

# SKILTE OG REKLAMER I KØBENHAVN

## BILAG 1

Læs mere på [www.kk.dk/skilte og reklamer](http://www.kk.dk/skilte-og-reklamer)



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 nye 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 xx.xx.xx.

**SAMMEN  
OM BYEN**

# 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 synlighed, 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. Afslutningsvis er der et afsnit om administration af retningslinjerne.

Principielt kræver al form for skiltning og reklamering nemlig kommunens godkendelse.



For mange skilte virker forvirrende på potentielle kunder.

**SAMMEN  
OM BYEN**

# SKILTE OG REKLAMER I KØBENHAVN

## SKILTE

Skiltning er information om en butik eller en virksomhed, f.eks. 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 og butikkens navn på en måde som er fint tilpasset kvarterets arkitektur.*

**SAMMEN  
OM BYEN**



# 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 tilklæbes, 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 lejermålets 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 herefter.



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

**SAMMEN  
OM BYEN**

# 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, Center for Veje.
- Faste ophængningssteder og opsætning af flagstænger på egen grund kan kræve kommunens godkendelse. Se herom under "Administration". Ved tvivlsspørgsmål kontakt Teknik- og Miljøforvaltningen, Center for Bydesign.



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

## Solafskærmning og sikringsgitre

- Markiser sættes som hovedregel op i en bredde som svarer til de enkelte vinduesfag, således at bygningens fagopdeling og sammenhængen mellem butiks-etagen 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.
- 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.



Markiserne her respekterer bygningens fagdeling. Skiltning sker på markisekanten.

**SAMMEN  
OM BYEN**



# SKILTE OG REKLAMER I KØBENHAVN

## Belysning af skilte

- Skiltebelysning afstemmes efter forholdene, således at belysningen ikke virker blændende eller generende for trafikanter og omkringboende. Den primære lyskilde i gaden bør altid være gadebelysningen.
- 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.
- Ved en skiltning med lys må kun skilteteksten og logo være lysende.
- 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.



Skiltebelysning med coronaeffekt løser på fin måde blændingsproblemer.

## Skiltning på vejareal og egen grund

- Skiltene må kun reklamere for varer, der sælges i butikken.
- Reklamefinansierede cykelstativer tillades ikke.
- 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 gadestrækninger 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 Veje. På offentligt vejareal betales en brugeravgift for opstillingen.



Skilteudstyr placeret på fortovsareal bør generelt begrænses.

**SAMMEN  
OM BYEN**

# SKILTE OG REKLAMER I KØBENHAVN

## REKLAMER

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

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

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



Reklamer på Rådhuspladsen er med til at understrege pladsen som knudepunkt.

**SAMMEN  
OM BYEN**



# SKILTE OG REKLAMER I KØBENHAVN

## Placering af reklamer i bydelene

### Indre By og Christianshavn

Reklameringen skal respektere facadernes udtryk og de ofte snævre historiske byrum. Mindre og mere raffinerede reklamer 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 reklamer indpasses med stor respekt for de historiske og arkitektoniske værdier. I en række byrum og kvarterer er mulighederne for reklamer 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 handeleggader, og reklamer er en del af gadebilledet.



*De snævre gaderum med diskrete facade variationer giver ringe mulighed for reklamer.*



*Skiltningen i den Indre By skal tilpasses byens småskala og må ikke sløre bygningens facader.*

**SAMMEN  
OM BYEN**



# SKILTE OG REKLAMER I KØBENHAVN

## Brokvartererne

- 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.
- De store handeleggader 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 ejendommens facader og det omkringliggende bymiljø.
- Mange reklamer samlet - særlig lysreklamer -, kan være med til at markere knudepunkter i byen, f.eks. byrum, trafikknudepunkter og større indkøbscentre.



Brokvarterenes strøggader er præget af et livligt butiksliv.

## Byen uden for brokvartererne

- Indfaldsveje og jernbanelinier gennemskærer de ydre bydele, og her kan der være mulighed for opsætning af reklamer f.eks. 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 villakvarterer, 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.



Belyste reklameskabe i gangrumarealer kan virke tryghedsskabende.

**SAMMEN  
OM BYEN**

# SKILTE OG REKLAMER I KØBENHAVN

## Retningslinjer for opsætning af reklamer

### Lysreklamer

Lysreklamer defineres i denne sammenhæng som statiske eller dynamiske neonreklamer, elektroniske lystavler, signboards, storskærme og lyseffekter placeret på bygningers facade eller tag.

Lys fra reklamerne kan skabe problemer særligt for de omkringboende. Kommunen giver derfor kun tilladelse til opsætning af lysreklamer, hvor de ikke er til gene for omgivelserne. Kommunen vil kunne stille krav om begrænsninger i lysstyrke, lyskarakter, flimren mv. under hensyn til at den ikke må være til gene for omgivelserne. Lysreklamer skal desuden være forenelige med bygningernes arkitektoniske udtryk.

På kortet bagest er udpeget de områder i byen, hvor kommunen er indstillet på, at der opsættes lysreklamer.

### Neonreklamer

- Neonreklamer skal afpasses efter omgivelserne og respektere bygningernes arkitektur. Samtidig skal de gerne have en selvstændig designmæssig værdi.
- Neonreklamer på tagflader placeres så lavt, at taget danner baggrund. Skiltets bærende konstruktion, bogstaver og eventuelle billeder skal være gennembrudt, således at skiltet syner mindst muligt i dagtimerne.
- For neonreklamer på flade tage gælder, at reklamens bærende konstruktion udformes således, at bygningsprofilen ikke sløres.
- Den bærende konstruktion - som skal nedtages, hvis den ikke bruges - skal altid godkendes af Teknik- og Miljøforvaltningen, Center for Byggeri.



