



KØBENHAVNS KOMMUNE

Teknik- og Miljøforvaltningen
Byens Drift

AFA JCDecaux A/S
Frederiksborggade 15
1360 København K
Att.: Anders Axelsen

14. juni 2018

Sagsnr.
2017-0290340

Dokumentnr.
2017-0290340-14

Til AFA JCDecaux

Partshøring (agterskrivelse) vedrørende ansøgning om tilladelse til at opsætte en digital reklamestander på Østergade 47 ved Elgiganten

Som bekendt har denne sag været sat i bero med henblik på at afvente Vejdirektoratets endelige afgørelser i de påklagede lignende sager vedrørende opsætning af digitale reklamestandere. Vejdirektoratet er imidlertid ved sine udkast til afgørelser af 18. maj 2018 fremkommet med en mere generel udmelding om, hvordan ansøgninger om tilladelse til opstilling af reklamestandere efter Vejdirektoratets opfattelse skal behandles og vurderes. Københavns Kommune har derfor fundet det rigtigst at genoptage behandlingen af denne sag.

Københavns Kommune agter på baggrund af en fornyet samlet vurdering af sagen at meddele afslag på AFA JCDecaux' (herefter AFA) ansøgning om tilladelse til at opsætte en digital reklamestander på Østergade 47 ved Elgiganten.

Nedenfor følger en nærmere redegørelse herfor. Såfremt Københavns Kommune ikke har modtaget jeres bemærkninger til sagen inden 14 dage fra i dag, må AFA forvente, at kommunen træffer afgørelse i sagen på det foreliggende grundlag og i overensstemmelse med vores tilkendegivelse i denne agterskrivelse.

Sagens baggrund

Efter at have modtaget ansøgningen fra AFA har kommunen foretaget en besigtigelse af det sted, som den digitale reklamestander ønskes opsat. I forbindelse med besigtigelsen vurderede kommunen også, hvilke andre parter der skulle partshøres over ansøgningen, og hvilke andre interessenter der skulle høres i denne forbindelse. Kommunen gennemførte herefter medio august 2017 en høring af disse parter og øvrige interessenter. Kommunen modtog *i den forbindelse 7 høringsvar,*

Partnerskaber

Islands Brygge 37
Postboks 394
2300 København S

EAN nummer
5798009809452

som generelt var kritiske over for placeringen. Kommunen foretog på den baggrund den 6. oktober 2017 partshøring af AFA, således, at kommunen kunne få AFA's eventuelle bemærkninger til de nævnte høringssvar fra sagens øvrige parter mv. I høringsbrevet til AFA anførte kommunen bl.a. følgende:

"I anledning af AFA JCDecaux' ansøgning om tilladelse til at opsætte en digital reklamestander på Østergade 47 ved Elgiganten, har Københavns Kommune gennemført en partshøring i perioden den 17. til den 1. september 2017. Forvaltningen har i den forbindelse modtaget 7 høringssvar, som generelt er kritiske over for placeringen.

Således har Elgiganten A/S ved Morten Gahrn i et høringssvar af 31. august 2017 anført følgende:

"På vegne af min klient, Elgiganten A/S ("Elgiganten"), skal jeg hermed gøre indsigelse mod Københavns Kommunes planer om tilladelse til opstilling af digital reklamestander på Østergade 47 ved Elgigantens butik, sådan som det fremgår af kommunens høringsbrev af 17. august 2017 fremsendt til A. Fonnesbech A/S, min klients udlejer, og hvorfra min klient har modtaget kopi af kommunens brev.

Københavns Kommunes høringsbrev af 17. august 2017 er ikke fremsendt af kommunen direkte til Elgiganten, uanset at det er Elgiganten, der har lejet lokalerne på Østergade 47 og driver butik fra denne ejendom. Det må selvsagt bero på en beklagelig fejl, at Elgiganten endnu ikke er blevet partshørt, eller har modtaget korrespondance vedrørende denne sag, eftersom Elgiganten utvivlsomt må anses som en part.

Jeg tillader mig derfor at afgive et høringssvar til sagen på vegne af Elgiganten, idet jeg udtrykkeligt skal udbede mig, at al fremtidig korrespondance om sagen tilgår undertegnede direkte.

Københavns Kommune bedes dermed også venligst bekræfte, at jeg er noteret på sagen som repræsentant for Elgiganten A/S som lejer i ejendommen Østergade 47, og at al fremtidig korrespondance vil tilgå mig direkte. Ligeledes bedes kommunen bekræfte modtagelse af dette brev.

Indledningsvist bemærkes, at Elgiganten har modtaget kopi af A. Fonnesbech A/S' indsigelse af 29. august 2017, tillige med kopi af KBH K Commerce & Culture's indsigelse af 28.

august 2017, som Elgiganten i det hele kan tilslutte sig og dermed også gør gældende.

Supplerende kan Elgiganten anføre:

**1. KØBENHAVNS KOMMUNE HAR IKKE TAGET
TILSTRÆKKELIGT HENSYN TIL ELGIGANTENS
INTERESSE SOM FACADEEJER**

Elgiganten har en tungtvejende, legitim og beskyttelsesværdig interesse i, at forbipasserendes indsigt til butikken ikke skæmmes ved eventuel opstilling af en reklamestander.

Dette er blandt andet også udtrykt ved U 2008.1359 V, hvor en facadeejers interesse i forhold til det areal, hvor opstillingen af et reklameskilt var påtænkt, netop skulle vægtes højt, når en kommune skulle tage stilling til placeringen af reklameskiltene foran den pågældende butik.

