att detta ska ske lagligt. Men BID Malmö område för kulturreklam är idag för litet anser de stora kultur- och fritidsutövarna, inte minst när ett stort antal ramar med kulturreklam förstörs. Därför önskas en utökning till fler områden för att attrahera kulturutövare i staden.

Vi ber därför att Tekniska nämnden beviljar en utökning med cirka 2 000 elskåp för kulturreklam inom bifogad kartbild under en försöksperiod av två år. Detta för att vår medaktör Kulturreklam ska få ekonomi i projekt kulturreklam och attrahera större kultur- och fritidsaktörer att vara med på lång sikt. Det ger en positiv effekt ang. nedskräpning och minskning av otrygga miljöer.

BID Malmö åtar sig att tillsammans med Kulturreklam:

- Att genom kulturreklam marknadsföra det breda utbud som finns av kultur- och fritidsaktiviteter i staden
- Att stödja hemlösa tidning Faktum eller annan välgörande organisation med reklamplats då kulturreklam inte sker på elskåp
- Att vid olika tillfällen kunna, om möjligheter finns stödja kulturutövare som drabbats till exempel av en pandemi eller annan akut situation.
- Att se till att elskåp med kulturreklam mm hålls rena från klotter, vildaffischering genom kontinuerliga kontroller för att minska känslan av otrygghet
- Att inom BID Malmö områden bidra med ytterligare 30 elskåp som folieras med historiska bilder i samverkan med E.ON, för att skapa fler punkter där människor möts med ökad trygghet som resultat
- Att Malmö stads varumärke som serie- och kulturstad stärks

Bilaga 2 innehåller ett flertal av de effekter vi sett genom kulturreklam på lagligt sätt på andra platser i landet samt delvis inom BID Malmö.

BID Malmö ber Tekniska nämnden bevilja oss ytterligare två år som försöksperiod inom BID Malmö områden med kulturreklam, foliering och serieskapande. Vi ber även om en utökning av kulturreklam **enl. bilaga 1** samt befrielse från eller uttagande av en symbolisk upplåtelseavgift.

Med vänlig hälsning, Malmö 2022-10-10

Hjalmar Falck, verksamhetschef, BID Malmö

Fastighetsägare BID Sofielund, Fastighetsägare BID Möllevången

Hjalmar.falck@bidmalmo.se :46 733 83 53 51

