



## **SKILT- OG REKLAMEPLAN FOR OSLO – VEDTEKT/FORSKRIFT MED RETNINGSLINJER**

### Sammendrag:

Formålet med ny skilt- og reklameplan er å klargjøre hvilke utfordringer og målsettinger byen har i forhold til bruk av skilt og reklame. Forholdet til skilt og reklame reguleres av flere lover. For de tiltakene som omfattes av plan- og bygningsloven fremmes forslag til retningslinjer/vedtekt som skal legges til grunn for oppsetting av skilt og reklame i Oslos byggesone. Selv om planen har fokus på plan- og bygningslovens virkeområde, er det også tatt inn i saken målsettinger og oppfølgingsoppgaver som vil berøre annet lovverk og andre virksomheter.

Planen foreslår som overordnet mål: *”Oslo skal være en levedyktig by der også moderate mengder skilt og reklame bidrar til byens næringsliv, byliv og særpreg. Tilgjengelighet for alle i byrommene skal ivaretas gjennom lokalisering og plassering av skilt og reklame og det skal sikres god estetisk utforming av innretningene.”* Målsettingen er vid, men understreker samtidig at det er mange ulike interesser knyttet til bruk av skilt og reklame. Ulike delmål konkretiserer hovedmålet.

Som en del av planen foreslås retningslinjer/vedtekt etter plan- og bygningsloven § 74 nr. 2 (”skjønnhetsparagrafen”) og § 107 (skilt og reklame). Reglene er behandlet som og anses (ved eventuelt vedtak av bystyret) som vedtekt etter plan- og bygningslovens § 3 og forskrift etter forvaltningslovens § 2c. I disse bestemmelsene foreslås generelle og områdespesifikke krav til lokalisering (i byen), plassering (på bygget), utforming og belysning. De områdespesifikke krav er ulike ut fra indre bys varierende sårbarhet og næringsintensive karakter. Disse vil bare kunne ta vare på deler av den overordnede målsettingen og delmålene. Til grunn for retningslinjene/vedtekten ligger en vurdering av hensynet til allmennhetens og næringslivets interesser og estetiske behov. Skilt- og reklameplanen vil få størst effekt hvis nulltoleranse-prosjektet videreføres. Planen er langsiktig og vil virke i forhold til nye tiltak. Planens virkning foreslås evaluert etter 5 år.

I forbindelse med den offentlige høringen er det kommet ulike synspunkter som gjenspeiler de hensynene som må avveies i en slik plansammenheng. I planen legges det ikke opp til frislipp av reklame, men heller ikke noe totalforbud. Generelt er planutkastets handlingsrom for reklame innskjerpet etter høringen, særlig i forhold til boligfunksjonen og i forhold til de såkalte XL-områdene. Byrådet ønsker ikke å tillate reklame på nedstigningstårn.

Som konkrete oppfølgingsoppgaver foreslås bl.a. at kommunale organer oppfordres til å utarbeide rutiner og retningslinjer i samsvar med planens målsettinger, det bør foretas avklaringer om avtaler, drift og vedlikehold av oppslagstavler, utarbeidelse av veileder, videre konkretisering av planen også innenfor ytre by og krav om skiltplan ved større byggeprosjekter.

Saksfremstilling:**Bakgrunn**

Byrådet har ønsket en helhetlig plan for skilt og reklame i Oslo. Viktige mål skal være å begrense og rydde opp i bruken av skilt og reklame og legge til rette for bedre løsninger for byens beboere, brukere og besøkende enn i dag. Byrådsavdeling for byutvikling initierte dette planarbeidet ved brev av 23.02.2004 der det bl.a. heter:

*"Byrådsavdeling for byutvikling vil med dette be Plan- og bygningssetaten om å utarbeide/ fremlegge en helhetlig plan med oversiktskart for lokalisering av de aktuelle innretninger for bysykler, leskur og toaletter samt nedstigningstårn i Oslo. Planen bes utarbeidet i samarbeid med andre aktuelle etater som Eiendoms- og byfornyelsesetaten, Samferdselsetaten, Byantikvaren og Friluftsetaten."*

I Handlingsprogram for estetikk og god byarkitektur ("Vakker by") og byrådets innstilling, ble arbeidet med skilt og reklame pekt ut som viktige tiltak. Handlingsprogrammet for estetikk og god byarkitektur ble behandlet av Oslo bystyre 31.08.2005, sak 318. Av saken (og dens behandling) fremkommer flere forhold som berører skilt og reklame.

