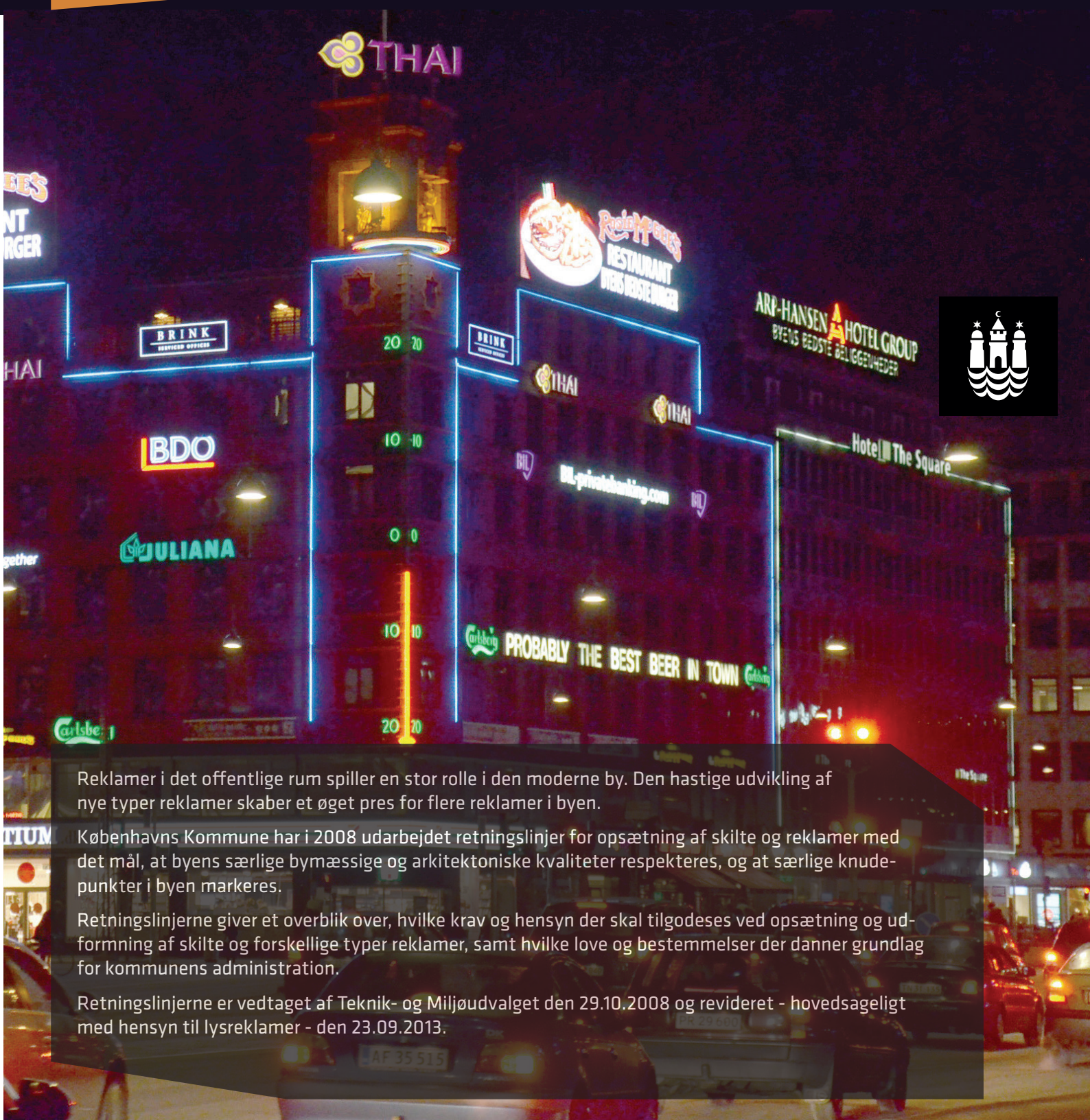


SKILTE OG REKLAMER I KØBENHAVN

Læs mere på www.kk.dk/skilteogreklamer



Reklamer i det offentlige rum spiller en stor rolle i den moderne by. Den hastige udvikling af nye typer reklamer skaber et øget pres for flere reklamer i byen.