I den pågældende sag fandt Vestre Landsret, at den pågældende kommunes afgørelse om opstilling af reklameskilte led af så væsentlige indholdsmæssige mangler, at den var ugyldig. Dette resultat skal ses i forhold til, at den pågældende kommunes interesse i opstillingen af reklameskilte udelukkende var begrundet i kommercielle/økonomiske forhold.

Forholdene i den pågældende sag er lig vores foreliggende situation.

Der er på baggrund heraf min klare opfattelse, at Københavns Kommune ikke har taget tilstrækkeligt hensyn til Elgigantens tungtvejende interesse som facadeejers af Østergade 47, og jeg er således uenig med Københavns Kommunes vurdering af, at butiksvinduerne efter en eventuel opstilling af reklamestanderen fortsat vil være synlige for forbipasserende på samme måde som før en eventuel opstilling.

Elgiganten overtog lejemålet fra Fona i sommeren 2016, hvorefter lejemålet blev gennemgribende istandsat og renoveret, inklusive med betydelig opgradering og forbedring af butiksfacaden, indgangsparti og selve lejemålet, alt for at dette kunne komme til at fremtræde som Elgigantens flagship store. Elgiganten anvendte et betydeligt tocifret millionbeløb i indretningen af lejemålet, herunder

med henblik på netop at "åbne facaden" og gøre denne og udstillingsvinduerne attraktive og indbydende.

Lejemålet fremstår i dag som en åben, attraktiv og high-end flagship store. Butikken er således karakteriseret ved en lang, ubrudt facade med udstilling af Elgigantens produkter. Elgiganten har investeret massivt i at ændre butikkens udtryk og åbne facaden, således at butikken fremstår og fungerer som en eksklusiv strøgbutik, som også kan virke attraktiv på forbipasserende impuls kunder – og hvor vinduespartiet og udstillingen tillige virker som showroom på tidspunkter, hvor forretningen er lukket.

Hvis opstillingen af reklamestanderen foran butikken tillades, vil dette ændre sig markant – og de foretagne investeringer i nogen grad være spildt. Det skyldes dels, at reklamestanderen med sin placering skæmmer indsynet til butikken og ændrer passerendes bevægelses-flow ad Strøget forbi butikken. Tillige må det utvivlsomt også forventes, at reklamestanderens placering vil medføre, at borgere animeres til at parkere og henstille cykler omkring og op ad reklamestanderen. Dette viser al erfaring med sådanne reklamestandere. Disse cykler vil således forstærke reklamestanderens gener.

Opstillingen af reklamestanderen vil derfor virke meget skæmmende for Elgigantens butikslokaler som et samlet hele og den eksklusivitet i butikkens udtryk, som Elgiganten har investeret i siden sin overtagelse, vil begrænses. Ydermere må det forventes, at kundegrundlaget – og navnlig antallet af forbipasserende impuls kunder – vil falde og udstillingsvinduernes funktion som udstilling og showroom i lukketid vil være marginal.

Det skal i forlængelse heraf bemærkes, at Elgiganten principielt ikke har indsigelser imod opstillingen af reklamestandere i bybilledet. Det er en den konkrete placering heraf, som virker skæmmende og som må anses for meget uhensigtsmæssig.

Det er Elgigantens klare opfattelse, at reklamestanderen snarere bør opstilles ved busstoppesteder, metronedgange og lignende andre steder, hvor der allerede ses adskillige reklamestandere i bybilledet.

Det må stedse have for øje, at adgangen til at opstille reklameskilte til gene for indsynet ved butikker og deres facader er særdeles snæver. Det er både udtrykt ved vejlovens § 80, Københavns Kommunes såkaldte "Strøgmanual", lokalplangrundlaget for Østergade 47, Københavns Kommunes retningslinjer fra 2008 om opsætning af skilte og reklamer i København samt retspraksis på området.

Advokat Søren Juul har allerede på vegne af A. Fønnesbech A/S den 29. august 2017 citeret relevante bestemmelser herfra, og jeg kan fuldt ud tilslutte mig dette.

Jeg vil i forlængelse heraf blot bemærke, at det følger af lokalplangrundlagets (lokalplan nr. 152) § 4, stk. 2, at skilte og reklamer skal udformes således, at der tilvejebringes en god helhedsvirkning i forhold til den pågældende bygnings arkitektoniske karakter med hensyn til placering, omfang, materialer, farver, skrifttyper og lignende, ligesom reklameskilte "ikke ved blænding, reflekser, farver eller ved sit udseende [må] være til ulempe for omgivelserne eller virke skæmmende i forhold til gadebilledets særlige karakter og den pågældende bygnings arkitektoniske udtryk."

Det er derfor min klare opfattelse, at Københavns Kommune ikke har inddraget Elgigantens interesser i denne sag på tilstrækkelig tungtvejende vis i dennes vurdering, som den foreliggende retspraksis ellers foreskriver, da helhedsvirkningen af den påtænkte reklamestander er til stor ulempe og skæmmende for Elgigantens butiksfacade og de trafikmæssige forhold foran ejendommen i øvrigt, jf. i øvrigt mine bemærkninger herom neden for.

2. TRAFIKMÆSSIGE HENSYN OG MÆNGDEN AF PARKEREDE CYKLER TALER IMOD OPSTILLING AF REKLAMESTANDER

Jeg er ligeledes uenig i Københavns Kommunes trafikale vurdering af konsekvenserne ved en opstilling af reklamestanderen.

Strøget – og området omkring Østergade 47 – er vel nok det travleste og mest befærdede i København, og navnlig i weekenderne er der megen trængsel i gaden forbi Østergade 47.

Dette vil utvivlsomt forstærkes ved en opstilling af reklamestanderen, som derved kan skabe en "tragt", når store menneskemængder skal passere forbi reklamestanderen.