Byrådet skriver i sin innstilling bl.a.:

*"Reklame og skilt bidrar vesentlig til den visuelle utforming av byens offentlige rom. Noe av reklamen er sterkt skjemmende estetisk sett. Det planlegges utarbeidet veiledningsmateriale og vurderes fremmet forslag til vedtekter til plan- og bygningsloven. Byrådet har ønsket å forsere arbeidet og har igangsatt et forprosjekt i form av en kampanje rettet mot denne type ulovlige tiltak."*

Ved behandlingen av "Vakker by" har byutviklingskomiteen fremmet bl.a. følgende merknader i møte 15.06.2005, sak 159 (trykt vedlegg 4):

*"Komiteen mener at kommunen må ta et større ansvar for omfang og plassering av reklame i det offentlige rom i Oslo. Komiteen er derfor glad for at byrådet foreslår "nulltoleranse mot ulovlig oppsatt reklame og skilt" som et av sine nøkkelprosjekt. Komiteen mener imidlertid at nulltoleranse-kampanjen må suppleres med en reklameplan for Oslo og noterer med tilfredshet signaler fra byråden om at arbeidet med dette er satt i gang. Planen må se på omfang, plassering og utforming av reklame, og må inneholde forslag til nye regler som avløser eller supplerer dagens reklameregler. Komiteen mener reklame – særlig rettet mot barn – bør unngås direkte i parker og plasser. Komiteen mener imidlertid at det kan være positivt med oppslagstavle, hvor innbyggerne selv kan sette opp informasjon om aktiviteter og tilbud gratis."*

Videre har bystyret i møte 26.10.2005, sak 404, truffet slikt vedtak:

- "1. Byråden bes fortsette dialogen med Hafslund med formål å få fjernet reklamen på nedstigningstårn samt redusere høyden til det minimale i forhold til bruken samt estetiske forhold på tårnene. Det bes om at sak vedrørende det siste fremlegges konkret snarest mulig.*
- 2. Det tas forbehold overfor Hafslund om at Oslo kommune som grunneier vil kreve gjennomført ønskede endringer i forbindelse med nedstigningstårnene."*

**Prosess for skilt- og reklameplanen**

I arbeidet med skilt- og reklameplanen har det vært etablert tverretattlig koordineringsgruppe, tverretattlig prosjektgruppe og referansegruppe. I sistnevnte har det vært representanter for bransjeorganisasjoner, handelsstanden og interesseorganisasjoner.

Skilt- og reklameplanen er ikke en formell plan etter plan- og bygningsloven og er således ikke formelt behandlet i henhold til dette lovverket; bl.a. er det ikke kunngjort oppstart av planarbeidet slik som kravet er for reguleringsplaner. Planen inneholder følgende dokumenter som har vært lagt ut på høring i henhold til forvaltningslovens krav til behandling av forskrifter/vedtekter:

- Verbalt plandokument
- Retningslinjer til plan- og bygningslovens § 74 nr. 2 ("skjønnhetsparagrafen")
- Vedtekt til plan- og bygningslovens § 107 (skilt og reklame)
- Regler for saksbehandling i henhold til forskrift til plan- og bygningsloven om saksbehandling og kontroll (SAK) § 5.4

Dokumentet inneholdende disse fire elementene ble lagt ut til offentlig ettersyn 05.03.2006. Dokumentet ble gitt samme uttalefrist som reguleringsplaner slik at høringsfrist gikk ut 05.04.2006. I høringsperioden ble det arrangert møte med referansegruppen. Det er kommet inn ca. 50 uttalelser i forbindelse med høringen.

