



Bilag 2 Forslag til Tillæg om begrænsning af lysreklamer og lysende reklameskærme på vejareal" til administrationsgrundlaget "Skilte og reklamer i København"

Retningslinje for lysreklamer og lysende reklameskærme placeret på vejareal

En reklame indeholder et budskab, der skal påvirke en målgruppe til at handle ved fx at købe et bestemt produkt. Mange reklamer samlet kan være med til at markere knudepunkter i byen fx byrum, trafikknudepunkter og større indkøbscentre, men lysreklamer og lysende reklameskærme er dominerede og kan have en vidtrækkende effekt på byrummet.

Københavns Kommune ønsker at begrænse antallet af lysreklamer og lysende reklameskærme på vejareal, herunder særligt fritstående reklameskærme. Dette begrundes i hensyn til ønsket om at friholde kommunens offentlig tilgængelige vejarealer, så de kan bruges til færdsel, ophold og leg mv., samt ønsket om at mindske antallet af visuelt dominerende kommercielle reklameflader i byen.

Undtaget herfra er reklameskærme på buslæskærme, da buslæskurene allerede i sig selv udgør en visuel barriere i byrummet og dermed ikke har samme dominerende effekt som fx fritstående reklamestandere.

Ansøgninger vurderes ud fra det konkrete sted, hvor byliv, trafik, antal af boliger, hensynet til bevaringsværdier og rekreative/grønne områder spiller en rolle. Vurderingen tages med udgangspunkt i de beskrivelser af bydele og byrum, som fremgår af administrationsgrundlaget "Skilte og reklamer i København".

Tilladelse vil undtagelsesvis kunne gives, såfremt forvaltningen vurderer, at lysreklamen eller reklamestanderen tilfører en helt særlig værdi til byrum og byliv på det pågældende sted. Hvis der gives tilladelse, må reklameskærmen ikke overdøve omgivelserne, genere naboer, færdsel og byliv. Det er vigtigt at tilgodese fremkommelighed, trafiksikkerhed og tryghed, det skal være pladsøkonomisk og bør produceres og drives bæredygtigt. Det skal tilgodeses både i placering, udformning og fremtræden og igennem overholdelse af en række tekniske og trafikale krav.

Tilladelserne vil som udgangspunkt gives tidsbegrænset for en periode på 3 år. Det skyldes, at kommunen af planlægningshensyn, herunder hensyn til udviklingen i anvendelsen af byrummet, ikke ønsker at fastlåse anvendelsen af vejarealet i mere end 3 år ad gangen. Tidsbegrænsningen fastsættes ud

3. september 2021

Sagsnummer
2021-0136997

Dokumentnummer
2021-0136997-2

Mobilitet, Klimatilpasning og
Byvedligehold
Tilladelse til vejændring
Islands Brygge 37
Postboks 339
2300 København S

EAN-nummer
5798009809452

fra en konkret vurdering af den ansøgte placering, og vil kunne suppleres med et fjernelsesvilkår.

Kommunen anvender retningslinjerne fra Vejdirektoratets publikation: "Trafiksikkerhed og Lysreklamer" fra 2018 til vurderingen af de trafiksikkerhedsmæssige konsekvenser, som lysreklamer langs veje kan have.

Kommunen vil i forbindelse med en tilladelse fastsætte vilkår om placering, udformning, tekniske og trafikale krav til fx styring af belysning, begrænsning af lysende baggrunde og animationer, billedskift, lysintensitet, effekter og overgange i visningen m.v. De specifikke krav justeres løbende i forhold til gældende regulering og lovgivning. De aktuelle krav kan fås ved henvendelse til Teknik- og Miljøforvaltningen.

Lovgrundlag

Efter § lov om offentlige veje § 80, stk. 1, kræver det tilladelse fra kommunens vejmyndighed, før genstande som fx reklameskærme anbringes på vejareal. Kommunen kan således som vejmyndighed helt eller delvist, gennem sin praksis i forhold til at udstede tilladelser, begrænse muligheden for at tillade, at private aktører opstiller fx reklameskærme på vejareal.

Når kommunen skal tage stilling til en ansøgning efter vejlovens § 80 skal dette ske på grundlag af en samlet vurdering af hensynene til vejarealernes forskellige anerkendte funktioner. Det er først og fremmest færdselsmæssige hensyn, men også andre almene offentlige hensyn. Herudover skal der altid tages højde for lighedsprincippet.

Der skal som udgangspunkt gives afslag på en ansøgning, hvis færdselsmæssige hensyn taler imod tilladelsen. Der skal dog altid foretages en afvejning i forhold til hensynet til den aktivitet, der søges om, herunder om ansøger har et særligt behov for en tilladelse, der ligger ud over at udnytte en kommerciel mulighed for privat indtjening.

En afgørelse vil imidlertid også kunne begrundes i de andre hensyn, dvs. hensyn som kommunen skal varetage efter anden lovgivning eller efter almindelige naboretlige regler. Det følger af forarbejderne til vejlovens § 1, at vejmyndigheden ved administrationen af vejloven også må lægge vægt på konsekvenserne for bl.a. miljø, landskabs- og bymæssige værdier, samfundsøkonomi samt hensynet til vejens naboer og andre aktører på vejen.

Vejdirektoratet har anerkendt andre alment offentligretlige hensyn, herunder hensynet til vejens funktion som opholdsrum, som lysningsareal, som butiksforsat, renholdeshensyn, sikkerhedshensyn, hensynet til

sundhed, byrummets forudsatte æstetik, og kvalificerede samfundsmæssige hensyn, som fremgår af anden lovgivning m.m. Disse hensyn kan derfor også indgå i afvejningen af, om der skal meddeles tilladelse eller afslag.

I forhold til opsætning af reklameskærme ud for forretning eller ejendom, er det som regel afvejningen mellem hensynet til, at butikken kan benytte vejarealet som butiksforplads, udstillingsvinduers synlighed samt eventuelt vejens funktion som opholdsrum, der skal afvejes over for ansøgers behov for at få en tilladelse.

Kommunen kan, som vejmyndighed, inden for snævre rammer varetage æstetiske hensyn. Hvis en afgørelse hovedsageligt begrundes i æstetiske hensyn, skal der dog være tale om tungtvejende æstetiske hensyn eller f.eks. hensyn til stedets helt særlige arkitektoniske udtryk.