ULKOMAINOSLAITTEIDEN NYKYTILA JA TULEVAISUUDEN SUUNTAVIIVAT HELSINGISSÄ

Työryhmän loppuraportti 10.05.2005

ULKOMAINOSLAITTEIDEN NYKYTILA JA TULEVAISUUDEN SUUNTAVIIVAT HELSINGISSÄ
Työryhmän loppuraportti

Sisältö

1. Toimeksianto ja työryhmä
2. Taustaa
   Lähtökohtatilanne
   Tavoitteet ja työn kulku
   Rajauksia
3. Ulkomainonnan toimintaperiaate
4. Ulkomainonnan historia ja kehitys Helsingissä
5. Luvanvaraisuus
6. Aiemmat ohjeistukset
   Ohjeet ja menettelytavat
   Rakennuslautakunnan mainosjaosto
7. Mallihyväksynnät
8. Sopimustilanne
9. Ulkomainoslaitteisiin liittyviä ongelmia
10. Helsingin ulkomainoslaitteisto
    Yleistä
    Vaihtuvaan ulkomainontaan käytettävät laitteet Helsingissä
11. Tilapäinen ulkomainonta
    Yleistä
    Standit
12. Menettelytavat ja prosessit
13. Ulkomainonnan taloudellinen merkitys Helsingin kaupungille
14. Yrittäjien kuuleminen
15. Ulkomainonnan tulevaisuuden suuntaviivat Helsingissä
    Yleistä
    Kaupungin bussi- ja raitiovaunupysäkkien odotuskatokset
    Kaupungin tiedotus-, opastus- ja muut tarpeet
    Kulttuurimainonta
    Tilapäinen mainonta
    Mallihyväksynnät
    Laitteiden alueittaiset sijoittamisperiaatteet
    Liikenneturvallisuusnäkökohdat ulkomainoslaitteiden sijoittamisessa
16. Suositukset jatkotoimenpiteiksi
17. Allekirjoitukset
18. Lähteet ja lisätietoja
19. Jäsen Sademiehen A-standeja koskeva eriävä mielipide

Liitteet

1. Laitetyypit. Ulkomainoslaitteiden laitekohtainen analyysi.
2. Kuvia nykyisistä laitteista
3. Laitemäärät
4. Kiinteistöviraston vuokraamien ulkomainoslaitteiden määrät, kehitys 1970-2005
5. Ulkomainonnan prosessikuvaukset

Postiosoite
Rakennusvalvontavirasto
PL 2300
00099 HELSINGIN KAUPUNKI

Käyntiosoite
Rakennusvalvontavirasto
Siltasaarenkatu 13
Helsinki 53

Puhelin
+(09) 310 2611

Faksi
(09) 310 26206

Internet
http://www.rakvv.hel.fi

Sähköposti
rakennusvalvonta@hel.fi

6. Ulkomainoslaitteiden yleispiirteiset sijoitusvyöhykkeet (Vyöhykekartta)
7. Ulkomainoslaitteiden sijoittaminen Helsingissä. Liikenneturvallisuusnäkökohdat.
8. Valokuvia toteutetusta ulkomainonnasta Suomessa
   Historiallisia esimerkkejä Helsingistä
   Toteutetun ulkomainonnan tarkastelua Helsingissä ja esimerkkejä muualta Suomesta
9. Ulkomaisia esimerkkejä
10. Matkaraportti ulkomainostyöryhmän virkamatkalta Lontooseen ja Pariisiin

Postiosoite
Rakennusvalvontavirasto
PL 2300
00099 HELSINGIN KAUPUNKI

Käyntiosoite
Rakennusvalvontavirasto
Siltasaarenkatu 13
Helsinki 53

Puhelin
+(09) 310 2611

Faksi
(09) 310 26206

Internet
http://www.rakvv.hel.fi
Sähköposti
rakennusvalvonta@hel.fi

1. Toimeksianto ja työryhmä

Kaupunginjohtaja päätti johtajistokäsittelyssä 5.6.2002 § 49, Khs 2002-692 perustaa ulkomainoslaitteiden nykytilaa ja tulevaisuuden suuntaviivoja selvittävän työryhmän.

Kaupunginjohtaja päätti nimetä työryhmään seuraavat henkilöt:
-toimistopäällikkö Tapio Sademies kiinteistövirastosta
-asemakaava-arkkitehti Annukka Lindroos kaupunkisuunnitteluvirastosta
-arkkitehti Kirsti Ervola kaupunkisuunnitteluvirastosta
-liikenneteknikko Mauri Muilu kaupunkisuunnitteluvirastosta
-teollinen muotoilija Ulla-Kirsti Junttila rakennusvirastosta
-toimistopäällikkö Ari Kettunen rakennusvirastosta
-arkkitehti Ulla Vahtera rakennusvalvontavirastosta
-kaupunkikuva-arkkitehti Marjatta Uusitalo rakennusvalvontavirastosta

Työryhmän puheenjohtajaksi nimettiin kaupunkikuva-arkkitehti Marjatta Uusitalo rakennusvalvontavirastosta.

Teollinen muotoilija Ulla-Kirsti Junttila erosi rakennusviraston palveluksesta 31.7.2003. Hänen tilalleen rakennusvirasto nimesi työryhmään 1.8.2003 lähtien miljöösuunnittelija Arja Saaristo-Wahlbergin.

Työryhmä otti nimekseen ”ulkomainosryhmä” (po.ulkomainoslaitetyöryhmä).

2. Taustaa

Lähtökohtatilanne

Työtä käynnistettäessä ongelmaksi oli muodostunut se, että millään hallintokunnalla ei ollut selvää toimintamallia sille, miten ulkomainoslaitteita tulee kaupungissa sijoittaa. Ulkomainoslaitteita koskevat eri virastojen ohjeistukset ja ohjeet olivat vanhentuneita tai puuttuivat kokonaan.

Samoin havaittiin, että osa Helsingissä käytettävistä ulkomainoslaitteista on sijoituspaikkansa kaupunkikuvaan sopimattomia ja malliltaan vanhentuneita. Yrittäjät eivät ole suorittaneet merkittävää tuotekehitystyötä. Tähän on ollut monia syitä mm. kilpailun puute ja kaupungin tavoiteasettelujen heikkous.

Lisäksi erilaisten ulkomainoslaitehakemusten määrä on jatkuvasti kasvanut Helsingissä, jolloin mainoslaitteiden ennakkokäsittely, mallihyväksyntä, paikkojen tarkistaminen, lausunnot jne. työllistävät mm. kaupunkisuunnittelu-, kiinteistö-, rakennusvalvonta- ja rakennusvirastoa merkittävästi.

Myös useiden toimijoiden määrä aiheutti sekaannusta - yrittäjät eivät tienneet kenen kanssa asioida missäkin vaiheessa. Pahimmillaan syntyi paljon päällekkäistä ja turhaa työtä.

Postiosoite
Rakennusvalvontavirasto
PL 2300
00099 HELSINGIN KAUPUNKI

Käyntiosoite
Rakennusvalvontavirasto
Siltasaarenkatu 13
Helsinki 53

Puhelin
+(09) 310 2611

Faksi
(09) 310 26206

Internet
http://www.rakvv.hel.fi
Sähköposti
rakennusvalvonta@hel.fi

Tavoitteet ja työn kulku

Ulkomainosryhmän asetti työlleen seuraavanlaiset tavoitteet:
-menettelytapojen ja prosessien selkiyttäminen
-ohjeiden laatiminen
-luvattomien laitteiden poistaminen
-sekavan ulkomainontatilanteen selkiyttäminen
-kaupungin tulojen turvaaminen
-valmistautuminen kilpailuun v. 2006 mennessä (kilpailu 2006-2008)

Työryhmä näkee ulkomainonnan kuuluvan moderniin kaupunkiympäristöön ja näkee sen parhaimmillaan positiivisena kaupunkiympäristöä rikastuttavana elementtinä.

Ulkomainonnan 1990-luvun kehitys Helsingissä ei kuitenkaan kaikin osin ole vastannut tätä tavoitetta. Ulkomainonnan kehittämisestä on puuttunut kaupungin näkemys ja tahtotila ja tästä osittain johtuen yrittäjien taholta kehittämistä ja luovuutta.

Sijoituspaikkojen luonne vaihtelee ja laitteiden tulee olla ympäristönsä kaupunkikuvaan sopivia. Valmiissa ympäristössä myös ulkomainoslaitteiden tulee olla huoliteltuja, viimeisteltyjä ja ympäristönsä kaupunkikuvaan sopivia niin luonteeltaan kuin mittakaavaltaan. Keskeneräisillä ja kehittyvillä alueilla voidaan myös käyttää viimeistelemättömiä laitteita ja ympäristöllisistä vaatimuksista voidaan joustaa.

Työryhmä on aluksi selvittänyt Helsingissä käytössä olevia ulkomainoslaitteita mm. niiden määrää ja lupatilannetta. Lisäksi on laadittu ohjeistuksia ja neuvoteltu yrittäjien kanssa laitteiden sijoittamispolitiikasta ja yrittäjien näkemyksistä.

Työryhmä on myös selvittänyt menettelytapoja ja pyrkinyt kehittämään prosesseja. Työryhmä on mm. päätynyt siihen, että kaupungille tulee kehittää ulkomainoslaitteiden paikkatietojärjestelmä, joka palvelee kaikkia kaupungin toimijoita - vain sen avulla voidaan hallita tuhansien ulkomainoslaitteiden vuokraus-, lausunto- ja lupaprosessi.

Rajauksia

Ulkomainontaa on Suomessa selvitetty erittäin vähän. Ulkomainontaa kaupunkikuvassa selvitti 1980-luvun alussa laajapohjainen eri intressitahoja edustava työryhmä, joka laati raportin ”Ulkomainonta kaupunkikuvassa”. Raportin mukaan: ”Ulkomainoksia ovat kaikki ulkosalla näkyvät tai kuuluvat laitteet ja ilmoitukset, jotka kirjoituksen, muodon, värin, äänen, valon, kuvan tai muun keinon avulla jossakin muodossa palvelevat mainontaa”. Ulkomainonta kaupunkikuvassa, Euroopan Ulkomainosliiton Suomen osasto FEPE Finland. Julisteyhtymä Oy, Maxi-Mainos Oy, Ulkomainos Oy, Suunnittelutoimisto G 4, Helsinki 1983, s.5.

Työryhmä käsittelee tässä työssä sellaisia ulkomainoslaitteita, jotka edellyttävät haettavaksi maankäyttö- ja rakennuslainsäädännön mukaiset luvat rakennusvalvontavirastosta. Työryhmä on rajannut tehtävän suppeasti käsittämään vain itse ulkomainoslaitteet ja niiden sijoittamisperiaatteet. Itse mainonnan sisältöön ei tässä työssä oteta kantaa. Ulkomainoslaitteet ovat pysyviä - mainonta on vaihtuvaa ulkomainontaa.

Postiosoite
Rakennusvalvontavirasto
PL 2300
00099 HELSINGIN KAUPUNKI

Käyntiosoite
Rakennusvalvontavirasto
Siltasaarenkatu 13
Helsinki 53

Puhelin
+(09) 310 2611

Faksi
(09) 310 26206

Internet
http://www.rakvv.hel.fi
Sähköposti
rakennusvalvonta@hel.fi

Tarkastelun ulkopuolelle jää myös rakennusten julkisivuille, katoille tai sisätiloihin sijoitettava mainonta ja muiden kuin ulkomainosyrittäjien harjoittama mainonta (esimerkiksi yrittäjien erilainen ulkosalle liikkeidensä ulkopuolelle tuoma mainonta, kuten standit). Myöskään liikennevälineisiin esimerkiksi busseihin tai metrojuniin sijoitettua mainontaa ei käsitellä (ns. liikkuva mainonta). Rakennuksiin sijoitettavaa mainontaa säädellään rakennuslautakunnan vuonna1997 hyväksymässä rakentamistapaohjeessa Mainoslaitteet rakennuksissa ja siirrettäviä mainostelineitä rakennuslautakunnan vuonna 2001 hyväksymässä rakentamistapaohjeessa Siirrettävät mainostelineet eli standit.

3. Ulkomainonnan toimintaperiaate

Ulkomainonnan toimintaperiaate on seuraavanlainen:

Ulkomainontaa harjoittavat siihen erikoistuneet ulkomainosyhtiöt. Ulkomainosyhtiöt suunnittelevat tai suunnitteluttavat käytettävät ulkomainosvälineet. Niille hankitaan mallihyväksyntä kaupungin rakennusvalvontavirastosta. Ulkomainosyhtiöt vuokraavat ulkomainoslaitteille paikat kaupungilta, valtiolta tai yksityisiltä kiinteistönomistajilta. Ulkomainosyhtiöt tai kiinteistönomistajat hakevat laitteille rakennuslainsäädännön edellyttämät luvat.

Mainostoimistot suunnittelevat yleensä mainostajille käytettävät mainosjulisteet. Ulkomainosyhtiöt vuokraavat mainostajille laitteista mainostilat, painavat julisteet, hoitavat julisteiden levityksen ja vastaavat ulkomainoslaitteiden kunnosta.

4. Ulkomainonnan historia ja kehitys Helsingissä

Suomessa ensimmäiset ulkomainokset ja julisteet olivat konsertti-, sirkus- ja teatteriaiheisia. Alun alkaen tunnetut taiteilijat kuten Albert Edelfelt, Albert Gebhard, Akseli Gallen-Kallela, Venny Soldan-Brofeldt, Antti Favén, Helena Schjerfbeck ja Hugo Simberg ovat tehneet julisteita.

Varsinaisesti kampanjamuotoisen ulkomainonnan voidaan laskea alkaneen 1913, jolloin Kotimaisen Työn Liitto toteutti ”Suomalainen Viikko” kampanjansa. Aikalaiskuvausten perusteella kyseinen ulkomainonta sai ainakin kaupunkipaikoissa suurta huomiota. Ulkomainonta oli pitkään yksittäistä tietylle paikalle suunniteltua ja toteutettua mainontaa.

Julisteista haluttiin ajan myötä entistä kaupallisempia ja tätä varten perustettiin ensimmäinen reklaamimiesten kerho 1926 ja samana vuonna järjestettiin jo ensimmäiset reklaamimessut. Lisäksi mainostoimistopalvelut alkoivat kehittyä ja monipuolistua 1930-luvulla, joka osaltaan edisti kaupallisten ulkomainosten määrän lisääntymistä.

Suomeen perustettiin kauppaneuvos Ensio Hukkataipaleen ideasta ja aloitteesta v.1946 ensimmäinen alan julisteyhtiö, Oy Suomen Ulkomainonta, jonka nimi myöhemmin muutettiin Ulkomainos Oy:ksi. Helsingissä ulkomainonta oli pitkään järjestäytymätöntä ja vapaata. Ulkomainos Oy sai vuonna 1946 kiinteistövirastolta luvan pystyttää Helsinkiin 35 pyöreätä mainospilaria ja 7 suurtaulua määrätyille paikoille, mutta taloudellisten vaikeuksien ja raaka-ainepulan vuoksi voitiin pystyttää ainoastaan 11 pilaria. Vuokrauksen eräänä perusteena oli se, että yhtiö sitoutui pitämään mainokset siisteinä. Tästä ajankohdasta voidaan katsoa kaupungin järjestäytyneen ulkomainonnan alkaneen.

Postiosoite
Rakennusvalvontavirasto
PL 2300
00099 HELSINGIN KAUPUNKI

Käyntiosoite
Rakennusvalvontavirasto
Siltasaarenkatu 13
Helsinki 53

Puhelin
+(09) 310 2611

Faksi
(09) 310 26206

Internet
http://www.rakvv.hel.fi
Sähköposti
rakennusvalvonta@hel.fi

Aina vuoteen 1952 asti Ulkomainos Oy sai yksin myydä ulkomainostilaa. Tällöin tehtiin sopimus Oy Liikennemainoksen kanssa pylvästauluista. Tämä yhtiö sai lisäksi oikeuden myydä mainostilaa raitiovaunuista. Näin oli syntynyt järjestäytynyt kilpailutilanne Helsingin kaupungin vuokraamilla ulkomainospaikoilla. Ulkomainospaikkojen lukumäärä kehittyi nopeasti.

Kaupungin rahantarve on ollut aina merkittävänä tekijänä ulkomainoslaitteiden lukumäärän kehittymisessä. Esimerkkinä voi mainita, että 1970-luvun alussa AH-Juliste Oy (myöhemmin Julisteyhtymä Oy) sai aikaan sopimuksen liikennelaitoksen kanssa 200:n mainoksia sisältävän pysäkkikatoksen rakentamisesta. Vuosien 1973-1985 aikana mainoksellisten pysäkkikatosten lukumäärä oli kasvanut 873:een. Vastaavasti mainosroskakorit syntyivät vuonna 1970 kaupungin saadessa korvauksetta käyttöönsä roskaastioita. Maxi-Mainos Oy, joka oli havainnut idean Norjassa, levitti tuotteen nopeasti Ruotsiin ja Suomeen mm. Helsinkiin. Niistä on muualla jo luovuttu, mutta Suomessa niitä edelleen käytetään.

Helsingin kaupungin kanssa on aiemmin ollut sopimus seuraavilla ulkomainosyhtiöillä: Ulkomainos Oy, AH-Juliste Oy, Julisteyhtymä Oy, Merkonomi-Mainos Oy, Mainoslinko Oy, Teljä-Mainos Oy, Oy Liikennemainos, Julisterengas Oy, Mainosrengas Oy, Mainoskeula Oy, BF-Mainos, Fagermark Oy, Maxi-Mainos Oy, Tähti-Mainos Oy, Kiintopiste Oy, Maximedia Oy, Liikkuvat Mediat Oy, Posternet Oy, Adex Oy, Mainosväylä Oy, More Group Finland Oy.

Nykyisin erilaisten yritysostojen sekä konkurssien myötä ala on voimakkaasti keskittynyt ja kaupungin sopimuskumppanit ovat Clear Channel Suomi Oy, Infobase Towers Oy, JCDecaux Finland Oy sekä Viacom Outdoor Oy. (Tässä raportissa em. yrityksistä käytetään jäljempänä myös lyhennyksiä Clear Channel, Infobase Towers, JCDecaux ja Viacom Outdoor)

Helsingin kaupungin sopimuskumppaneista tällä hetkellä merkittävä on ainoastaan JCDecaux Finland Oy.

Clear Channel Suomi Oy:n ja Viacom Outdoor Oy:n taustalla on yhdysvaltalainen omistus ja JCDecaux Finland Oy:n taustalla ranskalainen, ne ovat monikansallisia pörssiyhtiöitä, joiden tuotekehittely ja tuotevalikoima on kansainvälisillä markkinoilla huippuluokkaa. Infobase Towers Oy on pieni kotimainen yhtiö.

Ulkomainonnan määrällistä kehitystä Helsingissä ei ole johdonmukaisesti seurattu tai tilastoitu. Kiinteistövirasto on laatinut yleispiirteisen yhteenvedon ulkomainonnan määrällisestä kehityksestä vuosina 1970-2005 Helsingissä tätä raporttia varten. Liite 4.

5. Luvanvaraisuus

Ulkomainoslaitteet ovat rakennuslainsäädännön perusteella luvanvaraisia.

Maankäyttö- ja rakennuslain 126 §:n mukaan toimenpidelupa tarvitaan sellaisen rakennelman pystyttämiseen ja sijoittamiseen, jota ei pidetä rakennuksena, jos toimenpiteellä on vaikutusta luonnonoloihin, ympäröivän alueen maankäyttöön taikka kaupunki- tai maisemakuvaan. Lain 138 §:ssä todetaan, että toimenpidelupaa ratkaistaessa nouda-

Postiosoite
Rakennusvalvontavirasto
PL 2300
00099 HELSINGIN KAUPUNKI

Käyntiosoite
Rakennusvalvontavirasto
Siltasaarenkatu 13
Helsinki 53

Puhelin
+(09) 310 2611

Faksi
(09) 310 26206

Internet
http://www.rakvv.hel.fi
Sähköposti
rakennusvalvonta@hel.fi

tetaan mitä rakennusluvan edellytyksistä säädetään vain siltä osin kuin on tarpeen toimenpiteen maankäytöllisten ja ympäristöllisten vaikutusten arvioimiseksi.

Maankäyttö- ja rakennusasetuksen 62 §:n mukaan toimenpidelupa tarvitaan mm. muun kuin luonnonsuojelulaissa säädetyn rakennelman, tekstin tai kuvan asettamiseen ulkosalle mainos- tai muussa kaupallisessa tarkoituksessa (mainostoimenpide) taikka muuhun kaupunki- tai ympäristökuvaan merkittävästi ja pitkäaikaisesti vaikuttavaan järjestelyyn tai muutokseen (kaupunkikuvajärjestely).

Helsingin kaupungin rakennusjärjestyksen 9 ja 37 §:n mukaan julkiseen kaupunkitilaan sijoitettavien rakennelmien koko, rakenne ja ulkoasu on suunniteltava ja rakennettava kunkin alueen kaupunkikuvaan sopivaksi ja siten, etteivät ne muodosta liikuntaestettä. Mainos- ja muut vastaavat laitteet on kiinnitettävä tukevasti eikä laite saa haitata julkisen kaupunkitilan käyttöä eikä olla huomattavasti häiritsevä. Laitteen muodon, värityksen ja rakenteen on sovelluttava ympäristöön. Laitteet on pidettävä kunnossa ja rikkinäiset on joko korjattava tai poistettava välittömästi.

Järjestyslain 6 §:ssä todetaan mainostamisesta, että yleistä järjestystä tai turvallisuutta vaarantavan häikäisevän tai harhauttavan valon taikka liikenteenohjauslaitetta muistuttavan tai muuten turvallisuutta vaarantavan mainoksen käyttäminen on kielletty. Tällaisen valon tai mainoksen käyttäjän on poliisin kehotuksesta viipymättä poistettava valo tai mainos.

Rakennuslautakunta voi myös antaa rakentamistapaohjeita, joilla ohjataan rakentamista ja rakennetun ympäristön laatua. Rakennusvalvonta voi esimerkiksi luopua luvanvaraisuudesta, mikäli toimenpide täyttää ohjeessa esitetyt vaatimukset.

6. Aiemmat ohjeistukset

Ohjeet ja menettelytavat

Rakennusvalvontavirastossa **pylvästaulujen sijoittamiseen** on sovellettu 1960-luvulla laadittuja ohjeita. Uudet pylvästaulupaikat hyväksyttiin aina julkisivutoimikunnassa (nykyinen kaupunkikuvaneuvottelukunta) ennen laitteiden vuokrasopimuksen tekemistä aina vuoteen 1982 saakka.

Julkisivutoimikunta on antanut vuonna 1983 lausunnon **suurtaulujen ja kolmiopilareiden** sijoittamisperiaatteista.

Suurtauluista on rakennusvalvontaviraston **ohje** vuodelta 1988 (Rakennusvalvontaviraston ohje suurtaulujen sijoittamisperiaatteista, Ohje 1/88).

Rakennustyömaan aitaaminen ohjeessa vuodelta 1988 (Ohje 3/89, päivitetty 1.11.1995) on käsitelty työmaamainonnan periaatteita.

Kaupunkisuunnitteluviraston lausunnossa vuodelta 1989 on otettu kantaa **katumainostauluja** vastaavien laitteiden **sijoittamisperiaatteisiin** yleisesti (pienten City-mainostelineiden sijoittaminen katutilaan kaupungin maalle).

Postiosoite
Rakennusvalvontavirasto
PL 2300
00099 HELSINGIN KAUPUNKI

Käyntiosoite
Rakennusvalvontavirasto
Siltasaarenkatu 13
Helsinki 53

Puhelin
+(09) 310 2611

Faksi
(09) 310 26206

Internet
http://www.rakvv.hel.fi
Sähköposti
rakennusvalvonta@hel.fi

Pylvästaulujen sijoittamisperiaatteita on käsitelty kaupunkisuunnitteluviraston **lausunnossa** vuodelta 1993.

Menettelytapojen ja lupakäytäntöjen osalta pylvästaulujen ja suurtaulujen luvat myönnettiin yleensä määräaikaisina (5 vuotta), koska rakennusvalvontavirasto oli katsonut laitteiden laadun olevan niin heikko, ettei edellytyksiä pysyvien lupien myöntämiseen ollut. Tilanne näiden laitteiden osalta on sama tänäkin päivänä.

Rakennuslautakunnan mainosjaosto

Rakennuslautakunta asetti 9.2.1988 **jaoston,** joka otti nimekseen **rakennuslautakunnan mainosjaosto.** Jaosto selvitti ulkomainontaan liittyviä ongelmia, kun lupamenettelyn kohteena ovat ns. suurtaulut, mainospilarit ja pylvästaulut. Jaosto mm. katsoi, että lupa ns. suurtaulukehikkojen ja muiden puheena olevien mainoslaitteiden rakentamiseen, sijoittamiseen tai ripustamiseen tulisi myöntää pääsääntöisesti vain määräajaksi, koska laitteiden laatu oli niin heikko.

Jaosto piti epäkohtana sitä, ettei ”kiinteistövirasto tehdessään vuokrasopimuksia yrittäjien kanssa mainospaikoista ota riittävästi huomioon sitä, mitä rakentamista koskevista säännöksistä saattaa johtua. Lupahakemusten perusteltukin hylkääminen kaupunkikuvallisten yms. seikkojen vuoksi…Yrittäjä pyrkii tietoisesti kärjistämään asiaa vetoamalla vuokrasopimukseen ja sen ”sallimaan” hankkeeseen.”

Jaosto päätyi mm. ehdottamaan, että ”rakennuslautakunta antaisi rakennusvalvontavirastolle tehtäväksi laatia, jo aikaisemmin laatimiaan ohjeita hyväksi käyttäen, uuden ohjeiston, joka sisältää edellä tarkoitettujen mainostaulujen ja -laitteiden sijoittamista ja suunnittelua koskevat pääperiaatteet, ensin kantakaupungin ja siihen liittyvien tiiviisti rakennettujen alueiden osalta, ja myöhemmin myös esikaupunkien osalta.” (Rakennuslautakunnan mainosjaoston loppuraportti 27.12.1988.)

Rakennuslautakunta hyväksyi päätösehdotuksen kokouksessaan 10.1.1989.

Ulkomainoslaitteita koskevien ohjeiden uusiminen onkin nähtävä erittäin tarpeelliseksi. Rakennuslautakunta kehotti ryhtymään siihen jo vuonna 1989.

7. Mallihyväksynnät

Kullakin ulkomainoslaitteella tulee olla rakennusvalvontaviraston myöntämä mallihyväksyntä. Mallihyväksyntämenettely on ollut käytössä rakennusvalvontavirastossa 1990-luvun alusta.

Mallihyväksytyssä laitteessa tulee esittää mainoslaite kokonaisuudessaan kaikkine detaljeineen mm. kaikki laitteeseen kiinnitettävät eri osat, materiaalit, tekstit ja laitteen värit.

Mallihyväksynnän jälkeen lupa yksittäisen laitteen sijoittamiseen haetaan liittämällä rakennusvalvontavirastoon jätettävään lupahakemukseen lupakuvista ainoastaan asemapiirros ja ympäristösuunnitelma.

Postiosoite
Rakennusvalvontavirasto
PL 2300
00099 HELSINGIN KAUPUNKI

Käyntiosoite
Rakennusvalvontavirasto
Siltasaarenkatu 13
Helsinki 53

Puhelin
+(09) 310 2611

Faksi
(09) 310 26206

Internet
http://www.rakvv.hel.fi
Sähköposti
rakennusvalvonta@hel.fi

8. Sopimustilanne

Helsingin ulkomainonnan nykytilanne on osaltaan seurausta 1990-luvun alun tapahtumista. Kaupunginvaltuusto solmi vuonna 1991 sopimuksen eräistä kadunkalusteista ja ulkomainoksista Maximedia Oy:n kanssa.

Sopimus, siihen liittyvät lausunnot ja muu materiaali on kokonaisuudessaan luettavissa kaupunginhallituksen mietinnöstä 6-1991 (Maximedia Oy:n ja Helsingin kaupungin välinen yhteistyö ulkomainoslaitteiden osalta).

Sopimus solmittiin kesällä 1991. Siinä kaupunki antoi Maximedialle yksinoikeuden tiettyihin uusiin laitteisiin ja kaupunki sai käyttöönsä sopimusta vastaan mm. pysäkkikatoksia, kartta- ja tiedotustauluja ja wc-laitteita. Kaupunki ei saa vuokratuloja näistä sopimukseen sisältyvistä laitteista. Sopimukseen sisältyvät pysäkkikatokset siirrettiin heti liikennelaitoksen sopimuksen piiriin ja hoidettavaksi.

Kaupunginhallituksen vuonna 1991 solmima sopimus koski uusia ranskalaisen maailmanlaajuisen ulkomainosyrittäjän JCDecaux´n kehittämiä laitteita. Vanhat Helsingissä käytössä olleet ulkomainoslaitteet kuten vanhanmalliset suurtaulut, kolmiopilarit ja pylvästaulut eivät kuuluneet sopimuksen piiriin. Myöhemmin kiinteistövirasto on yhdistänyt myös nämä laitteet saman sopimuksen piiriin niin, että kaikkien kiinteistöviraston solmimien ulkomainoslaitteiden vuokrasopimukset päättyvät 31.7.2008.

Ennen sopimuksen solmimista Helsingissä oli toiminut useita ulkomainosyrittäjiä. Sopimuksen solmimisen jälkeen suuri osa Helsingin ulkomainonnasta päätyi Maximedian haltuun mm. konkurssien kautta.

Samoilla markkinoilla 1990-luvulla Maximedian kanssa toimi PosterNet, joka perustettiin vuonna 1992. PosterNet siirtyi yritysostojen kautta aluksi Moren (More Group Finland Oy) ja vuonna 2000 kansainvälisen Clear Channel Finland Oy- ketjun osaksi.

Ranskalainen JCDecaux osti Maximedian koko osakekannan vuonna 2001 ja jatkoi toimintaa nimellä JCDecaux Finland Oy.

Viacom Outdoor Oy on hoitanut lähinnä liikkuvaa mediaa, esim. bussi ja raitiovaunumainontaa.

Infobase Towers Oy markkinoi viestintätorneja eli teollisuusalueiden informaatio-ja mainospyloneita. Yhtiö perustettiin vuonna 2001 PosterNetin aiempien omistajien toimesta.

Ulkomainonta Helsingissä on 1990-luvun alkupuolelta ollut erittäin keskittynyttä. Kaupungin aiemmin solmima sopimus on osaltaan estänyt kilpailun käynnistymisen. Lähes 100 % ulkomainonnasta on tällä hetkellä yhden yrittäjän eli JCDecaux Finland Oy:n hallussa. Kilpailua ei juuri ole. Pieniä osia Helsingin markkinoista hallitsevat seuraavat ulkomainosyrittäjät:
-Clear Channel Suomi Oy n.1%
-Viacom Outdoor Oy n. 0,1 %
-Infobase Towers Oy n. 0,1%

Alalle on pyrkimässä useita uusia yrittäjiä.

Postiosoite
Rakennusvalvontavirasto
PL 2300
00099 HELSINGIN KAUPUNKI

Käyntiosoite
Rakennusvalvontavirasto
Siltasaarenkatu 13
Helsinki 53

Puhelin
+(09) 310 2611

Faksi
(09) 310 26206

Internet
http://www.rakvv.hel.fi
Sähköposti
rakennusvalvonta@hel.fi

9. Ulkomainoslaitteisiin liittyviä ongelmia

Kilpailun puute Helsingissä on johtanut siihen, että laitteistossa ei ole tapahtunut merkittävää kehitystä 1990-luvun alun jälkeen. Vanhentuneita, kehittymättömiä ennen vuotta 1990 käytössä olleita laitteita on jopa määrältään lisätty, koska kilpailua ei ole ollut eikä kaupungilla ole ollut riittävää tahtoa, näkemystä tai ohjausta laitteiston kehittämiselle tai sijoittamiselle. Kehitys on ollut pitkään jo täysin pysähtynyttä. Vuokra-ajan loppumisen lähestyminenkään ei ole kannustanut uusiin investointeihin.

Lisäksi ongelmaksi näytti työtä käynnistettäessä muodostuneen, että osa laitteista oli jäänyt maastoon lupa-ajan umpeuduttua eikä laitteilla ollut rakennuslainsäädännön mukaisia lupia. Osalle laitteita ei ollut haettu lupia laisinkaan ja ne oli sijoitettu maastoon pelkän vuokrasopimuksen nojalla. Sijoittaminen oli tehty myös vastoin rakennusvalvontaviraston sijoitusperiaatteita.

