

Københavns Kommune  
Teknik- og Miljøforvaltningen  
Islands Brygge 37  
2300 Københavns S  
Att.: Partnerskaber

Sendt pr. mail til hoeringer@tmf.kk.dk

## Digital reklamestander ved Østergade 32-34 (AFA JCDecaux A/S)

28.6.2018  
Journal nr. 14016  
ID 2331

### 1. Indledende bemærkninger

1.1.1 På vegne AFA JCDecaux (herefter benævnt AFA) fremkommes hermed med bemærkninger til den af Københavns Kommune (herefter Kommunen) udsendte agterskrivelse af 14. juni 2018 vedrørende placeringen af en digital reklamestander på Østergade 32-34 ved H&M/Topshop, hvori Kommunen har meddelt at være indstillet på at meddele AFA afslag på opsætning af ovennævnte reklamestander.

**Philip S. Thorsen**  
Advokat (H)  
+45 3319 3718  
pst@mazanti.dk

Advokat  
Josephine Linn Jacobsen  
+45 3319 3732  
jlj@mazanti.dk

1.1.2 Indledningsvis skal AFA i det hele henvise til det af AFA tidligere afgivne høringssvar af 26. oktober 2017 samt til de deri nævnte skrivelser. AFA skal tillige henvise til AFA's høringssvar af 8. juni 2018 vedrørende Vejdirektoratets andet udkast til afgørelse samt til, at Vejdirektoratet endnu ikke har truffet endelige afgørelser i samtlige de for Vejdirektoratet verserende sager.

Juridisk Assistent  
Bettina Nielsen  
+45 3319 3706  
bni@mazanti.dk

1.1.3 For så vidt angår Kommunens bemærkning om, at sagen har været sat i bero med henblik på at afvente Vejdirektoratets endelige afgørelse, bemærkes det, at hensigten med indleveringen af ansøgningen om midlertidig placering af en digital reklamestander på Østergade 32-34 netop var at få opsat en digital reklamestander midlertidigt, og indtil Vejdirektoratets endelige afgørelser i sagerne vedrørende Østergade 1-3, Østergade 2, Østergade 24, Østergade 38, Amagertorv 6 og Amagertorv 16 forelå. AFA's forbehold om opkrævning af mistet reklameindtægt fra Kommunen opretholdes fortsat, jf. også de til Kommunen løbende fremsendte opgørelser over den af AFA mistede reklameindtægt.

### 2. Kommunens skøn

#### 2.1 De væsentligste hensyn i Kommunens skønsmæssige vurdering

2.1.1 Kommunen anfører på side 15 i sin agterskrivelse, at Kommunen navnlig har lagt vægt på:

”(..)karakteren af det pågældende sted på Strøget, som har et eksklusivt præg, de berørte forretningsdrivendes interesse i frit indblik og fri passage fra de forbipasserende samt det i indsigelserne anførte om den negative betydning, en opstilling af reklamestanderen på det pågældende sted vil have for butikkernes eksklusive udtryk. Kommunen lægger også vægt på det helhedsindtryk af stedet og de berørte butikker, som kommunen har fået 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 modsatrettede hensyn til de berørte forretningsdrivende mv., som disse hensyn bl.a. er kommet til udtryk i de nævnte indsigelse mod opsætning af reklamestanderen, fører til, at ansøgningen om opsætning af en reklamestander på det pågældende sted må afslås.”

2.1.2 Kommunen lægger således navnlig vægt på indsigelserne vedrørende frit indblik og fri passage og på reklamestanderens betydning for butikkernes hævdede eksklusive udtryk. Særligt for så vidt angår den manglende afgørende betydning af dommen U.2008.1359V henvises til AFA's tidligere skrivelser.

## 2.2 Indblik og fri passage

2.2.1 I relation til bemærkningerne om hensynet til frit indblik og passage til udstillingsvinduerne fremhæver H&M og Topshop i sine indsigelser, at reklamestanderen vil hæmme indsigten til butikken og blokere for det visuelle udtryk i udstillingsvinduerne, og at forretningerne derfor vil lide en omsætningsnedgang, såfremt reklamestanderen placeres som ansøgt. AFA henviser til sine tidligere bemærkninger om blandt andet den manglende dokumentation og/eller yderligere undersøgelse af den påståede omsætningsnedgang samt til, at reklamestanderen er foreslået placeret midt imellem Topshops to store udstillingsvinduer, ud for en søjle, og dermed ikke et udstillingsvindue. Reklamestanderen vil derfor kun på meget specifik og kort strækning risikere at skygge for en meget begrænset del af et enkelt af butikkens udstillingsvinduer. Reklamestanderen vil derudover gøre DONG's/Ørstedes elskab, som er påført graffiti og påklistret reklamer og andre opslag, mindre iøjnefaldende.

