



17.01.2023

Asia/3

§ 16

Yleisten alueiden ulkomainonnan periaatteet -ohje

HEL 2022-014713 T 10 01 01 04

Päätös

Kaupunkiympäristölautakunta päätti hyväksyä Yleisten alueiden ulkomainonnan periaatteet -ohjeen ohjeellisesti noudatettavaksi kaupunkiympäristön toimialalle liitteen 1 mukaisesti ja että yleisten alueiden ulkomainonnan periaatteita voidaan edelleen kehittää ja päivittää kaupunkiympäristön toimialan virkatyönä.

Käsittely

Asian aikana kuultavana oli kehityspäällikkö Nea Kielenniva. Asiantuntija poistui kuulemisensa jälkeen kokouksesta.

Vastaehdotus:

Otto Meri: Korvataan Yleisten alueiden ulkomainonnan periaatteiden Yhteenveto osuuden viimeinen kappale kuulumaan seuraavasti: Erityisesti liikkuvan kuvan esittäminen on kielletty moottoriväylillä, joiden sallittu enimmäisnopeusrajoitus on 70 km/h tai enemmän, alla olevien taulukoiden mukaisissa tilanteissa, tietyn nopeusrajoituksen moottoriväylällä taulukon arvoa suuremmalla liikennemäärällä.

Kannattaja: Risto Rautava

Vastaehdotus:

Mia Haglund: Korvataan Yleisten alueiden ulkomainonnan periaatteiden kohta 1.4. Ulkomainonnan sisältö kohdan nykyinen teksti seuraavasti: Ulkomainonnan sisällön on noudatettava kansallista mainontaa koskevaa lainsäädäntöä sekä mainonnan eettisiä ohjeita. Tämän lisäksi Helsingin kaupunki kieltää kaiken suoran tai epäsuoran myynninedistämisen tai mainonnan seuraavilta tahoilta:

1. kaikilta tuotteilta ja brändeiltä, jotka louhivat, jalostavat, tuottavat, toimittavat, jakelevat tai myyvät mitä tahansa fossiilisia polttoaineita
2. kaikilta tuotteilta ja brändeiltä, jotka edistävät fossiilisilla polttoaineilla toimivien ilma-, maantie- tai merikulkuneuvojen käyttöä, lukuun ottamatta joukkoliikenteen ajoneuvoja
3. kaikilta fossiilisilta polttoainetuotteilta, mukaan lukien öljy, fossiilinen kaasu ja kivihiili

Kannattaja: Amanda Pasanen



1 äänestys

JAA-ehdotus: Esityksen mukaan

Ei-ehdotus: Mia Haglundin vastaehdotuksen mukaisesti muutettuna.

Jaa-äännet: 7

Silja Borgarsdottir Sandelin, Jenni Hjelt, Otto Meri, Jenni Pajunen, Katri Penttinen, Mika Raatikainen, Risto Rautava

Ei-äännet: 6

Mia Haglund, Eveliina Heinäluoma, Otso Kivekäs, Tuomas Nevanlinna, Amanda Pasanen, Anni Sinnemäki

Kaupunkiympäristölautakunta päätti hyväksyä esittelijän ehdotuksen äänin 7 - 6.

2 äänestys

JAA-ehdotus: Esityksen mukaan

Ei-ehdotus: Otto Meren vastaehdotuksen mukaisesti muutettuna.

Jaa-äännet: 9

Silja Borgarsdottir Sandelin, Mia Haglund, Eveliina Heinäluoma, Jenni Hjelt, Otso Kivekäs, Tuomas Nevanlinna, Amanda Pasanen, Mika Raatikainen, Anni Sinnemäki

Ei-äännet: 4

Otto Meri, Jenni Pajunen, Katri Penttinen, Risto Rautava

Kaupunkiympäristölautakunta päätti hyväksyä esittelijän ehdotuksen äänin 9 - 4.