Kiinteistövirasto vuokranantajana oli huolehtinut ensisijaisesti vuokratulojen saamisesta. Yrittäjät eivät olleet huolehtineet lupien hakemisesta, vaikka vuokrasopimuksessa tätä edellytettiin. Rakennusvalvontavirasto, rakennusvirasto tai kaupunkisuunnitteluviraston liikennesuunnitteluosasto ei myöskään ollut huolehtinut valvontavelvollisuudestaan. Osaltaan tilanne johtui monista toimijoista kaupungin sisällä - työnjaosta tai pelisäännöistä ei ollut selkeästi sovittu. Lisäksi esimerkiksi rakennusvalvontaviraston henkilöresurssit valvontaan ja määrällisesti suurten ulkomainoslupien käsittelyyn ovat olleet alimittaiset.

Tilannetta on ollut vaikea valvoa, koska ulkomainoslaitteiden määrä on suuri ja laitteille ei ole kehitetty tehokkaita seurantajärjestelmiä esim. paikkatietojärjestelmää. Yksittäisten laitteiden esim. pylvästaulujen määrä oli kasvanut kontrolloimattomasti vuodesta 1982 vuoteen 1997 osin pelkkien vuokrasopimusten nojalla. Tämä johtui siitä, että kiinteistövirasto ryhtyi vuonna 1982 vuokraamaan tietyn määrän laitepaikkoja ilman, että rakennusvalvontavirasto olisi antanut paikoista aiemman käytännön mukaisesti lausunnon kiinteistövirastolle. Tämä johti vähitellen laitteiden sijoittamiseen ohjeiden vastaisesti ja lupien laiminlyömiseen. Vasta tämän ulkomainostyöryhmän työn aikana pylvästaululuvat käsiteltiin, mutta niiden sijoitus jäi vielä edelleen monin paikoin ohjeiden vastaiseksi. Paikat tulee tarkistaa nykyisen vuokrasopimuskauden loppuessa vastaamaan ohjeita ja sijoitusperiaatteita.

Sama koskee tilapäisiä suurtauluja, joiden sijoittamiseen on myönnetty usein määräaikainen viiden vuoden lupa, mutta kiinteistövirasto on solminut vuokrasopimuksen vuoteen 2008. Yrittäjät vetoavat vuokrasopimukseen laitteiden pitämiseksi paikoillaan, vaikka kaupunkisuunnitteluviraston ja rakennusvalvontaviraston näkemyksen mukaan kaupunkiympäristön muuttuminen ja kehittyminen olisi lupa-ajan umpeuduttua edellyttänyt laitteiden poistamista.

Ongelmallista on myös, että ulkomainoslaitteiden käsittely vie paljon resursseja useissa virastoissa. Tämä johtuu mm. menettelytapojen ja prosessien selkiytymättömyydestä, yhteisten pelisääntöjen puutteesta, seurannan puutteesta, manuaalisuudesta ja sattumanvaraisuudesta. Toisaalta kaupunki mm. kiinteistövirasto saa vuokratuloja, mutta toisaalta työpanos kaupunkisuunnittelu-, rakennusvalvonta ja rakennusvirastossa on erittäin merkittävä.

Postiosoite
Rakennusvalvontavirasto
PL 2300
00099 HELSINGIN KAUPUNKI

Käyntiosoite
Rakennusvalvontavirasto
Siltasaarenkatu 13
Helsinki 53

Puhelin
+(09) 310 2611

Faksi
(09) 310 26206

Internet
http://www.rakvv.hel.fi
Sähköposti
rakennusvalvonta@hel.fi

Kokonaistaloudellisesti ajatellen voi miettiä onko em. kehitys ollut Helsingin etujen mukaista. Vuokrat vanhojen laitteiden paikoista ovat vähäisiä ja vähemmällä määrällä uusia korkeatasoisia laitteita olisi voitu helposti korvata vanhojen laitteiden vuokratulot. Samalla olisi päästy kaupunkikuvallisesti korkealaatuisempaan tulokseen. Yrittäjät eivät esimerkiksi ole välittäneet uusia laitteita sijoittaessaan kaupunginvaltuuston 20 metrin säännöstä (mainoslaitteiden keskinäisen etäisyyden toisistaan tulee olla 20 metriä), vaan mm. vanhat pylvästaulut on jätetty paikoilleen, vaikka viereen on tuotu uusi laite. Tilanne on muodostunut paikoitellen jopa kaupunkikuvallisesti kaoottiseksi ja vaatiikin johdonmukaista kehitystyötä ennen uuden sopimuksen solmimista.

Esimerkiksi Pariisissa ulkomainoslaitteiden määrää on vähennetty, kun käyttöön on otettu useita kuvapintoja sisältäviä vaihtuvaviestisiä laitteita.

10. Helsingin ulkomainoslaitteisto

Yleistä

Helsingin käytössä oleva laadukas, nykyajan vaatimukset täyttävä ulkomainoslaitteisto on pääosin syntynyt vuonna 1991 laaditun sopimuksen seurauksena. Tällöin Maximedia yhteistyökumppaninaan JCDecaux toi Helsinkiin uusia laitteita. Näitä olivat mm. odotuskatokset, mainospilarit ja kaupunkitiedotustaulut. Osasta laitteita kehitettiin suomalaiset versiot, suunnittelijana akateemikko Juha Leiviskä. Osa laitteista oli eurooppalaisia käytössä olevia malleja, joita Leiviskä oli mukana valitsemassa Helsinkiin.

Muut vielä käytössä olevat laitteet ovat pääosin vanhempia, osa periytyy jopa 1940-luvulta. Näitä ovat vanhanmalliset suurtaulut, kolmiopilarit, pylvästaulut ja mainosroskakorit. Laadultaan em. laitteet ovat lähinnä tilapäisluonteisia.

Vaihtuvaan ulkomainontaan käytettävät laitteet Helsingissä

Helsingissä on käytössä seuraavanlaisia ulkomainoslaitteita:

- **suurtaulut**
  - -sisältä valaistu (kauppanimenä mm. Senior, Citylite ja Big Light, mallihyväksyntä Senior-taululla, jota nykyään kutsutaan Citylite-nimellä)
  - -vanhanmallinen suurtaulu (eli tilapäisluonteinen suurtaulu, sama malli kuin työmaataulu, mallihyväksymätön)

- **mainospilarit**
  - -pyöreä (mallihyväksytty)
  - -kolmiopilari (mallihyväksymätön)

- **katumainostaulut**
  - -iso eli kaupunkitiedotustaulu (myös nimeä mupi käytetty, mallihyväksyntä kahden yrittäjän laitteilla)
  - -pieni, sama malli ns. jalankulkuopastaulu (mallihyväksytty)

- **pysäkkikatokset**
  - -kapea malli (mallihyväksytty)
  - -leveä malli (mallihyväksytty)

Postiosoite
Rakennusvalvontavirasto
PL 2300
00099 HELSINGIN KAUPUNKI

Käyntiosoite
Rakennusvalvontavirasto
Siltasaarenkatu 13
Helsinki 53

Puhelin
+(09) 310 2611

Faksi
(09) 310 26206

Internet
http://www.rakvv.hel.fi
Sähköposti
rakennusvalvonta@hel.fi

- **taksikatokset** (mallihyväksytty)

- **pylvästaulut**
  -malli 1990-luvulta (mallihyväksytty)
  -malli 1960-luvulta (mallihyväksymätön)

- **mainosroskakorit**
  -mallihyväksyntä laitteella, jota ei vielä maastossa
  -malli 1970-luvulta (mallihyväksymätön)

- **mainostornit**
  -viestintätorni (mallihyväksytty)

Nykyiset laitetyypit ja laitteiden määrät on esitetty erillisillä liitteillä. Liite 1-3.

Laitemäärien tarkastelu osoittaa, että ulkomainospintojen määrät ovat olleet voimakkaassa kasvussa jo pitkään ja niiden määrä on noussut nopeasti. Erityisen paljon ovat lisääntyneet katumainostaulujulistepintojen määrät. Kilpailutettaessa katumainostaulujen paikkoja yksittäiset ongelmalliset paikat tulee korvata paremmin sopivilla. Sama koskee mainospilareita. Vanhanmallisten suurtaulujen ja pylvästaulujen määrää tulee sen sijaan vähentää, koska laitteet ovat tilapäisluonteisia ja kaupunkiympäristön muutoksista johtuen osa niiden paikoista ei enää täytä sijoituskriteerejä eivätkä laitteet enää vastaa paikalle asetettuja laatuvaatimuksia.

Kaupungissa on edellä lueteltujen laitteiden lisäksi yksittäisiä muita ulkomainoslaitteita kuten esim. led-tauluja.

Helsingin kaupungilla on käytössään kolme elektronista tiedotustaulua ja liikennelaitos on pystyttänyt muutamia infopyloneita keskustaan. Nämä laitteet eivät ole varsinaisia mainoslaitteita.

Kiinteistövirasto vuokraa lisäksi paikkoja tilapäiselle alle kaksi viikkoa paikallaan pidettävälle ulkomainonnalle katujen yläpuolelle ja toreille (esim. banderolleja ja tapahtumista kertovia tauluja). Myös rakennusviraston katu- ja puisto-osaston palvelutoimisto myöntää lupia kaduille, toreille ja aukioille erilaisille laitteille tai tapahtumille.

Ulkomainontaan käytetään myös siirrettäviä mainostelineitä eli standeja (yleisimpiä ns. A-standit). Näitä eivät tuo paikoilleen ulkomainosyrittäjät vaan yksityiset liikkeenharjoittajat.

11. Tilapäinen ulkomainonta

Yleistä

Helsingin kaupungin rakennusjärjestyksen mukaan tapahtumien järjestämistä varten voidaan julkiseen kaupunkitilaan pystyttää yleisötelttoja ja muita vastaavia siirrettäviä rakennuksia ja rakennelmia ilman rakennusvalvontaviranomaisen lupaa niin, että ne voivat olla pystytettyinä paikallaan ja käytössä kauintaan kaksi viikkoa. Säännöstä on sovellettu myös enintään kaksi viikkoa paikallaan pidettäviin kertaluonteisiin kampan-

Postiosoite
Rakennusvalvontavirasto
PL 2300
00099 HELSINGIN KAUPUNKI

Käyntiosoite
Rakennusvalvontavirasto
Siltasaarenkatu 13
Helsinki 53

Puhelin
+(09) 310 2611

Faksi
(09) 310 26206

Internet
http://www.rakvv.hel.fi
Sähköposti
rakennusvalvonta@hel.fi

jamainoksiin. Kiinteistövirasto vuokraa tällaisia ulkomainontapaikkoja, esimerkiksi katujen yläpuolelle banderolleja ja tilapäisiä tapahtumatauluja toreille ja aukioille.

Tilapäisten ulkomainoslaitteiden laatu on heikko ja onkin syytä jatkossa miettiä tapoja sen parantamiseen. Tämä edellyttäisi tilapäisten ulkomainontalaitteiden suunnittelua. Ongelmia aiheuttaa mm. se, että tilapäiset laitteet tuodaan kaupunkikuvaan irrallisina ja niiden jalustat ja kiinnityslaitteet ovat tilapäisen oloisia, rakenteiltaan raskaita ja maanpinnan yläpuolella pinta-asennuksina. Myös paikat ovat huonoja. Usein ne halutaan sijoittaa keskelle jalankulkualueita mahdollisimman näkyvälle paikalle, jolloin ne pahimmillaan muodostavat liikkumisesteen ja aiheuttavat törmäysvaaran.

Standit

Tässä työssä ei käsitellä standeja, joista yleisimpiä ovat ns. A-standit, koska niitä on käsitelty laaja-alaisessa työryhmässä vuonna 2000. Standit eivät ole ulkomainosyrittäjien laitteita, vaan niitä tuovat kaduille yksittäiset kauppaliikkeet ja yrittäjät.

Kaupunginhallitus antoi kesällä 2000 toimeksiannon rakennusvalvontavirastolle valmistella vuoden 2000 aikana rakentamistapaohjeen siirrettävien mainostelineiden sijoittamisesta julkiseen kaupunkitilaan (ns. A-standit). Rakennusvalvontavirasto laati ohjeen yhteistyössä kaupunkisuunnittelu-, kiinteistö- ja rakennusviraston sekä useiden yrittäjien ja ulkopuolisten tahojen kanssa (Helsingin Kauppakamari, Suomen toimitila-ja rakennuttajaliitto Rakli, Helsinki City Markkinointi, Uudenmaan Asuntokiinteistöyhdistys, Helsingin vammaisneuvosto). Rakennuslautakunta hyväksyi ohjeen Siirrettävät mainostelineet eli standit, sijoittamisperiaatteet 24.4.2001.

Rakennusvalvontavirasto lähetti ohjeen keväällä 2001 kaupunginhallitukselle ja muille osapuolille tiedoksi ja kiinteistölautakunnalle toimenpiteitä varten. Ohjeen toteuttaminen on kesken kiinteistöviraston osalta. Kiinteistölautakunta ei ole käsitellyt vielä asiaa, lautakunnan tulisi vahvistaa omalta osaltaan siirrettävien mainostelineiden lupa- ja vuokrapolitiikka. Rakennusvalvontavirasto on vuosittain pyrkinyt valvomaan resurssiensa sallimissa puitteissa standien sijoittamista järjestämällä joka kevät standi-iskuja, joista mm. lehdistössä on kirjoiteltu laajasti. Esimerkkinä voi mainita, että mm. Hyvinkäällä standeista peritään 50 euron vuosittainen maksu ja niille on sovittu selkeät pelisäännöt, jolloin myös standien määrää ja haittavaikutuksia on pystytty vähentämään.

12. Menettelytavat ja prosessit

Kaupunkisuunnitteluviraston, kiinteistöviraston, rakennusvalvontaviraston ja rakennusviraston edustajista koostuva ulkomainosryhmä on sopinut tietyistä pelisäännöistä ulkomainoslaitteiden lausuntoja, vuokrauksia, lupia ja sijoittamisia silmälläpitäen. Menettelytapoja tarkistetaan jatkossa käytännön tarpeiden mukaan.

Ryhmä on mm. nähnyt nykyisen jatkolupakäytännön tilapäisluonteisten laitteiden kohdalla jatkossa poissuljettuna menettelynä (ns. määräaikaiset luvat). Tällaisten laitteiden vuokrauksessa tulee noudattaa kertaluonteista menettelyä, jolloin laitteiden sopivuus ympäristöön arvioidaan vuokra-ajan loputtua lausuntomenettelyineen.

Lisäksi työryhmä on sopinut, että se edelleen kokoontuu jatkossakin vähintään kaksi kertaa vuodessa pohtimaan ulkomainontaan liittyviä erityiskysymyksiä.

Postiosoite
Rakennusvalvontavirasto
PL 2300
00099 HELSINGIN KAUPUNKI

Käyntiosoite
Rakennusvalvontavirasto
Siltasaarenkatu 13
Helsinki 53

Puhelin
+(09) 310 2611

Faksi
(09) 310 26206

Internet
http://www.rakvv.hel.fi

Sähköposti
rakennusvalvonta@hel.fi

Ulkomainosryhmä on tarkastellut ulkomainonnan lupa- ja käsittelyprosesseja työssään. Ongelmallista on monien toimijoiden määrä. Tulevaisuudessa on syytä kehittää menettelytapoja ja pyrkiä yksinkertaistamaan prosesseja ja vähentämään toimijoiden määrää.

Liitteenä prosessikaaviot (Liite 5):

1. Nykytilanne, maanvuokraajana kiinteistövirasto
2. Nykytilanne, muu maanvuokraaja
3. Nykytilanne, jatkoluvat
4. Prosessi 1.8.2008 jälkeen
5. Kehityskuva
6. Kehityskuva, pylvästaulut

Ulkomainoslaitteiden vuokraajana kaupungin maalla toimii pääsääntöisesti kiinteistövirasto. Helsingin Satamalla on joitakin ulkomainospaikkoja vuokralla. Liikennelaitoksella on sopimus bussi- ja raitiovaunupysäkkikatoksista. Vuokraajana voi olla myös valtio (esim. ratahallintokeskus) tai yksityinen taho. Kaupunkisuunnitteluvirasto antaa nykyisin kiinteistövirastoon jätetyistä paikkavaraushakemuksista lausunnon. Lausunto annetaan sekä toiminnallisista että liikenteellisistä seikoista. Rakennusvalvontavirasto myöntää toimenpideluvat ulkomainoslaitteille rakennusasetuksen 62§:n mukaan. Rakennusvirasto antaa laitteille kaivuluvat ja tarkistaa samalla, ettei laite ole mm. vesi-, viemäri- tai muiden linjojen päällä sekä tarkistaa, että laitteen ympäristö viimeistellään muun katuympäristön tavoin.

Ennen yksittäisten laitteiden toimenpidelupien käsittelyä rakennusvalvontavirasto käsittelee laitteiden mallit ns. mallihyväksynnän puitteissa. Rakennusvalvontaviraston myöntämä mallihyväksyntä koskee luvanvaraisia laitteita. Muille kaduille tuleville laitteille rakennusvirasto myöntää luvat ja samalla huolehtii, että ne ovat Helsingin katuympäristöön soveltuvia.

Eri toimijoiden menettelytavat on syytä yhtenäistää jatkossa. Kaikkia vuokranantajia tulee koskea samojen menettelytapojen olipa kyse valtiosta, yksityisistä vuokranantajista, kaupungin omista hallintokunnista tai kaupungin liikelaitoksista.

13. Ulkomainonnan taloudellinen merkitys Helsingin kaupungille

Ulkomainoslaitteiden paikkojen vuokraamisesta kertyy tuloja kaupungille. Kiinteistövirasto vuokraa pääosan paikoista. Vuokratulot vuonna 2003 olivat yhteensä 570 000 euroa (mukana myös Helsingin Sataman alueella olevien laitteiden vuokratuloja, vaikka liikelaitokset nykyään vuokraavat itse alueitaan ulkomainontaan). Tilapäisten ulkomainosten vuokratulot olivat 191 600 euroa. Vuoden 2004 tuloja ei ole saatu.

Helsingin Sataman tulot ulkomainonnasta olivat vuonna 2004 noin 11 000 euroa (tästä puuttuu kiinteistöviraston sataman alueilta vuokraamien paikkojen tulot, jotka ovat ohjautuneet kiinteistövirastolle).

Osasta maastossa olevista laitteista ei saada vuokratuloja, koska kaupunki on sopimuksessa vuonna 1991 saanut mm. odotuskatoksia, kaupunkitiedotustauluja

Postiosoite
Rakennusvalvontavirasto
PL 2300
00099 HELSINGIN KAUPUNKI

Käyntiosoite
Rakennusvalvontavirasto
Siltasaarenkatu 13
Helsinki 53

Puhelin
+(09) 310 2611

Faksi
(09) 310 26206

Internet
http://www.rakvv.hel.fi
Sähköposti
rakennusvalvonta@hel.fi

(karttatauluja ja kulttuurimainontapaikkoja), wc-laitteita ym. niin, ettei yrittäjän tarvitse maksaa vuokraa eräistä sopimukseen sisällytetyistä laitteista.

Liikennelaitos laatii sopimukset pysäkkikatoksista eikä niissä olevista mainoksista saada tuloja kaupungille.

Vanhoista ennen vuotta 1991 käytössä olleista laitteista vuokrat ovat erittäin pienet. Tällaisia laitteita ovat mm. tilapäisluonteiset suurtaulut, kolmiopilarit, pylvästaulut ja mainosroskakorit. Noin sadan pylvästaulun vuokra on yhtä suuri kuin yhden uudenmallisen suurtaulun. Eri laitteiden taloudellisuusvertailua ei ole kiinteistöviraston käsityksen mukaan ollut mahdollista tehdä.

Samoin vuokrat vaihtuvaviestisistä laitteista ovat samat kuin kiinteitä julistepintoja sisältävien laitteiden, vaikka näiden laitteiden mainonnallinen arvo on moninkertainen ja myös vuokra voisi olla vastaavassa suhteessa suurempi.

Kaupungin kannattaakin jatkossa ulkomainospaikkojen vuokrapolitiikassaan suosia korkealaatuisia laitteita, joiden vuokratuotot ovat kohtuulliset tai hyvät ja luopua laitteista, jotka ovat kaupunkikuvallisesti heikkoja ja lisäksi tuottavat suhteessa vähän.

Yhdistämällä ammattimainen hallinnointi ja taloushallinto korkeatasoisiin kaupunkikuvallisiin vaatimuksiin voitaisiin todennäköisesti merkittävästi lisätä kaupungin tuloja ja samalla parantaa kaupunkikuvaa.

14. Yrittäjien kuuleminen

Ulkomainosryhmä on työn kuluessa ollut yhteydessä ulkomainosyrittäjiin ja esitellyt valmisteltavaa aineistoa. Yrittäjille on tiedotettu ja heitä on kuultu työn suuntaviivoista, laadittavista ohjeista, vyöhykekartasta, liikenneturvallisuusohjeista ja menettelytavoista.

Yrittäjille on lisäksi järjestetty kolme kuulemistilaisuutta 3.6.2003, 30.3.2004 ja 6.4.2005. Kuultavina ovat olleet seuraavat yrittäjäjärjestöt/yrittäjät
-Suomen Ulkomainosliitto ry (jäsenjärjestöjensä kautta, ei nimettyjä edustajia)
-Clear Channel Suomi Oy (läsnä 3.6.2003 ja 30.3.2004)
-JCDecaux Finland Oy (läsnä 3.6.2003, 30.3.2004 ja 6.4.2005)
-Viacom Outdoor Oy (läsnä 30.3.2004)
-Infobase Towers Oy (läsnä 30.3.2004 ja 6.4.2005)

15. Ulkomainonnan tulevaisuuden suuntaviivat Helsingissä

Yleistä

Ulkomainonnan laatuun tulee tulevaisuudessa kiinnittää nykyistä enemmän huomiota. Erityisesti kantakaupungin keskeisten osien ja muun kantakaupungin ulkomainonnan laatuun ja vaikutukseen kaupunkiympäristöön on saatava laadukkaampi ote.

Helsinki-imagoon kuuluvat korkealaatuiset mainoslaitteet. Tämä tarkoittaa sitä, että johdonmukaisesti vanhoja ympäristöönsä huonosti sopivia laitteita vähennetään ja kor-

Postiosoite
Rakennusvalvontavirasto
PL 2300
00099 HELSINGIN KAUPUNKI

Käyntiosoite
Rakennusvalvontavirasto
Siltasaarenkatu 13
Helsinki 53

Puhelin
+(09) 310 2611

Faksi
(09) 310 26206

Internet
http://www.rakvv.hel.fi
Sähköposti
rakennusvalvonta@hel.fi

vataan korkealaatuisemmilla. Tähän Helsingissä onkin nyt erinomainen tilaisuus. Kaikkien kiinteistöviraston vuokraamien laitteiden vuokra-ajat päättyvät 31.7.2008. Helsinki kilpailuttaa laitteet ja onkin järkevää tässä yhteydessä luopua osasta malliltaan vanhentuneista laitteista tai vähentää niiden määrää ja korvata ne korkeatasoisemmilla.

Helsinkiin tarvitaan uutta laitevalikoimaa. Olisi tärkeää esimerkiksi kilpailuttaa mainontakonsepteja uusilla alueilla. Vanhat konseptit eivät ole erityisen toimivia Helsingin kaupunkiympäristössä. Kilpailun ja kaupungin tavoiteasettelujen puute on kuitenkin johtanut siihen, että yrittäjät eivät ole suorittaneet tuotekehittelyä.

Myös laitteiden paikat tulee sovittaa kaupunkiympäristöön huolella. Tämä on sekä kaupunkisuunnitteluviraston että rakennusvalvontaviraston tehtävä. Samoin laitteiden ympäristön viimeistelyyn tulee kiinnittää huomiota, rakennusvirasto on tässä avainasemassa. Rakennusvirastossa asiantuntijoiden (arkkitehtien tai muiden kaupunkikuvallisiin kysymyksiin perehtyneiden henkilöiden), tulee tarkistaa laitteiden sopivuus katumiljööseen (ympäristösuunnitelman tarkistus esim. pinnoitteet).

Kaupungin bussi- ja raitiovaunupysäkkien odotuskatokset

Kaupungin liikennelaitos rakennuttaa pysäkkikatokset yhteistyössä yrittäjän kanssa. Sopimus on voimassa vuoden 2015 loppuun. Alkuperäisen sopimuksen solmimisen jälkeen katosten määrää on lisätty huomattavasti. Kaikkien pystytettävien katosten on sovittu olevan sijoitettuna vuoteen 2009 mennessä. Katosyksiköitä on tällöin käytössä 1350, joista 52 on Jokeri-linjalle sijoitettavia erikoiskatoksia ns. Jokeri-katoksia.

Odotuskatosten huolto on toiminut suhteellisen hyvin ja on mahdollista, että katokset jäävät vuoden 2015 jälkeenkin edelleen käyttöön. Ulkomaisten esimerkkien valossa näyttää kuitenkin siltä, että mallistoja tulee pyrkiä modernisoimaan ja kehittämään, koska pysäkkikatokset ovat kaupunkien imagoon ja matkustajien vetovoimaan voimakkaasti vaikuttava asia. Katosten laatua tulee pyrkiä arvioimaan hyvissä ajoin ennen sopimuskauden päättymistä v. 2015. Eurooppalaiset kaupungit ovat nähneet pysäkkikatokset tärkeänä kehittämiskohteena ja nimenomaan niiden kaupunkikuvallista laatua on nostettu, monilla kaupungeilla on paikallisten tai kansainvälisten huippusuunnittelijoiden kehittämiä kuhunkin kaupunkiin kehitettyjä katosjärjestelmiä erilaisine muine lisäosineen (ajantasaisinformaatio, opastusjärjestelmät, valaisimet, roskakorit, penkit). Mainonta on integroitu osaksi katosjärjestelmää.

Kaupungin tiedotus-, opastus- ja muut tarpeet

Kaupungilla on selkeitä opastus- ja tiedotustarpeita. Ulkomainosyrittäjät hoitavat näitä nykyisen sopimuksen nojalla ja näistä maksettava korvaus johtaa vuokratulojen menettämiseen tai vähenemiseen. Kaupungin kannalta järjestelmällä on etuja. Kaupunki saa tietyn määrän kartta- ja opastetauluja ja niiden ylläpidon. Myös kulttuurilaitoksille on tarjottu katumainostaulujen pintoja edullisesti. Tätä on syytä jatkaa. Kilpailuun lähdettäessä kaupungilla on kuitenkin syytä olla selkeä tahtotila mitä tarvitaan, jotta tarpeet ja niistä maksettava hinta ovat kohdallaan.

Myös muita mahdollisia tarpeita on syytä kartoittaa ja miettiä kaupungin strategiaa. Lontoossa esimerkiksi ulkomainosyrittäjä on lanseerannut informaatiojärjestelmän. Myös tiedotustaulut, puhelimet, kioskit, penkit, roskakorit, wc-laitteet, roskienkierrätys-

Postiosoite
Rakennusvalvontavirasto
PL 2300
00099 HELSINGIN KAUPUNKI

Käyntiosoite
Rakennusvalvontavirasto
Siltasaarenkatu 13
Helsinki 53

Puhelin
+(09) 310 2611

Faksi
(09) 310 26206

Internet
http://www.rakvv.hel.fi
Sähköposti
rakennusvalvonta@hel.fi

ja keruujärjestelmät kuuluvat ulkomainosyrittäjien valikoimaan ja tarjontaan muualla Euroopassa.

Kulttuurimainonta

Työryhmä on tehnyt opintomatkan Lontooseen ja Pariisiin ja tutustunut ulkomainontaan em. kaupungeissa. Myös muilla matkoilla ulkomainostyöryhmän työn aikana on painopisteenä ollut ulkomainonnan tarkkailu. Päällimmäisenä vaikutelmana eurooppalaisista kaupungeista on historiallisten keskustojen julkisen miljöön ja kaupunkikuvan kohentaminen ja ulkomainonnan vähentäminen ja selkiyttäminen.

Kulttuurimainonnalla on merkittävä rooli eurooppalaisten kaupunkien ulkomainonnassa. Osaltaan tämä johtuu kulttuurieroista ja perinteistä, esim. Ranskassa lehtikioskeissa ja pyöreissä pilareissa sallitaan ainoastaan kulttuurimainonta. Oslon keskustassa samoin kuin Tukholmassa kaikki pylväsbanderollit ja pylvästaulut on varattu ainoastaan kulttuurimainonnalle. Kulttuurimainonnan osuus kaikkialla Euroopassa kaupunkien keskustoissa on laadultaan korkealaatuinen ja merkittävä määrältään suhteessa muuhun ulkomainontaan.

Helsingissäkin kulttuurimainonnan määrää on syytä lisätä mm. kulttuurilaitosten lähellä ja keskustassa missä kaupunkilaiset ja turistit liikkuvat. Uudenlaista pylväsmainontaa voisi tutkia esim. Kauppatorilla ja sisääntuloteiden varsilla. Pylväsmainonta tulisi toteuttaa banderollityyppisenä mainontana, jollainen on viime vuosina yleistynyt lähes kaikissa eurooppalaisissa kaupungeissa.

Tilapäinen mainonta

Tilapäisten ulkomainontalaitteiden laatutasoa tulee nostaa. Tilapäisen mainonnan paikat tulee suunnitella johdonmukaisesti. Mikäli jalkakäytäville tai jalankulkualueille sijoitetaan tilapäistä mainontaa, tulee noudattaa rakennusvalvontaviraston ohjeessa ”Siirrettävät mainostelineet eli standit, sijoittamisperiaatteet” esitettyjä periaatteita. Kaikkien tilapäisten laitteiden mallit tulee hyväksyttää rakennusvalvontavirastossa ja arvioida kaupunkikuvaneuvottelukunnassa. Ympäristön esteettömyydestä tulee huolehtia laitteita sijoitettaessa.

Työnjako tulee selkiyttää kiinteistöviraston, rakennusvalvontaviraston ja rakennusviraston välillä. Yrittäjille on tällä hetkellä epäselvää kenellä on oikeus myöntää tilapäisiä lupia ja kuka vuokrauksia hoitaa kussakin yksittäistapauksessa.

Mallihyväksynnät

Mallihyväksynnät ulkomainoslaitteille on syytä myöntää määräaikaisina, koska kilpailutettaessa laitteiden paikkoja tulee mallistoja pyrkiä kehittämään. Korkealaatuisten laitteiden mallihyväksynnät voivat olla voimassa 10-15 vuotta tai sopimuskauden. Mallihyväksyntää voidaan jatkaa, jos laite edelleen täyttää Helsingissä määritellyt kriteerit. Kustakin laitteesta tulee vuokrasopimusten uusimisen yhteydessä tehdä arvio kuinka kauan kyseistä mallia vielä voidaan käyttää. Helsingissä ennen vuotta 1990 käytössä olleilla laitteilla ei ole mallihyväksyntää tällä hetkellä. Ne ovatkin malleiltaan vanhentuneita ja uutta sopimusta solmittaessa niiden vuokrasopimukset tulee rajoittaa maksimissaan viiteen vuoteen tai niiden käyttöalueet tulee

Postiosoite
Rakennusvalvontavirasto
PL 2300
00099 HELSINGIN KAUPUNKI

Käyntiosoite
Rakennusvalvontavirasto
Siltasaarenkatu 13
Helsinki 53

Puhelin
+(09) 310 2611

Faksi
(09) 310 26206

Internet
http://www.rakvv.hel.fi
Sähköposti
rakennusvalvonta@hel.fi

määritellä sellaisiksi, joissa niihin ei kohdistu kaupunkikuvallisia vaatimuksia. Mikäli laitteille haetaan mallihyväksyntää tulee niiden käyttöalueet määritellä.

Työryhmä on käynyt laitteiden mallihyväksynnät läpi ja arvioinut laitteiden sopivuutta Helsinkiin jatkossa kilpailutettaessa laitteita silmälläpitäen vuoden 2008 jälkeistä tilannetta. Työryhmän arviot käyvät ilmi liitteestä 1: Laitetyypit. Ulkomainoslaitteiden laitekohtainen analyysi.

Laitteiden alueittaiset sijoittamisperiaatteet

Kaupunkisuunnitteluvirasto on laatinut kartan laitteiden alueittaisiksi sijoittamisperiaatteiksi. Kartta palvelee kaupunkisuunnitteluvirastoa laitteiden sijoituspaikkalausuntoja valmisteltaessa. Kartta on yleispiirteinen ja tarkemmat sijoittamiskriteerit määritellään rakennusvalvontaviraston rakentamistapaohjeissa. Kaupunkisuunnitteluvirasto täsmentää kartan alueittaisia sijoittamisperiaatteita jatkossa mm. suojelualueita koskevilla rajauksilla. Kilpailussa tulee noudattaa kartan periaatteita. Liite 6: Ulkomainoslaitteiden yleispiirteiset sijoittamisperiaatteet (ns.vyöhykekartta).

