

INDHOLD

INTRODUKTION	3
Anvendelsesområder.....	3
Skilte og reklamer opsat på vejareal.....	3
SKILTNING / REKLAMERING	4
Skiltning.....	4
REGELGRUNDLAG	5
Krav om byggetilladelse eller ej ifm. skilt eller reklame	5
Hvis jeres skilt ikke kræver byggetilladelse.....	5
Byggelovens § 6D, stk. 2	5
Lokalplaner og byplanvedtægter	5
Servitutter.....	6
OMRÅDER I BYEN TIL MINDRE SKILTE/REKLAMER	7
Indre By og Christianshavn	7
Strøggaderne (handelsgaderne)	7
LED SKÆRME I STUEETAGEN	8
Dynamiske skilte i udstillingsvinduer eller på stueetagens facade.....	8
UDPEGEDE BYRUM TIL DYNAMISKE LYSREKLAMER	9
5 udpegede byrum i byen.....	9
UDPEGEDE BYRUM - KORT	10
Udpeget byrum.....	10
LYSREKLAMER	11
Generelt om lysreklamer	11
Lysgener	11
Lysreklamer	11
DYNAMISKE LYSREKLAMER	12
Generelt om dynamiske lysreklamer	12
Retningslinjer for dynamiske lysreklamer	12
Vurdering af dynamiske lysreklamer	12
STATISKE LYSREKLAMER	13
Retningslinjer for statiske lysreklamer.....	13

RETNINGSLINJER FOR SKILTE	14
Placering og omfang generelt.....	14
Facadeskilte og udhængsskilte	14
Flagning	14
Belysning.....	15
Markisekant.....	15
SKILTEORDBOG.....	16
Facadeskilt	16
Udhængsskilt	16
Markisekant.....	16
GAVLE OG BANNERE	17
Banner/Billboards.....	17
Gavlmaleri/Gavlreklamer	17

1.0

INTRODUKTION

Retningslinjerne for skilte og reklamer i Københavns Kommune blev udarbejdet i 2008 og er senest revideret i 2013.

Siden dengang er der sket en markant udvikling af teknologien og der er kommet flere typer af lysskilte til såsom LED reklamer og dynamiske skilte. Samtidig er interessen for at opsætte lysreklamer flere steder i byen steget. I en velbevaret by som København er det væsentlig med klare retningslinjer for opsætning af skilte og reklamer.

De reviderede retningslinjer har til formål at understøtte byens fortsatte udvikling i respekt for byens kvaliteter. Samtidig skal retningslinjerne udpege de lokationer, hvor der kan opsættes reklamer, herunder LED reklameskærme. Retningslinjerne skal også sikre et hensyn til byens særlige kvaliteter, herunder de historiske byområder og tilgodese, at følsomme områder i byen beskyttes mod store reklameindslag.

Retningslinjerne er delt op i særskilte afsnit for henholdsvis opsætning af skilte samt opsætning af reklamer, herunder lysreklamer og LED reklameskærme.

Anvendelsesområder

Retningslinjer for skilte og reklamer skal anvendes i forbindelse med udskiftning eller etablering af skilte og reklamer knyttet til en bygning. Dette er typisk i tilknytning til butikker, restauranter, kontordomiciler og lignende. Retningslinjerne kan både benyttes i områder med og uden bestemmelser vedr. skilte og reklamer fastlagt i en lokalplan, byplanvedtægt eller servitut.

Retningslinjerne for etablering af skilte og reklamer er vejledende og danner grundlag for forvaltningens behandling af ansøgninger om skilte og reklamer i byen.

Retningslinjerne er også relevante, når forvaltningen behandler anmeldelser af eksisterende skilte og reklamer, der opleves som generende eller skæmmende. Selvom fx et skilt ikke altid kræver byggetilladelse, kan forvaltningen efter en konkret vurdering med et forbud eller påbud hindre eller regulere skiltet.

Inden du sætter dit skilt eller reklame op, er det anbefalingen, at du sætter dig ind i retningslinjerne. Du kan finde mere information om hvordan du kan søge og hvad din ansøgning skal indeholde på vores hjemmeside.

Skilte og reklamer opsat på vejareal

Skilte og reklamer, som opsættes på vejareal og på stilladser indgår ikke i denne retningslinje. Du kan finde information om skilte og reklamer på vejareal på vores hjemmeside www.kk.dk.

1.1

SKILTNING / REKLAMERING

Skiltning

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

Skiltningen skal være tilpasset den enkelte bygnings facadeudformning og udtryk. Den skal desuden afpasses efter den bymæssige sammenhæng, som bebyggelsen indgår i og 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 og tydeligt formidle, hvad der forhandles. Skiltningen må med hensyn til design og udførelse gerne være fantasifuld og af høj kvalitet.