Esittelijä

kaupunkiympäristön toimialajohtaja
Ville Lehmuskoski

Lisätiedot

Nea Kielenniva, kehityspäällikkö, puhelin: 310 39234
nea.kielenniva(a)hel.fi

Reetta Putkonen, liikenne- ja katusuunnittelupäällikkö, puhelin: 310 37079
reetta.putkonen(a)hel.fi

Liitteet

- 1 Yleisten alueiden ulkomainonnan periaatteet 23.12.2022
- 2 Yleisten alueiden ulkomainonta 23.12.2022, toimintaympäristöselvitys, taustamuistio

Muutoksenhaku

Muutoksenhakukielto, valmistelu tai täytäntöönpano



17.01.2023

Asia/3

Päätösehdotus

Päätös on ehdotuksen mukainen.

Esittelijän perustelut

Tausta ja tavoitteet

Helsingin kaupungin toimialauudistusta edeltäneillä teknisillä virastoilla oli erilaisia ohjeistuksia liittyen yleisten alueiden ulkomainoslaitteiden sijoitteluun ja muihin toteuttamisen yksityiskohtiin. Kaupunkiympäristön toimialalla on päätetty selkeyttää ohjeistusta ja koota yhteen vanhojen virastojen sirpaleinen ohjeistus ja päivittää ohjeistusta tarvittavilta osin.

Yleisten alueiden ulkomainonnan periaatteet -ohjeen tarkoitus on ohjata yleisille alueille sijoitettavien ulkomainoslaitteiden suunnittelua ja sijoittelua, jotta Helsingin kaupungille tärkeät kaupunkitilaan liittyvät tavoitteet voivat toteutua. Ohjeen sisältö tukee Helsinki-ilmettä niin, että mainoslaitteet muodostavat muiden laitteiden ja kalusteiden kanssa hallitun kokonaisuuden sekä ovat muotokieleltään ja väreiltään osa elävää ja muuttuvaa kokonaisuutta. Sijoittelussa on keskeistä huomioida kaupunkikuvallisten näkökulmien lisäksi liikkumisen esteettömyys ja turvallisuus, kaupunkitekniset ratkaisut ja viihtyisyys. Ohje helpottaa suunnittelua, jotta erilaiset näkökulmat ja reunaehdot voidaan ottaa huomioon ja haluttu lopputulos saavutetaan.

Yleisten alueiden ulkomainonnan vanha ohjeistus on koostunut kolmesta ohjeesta, jotka nykyinen uusi ohje korvaa ja päivittää sisältöä vastaamaan paremmin nykyistä toimintaympäristöä. Yleisten alueiden ulkomainonnan periaatteet -ohje korvaa seuraavat vanhat ohjeet:

- Ulkomainoslaitteet, sijoittamisperiaatteet. Rakennustapaohje. Helsingin kaupunki, rakennusvalvontavirasto (Rakvv), 2007. Hyväksytty rakennuslautakunnassa 22.5.2007 §193.
- Ulkomainoslaitteiden sijoittaminen Helsingissä. Liikenneturvallisuusnäkökulmat. Ohje. Helsingin kaupunki, Kaupunkisuunnitteluvirasto, Liikennesuunnitteluosasto, 2016.
- Katutilaan sijoitettavat ulkomainoslaitteet, sijoitusehdot. Helsingin kaupunki, Rakennusvirasto, 2007.

Yleisten alueiden ulkomainonnan periaatteiden valmistelua on tehty samanaikaisesti yleisten alueiden ulkomainonnan järjestämistä koskevan hankinnan kilpailutuksen kanssa. Hankinta on ajankohtainen, koska sopimus nykyisen sopimuskumppanin kanssa yleisten alueiden ulkomainonnan järjestämisestä päättyy 31.7.2023. Nykyinen sopimus perustuu kiinteistölautakunnan päätöksiin 15.4.2008 § 265 ja 24.6.2008



§ 46 sekä yleisten töiden lautakunnan päätökseen 13.11.2012 § 509. Uutta hankintaa ollaan nyt kilpailuttamassa niin, että tehtävä yhteistyösopimus on muodoltaan hankintalain mukainen käyttöoikeussopimus ja sopimuskauden pituudeksi on määriteltä kymmenen (10) vuotta ja viisi (5) optiovuotta.

