

# RETNINGSLINJE FOR

## REKLAME PÅ STILLADS på vejareal

UDKAST november 2021

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 store reklameduge ophængt på stilladser er dominerende og kan have en vidtrækkende effekt på byrummet.

En tilladelse vil kunne opnås efter en konkret vurdering af, om stilladsreklamen kan indgå i det eksisterende bybillede uden at områdets byrumsmæssige, arkitektoniske og kulturelle værdier påvirkes i væsentlig grad og under forudsætning af, at reklamen ikke er til fare eller ulempe for trafikken.

En tilladelse vil så vidt mulig indeholde et vilkår om, at reklamen skal kombineres med en fotostat af bygningen eller kommende bygning, således at oplevelsen af byrummet i mindre grad påvirkes af stilladsreklamen. En begrænsning i reklamens størrelse sammenholdt med kravet om en fotostat, vil derfor kunne medvirke til at skabe en mere harmonisk oplevelse af reklamen i byrummet. Forvaltningen tager udgangspunkt i en fordeling på 60% fotostat og 40% reklameflade, men den konkrete fordeling af størrelse på henholdsvis fotostat og reklameflade afhænger en vurdering af det konkrete byrum og miljø på stedet.

Der kan kun opnås en tilladelse til opsætning af stilladsreklamer på stilladser, der er nødvendige i forbindelse med nybyggeri, renovering og ombygning.

Der tillades op til 3 m<sup>2</sup> informationsplads til brug for oplysning om: Bygherre, Stilladsfirma, Håndværkerfirmaer ol., så politi og redningsvæsen i tilfælde af storm og brand hurtigt og nemt kan komme i kontakt med relevante firmaer.

Der tillades også informationsplads, svarende til den eksisterende facadeskiltning, til næringsdrivende mv., der har til huse i den pågældende ejendom.

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

## **Lovgrundlag**

Ansøgninger om tilladelse til reklamer på stilladser på vejareal i København behandles efter Vejlovens § 80 samt privatvejslovens § 66. Det er bygherren/grundejeren, der skal søge om tilladelse eller give fuldmagt til ophængning.

Da det kræver tilladelse at opstille et stillads på offentlig vej, så omfatter denne tilladelse alle de enheder, det omhandlede stillads består af. En eventuel dug på stilladset er således omfattet af kravet om tilladelse, og kommunens vejmyndighed kan derfor stille saglige vilkår i forhold til dugen, herunder krav til fastgørelse og udseende. 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 ophænger reklamer på stilladser 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.

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.

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.

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.

## **Vilkår**

Kommunen vil i forbindelse med en tilladelse fastsætte vilkår om placering, udformning, udseende, varighed mv. Herunder vilkår om at reklamefladen kombineres med en fotostat af bygningen eller kommende bygning.

Reklamen må ikke være stødende eller have et sådant indhold eller budskab, at den kan forstyrre trafikken. Der gives som udgangspunkt ikke tilladelse til belysningsselementer, elektronisk gengivne eller levende billeder, neonlys mv., da dette kan være generende for omgivelserne. Det skal tydeligt fremgå af reklamen, hvem der har hængt reklamen op.

Det er modtager af tilladelsen, som har ansvar for at rydde op efter nedtagning af reklamen. Hvis der ikke er tilstrækkeligt rengjort, forbeholder Københavns Kommune sig ret til at sende en regning for ekstra rengøring.

Tilladelsen kan tilbagekaldes enten fordi vilkårene i tilladelsen ikke overholdes, eller fordi forholdene på vejarealet har ændret sig på en sådan måde, at en ansøgning om det, der er givet tilladelse til, ikke længere ville kunne imødekommes, hvis den blev indgivet nu. Det kan fx være i forbindelse med statsbesøg, royale begivenheder, særlige arrangementer, akutte hændelser eller på politiets foranledning.