Reklamering

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, butiksrelaterede 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.

Et skilt i form af navn eller logo for en virksomhed, der opsættes på en anden ejendom, end virksomhedens adresse, opfattes i denne sammenhæng som en reklame og behandles som reklameskilte.

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

2.0

REGELGRUNDLAG

Her kan du få et overblik over hvilke love og bestemmelser, der danner grundlag for forvaltningens administration af skilte og reklamer.

Krav om byggetilladelse eller ej ifm. skilt eller reklame

De fleste skilte, herunder lysskilte, der opsættes på taget, opsættes på en konstruktion. Hvis skiltet opsættes på eller i sig selv er en selvstændig konstruktion, forudsætter det ofte en byggetilladelse. Det samme gælder typisk, hvis skiltet ikke hæftes direkte på bygningens facade.

Hvis jeres skilt ikke kræver byggetilladelse

Selvom skiltet eller reklamen evt. kan opsættes uden krav om byggetilladelse, kan det kræve tilladelse efter anden lovgivning.

Skiltet kan fx kræve dispensation fra en lokalplan. Herudover vil skilte eller reklamer opsat på fredede bygninger kræve tilladelse fra Slots- og Kulturstyrelsen.

Det er altid ejers ansvar at skiltet er lovligt opsat.

Byggelovens § 6D, stk. 2

Efter byggelovens § 6D, stk. 2 må skiltning, lysinstallationer og lign. ikke være til ulempe eller virke skæmmende i forhold til omgivelserne.

Uanset om skiltet eller reklamen kræver tilladelse, kan forvaltningen ved forbud eller påbud efter denne bestemmelse hindre opsætning. Hvis fx et skilt vurderes at give lysgener kan man også blive mødt med et påbud om f.eks. indregulering af lysstyrke, tændingstid o.l.

Lokalplaner og byplanvedtægter

En stor del af ejendommene i Københavns Kommune er omfattet af en lokalplan eller byplanvedtægt. Her vil der ofte være bestemmelser om, at skiltning og reklamering kræver godkendelse, dvs. dispensation.

Servitutter

Servitutadministrationen i Københavns Kommune er restriktiv. En del ejendomme i kommunen er omfattet af tinglyste servitutter, der kan indeholde bestemmelser om facadeforhold.

Selvom skiltet eller reklamen ikke kræver byggetilladelse, kan den være i strid med servituttens bestemmelser. I den enkelte sag kan forvaltningen vurdere at det med enten et forbud eller påbud er grundlag for at hindre opsætning.

3.0

OMRÅDER I BYEN TIL MINDRE SKILTE/REKLAMER

Indre By og Christianshavn

Område omkring Indre By og Christianshavn er præget af snævre historiske byrum. Store dele af de historiske bydele, herunder middelalderbyen, Christianshavn og Frederiksstaden er visuelt sårbare. I en række byrum indenfor området er mulighederne for reklamering derfor begrænset. Her skal skilte og reklamer indpasses med stor respekt for de historiske og arkitektoniske værdier. Mindre og mere raffinerede skilte er ofte tilstrækkelige, hvor der kun færdes fodgængere.

Gågaderne i Indre By er livlige handlgader, og mindre reklamer og skiltning er en del af gadebilledet.

Strøggaderne (handelsgaderne)

De store strøggader (handelsgader), bestående af Vesterbrogade, Østerbrogade, Nørrebrogade samt Amagerbrogade, er præget af en livlig blanding af butikker, caféer, trafik og naturligvis også mindre skilte og reklamer. Disse områder har typisk en mere blandet karakter med boliger og erhverv og dette giver større mulighed for indpasning af 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.

Den øvrige del af brokvartererne er primært præget af beboelse og med fint detaljerede facader. Områdernes generelt homogene karrébebyggelse giver begrænsede muligheder for opsætning af reklamer.

3.1

LED SKÆRME I STUEETAGEN

Dynamiske skilte i udstillingsvinduer eller på stueetagens facade

Det er blevet sædvanligt at opstille LED-skærm i udstillingsvinduer, der annoncerer for butikkens varer eller den service, virksomheden tilbyder.

Lokalplanerne for de områder, der i kommuneplanen er udpeget som bymidte, bydelscenter eller lokalcenter har ofte bestemmelser, der regulerer blinkende reklameskilte, lysaviser, signboards og lignende.

Kan skilte bag vinduer sidestilles med udvendig skiltning, er der med byggelovens § 6D, stk. 2 mulighed for at hindre eller regulere reklamering/skiltning, herunder lysintensitet og effekter, hvis det er generende for omgivelserne.

