



## Bilag 2 Tillæg om 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.

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. Vurderingen tages med udgangspunkt i de beskrivelser af bydele og byrum, som fremgår af administrationsgrundlaget "Skilte og reklamer i København".

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.

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

10. februar 2021

Sagsnummer  
2020-0888346

Dokumentnummer  
2020-0888346-2

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

EAN-nummer  
5798009809452

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 butiksforsplads, 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 butiksforsplads, 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.