Københavns Kommune har i 2008 udarbejdet retningslinjer for opsætning af skilte og reklamer med det mål, at byens særlige bymæssige og arkitektoniske kvaliteter respekteres, og at særlige knudepunkter i byen markeres.

Retningslinjerne giver et overblik over, hvilke krav og hensyn der skal tilgodeses ved opsætning og udformning af skilte og forskellige typer reklamer, samt hvilke love og bestemmelser der danner grundlag for kommunens administration.

Retningslinjerne er vedtaget af Teknik- og Miljøudvalget den 29.10.2008 og revideret - hovedsageligt med hensyn til lysreklamer - den 23.09.2013.

SKILTE OG REKLAMER I KØBENHAVN

Baggrund

Storbyerne har stor betydning for samfundsudviklingen, og de konkurrerer om at tiltrække investeringer for at opnå vækst og indflydelse. Som en del af Øresundsregionen udvikler København sig i disse år i konkurrence med andre storbyregioner som Hamburg og Berlin. Udviklingen tilfører byen dynamik i form af byudvikling, arbejdspladser, mere aktivt byliv osv.

Sammen med den dynamiske udvikling opleves en øget interesse fra erhvervsliv o.a. for en større synliggørelse, herunder reklamering på steder, hvor mange mennesker passerer eller opholder sig. Billedet af den pulserende storby med lysreklamer, storskærme, reklameduge, billboards m.v. er næsten blevet et ikon for en metropol.

København er også en velbevaret by, med store bymæssige og arkitektoniske kvaliteter, som skal respekteres.

Med retningslinjer for skilte og reklamer er det kommunens mål både at understøtte og respektere byens kvaliteter og samtidig markere særlige bymæssige og trafikale knudepunkter. Retningslinjerne er delt op i særskilte afsnit for henholdsvis opsætning af skilte og opsætning af reklamer.

I forbindelse med tilladelser vurderes ansøgningen ud fra det konkrete sted, hvor byliv, trafik, antal af boliger, hensynet til bevaringsværdier og rekreative/grønne områder spiller en rolle.



For mange skilte kan virke forvirrende på kunderne.

SKILTE OG REKLAMER I KØBENHAVN

Placering af skilte og reklamer i bydelene

Indre By og Christianshavn

Skiltning og reklameringen skal respektere facadernes udtryk og de ofte snævre historiske byrum. Mindre og mere raffinerede skilte er ofte tilstrækkelige, hvor der kun færdes fodgængere. Af hensyn til de mange mennesker, der færdes her, gælder her særlige regler for vareudstillinger, sandwichskilte osv.

Store dele af de historiske bydele, middelalderbyen, Christianshavn og Frederiksstaden er visuelt sårbare. Her skal skilte og reklamer indpasses med stor respekt for de historiske og arkitektoniske værdier. I en række byrum og kvarterer er mulighederne for reklamering derfor meget begrænsede.

I områderne omkring Rådhuspladsen, Hovedbanegården, Vesterport og Nørreport er lysreklamer en karakteristisk del af bybilledet. Biografer, Tivoli, hoteller og trafik skaber liv i aften timerne, og områderne rummer blandt andet mange bygninger i en modernistisk arkitektur, som giver mulighed for opsætning af reklamer.

Gågaderne i Indre By er livlige handelsgader, og reklamer er en del af gadebilledet.



Snævre gaderum med diskrete facader giver ringe mulighed for reklamering.



Skiltningen i den Indre By skal tilpasses byens mindre skala og må ikke sløre bygningens facader.

SKILTE OG REKLAMER I KØBENHAVN

Brokvartererne og Bymidte Amagerbrogade

Brokvarterernes meget homogene karrebebyggelse og fint detaljerede facader giver begrænsede muligheder for opsætning af reklamer, og generelt er reklamering ikke hensigtsmæssig i boligområderne. I områder, der har en mere blandet karakter med boliger og erhverv, er der større mulighed for indpasning af reklamer.