Denne "tragt-effekt" vil utvivlsomt forstærkes yderligere af, at reklamestanderen bliver centrum for opstilling og henstilling af cykler. Der må derfor forventes væsentlige ændringer i forhold til uhensigtsmæssige cykelparkeringer; og Københavns Kommunes udsagn om det modsatte ses ikke at være underbygget af nærmere undersøgelser af eksempelvis mængden af uhensigtsmæssige cykelparkeringer ved reklamestandere i bybilledet generelt eller ved indhentelse af erfaringer fra eksempelvis strøget i Aarhus eller andre større byer.

Elgiganten har ikke mulighed for at vurdere, i hvilket omfang Københavns Kommune fjerner herreløse cykler, men Elgiganten kan blot konstatere, at der i givet fald eksisterer et massivt efterslæb med denne opgave i Københavns bybillede."

Ejer af matrikel nr. 25 og nr. 56, A. Fønnesbech A/S, har i et hørings svar af 29. august 2017 anført følgende:

"Idet jeg henviser til Københavns Kommunes brev af 17. august 2017 d.å., skal jeg herved som advokat for A. Fønnesbech A/S fremkomme med en indsigelse mod de påtænkte planer om opstilling af en digital reklamestander på Østergade 47.

Ud over ejendommen, beliggende på Østergade 47, ejer A. Fønnesbech A/S en række yderligere ejendomme på bl.a. Strøget, herunder naboejendommene Østergade 53-55, og genboen, Pilestræde 2-4/Østergade 44, hvor sidstnævnte er udlejet til Gucci.

A. Fønnesbech A/S har selv bygget den store ejendom i 1930'erne og har sammen med de fleste øvrige ejendomsbesiddere i området arbejdet og investeret betydelige summer for gennem årene at udvikle den del af Strøget, der strækker sig fra Vimmelskiftet og til Kgs. Nytorv, til et eksklusivt handelsstrøg.

Den forandring, som denne del af Strøget har undergået, har betydet, at man ikke mindst gennem de senere år har kunnet

tiltrække butikker med internationale mærkevarer på allerhøjeste niveau på linje med, hvad der findes i andre metropoler, og herved har kunnet skabe et handelsstrøg præget af eksklusivitet, stramhed og international klasse.

Den meget store tilstrømning af udenlandske turister, der hvert år gæster denne del af Strøget, vidner om, at bestræbelserne bærer frugt, og at målsætningen om at skabe et highend-segment bidrager til at udvikle en diversitet, der styrker byens tiltrækningskraft.

Det er A. Fonnesbech A/S' opfattelse, at etableringen af den pågældende reklamesøjle på denne eksklusive del af Strøget i allerhøjeste grad vil kunne befrygtes at være med til at genetablere det discountpræg, der tidligere karakteriserede også den østlige del af Strøget, men som nu stort set er lykket at fjerne gennem en målrettet indsats fra erhvervslejernes og udlejernes side.

A. Fonnesbech A/S havde ikke kontraktmæssigt mulighed for at forhindre, at Elgiganten overtog Fonas tidligere lejemål, men det er i forbindelse med lejekontrakten med Elgiganten A/S blevet indføjet, at lejemålet stedse skal fremtræde som en flagshipstore, dvs. en højprofilbutik, hvor den del af lejers sortiment, der omfatter eksklusive produkter, vil være særligt fremtrædende. Det er i denne forbindelse også tilføjet, at salgsarealerne ikke i forhold til opstilling, udstilling eller interiør må få karakter af en discountbutik.

Et eksklusivt handelsstrøg er bl.a. karakteriseret ved smukke og velvedligeholdte bygninger, hvor mondæne nationale og internationale flagskibsbutikker tiltrækker med elegante vinduesudstillinger. Dette tilstræbte helhedsindtryk vil på eroderende vis blive markant skæmmet af en lysreklamesøjle det påtænkte sted.

Det fremgår af Københavns Kommunes Strøgmanual (3. udg. 2014, side 16) bl.a., at:

”Det er ikke tilladt at opstille løse reklameskilte (fx A-skilte eller skilte uden en vareudstilling) på Frederiksborggade 1 – 11 og 4 – 14, Købmagergade, Kultorvet og Strøget. Løse reklameskilte vil blive fjernet for butikkens regning.”

En opsætning af reklamesøjlen vil således være i direkte modstrid med Københavns Kommunes egen vejpolitik i

området således, som det er kommet til udtryk i Strøgmanualen. Opsætningen af en lysreklame vil i givet fald ske på et sted, der ikke må opsættes lysreklamer efter Københavns Kommunes regler om skilte og reklamer i København, som revideret hovedsageligt vedrørende lysreklamer, den 23. september 2013.

En placering af reklamesøjlen ud for Østergade 47 vil dernæst komme i strid med vejlovens formål om at fremme et velfungerende vejnet og sikre mobilitet på vejene, jf. lovens § 1.

Strækningen ved Østergade 47 er formentligt den mest befærdede strækning i indre København, og en opstilling af reklamesøjlen ud for Østergade 47 vil medføre en væsentlig forøgelse af flaskehals-effekten gennem den yderligere indstævning af gangarealet, hvilket vil være til betydelig gene for det meget store antal fodgængere, der dagligt færdes på denne del af Strøget.

Det er ikke rigtigt, som antydnet i kommunens høringsbrev, at der ved placeringen er taget hensyn til de naturlige ganglinjer.

Realiteten er, at hele strækningen på Østergade er at betragte som én stor ganglinje, hvilket i særdeleshed gælder den del af ganglinjen, der løber langs den lange sammenhængende butiksfacade, der er langs Østergade 47, og som til stor gene vil blive brudt af reklamesøjlen.