Yleisten alueiden ulkomainonnan järjestämistä koskevan hankintapäätöksen tekee alustavan aikataulun mukaan keväällä 2023 rakennusten ja yleisten alueiden jaosto. Pelkästään hankintalain mukaisella käyttöoikeussopimuksella ei kuitenkaan voida kaupungin toimivaltamääritysten johdosta antaa valitulle sopimuskumppanille käyttöoikeutta maa-alueisiin, vaan maa-alueen käyttöön luovuttamisesta tulee tehdä erillinen päätös ja sitä vastaava sopimus. Ohje sisällytetään osaksi maa-alueiden käyttöön luovuttamisen päätöstä ja siihen liittyvää sopimusta hankintamenettelyssä valitulle sopimuskumppanille.

Nyt päätettävän Yleisten alueiden ulkomainonnan periaatteet - ohjeistuksen tarkoitus on ohjata maankäytöstä sopimista sekä mainoslaitteiden sijoittelua silloin, kun kaupunkiympäristön toimiala kilpailuttaa tai muuten järjestää yleisten alueiden mainoslaitteiden sijoituspaikkoja.

Ohje on hyväksymisen jälkeen määrä julkaista Helsingin kaupungin verkkosivulla, jotta se on alan toimijoiden ja muiden tahojen saatavilla ja hyödynnettävissä.

Rajaukset

Yleisten alueiden ulkomainonnan periaatteet -ohje ei koske rakennuksissa ja tonteilla sijaitsevia mainoslaitteita. Nyt käsitellyssä oleva ohjeistus on kuitenkin linjassa rakennuksia ja tontteja koskevan ohjeistuksen kanssa (Ulkomainoslaitteet rakennuksissa ja tonteilla - rakentamistapaohje on hyväksytty kaupunkiympäristölautakunnan ympäristö- ja lupajaoston päätöksellä 28.4.2022 § 91).

Yleisten alueiden ulkomainonnan periaatteet -ohje ei koske joukkoliikenteen pysäkkikatoksia.

Uusi Yleisten alueiden ulkomainonnan periaatteet -ohje on tarkoitus ottaa käyttöön kaupunkiympäristön toimialan hallinnoimissa sopimuksissa asteittain. Vuonna 2023 alkavalla kaupunkiympäristön toimialan yleisten alueiden ulkomainonnan järjestämisen sopimuskaudella uusien mainoslaitteiden suunnittelu ja sijoittelu tehdään pääsääntöisesti ohjeen mukaisesti, mutta ohjeesta voidaan tehdä vähäisiä poikkeuksia myös uuden verkoston sijoittelussa. Sen sijaan nykyinen, kilpailuttamisen kohteena oleva, sopimuskauden 2008 – 2023, mainoslaitteverkosto tukeutuu uudessakin sopimuksessa pääosin vanhoihin sijainteihin, joten vanhan verkoston mainoslaitteiden sallitaan poikkeavan ohjeistuk-



sesta, esimerkiksi liikennemääräkriteerin osalta ja vähäisissä sijainnillisissa poikkeamisissa ohjeen mukaisesta soveltuvasta sijainnista. Tämänkin vuoksi päätöksessä hyväksytään ohje noudatettavaksi ei sitovasti vaan ohjeellisesti.