Brokvartererne er Vesterbro, Østerbro, Nørrebro og Amagerbro. Bymidte Amagerbrogade omfatter butikker langs Amagerbrogade, Holmbladsgade, Amagercentret samt de første dele af Englandsvej og Øresundsvej.

De store handelsgader er præget af en livlig blanding af butikker, caféer, trafik og naturligvis også reklamer. Mange af facaderne langs gaderne har fine arkitektoniske kvaliteter. Det er derfor vigtigt, at skilte og reklamer indgår i et harmonisk samspil med ejendommenes facader og det omkringliggende bymiljø.

Mange reklamer samlet - særlig lysreklamer - kan være med til at markere knudepunkter i byen fx byrum, trafikknudepunkter og større indkøbscentre.

Byen uden for brokvartererne

Indfaldsveje og jernbanelinjer gennemskærer de ydre bydele, og her kan der være mulighed for opsætning af reklamer fx ved større parkeringspladser, ved benzinstationer, i gangtunneller, viadukter og i forbindelse med jernbanearealer og S-togsstationer. Reklamer kan i denne forbindelse være med til at markere trafikknudepunkter eller en port til byen. Lysreklamer i viadukter kan virke tryghedsskabende.

Omkring indkøbsgader og lokale torvedannelser er der mulighed for opsætning af reklamer. Det er dog vigtigt, at reklamerne tilpasses bygningernes skala og byrummets karakter.

- Reklamer må som hovedregel ikke opsættes ved villa-kvarterer, rækkehus- eller parkbebyggelser. Her skal de landskabelige og beplantningsmæssige træk præge bebyggelsen.
- Reklamer må som hovedregel ikke opsættes i og ved grønne områder. Her skal der være mulighed for at opleve naturen uden at blive påvirket af reklamer.



Brokvarterenes strøggader er præget af et livligt butiksliv.



Belyste reklameskabe i gangrumarealer kan virke tryghedsskabende.

SKILTE OG REKLAMER I KØBENHAVN

SKILTE

Skiltning er information om en butik eller en virksomhed, fx navn, art, logo eller lignende, som bliver opsat direkte i forbindelse med butikken eller virksomheden.

Skiltning skal være tilpasset den enkelte bygnings facadeudformning og udtryk. Den skal desuden afpasses efter den bymæssige sammenhæng, som bebyggelsen indgår i og selvfølgelig det budskab, som skiltet skal formidle.

Det er afgørende for en god skiltning, at forbrugeren ikke forvirres af for mange informationer. Skiltningen skal derfor være enkel, klar og tydeligt formidle, hvad der forhandles. Skiltningen må gerne være fantasifuld og af høj kvalitet, hvad angår design og udførelse.



Skiltningen formidler på en enkel måde, hvad der forhandles, samt butikkens navn på en måde som er fint tilpasset kvarterets arkitektur.

SKILTE OG REKLAMER I KØBENHAVN

Retningslinjer for skiltning

- Skiltningens omfang, udformning og farve tilpasses bygningen og gadebilledet.
- Bygningens hoved- og fagopdeling respekteres, således at sokler, gesimser, søjler og andre karakteristiske facadeelementer friholdes for skiltning.
- Placering af flere skilte såvel planskilte som fremspringende skilte samordnes, så der opstår en god helhedsvirkning.
- Butiksskilte - både planskilte, fremspringende skilte og faneskilte - holdes inden for den del af facaden, som begrænses af butikken.
- Butiksvinduer skal fremstå som udstillingsvinduer og må ikke klæbes til, idet det giver et tillukket og afvisende udtryk i gadebilledet.
- Planskilte placeres, så de ikke føres hen over porte, opgange og ejendomsskel.
- Enkeltstående bogstaver og neonskiltning er at foretrække, da disse ofte bedre kan tilpasses facaden.
- Skilte på murpiller udføres i en størrelse, så de ikke dækker hele murpillens bredde og får karakter af facadebeklædning.
- Der opsættes kun ét udhængsskilt for hver butik, dog kan der opsættes ét til hver gadeside, hvis butikken ligger på et hjørne.
- Udhængsskilte placeres, så de ikke er til gene for naboens udhængsskiltning.
- Skilte opsættes som hovedregel ikke over butiksetagen. Undtaget er dog ejendomme med erhverv på 1. sal og opefter. Her placeres skiltning som enkeltstående bogstaver i et eller flere af lejemålets vinduer eller på facaden.
- Ved kælderbutikker, hvor det ikke er muligt at placere et udhængsskilt inden for butikkens naturlige skilteområde, kan et skilt eventuelt placeres et andet sted på facaden, hvis bygningens arkitektur tillader det, og der ikke opstår gener herved.