Liikenneturvallisuusnäkökohdat ulkomainoslaitteiden sijoittamisessa

Kaupunkisuunnitteluviraston liikennesuunnitteluosasto on selvittänyt ulkomainoslaitteiden liikenneturvallisuutta työn yhteydessä. Liikennesuunnitteluosasto on hyväksynyt suuntaviivat liikenneturvallisuuden arvioinnille. Seuraavassa yhteenveto:

”Ulkomainoslaitteiden sijoittamisessa tulee ottaa huomioon liikenneturvallisuusnäkökohdat. Mainos ei saa viedä liiaksi huomiota pois liikenteestä ja liikenteen ohjauslaitteista. Pyrkimyksenä on sijoittaa eniten huomiota vievät mainokset siten, että niistä johtuva liikenneturvallisuuden heikkeneminen on mahdollisimman vähäistä. Mainoslaitteita ei saa sijoittaa risteysalueelle, missä ne voivat estää näkemiä tai muutoin haitata liikenneturvallisuutta eikä pysähtymismatkalle ennen suojatietä, missä autoilijan huomion tulee kiinnittyä suojatien käyttäjiin tai siten, että mainoslaite peittää tai häiritsee liikenteenohjauslaitteen havaittavuutta.

Lisäksi on otettava huomioon, että tieliikennelain 56 §:n mukaan tielle tai sen välittömään läheisyyteen ei saa asettaa merkkiä, kilpeä tai muuta laitetta, jonka voi erheellisesti käsittää liikennemerkiksi tai muuksi liikenteen ohjauslaitteeksi taikka joka voi huonontaa sellaisen näkyvyyttä. Järjestyslain 6 §:n mukaan yleistä järjestystä tai turvallisuutta vaarantavan, häikäisevän tai harhauttavan valon taikka liikenteenohjauslaitetta muistuttavan tai muuten turvallisuutta vaarantavan mainoksen käyttäminen on kielletty. Liikenneministeriön päätöksen liikenteen ohjauslaitteista 4 §:n mukaan liikenteen ohjauslaitteeseen tai sen kannattajaan ei saa kiinnittää mitään, mikä ei vastaa tämän laitteen tarkoitusta tai mikä vaikeuttaa liikenteen ohjausta.

Mainoksen valaistus tulee sopeuttaa ympäristön muuhun valaistukseen. Jos mainoksessa on vaihtuva viesti, suhtaudutaan laitteen sijoittamiseen kriittisemmin.

Kaupunkisuunnitteluvirasto antaa lausunnon ulkomainoslaitteiden sijoittamisesta ennen lupakäsittelyä. Tämä lausunto kootaan liikennesuunnitteluosaston valmistelemien liikenneturvallisuusnäkökohtien ja asemakaavaosaston valmistelemien kaavallisten ja toiminnallisten näkökohtien pohjalta.”
Liite 7: Ulkomainoslaitteiden sijoittaminen Helsingissä. Liikenneturvallisuusnäkökohdat.

Postiosoite
Rakennusvalvontavirasto
PL 2300
00099 HELSINGIN KAUPUNKI

Käyntiosoite
Rakennusvalvontavirasto
Siltasaarenkatu 13
Helsinki 53

Puhelin
+(09) 310 2611

Faksi
(09) 310 26206

Internet
http://www.rakvv.hel.fi
Sähköposti
rakennusvalvonta@hel.fi

16. Suositukset jatkotoimenpiteiksi

Ulkomainosryhmä esittää kaupunginhallitukselle, että kaupunginhallitus kehottaisi ulkomainosryhmää ryhtymään ulkomainonnasta vuonna 2006 käytävän kilpailuttamisen edellyttämiin valmisteleviin toimenpiteisiin välittömästi ulkomainosryhmän tässä raportissa esittämien suuntaviivojen mukaisesti.

: Suositukset jatkotoimenpiteiksi:

- Helsingin ulkomainontaa tulee kehittää ja sen suuntaa muuttaa pohjoismaisen pääkaupungin arvon mukaiseksi. Tämä edellyttää ulkomainoslaiteverkoston modernisoimista ja kehittämistä, ulkomainoslaitteiden laadun vaatimusta ja ympäristön ja kaupunkikuvan nykyistä parempaa huomioon ottoa.
- Kilpailutettaessa laitteita tulee painottaa laitteiden laadukkuutta. Kantakaupungin keskeisessä osassa (vyöhyke 1) luovutaan vanhoista ennen vuotta 1990 käytössä olleista laitteista vuoden 2008 jälkeen. Kilpailussa laitteiden laadukkuuden ja ympäristöön sopivuuden tulee tällä alueella olla ensisijainen valintaperuste.
- Myös muualla Helsingissä (vyöhykkeet 2 ja 3) valmiissa, hoidetussa ympäristössä tulee käyttää ainoastaan korkealaatuisia vuoden 1990 jälkeen käyttöön otettuja mallihyväksyttyjä laitteita. Näillä vyöhykkeillä ympäristöltään keskeneräisillä alueilla (kuten teollisuus- ja varastoalueilla tai ympäristöissä, joissa julkisen tilan peruskorjaukset ovat kesken) voidaan käyttää vanhoja ennen vuotta 1990 käytössä olleita laitteita.
- Laitteiden sijoituksessa tulee huomioida kaupungin tarpeet: karttainformaatiolle, kulttuurille ja tiedotukselle tulee olla sopimuksissa riittävät varaukset eri puolilla kaupunkia. Kilpailussa tulee suosia laitteita, jotka hyödyttävät kaupunkia. Tästä esimerkki ovat esim. pysäkkikatokset, joiden yhteyteen mainonta on integroitu.
- Yksinomaan mainontaan varattujen erilaisten ulkomainoslaitteiden tulee väistyä em. yleishyödyllisten laitteiden tilalta paikoissa, joissa paikoista on pulaa ja joissa muutoinkin on kaupallista informaatiota paljon eikä kadulta ole luontevasti löydettävissä mainoksille paikkoja esim. välikaistoilta.
- Kilpailussa noudatetaan rakennusvalvontaviraston ulkomainoslaitteita koskevia ohjeita tai rakentamistapaohjeita.
- Kilpailussa noudatetaan kaupunkisuunnitteluviraston laatiman vyöhykekartan periaatteita ja liikennesuunnitteluosaston laatimia liikenneturvallisuusohjeita.
- Yhteistyötä eri virastojen välillä tulee parantaa prosesseja ja menettelytapoja yksinkertaistamalla ja kehittämällä. Tämä tarkoittaa:
    - eri virastojen roolien selkiyttämistä ja rajapintojen sopimista ja jatkossa ulkomainonnan parissa olevien toimijoiden vähentämistä kaupungin kentässä
    - paikkatietojärjestelmän pikaista kehittämistä ja käyttöönottoa. Järjestelmän tulee palvella kaikkia kaupungin toimijoita (kiinteistövirasto).
    - selkeiden periaatteiden laatimista ulkomainonnalle rakentamistapaohjeiden muodossa (rakennusvalvontavirasto)
    - valvonnan tehostamista (rakennusvalvontavirasto)
    - ulkomainontaa koskevan vyöhykekartan kehittämistä edelleen niin, että eri vyöhykkeiden sisältä löydetään erityyppiseen ulkomainontaan soveltuvat alueet ja ne alueet, jotka jäävät kokonaan ulkomainonnan ulkopuolelle (kaupunkisuunnitteluvirasto, kaupunginmuseo)

Postiosoite
Rakennusvalvontavirasto
PL 2300
00099 HELSINGIN KAUPUNKI

Käyntiosoite
Rakennusvalvontavirasto
Siltasaarenkatu 13
Helsinki 53

Puhelin
+(09) 310 2611

Faksi
(09) 310 26206

Internet
http://www.rakvv.hel.fi
Sähköposti
rakennusvalvonta@hel.fi

- o ulkomainoslaitteiden paikkojen huomioimista laadittavissa suunnitelmissa, mm. katu- ja ympäristösuunnitelmissa sekä katutilaa koskevien suunnitteluohjeiden laatimista, joissa huomioidaan myös ulkomainoslaitteiden mitoitus ja sijoittamisedellytykset (kaupunkisuunnitteluvirasto, rakennusvirasto)

- Ulkomainoslaitteiden paikat kilpailua varten teetetään konsulttityönä (kaupunkisuunnitteluvirasto yhteistyössä muiden virastojen kanssa) ja soveltuvin osin virastojen omana työnä.
- Kaupungin tulee katutilan omistajana ja haltijana ottaa kanta siirrettäviin mainostelineisiin eli standeihin, joista yleisimpiä ovat ns. A-standit.

17. Allekirjoitukset

Helsingissä 10.5.2005

Marjatta Uusitalo

Kirsti Ervola

Annukka Lindroos

Ari Kettunen

Mauri Muilu

Arja Saaristo- Wahlberg

Tapio Sademies

Ulla Vahtera

Postiosoite
Rakennusvalvontavirasto
PL 2300
00099 HELSINGIN KAUPUNKI

Käyntiosoite
Rakennusvalvontavirasto
Siltasaarenkatu 13
Helsinki 53

Puhelin
+(09) 310 2611

Faksi
(09) 310 26206

Internet
http://www.rakvv.hel.fi
Sähköposti
rakennusvalvonta@hel.fi

18. Lähteet ja lisätietoja

Helsingin kaupungin rakennusjärjestys. Helsinki 2000.

Helsingin kaupungin rakennuslautakunnan pöytäkirja 10.1.1989. Rakennuslautakunnan mainosjaoston loppuraportti toimenpide-ehdotuksineen.

Juliste Helsingin kaupunkikuvassa eli periaateselvitys julisteen esiintymisen ehdoista julkisessa kaupunkiympäristössä Helsingissä. Juha Veijalainen, diplomityö. Teknillinen korkeakoulu. Arkkitehtiosasto. 19.3.1984

Julkisivutoimikunnan pöytäkirja 21.9.1966. Liite, pylvästaulujen lupaehdot.

Järjestyslaki. Helsinki 2002.

Kaupunginhallituksen mietinnöt 6-1991. Maximedia Oy:n ja Helsingin kaupungin välinen yhteistyö ulkomainosvälineiden ja kadunkalusteiden osalta.

Kaupunkitilan haltuunotto. Ulla Vahtera. Artikkeli Rakennettu Ympäristö (RY) lehdessä 4/2003.

Kaupunkisuunnitteluviraston vastaus 4.7.2001 (Kslk 2001-1186) JCDecauxille. Kirjeenne koskien ehdotuksia uusiksi ulkomainostaulujen sijoituspaikoiksi.

Le mobilier Urban Parisien. Pariisin ulkomainoslaitteiden ja kadunkalusteiden malliluettelo. Mairie de Paris. Virkamatkalta Pariisista vuonna 2002 saatu luettelo.

Lausunto pienten City-mainostelineiden sijoittamisesta katutilaan kaupungin maalle. Kaupunkisuunnitteluvirasto 11.9.1989.

Lyon ja Bordeaux - kaksi ranskalaista kaupunkia. Marjatta Uusitalo ja Ulla Vahtera. Artikkeli Rakennettu Ympäristö-lehdessä (RY) 1/2005.

Maankäyttö- ja rakennuslaki. Helsinki 1999

Maankäyttö- ja rakennusasetus. Helsinki 1999

Mainoslaitteet rakennuksissa. Rakennuslautakunnan vuonna1997 hyväksymä rakentamistapaohje. Rakennusvalvontavirasto, lokakuu 2003.

Matkaraportti Ulkomainostyöryhmän matkalta Lontooseen ja Pariisiin 24.4.-26.4.2003. Helsingin kaupungin rakennuslautakunnan esityslistan 18/2003, 16.9.2003, liite.

Rakennuslautakunnan mainosjaoston loppuraportti 27.12.1988.

Rakennustyömaan aitaaminen. Ohje 3/89. Rakennusvalvontavirasto 1.11.1995.

Rakennusvalvontaviraston ohje ulkomainonnan suurtaulujen sijoittamisesta. Ohje 1/88. Rakennusvalvontavirasto 29.1.1988.

Siirrettävät mainostelineet eli standit, sijoittamisperiaatteet. Rakennuslautakunnan vuonna 2001 hyväksymä rakentamistapaohje. Rakennusvalvontavirasto, toukokuu 2004.

Talo-osaston lausuntopyyntö pylvästaulujen sijoittamisesta eri paikoille. Kaupunkisuunnitteluviraston lausunto 19.4.2001.

Postiosoite
Rakennusvalvontavirasto
PL 2300
00099 HELSINGIN KAUPUNKI

Käyntiosoite
Rakennusvalvontavirasto
Siltasaarenkatu 13
Helsinki 53

Puhelin
+(09) 310 2611

Faksi
(09) 310 26206

Internet
http://www.rakvv.hel.fi
Sähköposti
rakennusvalvonta@hel.fi

Tienvarsimainonnan käsikirja. Ympäristöministeriö. Suomen kuntaliitto. Tiehallinto. Helsinki 2002.

Ulkomainonta kaupunkikuvassa. Euroopan ulkomainosliiton Suomen osasto. FEPE Finland. Julisteyhtymä Oy, Maxi-Mainos Oy, Ulkomainos Oy. Suunnittelutoimisto G4. Helsinki 1983.

Ulkomainonta kaupunkiympäristössä – kaupallisuuden ja kaupunkikuvan yhteensovittaminen, esimerkkinä Helsingin kaupunki. Helsingin Kauppakorkeakoulu. Pro-gradu-tutkielma. Pauli Sallmén. 5.11.2001

Vaihtuvassa julistemainonnassa käytettävien ns. mainospilarien ja suurtaulujen sijoittaminen kaupunkikuvaan. Helsingin kaupungin rakennusvalvontavirasto, julkisivutoimikunnan pöytäkirja nro 20/83, 18.5.1983.

Valaisin- ja johdinpylväisiin kiinnitettävien mainostaulujen ohjeet. Rakennusvalvontavirasto 1966

Vuokrasopimus Helsingin kaupungin kiinteistöviraston ja Maximedia Oy:n välillä 20.11.1998.

Postiosoite
Rakennusvalvontavirasto
PL 2300
00099 HELSINGIN KAUPUNKI

Käyntiosoite
Rakennusvalvontavirasto
Siltasaarenkatu 13
Helsinki 53

Puhelin
+(09) 310 2611

Faksi
(09) 310 26206

Internet
http://www.rakvv.hel.fi
Sähköposti
rakennusvalvonta@hel.fi

19. Jäsen Sademiehen A-standeja koskeva eriävä mielipide

HELSINGIN KAUPUNKI
KIINTEISTÖVIRASTO
mitakeskus

10. 05. 2005

Eriävä mielipide ulkomainoslaitteiden nykytilaa ja tulevaisuuden suuntaviivoja selvittävän työryhmän mietintöön

Kaupunginjohtajan 5.6.2002 asettaman työryhmän tehtävänä oli selvittää ulkomainoslaitteiden nykytilaa ja suuntaviivoja. Työryhmä on kuitenkin rajannut kaupunginjohtajan määrittelemästä tehtäväkentästä pois mm. a-standit sekä pysäkkikatokset. Nämä kaksi mainosvälinettä edustavat lukumääräisesti yli puolta kaikista ulkomainoksista. Työryhmän olisi tullut mielestäni ottaa kantaa myös näihin mainosvälineisiin.

Vaikka työryhmä ei ole käsitellyt a-standejä, on työryhmän mietinnössä kahdesti mainittu a-standejä koskevasta asiasta lähinnä rakennusvalvontaviranomaisen näkökulmasta. Siinä on mainittu eräs kaupunki eli Hyvinkää, jossa näitä laitteita saa maksua vastaan sijoittaa katualueelle. Sen sijaan asianomaisessa kohdassa ei mainita, että lähes kaikissa Euroopan merkittävissä kaupungeissa tällainen mainonta ei ole sallittua kantakaupungin alueella. Edelleen totean, että rakennuslautakunnan vuonna 2001 hyväksymien a-standejä koskevien ohjeiden jälkeen on tilanne oleellisesti muuttunut, koska kaupungin järjestyssääntö on kumottu, eikä ohjeita pystytä riittävästi valvomaan.

Katson, että työryhmän olisi tullut käsitellä perusteellisesti a-standejä. Kun pyrkimyksenä on ollut selkeyttää ja osaltaan vähentää mainoslaitteiden lukumäärää, tulisi a-standit kieltää työryhmän esittämän I vyöhykkeen alueelta.

Edelleen totean mielipiteenäni, että työryhmä on, ehkä kokoonpanostaan johtuen, käsitellyt ulkomainontaa lähtökohtaisesti erityisesti kaupunkikuvan ja kaavoituksen kannalta. Työryhmä ei ole riittävästi käsitellyt ulkomainonnan taloudellista ja työllistävää kokonais-merkitystä ulkomainosyrittäjien kannalta.

Helsingissä 9 päivän toukokuuta 2005

Tapio Sademies
toimistopäällikkö

Postiosoite
Rakennusvalvontavirasto
PL 2300
00099 HELSINGIN KAUPUNKI

Käyntiosoite
Rakennusvalvontavirasto
Siltasaarenkatu 13
Helsinki 53

Puhelin
+(09) 310 2611

Faksi
(09) 310 26206

Internet
http://www.rakvv.hel.fi
Sähköposti
rakennusvalvonta@hel.fi

LAITETYYPIT

ULKOMAINOSLAITTEIDEN LAITEKOHTAINEN ANALYYSI:

1. Suurtaulu, sisältä valaistu

-kauppanimenä Senior, Citylite ja Big Light
-Senior-taululla mallihyväksyntä vuodelta 2002 (nykyisin nimi Citylite), suunnittelu akateemikko Juha Leiviskä
Citylite on vaihtuvaviestinen taulu, mainospintoja 4-9 kpl
-tilapäisiä suurtauluja korvaava laite
-laite käytössä v. 2008 jälkeen

2. Suurtaulu, tilapäisluonteinen
(eli työmaataulu)

-mallihyväksymätön
-vanha laite, ollut käytössä noin 50 vuotta, laitetta muutettu tänä aikana mm. puukehykset vaihdettu alumiinikehyksiksi, tuotekehittely kesken
-perusmalli valaisematon, osassa laitteita käytetty maantievalaisimia
-sopii työmaa-aitoihin ja muihin tilapäisiin ympäristöihin
- vuoden 2008 jälkeen käyttö vain tilapäisissä ympäristöissä

3. Pyöreä mainospilari

-pyöreällä mainospilarilla on mallihyväksyntä vuodelta 1993**,** maastossa olevat eivät ole mallihyväksynnän mukaisia ja niiden detaljiikka on keskeneräinen
-mallihyväksytyn mallin on suunnitellut akateemikko Juha Leiviskä
-kolmiopilareita korvaava laite
-pyöreä mainospilari on käytössä vuoden 2008 jälkeen
-ei tule sijoittaa liian ahtaille reuna- tai välikaistoille (laite ei saa olla leveämpi kuin reuna- tai välikaista)
-tuotekehittelyä tarvitaan mm. tulisi kehittää mitoitukseltaan pienempi pyöreä mainospilari, joka sopii ahtaille välikaistoille

4. Kolmiopilari

-mallihyväksymätön
-vanha laite, ollut käytössä 1960-luvulta
-1990-luvulla tehty vähäistä tuotekehittelyä mm. väri muutettu Helsinki-vihreäksi
-perusmalli valaisematon, osassa laitteita käytetty maantievalaisimia
-käyttö vain tilapäisluonteisissa ympäristöissä vuoden 2008 jälkeen

Postiosoite Rakennusvalvontavirasto PL 2300 00099 HELSINGIN KAUPUNKI
Käyntiosoite Rakennusvalvontavirasto Siltasaarenkatu 13 Helsinki 53
Puhelin (09) 310 2611
Faksi (09) 310 26206
Internet http://www.rakvv.hel.fi
Sähköposti rakennusvalvonta@hel.fi

5. Katumainostaulu, iso (laitteella useita nimiä mm. kaupunkitiedotustaulu, mupi, abribus)	-kahdella yrittäjällä mallihyväksytyt laitteet -vanhempi laite mallihyväksytty vuonna 1991, mallin valinta Helsinkiin akateemikko Juha Leiviskä -samaa katumainostaulua käytetään pysäkkikatoksissa, karttatauluna ja kulttuuritiedotuksen tauluna -kehitetty uusi vaihtuvaviestinen versio 2000-luvulla, mainospintoja 4-9 kpl -uudempi laite mallihyväksytty vuonna 2003 -suunnittelija Mikko Rikala -molemmat laitteet käytössä vuoden 2008 jälkeen, laitteet vaativat tuotekehittelyä -laite sopii reuna- ja välikaistoille -sijoituksessa huomioitava katutilojen leveydet, ei tule sijoittaa kapeille jalkakäytäville, joissa muodostavat liikkumisesteen (terävät reunat)
6. Katumainostaulu, pieni (käytetään myös nimeä jalankulkuopastaulu, jolloin laitteessa karttataulu toisella puolella)	-mallihyväksytty v.2000 -keskustan jalankulkuväylille ja kapeille kaduille sopiva laite ison katumainostaulun sijasta -käytetään myös tiedotukseen (opaskartta toisella puolella, sopii myös kulttuurimainontaan) -laite käytössä vuoden 2008 jälkeen
7. Odotuskatos, kapea ja leveä malli (malli A ja B)	-mallihyväksyntä vuodelta 1991 leveällä ja kapealla katostyypillä -suunnittelija akateemikko Juha Leiviskä -väri Helsinki-vihreä -sopimus liikennelaitoksen kanssa, laite käytössä ainakin vuoden 2015 loppuun -käytetään koko kaupungin alueella (mainoksettomia pysäkkikatoksia on sovittu käytettävän mm. Ateneumin edessä, Rautatieaseman edustalla, hautausmaiden kuten Hietaniemen ja Malmin hautausmaan pysäkeillä)
8. Taksikatos (malli Helsinki)	-mallihyväksyntä vuodelta 2003 -malli vastaava kuin kapeat odotuskatokset lisättynä Taxi-tunnuksella -käytössä vuoden 2008 jälkeen, käyttö koko kaupungin alueella (edellä mainituin poikkeuksin)
9. Odotuskatos, Jokeri-katos (malli A1 ja A 2)	-mallihyväksyntä vuodelta 2004 -malli vastaava kuin muut odotuskatokset paitsi, että pyloni erilainen ja katoksen väri sininen -käyttö vain Jokeri-linjalla
10. Viestintätorni, (ns infobase)	-mallihyväksyntä vuodelta 2001, suunnittelija arkkitehti Juhani Pallasmaa, kolme eri korkeutta 7,2 m, 9,6 m ja 12 m

Postiosoite Rakennusvalvontavirasto PL 2300 00099 HELSINGIN KAUPUNKI
Käyntiosoite Rakennusvalvontavirasto Siltasaarenkatu 13 Helsinki 53
Puhelin (09) 310 2611
Faksi (09) 310 26206
Internet http://www.rakvv.hel.fi
Sähköposti rakennusvalvonta@hel.fi

-laite käytössä vuoden 2008 jälkeen

11. Pylvästaulu

-kaksi mallia
-vanhempi mallihyväksymätön 1960-luvulta
-uudempi mallihyväksytty vuonna 1993, suunnittelija arkkitehti Juhani Pallasmaa
-ei keskustan laite
-pylvästaulut käytössä vuoden 2008 jälkeen vain kantakaupungin keskeisten osien ulkopuolella

12. Mainosroskakori

-kaksi mallia käytössä
-vanhempi ns. maxikori
uudempi mallihyväksytty vuonna 2004, ns. mediajätesäiliö
-mainosroskakorien käyttö vuoden 2008 jälkeen suunnitellusti kaupunkitilassa

MUITA YKSITTÄISLAITTEITA

13. Elektroninen tiedotustaulu

-Helsingissä kolme kappaletta Itäkeskuksessa Tallinnanaukiolla, Lasipalatsin ja Forumin välissä ja Mannerheimintiellä Stockmannin edessä
-ei varsinainen mainoslaite, malli vanhentunut, jos jää käyttöön vuoden 2008 jälkeen tulee korvata modernimmalla versiolla

14. Infopyloni

-keskustassa noin viisi kappaletta
-liikennelaitoksen infojärjestelmä, tulisi korvata esim. jalankulkuopastaululla vuoden 2008 jälkeen

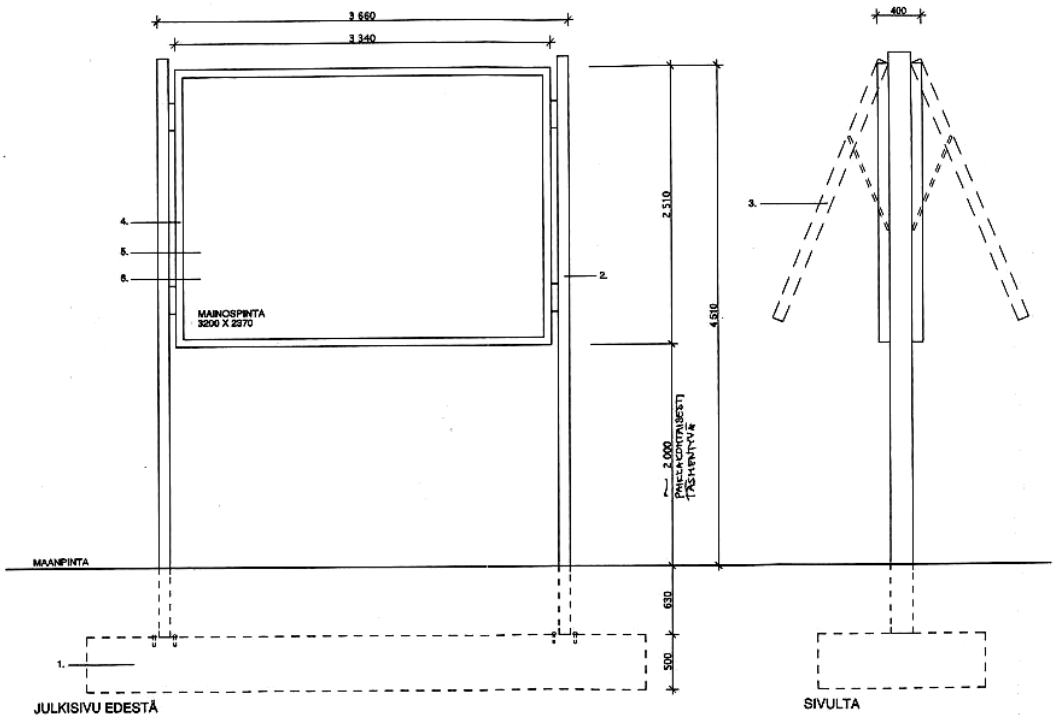
MU 21.4.2005

Postiosoite Rakennusvalvontavirasto PL 2300 00099 HELSINGIN KAUPUNKI
Käyntiosoite Rakennusvalvontavirasto Siltasaarenkatu 13 Helsinki 53
Puhelin (09) 310 2611
Faksi (09) 310 26206
Internet http://www.rakvv.hel.fi
Sähköposti rakennusvalvonta@hel.fi

Liite 2

KUVIA NYKYISISTÄ LAITTEISTA

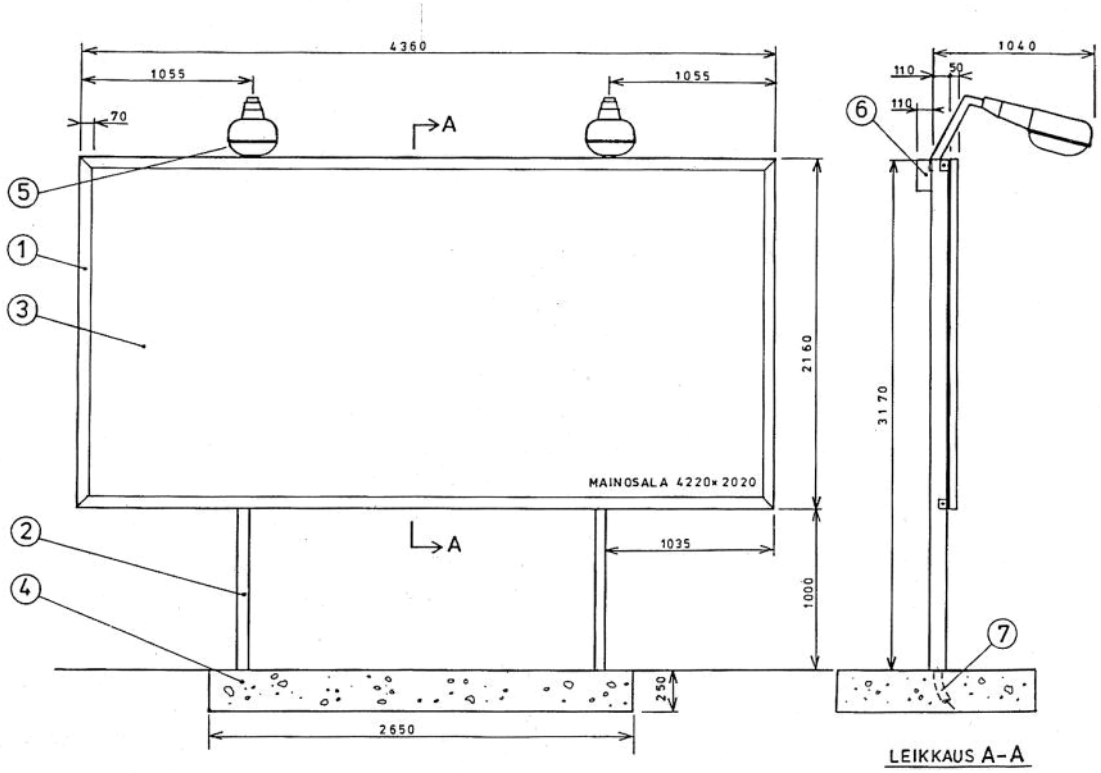
1. Suurtaulu, sisältä valaistu



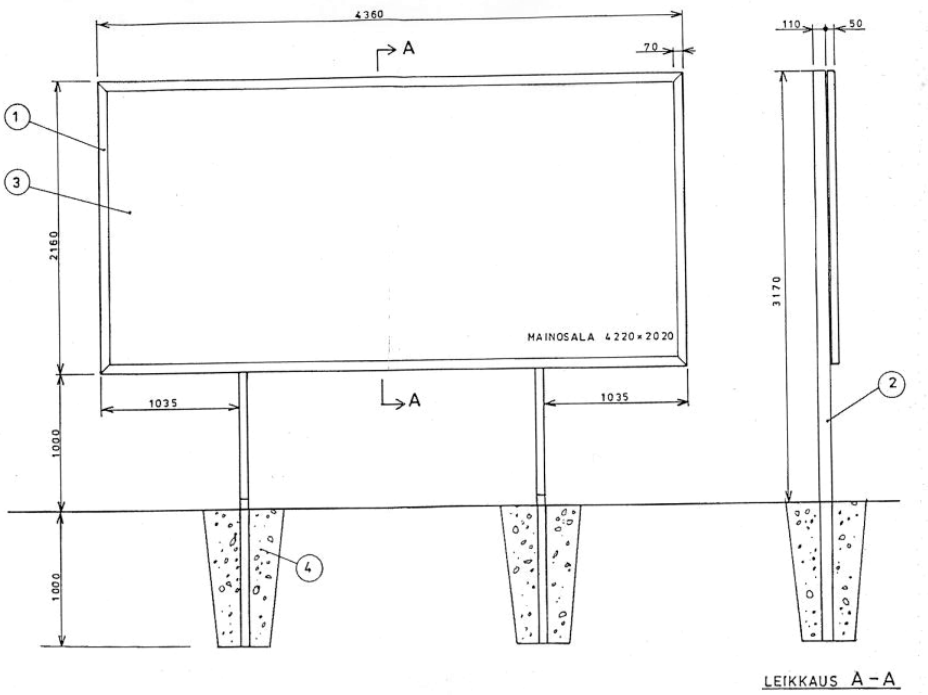
Mainospinnan koko n. 3200 x 2400 mm
Kaksipuolinen
Laitteessa useita mainospintoja ns. vaihtuvaviestinen laite (mainospintoja 4-9 kpl)