Valmistelu

Periaatteiden kirjaamisessa ja ohjeistuksen päivityksessä on ollut mukana laajasti kaupunkiympäristön toimialan asiantuntijoita. Periaatteita on vuorovaikutettu maisema- ja liikennesuunnittelijoiden kanssa elokuussa 2022 kahdessa samansisältöisessä työpajassa. Työpajojen anti hyödynnettiin ohjeen jatkojalostamisessa. Aineiston kokoamista varten perustettiin erillinen kaupunkiympäristön toimialan asiantuntijaryhmä, joka vastasi ohjeen päivitysten loppuunsaattamisesta. Valmistelun yhteydessä on ohjausta saatu myös ulkomainoslaite -projektin ohjausryhmältä.

Liikenneturvallisuutta koskevan osan päivityksestä on vastannut liikenne- ja katusuunnittelupalvelu. Työskentelyssä on hyödynnetty asiantuntijavalmistelua sekä vuorovaikutettu näkemyksiä myös kaupunkiympäristön toimialan liikenneturvallisuuden asiantuntijaverkostossa.

Valmistelussa on käytetty myös hyväksi Helsingin häiriövaloselvityksen sisältöjä sekä yhteen sovitettu vaatimuksia Mainoslaitteet rakennuksissa ja tonteilla -rakentamistapaohjeen kanssa. Sisältöä on peilattu myös syksyllä 2022 valmisteilla olleeseen rakennusjärjestyksen päivitykseen, jotta asiakirjat ovat sisällöllisesti linjassa toisiinsa nähden, eivätkä sisältäisi ristiriitaisuuksia.

Yleisten alueiden ulkomainonnan periaatteiden valmistelua on tehty samanaikaisesti yleisten alueiden ulkomainonnan järjestämistä koskevan hankinnan neuvottelumenettelyllä toteutettavan kilpailutuksen kanssa. Hankinnassa on toteutettu syksyllä 2022 kaksi neuvottelukierrosta, joiden aikana uuden ohjeistuksen sisältöä on tarvittavilta osin jo avattu tarjoajille. Näin ollen ohjeen sisällöstä on käyty välillisesti, joskaan ei pääasiallisesti, keskustelua hankinnan aikana. Samoin hankinnan sisältöä on korjattu tarvittavilta osin vastaamaan ohjeen sisältöä.

Ulkomainonnan toimintaympäristö

Ohjeen valmistelun kanssa samanaikaisesti on tehty selvitys ulkomainonnan toimintaympäristöstä. Selvityksen taustalla on ollut tarve nähdä ulkomainonta kokonaisuutena ja sen muuttuminen ajassa, jotta voitaisiin myös ymmärtää ulkomainonnan tilannetta ja tulevaisuuskuva. Toimintaympäristön muutokset ovat osaltaan vaikuttamassa myös ohjeen sisältöön ja sen päivityksiin sekä itsenäisenä asiakirjana se tuo



esille myös laajemmin ulkomainonnan merkitystä kokonaisuudessa ja myös juuri Helsingin alueella. Tässä tiivistelmä sisällöstä:

Mainostaminen ja mainoslaitteet ovat kuuluneet kaupunkien katukuvaan jo pitkään. Maailmalla ensimmäiset kaupantekoon liittyvät kyltit tunnistettiin jo 1400-luvulla. Helsingissä ensimmäiset ulkomainokset olivat konsertti-, sirkus- ja teatteriaiheisia. Varsinainen kampanjamuotoinen toiminta voidaan laskea alkaneen 1913, jolloin Kotimaisen Työn liitto toteutti ”Suomalainen viikko” -kampanjan.

Ulkomainonnan osuus koko Suomen mainonnasta on noin 9 % ja sen vuotuinen arvo on noin 65 milj. €. Suomen kahden suurimman toimijan (Clear Channel Oy ja JCDecaux Finland Oy) osuus ulkomainonnasta on merkittävä, mutta alalle on vakiintunut myös muitakin toimijoita. Mainosmedia on hyvin suhdanneherkkä ja erilaiset kriisit vaikuttavatkin mainonnan volyymeihin. Esimerkiksi korona vaikutti ulkomainontaan merkittävästi ja sopimusten kannattavuutta koeteltiin. Kaupunki onkin antanut myönnytyksiä nykyisille sopimuskumppaneille, jotta markkinoiden aiheuttaman muutoksen vaikutukset olisivat kohtuullisia.