Her har man opnået en fin harmoni mellem skiltningen og bygningens facade med dens materialer og detaljer.

SKILTE OG REKLAMER I KØBENHAVN

Belysning af skilte

Ved skiltebelysning foretrækkes lyskilder med en varm tone. Flere og mindre lyskilder giver som hovedregel det bedste resultat. Ofte er lyset fra udstillingsvinduet tilstrækkelig belysning. Den primære lyskilde i gaden bør altid være gadebelysningen.

- Skiltebelysning afstemmes efter forholdene, således at belysningen ikke virker blændende eller generende for trafikanter og omkringboende.
- Lys i skilte udformes uden løbende eller blinkende effekter, som virker generende i gadebilledet.
- Belysningsarmaturer til skiltebelysning udformes med et diskret udseende og placeres, så de ikke er til gene for omgivelserne.

Skiltning på vejareal og egen grund

- Skilte, vareudstillinger, herunder udstillingsskabe må som hovedregel opstilles langs facaden og må ikke have et større fremspring end 60 cm. Der skal altid være mindst 1,5 m til fri passage. Skiltene må ikke opstilles i den primære ganglinie. Vær opmærksom på, at der kan være særlige regler for visse gadestrekninger på for eksempel Strøget, Købmagergade og Fiolstræde mv.
- Fritstående skilte, standerskilte og pylonskilte placeres på eget grundstykke ved fritliggende erhvervsbebyggelser eller benzinstationer. Højde, udformning og farver tilpasses omgivelserne og vurderes i hvert enkelt tilfælde.
- Opstillinger på offentligt areal skal meddeles kommunen, Center for Trafik. På offentligt vejareal betales en brugerafgift for opstillingen.



Skiltebelysning med coroneffekt (bogstaver, der er belyst bagfra) løser på fin måde eventuelle blændingsproblemer.



Skilteudstyr placeret på fortovsareal bør generelt begrænses af hensyn til fremkommeligheden.

SKILTE OG REKLAMER I KØBENHAVN

REKLAMER

En reklame indeholder et budskab, der skal påvirke en målgruppe til at handle ved fx at købe et bestemt produkt. Der kan være tale om mindre, butikskrelaterede reklamer eller store lys- og bannerreklamer, der har vidtrækkende effekt på byrummet.

Reklamer i det offentlige rum spiller i dag en stigende rolle, og der udvikles til stadighed nye måder at reklamere på.

Med retningslinjerne ønsker kommunen både, at særlige bymæssige og trafikale knudepunkter understøttes og at sende signalet om en aktiv og levende storby. Oveni skal et hensyn til byens særlige kvaliteter, herunder de historiske byområder, sikres. Retningslinjerne skal derfor også tilgodese, at følsomme områder i byen beskyttes mod store reklameindslag.

Lysreklamer

Lysreklamer defineres i denne sammenhæng som statiske eller dynamiske lysende reklamer, elektroniske lysaviser, signboards, storskærme, LED skærme og lyseffekter placeret på bygningers facade eller tag, samt TV-skærme, lysbilledprojicering og lyseffekter.

Lyset fra reklamerne kan være generende for omgivelserne. Kommunen giver derfor kun tilladelse til opsætning af lysreklamer, hvor de ikke vurderes at være til gene for omgivelserne eller trafiksikkerheden. Opsætning af lysreklamer med levende eller skiftende billeder er begrænset til 5 steder i byen. Reklamer med lysreklamer kan ske 15 steder i byen. På kortet side 16 (bagsiden) er udpeget de steder, hvor der kan opsættes lysreklamer.