Til dette kommer, at den lange sammenhængende butiksfacade mod Østergade er et betydeligt aktiv i bestræbelserne på at tiltrække kunder til butikken/butikkerne.

Facadeejernes interesse i opmærksomhed fra de forbipasserende vil utvivlsomt komme til at lide skade ved etableringen af reklamesøjlen, hvis formål i sagens natur netop er at fangeopmærksomhed hos dem, der færdes det pågældende sted.

oOo

Over for den lange række af hensyn og interesser, der taler mod reklamesøjlen placering, står Københavns Kommunes interesse.

Kommunens interesse i opstillingen af reklamesøjlen er alene af økonomisk karakter, hvilket ikke forvaltningsretsligt vil kunne retfærdiggøre en afgørelse om placeringen som påtænkt.

Fortolkningen af § 80, stk. 1, nr. 1 i vejloven, har senest været forelagt domstolene i U2008.1359V, der angik en aftale, som Haderslev Kommune havde indgået, og som svarer til den, som Københavns Kommune tilsyneladende har indgået med AFA JCDecaux, og som angik nogle reklamestandere, som kommunen havde givet tilladelse til at opsætte ud for et varehus.

Landsretten statuerede, at alene facadeejerens interesse i ikke at få afledt opmærksomheden var tilstrækkelig til at ophæve kommunens afgørelse som ugyldig.

Landsretten lagde i præmisserne bl.a. vægt på,

at Haderslev Kommune havde haft pligt til at foretage en afvejning af kommunens interesse over for facadeejernes interesser i forhold til det areal, hvor opstillingen skulle finde sted,

at kommunens interesse alene var af kommerciel karakter,

at der var tale om skilte, der ikke havde nogen færdselsmæssig eller færdselssikkerhedsmæssig funktion,

at formålet med skiltene i sagens natur var at fange opmærksomheden hos dem, der færdedes det pågældende sted, og

at Haderslev Kommune ikke havde vægtet facadeejernes interesser tilstrækkeligt højt i forbindelse med tilladelsen til at placere reklameskiltene det pågældende sted.

Landsretten fandt på denne baggrund samlet, at kommunens afgørelse led af en så væsentlig indholdsmæssig mangel, at afgørelsen var ugyldig.

Denne retstilstand må i endnu højere grad være gældende i den foreliggende sag, hvor en lang række yderligere hensyn

som anført tæller imod en opstilling af en lysreklamesøjle det pågældende sted.

****oOo****

Denne indsigelse mod den påtænkte afgørelse gøres på vegne af A. Fønnesbech A/S, som ejer ejendommen, Østergade 47, men jeg bemærker, at også de øvrige ejendoms- og butiksejere på denne del af Strøget har en væsentlig og individuel interesse i placeringen af reklamesøjlen, hvorfor også disse bør inddrages i høringsprocessen, hvis dette ikke allerede er sket.

A. Fønnesbech A/S har modtaget kopi af KBH K – Commerce & Culture's indsigelsesbrev af 28. august 2017 og kan i det hele tilslutte sig de heri anførte indsigelser.

Jeg anmoder venligst om, at modtagelsen af dette høringssvar anerkendes, ligesom A. Fønnesbech A/S gerne deltager i et møde, hvor de fremførte indsigelser kan uddybes."

Administrator af matrikel nr. 60 og nr. 24, CEJ Ejendomsadministration A/S, har i et høringssvar af 31. august 2017 anført følgende på vegne af Savills Investment Management:

"I forlængelse af nedenstående, skal jeg for en god ordens skyld referer til vedhæftede brev af 29. august 2017[høringssvar fra A. Fønnesbech A/S], som vi som administrator og Savills Investment Management, kun kan støtte fuldt op omkring."

"Som administrator af ejendommene Østergade 33-35 samt 36-38, skal jeg på vegne af Savills Investment Management, gøre indsigelse mod placering af reklamestander Østergade 47.

De nævnte adresser/ejendomme arbejder på daglig basis med at være attraktive og synlige som butikker. Der ud over gennemgår ejendommene større ombygninger for at fremstå unikke, hvorfor det bringer undren, at kommunen vælger at placere en reklamestander netop der. Reklame kan og bør tilgodeses i gaderummet, men som reklamesøjle, hvor der uden for de nævnte adresser kan finde andet og andre reklamer sted, virker noget uovervejet.

Vi tilgodeser klart reklamer i gaderummet, men der må findes en langt bedre placering, der ikke har karakter som Østergade/Strøget, hvor disse erhvervsdrivende netop har valgt at have adresser.”

ECCO Holding A/S har på vegne af KRM (Danmark) A/S anført følgende i et høringsvar af 1. september 2017:

”Med henvisning til Københavns Kommunes brev af 17. august 2017 til A. Fonnesbech A/S skal vi hermed på vegne af KRM (Danmark) A/S gøre indsigelse mod de påtænkte planer om opstilling af en digital reklamestander på Østergade 47.

KRM (Danmark) A/S er blevet kontaktet af selskabets udlejer A. Fonnesbech A/S vedrørende Københavns Kommunes partshøring. KRM (Danmark)A/S er som lejer af butiksejendommen Østergade 53-55, hvorfra der drives skobutik under varemærket ECCO, direkte berørt af ændringer, der foretages i strøgmiljøet i og omkring Østergade. KRM (Danmark) A/S har dermed væsentlig og individuel interesse i placeringen af reklamesøjlen.