Mainosmediana ulkomainonta on kaikille julkinen media, joka tavoittaa hyvin erilaisia ihmisiä ikään ja sukupuoleen katsomatta. Suurten kontaktimäärien ansiosta ulkomainonta on kustannustehokasta ja kontaktihinnat ovat muihin mainoskanaviin verrattuna hyvin edullisia.

Ulkomainonnan toimintaperiaatteeseen kuuluu, että ulkomainostoimijat sopivat maa-alueen tai liiketilan omistajan kanssa ulkomainoslaitteen sijoittamisesta tietyin ehdoin korvausta vastaan. Korvausmallit perustuvat nykyisellään usein mainoslaitesijainneista perittävään vuokraan tai mainostuottojen jakamiseen sopimuskumppaneiden välillä. Sopimuskumppanina ulkomainostoimija suunnittelee käytettävät laitteet, hakee laitteen sijoittamista varten tarvittavat luvat, vastaa laitteiden investomisesta, asennuksista ja kunnossapidosta.

Ulkomainoslaitteita sijaitsee laajasti kaupunkikuvassa niin rakennuksissa ja tonteilla kuin yleisillä alueilla. Rakennuksissa ja tonteilla tapahtuvan ulkomainonnan järjestämisestä vastaa usein kiinteistöjen omistajat. Helsingin kaupungilla tai sen omistamissa yhtiöissä on mainoslaitteita julkisessa kaupunkitilassa. Näistä kaupunkiympäristön toimialalla on voimassa oleva sopimus ulkomainonnan järjestämisestä yleisillä alueilla (sopimus päättyy 31.7.2023). Tämän lisäksi yleisille alueille sijoittuvia sopimuksia ovat joukkoliikenteen pysäkkikatokset ja kaupunkipyöräjärjestelmän ulkomainoslaitteet.

Muun toimintaympäristön tavoin myös ulkomainonta on siirtymässä yhä digitaalisempaan suuntaan ja uusien sopimusten pääpaino onkin digitaalisissa mainosnäytöissä. Digitaalisten näyttöjen ja erilaisen automa-



tiikan kehityksen myötä myös laitteiden säädettävyys on kehittynyt, esimerkiksi näyttöjen valotehoa voidaan säätää automaattisesti luonnonvalon mukaan. Alalle mainoslaitteiden digitaalisuus mahdollistaa mainonnan kohdentamisen ajallisesti ja alueellisesti haluttuihin kohde-ryhmiin. Muutos teknologioissa muuttaa myös alan liiketoimintakonsepteja ja vaatii yrityksiltä myös uudenlaista osaamista.

Ulkomainonnan merkitys ja ohjeistus

Yleisten alueiden ulkomainonnan järjestämisen sopimuksesta Helsingin kaupunki saa tuloja, joilla on taloudellista merkitystä. Tulojen avulla voidaan rahoittaa muita kaupungille tärkeitä palveluita. Nykysopimuksessa vuosituotto on 2-3 milj. €, mutta uuden sopimuksen odotetaan olevan tuottoisampi, kun kaupunki ei aseta merkittäviä rajoitteita, joilla olisi merkitystä ulkomainostoimijoiden liiketoiminnalliselle arvolle. Tällaisia olennaisia liiketoimintaan vaikuttavia tekijöitä ovat muun muassa digitaaliseen näyttötekniikkaan siirtyminen soveltuvissa mainoslaitetyypeissä ja liikkuvan kuvan salliminen mainoslaitteissa. Mainonnan sisällön sääntelyssä merkityksellistä olisi se, että ulkomainonnassa kohdellaan Helsingissä tasapuolisesti eri operaattoreita suhteessa ulkomainosmarkkinaan kokonaisuudessa ja myös vertaillen muussa mediassa tehtävään markkinointiin. Näin ollen sisällöllinen sääntely tulisi tapahtua lainsäädännön kautta. Nykyisellään mainonnan sisällölle on asetettu rajoitteita lainsäädännössä sekä mainosalalla on omat mainosisältöön kohdistuvat ohjeet ja hyvät käytännöt. Näiden osalta kaupungin ei ole tarkoituksenmukaista asettaa sellaista poikkeavaa tiukkaa ohjeistusta, joka ei noudata alan käytäntöjä ja vaikuttaisi sitten suoraan myös kaupungin saamiin hyötyihin ulkomainostoiminnassa ja yhteistyösopimusten arvoon kaupungille.