### **Skilt og reklame – Hovedutfordringer og målsettinger**

Hva som skal tillates av skilt og reklame i en by bør være et resultat av avveining av ulike interesser:

- \* Næringslivets behov for oppmerksomhet fra byens brukere/befolkning
- \* Tilgjengelighet for alle og opplevelse av byen
- \* Estetiske behov for at skilt og reklame skal bidra til å videreutvikle byens kvaliteter

Avveiningen mellom disse elementene blir byens politikk i forhold til bruk av skilt og reklame. Som et mål for denne politikken foreslås:

*Oslo skal være en levedyktig by der også moderate mengder skilt og reklame bidrar til byens næringsliv, byliv og særpreg. Tilgjengelighet for alle i byrommene skal ivaretas gjennom lokalisering og plassering av skilt og reklame og det skal sikres god estetisk utforming av innretningene.*

I skilt- og reklameplanen er angitt følgende hovedutfordringer i Oslo:

- A. Hvordan sikre at stedsavhengige virksomheter får varslet og informert om sine virksomheter?
- B. Hvordan kan øvrige skilt- og reklamevirksomheter håndteres slik at fremkommelighet for alle og orienteringsmulighet for alle opprettholdes?
- C. Hvordan sikre visuell ro og differensiering i bruk av reklame i forhold til beboere?
- D. Hvordan sikre en differensiert skilt- og reklamepolitikk som gir rom for byens naturlige dynamikk samtidig som byens historiske arkitektoniske egenart knyttet til gate- og byromsstruktur og enkeltbygg ivaretas?
- E. Hvordan kan frivillige og ideelle virksomheter få informert om sine aktiviteter?

Med dette som utgangspunkt er det foreslått følgende delmål for bruk av skilt og reklame i Oslo:

- A. Skilt og reklame skal underordne seg den overordnede by- og landskapsstrukturen, bidra til byens visuelle dynamikk, være inspirerende og understøtte byens virksomheter og aktiviteter.
- B. Behovene tilknyttet markedsaktørene skal balanseres mot de behov for uteoppholdsarealer, avskjerming av boliger, ro, lek og rekreasjon som byens brukere og innbyggere har.

- C. Delområdenes historiske og arkitektoniske verdier skal respekteres, og skilt og reklame skal ta hensyn til offentlige byrom, gateløp, bebyggelse og bymøbler.
- D. Oslo skal være en by der bruk av lysprojiserende reklame verken på bygninger, gategulv eller i luftrommet aksepteres. Lyd som medium i det offentlige rom skal ikke brukes som ledd i markedsføring/reklame for tilstøtende virksomheter. Reklame på transportmidler og biler skal ikke tillates.
- E. Ved bruk av skilt og reklame ivaretas følgende:
- Skilt skal dekke behovet for å finne fram til varer, tjenester og handel.
  - Temporære installasjoner, i begrenset omfang, er en viktig del av markeringen av kultur-, idretts- og handelsnæringen i byen.
  - Stedlig virksomheters egenreklame skal prioriteres.
  - Det skal legges til rette for avskjermede by- og landskapsrom der brukerne kan oppholde seg uten å bli eksponert for reklame.
  - Skilt og reklame skal utformes og plasseres slik at de ikke er til hinder for byens brukere (universell utforming).
  - Det skal gis rom for offentlige etater og frivillige organisasjoners legitime behov for å informere om sine virksomheter.
  - Innholdet i reklame i det offentlige rom skal ikke virke støtende i forhold til for eksempel kjønn, alder, religion og etnisk tilhørighet.
- F. Tydelige retningslinjer skal angi hvordan skilt og reklame skal ta hensyn til historiske, arkitektoniske samt biologiske verdier.
- G. Næringslivets behov for kortere saksbehandlingstid og mer forutsigbarhet i beslutninger skal imøtekommes ved en gjennomgående enklere saksbehandling for skilt- og reklamesaker i Oslo kommune, forutsatt at søknader er i samsvar med retningslinjene.

### Skilt og reklame – Definisjoner

Skilt- og reklameplanen definerer en rekke typer slike innretninger. I denne saken gis en kort definisjon, for mer fullverdig definisjon og illustrasjon vises til plandokumentet, trykt vedlegg 2.

Med *skilt* menes henvisnings-, informasjons- og virksomhetsskilt som ikke inneholder reklamebudskap. Skiltets viktigste funksjon er å informere om en virksomhets lokalisering og type og plasseres i direkte tilknytning til virksomheten. Oslo Bys Vel's skilt på historiske bygninger er eksempel på informasjonsskilt.