Kommunen vil kunne stille krav om begrænsninger i lysstyrke, lyskarakter, flimren mv. under hensyn til, at reklamen ikke må virke generende. Lysreklamer skal desuden være forenelige med bygningernes arkitektoniske udtryk, og byrummets funktion og karakter. Størrelse og udformning af skærme har afgørende betydning for dens indvirkning på omgivelserne.

Ligesom ved anden skiltning og reklamer vil lysreklamer blive vurderet konkret i forhold til placeringen i de udpegede byrum: er der meget trafik? meget byliv og butikker? mange boliger? Den samlede reklamebelastning skal vurderes, således at reklamepladsen ikke kan



Reklamer er med til at sende et signal om en dynamisk og levende by og kan give et festligt indslag - ikke mindst lysreklamerne i byens nattebillede.

give anledning til gener i forhold til annoncører, brugere og omboende. Det vil fremgå af godkendelsen, hvilke specifikke krav lysreklamen skal opfylde med hensyn til udformning og funktion.

Der er forskellige retningslinjer for tre forskellige typer af lysreklamer:

- Lysende reklamer med levende eller skiftende billeder uanset medie dog ikke neon
- Lysende reklamer med stillbilleder
- Neonreklamer

SKILTE OG REKLAMER I KØBENHAVN

Lysreklamer med levende eller skiftende billeder

Lysreklamer med levende billeder, også LED-baserede reklamer, må kun opsættes og vises i området omkring Rådhuspladsen og den indre del af Vesterbrogade, Vesterport, Nørreport, Hans Knudsens Plads og Fay Fiskers Plads, hvor det vurderes, at byrummet er robust nok til denne type lysreklame, og at der ikke er mange boliger i områderne, se kortbilag på side 16 (bagsiden).

- Der skal fades ind og ud af budskaberne. Ind- og udfadning skal være minimum 2 sekunder.
- De enkelte reklameindslag skal have en 'slot-tid' på minimum 15 sekunder.
- Lysreklamers tændingstid kan kræves begrænset.
- Lysreklamer skal afpasses i størrelse og udformning efter de bygninger og de byrum, hvor de opsættes.
- Lysreklamer på tag med hældning skal placeres så lavt, at taget danner baggrund. Skiltets bærende konstruktion skal syne mindst muligt og udformes så spinkelt som muligt.
- Lysreklamer skal fremstå integreret med bygningernes facade eller og gavl, så de danner en harmonisk helhed med bygningernes og byrummets arkitektur.
- Den bærende konstruktion skal godkendes af Teknik- og Miljøforvaltningen, Center for Byggeri.

Lysreklamer med stillbilleder

Lysreklamer med stillbilleder må opsættes og vises i byrum udpeget i kortbilag på side 16 (bagsiden).

- Lysreklamer skal afpasses i størrelse og udformning efter de bygninger og de byrum, hvor de opsættes.
- Lysreklamer på tag skal placeres så lavt, at taget danner baggrund. Skiltets bærende konstruktion skal syne mindst muligt og udformes så spinkelt som muligt.
- Lysreklamer skal fremstå integreret med bygningernes facade eller og gavl, så de danner en harmonisk helhed med bygningernes og byrummets arkitektur.
- Lysreklamers tændingstid kan kræves begrænset.
- Den bærende konstruktion skal godkendes af Teknik- og Miljøforvaltningen, Center for Byggeri.



Lysviserne ved Rådhuspladsen er et bidrag til stedets puls. Det er afgørende, at især de digitale lysreklamer reguleres efter lysforholdene om dagen og om aftenen.



Det er vigtigt, at de forskellige reklamer og skilte indordner sig i en helhed uden at overdøve hinanden.

SKILTE OG REKLAMER I KØBENHAVN

Neonreklamer

Neonreklamer har ofte en designmæssig eller kunstnerisk værdi. Da neonreklamer eller skilte kan udføres mindre dominerende kan de tillades samme steder som andre skilte eller reklamer under forudsætning af, at de tilpasses efter omgivelserne og respekterer bygningens arkitektur. Hvis neonreklamen har karakter af lysreklame enten som stillbillede eller med levende eller skiftende billeder, så gælder retningslinjerne for disse reklamer.