Kaupunki hyötyy ulkomainonnan järjestämistä koskevista yhteistyösopimuksista paitsi suoraan rahallisesti myös saamalla itselleen arvokasta mainosaikaa yleisten alueiden ulkomainoslaitteissa. Kaupungin omalla mainosajalla voidaan viestiä kaupungille tärkeistä asioista, joilla on vaikutusta kaupunkilaisten hyvinvointiin sekä esimerkiksi tapahtumallisuuteen. Lisäksi kaupungin mainosaikaa on käytetty onnistuneesti esim. viestimällä kaupunkilaisille koronarajoituksista. Mainoslaitteita voidaan halutessaan käyttää myös kriisiviestintään.

Ulkomainonnan voidaan katsoa myös edistävän yrittäjien olosuhteita Helsingissä, kun on erilaisia tapoja markkinoida tuotteita ja palveluita.

Ohjeen keskeinen sisältö ja periaatteet

Yleisten alueiden ulkomainonnan periaatteet -ohje koostuu lainsäädännön ja muun sääntelyn taustoittamisesta, ulkomainoslaitteiden sijoittelun periaatteista ja sitä tarkentavista laitetyyppien alueellisen sijoittumi-



sen kokonaiskuvasta ja muista sijoittelun tarkennuksista. Tämän lisäksi ohjeessa on määritelty mitoitukseen, muotoiluun, tekniikkaan ja näyttöjen kirkkauteen liittyviä yksityiskohtia sekä kuvattu ulkomainoslaitteiden sijoittamista koskeva luvitus ja sopimukselliset asiat.

Keskeistä ohjeessa on ulkomainoslaitteiden sijoittelun yleiset periaatteet, jotka antavat käsityksen yleisellä tasolla, millaisilla reunaehdoilla mainoslaitteita voidaan sijoittaa kaupunkitilaan.

Mainostamiseen sopivat alueet

- Ulkomainoslaitteita sijoitetaan kaupallisiin ympäristöihin, mm. keskusta-alueille, asuntoalueiden liike- ja myymäläkeskuksiin ja niiden välittömään läheisyyteen sekä toimisto-, teollisuus- ja varastoalueille.
- Ulkomainoslaitteita sijoitetaan katualueille ja aukiotiloihin.
- Puisto- ja viheralueille sijoittaminen ei ole sallittua

Mainostamiseen sopivat paikat

- Ulkomainoslaitteiden sijoittelussa on tarkasteltava liikenne- ja pelastusturvallisuuden sekä kaupunkikuvan mukaiset vaatimukset.
- Kussakin sijoituspaikassa on huomioitava, että ulkomainoslaitteet eivät muodosta estettä julkisen kaupunkitilan käytölle tai liikkumiselle.
- Ulkomainoslaitteet sijoitetaan katutiloihin sijoitusohjeiden mukaan siten, että ne muodostavat sopusuhtaisen ja suunnitellun kokonaisuuden.
- Ulkomainoslaitteen sijoittamisessa huomioidaan tarvittavat suojaetäisyydet kadun rakenteista ja katukasvillisuudesta sekä näkövammaisten liikkumista ohjaavista materiaaleista.