Med *reklame* menes installasjoner/innretninger som markedsfører ulike produkter og virksomheter. Reklame kan være varig eller temporær. Med temporær reklame menes reklame som skal være i bruk maks. to uker (byrådet foreslår tre uker, se nedenfor), og som ikke gjentas, samt stillasseil med en begrenset reklameflate i den aktuelle byggeperioden og med illustrasjon av bakenforliggende byggverk.

Begrepet temporær referer seg til selve tidsaspektet ved tiltaket. Ved skilt- og reklameinnretninger som er temporære, men settes opp regelmessig, defineres disse som varige.

#### *Definisjon av varige skilttyper*

*Fasadeskilt:* Skilt som monteres på bygningsfasade, i nisje eller vindusåpning. Fasadeskilt kan utformes som plate, tavle eller utskårne elementer eller males rett på veggen, og kan være lysende, belyst eller ikke belyst.

*Uthengskilt:* Skilt montert vertikalt på bygningens fasade. Uthengskilt kan være utformet i fast materiale eller som et banner av duk, plast eller liknende. Horisontalt uthengskilt stikker lenger ut fra fasaden enn høyden på skiltet. Vertikalt uthengskilt er høyere enn utstikket fra fasaden, og som regel i mer enn 1. etg. høyde. Skiltet kan være lysende, belyst eller ikke belyst.

*Frittstående skilt:* Skilt som er plassert på frittstående innretning (stolpe, sokkel, mast osv.), men ikke på bygning eller annen innretning på fasade eller i tilknytning til bygning.

*Foliering:* Vindusdekor som folie i forskjellige farger, utforminger og størrelse, som klistres på vindusflater.

*Markiser og annen avskjerming:* Avskjerming i duk eller annet materiale som går utenfor bygningens fasade. Markiser som inneholder kun virksomhetsnavn og logo anses som skilt.

*Gavlskilt:* Skilt plassert på bygningens gavlvegg.

*Takskilt:* Skilt som monteres på tak; enten på takets høyeste punkt (møne) eller på takflaten mellom gesims og møne eller på gesims (gesimsskilt).

#### *Definisjon av varige reklametyper*

Varig reklame er montert over lengre tid på bygninger eller andre installasjoner. Reklame kan være lysende, belyst eller ikke belyst.

*Fasadereklame:* Reklame plassert på fasade som markedsfører/annonserer virksomhetens produkter, gjerne som tavler eller som del av skilt.

*Uthengsreklame:* Reklame montert vertikalt på bygningens fasade. Reklamen kan være plassert på horisontale eller vertikale uthengskilt, (se definisjon av disse).

*Gavlreklame:* Reklame i ulike størrelser som plasseres på en bygnings gavlvegg. Reklamen kan være malt direkte på veggen (veggmaleri) eller tavler/boards som monteres på gavlen.

*Takreklame:* Reklame som monteres på tak; enten på takets høyeste punkt (mønet) på takflaten mellom gesims og møne, eller på gesims (gesimsreklame).

*Leskur og bysykkelstativer med reklame:* Frittstående leskur for kollektivtransport og bysykkelstativer som er utstyrt med reklameinnretninger.

*Bevegelig reklame:* Reklameinnretning som monteres frittstående eller på bygning og som kontinuerlig skifter budskap. Eksempel på bevegelig reklame er storskjerm eller tavle med skiftende tekst og bilder.

*Frittstående reklame:* Installasjoner/innretninger i ulike størrelser som tavler og tårn og lignende som står fritt i forhold til bebyggelsen.

*Byromselementer med reklame:* Frittstående bymøbler og installasjoner som er utstyrt med reklameinnretninger, for eks. nedstigningstårn (men ikke leskur og bysykkelstativer).

*Reklame på kollektivtransportmiddel:* Folie som er montert på større eller mindre del av kollektivtransportmidler.

*Reklamebukker:* Transportable mindre stativer som settes utenfor virksomhetene i åpnings-tider.

#### *Definisjon av temporære skilt- og reklametyper*

*Horisontale bannere:* Bannere som monteres horisontalt enten på en bygning, mellom bygninger, mellom trær eller på frittstående stolper. Banneret lages av duk, plast og lignende.