KRM (Danmark) A/S har investeret betydelige ressourcer i lejemarkedet, facaden samt løbende i vinduesudstillinger for tilsammen med øvrige ejendoms- og butiksindehavere i Strøg-området fra Vimmelskiftet til Kgs. Nytorv at udvikle en eksklusiv og æstetisk tiltrækkende handelsgade til gavn for Strøget, Strøgets brugere og København som sådan, herunder Københavns image som international storby.

Det er KRM (Danmark) A/S’ opfattelse, at etableringen af en digital reklamesøjle på Østergade 47 vil virke skæmmende og skabe disharmoni, idet et discount-præget islæt ville blive indført i en eksklusiv bydel med fokus på bevarelse og omfattende vedligeholdelse af historiske bygninger og en klassisk, stilfuld handelsgade. En digital reklamesøjle vil således hverken komme de erhvervsdrivende eller bybilledet som sådan til gode.

KRM (Danmark) A/S kan i øvrigt i det hele tilslutte sig det af A. Fonnesbech A/S indgivne høringsvar af 29. august 2017 og de heri anførte indsigelser, herunder indsigelserne af forvaltningsretlig karakter.”

Triumph International har anført følgende i et høringsvar af 30. august 2017:

”Vi vill från Triumph Internationals sida motsäga oss planerna på en digital reklampelare på Östergade 47 i Köpenhamn. Vi anser att reklampelaren skulle förfula gatumiljön och dra uppmärksamheten från vår butik. Dessutom skulle den i vissa lägen skymma butikens skyltfönster och dämed minska trafiken till vår butik.

Vi har tagit del av A. Fønnesbech A/S inlaga i saken och överensstämmer till fullo med denna.”

Derudover er Indre By Lokaludvalg og KBH K henholdsvis den 31. august 2017 og den 31. august 2017 fremkommet med bemærkninger til placeringen på Østergade 47.

Vi vedhæfter en kopi af de indkomne høringsvar.

Efter vejlovens § 80, stk. 1, nr. 1, kan Københavns Kommune efter omstændighederne myndighedsgodkende en ansøgning om placering af en digital reklamestander på det offentlige vejareal. Ved afgørelsen af, om en ansøgning skal imødekommes, skal der foretages en samlet vurdering af de modsatrettede interesser i sagen, og heri skal bl.a. indgå eventuelle indsigelser fra de berørte parter.”

Høringsvaret fra AFA

I anledning af kommunens høring af AFA over de ovennævnte høringsvar fra sagens øvrige berørte parter mv. fremkom AFA ved mail af 26. oktober 2017 med følgende yderligere bemærkninger til sagen:

”Da indholdet af de fremkomne høringsvar (indsigelser) for så vidt angår Østergade 47 er af samme karakter som de modtagne høringsvar vedrørende andre digitale placeringer i indre by, henviser vi i det hele til indholdet af vores tidligere bemærkninger afgivet i relation til placeringen af digitale reklamestandere andre steder i Indre By.

Indholdet af disse bemærkninger kan helt overordnet opsummeres således:

- *Placeringen af de digitale reklamestandere er indgående reguleret i kontrakten, allongen og dertil hørende bilag*
- *Dommen U.2008.1359 V er ikke sammenlignelig med nærværende sag, og er således ikke af betydning for, hvorledes*

Københavns Kommunes afvejning af interesser i nærværende sag skal falde ud

- *Københavns Kommunes afvejning af de med opstillingen af de digitale reklamestandere forbundne interesser bør medføre en tilladelse til opstilling af de ansøgte digitale reklamestandere, blandt andet*

da de digitale reklamestandere indeholder kommunal oplysning,

da opstillingen af reklamestanderne er den direkte finansiering af Københavns Kommunes service til borgere m.fl.,

da Københavns Kommune oppebærer en indtægt i denne forbindelse,

da Københavns Kommune misligholder den med AFA JCDecaux indgåede kontrakt og den dertil knyttede loyalitetsforpligtelse, hvis reklamestanderne ikke tillades opsat,

da det ikke kan anses for velerhvervede rettigheder for butikker/facadeejere i København ikke at skulle tåle en reklamestander i nærheden af butikken/facaden, idet disse reklamestandere må udgøre en forventelig del af bybilledet,

da reklamestanderne ikke er skæmmende for bybilledet, og

da reklamestanderne er specielt tegnet til København af den anerkendte arkitekt Knud Holscher og således er i overensstemmelse med byens designlinje- og udtryk samt i overensstemmelse med Københavns Kommunes ønske om udvikling af smart city-tiltag,

da borgerne er overvejende positive over for reklamestanderne,

da der allerede er taget betydelige hensyn til de berørte butikker/facadeejere m.fl.,

da Københavns Kommune ikke kan tillægge indsigelser, som kommunen burde have forventet ville fremkomme, større vægt end hensynet til AFA JCDecaux og

da det vil indebære en diskrimination af Århus-virksomheden AFA JCDecaux, hvis Københavns Kommune uden videre imødekommer de modtagne indsigelser fra facadeejere m.fl.