Samalla rahalla pidemmälle
– ympäri vuoden.
470€
JCDecaux

2. Suurtaulu, tilapäisluonteinen
(sama tyyppi työmaataulu)

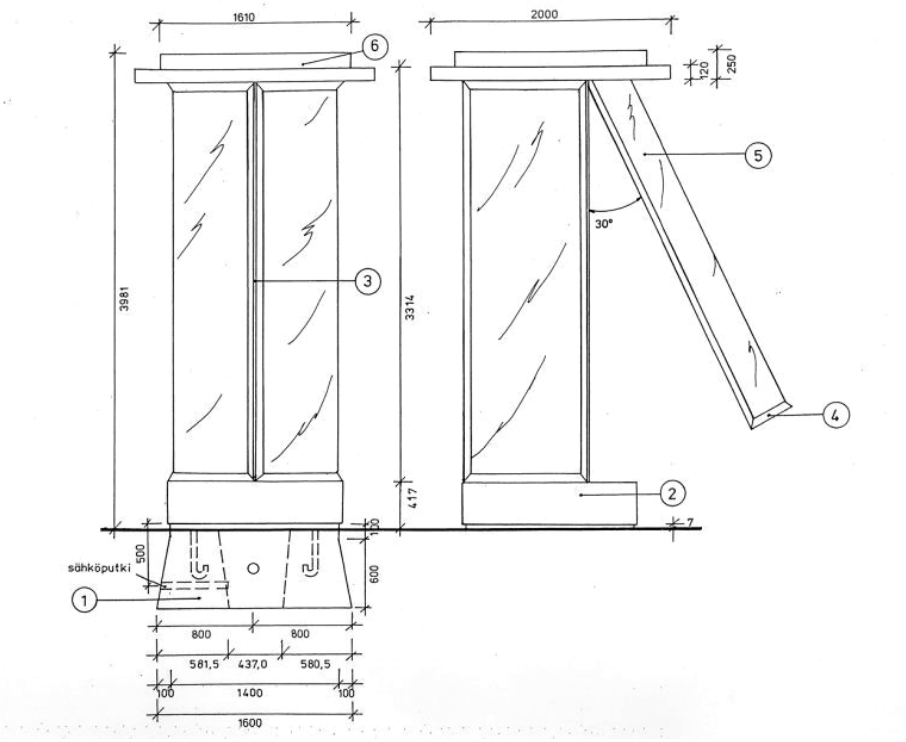


Mainospinnan koko n. 4200 x 2000 mm, liimattava paperimainos
Laite yksi- tai kaksipuolinen, laitteessa 1-2 mainospintaa
Osa laitteista valaistu päältä maantievalaisimin

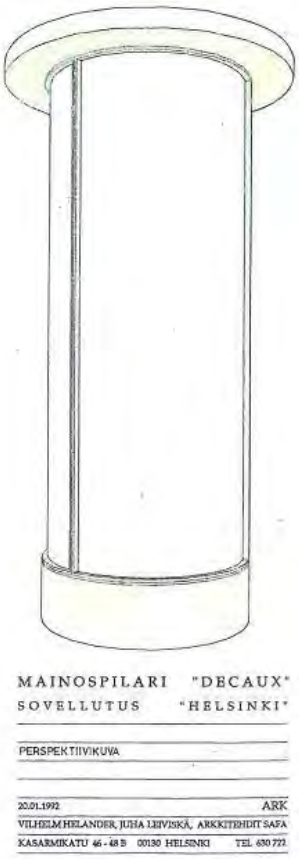

4360
A
70
110
50
1
3
2160
MAINOSALA 4220 × 2020
3170
1035
A
1035
2
1000
4
1000
LEIKKAUS A – A

Uusi Flipper 605 WA
Uusi Hiace Air.
HIACE
Ilmastointi vakiona

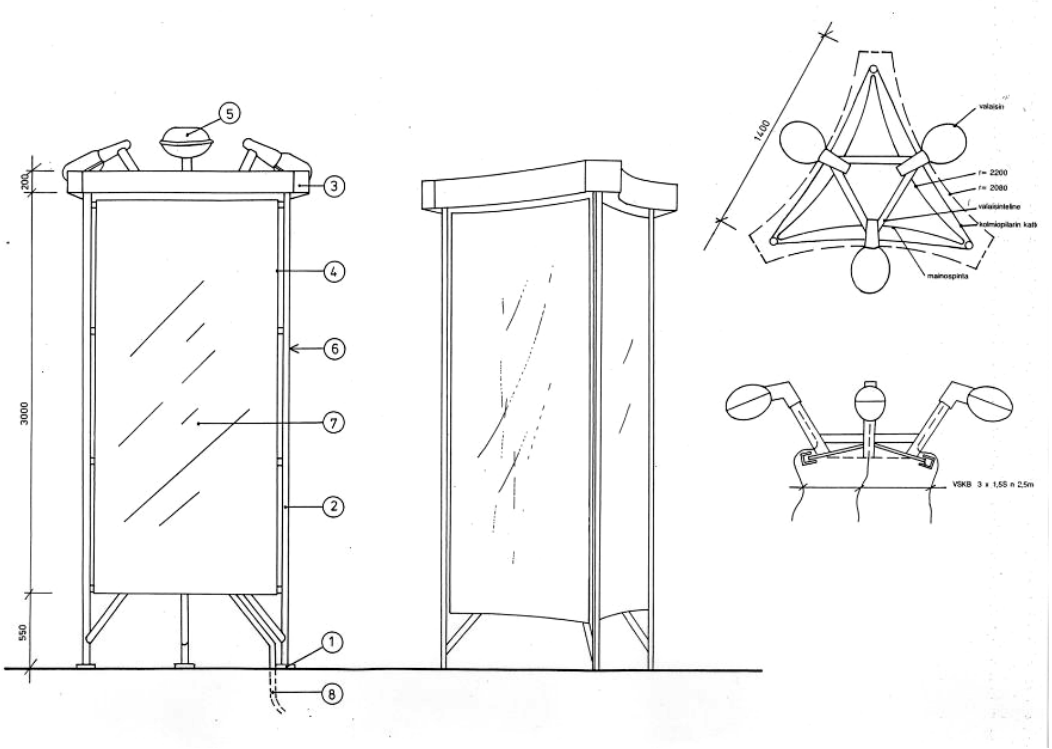
3. Pyöreä mainospilari



Mainospinnan koko n. 1400 x 3000 mm
Pyörivä laite, kolme mainospintaa/pilari
Sisältä valaistu

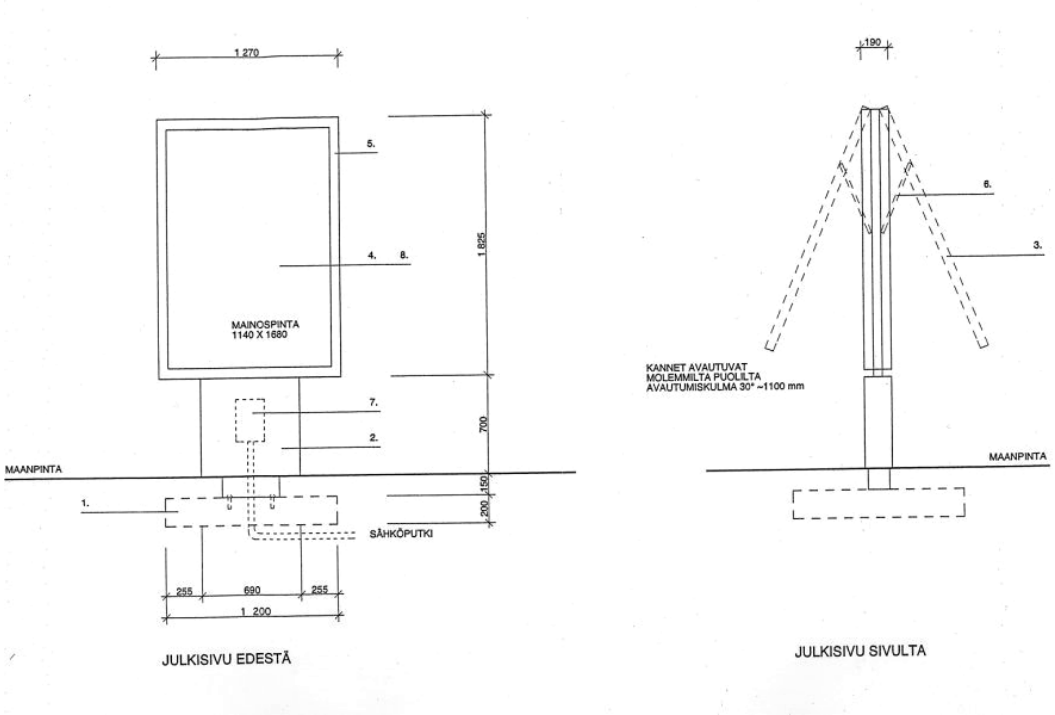


4. Kolmiopilari



Mainospinnan koko n. 1400 x 3000 mm, liimattava paperimainos
Mainospintoja 3 kpl /pilari
Osa laitteista valaistu päältä maantievalaisimin

5. Katumainostaulu, iso

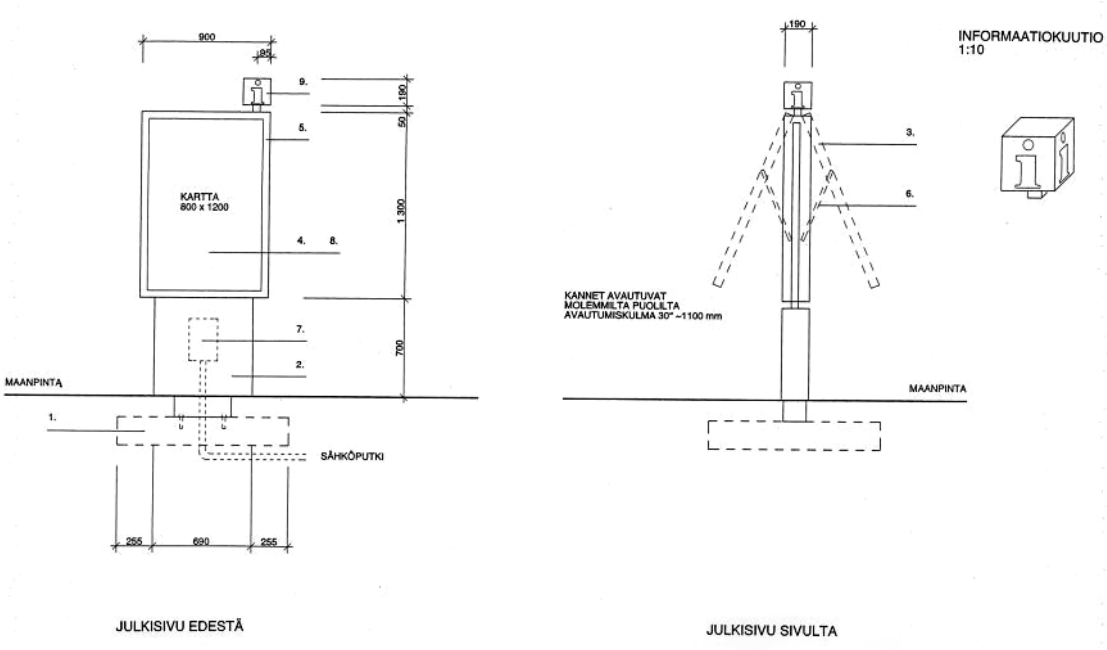


Mainospinnan koko n. 1200 x 1700 mm
Sisältä valaistu, kaksipuolinen
Mainospintoja 2 kpl, vaihtuvaviestisessä versiossa 4-9 kpl
Osa tauluista kaupungin käytössä, toisella puolella karttataulu tai kulttuuritaulu

Tiedon varaan on hyvä perustaa
JCDecaux

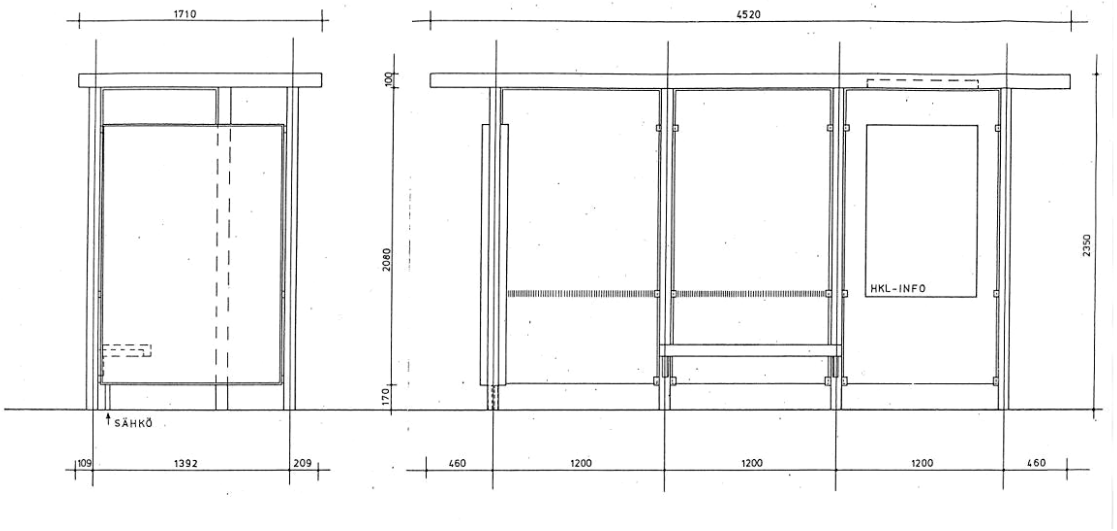
DOSTOJEVSKI,
WALTARI JA
LEFA
OSAA AAKKOSET.

6. Katumainostaulu, pieni



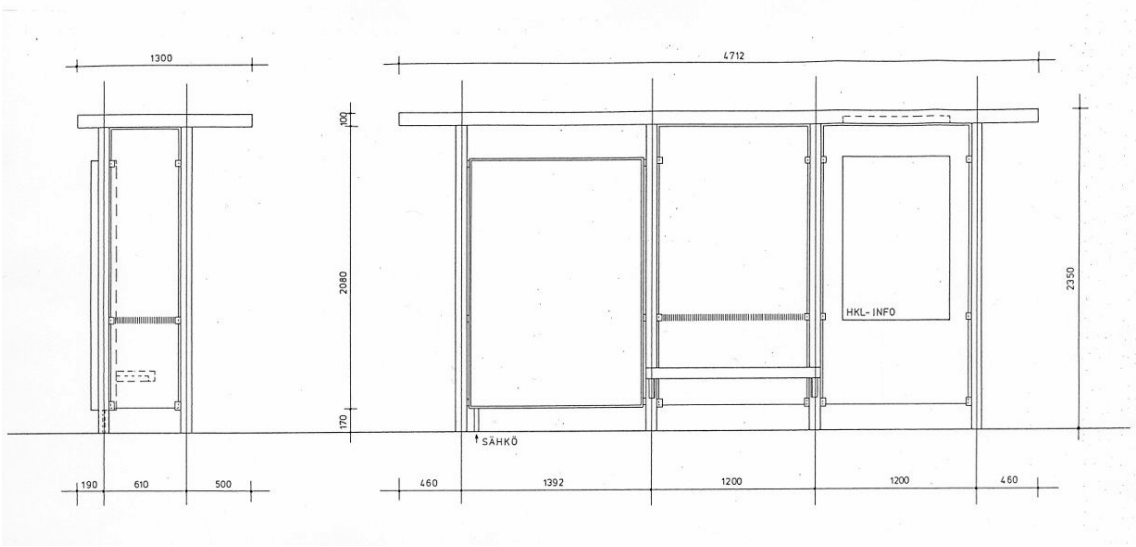
Mainospinnan koko n. 800x 1200 mm
Sisältä valaistu, kaksipuolinen
Taulusta käytetään nimeä jalankulkuopastaulu, kun sen eteläpuolella on karttataulu

7. Odotuskatos



Leveä malli

Mainostaulu kooltaan kuten katumainostaulu
Mainospinnan koko n. 1200 x 1700 mm
Laite kaksipuolinen, sisältä valaistu, leveässä mallissa mainos päädyssä, kapeassa pitkällä sivulla
Katosyksiköitä voidaan yhdistellä, perusyksikkö n. 4 metriä pitkä

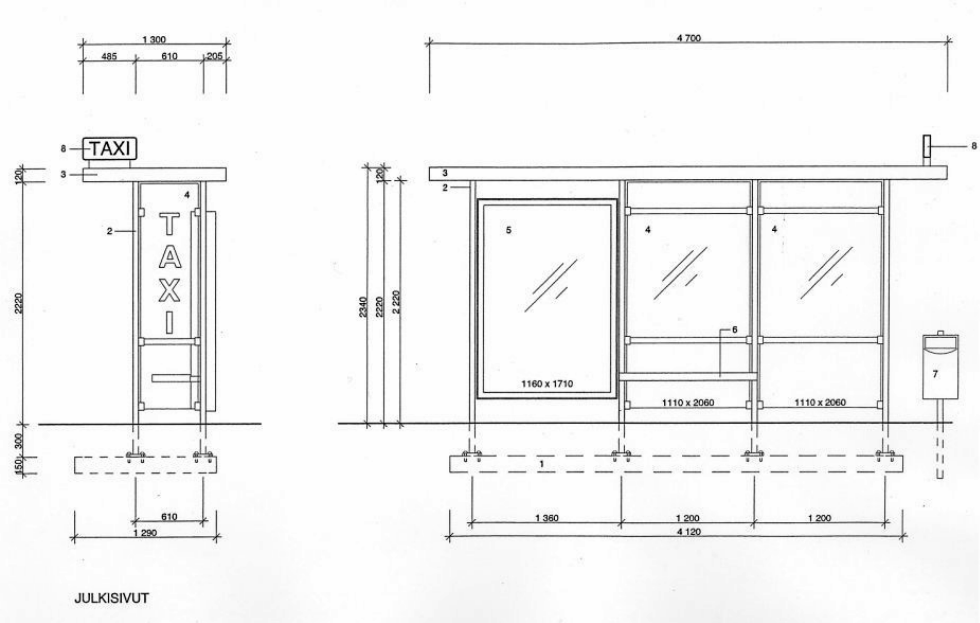

1300
4712
100
2080
170
2350
HKL- INFO
SÄHKÖ
190
610
500
460
1392
1200
1200
460

Kapea malli

68
73B
80N
85N
86N
90N
92N
93N
94N
95N
97N
03N
04N
07N
P16
113
40

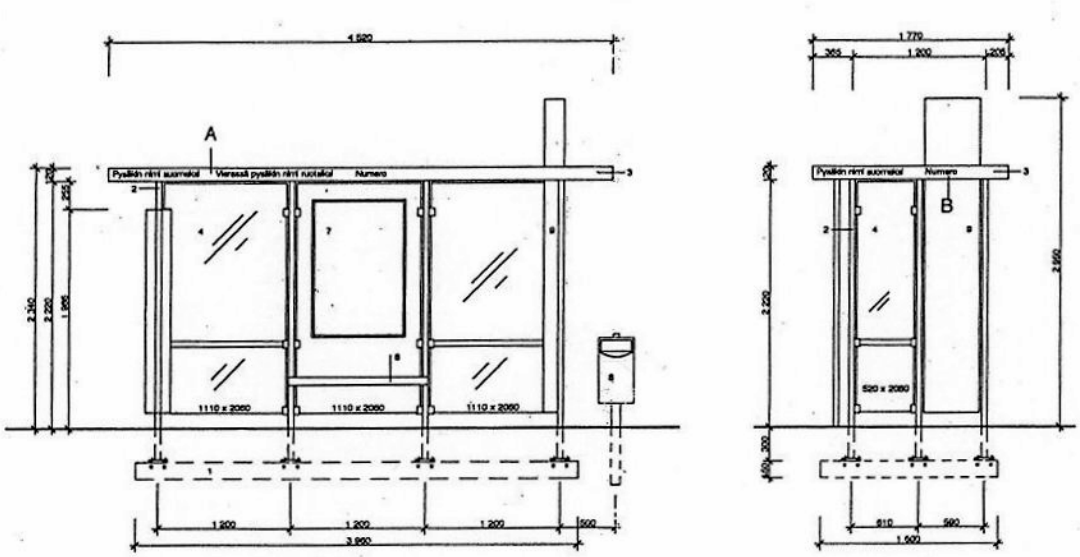
8. Taksikatos

(malli Helsinki)



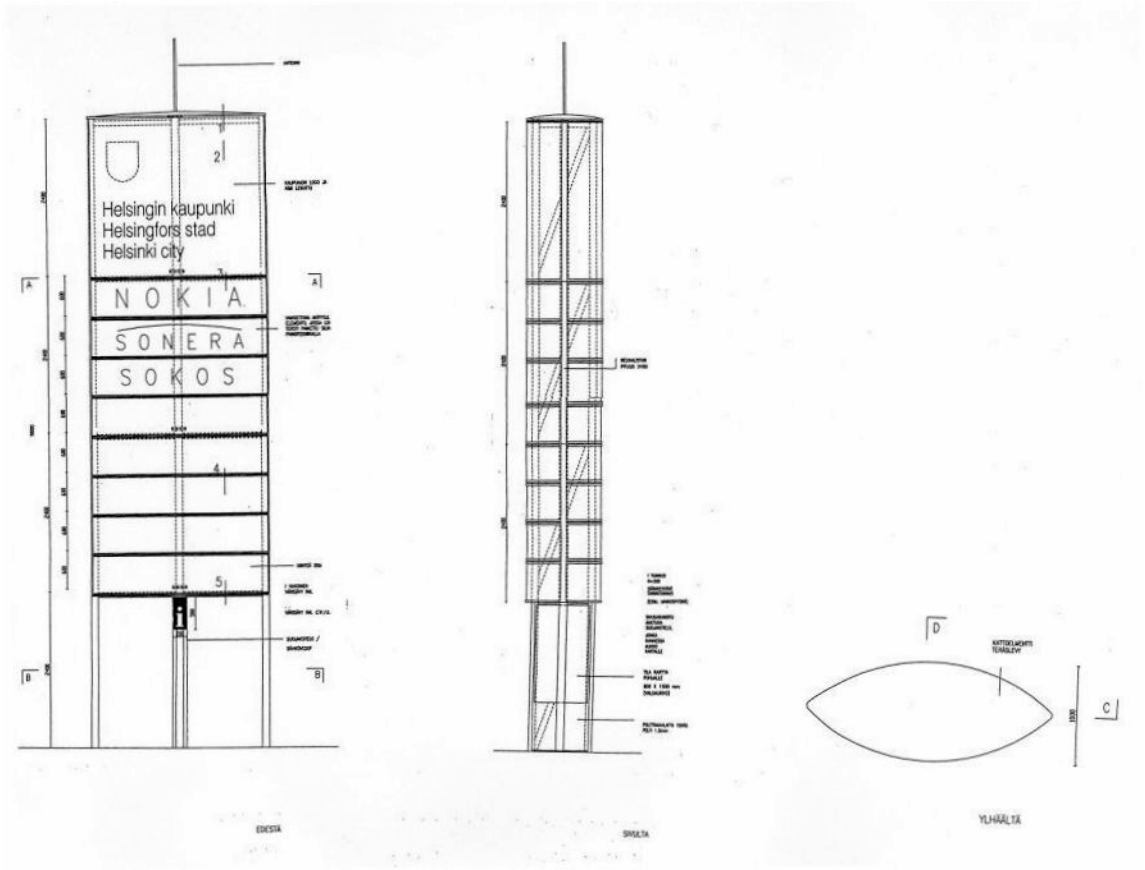
Mainostaulu kuten katumainostaulu, mainospinta n. 1200 x 1700 mm
Katos sama kuin kapea odotuskatostyyppi

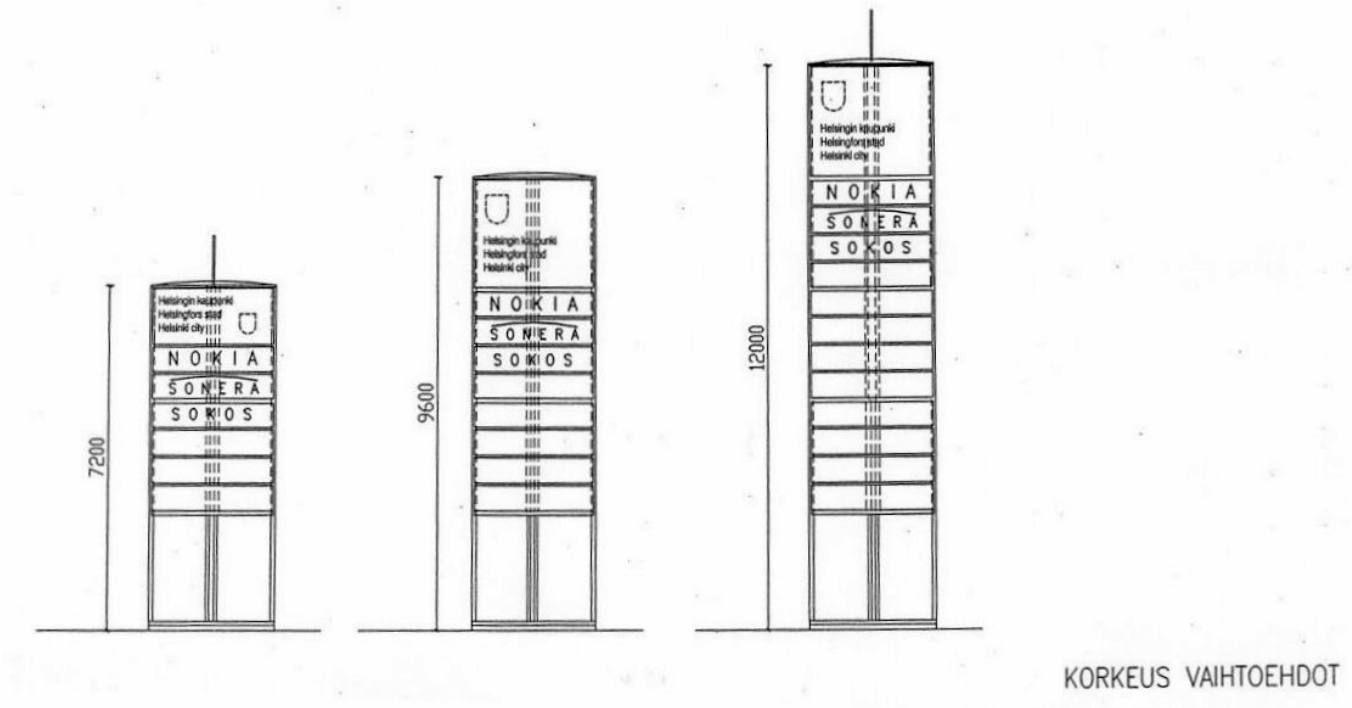
9. Odotuskatos, Jokeri-katos



Mainostaulu vastaava kuin muissa odotuskatoksissa
Mainospinnan koko n. 1200 x 1700 mm

10. Viestintätorni
(ns. infobase)

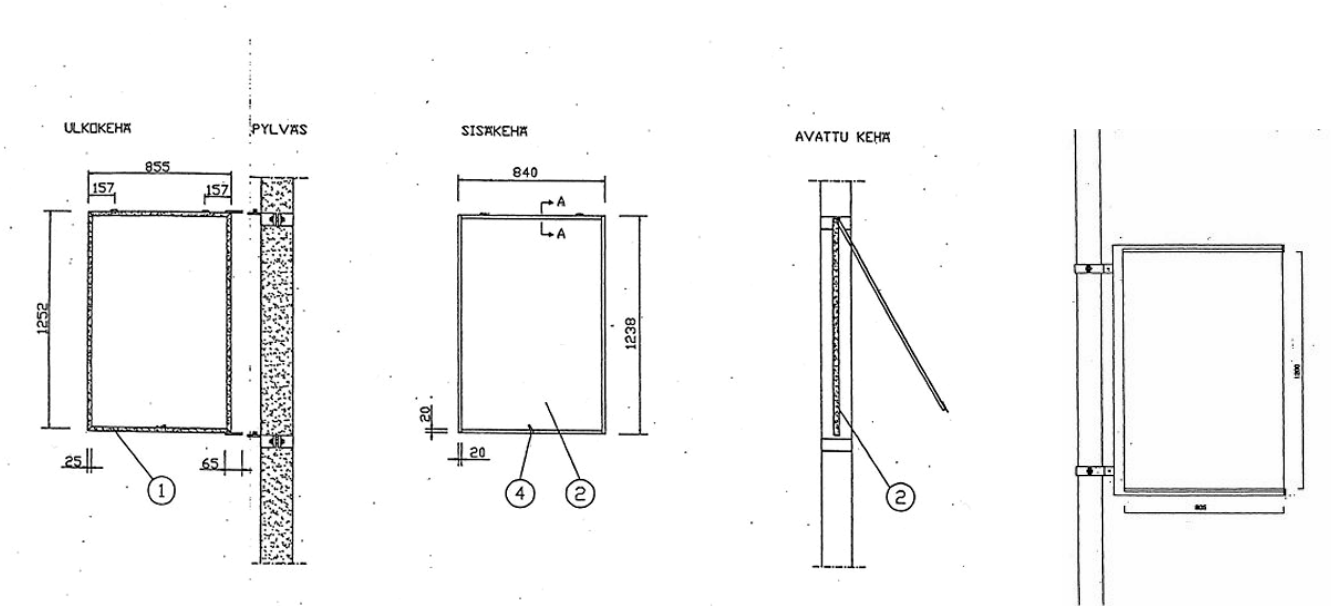




Mainostornin kokonaiskorkeus 7,2 m, 9,6 m tai 12 m
Kaksipuolinen

Helsinki
Helsingfors
Pitäjänmäen
yritysalue
Sockenbacka
företagsområde
icl invia
TALENT PARTNERS
POWERMILL
SLO
Ammattilaisten
Sähkötukku
TAITOTALON
KONGRESSIKESKUS
ABB
SysOpen
KARHUT
OPTIROC
FRISK TALI
Hyvän olon liikuntakeskus
www.infobasetowers.fi

11. Pylvästaulu



Mainospinnan koko n. 800 x 1200 mm, paperijuliste
Kaksipuolinen
Valaisematon

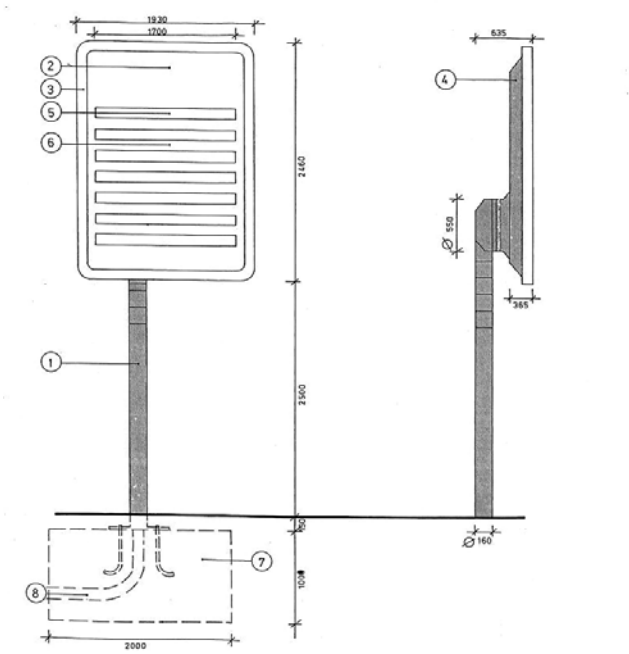
12. Mainosroskakori

Mainospinta n. 430 x 620 mm

Mainospinta pussin pinnalla

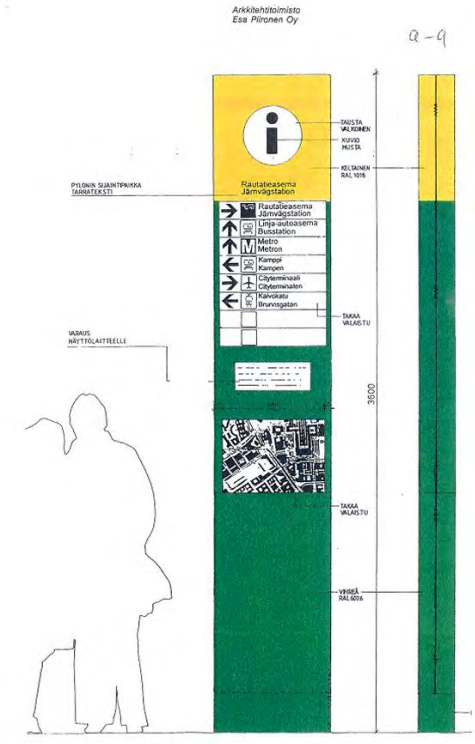
MUITA YKSITTÄISLAITTEITA

13. Elektroninen tiedotustaulu



Helsingissä 3 kpl, Mannerheimintie/Stockmann, Itäkeskus/Tallinnanaukio ja Lasipalatsin Forumin välissä
Näyttötaulun koko n.1700 x 2300 mm