*Vertikale bannere:* Bannere som monteres vertikalt på stolpe, på fasade eller vinkelrett på bygningens fasade.

*Stillasseil:* Seil (presenning, duk) som monteres på bygningsstillaset i forbindelse med nybygging eller renovering av bygninger. Seilets hovedflate benyttes til å fremstille planlagt, ferdigstilt bygg og en mindre del av seilflatens areal benyttes til reklame.

#### *Belysning*

Mange typer skilt og reklame kan ha belysning. Det skilles da mellom:

*Belyste skilt/reklame:* Skilt/reklame der lyskilden er plassert utenfor skiltet/reklamen.

*Lysskilt:* Skilt/reklame der lyskilden er integrert i innretningen.

### **Skilt- og reklameplanens virkeområde**

De gitte utfordringene og målene berører spørsmålsstillinger langt ut over plan- og bygningslovens (pbl) virkeområde. Skilt- og reklameplanens forslag til prinsipper og regler tar likevel utgangspunkt i hva som kan hjemles i dette lovverket. En del av målene kan ikke nås, uten at det tas fatt i en del supplerende spørsmålsstillinger i etterkant av behandlingen av denne planen. Noen av disse tiltakene drøftes i forslaget til oppfølgingsprogram.

### **Skilt- og reklameplanens innhold**

Planen tar utgangspunkt i hvilke utfordringer byen har i forhold til bruk av skilt og reklame. Utviklingen av reklamen omtales og det skisseres hvilke reklametyper som brukes i dag. Ulike reklametyper defineres og illustreres. Videre foreslås det retningslinjer for skilt og reklame i Oslo, og til slutt foreslås ny vedtekt og saksbehandlingsregler omtales.

Skilt- og reklameplanen, med tilhørende retningslinjer og vedtekt, gjelder for hele byggesonen i Oslo. Det gis generelle retningslinjer som gjelder for hele planområdet. Med unntak av leskur og bysykkelstativer anbefaler Plan- og bygningsetaten ikke frittstående reklamemontre eller reklame på bymøbler. Byen innenfor Ring 2 foreslås inndelt i fem områder benevnt reklameområder; område XS (Sårbare områder), S (boligdominerte områder), M (områder med blandete funksjoner), L (næringsdominerte områder) og XL (områder med høy nærings- og publikumsaktivitet). Områdeinndelingen er basert på hvor sårbare områdene er i forhold til mengde skilt og reklame basert på hvilke hovedfunksjoner som er i områdene. For disse områdene fremmes det forslag til supplerende retningslinjer til de generelle retningslinjene. I de mest sårbare områdene tillates minst skilt og reklame, mens det i XL-områdene tillates både bruk av flere skilt- og reklametyper, større flater og høyere plassering på bygningen. Det er likevel ikke fritt frem for reklame i XL-områdene, da det her er krav om samlet skilt- og reklameplan for området som skal utarbeides av kommunen før det tillates reklame over første etasje.

I forhold til skilt og reklame baserer planen seg på fire hovedkriterier:

- Lokalisering: Hvor i byrommet tillates skilt og reklame ”plassert”; frittstående, på fasade/tak, i parker/boligområder o.l; avveininger gjøres bl.a. i forhold til tilgjengelighet, trafiksikkerhet og siktakser
- Plassering: Hvor skal skilt og reklame tillates plassert; hvor på fasade, på gavl, på tak, hvor som frittstående o.l; avveininger gjøres i forhold til bl.a. arkitektoniske føringer på bygget, tilgjengelighet og tilhørighet til virksomhet
- Utforming: Hvilke krav skal stilles til formen på skiltet/reklamen og hvilken type innretning tillates; avveininger gjøres i forhold til bl.a. størrelse, skilt-/reklametype og temporær reklame.
- Belysning: Hvor skal det tillates lys, og hvilken type belysning, i forbindelse med skilt og reklame; avveininger gjøres i forhold til bl.a. behovet for å skjærme bofunksjoner, blending og synliggjøring av virksomhet.

Den juridiske forankringen for regler om skilt og reklame foreslås som en juridisk bindende retningslinje med hjemmel i pbl. § 74 nr. 2 (”skjønnhetsparagrafen”). Samtidig foreslås dagens vedtekt om skilt og reklame hjemlet i pbl. § 107 (skilt og reklame) erstattet av ny vedtekt gitt med samme hjemmel. Ny vedtekt blir etter etatens forslag en kort vedtekt som henviser til de foreslåtte retningslinjene og der disse vedlegges.