3.2

UDPEGEDE BYRUM TIL DYNAMISKE LYSREKLAMER

5 udpegede byrum i byen

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

De fem steder i byen, hvor der kan etableres dynamiske lysreklamer uden negativ påvirkning af byrum, er udpeget på baggrund af byrummets karakter. De fem udpegede byrum har til fælles, at de dynamiske lysreklamer er blevet en del af disse byrums identitet. Det er også tale om steder i byen, hvor der generelt er et meget begrænset omfang af boliger, der påvirkes af lyseffekter fra de dynamiske lysreklamer.

De 5 udpegede byrum er:

- Rådhuspladsen og den indre del af Vesterbrogade
- Nørreport
- Vesterport
- Hans Knudsens Plads
- Kay Fiskers Plads

3.3

UDPEGEDE BYRUM - KORT

Udpeget byrum

De fem udpegede byrum i byen, hvor der må etableres dynamiske lysreklamer.



4.0

LYSREKLAMER

Generelt om lysreklamer

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

Forvaltningen vil med retningslinjerne sikre, at lysreklamerne etableres under hensyn til omgivelserne. Udgangspunktet er at begrænse lys og uro i byens rum, og at opsætning kan ske i overensstemmelse med byrummets karakter og eksisterende kvaliteter.

Lysgener

Det er en del af byen, at der er liv og lys i gader og på pladser, også når det er mørkt. Hvis man bor i en handełsgade, vil der ofte være lys i udstillingsvinduer samt eller fra skilte ved stueetagen. Lysintensiteten kan overstige lyset i f.eks. sidegaderne, hvilket er et forhold, man typisk må tåle.

Det er byggelovens § 6D, stk. 2, der fastlægger at et skilt eller en reklame ikke må være til ulempe eller virke skæmmende for omgivelserne. Vurdering af om lyset kan være til ulempe, kan først ske når skiltet er sat op og i drift.

Lysreklamer

Lysreklamer kan deles op i:

- Dynamiske lysreklamer (med skift og/eller bevægelse)
- Statiske lysreklamer (med lys, men uden bevægelse)

Neonreklamer er ofte statiske og med en designmæssig eller kunstnerisk værdi. Et kendt eksempel er "Irmahønen" ved søerne. Denne reklame har en mere dæmpet indflydelse på det byrum, den er etableret i sammenlignet med moderne lysreklamer.

Hvis et neonskilt har karakter af dynamisk lysreklame enten som stillbillede eller med levende eller skiftende billeder, så gælder retningslinjerne for disse reklamer.

Ligesom ved anden skiltning og reklamering vil lysreklamer blive vurderet konkret i forhold til placeringen, herunder om det er meget trafik, byliv og butikker, boliger samt om området allerede er præget af lysreklamer.

4.1

DYNAMISKE LYSREKLAMER

Generelt om dynamiske lysreklamer

Der etableres væsentligt flere dynamiske reklamer i det offentlige rum i dag, end der gjorde for få år siden. De nye tekniske muligheder og det øgede antal har medført et væsentligt fokus på bevaring af de kvaliteter, der kendetegner forskellige bydele, byrum og gadebilleder.

Særligt etablering af dynamiske lysreklamer kan medføre væsentlige ændringer af omgivelsernes karakter. De er ofte præget af mere eller mindre abrupte skift i lysintensitet og farve, eller af den karakterændring en farvet lyskilde medfører i sig selv.

Retningslinjer for dynamiske lysreklamer

Generelt bør opsætning af dynamiske lysreklamer følge nedenstående retningslinjer for at undgå lysgener:

- Der skal ske et roligt skift i reklamens indhold, fx at der fades ud og ind ved skift
- De enkelte reklameindslag skal have en 'slot-tid' på minimum 15 sekunder
- Lysintensiteten skal afstemmes byrummets lys på ethvert tidspunkt, fx at skiltet lyser mindst, når det er mest mørkt
- Lysreklamen bør være slukket i en periode i løbet af døgnet
- Lysreklamen skal afpasses i størrelse og udformning efter omgivelserne, fx bygning/byrum
- Lysreklamen skal fremstå integreret og harmonisk med bygning/byrum
- Hvis lysreklamen opsættes på skrå tagflader, skal den placeres under tagryg
- Lysreklamens bærende konstruktion skal udformes så spinkelt som muligt

Vurdering af dynamiske lysreklamer

Etablering af nye LED-skærme eller andre dynamiske reklamer på andre steder end de 5 udpegede byrum som beskrevet i kap. 3.2 og 3.3 ønskes ikke. Vurderer forvaltningen alligevel en mulighed for etablering, bliver sagen forelagt for Teknik- og Miljøudvalget.