14. Infopyloni



Helsingissä n. 5 kpl, ei varsinainen mainoslaite
Pylonin kokonaiskorkeus 3600 mm

Liitteen kuvat rakennusvalvontaviraston arkisto ja Marjatta Uusitalo

LAITEMÄÄRÄT

1. Kiinteistöviraston vuokraamat

Suurtaulut, sisältä valaistut (JCD 10 kpl,CC 1 kpl)	11 kpl
-vaihtuvapintaisia 10 kpl	40 kpl
Yhteensä mainospintoja	42 kpl
Suurtaulut, tilapäisluonteiset, yksipuoliset	157 kpl
Suurtaulut, tilapäisluonteiset, kaksipuoliset	8 kpl
Työmaatauluja	33 kpl
Yhteensä tauluja	198 kpl
Yhteensä mainospintoja	206 kpl
Pyöreät pilarit	52 kpl
-mainospintoja	156 kpl
Kolmiopilarit	142 kpl
-mainospintoja	426 kpl
Katumainostaulut, iso	250 kpl
-mainospintoja yksip.(karttat. 39 kpl, julistet.143 kpl)	182 kpl
-kaksipuolinen,mainospinta molemmin puolin 28 kpl	56 kpl
-vaihtuvapintaisia 40 kpl	160 kpl
-tilapäisiä työmaatauluina, yksipuolisia	34 kpl
Yht.mainospintoja	432 kpl
Katumainostaulut, pieni	9 kpl
-mainospintoja	9 kpl
Taksikatokset	11 kpl
-mainospintoja	22 kpl
Viestintätornit	4 kpl
-mainospintoja	8 kpl
Pylvästaulut, vanha malli	n. 1600 kpl
-mainospintoja	n. 3200 kpl
Pylvästaulut, uusi malli	n. 400 kpl
-mainospintoja	n.800 kpl
Yht	n. 4000 kpl
Mainosroskakorit	1017 kpl
-mainospintoja	n. 1000 kpl

Postiosoite Rakennusvalvontavirasto PL 2300 00099 HELSINGIN KAUPUNKI
Käyntiosoite Rakennusvalvontavirasto Siltasaarenkatu 13 Helsinki 53
Puhelin (09) 310 2611
Faksi (09) 310 26206
Internet http://www.rakvv.hel.fi
Sähköposti rakennusvalvonta@hel.fi

2. Liikennelaitoksen mainospaikat

Pysäkkikatokset	1235 kpl
-mainospintoja	2256 kpl
Jokerikatos	1 kpl
-mainospintoja	4 kpl

3.Helsingin Sataman vuokraamat:

Katumainostauluja	8 kpl
-mainospintoja	16 kpl
Pylvästauluja	8 kpl
-mainospintoja	16 kpl

4.Ratahallintokeskuksen vuokraamat:

Suurtauluja, tilapäisluonteisia	41 kpl
-yksipuolisia	
Yhteensä mainospintoja	41 kpl
Kolmiopilareita	20 kpl
-mainospintoja	60 kpl
Katumainostauluja	111 kpl
-yksipuolisia	60 kpl
-kaksipuolisia	51 kpl
Yhteensä mainospintoja .	162 kpl

5. VR-Yhtymän vuokraamat

Katumainostauluja	6 kpl
-mainospintoja	18 kpl

Postiosoite Rakennusvalvontavirasto PL 2300 00099 HELSINGIN KAUPUNKI
Käyntiosoite Rakennusvalvontavirasto Siltasaarenkatu 13 Helsinki 53
Puhelin (09) 310 2611
Faksi (09) 310 26206
Internet http://www.rakvv.hel.fi
Sähköposti rakennusvalvonta@hel.fi

Yhteensä koko Helsinki:

Suurtaulut, uudet	11 kpl
-mainospintoja	**42 kpl**
Suurtaulut, tp.	239 kpl
-mainospintoja	**247 kpl**
Pyöreät mainospilarit	52 kpl
-mainospintoja	**156 kpl**
Kolmiopilarit	162 kpl
-mainospintoja	**486 kpl**
Katumainostaulut, isot	409 kpl
-mainospintoja	**622 kpl**
Katumainostaulut, pienet	9 kpl
-mainospintoja	**9 kpl**
Katumainostauluja odotuskatoksissa	1130 kpl
-mainospintoja	**2260 kpl**
Katumainostauluja taksikatoksissa	11 kpl
-mainospintoja	**22 kpl**
Viestintätornit	4 kpl
-mainospintoja	**8 kpl**
Pylvästaulut	n. 2000 kpl
-mainospintoja	**n. 4000 kpl**
Mainosroskakorit	n. 1000 kpl
-mainospintoja	**n.1000 kpl**
Mainospintoja yhteensä	**8852 kpl**
Ilman mainosroskakoreja	**7852 kpl**

MU 21.4.2005

Postiosoite Rakennusvalvontavirasto PL 2300 00099 HELSINGIN KAUPUNKI
Käyntiosoite Rakennusvalvontavirasto Siltasaarenkatu 13 Helsinki 53
Puhelin (09) 310 2611
Faksi (09) 310 26206
Internet http://www.rakvv.hel.fi
Sähköposti rakennusvalvonta@hel.fi

Liite 4

KIINTEISTÖVIRASTON VUOKRAAMIEN ULKOMAINOSLAITTEIDEN MÄÄRÄT KEHITYS 1970-2005

Kiinteistöviraston tilakeskuksen ulkomainoslaitteiden lukumäärä

Luvuista puuttuvat mm valtion, valtion liikelaitosten,
kaupungin muiden hallintokuntien, yksityisen,
yms mailla sijaitsevat laitteet

		Hki 1970	**Hki** 1980	**Hki** 1993	**Hki** 2005	**Tukholma** 2005
Pylvästaulut	1110	1168	1671	2142	ei tietoa	
julistetaulut (pylvästaulukoko)		96	96	56	0	
mainospilarit (kolmio ja pyöreät)		106	107	203	196	352
pyörivät suurmainospilarit		2	0	0	0	
suurtaulut		42	124	107	173	78
mainosroskakorit			2000	2000	1017	
katumainostaulut (joista tilakeskuksen käytössä toinen puoli edelleen luovutettavaksi määräajaksi virastojen ja laitosten tapahtuma yms mainontaan sekä opastekarttoina)					259 (159)	357
bigh light					11	
taksikatos					11	
viestintätorni					4	
puhelinkioskit						246
pysäkkikatokset						925
pysäköintiautomaatit						ei tietoa

10.2.2005 hk/ts

8.4.2005

ULKOMAINONNAN PROSESSIKAAVIOT

1. **NYKYTILANNE / kiinteistövirasto maanvuokraajana**
2. **NYKYTILANNE / muu maanvuokraaja**
3. **NYKYTILANNE / JATKOLUVAT**
4. **PROSESSI 1.8.2008 lähtien, yhtenäinen maanvuokraajasta riippumatta**
5. **KEHITYSKUVA**
6. **KEHITYSKUVA / PYLVÄSTAULUT**

Nykytilanteessa lupakäsittelyssä on kolme erilaista tapaa, mikä on tarpeetonta. Kaikkien osapuolten kannalta on eduksi, että käytännöt yhdenmukaistetaan ja prosesseja sekä menettelytapoja yksinkertaistetaan.

Lisäksi ulkomainoslaitteita sijoitettaessa huomioidaan seuraavat asiat:

SÄHKÖSUUNNITTELU
Sähkösuunnitelmat voidaan tehdä hankkeen eri vaiheissa.
Pääsääntöisesti suunnitelmat pyydetään Helsingin Energialta mahdollisimman aikaisessa vaiheessa, jolloin pystytään ennakoimaan maanrakennuksesta koituvia kuluja.

KAIVULUPA TAI TILAPÄISET LIIKENNEJÄRJESTELYT KATUALUEELLA
Kadun kaivamiseen tarvitaan aina lupa, joka haetaan kirjallisesti kaupungin/kunnan ao. viranomaiselta. Kyseistä lupaa ei saa virastosta ilman virallista johtotietopalvelun kaapelikuvaa ja rakennuslupaa (toimenpidelupa).

Sähkösuunnitelman ja johtotietopalvelun suunnitteleman kaapelireitityksen perusteella tehdään hankkeelle virallinen tilapäinen liikennejärjestelyilmoitus.

MUITA LUPIA
Muita kaupungin/kunnan viranomaisilta haettavia lupia ovat melua aiheuttavan työn suorituslupa ja kadun aitauslupa. Yötyölupa haetaan poliisilta.

Ulkomainonnan prosessikaavio
NYKYTILANNE,
kun maanvuokraajana on kiinteistövirasto

1

HAKIJA
(ulkomainosyrittäjä)

RAKENNUSPAIKAN VUOKRAAJA
- Helsingin kaupunki / kiinteistövirasto

lausuntopyyntö →

← lausunto paikasta

KAUPUNKISUUNNITTELU-VIRASTO
- liikenteelliset ja toiminnalliset seikat

VUOKRAUSPÄÄTÖS
- mahdolliset ehdot, määräajat tila-päisissä laitteissa

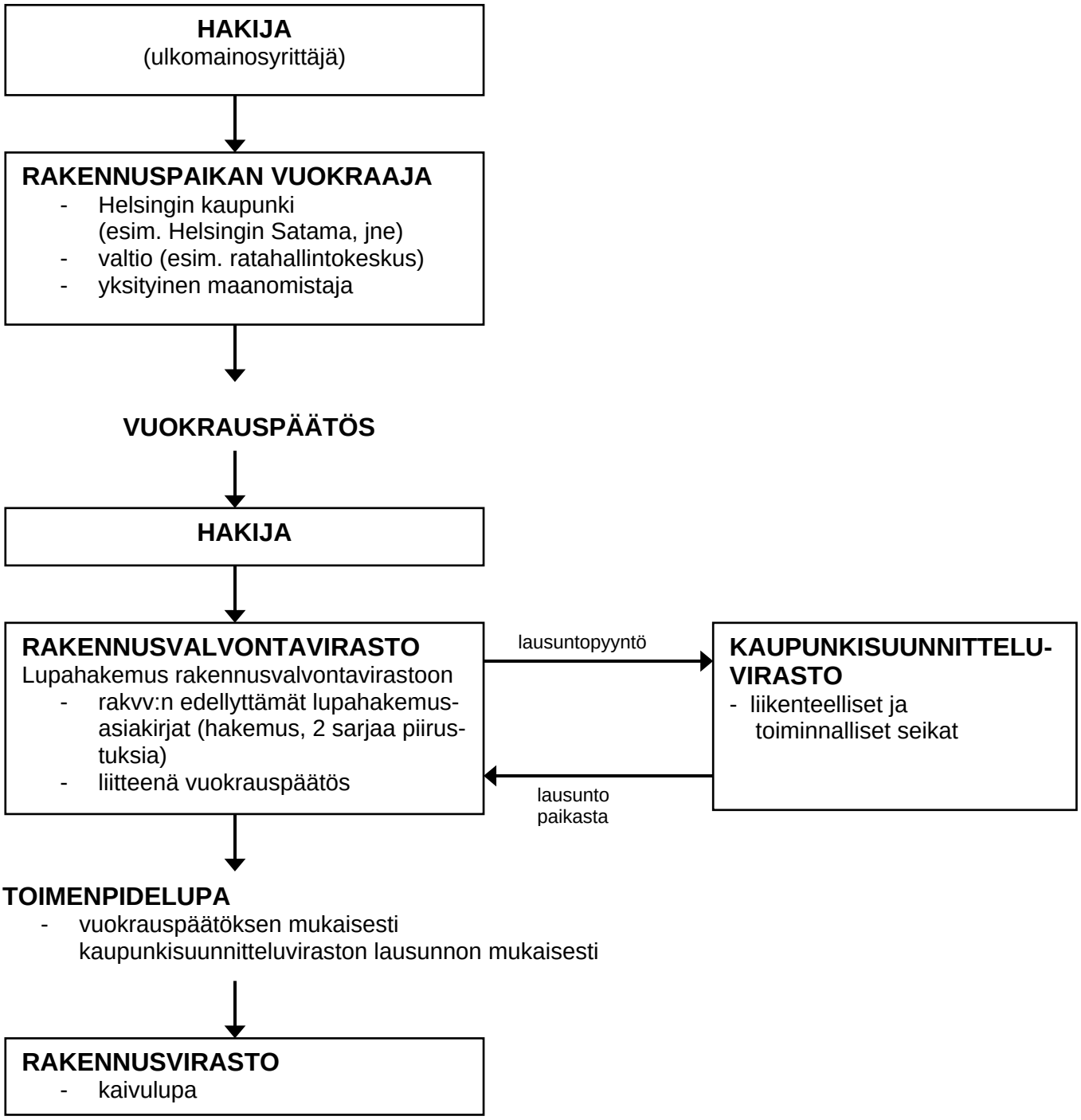
HAKIJA

RAKENNUSVALVONTAVIRASTO
Lupahakemus rakennusvalvontavirastoon
- rakvv:n edellyttämät lupahakemusasiakirjat (hakemus, 2 sarjaa piirustuksia)
- liitteenä vuokrauspäätös
- liitteenä kaupunkisuunnitteluviraston lausunto

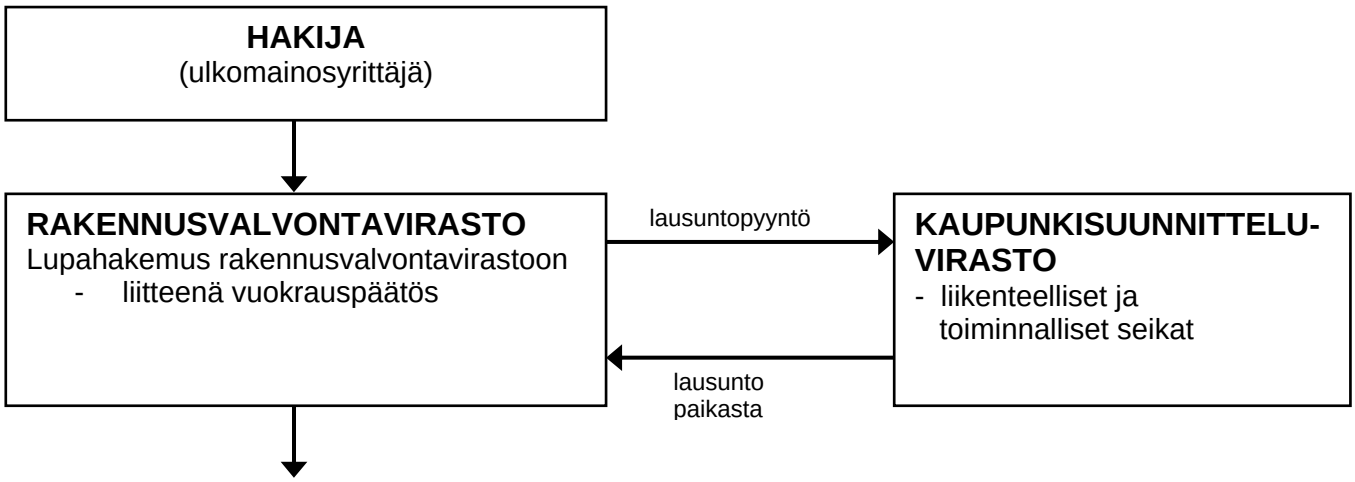
TOIMENPIDELUPA
- vuokrauspäätöksen mukaisesti
- määräajan ilmoittamaan lupaehtoon lisäys ”ellei kaavoituksesta tms. muuta johdu”; irtisanominen kesken lupa-ajan on mahdollista tehdä maankäytöllisistä syistä tai muuttuvasta ympäristöstä johtuen

RAKENNUSVIRASTO
- kaivulupa

LUPIA ULKOMAINOKSILLE ON MYÖNNETTY RAKENNUSVALVONTAVIRASTON OHJEIDEN JA OHJEISTUSTEN SEKÄ KAUPUNKISUUNNITTELUVIRASTON LAUSUNTOJEN MUKAAN.
(ks. raportti, kohta aiemmat ohjeistukset)



LUPIA ULKOMAINOKSILLE ON MYÖNNETTY RAKENNUSVALVONTAVIRASTON OHJEIDEN JA OHJEISTUSTEN SEKÄ KAUPUNKISUUNNITTELUVIRASTON LAUSUNTOJEN MUKAAN.
(ks. raportti, kohta aiemmat ohjeistukset)



JATKOLUPA

- kaupunkisuunnitteluviraston lausunnon mukaisesti
- vuokrauspäätöksen mukaisesti
- jos lausunnossa ja vuokrauspäätöksessä on ristiriita, käytetään rakennusvalvontavirastossa harkintaa
- yleensä kyse on tilapäisestä laitteesta

LUPIA ULKOMAINOKSILLE ON MYÖNNETTY RAKENNUSVALVONTAVIRASTON OHJEIDEN JA OHJEISTUSTEN SEKÄ KAUPUNKISUUNNITTELUVIRASTON LAUSUNTOJEN MUKAAN.
(ks. raportti, kohta aiemmat ohjeistukset)

Ulkomainonnan prosessikaavio
1.8.2008 LÄHTIEN
yhtenäinen maanvuokraajasta riippumatta

4

HAKIJA
(ulkomainosyrittäjä)

RAKENNUSPAIKAN VUOKRAAJA
- Helsingin kaupunki
- valtio (esim. ratahallintokeskus)
- yksityinen maanomistaja

lausuntopyyntö →
← lausunto paikasta

KAUPUNKISUUNNITTELU-VIRASTO
- liikenteelliset ja toiminnalliset seikat

lausuntopyyntö →
← lausunto

RAKENNUSVIRASTO
- kaivutyöt ja ympäristö

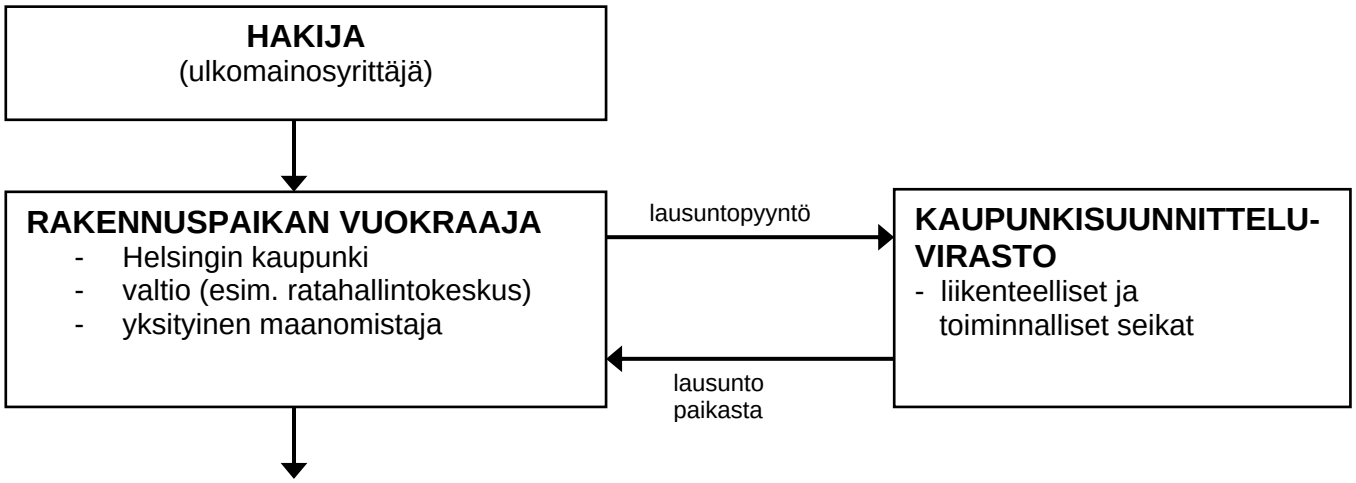
VUOKRAUSPÄÄTÖS
- mahdolliset ehdot, määräajat tilapäisissä laitteissa (kertaluonteinen lupa, ei jatkolupakäytäntöä)

RAKENNUSVALVONTAVIRASTO
Lupahakemus rakennusvalvontavirastoon
- rakvv:n edellyttämät lupahakemusasiakirjat (hakemus, 2 sarjaa piirustuksia)
- liitteenä vuokrauspäätös
- liitteenä kaupunkisuunnitteluviraston lausunto
- liitteenä rakennusviraston lausunto

TOIMENPIDELUPA
- vuokrauspäätöksen mukaisesti
- määräajan ilmoittamaan lupaehtoon lisäys ”ellei kaavoituksesta tms. muuta johdu”; irtisanominen kesken lupa-ajan on mahdollista tehdä maankäytöllisistä syistä tai muuttuvasta ympäristöstä johtuen

RAKENNUSVIRASTO
- kaivulupa

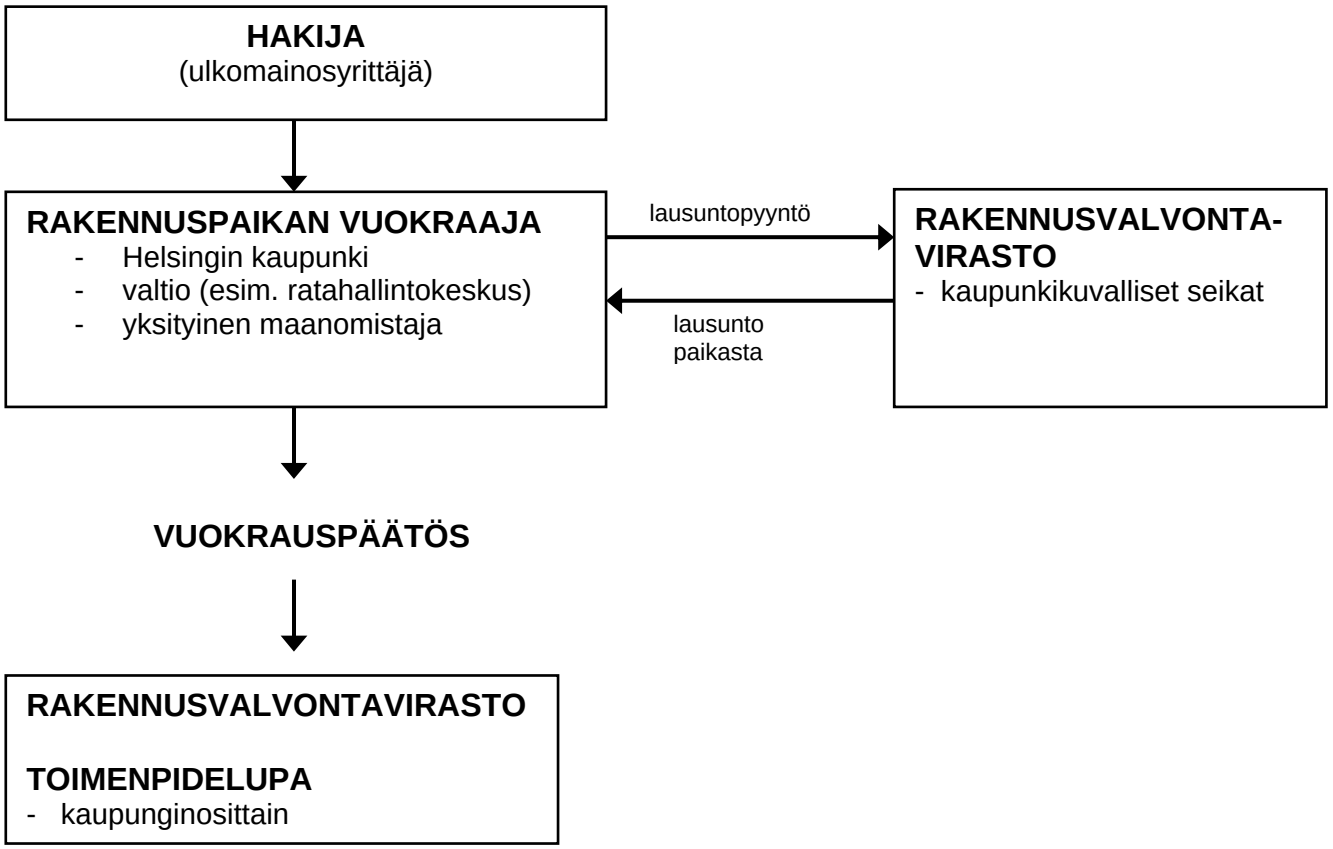
PAIKKAVARAUKSIA JA LUPIA ULKOMAINOKSILLE HAETAAN RAKENNUSVALVONTAVIRASTON JA KAUPUNKISUUNNITTELUVIRASTON OHJEIDEN MUKAAN.



VUOKRAUSPÄÄTÖS
- sisältää ympäristösuunnitelman tarkistuksen ja kaivuluvan
- mahdolliset ehdot, määräajat tilapäisissä laitteissa

RAKENNUSVALVONTAVIRASTO:
roolina rakennuslautakunnan vahvistamien ohjeiden laatiminen yhteistyössä eri hallintokuntien kanssa, minkä seurauksena maankäyttö- ja rakennusasetuksen mukaisesta toimenpideluvanvaraisuudesta on voitu luopua.
Valvonta.

PAIKKAVARAUKSIA JA LUPIA ULKOMAINOKSILLE HAETAAN OHJEIDEN MUKAAN.



RAKENNUSVALVONTAVIRASTO:
roolina rakennuslautakunnan vahvistamien ohjeiden laatiminen yhteistyössä eri hallintokuntien kanssa, minkä seurauksena maankäyttö- ja rakennusasetuksen mukaisesta toimenpideluvanvaraisuudesta on mahdollista luopua.
Valvonta.

PAIKKAVARAUKSIA JA LUPIA ULKOMAINOKSILLE HAETAAN OHJEIDEN MUKAAN.

ULKOMAINOSLAITTEIDEN YLEISPIIRTEISET SIJOITUSVYÖHYKKEET

ULKOMAINOSLAITTEITA SAA SIJOITTAA ERI VYÖHYKKEILLE OHEISEN KARTAN, TAULUKON JA RAKENNUSVALVONTAVIRASTON RAKENTAMISTAPAOHJEIDEN MUKAISESTI. LAITTEIDEN SIJOITUSPAIKAT YKSILÖIDÄÄN TARKEMMIN RAKENTAMISTAPAOHJEISSA.

TÄTÄ KARTTAA SOVELLETAAN UUSIIN ULKOMAINOSLUPAHAKEMUKSIIN JA KAIKKIIN ULKOMAINOS-LAITTEISIIN 1.8.2008 ALKAEN.

	SIJOITUSVYÖHYKKEET		
LAITETYYPIT	I	II	III
KATUMAINOSTAULUT	X	X	X
JALANKULKUOPASTAULUT JA PIENTAULUT	X	X	X
PYÖREÄT MAINOSPILARIT	X	X	X
KAMPANJALUONTEISET PYLVÄSMAINOKSET	X	X	X
SÄHKÖISET MAINOS- JA INFORMAATIOTAULUT*	X	X	X
TAKSI- JA PYSÄKKIKATOKSET	X	X	X
PYLVÄSTAULUT		X	X
SISÄLTÄ VALAISTUT SUURTAULUT		X	X
MUUT SUURTAULUT			X
KOLMIOPILARIT			X
MAINOSTORNIT			X
TYÖMAATAULUT	X	X	X
MAINOSROSKAKORIT	X	X	X

* VYÖHYKKEELLÄ I VAIN KORTTELIEN SISÄPIHOJEN KALTAISISSA PAIKOISSA.

- A-STANDEISTA JA MAINOSLAITTEISTA RAKENNUKSISSA ON RAKENNUSLAUTAKUNNAN HYVÄK-SYMÄT RAKENTAMISTAPAOHJEET.
- SUURTAULUISTA JA MAINOSROSKAKOREISTA ON RAKENNUSVALVONTAVIRASTON OHJEET.
- MUISTA LAITTEISTA ON OHJELUONNOKSET.

UUSIIN JULKISTEN ULKOTILOJEN SUUNNITELMIIN, YMPÄRISTÖ- JA KATUSUUNNITELMIIN SISÄLLY-TETÄÄN ULKOMAINOSLAITTEIDEN PAIKAT JA TYYPIT. MYÖS ASEMAKAAVOJEN LIITEAINEISTOSSA KUTEN LÄHIYMPÄRISTÖN SUUNNITTELUOHJEISSA OTETAAN MAINOSTEN SIJOITTAMINEN HUOMIOON.

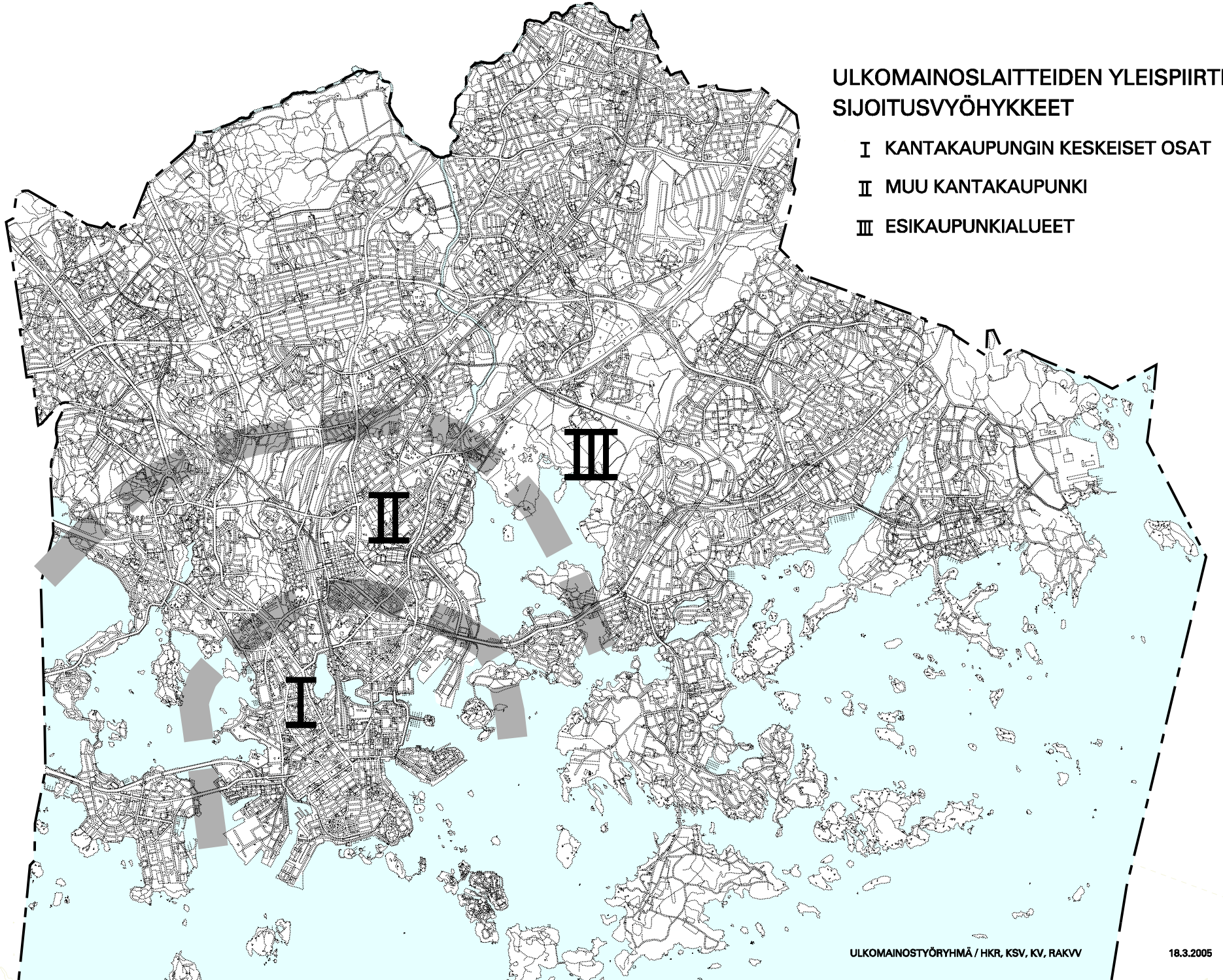
ULKOMAINOSTYÖRYHMÄ / HKR, KSV, KV, RAKVV 18.3.2005

ULKOMAINOSLAITTEIDEN YLEISPIIRTEISET SIJOITUSVYÖHYKKEET

Ⅰ KANTAKAUPUNGIN KESKEISET OSAT

Ⅱ MUU KANTAKAUPUNKI

Ⅲ ESIKAUPUNKIALUEET



ULKOMAINOSTYÖRYHMÄ / HKR, KSV, KV, RAKVV

18.3.2005

Ulkomainoslaitteiden sijoittaminen Helsingissä

Liikenneturvallisuusnäkökohdat

18.3.2005 / MM

MM / 18.3.2005

Ulkomainoslaitteiden sijoittaminen Helsingissä
Liikenneturvallisuusnäkökohdat

Johdanto

Kaupunginjohtaja päätti johtajistokäsittelyssä 5.6.2002 § 49, Khs 2002-692 perustaa ulkomainoslaitteiden nykytilaa ja tulevaisuuden suuntaviivoja selvittävän työryhmän.