2.2.2 AFA kan yderligere henvise til, at Kommunen tilsyneladende har godkendt en eller flere opstillinger af stadepladser omkring Illums og Pradas facader og udstillingsvinduer, ligesom der på Østergade

47 (ved Elgiganten), er godkendt en opstilling af en stadeplads. Dette uagtet Illum og Prada hver kun forefindes ét sted i København, hvorimod eksempelvis H&M har 11 butikker i København og Elgiganten har 6 butikker i København. Stadepladser fylder helt åbenbart betydeligt mere i byrummet end reklamestandere både i forhold til tilgængelighed og passage og i forhold til udsynet til butikernes udstillingsvinduer, hvorfor Kommunens forskellige skøn giver anledning til undren.

- 2.2.3 Det er AFA's opfattelse, at da de primære hensyn bag vejlovens § 80 om fremkommelighed og afvikling af trafik er fuldt ud opfyldt, jf. også Vejdirektoratets afgørelse af 18. juni 2018 vedrørende reklamestanderen ved Østergade 21-23/Bremerholm, og da butikkerne endvidere påvirkes i mindst mulige omfang, skal Kommunen således ikke vægte hensynet til naboerne højere end hensynet til AFA.

### 2.3 Eksklusivitet og æstetik

- 2.3.1 I relation til bemærkningerne om hensynet til eksklusiviteten og æstetikken på strækningen på Strøget, har H&M har i sin indsigelse af 23. september 2017 anført, at reklamestanderen ikke vil passe ind i Strøggets æstetiske udtryk, og Topshop har i sin indsigelse af 20. og 21. september 2017 fremhævet det - efter Topshops opfattelse - eksklusive gade- og shoppingmiljø på Strøget som værende afgørende for placeringen af Topshops butik, hvilket Galleri K Retail også har fremhævet i sin indsigelse af 18. september 2017.

- 2.3.2 AFA er uforstående over for synspunktet om, at placeringen af en digital reklamestander vil fratage Strøget dets karakter af en eksklusiv gade, og AFA bemærker hertil, at Kommunen heller ikke har redegjort for, hvorfor dette skulle være tilfældet. Et sådant argument er da heller ikke gjort gældende af eksempelvis Burberry, foran hvilken der i dag er placeret en digital reklamestander, ligesom AFA også globalt har placeret reklamestandere på eksklusive shoppinggader, ved flagship stores mv.

- 2.3.3 Dertil kommer, at Topshop og H&M næppe kan karakteriseres som "eksklusive butikker", og at Topshop og H&M selv har opsat reklameskilte for sig selv over deres respektive forretninger, hvilket i øvrigt tillige gælder for en lang række af de andre af Strøggets butikker, jf. eksempelvis vedlagte skærmpoint fra [www.google.dk/maps](http://www.google.dk/maps). AFA's digitale reklamestandere kan ikke anses for at gøre Strøget mindre eksklusivt eller medføre et dårligt æstetisk indtryk, end eksempelvis Topshops eller H&M's egne reklameskilte.

- 2.3.4 I tillæg hertil bemærkes det, at hverken Strøget eller AFA's reklamestander har ændret udseende siden indgåelsen af koncessionsaftalen og allongen, hvorfor Kommunen, inden indgåelse af aftalerne med AFA, burde have taget højde for og vurderet sådanne potentielle indsigelser fra forretningerne, idet det således er usagligt, at Kommunen nu tillægger sådanne indsigelser afgørende vægt, jf. også AFA's tidligere skrivelser herom.

### 3. Afsluttende bemærkninger

- 3.1.1 På baggrund af ovenstående og på baggrund af AFA's tidligere skrivelser til Kommunen og til Vejdirektoratet, er det AFA's opfattelse, at Kommunen bør meddele tilladelse til at placere reklamestanderen som ansøgt på Østergade 32-34.
- 3.1.2 Den ansøgte placering påvirker byrummet, ejendommene og de forretningsdrivende mindst muligt, der er ingen trafikale eller tilgængelighedsmæssige problemer i forhold til den ansøgte placering, der er fornøden adgang til ejendommene og til forretningerne, også for fodgængerne, og udstillingsvinduerne vil fortsat være synlige for forbipasserende. Den ansøgte reklamestander vil på denne baggrund ikke udgøre en uacceptabel påvirkning af byrummet og heller ikke påføre de omkringliggende ejendomme og forretninger gener, der overstiger, hvad man som erhvervsdrivende må tåle i en handsgade i en storby, hvor reklamer i byrummet forekommer.

Med venlig hilsen  
Philip S. Thorsen



/Josephine Linn Jacobsen