Generelle tekniske forhold

Lysintensiteten for lysreklamer efter mørkets frembrud fastlægges til maks. 50 nit/lumen målt vertikalt ud fra en flade med hvidt lys målt på 25 m afstand. Vurdering og indregulering skal foretages på stedet sammen med forvaltningen inden ibrugtagning. Lys tekst på mørk baggrund foretrækkes frem for mørk tekst på lys baggrund for at undgå blænding.

Skiltning på butiksvinduer eller i butikker

Hvis reklamer og reklameskærme retter sig mod forbi-passerende er der tale om reklameskiltning, der er omfattet af de almindelige bestemmelser for reklameskiltning. Hvis der er tale om store skærme, der placeres tæt på vinduer kan der være tale om blænding af vinduet, hvilket ikke tillades. Hvis skærme i butikker anvendes til reklamering, skal de opfylde de almindelige regler for lysreklamer.

Lysbilleder

Projicering af lysbilleder må kun ske ved helt særlige begivenheder af generel interesse for byen og kun på bygninger, der ikke benyttes om natten - og kun med ejerens tilladelse.



Eksempel på skærme i et butiksvindue.

SKILTE OG REKLAMER I KØBENHAVN

Flagning

- Kommunen vil som hovedregel modsætte sig flagning med reklameflag opsat på facaden eller på offentligt vejareal, da dette ofte slører bygningen og gaden. Dog kan der ved festlige lejligheder flages med Dannebrog.
- Opsætning af flagstænger på offentligt vejareal skal godkendes af Teknik- og Miljøforvaltningen, Københavns Erhvervsservice.
- Faste ophængningssteder og opsætning af flagstænger på egen grund kan kræve kommunens godkendelse. Ved tvivlsspørgsmål kontakt Teknik- og Miljøforvaltningen, Københavns Erhvervsservice.

Solafskærmning og sikringsgitre

- Markiser sættes som hovedregel op i en bredde som svarer til de enkelte vinduesfag, således at bygningens fagopdeling og sammenhængen mellem butiksetagen og den øvrige bygning opretholdes.
- Markiser udføres oprullelige eller sammenklappelige.
- Faste baldakiner, markiser og kalecher godkendes generelt ikke, idet de ofte vil sløre de enkelte vinduesfag og bygningsarkitektur.
- Markiser udføres med ensfarvet refleksfri markisedug og farvenuancer afstemmes efter bygningens øvrige farver.
- Skiltning på markiser må generelt kun ske med butikens logo på markisekanten.
- Sikringsgitre udformes således, at de respekterer butikkens facade, placeres bag vinduesglasset og ikke skjuler vinduesudstillingen efter lukketid.



Det er tilladt at flage med firmalogo som her på hustage.



Markiserne her respekterer bygningens fagdeling. Skiltning sker på markisekanten.

SKILTE OG REKLAMER I KØBENHAVN

Billboards

Billboards er tavler med skiftende reklamebudskaber, som opsættes på bygninger eller på eget stativ. Billboards er pga. de store formater generelt ikke egnet til opsætning i den tætte bystruktur eller i boligområder. Billboards bør derfor kun opsættes i de ydre bydele typisk i forbindelse med store trafikårer og i erhvervsområder, hvor de kan målrettes den kørende trafik.

Kommunen godkender generelt ikke opsætning af billboards:

- I bydelene Indre By, Christianshavn, Vesterbro samt de indre dele af Østerbro og Nørrebro.
- I boligområder herunder villakvarterer.
- I og ved parker og grønne områder.

Efter en konkret vurdering kan Kommunen godkende opsætning af billboards i industri- og erhvervsområder, ved større parkeringspladser og benzinstationer, i gangtunneller, viadukter og i forbindelse med jernbanearealer uden for ovennævnte bydele og områder.

Midlertidig opsætning af billboards på byggepladshegn og byggepladser accepteres over hele byen, under aktivt byggeri, men kræver godkendelse af Teknik -og Miljøforvaltningen, Københavns Erhvervsservice, såfremt det sker på offentligt vejareal. På offentligt vejareal betales en brugerafgift til kommunen.