> Kaupunginjohtaja päätti nimetä työryhmään seuraavat henkilöt:
> -toimistopäällikkö Tapio Sademies kiinteistövirastosta
> -asemakaava-arkkitehti Annukka Lindroos kaupunkisuunnitteluvirastosta
> -arkkitehti Kirsti Ervola kaupunkisuunnitteluvirastosta
> -liikenneteknikko Mauri Muilu kaupunkisuunnitteluvirastosta
> -teolllinen muotoilija Ulla-Kirsti Junttila rakennusvirastosta
> -toimistopäällikkö Ari Kettunen rakennusvirastosta
> -arkkitehti Ulla Vahtera rakennusvalvontavirastosta
> -kaupunkikuva-arkkitehti Marjatta Uusitalo rakennusvalvontavirastosta
>
> Työryhmän puheenjohtajana on toiminut Marjatta Uusitalo rakennusvalvontavirastosta.
>
> Teollinen muotoilija Ulla-Kirsti Junttila erosi rakennusviraston palveluksesta 31.7.2003, hänen tilalleen rakennusvirasto nimesi työryhmään 1.8.2003 lähtien miljöösuunnittelija Arja Saaristo-Wahlbergin.
>
> Työryhmä otti nimekseen ”ulkomainosryhmä” (po.ulkomainoslaitetyöryhmä).

Rakennusvalvontaviraston ohjeessa ”Ulkomainoslaitteet, sijoittamisperiaatteet” viitataan mm. liikenneturvallisuusnäkökohtien huomioon ottamiseen ulkomainoslaitteiden sijoittamisessa. Kaupunkisuunnitteluviraston liikennesuunnitteluosasto on laatinut liikenneturvallisuusnäkökohdista tämän ohjeen, joka on tarkoitettu apuvälineeksi tarkasteltaessa ulkomainoslaitteiden sijoittamista ja helpottamaan uusien hakemuksien käsittelyä. Ohje on hyväksytty liikennesuunnitteluosaston osastokokouksessa 18.3.2005.

MM / 18.3.2005

Ulkomainoslaitteiden sijoittaminen Helsingissä
Liikenneturvallisuusnäkökohdat

Yhteenveto

Ulkomainoslaitteiden sijoittamisessa tulee ottaa huomioon liikenneturvallisuusnäkökohdat. Mainos ei saa viedä liiaksi huomiota pois liikenteestä ja liikenteen ohjauslaitteista. Pyrkimyksenä on sijoittaa eniten huomiota vievät mainokset siten, että niistä johtuva liikenneturvallisuuden heikkeneminen on mahdollisimman vähäistä. Mainoslaitteita ei saa sijoittaa risteysalueelle, missä ne voivat estää näkemiä tai muutoin haitata liikenneturvallisuutta eikä pysähtymismatkalle ennen suojatietä, missä autoilijan huomion tulee kiinnittyä suojatien käyttäjiin tai siten, että mainoslaite peittää tai häiritsee liikenteenohjauslaitteen havaittavuutta.

Lisäksi on otettava huomioon, että tieliikennelain 56 §:n mukaan tielle tai sen välittömään läheisyyteen ei saa asettaa merkkiä, kilpeä tai muuta laitetta, jonka voi erheellisesti käsittää liikennemerkiksi tai muuksi liikenteen ohjauslaitteeksi taikka joka voi huonontaa sellaisen näkyvyyttä. Järjestyslain 6 §:n mukaan yleistä järjestystä tai turvallisuutta vaarantavan, häikäisevän tai harhauttavan valon taikka liikenteenohjauslaitetta muistuttavan tai muuten turvallisuutta vaarantavan mainoksen käyttäminen on kielletty. Liikenneministeriön päätöksen liikenteen ohjauslaitteista 4 §:n mukaan liikenteen ohjauslaitteeseen tai sen kannattajaan ei saa kiinnittää mitään, mikä ei vastaa tämän laitteen tarkoitusta tai mikä vaikeuttaa liikenteen ohjausta.

Mainoksen valaistus tulee sopeuttaa ympäristön muuhun valaistukseen. Jos mainoksessa on vaihtuva viesti, suhtaudutaan laitteen sijoittamiseen kriittisemmin.

Kaupunkisuunnitteluvirasto antaa lausunnon ulkomainoslaitteiden sijoittamisesta ennen lupakäsittelyä. Tämä lausunto kootaan liikennesuunnitteluosaston valmistelemien liikenneturvallisuusnäkökohtien ja asemakaavaosaston valmistelemien kaavallisten ja toiminnallisten näkökohtien pohjalta.

MM / 18.3.2005 OHJE

Ulkomainoslaitteiden sijoittaminen Helsingissä
Liikenneturvallisuusnäkökohdat

Johdanto Mainos asetetaan siinä tarkoituksessa, että se kiinnittää kadulla liikkujan huomiota kaikista niistä suunnista, joille se näkyy. Huomion viemisellä pois liikenteestä ja liikenteen ohjauslaitteista on vaikeassa liikenneympäristössä liikenneturvallisuutta heikentävä vaikutus, vaikka sitä ei olekaan pystytty onnettomuustilastoilla osoittamaan. Mainos kuuluu kuitenkin kaupunkiin. Tämän ohjeen avulla pyritäänkin sijoittamaan eniten huomiota vievät mainokset siten, että niistä johtuva liikenneturvallisuuden heikkeneminen on mahdollisimman vähäistä. Liikenneturvallisuusnäkökohdat tulee erityisesti huomioida seuraavissa tilanteissa.

Mainoslaitteen sijoittamista rajoittavat tekijät.
1. Pysähtymismatka
2. Risteys ja näkemäalue
3. Liikenteen ohjauslaite
4. Pysäkkialue ja tonttiliittymä
5. Koulu, leikkipuisto yms.

Muut mainoslaitteen sijoittamiseen vaikuttavat tekijät.
1. Valaistus
2. Vaihtuva viesti
3. Mainoslaitteen koko
4. Poikkeava liikenneympäristö
5. Jalkakäytävän, pyörätien vapaan tilan leveys

Tämä ohje ei koske mainosroskakoreja, pysäkki- eikä taksikatoksia.

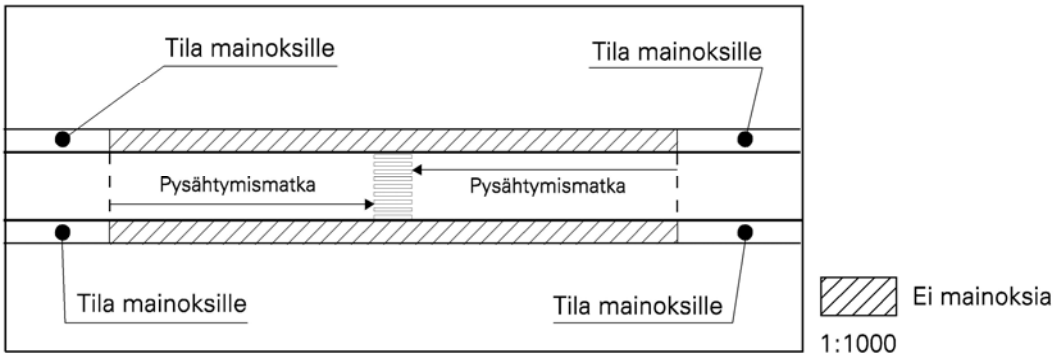
MAINOSLAITTEEN SIJOITTAMISTA RAJOITTAVIEN TEKIJÖIDEN ARVIOINTI.
Mainoslaitetta ei saa sijoittaa seuraavissa tilanteissa:

1. Pysähtymismatka.

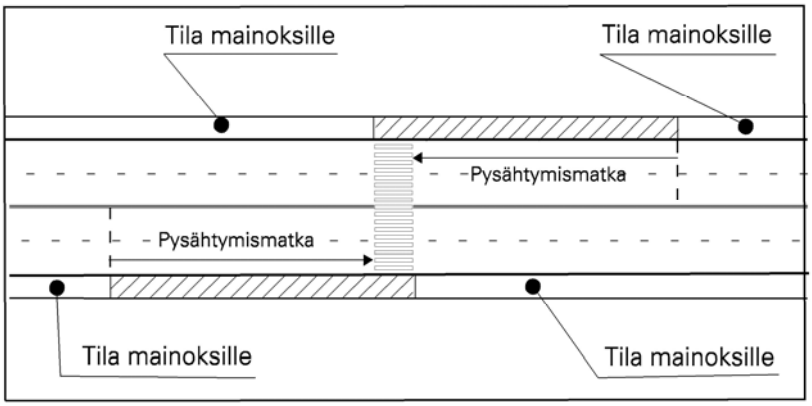
Pysähtymismatka on matka, jonka aikana auto on voitava pysäyttää (ennen suojatietä; liikennevaloja; risteävää katua). Kielto koskee kapealla kadulla ajoradan molemmilla puolilla ja leveämmällä kadulla vain oikealla puolella olevaa vapaata tilaa. Pysähtymismatkan määrittelyssä on käytetty keliolosuhteena kosteaa tienpintaa kesäaikana.
Pysähtymismatka määritellään nopeusrajoitusarvon perusteella seuraavasti:

Nopeusrajoitus km/h	30	40	50	60	70	80
Pysähtymismatka metriä	15	25	35	45	55	70

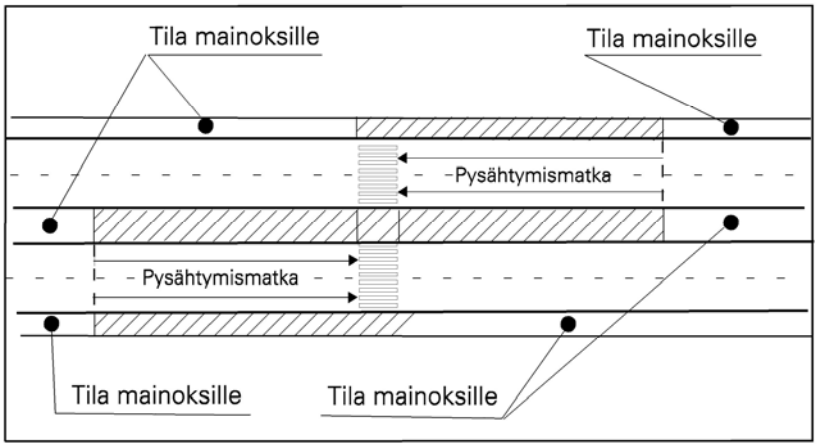
Pysähtymismatkan määrittely (nop.raj. 50 km / h)



Kuva 1
Kun ajokaistoja on 1+1, ja pysäköintiä ei ole



Kuva 2
Kun ajokaistoja on 2+2 tai enemmän tai 1+1 ja pysäköintiä molemmilla puolilla

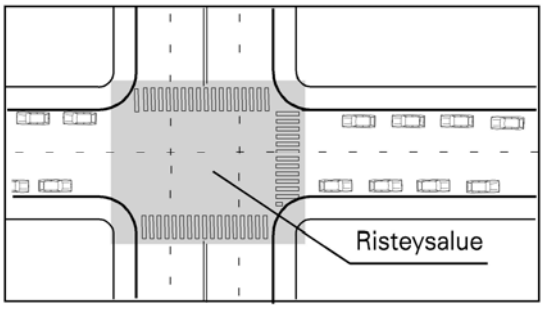


Kuva 3
Kun ajoratojen välissä on keskikaista tai pitkä saareke

2. Risteys ja näkemäalue.

Risteysmääritelmä:

Risteys määritellään tässä yhteydessä alueeksi, joka rajautuu suojateihin suojatiet mukaan lukien tai milloin suojateitä ei ole, jalkakäytävän tontin puoleisen reunan ajateltuun jatkeeseen.



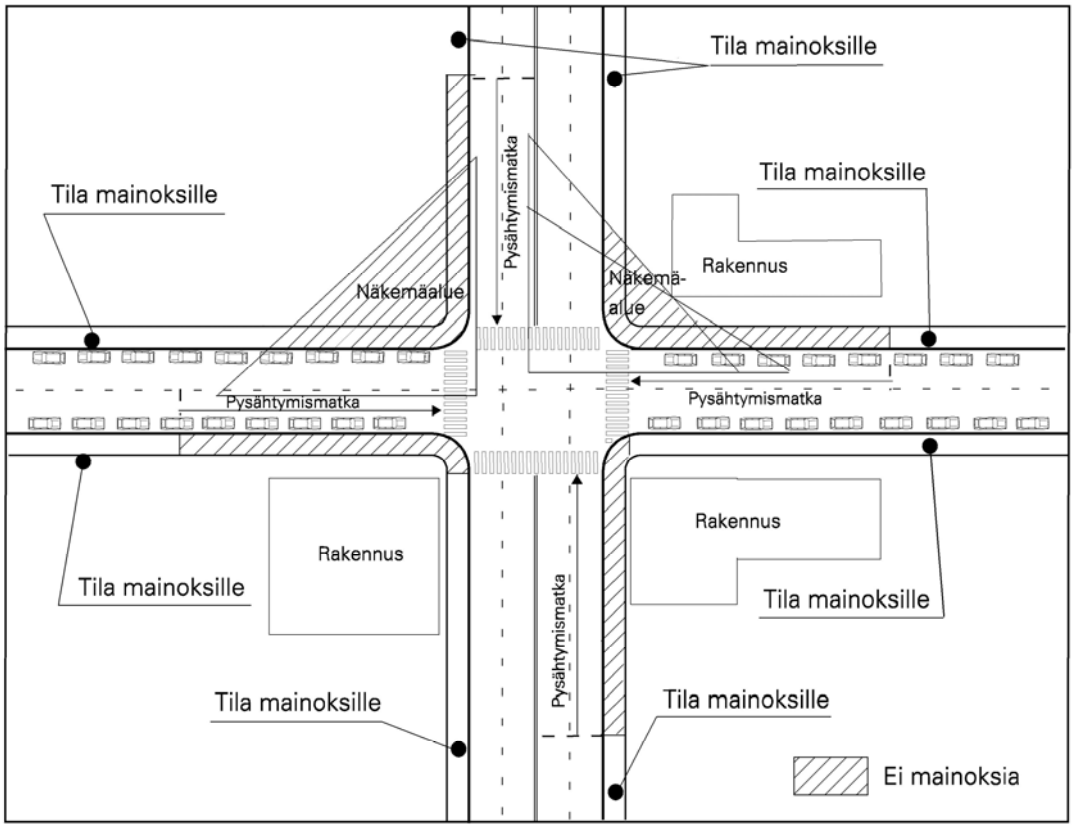
Kuva 4
Risteysalueen määrittely

Näkemäalueen määrittely:

Tapaus A. Tiet ovat etuajo-oikeussuhteiltaan samanarvoiset.

Näkemäalue määrätään mittaamalla pysähtymisnäkemän edellyttämä matka kaikkiin suuntiin seuraavan taulukon mukaisesti. Yhdistämällä näin saadut pisteet saadaan määriteltyä näkemäalue.

Nopeusrajoitus km/h	30	40	50	60	70	80
Tapaus A Kaikkiin suuntiin metriä	15	25	35	45	55	70



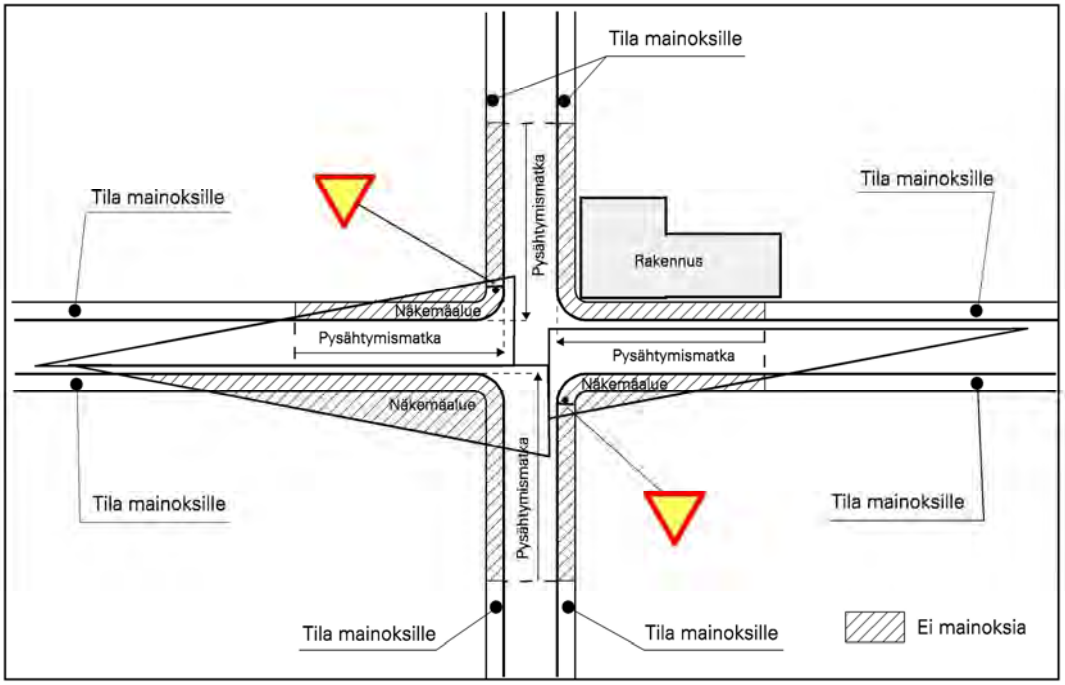
Kuva 5
Pysähtymismatkan ja näkemäalueen yhteisvaikutus (nop.raj. 50 km/h)

Näkemäalueen määrittely:

Tapaus B. Liittyvältä kadulta tulevalla on väistämisvelvollisuus (”kärkikol - mio”).

Näkemäalueen pituus sivusuunnassa on 15 metriä ja pääsuunnassa molempiin ajosuuntiin seuraavan taulukon mukainen. Yhdistämällä näin saadut pisteet saadaan määriteltyä näkemäalue.

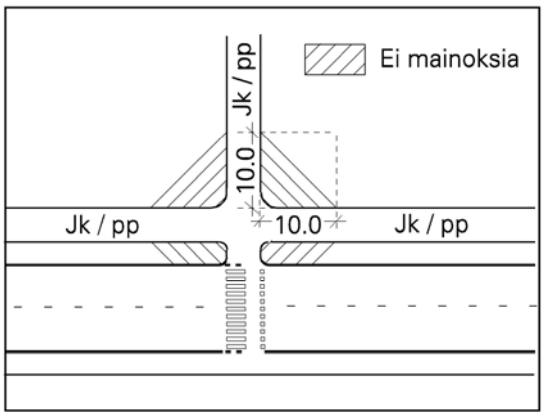
Nopeusrajoitus km/h	40	50	60	70	80
Tapaus B Sivusuunnassa 15 m ja pääsuunnissa metriä	60	80	100	120	150



Kuva 6
Pysähtymismatkan ja näkemäalueen yhteisvaikutus (nop.raj. 50 km/h)

Näkemäalueen määrittely:

Kevyt liikenne. Pyöräliikenteen keskinäisessä risteyksessä pysähtymismatka on 10 metriä molempiin suuntiin. Yhdistämällä nämä pisteet saadaan määriteltyä näkemäalue.



Kuva 7
Kevyen liikenteen näkemäalueen määrittely

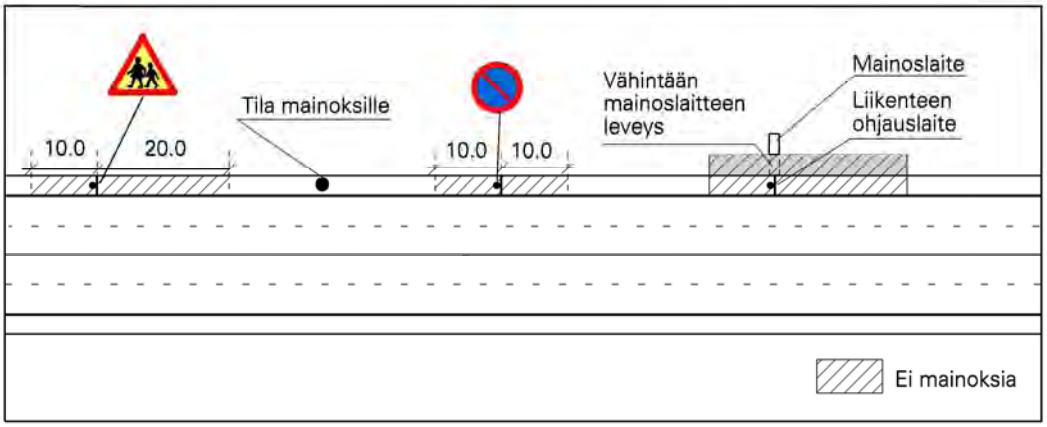
3. Liikenteen ohjauslaite

Mainoslaitetta ei saa sijoittaa liikenteen ohjauslaitteiden kanssa samaan pylvääseen tai siten, että se peittää tai häiritsee liikenteenohjauslaitteiden näkyvyyttä ja luettavuutta niin ajoradan sivu- kuin pituussuunnassa.

Mainosta ei saa sijoittaa 20 metrin matkalle ennen eikä 10 metrin matkalle jälkeen liikkuvaa liikennettä varten asetettua liikenteen ohjauslaitetta kuten varoitus-, etuajo-oikeus-, väistämisvelvollisuus-, suojatie- tai nopeusrajoitus- merkkiä.

Pysäköintiä sekä jalkakäytävä- ja pyörätietä koskevien liikenteen ohjauslaitteiden osalta ovat vastaavat mitat 10 metriä ennen ja 10 metriä jälkeen.

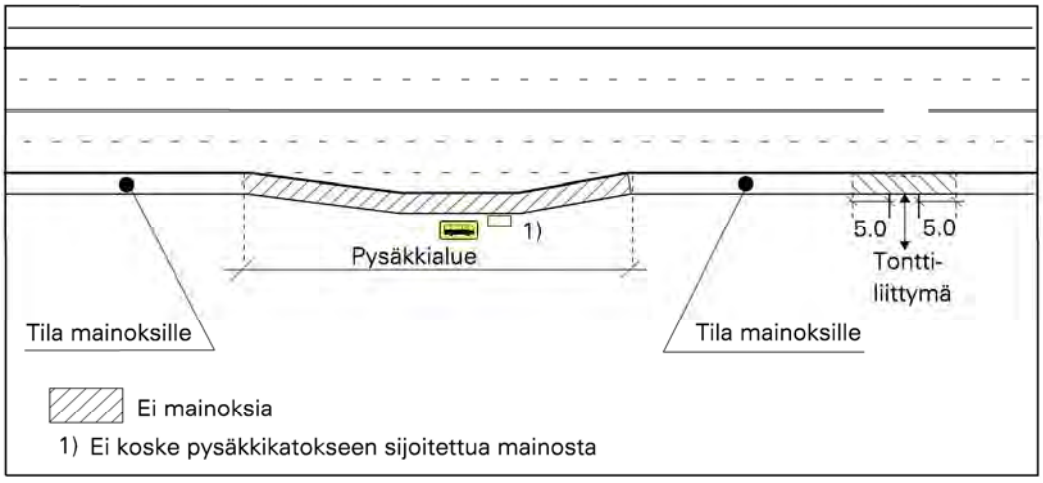
Mainos voidaan asettaa edellä mainituille alueille, jos mainoslaitteen ja liikenteen ohjauslaitteen väli sivusuunnassa on vähintään mainoslaitteen levyinen.



Kuva 8
Liikenteen ohjauslaitteen huomioon ottaminen

4. Pysäkkialue ja tonttiliittymä

Pysäkkialueen ja tonttiliittymän merkitys tulee huomioida mainoslaitetta sijoitettaessa. Ohjeena voidaan pitää, että mainosta ei sijoiteta pysäkkialueelle (ei koske pysäkkikatoksessa olevaa mainosta) eikä 5 metriä lähemmäksi tonttiliittymää.



Kuva 9
Pysäkkialueen ja tonttiliittymän huomioon ottaminen

5. Koulu, leikkipuisto yms.
Mainoksia ei saa sijoittaa liikenneympäristöön, missä liikkuu poikkeuksellisen paljon jalankulkijoita kuten lapsia tai vanhuksia, joiden huomioon ottaminen vaatii autoilijoilta erityistä tarkkaavaisuutta.

Tarkasteltavat asiat laitekohtaisesti:

Mainoslaite	Pysähtymismatka	Risteys-/ näkemäalue	Liik.ohj. laite	Valaistus	Vaihtuva viesti	.
Pylvästaulu		x 2)	x			
Mainospilari	x 1)	x	x	x		
Katumainostaulu	x 1)	x	x	x	x	
Jalankulkuopastaulu	x 2)	x	x	x		

1) oikealle puolelle ei; vasemmalle puolelle tilanteen mukaan (kuva 1,2 ja 3)
2) voidaan käyttää harkintaa

MUIDEN MAINOSLAITTEEN SIJOITTAMISEEN VAIKUTTAVIEN TEKIJÖIDEN ARVIOINTI.

1. Valaistus
Mainoksen valaistus ei saa olla voimakkaampi kuin sen ympäristössä käytetty muu valaistus. Mainoksen valaistus ei saa syttyä ja sammua pimeällä.

2. Vaihtuva viesti
Jos mainoksessa on vaihtuva viesti, suhtaudutaan laitteen sijoittamiseen kriittisemmin. Vaihtuvaksi tulkitaan tässä yhteydessä alle minuutin välein vaihtuva viesti.

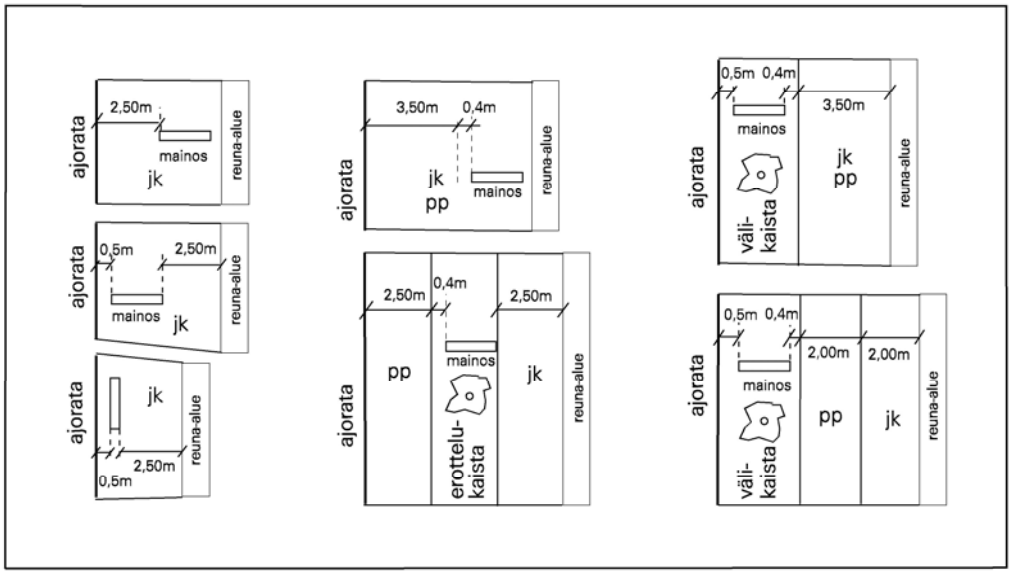
3. Mainoslaitteen koko
Mainoslaitteen suuri koko tuo mainokselle myös suuren huomioarvon. Tällaisia laitteita ovat suurtaulut ja mainostornit.

Näitä mainoslaitteita koskevat hakemukset käsitellään tapauskohtaisesti. Mainoslaitteen sijoituksessa otetaan huomioon edellä esitetyt liikenneturvallisuusnäkökohdat sekä laitteen huomioarvo esitetyn sijoituskohteen liikenneympäristössä.

4. Poikkeava liikenneympäristö.
Mikäli liikenneympäristöön liittyvien tekijöiden ja onnettomuustilastojen tarkastelu antaa aihetta, voidaan sijoittamisohjeista yksittäistapauksissa poiketa. Liikenneympäristöön liittyviä tekijöitä ovat mm. nopeusrajoitus, liikennemäärä, liikenteen koostumus (esim. pyöräilijät, jalankulkijat, lapset, vanhukset), liittymätiheys ja informaation kokonaismäärä.

5. Jalkakäytävän, pyörätien vapaan tilan leveys.

Mainoslaitteen kohdalla tulee vapaan tilan leveyden olla vähintään kuvassa 10 esitettyjen minimivaatimusten mukainen.



Kuva 10

Vapaan tilan mitoitus kevyen liikenteen väylillä.

Lähdeaineisto

Lainsäädäntö

Tieliikennelaki 56 §, järjestyslaki 6 § ja liikenneministeriön päätös liikenteen ohjauslaitteista 4 §.

Pysähtymismatka / -näkemä:

Liikennesuunnitteluosaston 2.11.2001 hyväksymä ”Katupoikkileikkausten suunnitteluohjeet” sekä ohje pysähtymisnäkemän mitoituksesta.

Liittymisnäkemä:

Kaupunkiliiton julkaisu: ”Katujen tasoliittymien suunnitteluohjeet” (C55, sivut 64-66). Ohjetta on sovellettu siten, että näkemäalueen pituudeksi on valittu sivusuunnassa 15 metrin poikkeuksellinen arvo ja pääsuunnassa katujen minimiarvot.

LIITE 8

VALOKUVIA TOTEUTETUSTA ULKOMAINONNASTA SUOMESSA

1. Historiallisia esimerkkejä Helsingistä

Helsingissä on pitkä mainospilareiden perinne. 1920-luvulla pilarit olivat siroja. Pienen mittakaavansa ansiosta ne sopeutuivat hyvin katutiloihin. Mainospylväs Kasarmintorilla ja Päävartiontorilla v.1923. Kuvat kaupunginmuseon arkisto.

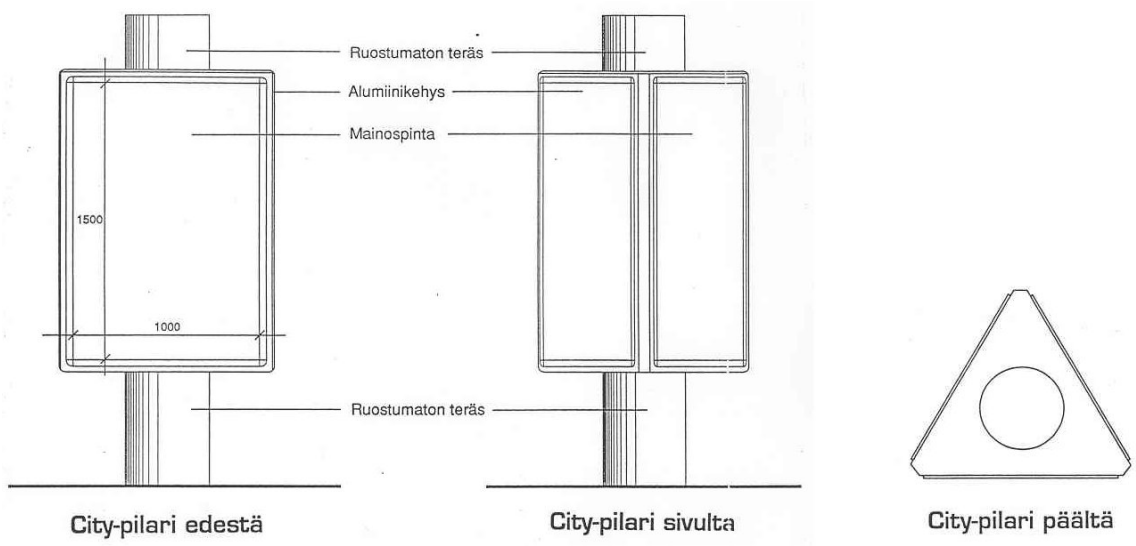
Mainospylväs Viipurinkadun ja Porvoonkadun kulmauksessa v.1954.
Kuva kaupunginmuseon arkisto.

Lupahakemuksessa käytetty esimerkkikuva.
(Pyörivä valomainospilari Mannerheimintien ja Pohjois-Esplanaadikadun risteykseen).
Kuva rakennusvalvontaviraston arkisto vuodelta 1952.

Kolmikulmainen pyörivä valomainospilari Mannerheimintien ja Pohjois-Esplanaadikadun risteyksessä ns. Wulffin kulmauksessa.
Kuva rakennusvalvontaviraston arkisto vuodelta 1959

Mainospylväs Arkadianaukiolla.
Kuva rakennusvalvontaviraston arkisto vuodelta 1965

Mainospylväs Arkadianaukiolla (=Paasikivenaukiolla) v. 1975.
Kuva kaupunginmuseon arkisto.



Ns. City-teline oli käytössä 1990-luvun alussa. Laitteet korvattiin myöhemmin nykyisillä katumainostauluilla.
Kuvat rakennusvalvontaviraston arkisto.