- *Københavns Kommunes skønsmæssige afvejning skal foretages med respekt af proportionalitetsprincippet, og det vil over for AFA JCDecaux medføre et uforholdsmæssigt indgreb i strid med proportionalitetsprincippet, hvis der på baggrund af de fremkomne indsigelser meddeles afslag på de ansøgte placeringer.*

For en uddybning af ovenstående synspunkter henvises til følgende skrivelser:

- *AFA JCDecaux' bemærkninger til ansøgte placeringer af digitale reklamestandere i Indre By samt Københavns Kommunes agterskrivelser (Mazanti 23.2.2017)*
- *AFA JCDecaux' bemærkninger til Københavns Kommune vedrørende placeringen af digital stander på Købmagergade 20-22 ud for Silkegade. (Mazanti 17.3.2017)*
- *AFA JCDecaux' supplerende bemærkninger til Københavns Kommune vedrørende placeringen af digital stander på Købmagergade 20-22 ud for Silkegade. (Mazanti 7.4.2017)*
- *AFA JCDecaux' bemærkninger til Københavns Kommunes udvidede partshøring vedrørende ansøgte placeringer af digitale reklamestandere i Indre By (Mazanti 24.3.2017)*
- *AFA JCDecaux' klage til Vejdirektoratet (Mazanti 28.6.2017)*
- *Vejdirektoratets udkast til afgørelse af klage over (Københavns Kommunes) afslag på digitale reklamestandere, med påtænkt ophævelse af Kommunes afgørelser. (Vejdirektoratet 27.9.2017)*

- *AFA JCDecaux' bemærkninger til Vejdirektoratets udkast til afgørelse vedrørende klage over afslag på digitale reklamestandere (Mazanti 11.10.2017)*

Af konkrete bemærkninger til placeringen på Østergade 47 og indsigelser hertil kan bl.a. anføres, at den digitale reklamestander er ansøgt placeret 190 cm fra facadesøjle, hvilket er længere fra facade end andre godkendte placeringer, og 870 cm til modstående husfacade, hvilket sikrer fri passage for såvel fodgængere som for passerende biler.

Det kan i øvrigt bemærkes, at der i relation til U 2008.1359 V var tale om 3 sidestillede billboards (hver á 333 cm. x 236 cm. = 7,86 m²) med samlet ca. 24m² flade opstillet parallelt med butiksfacaden.

I nærværende ansøgning er digital reklamestander, som ved andre godkendte placeringer, ansøgt opstillet vinkelret på husfacaden, hvilket indebærer, at fladen parallelt med facaden udgør 0,6 m² (H: 245 x D: 25 cm).

Der ses ikke belæg for og underbygning af påstandene om, at opstilling af digital reklamestander vil medføre negativ effekt for butikkernes omsætning, besøgsfrekvens, lejemålsværdi, facadeinvesteringer eller øvrigt. I denne forbindelse henvises særligt til AFA JCDecaux' klage til Vejdirektoratet af 28.6.2017 samt til AFA JCDecaux' bemærkninger af 11.10.2017 til Vejdirektoratets udkast til afgørelse vedrørende klage over afslag på digitale reklamestandere.

Nærmere afventes fra Københavns Kommune om den aktuelle placering."

Sagens retlige grundlag

Efter vejlovens § 80, stk. 1, nr. 1, kræver opstilling af en digital reklamestander på offentlig vej tilladelse fra vejmyndigheden. Af forarbejderne til vejlovens § 80, stk. 1, nr. 1, fremgår bl.a. følgende:

”Den foreslåede bestemmelse viderefører den gældende § 102, stk. 1, om placering af genstande mv. på vejarealet.

...

Bestemmelsen er udtryk for en anerkendelse af vejmyndighedens ejendomsret til vejarealet. Den skal først og fremmest sikre, at vejarealet kan anvendes til trafikale og andre alment anerkendte formål.

...

Ved vurderingen af ansøgning om tilladelse efter denne bestemmelse, eller efterfølgende lovliggørelse af forhold omfattet heraf, skal vejmyndigheden lægge særligt vægt på de forhold, der er omfattet af forslaget § 1.”

Henvisningen i forarbejderne til § 102, stk. 1, i den tidligere gældende vejlov indebærer, at retspraksis vedrørende denne bestemmelse fortsat har betydning for, hvordan § 80, stk. 1, i den gældende vejlov skal administreres. Vestre Landsret har i en dom fra den 26. februar 2008 taget stilling til rækkevidden af § 102, stk. 1, i den tidligere gældende vejlov (U 2008.1359 V). Af landsrettens dom fremgår bl.a. følgende:

”I forbindelse med vurderingen af, om der kunne gives tilladelse efter vejlovens § 102, stk. 1, nr. 1, til placeringen af de tre billboards ud for appellanternes ejendom, havde Haderslev Kommune pligt til at foretage en afvejning af kommunens interesse i placeringen af de tre billboards over for appellanternes interesser som facadeejere i forhold til det areal, hvor opstillingen efter forslaget skulle finde sted.

Landsretten har herved lagt vægt på, at kommunens interesse i opstillingen af de tre billboards, der skulle anvendes til reklame med henblik på indtjening for Clear Channel Danmark A/S, alene var af kommerciel karakter. Der er således tale om skilte, der ikke har nogen færdselsmæssig eller færdselssikkerhedsmæssig funktion. De tre billboards har hver et areal på ca. 8 m². Formålet med dem er i sagens natur at fange opmærksomheden hos dem, der færdes det pågældende sted.”

Landsretten vurderede herefter, at Haderslev Kommune ikke havde vægtet klagernes interesse i et frit indblik fra de forbipasserende tilstrækkeligt højt. Kommunens afgørelse var derfor ugyldig.

Henvisningen i forarbejderne til vejlovens § 80 til ”forslagets § 1” knytter sig til § 1 i den gældende vejlov, som opregner, hvilke formål der særligt skal tilgodeses med vejloven, herunder i forbindelse med, at der træffes afgørelser om tilladelse til opstilling af reklamestandere efter vejlovens § 80, stk. 1, nr. 1.

Ifølge forarbejderne til vejlovens § 1 opregner bestemmelsen kun lovens hovedformål. Andre hensyn kan også indgå. Som andre hensyn, der kan varetages, nævner forarbejderne bl.a. hensynet til vejens naboer. Det fremgår imidlertid samtidig af forarbejderne, at vejmyndighederne i

forbindelse med administrationen af loven først og fremmest skal varetage trafikale og vejtekniske hensyn.