4.2

STATISKE LYSREKLAMER

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. Den samlede reklamebelastning skal imidlertid opsættes med omtanke og ikke give anledning til gener i forhold til sine omgivelser.

Retningslinjer for statiske lysreklamer

Generelt bør opsætning af statiske lysreklamer følge nedenstående retningslinjer for at undgå lysgener:

- Skiltet må ikke blinke eller på anden vis skifte i udseende
- Lysintensiteten skal afstemmes byrummets lys på ethvert tidspunkt, fx at skiltet lyser mindst, når det er mest mørkt
- Lysreklamen bør være slukket i en periode i løbet af døgnet
- Lysreklamen skal afpasses i størrelse og udformning efter omgivelserne, fx bygning/byrum
- Lysreklamen skal fremstå integreret og harmonisk med bygning/byrum
- Lysreklamer skal afpasses i størrelse og udformning efter de bygninger og de byrum, hvor de opsættes
- Hvis lysreklamen opsættes på skrå tagflader, skal den placeres under tagryg
- Lysreklamens bærende konstruktion skal udformes så spinkelt som muligt

5.0

RETNINGSLINJER FOR SKILTE

Placering og omfang generelt

- Skiltningens omfang, udformning og farve tilpasses bygningen og gadebilledet.
- Bygningens hoved- og fagopdeling respekteres, så sokler, gesimser, søjler og andre karakteristiske facadeelementer friholdes for skiltning.

Facadeskilte og udhængsskilte

- Placering af flere skiltetyper som fx facadeskilte og udhængsskilte samordnes, så der opstår en god helhedsvirkning
- Butiksskilte - både facadeskilte og udhængsskilte - 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
- Facadeskilte 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. Desuden giver det mulighed for en mere diskret skiltning, da et mindre areal af facaden dækkes
- 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

Flagning

- Efter en konkret vurdering, vil forvaltningen vurdere om flag med reklame kan virke skæmmende i forhold til omgivelserne og bebyggelsens ydre fremtræden.

- Faste ophængningssteder og opsætning af flagstænger på egen grund kan kræve forvaltningens godkendelse

Belysning

- Skiltebelysning afstemmes efter forholdene, så 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
- 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

Markisekant

- Det er alene skiltning eller reklame på markisen vi behandler. Vi behandler ikke selve markisedugen.

5.1

SKILTEORDBOG

Facadeskilt

- Plade på facade
- Enkeltstående bogstaver
- Opklæbning på glas
- Lysskilt¹

Facadeskiltning er et skilt som monteres plant på facade eller glas i tilknytning til lejemålet. Facadeskilte kan udføres som enkeltstående bogstaver eller logo som udgør en flade, der er malet direkte på facaden eller som opklæbning på glas.

Udhængsskilt

- Udhængsskilte
- Galgeskilte
- Bannerskilte
- Lysskilt

Udhængsskiltning er et skilt der monteres vinklet ud fra facaden, og som kan udføres med eller uden lys.

Udhængsskilte og galgeskilte hænger på facaden og rager ud i gadeforløbet. Særligt i sidegader til hovedstrøg har udhængsskilte og galgeskilte en stor betydning. Udhængsskilte er statiske hvor galgeskilte er bevægelige. Bannerskiltning ophænges vertikalt på et metalstativ i top og bund, og kan enten hænge plant med facaden eller rage ud fra facaden som et udhængsskilt.

Markisekant

Skiltning eller reklame, herunder bogstaver eller logo, som udføres på markisens forkant.

¹ Belysning af skilte: Coronabelysning, er bagvedliggende belysning af motiv. Indvendig belysning, er når skiltet belyses indefra. Kasseskilte, hvor en plastplade med bogstaver eller logo er belyst indefra, kan udføres som facadeskilte eller udhængsskilte. Spot belysning, er når skiltet belyses af en eller flere lyskilder forfra.

6.0

GAVLE OG BANNERE

Banner/Billboards

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

Opsætning af bannere kan fx kræve dispensation fra en lokalplan, hvis lokalplanen regulerer facadeudtryk.

Efter en konkret vurdering, vil forvaltningen vurdere om banneret kan virke skæmmende i forhold til omgivelserne og bebyggelsens ydre fremtræden.

Gavlmaleri/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.

Et gavlmaleri kan være med til at understrege en bygnings afgrænsning og understøtte materialiteten af bygningen, da der males direkte på facadens materialitet.

Det er vigtigt, at gavlreklamen afpasses efter omgivelserne og indgår som en integreret del af arkitekturen. Motivet bør herudover have selvstændige æstetiske, idémæssige og kunstneriske kvaliteter. Forvaltningen støtter kunst i byen og har et ønske om at gøre kunst tilgængeligt, dette kan gavlmalerier være med til at understøtte.