Mainoslaitteen laatu

- Laitteiden ulkoasu suunnitellaan Helsingin Kaupunkitilaohjeen Ulkomainoslaittekortissa K3 kerrottujen päämittojen mukaisesti ja laitteen muotoilu muoto- ja väripaletin mukaisesti, jolloin ne sopivat Helsingin kaupunkikuvaan ja ovat laadultaan kestäviä ja turvallisia katujen käyttäjille.
- Mainoksen valaistus ei saa olla merkittävästi voimakkaampi kuin ympäristön valaistus, eikä mainoksen valaistus saa aiheuttaa estohäikäisyä.



- Mainosnäytön valon voimakkuutta tulee voida säätää ja sen tulee säätyä automaattisesti luonnonvalon mukaan. Mainoslaitteen pinta-kirkkaudelle annettuja raja-arvoja tulee noudattaa.
- Vanhan ja uuden mainoksen vaihtuminen ei saa tapahtua äkkinäisesti vaan pehmeästi. Liikkuva kuva on sallittu lukuun ottamatta erikseen liikenneturvallisuuteen liittyvissä ohjeissa kielletyissä paikoissa.
- Ulkomainoslaitteet on kiinnitetty tukevasti perustukseen ja asennuksessa on huomioitu maan routiminen. Laitteet sovitetaan maan pinnan korkeuksiin ja ympäristö pinnoitteineen viimeistellään.
- Ulkomainoslaitteet pidetään kunnossa ja siisteinä. Rikkinäiset on joko korjattava tai poistettava välittömästi.
- Ulkomainoslaitteisiin ei tule liittää ääntä tai muuta tehostetta, kuten esimerkiksi hajua.
- Mainoslaitteen sammuttamisen tulee olla mahdollista, esimerkiksi yöksi.

Uuden ohjeen keskeiset sisällölliset muutokset vanhaan ohjeistukseen verrattuna

Ohjeeseen on kirjattu yleisillä alueilla sijaitsevien ulkomainoslaitteiden sijoittelun yleiset periaatteet sekä päivitetty liikenneturvallisuutta koskevaa ohjeistusta liittyen liikkuvaan kuvaan. Laitteiden mitoitus ja mallikuvat on korjattu tarpeellisilta osin. Lisäksi ohjeistuksessa mainoslaitteiden tyyppien käyttöä ohjaavaa vyöhykejakoja on päivitetty, sillä kaupungin kehittyessä on tarve laajentaa keskusta-alueen vaatimustasoa ulommaksi. Näin ollen vyöhyke I:n rajausta on siirretty paikoin ulommaksi keskusta-alueeseen nähden sekä aluekeskukset on eroteltu myös vyöhyke I:n veroisiksi alueiksi mainoslaitteiden osalta. Myös tekniset laitevaatimukset on päivitetty nykytilannetta vastaavaksi sekä on sisällytetty mainosnäyttöjen kirkkauden raja-arvot ja kirkkauden säätämistä koskevat vaatimukset.

Esittelijä

kaupunkiympäristön toimialajohtaja
Ville Lehmuskoski

Lisätiedot

Nea Kielenniva, kehityspäällikkö, puhelin: 310 39234
nea.kielenniva(a)hel.fi
Reetta Putkonen, liikenne- ja katusuunnittelupäällikkö, puhelin: 310 37079
reetta.putkonen(a)hel.fi

Liitteet



17.01.2023

Asia/3

-
- 1 Yleisten alueiden ulkomainonnan periaatteet 23.12.2022
 - 2 Yleisten alueiden ulkomainonta 23.12.2022, toimintaympäristöselvitys, taustamuistio

Muutoksenhaku

Muutoksenhakukielto, valmistelu tai täytäntöönpano

Päätöshistoria

Kaupunkiympäristölautakunta 10.01.2023 § 5