Da skilt- og reklameplanen ble lagt ut på offentlig ettersyn ble det varslet at etaten ville vurdere å innføre tidsbegrensede tillatelser. Etaten har vært innstilt på å foreslå en tidsbegrensning på syv år, og har forelagt spørsmålet for statlig myndighet. I brev av 31.05.2006 meddelte Kommunal- og regionaldepartementet at tillatelser til skilt og reklame som hovedregel gis på permanent basis. For bestemte typer innretninger eller konkrete saker kan tillatelsene gis for en bestemt tidsperiode. Eksempel på konkrete saker der det kan være aktuelt å vurdere tidsbegrenset tillatelse kan være en fasade der det alt er mye reklame, men ved etablering av ny stedlig virksomhet ønskes det likevel å gi tillatelse til begrenset reklame. Etter dette foreslås ikke tidsbegrensning for tillatelser for skilt og reklame. Disse tillatelsene må da vurderes ut fra de generelle prinsippene i plan- og bygningsloven.

### **Offentlig ettersyn og mottatte bemerkninger**

Dokument inneholdende verbalt planforslag, forslag til retningslinjer til plan- og bygningslovens § 74 nr. 2 (”skjønnhetsparagrafen”), forslag til vedtekt til plan- og bygningslovens § 107 (skilt og reklame) og regler for saksbehandling ble lagt ut til offentlig ettersyn 05.03.2006 med høringsfrist 05.04.2006.

Det er mottatt ca. 50 bemerkninger. I tillegg er planen behandlet av Rådet for byarkitektur. Det vises til Plan- og bygningsetatens saksfremlegg i forhold til bemerkningene og sammendrag av disse, se trykt vedlegg 1 og 3. Bemerkningene i sin helhet følger saken som uttrykt vedlegg 1.

Mange uttrykker glede over at det er utarbeidet en skilt- og reklameplan for Oslo. Samtidig uttales det skuffelse over at planen ikke har et samlet grep om skilt og reklame, men stort sett avgrenser seg til plan- og bygningslovens virkeområde.

Rådet for byarkitektur fattet følgende vedtak i møtet 28.03.2006:

*”Rådet er positiv til at det utarbeides en skilt- og reklameplan for Oslo. Spesielt at det skapes en felles bevissthet rundt dette temaet. Rådet har noen kommentarer til planen:*

- *Gavlreklame/vindusfolie er ikke automatisk knyttet til areal, men like mye til intensitet.*
- *Positivt med stillasseil. Dette burde også tillates i XS områder.*

- *Oppslagstavler er avhengig av drift og vedlikehold.*
- *Det er positivt med bymøbler uten reklame forutsatt at det finnes midler til innkjøp og drift av bymøbler.*
- *Rådet støtter forslaget om å flytte reklamen fra fortau til vegg, slik at reklame ikke hindrer ferdsel og sikt.*
- *Innenfor områder XL bør knutepunktene avgrenses til kun å gjelde selve gatekrysset og ikke flyte ut i sidegatene rundt. Dette for å tydeliggjøre selv punktet, ref. Piccadilly Circus og Times Square."*

For øvrig spriker uttalelsene både i forhold til holdning til bruk av skilt og reklame og detaljeringsnivå på uttalelsene. I denne saken trekkes frem de mest prinsipielle spørsmålene som flere av uttaleorganene har vært opptatt av:

Høringsuttalelser om planens intensjon: Planen er for positiv i sin grunnholdning til reklame. Målene er for uklare, og de sårbare områdene og beboerne er ikke godt nok ivaretatt.

Høringsuttalelser om planens virkeområde og oppfølging: Det burde vært en samlet plan. Det er ikke angitt hvordan planen skal følges opp i praksis med hensyn til saksbehandling og oppfølging av ulovligheter. Planen har for lang tidshorison; den bør være tidsbegrenset eller evalueres etter en periode.