Lysreklamer kan være med til at skabe en bymæssig identitet.



Lysreklamer er med til at sende et signal om en dynamisk og levende by og kan give et festligt udslag.

**SAMMEN  
OM BYEN**



# SKILTE OG REKLAMER I KØBENHAVN

## Signboards, storskærme og elektroniske lystavler

- Signboards, storskærme og elektroniske lystavler godkendes ikke, medmindre de placeres på steder, hvor der ønskes særlig byintensitet, og hvor de i øvrigt naturligt kan integreres i bygningens arkitektur og ikke er til gene for omgivelserne.
- Den bærende konstruktion - som skal nedtages, hvis den ikke bruges - skal altid godkendes af Teknik- og Miljøforvaltningen, Center for Byggeri.

## Billboards

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

- Kommunen ønsker generelt ikke opsætning af billboards:
- I bydelene Indre By, Christianshavn, Vesterbro samt de indre dele af Østerbro og Nørrebro.
- I boligområder, i villakvarterer eller på boligejendomme.
- I og ved parker og grønne områder.
- Kommunen vil generelt ikke modsætte sig 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, men kræver godkendelse af Teknik- og Miljøforvaltningen, Center for Veje, såfremt det sker på offentligt vejareal.  
På offentligt vejareal betales en brugerafgift til kommunen.



Billboards kan opsættes på brandgavle i industriområder og på byggepladshegn.

**SAMMEN  
OM BYEN**

# SKILTE OG REKLAMER I KØBENHAVN

## 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.

## 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, opstillet i forbindelse med igangværende byggearbejder på facade og tag. Reklameduge på stilladser på offentligt vejareal kræver tilladelse fra Teknik- og Miljøforvaltningen, Center for Veje. Sker det på offentligt vejareal, skal der endvidere betales en afgift.



Heerups kendte mælkereklame fra Sølvgade.



**SAMMEN  
OM BYEN**



# SKILTE OG REKLAMER I KØBENHAVN

## Retningslinjer for stilladsreklamer og reklameduge

- Permanent ophængning af reklamebannere godkendes generelt ikke. Reklameduge godkendes generelt ikke på tomme bygninger eller dele af bygninger under ombygning.
- Reklameduge tillades på stilladser, der er nødvendige i forbindelse med nybyggeri eller renovering og ombygning af facader og tag, men tillades generelt ikke på fritstående stilladser opstillet direkte i reklameøjemed på egen eller offentlig grund.
- Midlertidig ophængning af bannere godkendes i nærmere afgrænsede perioder i forbindelse med særlige kulturelle arrangementer, fremstød og lignende.
- 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 trafikikkerheden.
- 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 bred offentlig interesse.
- Opsætning af reklameballoner kræver kommunens godkendelse. Se herom under "Administration". Ved tvivlsspørgsmål kontakt Teknik- og Miljøforvaltningen, Center for Bydesign.
- 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.

**SAMMEN  
OM BYEN**

# SKILTE OG REKLAMER I KØBENHAVN

## ADMINISTRATION

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

## 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 vil, såfremt de ikke efterfølgende kan godkendes, blive forlangt fjernet.

## Facadecensur

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 forbud eller 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 eller lignende.

## 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 planlovens § 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 retningslinier, tilgodeses.

**SAMMEN  
OM BYEN**



# SKILTE OG REKLAMER I KØBENHAVN

## Vejloven

Lov om offentlige veje og lov om private fællesveje regulerer vejbestyrelsens forpligtelser og rettigheder for så vidt angår brugen af vejarealet til henholdsvis trafikale og ikke trafikale formål.

Vejbestyrelsen kan således acceptere, at vejarealet anvendes til f.eks. opstilling af reklameskilte og vareudstillinger, til fortovscafeer, placering af byggematerialer m.m. under forudsætning af, at denne særlige råden over vejarealet ikke kommer i strid med vejbestyrelsens centrale forpligtelse: Betjening af den offentlige trafik. Vejbestyrelsens tilladelse skal altid indhentes til aktiviteter, der ikke tjener trafikale formål.

## Bestemmelser om råden over vejareal m.m. i Københavns Kommune

Det reklamemæssige indhold reguleres dels i et regelsæt vedtaget af Borgerrepræsentationen, dels ved politiske beslutninger.

Regelsættet, der har hjemmel i vejloven, opstiller betingelserne for bl.a. opstilling af reklameskilte, vareudstillinger, cykelstativer og afholdelse af kommercielle arrangementer og arrangementer til reklameformål, herunder sponsorreklame.

Regelsættet regulerer også hvilke aktiviteter, der betales brugeravgift for.

## Færdselsloven

I forbindelse med aktiviteter og opstilling af diverse effekter på gader, veje, pladser, torve og ophængning af eksempelvis reklameduge med lyseffekter, skal der altid tages højde for færdselslovens krav om sikkerhed for trafikanterne.

## Hvor skal du henvende dig

Teknik -og Miljøforvaltningen står til rådighed med yderligere information og vejledning.

Dette kan ske ved henvendelse til Teknik - og Miljøforvaltningens Center for Bydesign eller for vejarealer Center for Veje på 33 66 35 00.

Læs mere på [www.kk.dk/skilte og reklamer](http://www.kk.dk/skilte-og-reklamer)

**SAMMEN  
OM BYEN**

# SKILTE OG REKLAMER I KØBENHAVN

## Områder i byen, hvor der kan opsættes lysreklamer

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

9. Vesterbrogade og Frederiksberg Allé
10. Enghave Plads
11. Toftegårds Plads
12. Christmas Møllers Plads
13. Sundbyvester Plads

— Reklameduge på stilladser til lades ikke i Indre By/Christianshavn