Gavlreklamer

Gavlreklamer defineres i denne sammenhæng som reklamer malet direkte på en gavl, typisk en brandgavl. Det kan være en hel gavl eller på dele af en gavl.

I København findes en lang tradition for at bruge kunstnere i forbindelse med udsmykning af brandgavle og til at udforme reklamegavle. I forhold til andre reklametyper har disse ofte en forholdsvis lang levetid. Samtidig har de med deres størrelse en væsentlig visuel effekt på lokalområdet. Det er derfor særlig vigtigt, at gavlreklamen afpasses efter omgivelserne, indgår som en integreret del af arkitekturen, og at motivet har selvstændige æstetiske, idémæssige og kunstneriske kvaliteter.



Billboards kan opsættes på brandgavle i industriområder og på byggepladshegn.



Heerups kendte mælkeklame, Sølvgade.

SKILTE OG REKLAMER I KØBENHAVN

Stilladsreklamer og reklameduge

Reklameduge er reklamer trykt på net eller lignende med billeder i store størrelser, eventuelt i kombination med relieflignende tredimensionelle figurer. Store reklameduge kan være et voldsomt visuelt element i gadebilledet.

- Reklameduge må kun ophænges på stilladser, der tjener et egentligt formål, dvs. er opstillet i forbindelse med igangværende byggearbejder på facade og tag, men tillades generelt ikke på fritstående stilladser opstillet direkte i reklameøjemed på egen eller offentlig grund.
- Reklameduge på stilladser på offentligt vejareal kræver tilladelse fra Teknik- og Miljøforvaltningen, Københavns Erhvervsservice. Sker det på offentligt vejareal, skal der endvidere betales en afgift.
- Permanent ophængning af reklamebannere godkendes generelt ikke. Reklameduge godkendes generelt ikke på tomme bygninger eller dele af bygninger under ombygning.
- Midlertidig ophængning af bannere godkendes i nærmere afgrænsede perioder, dvs. maks. 14 dage, i forbindelse med særlige kulturelle arrangementer, fremstød og lignende af generel interesse for byen.
- Relieflignende figurer skal holdes inden for fortovs-kanten og må maks. have en dybde på 150 cm målt fra stilladset og min. 250 cm over fortovet. De må ikke være til gene for gadebelysningen, andet byudstyr eller for trafiksikkerheden.
- Belysning af stilladsreklamer må ikke være til gene for omgivelserne.

Reklameballoner

- Kommunen vil kun undtagelsesvis godkende opsætning af reklameballoner i forbindelse med større events i byen, der har generel interesse for byen og offentligheden.
- Opsætning af reklameballoner kræver kommunens godkendelse.
- Opsætning af reklameballoner skal altid godkendes af politiet.



Reklameduge tillades generelt ikke. Reklameduge tillades kun på stilladser i forbindelse med renovering af facader og tage.



Reklameballon tillades kun undtagelsesvis i forbindelse med særlige events.

SKILTE OG REKLAMER I KØBENHAVN

Administration

Her kan du få et overblik over hvilke love og bestemmelser, der danner grundlag for kommunens administration af skilte, reklamer mv. Afsnittet kan bruges som en tjekliste over forhold, der skal undersøges inden opsætning af skilte, reklamer mv.

Det er altid forbundet med en vurdering af det konkrete sted, hvor byliv, trafik, antal af boliger, hensynet til bevaringsværdier og rekreative/grønne områder spiller en rolle.

For lysreklamer bedes ansøgninger været forsynet med kontaktoplysninger på teknikere og ejere.

Lokalplaner og byplanvedtægter

En stor del af ejendommene i Københavns Kommune er omfattet af en lokalplan eller af en byplanvedtægt. I sådanne planer vil der oftest være bestemmelser om, at skiltning og reklamering kræver godkendelse i kommunen. Bestemmelserne for, hvorledes skiltning og reklamering skal udføres, vil variere i de forskellige planer - alt efter hvilket område de omfatter, og hvilke planmæssige og arkitektoniske hensigter, der ligger bag planen. Ulovligt opsatte skilte og reklamer kan, såfremt de ikke efterfølgende kan godkendes, blive forlangt fjernet.