Foruden de nævnte fortolkningsbidrag til, hvordan vejlovens § 80, stk. 1, nr. 1, skal anvendes, har Vejdirektoratet i sine udkast til afgørelser af 18. maj 2018 udtalt følgende herom (udkastets side 4-6):

”I det tilfælde, at en ansøgt opstilling af en reklamestander med en bestemt placering kan være til gene for naboer til vejarealet, vil vejmyndigheden ... være forpligtet til at foretage en afvejning af ansøgers interesse i reklamestanderen med den ansøgte placering overfor naboernes interesse i forhold til det areal, hvor opstillingen efter ansøgningen skal ske, jf. bl.a. Vestre Landsrets dom trykt i UfR 2008.1359 V.

...

Vejdirektoratet har efter en gennemgang af koncessionskontrakten mellem AFA JCDeaux og kommunen ikke grund til at mene, at kommunen ved at samarbejde med AFA JCDeaux om mulige egnede placeringer har skabt en sådan berettiget forventning hos AFA JCDeaux, at kommunen er forvaltningsretligt forpligtet til at give tilladelse til opstilling på de foreslåede placeringer.”

...

Der er i øvrigt ikke i sagen oplysninger, som giver Vejdirektoratet grundlag for at mene, at kommunen gennem sit samarbejde med AFA JCDeaux eller gennem sagsbehandlingen har givet AFA JCDeaux et retligt krav på eller en berettiget forventning om tilladelse på præcis de ansøgte placeringer.”

Om den interesseafvejning og den prøvelse, Københavns Kommune skal foretage som vejmyndighed, anfører Vejdirektoratet desuden følgende (udkastets side 6 og 7):

”Vejdirektoratet er enig med kommunen i, at kommunen har pligt til at inddrage og afveje påberåbte interesser for de facadeejere, hvis ejendom eller butik, der berøres ved at opstille en reklamestander som ansøgt på stedet. Dette er i overensstemmelse med Vestre Landsrets dom U 2008.1359 V om opstilling af billboards på offentligt vejareal.

...

Vejdirektoratet har umiddelbart ingen bemærkninger til kommunens vægtning af lovlige hensyn. Vægtningen hører under kommunens skøn, som Vejdirektoratet ikke kan tage stilling til.”

Endelig fremgår det af Vejdirektoratets udkast til afgørelse, at kommunen som vejmyndighed har et betydeligt råderum til at skønne (udkastets side 13):

”Til det anførte skal Vejdirektoratet bemærke, at Vejdirektoratet er enig i, at vejmyndighederne har et betydeligt råderum til at skønne over, hvad det offentlige vejareal skal anvendes til.”

Kommunen har ved denne foreløbige vurdering af sagen om placering af en digital reklamestander ved Østergade 47 lagt Vejdirektoratets ovennævnte retsopfattelse til grund.

Københavns Kommunes foreløbige vurdering

I forhold til AFA's konkrete ansøgning i denne sag om opstilling af en reklamestander på Østergade 47 ved Elgiganten er der ikke enighed mellem på den ene side AFA og på den anden side de øvrige berørte forretningsdrivende m.v. om, hvilken betydning placeringen af en reklamestander på det pågældende sted vil have.

På den ene side har AFA bl.a. fremhævet, at den digitale reklamestander ønskes placeret 190 cm fra facadesøjle, hvilket er længere fra facade end andre godkendte placeringer, og 870 cm til modstående husfacade, hvilket sikrer fri passage for såvel fodgængere som for passerende biler. AFA har endvidere anført, at reklamestanderen, som ved andre godkendte placeringer, er ansøgt opstillet vinkelret på husfacaden, hvilket indebærer, at fladen parallelt med facaden udgør 0,6 m² (H: 245 x D: 25 cm). Reklamestanderen, der bl.a. indeholder kommunal information, er ikke skæmmende for bybilledet. Den er tegnet af den anerkendte arkitekt Knud Holscher og er i overensstemmelse med Københavns Kommunes designlinje og -udtryk samt i overensstemmelse med kommunens ønske om udvikling af smart city-tiltag. Derudover mener AFA ikke, at der er belæg for påstandene om, at opstilling af digital reklamestander vil medføre negativ effekt for butikkernes omsætning, besøgsfrekvens, lejemålsværdi, facadeinvesteringer eller øvrigt.

På den anden side er de direkte berørte forretningsdrivende mv., der omfatter Elgiganten, Fønnesbech A/S, CEJ Ejendomsadministration A/S på vegne af CEJ Savills Investment Management, ECCO Holding A/S på vegne af KRM (Danmark) og Triumph International alle fremkommet

med indsigelser mod den pågældende placering af reklamestanderen. Bl.a. har Elgiganten navnlig fremhævet, at butikken i dag fremstår som en åben, attraktiv og high-end flagship store. Butikken er således karakteriseret ved en lang, ubrudt facade med udstilling af Elgigantens produkter. Elgiganten har investeret massivt i at ændre butikkens udtryk og åbne facaden, således at butikken fremstår og fungerer som en eksklusiv strøgbutik, som også kan virke attraktiv på forbipasserende impulskunder – og hvor vinduespartiet og udstillingen tillige virker som showroom på tidspunkter, hvor forretningen er lukket. Hvis opstillingen af reklamestanderen foran butikken tillades, vil dette ændre sig markant, og de foretagne investeringer vil i nogen grad være spildt, idet reklamestanderen med sin placering vil skæmme indsynet til butikken og ændrer passerendes bevægelses-flow ad Strøget forbi butikken.