2. Toteutetun ulkomainonnan tarkastelua Helsingissä ja esimerkkejä muualta Suomesta

Kaupungin hierarkkisuus: Kaupungissa tulee olla myös mainoksettomia alueita. Senaatintori on perinteisesti ollut rauhoitettu mainonnalta.
Kuva Marjatta Uusitalo

Kauppatorin pylväsmainokset sijaitsevat arvokkaassa ympäristössä taideteosten välittömässä läheisyydessä.
Kuva Ulla Vahtera

Hakaniemenranta. Katutilaan on kertynyt suunnittelemattomasti erilaisia mainoslaitteita.
Kuvat Marjatta Uusitalo

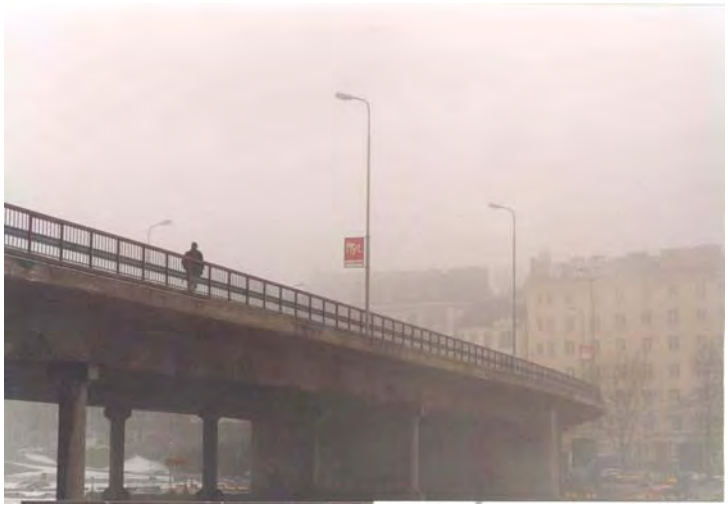
Töölöntori. Aukiotilojen seesteisyys on kadonnut mainoslaitteiden ja mainonnan hälyyn.
Kuvat Ulla Vahtera

Sörnäisten rantatie. Erilaisten, lähellä tosiaan sijaitsevien mainoslaitteiden kasauma.
Kuva Marjatta Uusitalo

Oulunkylä. Sillan alla olevien mainoslaitteiden lisäarvo on kevyen liikenteen väylälle kohdentuva valaistus. Mainoslaitteiden määrän tulee kuitenkin olla kohtuullinen ja niiden tulee laadultaan soveltua sijoitusympäristöönsä.
Kuvat Ulla Vahtera

Liikenneympäristöön sijoitettavat mainoslaitteet tulee pohtia huolella. Mainoslaitteet eivät saa muodostaa näkemäestettä. Pylvästauluja ei tule sijoittaa risteysalueille eikä samaan pylvääseen liikennemerkkien kanssa.
Kuvat Marjatta Uusitalo

Kaisaniemen puistossa sijaitsevat pylvästaulut taustanaan arkkitehtonisesti korkeatasoinen vastavalmistunut ympäristö. Pylvästaulut on sijoitettu liikennemerkkiin ja ristikkopylvääseen. Lopputulos ei vastaa ympäristön arvoa. Kuva Marjatta Uusitalo



Pienikin mainoslaite voi olla merkittävä maisematekijä.
Silloille ei tule sijoittaa pylvästauluja. Kuva Ulla Vahtera

Pylvästaulut ovat lähes kiinni rakennuksen julkisivussa. Rakennusten käyttäjille tämänkaltainen mainonta on häiriötekijä, josta rakennusvalvontavirasto saa negatiivista palautetta ja joutuu usein puuttumaan asiaan.
Kuva Marjatta Uusitalo

Koskela - Käpylä.Tilapäisluonteisia tauluja ei tulisi sijoittaa valmiiksi rakennettuun, pysyvään ympäristöön.
Kuva Ulla Vahtera

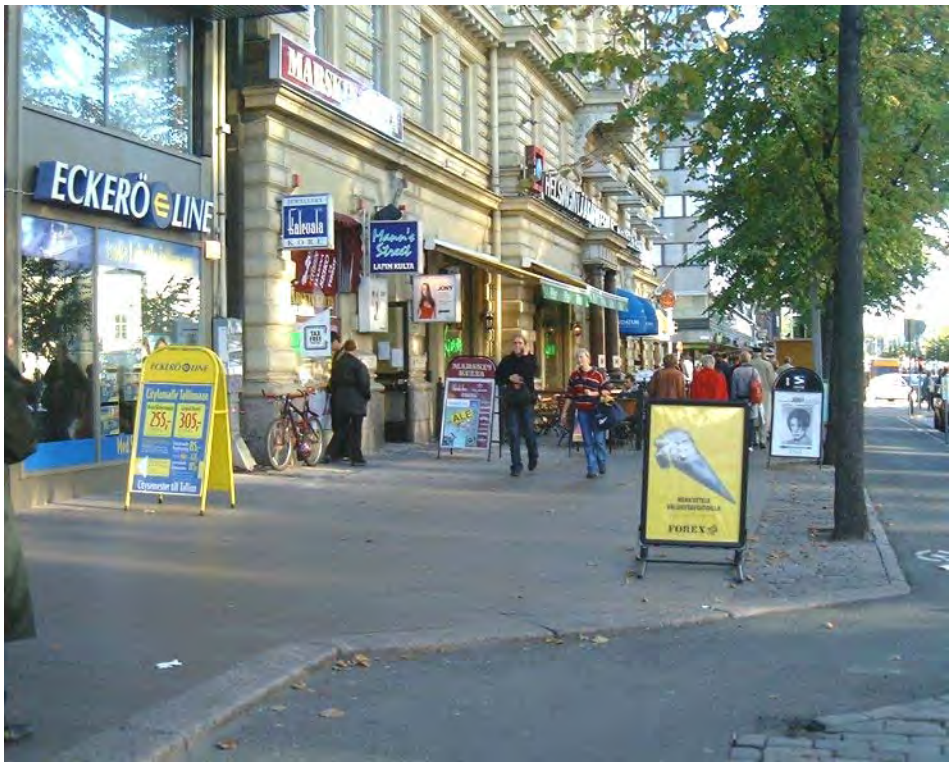
Laitteiden laatu: Ennen vuotta 1990 käyttöön otetut laitteet ovat tilapäisen oloisia ja kaupunkikuvalliselta ”laadultaan heikkoja” (sitaatti rakennuslautakunnan mainosjaoston loppuraportista vuodelta 1988). Tällaisia laitteita on edelleen runsaasti varsin keskeisillä paikoilla Helsingissä. Kuvat Marjatta Uusitalo ja Ulla Vahtera

Ulkomainoskalusteet tulee sijoittaa huolella katutilaan ja niiden tulee olla mitoitukseltaan sellaisia, että ne mahtuvat niille varatuille reuna- tai välikaistoille. Helsingin katutila on ahdas, Helsingissä tarvitaankin tuotekehittelyä esim. pienempiä ulkomainoslaitteita. Kuvat Marjatta Uusitalo

Jalankulkuympäristössä laitteiden terävät kulmat ovat turvallisuusriski. Kuvat Marjatta Uusitalo

Jokainen laite tuo mukanaan kunnossapito-ongelmat: maanpinnan siisteys, lumien auraus sekä ”tagit” työllistävät.
Kuvat Marjatta Uusitalo

Tilapäistä mainontaa Kauppa- ja Hakaniementorilla.
Tilapäiselle mainonnalle on tarvetta ja tarvitaan hyviä suunnitteluratkaisuja.
Kuvat Marjatta Uusitalo



Siirrettävät mainostelineet eli standit ovat merkittävä liikkumisen haittatekijä katutilassa. Kuvat Mannerheiminteiltä ja Mikonkadulta. Kuvat Marjatta Uusitalo

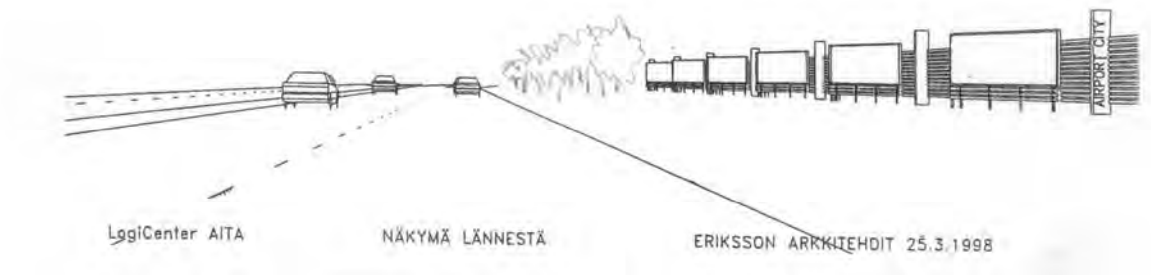
Pysäkkikatokset ovat onnistunut esimerkki toimivasta integroinnista. Katosten mitoitus on joustava, joten sijoittaminen ahtaaseenkin katutilaan on mahdollista. Yöaikaan lisäarvona on valaistus. Kuvat Marjatta Uusitalo ja Ulla Vahtera

Pienen katumainostaulun eli jalankulkuopastaulun lisäarvo on siihen sijoitettu karttataulu. Mitoitukseltaan taulu soveltuu ahtaisiin katutiloihin.
Kuva Marjatta Uusitalo

Katumainostaulujen uudenlainen ryhmittely Jyväskylän matkakeskuksessa. Mainoslaitteita voidaan integroida muuhun kadunkalustukseen ja siten ne voivat olla luontevalla tavalla elimellinen osa rakennettua ympäristöä.
Kuvat Marjatta Uusitalo

Siltojen alla, tunneleissa ja jalankulkuympäristöissä valaistu ulkomainonta tuo lisäarvoa turvallisuuden tunteena. Räätälöidysti sijoitettu mainoslaite voi tuottaa sijaintipaikalleen myös esteettistä lisäarvoa. Kuva Ulla Vahtera

Mainosten sijoittaminen siltojen alle on ongelmallista: Silta rakenteineen voi itsessään olla kaunis. Mainoslaitteiden ei tulisi tukkia näkymiä, peittää viimeisteltyjä pintoja tai rakenteita epäonnistuneesti eikä aiheuttaa liikenneturvallisuusriskiä. Kuva Marjatta Uusitalo



Työmaahuput ja -aidat ovat käyttökelpoisia paikkoja mainonnalle. Tilapäistenkin ratkaisujen tulee olla siistejä, joten tuotekehitys tällä saralla on tervetullutta.
Kuva Clear Channel

ULKOMAISIA ESIMERKKEJÄ

Kaupungit panostavat imagoonsa. Julkisten kaupunkitilojen viimeistely on huippuluokkaa. Myös kadunkalusteet ovat osa kaupungin korkealaatuista imagoa ja niiden suunnittelusta vastaavat kansainväliset huippusuunnittelijat. Keskusta-alueilla ulkomainonta on integroitu pysäkkikatoksiin. Madrid.
Kuvat Marjatta Uusitalo

Bordeaux on ottanut aiemmin täysin autojen valtaaman keskustan haltuunsa. Kansainvälistä mainetta saaneet keskustaratkaisut ovat saaneet aikaan seesteisen ja kauniin, identiteetiltään vahvan kaupungin. Ulkomainonnan osuus on kontrolloitua painottuen esikaupunkialueille. Keskeisimmät kaupunkitilat ovat täysin mainoksettomia. Jopa elegantisti suunniteltu raideliikennekalusto keskusta-alueella on mainoksetonta. Bordeaux on laadukkaan kaupunkidesigninsa ansiosta saanut vieraakseen runsaasti suunnittelusta kiinnostuneita kävijöitä.
Kuvat Ulla Vahtera

Keskusta-aukiotilan hälyisyydessä on huikea ero.
Kuvat Marjatta Uusitalo ja Ulla Vahtera

Barcelonan keskeisimmällä kadulla, La Ramblasilla kaupungin kulttuurielämän aktiivitapahtumista kertoo uusittuun valaisinkalustoon integroitu banderollisto. Uudet valaisinkalusteet edustavat modernia, siroa muotokieltä jättäen paikalla oleville vanhoille rustikoiduille valaisimille tilaa nousta esiin. Kokonaisuus on harkittu ja detaljiikka banderollien kiinnitysmekanismeja myöten hallittu.
Kuva Ulla Vahtera

Itävallan Gratzissa, vuoden 2003 kulttuuripääkaupungissa, keskeisimmät aukiot on otettu tarkastelun alle. Taitavien ja ennakkoluulottomien suunnittelutoimistojen ammattitaitoa hyödyntäen on löydetty korkealuokkaiset ratkaisut, joilla aukiot ovat puhdistuneet ja palauttaneet identiteettinsä. Aukioita ei kuitenkaan ole museoitu, vaan niiden nykyaikaiset toiminnalliset vaatimukset on ratkaistu kokonaisuudessaan huolella. Myös ulkomainonta on löytänyt sijansa – esimerkiksi bussikatokseen integroidun jakokaapin yhtenä pintana.
Kuva Ulla Vahtera

Tukholman Södermalmilla satamasta saavuttaessa banderollimainonta luo identiteettiä suurimittakaavaiseen teollisuus- ja liikenneympäristöön.
Kuvat Marjatta Uusitalo

Oslon pääkadulla, kuninkaanlinnaan johtavalla Karl Johans Gadella, valaisinpylväisiin integroidut banderollit kertovat kaupungin tapahtumista. Banderollit ovat paikoillaan vain muutaman kerran vuodessa lyhyehköllä määräajalla.
Kuva Marjatta Uusitalo

Dublin. Kulttuurimainonta on suunniteltu tyylikkäästi valaisinpylväisiin.
Kuva Marjatta Uusitalo

Lyon, Cite Internationalé: Uudelle kongressi- ja kulttuurialueelle saavuttaessa valaisinpylväisiin sijoitettu banderollisto kertoo alueen tapahtumista.
Kuva Lauri Jääskeläinen

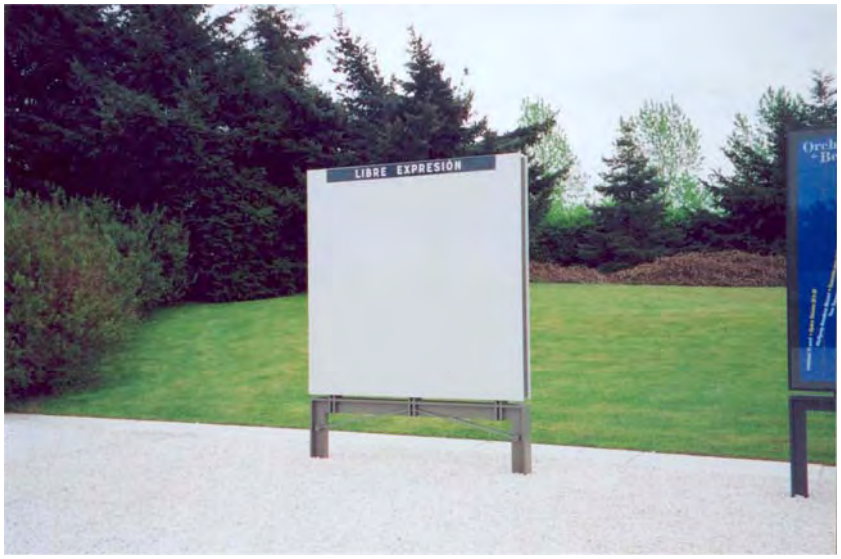
Ulkomainoslaitteita käytetään kulttuurimainontaan. Esimerkkejä mainospilareista, Berliini, Madrid ja Weimar.
Kuvat Marjatta Uusitalo

Bordeux ja Lyon. Myös katumainostauluja voidaan käyttää kulttuurimainontaan. Katumainostaulut voivat sijaita joko rakennusten tonteilla tai julkisissa tiloissa kuten kaduilla ja toreilla.
Kuvat Lauri Jääskeläinen ja Ulla Vahtera

Euroopan pääkaupungit ovat panostaneet ulkomainoskalusteisiin. Design on osa kaupungin identiteettiä. Madrid ja Tukholma.
Kuvat Marjatta Uusitalo

Mainonnan integroimista. Ulko-mainoskalusteeseen on integroitu informaatiopiste. Wien.

Mainonnan ja keräyksen integrointi. Madrid.
Kuvat Marjatta Uusitalo



Ulkomainosyrittäjien ja hyvien suunnittelijoiden yhteistyönä kehitettyjä kadunkalusteita: tiedotustauluja, kioski ja penkki.
Kuvat Marjatta Uusitalo

Ulkomailla mainosroskakoreista on luovuttu. Muotoiluun on paneuduttu ja lopputuloksena on kadunkalusteita, joihin graffiteja ja tarroja on vaikea kiinnittää. Kuvat Malmö ja Glenelg.
Kuvat Marjatta Uusitalo

Tilapäiselle kulttuurimainonnalle on suunniteltu telineet lyhtypylväisiin. Wien. Kuva Marjatta Uusitalo

Pysäköintilaitosten ilmanvaihtohormeja on käytetty kulttuurimainontaan. Wien.
Kuva Marjatta Uusitalo

Mainospilarit ja muut ulkomainoskalusteet tulee sovittaa niille varatulle reuna- tai välikaistalle. Wien.
Kuva Marjatta Uusitalo

Ulkomainonta on suunniteltu osaksi modernin terminaalirakennuksen ulkoarkkitehtuuria. Kuva Marjatta Uusitalo.

Taitavasti suunnitellulla ulkomainonnalla on mahdollista elävöittää kaupunkitiloja. Tukholma. Kuva Marjatta Uusitalo

Suurtaulut rajaavat vilkkaasti liikennöityä jalankulkuväylää suurimittakaavaisessa ympäristössä. Tukholma.
Kuvat Marjatta Uusitalo

Pariisi. Korkealaatuisia ulkomainoslaitteita sallitaan sijoitettavan rakennusten umpipäätyihin tietyillä alueilla.
Kuva Marjatta Uusitalo

Lyon. Maltillisen kokoiset mainoslaitteet harkitusti sijoitettuna pittoreskiin ympäristöön tiedottavat kaupungin tärkeästä tapahtumasta.
Kuva Ulla Vahtera

Led-tauluja käytetään sisäpihanomaisissa ulkotiloissa, joissa ne eivät aiheuta liikenneturvallisuusriskiä. Oslo, päärautatieasema.
Kuva Marjatta Uusitalo

Lyonissa kauppakeskus Part Dieussa led-mainostaulu on integroitu elimelliseksi osaksi rakennuksen julkisivuarkkitehtuuria. Onnistunut ratkaisu - mainonnan ei tarvitse olla perinteisellä tavalla rakennukseen päälle liimattu lisä.
Kuva Lauri Jääskeläinen

MATKARAPORTTI ULKOMAINOSTYÖRYHMÄN MATKALTA LONTOOSEEN JA PARIISIIN 24.4.-26.4.2003

YLEISTÄ
Jo työn alkuvaiheessa todettiin tarpeelliseksi tehdä tutustumiskäyntejä muihin eurooppalaisiin kaupunkeihin, jotta nähtäisiin, millaisia mainoslaitteita on toteutettu ja mitkä säännöstöt muualla mahdollisesti on olemassa ja kuinka ne toimivat. Pikaisimmin järjestettävän matkan kohteiksi valittiin Lontoo ja Pariisi, koska niissä useilla maailmanlaajuisilla ulkomainosyrittäjillä on keskeiset toimipisteet kehityskeskuksineen. Kaupungeissa tiedettiin myös toteutetun uudenlaista ulkomainontaa, jollaista on odotettavissa tarjolle myös Suomeen lähitulevaisuudessa. Matkaan ei ollut mahdollisuutta käyttää kahta useampaa työpäivää, joten tutustumista hyvinä pidettyihin pienempien kaupunkien kokonaiskonsepteihin esim. Nimesissä tai Renessyssä ei ollut mahdollista yhdistää tähän opintomatkaan.

LONTOO
Heathrowin alueen ulkomainonta oli olemukseltaan Helsinki-Vantaan lentoaseman ulkomainonnan kaltaista. Mainonnasta vastasi yksi yritys. Ulkomainontaa oli vastikään osittain uusittu. Osittaisuus oli saanut aikaan epäyhtenäisen kokonaisuuden. Helsinki-Vantaan ulkomainonta on tällä hetkellä Heathrowiin verrattuna ehyempää, siistimpää ja hallitumpaa.

Esikaupunkialueen pienteollisuus- ja varastorakennusten vyöhykkeen läpi kuljettaessa ensimmäiset havaitut ulkomainoslaitteet kaupunkiympäristössä sijoittuivat rakennusten seinille sekä työmaa-aitoihin ja -seinämiin. Ne olivat eri ulkomainosyrittäjien laitteita, jotka olivat kiinni taustassaan - irrallisia jalallisia laitteita ei juurikaan ollut. Helsingissä käytetyt silmiinpistävän epäonnistuneet valaistusratkaisut puuttuivat kokonaan.

Tutustuttaessa ensimmäisen kansainvälisesti merkittävän ulkomainosyrittäjän toimintaan oli merkillepantavaa se, että yrityksen käyttämät suunnittelijat ovat design- ja arkkitehtuurimaailman tunnettuja nimiä: Lorenzo Appicella, Giorgetto Giugiano, Kenneth Grange ja etenkin Richard Meier ja Richard Rogers. Yhtiön toiminnan laajuutta kuvaa mm. se, että sillä on Lontoossa 10 000 bussikatosta 5 500 pysäkillä. Lontoon alueella käytetään kuutta eri katostyyppiä.

Kaupunkikierroksella tutustuttiin uusiin kadunkalusteisiin – mm. I-Plus-tuotteisiin. Informaatiopiste on uusi, vielä Suomessa tuntematon kadunkaluste (kuva). Niitä oli sijoitettu Lontooseen 100 kpl. Kalusteen verkostoa laajennetaan seuraavaksi Bristoliin, jonne niitä sijoitetaan 23 kpl. Kaluste – pieni katos ja tietokonepääte - antenneineen oli huolellisesti detaljoitu. Sen kehittymismahdollisuudet päivittäisessä informatiikassa ovat laajat. On todennäköistä, että kalusteesta laitteineen syntyy uusi verkosto korvaamaan puhelinkioskien tarpeettomaksi käyvän verkoston. Kiertokäynnillä tutustuttiin myös muuhun kadunkalustukseen. Sisaryhtiön toteuttamat yleisökäymälät (käyttökertoja viiden vuoden aikana 52 000 kpl) oli sijoitettu pienelle aukolle, johon myös jätteiden kierrätys- ja lajitteluastiat oli koottu. Aukio oli siisti. Kalusteiden yhtenäistämiseen todettiin jopa pelkkien yhteneväisten värien ja maalipintojen tuovan olennaisen positiivisen lisäarvon. Kaikki astiat olivat paksua metallia, jonka pinnat oli maalattu kiiltävän mustiksi. Metallipinnoilla oli lisäksi öljykäsittely, puu- ja betonipinnoilla anti-graffitikäsittely. Kirkuvanvärisiä, muodoltaan tosistaan poikkeavia muoviastiakokoelmia ei ollut missään.

Lontoon viranomaistapaaminen pidettiin Kensington Councilin tiloissa. Lontoon viranomaiskulttuurista, rakenteesta ja toimintamalleista esitelmöi Mike Stroud, joka on ollut virassaan kolmentoista vuoden ajan. Vastuualueinaan hänellä ovat mm. puistot, kadunkalusteet, bussiasemat ja bussikatokset. Peruslinjaus Suur-Lontoossa on se, että eräille keskustan alueille ei haluta mainontaa. Sopimukset ulkomainosyrittäjien kanssa ovat joustavia. Esimerkiksi sopimus erään ulkomainosyrittäjän kanssa on silti 15-vuotinen. Ennen sopimuksen laadintaa kaupungin oma tahtotila tulee olla selkeä ja huolellisesti arvotettu; ”Think carefully what you want”, ilmaisi asian Mike Stroud. ”Set your own standards what your city wants to offer. Have ambitions of what you want”. Kadunkalusteiden tilaaja on ottanut vahvatahtoisen roolin.

”Planning instructions: we want to put shelters on these and these places. We want to provide comfortable shelters.
We want to provide information in bus shelters. We want money as well”, sanelee tilaaja, so. kaupunki.
Ulkomainostyöryhmän esittämiin kysymyksiin Mike Stroud antoi mielenkiintoisia vastauksia ja näkökantoja:
Ulkomainosyrittäjien kanssa on kehitetty kombinaatioita: esim. bussikatoksen ja yleisöwc:n yhdistelmiä on toteutettu muutama kappale. Ne toimivat, mutta niihin ei ole laajempaa kiinnostusta. Keräysastioihin harkitsemisen arvoinen suhtautumistapa on: ”What do you want? If you want to collect, they’ll provide it!”

Pylväsmainoksia esim. Kensingtonin alueelle ei ole haluttu, mutta muualle on valittu jokunen toteutettava malli.
Quality of environment: not bells and whistles here – Katumainostaulujakaan ei ole haluttu tähän arvokkaaseen kaupunginosaan.

Lupa tarvitaan suurtauluille. Planning permission is hard to get. Cromwell road on yksi kalleimpia paikkoja: highly priced audience coming from the airport. Tapana on myös myöntää lyhytaikaisia lupia, esim. n. 18 viikolle.

Kaupungin hinnoittelupolitiikka vaihtelee paikkakohtaisesti.

Tärkeä anti Lontoon käynnistä oli järjestelmällisesti toteutettu hierarkia. Chelsea, Westminster ja Kensington – kaupunginosat, joihin perusteellisimmin ulkomainostyöryhmä ehti tutustua – olivat harmoniset kauneutta viimeisteltyjä kadunkalusteita myöten. Mustat valurautapylväät, aidat, penkit jne. – jopa kadunnimikyltit olivat yhtenäisiä, hyvin huollettuja, viimeisteltyjä ja siistejä, englantilaisen muotokielen ja perinteen mukaisia. Ulkomainontaa ei ollut lainkaan. Se puuttui asuntokaduilta, asuin- ja liikekaduilta, kokoojakaduilta ja jopa alueitten valtaväyliltä. Mainitut kaupunginosat olivatkin hierarkiassa mainonnalta vapaimpia. Kaupunginosittain mainonnan määrä ja laatu vaihteli tehtyjen säännösten puitteissa. Lontoo oli todettava kauneudessaan ja viimeistellyssä olemuksessaan erittäin positiiviseksi yllätykseksi.
Kaupunkirakenteen hierarkia ulkomainonnan suhteen on onnistunut ratkaisu.
On syntynyt kaunista ja viihtyisää, täysin mainoksetontakin kaupunkikuvaa.
On myös valittu alueita, johon mainonta istuu luontevasti.

PARIISI
Pariisiin tutustuminen aloitettiin viranomaistapaamisella. Ulkomainostyöryhmän otti vastaan Pariisin kaupunkisuunnitteluviraston virastopäällikkö, Mme Odile Royer.

Pariisin ulkomainontaan on tartuttu noin vuosikymmen taaksepäin silloisen pormestarin henkilökohtaisella panostuksella ja innoituksella. Työhön oli tartuttu välittömästi ja sitä oli viety eteenpäin laajapohjaisena virkamiestyönä. **Taustavoimana on ollut <u>päättäjän</u> henkilökohtainen tahto parantaa kaupunkikuvaa.**

Kaupunkitilan kaiken kalustuksen laatu ja määrä oli analysoitu. Kaupunkikalusteisiin kuuluvat myös ulkomainoslaitteet. Oli koottu kattava aineisto käytettävistä kadunkalusteista sekä niiden sijoittamisperiaatteista aina tarkkaa mitoitusta myöten. Aineisto on jatkuvassa seurannassa ja sitä päivitetään tarpeen tullen. Lisäksi oli laadittu mm. kartta, joka kategorisoi ulkomainoslaitteiden mahdolliset sijoittautumiset koko kaupungin alueella. Lontoon tavoin myös Pariisissa toteutetaan vyöhykkeistä ajattelutapaa. Numeeriset ja laadulliset toteutustavat vaihtelevat alueittain. Näin Pariisiinkin on syntynyt täysin mainoksettomia alueita. Ulkomainostyöryhmälle esitelty **vyöhykesuunnitelma** (kuva) oli voimassa vierailukuukauden loppuun. Syyskuun alussa astuu voimaan uusi suunnitelma, joka on voimassa yhden vuoden ajan. Uuden pormestarin myötä suunnitelma on saanut arvostelua ja siihen on oltu tyytymättömiä. Vaikka Pariisista jo on vähennetty mainontaa, on esitetty, että on alueita, joilta mainontaa edelleen pitäisi poistaa. Korkealaatuiset laitteet ovat korvanneet yksittäisiä laitteita – esim. kolmea kuvaa ”skrollaava” laite on korvannut kolme suurtaulua. Mainonnan tehokkuus mainoslaitteiden määrän vähenemisen myötä ei ole kärsinyt. On kuitenkin syntynyt entistä laadukkaampien laitteiden ohelle myös entistä laadukkaampaa ympäristöä.

Kun Pariisissa todetaan, että jotkut kadunkalusteet ovat käyneet vanhanaikaisiksi, perustetaan työryhmä tai hankitaan ulkopuolinen asiantuntija-apu. Kaikki toteutettavat kadunkalusteet valitaan mallihyväksyttyjen tuotteitten kansiosta (liite). Mallihyväksynnät tekee komissio, johon kuuluu apulaispormestari, poliisi, rakennusviraston edustaja, joukkoliikennevälineistä vastaava taho sekä eri kaupungin toimistojen edustajia, mm. liikenneturvallisuuden erikoisasiantuntija. Komissio on perustettu vuonna 1971 ja olemassa olonsa aikana kokoonpano on hiukan muuttunut. Nyt kokoonpanoa ollaan taas muuttamassa; pormestari haluaa ulkopuolista asiantuntemusta. Komissiossa on alkujaan ollut 15 jäsentä, nyt jäseniä on 38. Mukaan on tullut mm. edustajia yhdistyksistä sekä arvostettuja arkkitehteja ja suunnittelijoita. Pariisin ylipormestarilla on asiasta ylin päätösvalta. Komission tehtävänä on vain mallihyväksyntä. Muuta työtä sillä ei ole.

Kadunkalusteiden valintaan on tullut uutena teemana turvallisuus. Pommiattentaatit ja huumeet ovat todellisuutta, joten mm. roska-astiat ja wc:t valitaan käyttäen uusia kriteereitä entisten mm. esteettömyyskriteereiden lisäksi. Katukuvassa olikin todettavissa roska-astioitten tilalla useimmiten läpikuultavia muovipusseja.

Linjaukset mainonnan sijoittamisesta kaupunkikuvaan tekee kaupunkisuunnitteluvirasto. Peruslinjaus on mm. se, että liikenneväylien varrella ulkomainontaa ei ole. Kehäteiden ajonopeudet eivät kuitenkaan aina ole niin korkeita (paikoin max. 30 km/h), etteikö siellä mainontaa voisi olla. Pariisin kaupungilla on käytettävissä tutkimustuloksia liikenteen ja mainonnan suhteesta. Kaupunkisuunnitteluvirasto päättää myös, sijoitetaanko rakennusten päätyihin mainontaa. Viraston näkemyksen mukaan mainokseton kaupunki on kuollut kaupunki. Mainonta on merkittävä tulonlähde kaupungille. Sopivuus kaupunkikuvaan on tärkeää. Mme Royerin alaisuudessa ulkomainonnan asioiden parissa työskentelee 15 henkilöä. Lisäksi tehdään vilkasta yhteistyötä muiden tahojen kanssa. Mainitut 15 henkilöä tekevät kuitenkin myös muuta: rakennussuojeluun, valaistukseen ja tutkimustyöhön paneutuminen kuuluu heidän toimenkuvaansa yhtälailla.

Vyöhykekartta on laadittu kaupunkisuunnitteluvirastossa. Keltaisilla vyöhykkeillä mainontaa ei ole lainkaan. Tällaisia alueita ovat eräät keskustan vanhat alueet ja puistot. Vihreillä alueilla sallitaan mainontaa jossain määrin. Tällaista aluetta ovat osat historiallisesta Pariisista. Valkoset alueet ovat yleisaluetta, jonka on määritellyt vuonna 1979 vahvistettu koko Ranskaa koskeva lakisääteinen yleissuunnitelma. Saman lainsäädännön piiriin kuuluvat punaiset alueet, joihin mainontaa on tarkoitus keskittää. Painetta lisätä mainonnan määrää ei ole, nykyisen sosialistipormestarin aikana pikemminkin vähentää. Vuoden 1979 lain merkitys ulkomainonnan hallintaan on olennainen. Aiempaa säännöstöä ei ole ollut lainkaan.

Ulkomainoslaitteen tulee olla komission mallihyväksymä. Kaupunki tekee sopimukset ulkomainosyhtiöiden kanssa laitteiden toteuttamisesta. Asentajat tarkistavat paikat yhteistyössä kaupunkisuunnitteluviraston kanssa ja valvovat myös toteutuksen yhdessä.