Høringsuttalelser om planens struktur, utforming og terminologi: Begrepsbruken er ikke klar og konsistent. Skilt og reklame bør skilles i to atskilte retningslinjer. Det burde vært innarbeidet foto/illustrasjoner som ville ha bidratt til å gjøre planen mer tilgjengelig og forståelig. Planforslaget er for absolutt i sine anbefalinger i forhold til bruk av lysskilt.

Høringsuttalelser om planens områdeinndeling: Det burde vært foretatt områdeinndeling for hele byen, ikke kun innenfor Ring 2. Den foretatte områdeinndelingen dekker for lite homogene områder og burde vært delt opp mer. Flere konkrete forslag til justeringer fremmes fra bydelene. En del uttaleparter er særlig opptatt av om boligområdene ivaretas godt nok – spesielt de boligområdene som er lokalisert sammen med næringsvirksomhet for eksempel i første etasje. Det stilles spørsmål ved at "boligstrøk" i dagens vedtekt er blitt endret til "rene boligstrøk" i forslaget til retningslinjer.

Høringsuttalelser om planens forhold til eksisterende skilt og reklame: Det uttrykkes bekymring for hvilken virkning ny plan vil få for eksisterende skilt og reklame.

Høringsuttalelser om planens innhold: Retningslinjene bør gjøres mer konkrete og anvendelige for tiltakshavere. Retningslinjene stiller ikke strenge nok krav til kvalitet og utforming. Løsfotreklame, lydreklame og bruk av projiserende lys må behandles og innarbeides, det bør skilles tydeligere mellom lokal reklame og mer generell reklame og mellom veggmaleri og bruk av tavler/boards. Det bør være modererende bestemmelser som åpner for å godkjenne gode tiltak selv om de ikke er i samsvar med retningslinjene. Universell tilgjengelighet er fraværende i planen. For reklame langs sterkt trafikkerte gater sier planen ja og vegstyremaktene nei.

Det reises spørsmål om alle nybygg skal ha egne skilt- og reklamefelt, om torg og møteplasser bør inngå spesielt i planen, om transportmidler, løsfotreklame og bakgårdsvirksomheter bør inngå. Kravene til utforming av takreklame er for rigide; særlig kravet om at skiltene skal være transparente.

Formuleringene for reklame og idrettsanlegg bør justeres, da det ikke er mulig å unngå at den blir synlig utenfra. Det uttrykkes bekymring for utstrakt bruk av reklame ved Carl Berners plass og Majorstuen og reklame langs offentlig vei vil håndheves restriktivt.

Det reises spørsmål om hvem som skal oppfylle kravet om en "samlet plan" for XL-områdene. Oppslagstavler anses ikke godt nok ivaretatt. Det bør være en modererende bestemmelse som åpner opp for å godkjenne gode tiltak selv om de ikke er i samsvar med retningslinjene.

Høringsuttalelser om temporær reklame: Dette representerer nærmest et frislipp – for lite presist hvordan dette skal praktiseres. Stillasseil er positivt hvis de settes opp skikkelig. Det er ulik oppfatning om reklameflatene på seilene er store nok.

Høringsuttalelser om plakater/oppslags-/informasjonstavler: Det bør være en mulighet for å sette opp plakater og informere om lokale arrangementer. Det stilles spørsmål ved om noen av de reklamefinansierte flatene kan brukes som oppslagstavler. Det kritiske er hvem som har ansvaret for vedlikeholdet og oppryddingen på slike tavler. Uttaleorganene har ulike oppfatninger om hvor oppslagstavler bør plasseres; for eksempel i bydelssentrum, i parker.

Høringsuttalelser om reklamefinansierte bymøbler: Positivt med nei til reklamefinansierte byromselementer. Reklametårnene og frittstående reklamevitruiner bør fjernes, leskurene og bysyklene er positive for byen sett under ett. Kommunikasjonskiosker med reklame må tillates.

Høringsuttalelser om saksbehandling: Det er delte oppfatninger om dette. Bydelsutvalgene ønsker deltagelse i saksbehandlingen, samtidig som det hevdes at det må innføres klare tidsfrister for saksbehandlingen. Krav om fasadetegninger som dokumentasjon ved søknad bør ikke være absolutt.