Facadecensur, servitutter

En stor gruppe ejendomme i kommunen er omfattet af tinglyste servitutter, hvori der stilles krav om, at kommunen skal godkende facader, skiltning og lignende forhold, som er af betydning for bygningens udformning. Sådanne ejendomme siges at være omfattet af facadecensurbestemmelser. I tilfælde, hvor en ejendom er omfattet af facadecensurbestemmelser, vil det således også være nødvendigt at indhente kommunens godkendelse, inden der opsættes nye skilte eller reklamer.

Byggeloven

Byggeloven indeholder i § 6 D, stk. 2, en bestemmelse om at skiltning, lysinstallationer og lign. ikke må være til ulempe eller virke skæmmende i forhold til omgivelserne. Kommunen kan ved påbud sikre dette. For så vidt angår skiltning, reklamering og opsætning af belysning, vil kommunen således - både hvis den får kendskab til ønsker herom, og når de er gennemført - kunne gribe ind for at sikre en god helhedsvirkning, hvis skiltene eller

belysningen efter kommunens vurdering virker skæmmende i forhold til omgivelserne eller på anden vis virker generende. Herudover kan skiltning forudsætte byggetilladelse, hvis de har en størrelse eller udformning, der kræver en decideret byggesagsbehandling. Det kan eksempelvis være lysreklamer på tage eller store skilte, der udsættes for vindpåvirkning etc.

Fredede bygninger

Ansøgning om skilte eller reklamer på facader og tagflader samt opsætning af lysinstallationer, bannere mv. på fredede bygninger skal sendes til Københavns Erhvervsservice, Københavns Kommune, inden arbejdet påbegyndes. Når kommunen har taget stilling til ansøgningen skal Kulturstyrelsen underrettes. Skema til underretning om byggearbejde findes på Kulturstyrelsens hjemmeside www.kulturstyrelsen.dk eller fås ved henvendelse til Kulturstyrelsen, H.C. Andersens Boulevard 2.

Se nærmere 'Bekendtgørelse om iværksættelse af byggearbejder på fredede bygninger på grundlag af skriftlig underretning'. Bekendtgørelsen trådte i kraft 1. marts 2013.

Nedlæggelse af forbud

Hvis kommunen ikke har direkte grundlag i planer, lovgivning eller servitutter for at forhindre eller regulere etablering af en reklame, kan kommunen i medfør af bestemmelserne i Planloven § 14 nedlægge forbud mod arbejdets gennemførelse. Et forbud gælder for et år. Inden dette år skal kommunen udarbejde et lokalplanforslag, der giver den fornødne hjemmel til at forhindre eller regulere etablering af en ny reklame.

Offentligt støttede byggearbejder

I forbindelse med byfornyelse vil der i byfornyelsesbeslutningen være stillet ganske omfattende krav til de arbejder, som skal gennemføres. Herunder vil der også kunne være krav til skiltning og andet, som er af betydning for de enkelte bygningers fremtidige udseende. Sådanne krav skal overholdes, for at de støtteberettigede byggearbejder vil blive godkendt.

På tilsvarende måde vil støtte til ombygninger af og tilbygninger til almene bebyggelser i henhold til lovgivningen herom kunne blive betinget af, at særlige arkitektoniske krav, herunder til skiltning og reklamering, som de er beskrevet i disse retningslinjer, tilgodeses.

15

SKILTE OG REKLAMER I KØBENHAVN

Områder i byen, hvor der kan opsættes lysreklamer med stillbilleder

1. Hans Knudsens Plads
2. Triangeln
3. Nørrebro Station
4. Nørrebros Runddel
5. Dronning Louises Bro
6. Nørreport
7. Rådhuspladsen og den indre del af Vesterbrogade
8. Vesterport
9. Vesterbros Torv

10. Vesterbrogade/Frederiksberg Allé
11. Enghave Plads
12. Toftegårds Plads
13. Christmas Møllers Plads
14. Sundbyvester Plads
15. Kay Fiskers Plads

På lokationer med grøn markering kan det herudover tillades at opstille reklameskærme med skiftende og/eller levende billeder