Käytännössä vanhentuneiden kadunkalusteiden poistaminen on odottamista ja neuvottelemista, esim. vuoteen 2004 tai 2006, jolloin valikoimaa voi muuttaa, ehkä jatkaa tai osia poistaa. Sopimusajat vaihtelevat. Ensimmäiset sopimukset tehtiin 15 vuoden ajaksi, jotta laatuun voitiin panostaa. Kehittämistyö kuuluu sopimukseen. Nopeimmillaan kokonaan uuden keksinnön hyväksyttäminen komissiokäsittelyssä kestää yhden vuoden. Sen jälkeen voi aloittaa toteuttamisen. Korkealaatuinen laite saa pitemmän sopimuksen.

Parhaillaan ollaan miettimässä kaupunkivalaistuksen modernisoimista. Ensimmäiset valaistuksen kaupunkikalusteet ovat 1300-luvulta. Myös valaistuksen kalusteet hyväksyy komissio – samoin kuin kaikki muutkin kadunkalusteet kioskeja myöten.

Pariisin 20 kaupunginosalla on omat aluepormestarit. Alueilla tehdään omaa aluetta koskevat päätökset. Omia alueittaisia suunnitteluorganisaatioita ei ole. Koko kaupungin homogeenisuuden säilyttäminen on tärkeää.

Kaupunkikuvallinen arvottaminen on tehty rohkeasti ja sen ymmärtävät ja hyväksyvät ja siihen sitoutuvat kaikki osapuolet. Ulkomainostyöryhmä sai mukaansa materiaalia, josta osa saatiin käyttöön loppukesällä ja jopa suomennettuna. Materiaalista on ollut hyötyä myös mm. tarkasteltaessa Helsingin kaupungin ulkotarjoiluohjeistusta.

Pariisin alueelta on laadittu vyöhykekartta, johon ulkomainonnan alueet on kategorisoitu.
Ulkomainontaa ohjaavat myös laaditut katujen mitoitusperiaatteet, joita on noudatettava laitteita kaduille sijoitettaessa.

PLAISIR
Plaisir on pieni kaupunki, joka sijaitsee n. 30 kilometrin päässä Pariisista. Jälleen oli todettava, kuinka huomattavasti vähemmän Suomeen verrattuna ajoväylien varrelle oli sijoitettu mainontaa. Ajoreitti etenkin Pariisin ulkokehän ulkopuolella oli maisemaltaan huoliteltu ja mainokseton.

Plaisirissa sijaitsee alkuperältään paikallisena perheyrityksenä aloittanut, nyttemmin maailmanlaajuisen ulkomainosyhtiön kehityskeskus. Kadunkalusteiden sekä prototyyppejä että toteutuksia illustroiva pienoismallinäyttely oli tasokkuudessaan ja laajuudessaan mieleenpainuva. Kadunkalusteiden suunnittelijoina on myös tässä ulkomainosyrityksessä käytetty maailman parhaimpia voimia – Sir Norman Foster, Philippe Starck, Helmut Jahn, Renzo Piano jne. Suunnittelijavalinnat ovat usein maakohtaisia. Toimintatapa oli esim. Las Palmasissa: ”We asked for the local people to contact us”. Helsingin ulkomainoslaitteiden suunnittelijat, akateemikko Juha Leiviskä ja professori Juhani Pallasmaa ovat yhtiöiden profiiliin luontevat suunnittelijavalinnat Suomessa. Usein suunnittelijavalinta voi kohdentua myös jo hyväksi koettuun henkilöön kansallisuudesta huolimatta. Näin on mm. Fosterin kohdalla. Hänen suunnittelemiaan kalusteita on useissa Euroopan maissa - ”We didn’t want to makea any mistakes. He already had a strong name”. Suunnittelijat ovatkin antaneet nimensä kadunkalustesarjoille – Cox-line, Foster-line jne. Suunnittelijalta tilataan yleensä katos, mutta he itse ovat kiinnostuneita tekemään laajemmat kalustesarjat. Philippe Starckin suunnittelemasta kalustesarjasta ei hinnan takia toteutettu kaikkia osia.

Yhtiön painotilat ja suunnittelutoimisto sijoittuvat alueelle. Painosalissa valmistetaan niin mainokset kuin kartatkin. Huolitellusti maisemoidulla tontilla oli koottu kadunkalustenäyttely 1:1 – mittakaavaisena. Näyttelyn antiin voisi perehtyä usean päivän ajan, sillä se on todella monipuolinen ja mielenkiintoinen (kuva).

Kadunkalusteiden suunnitelmat ja toteutukset rakentavat ajan kuvaa. Kadunkalusteet ovat elävä ja uusiutuva, todelliseen käyttöympäristöön sijoittuva suunnittelukohde. Myös rekonstruktioilla on sijansa pohjautuen kansalliseen mentaliteettiin. Lontoossa ja Pariisissa on rakennustaiteellisesti ja -historiallisesti merkittäviä ympäristöjä, joihin on sovitettu rekonstruktivistista muodonantoa luontevalla tavalla. Yhtälailla taitavasti toteutettu uusi kevyt ja transparentti materiaalisto ja detaljien tematiikka on sovitettavissa monipuolisesti hyvinkin erilaiseen kaupunkikuvaan.
Panostus suunnitteluun on olennaista. Kadunkalusteiden laadukkuus on merkittävä ympäristötekijä.
Eurooppalaisissa tutustumiskohteissa kadunkalusteiden ja niiden joukossa ulkomainonnan toteutustapaan on todella paneuduttu. Paneutumista on vaadittu ja vaatimukseen on vastattu.

KIERTOAJELU
Suomen Ulkomainosliiton ja ulkomainosyrittäjän organisoima kiertoajelu avasi läpileikkauksen Pariisin ulkomainonnan hierarkiaan. Pariisin kaupunkikuvassa toimii useita ulkomainosalan yrittäjiä. Mm Viacom Outdoor on näkyvästi esillä suurtaulujen toteuttajana ja Barco liikkuvan kuvan laitteiden toteuttajana. Muina toimijoina näkyivät toistuvasti mm. Dauphin, Adshel, Clear Channel ja JCDecaux. Paikallisten yrityskauppojen seurauksena ulkomainosyrittäjien ketjuuntumisessa ja sisaryhtiöiden muodostumisessa on maittain poikkeavuuksia.

Täysin mainoksettomia alueita on varsin paljon. Pariisin ulkokehän tuntumassa sijaitsevat alueet, joille ulkomainontaa on sallittu runsaasti. Ulkomainoslaitteet muodostavatkin silmiinpistävän suuria kokonaisuuksia. Ulkomainonnan sijoittaminen on paikoin innovatiivista – suurtaulut saattavat muodostaa jopa kokonaisen urheilurakennuksen julkisivun. Ongelmallista myös

Pariisin kaupunkikuvassa ovat yksittäiset suurtaulut. ”Miksi sellaisia pitää ylipäänsä olla”, kysyi paikallinen asukas. Taas kerran mainonnan mukanaan tuoma yleinen hyvä toisi mainonnalle perusteita. Pariisissa toteutetut suurtaulut olivat kauttaaltaan laadukkaampia kuin Helsingissä toteutetut vastaavat. Taulujen valaistusratkaisut olivat poikkeuksetta elegantit. Kauneimmillaan valaistus oli sijoitettu siroon metalliputkeen, joka kiinnittyi huolellisesti suunnitellulla mekaniikalla itse tauluun.

Ulkomainostaulujen maksimikoko, 16 m², on säädetty laissa. Käytetyimmät koot ovat 8-12 m². Nk. skrollaavien taulujen korkeus on 1 metri. Yhtenäistä, koko kaupungin alueella käytettävää taulumallia ei ole. Esim Viacom Outdoor toteutti 120 mainospaikkaansa Pariisissa kahdella erilaisella taulumallilla.

Katukuvassa oli havaittavissa kaupungille ominainen valkoisten mastojen verkosto. Elokuvamainonta sijoittui siihen. Hyvän idean toteutustapaa ei voinut pitää onnistuneena. Valkoinen mainoslaite oli kiusallinen poikkeama ympäristöstään ja vaikutti halpahintaiselta. Sille ei ollutkaan ennustettavissa enää pitkää elinkaarta jäljelle. Pilarit ja lehtikioskien mainospinnat oli varattu ainoastaan kulttuurimainonnalle (ei kaupallista mainontaa). Kulttuurimainonnalle varatut perinteiset pilarit (columns) olivat havainnollisuudessaan toimivia.

Liikkuvan kuvan toteutus la Défensessa Johan-Otto von Spreckelsenin la Grande Archen alta kulkemisen jälkeen oli erittäin vaikuttava kokemus. Uuteen, homogeeniseen megaympäristöön sijoitettu, n. 30 m²: n kokoinen screen oli oikeassa ympäristössään. Ratkaisua voi pitää onnistuneena. Liikkuvalle kuvalle oli näin löytynyt sille luonteikas paikka. Itse tuote oli huolellisesti detaljoitu. Laitteen design oli pidättyväistä, joten kuva muodosti itse asian.

JOHTOPÄÄTÖKSIÄ

Tutustumiemme kaupunkien tavoin myös Helsingissä pitää olla selkeät pelisäännöt ulkomainonnalle. Tilaajana on kaupunki. Kaupungin tulee ottaa isännän rooli. Pitää olla rohkeutta arvottaa kaupunkikuvaa suhteessa mainontaan. Kulttuurimainonnan osuutta tulee lisätä ja sen toteuttaminen tulee ratkaista hallitusti kulttuurimainonnan tarpeen kattavalla tavalla.

Suomella on maailmalla maine korkealuokkaisen ja mielenkiintoisen arkkitehtuurin kehtona. Sitä mainetta tulee vaalia. Rakennusten arkkitehtuuri on osa rakennettua ympäristöä – ympäristöä tulee vaalia kokonaisuutena. Ulkomainonta ei saa olla ympäristöllinen häiriötekijä.

Kadunkalustusta tulee tarkastella kriittisesti. Kalusteiden valikoimaa tulee hallitusti päivittää. Tarve ja aika muuttuvat. Toteutusten pitää olla jatkuvassa muutosprosessissa dynaamisesti mukana.

Ulkomainonnan soisi tuovan mainonnan ohella muutakin – so. yleistä etua. Ulkomainonnan on vaikea olla asia an sich ilman, että se olisi häiriötekijä. Näin esim. pysäkkikatokset ja informaatiopisteet ovat hyviä esimerkkejä ulkomainonnan hyödyllisyydestä. Muutakin synkronointia voisi syntyä – ulkomainosyrittäjät voisivat kehittää esim. Helsingissä käytettävän työmaa-aitatyypin, polkupyörätelinetyyppejä, kierrätysastiamalliston, työmaahuppuja jne. – jopa istuimia. Mainonnan ja yleishyödyllisyyden yhteensovittaminen on toivottavaa ja avaa paljon mahdollisuuksia. Innovatiivisuutta voisi kartoittaa esimerkiksi suunnittelukilpailujen kautta! Innovatiivisuus voi syntyä aivan kansallisista, jopa paikkakuntakohtaisista tarpeista. Esimerkit ulkomailta eivät ole ainoita oikeita, eivätkä aina edes parhaita mahdollisia.

Todella mielenkiintoista ja hyvää oli Pariisissa ja Lontoossa, kahdessa merkittävässä eurooppalaisessa kaupungissa tapahtunut **ulkomainonnan haltuunotto tavalla, johon sitoutuivat kaikki osapuolet.**

08.09.2003

Ulla Vahtera

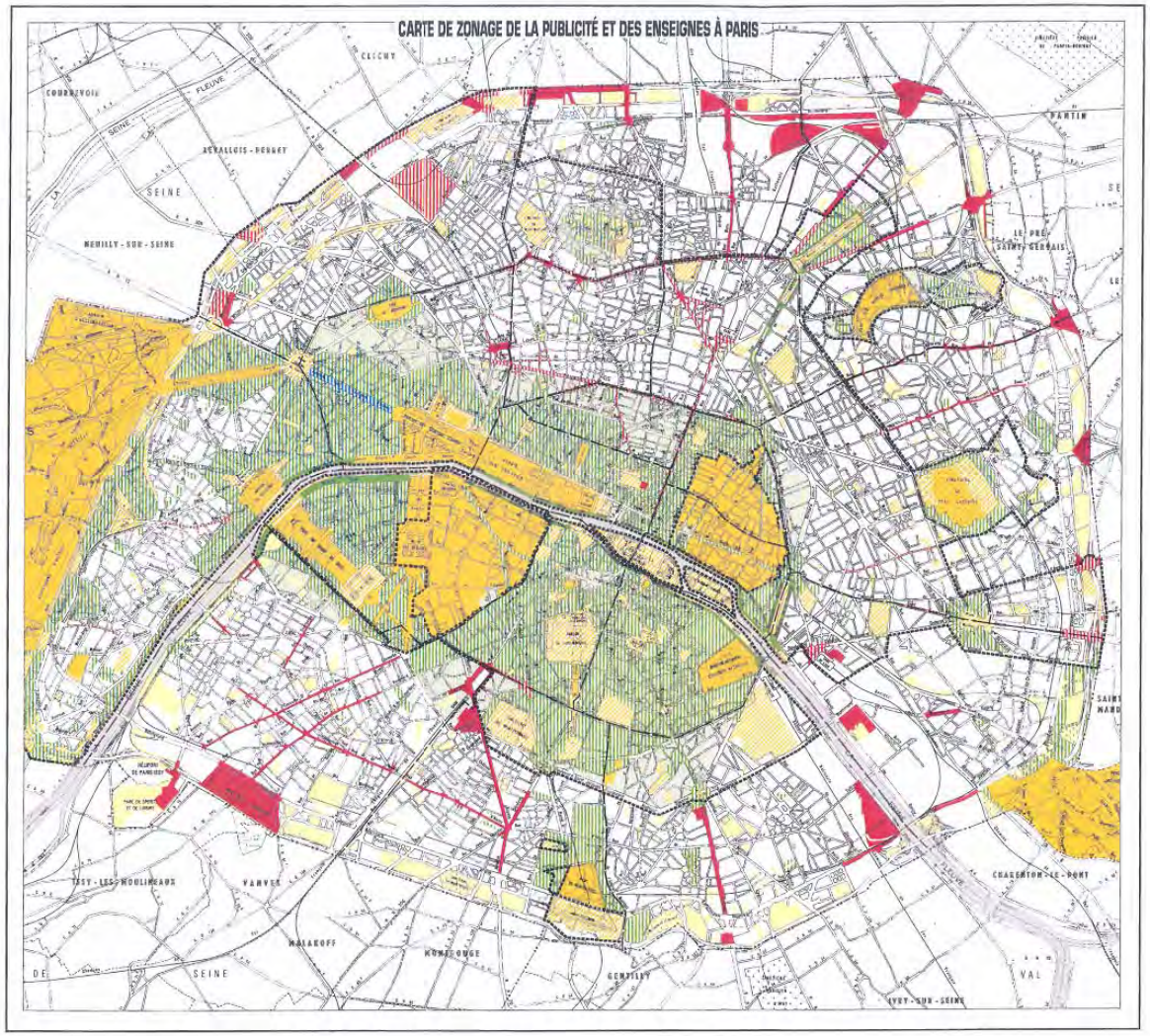
Lontoo.
Uusi kadunkaluste: informaatiopiste.
(Kuvat Ulla Vahtera)

Plaisir.
Ulkomainoslaitteiden ja kadunkalusteiden näyttelyalue.

Lasinkeräysastia sekä mainospilareita, joihin on integroitu erilaisia toimintoja.

(Kuvat: Marjatta Uusitalo)

Huippulaadukkaasti suunniteltuja ulkomainoslaitteiden pienoismalleja ClearChannelin ja JCDecauxin toimitiloissa. (kuvat Ulla Vahtera ja JCDecaux).



MAIRIE DE PARIS

DIRECTION DE L'AMÉNAGEMENT URBAIN

PLAN DE ZONAGE DE LA VILLE DE PARIS

RÉGLEMENT DE LA PUBLICITÉ ET DES ENSEIGNES

LOI DU 29 DÉCEMBRE 1979
ARRÊTÉS MUNICIPAUX DES 7 JUILLET ET 1er AOÛT 1986 DU 18 JUIN 1987
DES 1 er FÉVRIER ET 3 NOVEMBRE 1988 DU 28 AOUT 1989 ET DU 15 MARS 1991

ARRÊTÉ MINISTÉRIEL DU 8 DÉCEMBRE 1989

SEPTEMBRE 1996

ÉCHELLE : 1/20 000

LES ZONES DE PUBLICITÉ INTERDITE (ZPI)

SITES ET IMMEUBLES CLASSÉS, SECTEURS SAUVEGARDÉS DU MARAIS ET DU 7e ARRONDISSEMENT.

SITES INSCRITS

ZONES DE PUBLICITÉ INTERDITE : parcs jardins, squares, cimetières, stades, t.e.p., quais bas de la Seine, berges des canaux...)

LES ZONES DE PUBLICITÉ INTERDITE (ZPI)
LES ZONES DE PUBLICITÉ RESTREINTE

ZONE DE PUBLICITÉ RESTREINTE DES BORDS DE SEINE ET DES CANAUX

ZONES DE PUBLICITÉ RESTREINTE N° 3 **(ZPR 3)**.

ZONES DE PUBLICITÉ RESTREINTE N° 2 **(ZPR 2)**.

ZONES DE PUBLICITÉ RESTREINTE N° 1 **(ZPR 1)**.

LES ZONES DE PUBLICITÉ ÉLARGIE

ZONES DE PUBLICITÉ ÉLARGIE N° 2 **(ZPE 2)**.

ZONES DE PUBLICITÉ ÉLARGIE N° 1 **(ZPE 1)**.

LES ARRONDISSEMENTS I, II, III & IV SONT EN TOTALITÉ DANS LE SITE INSCRIT DE PARIS

LIMITES D'ARRONDISSEMENTS

LIMITES DES SECTEURS SAUVEGARDÉS

LIMITES DU SITE INSCRIT DE PARIS

HORS DES ZONES DÉFINIES PAR LA RÉGLEMENTATION SPÉCIALE (ZPI, ZPR 1, ZPR 2, ZPE...), LE TERRITOIRE DE PARIS EST SOUMIS AUX PRESCRIPTIONS DU DÉCRET N° 80.923 DU 21/11/1980, PORTANT RÈGLEMENT NATIONAL DE LA PUBLICITÉ.

VYÖHYKEKARTAN SELITYSOSAN SUOMENNOS

14.5.2003

CARTE DE ZONAGE DE LA PUBLICITE ET DES ENSEIGNES A PARIS

Pariisin mainontaa ja kylttejä koskeva aluejakokartta

MAIRIE DE PARIS – Pariisin kaupunginhallinto
DIRECTION DE L'AMENAGEMENT URBAIN – Kaupunkisuunnittelutoimen johto

---

PLAN DE ZONAGE DE LA VILLE DE PARIS - Pariisin kaupungin vyöhykesuunnitelma (-kartta)

REGLEMENT DE LA PUBLICITE ET DES ENSEIGNES - Mainontaa ja kylttejä koskevat määräykset

---

LES ZONES DE PUBLICITE INTERDITE (ZPI) - Alueet, joilla on mainontakielto.

SITES ET IMMEUBLES CLASSES, SECTEURS SAUVEGARDES DU MARAIS ET DU 7e ARRONDISSEMENT. – Suojeluluokitellut kohteet ja rakennukset, Maraisin ja 7. kaupunginosan suojelualueet. (Marais = 3. ja 4. kaupunginosien vanhat korttelit).

SITES INSCRITS – (Suojelu)luetteloidut kohteet

ZONES DE PUBLICITE INTERDITE: parcs, jardins, squares, cimetieres, stades, quais bas de la Seine, berges des canaux. . .
Mainoskieltoalueet: puistot, puutarhat, puistikot, hautausmaat, urheilukentät, Seinen alemmat rantamuurit, kanavien penkereet. . .

LES ZONES DE PUBLICITE RESTREINTE - Alueet, joilla mainontaa rajoitetaan.

No 3 (ZPR 3)

No 2 (ZPR 2)

No 1 (ZPR 1)

LES ZONES DE PUBLICITE ELARGIE - Alueet, joilla sallitaan runsaampi mainonta

No 2 (ZPE 2)

No 1 (ZPE 1)

LES ARRONDISSEMENTS I, II, III & IV SONT EN TOTALITE DANS LE SITE INSCRIT DE PARIS
1. – 4. kaupunginosat kuuluvat kokonaisuudessaan Pariisin (suojelu)luetteloituun alueeseen.

LIMITES D'ARRONDISSEMENTS – Kaupunginosien rajat
LIMITES DES SECTEURS SAUVEGARDES – Suojelualueiden rajat
LIMITES DU SITE INSCRIT DE PARIS – Pariisin (suojelu)luetteloidun alueen rajat

HORS DES ZONES DEFINIES PAR LA REGLEMENTATION SPECIALE (ZPI, ZPR 1, ZPR 2, ZPE…) LE TERRITOIRE DE PARIS EST SOUMIS AUX PRESCRIPTIONS DU DECRET No 80.923 DU 21711/1980, PORTANT REGLEMENT NATIONAL DE LA PUBLICITE.
Lukuun ottamatta alueita, jotka on määritelty tässä erityissäännöstössä, Pariisin kaupungissa ovat voimassa mainontaa koko maassa koskevan asetuksen No 80.923 (21.11.1980) määräykset.

PARIISIN KADUNKALUSTEITA KOSKEVAN OHJE- JA MALLIKANSION SISÄLTÖ JA ESIMERKKEJÄ

2.5.2005 / KE

LE MOBILIER URBAIN PARISIEN

Pariisin kaupungin kadunkalusteita koskeva ohje- ja mallikansio, joka sisältää lajityypeittäin järjestetyn kortiston Pariisissa käytettäväksi hyväksytyistä kadunkalusteista ja -laitteista. Niihin kuuluvat mm. kioskit, kiinteät mainoslaitteet, pysäkki- ja taksikatokset, penkit, aidat, pollarit, roskakorit, pysäköintimittarit, opasteet jne. Kuvan, mittojen ja teknisten tietojen lisäksi useimmista laitteista kerrotaan myös sijoituspaikan vaatimukset ja esim. vähimmäisetäisyys ajoradan reunasta, tai annetaan muita mitoitusohjeita.

Kansion kahdessa ensimmäisessä luvussa esitellään kadunkalusteiden historiaa ja laitetyyppien hyväksymismenettely Pariisissa. Kolmannessa luvussa määritellään laitteiden sijoittamisperiaatteet. Ohjeiden oleellinen sisältö on riittävän leveän vapaan jalankulkutilan turvaaminen kaikissa tilanteissa.

Kansion ensimmäisen 32 sivun sisällysluettelo:

ALKUSANAT: MITÄ OVAT KADUNKALUSTEET? S. 6

LUKU I: PARIISIN KADUNKALUSTEET ENNEN JA NYT S. 7
- I.1 Muinaiset ajat s. 7
- I.2 Keskiaika ja uusi aika s. 7
- I.3 1800-luku s. 8
- I.4 Nykyajan kaupunki s. 9

LUKU II: MITEN VALITA: LUETTELO PARIISIN KADUNKALUSTEISTA S. 11
- II.1 Kaupungin kadunkalustekomissio s. 11
- II.2 Luettelo hyväksytyistä laitteista s. 12
- II.3 Valintaperusteet s. 12

LUKU III: KADUN KALUSTEIDEN SIJOITTAMISSUOSITUKSET S. 14
- III.1 Tilan pitäminen avoimena s. 14
- III.2 Järjestäminen, rajoittaminen, kohentaminen s. 15
- III.3 Kolme periaatetta: s. 16
  - 3.1 Kokonaisuuden suunnittelu
  - 3.2 Laitteiden kasautumisen välttäminen
  - 3.3 Toiminnallisten tarpeiden huomioonottaminen
- III.4 Kalusteet ja laitteet kaduilla S. 18
- III.5 Kalusteet ja laitteet aukeilla paikoilla s. 23

LUKU IV: TAULUKOT JOIDENKIN TAVALLISIMPIEN LAITTEIDEN SIJOITTAMISESTA
- Kadut, joilla vähän jalankulkijoita s. 27
- Kadut, joilla paljon jalankulkijoita, liikekadut s. 28

LIITTEET
- Kadunkalusteiden lajityypit s. 29
- Viitetietoja s. 30
- Kirjallisuutta s. 31
- Hyödyllisiä osoitteita s. 32

KADUNKALUSTEIDEN JA LAITTEIDEN SIJOITTAMISEDELLYTYKSET

		JALKAKÄYTÄVÄN KOKO LEVEYS				
		alle 2,40 m	2,40 - 6,00 m		yli 6,0 m	
			< 3,60 m	> 3,60 m	Rakennusten puolella	Puistovyöhykkeen puolella
MYYNTIVYÖ-HYKE, TERASSIT		Ei terasseja	Syvyys enintään 1/3 vapaan jalankulkualueen leveydestä, sijainti vähintään 2 m päässä katupuista			
VAPAAN JALANKULKU-TILAN VÄHIM-MÄISLEVEYS	HILJAINEN KATU	1,40	1,80	1/3 jalkakäytävän leveydestä		
	VILKAS KATU	1,80	2,40	1/3 jalkakäytävän leveydestä, ja vähintään 2,40 m		
LAITTEIDEN SIJOITTYSVYÖ-HYKKEEN JÄRJESTELY	LAITEVYÖHYKE	Laitteita mieluiten vain seinällä	Mahdollinen / suositeltava	Mahdollinen / suositeltava	Mahdollinen	Suositeltava
	LAITTEEN SIJAINTI	Liikennemerkkien linjassa	-	Keskenään t. puiden linjassa	Keskenään t. puiden linjassa	Keskenään t. puiden linjassa
	LAITTEEN PAKSUUS ENINT.	0,40	0,60	1,40	1,90	1,90
	ETÄISYYS AJORADAN REUNASTA	0,40	0,60	0,60		0,60
	KORKEUS ENINT.	1,50, paitsi pysäköintimittarit	3,00	3,00		
	ETÄISYYS TERASSISTA VÄH.	Ei laitteita terassin kohdalle	Ei laitteita terassin kohdalle	Etäisyys terassista 1½ x terassin syvyys, ja vähintään 2,40 m		
	ETÄISYYS PUUN RUNGOSTA	-	-	2,60	2,60	2,60
	ET.PUUN RUNKOSUOJASTA	-	-	2,00	2,00	2,00
ALLE 0,50 M PAKSU LAITE SEINÄSSÄ		Ensisijainen	Ensisijainen	Mahdollinen	Mahdollinen	Mahdollinen

LE MOBILIER URBAIN PARISIEN / LUKU IV

YHTEENVETOTAULUKOT TAVALLISIMPIEN KADUNKALUSTEIDEN SIJOITTAMISESTA

KADUT, JOILLA ON VÄHÄN JALANKULKIJOITA:

JALKAKÄYTÄVÄN LEVEYS (m)	VAPAAN JALANKULKUALUEEN LEVEYS VÄH. (m)	LAITTEEN		LAITETYYPPIESIMERKKEJÄ
		ETÄISYYS KADUN REUNASTA	PAKSUUS ENINT.	
< 2,4	1,40	-	-	Ei kadunkalusteita (liikennemerkkejä tms. turvallisuuteen liittyviä laitteita lukuun ottamatta), paitsi pysäköintimittari rakennuksen seinällä
2,4	1,80	0,6	0,00	
2,7	1,80	0,6	0,30	pysäköintimittari
3	1,80	0,6	0,4	roskakorit ”Citec 45L” ja ”Decaux 45L” - taksitolppa
3,4	1,80	0,6	0,53	roskakori ”Decaux 60L” – roskakori ”Retro 80L”
3,6	1,80	0,6	0,60	roskakori ”Decaux 120L”
4	1,80	0,6	0,73	roskasäiliö 330L
4,6	1,80	0,6	0,93	yksiosainen puhelinkioski
5	1,80	0,6	1,07	perinteinen ”Morris” mainospylväs
5,2	1,80	0,6	1,13	juomavesilähde ”Wallace”
5,5	1,83	0,6	1,23	kaksiosainen puhelinkioski – lasinkeräysastia 1,5 m^3 – pylvästaulu – WC ”Sanisette”
6	2,00	0,6	1,40	M.U.P.I. ”Forum” kohtisuorassa katuun nähden
6,5	2,17	0,6	1,57	lasinkeräysastia 2,5 m^3 – bussikatos ”Trafic”
7	2,33	0,6	1,73	bussikatos ”Foster” – mainospylväs ”Morris”
7,5	2,50	0,6	1,90	sähköinen sanomalehti

Kioskien sijoittelu on harkittava tapauskohtaisesti.

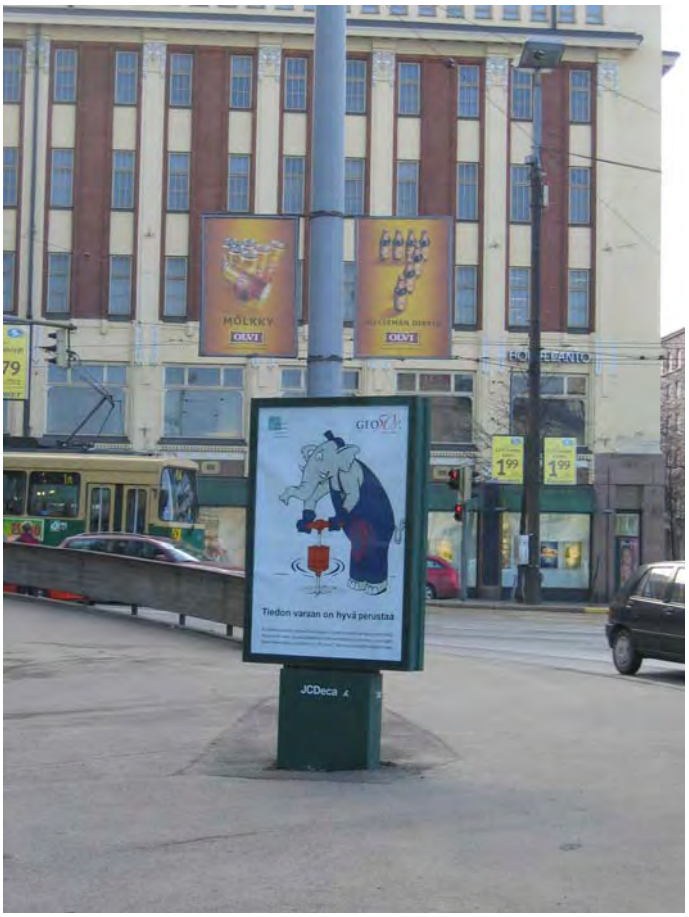
LE MOBILIER URBAIN PARISIEN / LUKU IV

YHTEENVETOTAULUKOT TAVALLISIMPIEN KADUNKALUSTEIDEN SIJOITTAMISESTA

KADUT, JOILLA ON PALJON JALANKULKIJOITA:

JALKAKÄYTÄVÄN LEVEYS (m)	VAPAAN JALANKULKUALUEEN LEVEYS VÄH.(m)	LAITTEEN		LAITETYYPPIESIMERKKEJÄ
		ETÄISYYS KADUN REUNASTA	PAKSUUS	
< 2,4	1,80	-	-	Ei kadunkalusteita (liikennemerkkejä tms. turvallisuuteen liittyviä laitteita lukuun ottamatta) Alle 0,50 m paksuja laitteita saa kuitenkin kiinnittää rakennuksen julkisivuun.
2,4	1,80	0,6	0,00	
2,7	2,40	0,6	0,00	
3	2,40	0,6	0,00	
3,4	2,40	0,6	0,40	pysäköintimittari - roskakorit ”Decaux 60L” ja ”Retro 80L” - taksitolppa
3,6	2,40	0,6	0,60	roskakori ”Decaux 120L”
4	2,40	0,6	0,73	roskasäiliö 330L
4,6	2,40	0,6	0,93	yksiosainen puhelinkioski
5	2,40	0,6	1,07	perinteinen ”Morris” mainospylväs
5,2	2,40	0,6	1,13	juomavesilähde ”Wallace”
5,5	2,40	0,6	1,23	kaksiosainen puhelinkioski – lasinkeräysastia 1,5 m3 – pylvästaulu – WC ”Sanisette”
6	2,40	0,6	1,40	M.U.P.I. ”Forum” kohtisuorassa katuun nähden
6,5	2,40	0,6	1,57	lasinkeräysastia 2,5 m^3 – bussikatos ”Trafic”
7	2,40	0,6	1,73	bussikatos ”Foster” – mainospylväs ”Morris”
7,5	2,50	0,6	1,90	sähköinen sanomalehti

Kioskien sijoittelu on harkittava tapauskohtaisesti.


MÖLKKY
OLVI
OLVI
Tiedon varaan on hyvä perustaa
JCDeca