Fonnesbech A/S er som ejer af ejendommen Østergade 47 fremkommet med tilsvarende indsigelser, og har bl.a. anført, at det i forbindelse med indgåelse af lejekontrakten med Elgiganten blev indføjet, at lejemålet stedse skal fremtræde som en flagship store, hvor den del af butikkens sortiment, der omfatter eksklusive produkter, vil være særligt fremtrædende. Fonnesbech fremhæver i den forbindelse, at det således tilstræbte helhedsindtryk vil blive markant skæmmet af en lysreklamesøjle det påtænkte sted.

Herudover er CEJ Ejendomsadministration A/S på vegne af CEJ Savills Investment Management, ECCO Holding A/S på vegne af KRM (Danmark) og Triumph International fremkommet med lignende indsigelser og har fremhævet, at den konkrete placering af en reklamestander vil skæmme butikkernes facader.

Vedrørende bemærkningerne fra AFA og de berørte forretningsdrivende m.v. henvises der i øvrigt til gennemgangen heraf ovenfor.

I overensstemmelse med det anførte i Vestre Landsrets dom i U 2008.1359 V og i Vejdirektoratets udkast til afgørelse af 18. maj 2018 skal kommunen ved vurderingen af, om der kan meddeles tilladelse til den ansøgte placering af reklamestanderen på Østergade 47 ved Elgiganten foretage en konkret skønsmæssig afgørelse, i hvilken forbindelse kommunen har pligt til at inddrage og afveje påberåbte interesser fra de facadeejere, hvis ejendom eller butik berøres heraf.

Disse indsigelser skal således afvejes over for AFA's modstående interesser i, at ansøgningen om opstilling af den digitale reklamestander på stedet tillades.

Københavns Kommune lægger til grund, at den pågældende reklamestander ikke har nogen trafikalk funktion. AFA's interesse i den

ansøgte placering af reklamestanderen er derimod alene af kommerciel karakter. Det bemærkes herved, at det ikke er afgørende for Københavns Kommune, at der bliver givet offentlig information på Strøget, herunder på det sted ved Østergade 47, hvor AFA ønsker den digitale reklamestander opsat. Hertil kommer, at reklamestanderen først og fremmest vil blive anvendt til reklamer, og kun i begrænset omfang vil blive anvendt til offentlig information. Københavns Kommune lægger også til grund, at der må antages at være andre mulige placeringer af reklamestanderen.

Det er samtidig Københavns Kommunes vurdering, at de indsigelser, der er fremkommet fra de berørte forretningsdrivende mv., viser, at hensynet til andre private parters interesser taler imod, at der meddeles tilladelse til placering af en digital reklamestander på det pågældende sted.

Vi har navnlig lagt vægt på karakteren af det pågældende sted på Strøget, som har et eksklusivt præg, det i indsigelserne anførte om butikkernes bestræbelser på at få butiksfacaderne til at fremstå som eksklusive og stilfulde ”high-end flagship stores”, samt det i indsigelserne anførte om den negative betydning for butikkernes eksklusive udtryk ved en eventuel placering af en reklamestander på det pågældende sted. Vi lægger også vægt på det helhedsindtryk af stedet og de berørte butikker, som kommunen fik i forbindelse med sin besigtigelse heraf og på baggrund af de visualiseringer mv., der er udarbejdet i sagen.

På denne baggrund finder kommunen således, at den samlede skønsmæssige afvejning af på den ene side AFA’s kommercielle interesser i den pågældende placering af reklamestanderen over for de modsatte hensyn til de berørte forretningsdrivende mv., som disse hensyn bl.a. er kommet til udtryk i de nævnte indsigelser mod opsætning af reklamestanderen, fører til, at ansøgningen om opsætning af en reklamestander på det pågældende sted må afslås.

For så vidt angår det af AFA anførte om betydningen af proportionalitetsprincippet samt om kommunens kontraktuelle forpligtelser, skal vi i det hele henvise til det af kommunen herom tidligere anførte, hvilke synspunkter Vejdirektoratet har tiltrådt i direktoratets udkast til afgørelser. Det er således fortsat kommunens opfattelse, at det af AFA anførte om kommunens kontraktuelle forpligtelser og om proportionalitetsprincippet ikke kan tillægges betydning i nærværende sag, der drejer sig om, hvorvidt kommunen kan imødekomme AFA’s ansøgning om opsætning af et digitalt reklameskilt, hvilket AFA ikke har noget retskrav på.

Den påtænkte afgørelse

På den anførte baggrund agter kommunen således på det foreliggende grundlag og efter en samlet vurdering af sagens omstændigheder at meddele AFA afslag på ansøgningen om tilladelse til i medfør af vejlovens § 80, stk. 1, nr. 1, at opsætte en digital reklamestander på Østergade 47 ved Elgiganten.

Vi skal anmode om at modtage AFA's eventuelle bemærkninger hertil inden 14 dage fra i dag, idet I ellers må regne med, at kommunen vil træffe afgørelse i sagen på det foreliggende grundlag og i overensstemmelse med det anførte herom.

I bedes maile jeres bemærkninger til postkassen: hoeringer@tmf.kk.dk. Anfør venligst jeres telefonnummer, hvis I ønsker at blive ringet op. I bedes mærke jeres henvendelse ”Digital reklamestander ved Østergade 47 (AFA JCDecaux)”.

Bemærkninger kan også sendes pr. post til: Teknik- og Miljøforvaltningen, Islands Brygge 37, 2300 København S, Att.: Partnerskaber, mrk.: ”Digital reklamestander ved Østergade 47 (AFA JCDecaux)”.

Med venlig hilsen

Jakob Hjuler Tamsmark
Enhedschef
Partnerskaber