#### Plan- og bygningsetatens vurdering og anbefaling

Plan- og bygningsetatens oppfatning av bestillingen er at det skal lages bestemmelser som samlet sett i omfang skal gi mindre, mer integrert og vakrere skilt og reklame i byrommene. Samtidig skal det gjennomføres nulltoleranseprosjekt slik at ulovlig reklame fjernes fra områdene. Det skal ikke legges opp til frislipp av reklamemengde og type, men det skal heller ikke innføres noe totalforbud mot skilt og reklame. Bestillingen oppfattes videre slik at det skal formes en politikk ut fra byens egenart og målsettinger, men gjerne differensiert i ulike delområder ut fra områdenes dominerende roller og funksjon. Det tolkes som at det skal stilles tydelige krav til funksjonell og estetisk god lokalisering, plassering, utforming og belysning av skilt- og reklameinnretninger slik at enkeltområdenes karakter, kulturminner og arkitektoniske verdier ivaretas.

Skilt- og reklamepolitikk er et tema som det ikke tidligere er laget en samlet plan for. Arbeidet er derfor et nybrottsarbeid og det er høstet mye erfaring underveis i arbeidet. Noen spørsmålsstillinger har vært mer sentrale enn andre i arbeidet:

- Hvordan sikre estetisk kvalitet på en fleksibel måte?
- Hvordan skape forutsigbare rammer for hva som tillates og ikke tillates av skilt og reklame i Oslo?
- Hvordan sikre bestemmelser som er juridisk forankret slik at de kan gi hjemmel for entydige tillatelser, sanksjoner og kontroll?
- Hvordan gjøre saksbehandlingen enklere og med høyere kvalitet?

Ett av de spørsmålene som har vært drøftet er om det skulle utarbeides egne regler for skilt og egne regler for reklame. Etaten anbefaler at kravene til plassering, lokalisering, utforming og belysning stort sett er de samme. I mange situasjoner kan det være vanskelig å skille om det er et skilt eller en reklameinnretning, kanskje er det et virksomhetsskilt

med en mindre del reklame på. Det anbefales derfor at det gis felles retningslinjer der kravene er i utgangspunktet like, men at det åpnes opp for en enklere saksbehandling for skilt enn for reklame forutsatt at retningslinjene følges.

#### Vurdering av mottatte bemerkninger ved offentlig ettersyn:

I forbindelse med den offentlige utleggelsen kom det mange uttalelser som har ført til at planen er justert på flere punkter:

- Målene for skilt- og reklamepolitikken i Oslo er utvidet slik at den omfatter mer enn kun det som kan hjemles i plan- og bygningsloven; for eksempel reklame på transportmidler, bruk av lysprojeksjon, bruk av lyd og innholdet i reklamen. Politikkområdene utenfor pbl.'s virkeområde må da følges opp konkret når planen evt. er vedtatt. Forholdet til tilgjengelighet for alle er styrket både i målsettingene og i de konkrete forslagene til retningslinjer.
- Tidshorizonten for planen er langsiktig. Etaten er likevel innstilt på at det etter 5 år bør vurderes om planen skal evalueres.
- Etaten er enig i at det er viktig at planen følges opp i forhold til ulovligheter og vurderer fortløpende hvordan dette kan gjøres innenfor de rammer etaten har til disposisjon, for eksempel ved videreføring av det pågående nulltoleranseprosjektet.
- Begrepsbruken er gjennomgått og forenklet og lagt opp etter mønster i forslaget til ny Norsk Standard. Etaten foreslår at det utarbeides en egen veileder til retningslinjene etter bystyrets behandling og at denne skal utstyres med illustrerende foto og utdypende kommentarer som skal gjøre retningslinjene lettere anvendelige.
- Etaten støtter oppfatningen om at hele byen burde ha vært områdeinndelt i henhold til planens reklameområder, men mener likevel det er viktig å få retningslinjer på plass for indre by siden reklamepresset er størst der. Det vil være uheldig om hele planen utsettes i påvente av områdeinndeling i ytre by. For mange områder i ytre by vil de generelle retningslinjene være tilstrekkelig. Det bør likevel gjøres en vurdering av i hvilken utstrekning retningslinjene skal suppleres også med enkelte områder/inndelinger i ytre by.
- Etaten har opprettholdt avgrensning og omfang av reklameområdene med unntak av XL-områdene. Disse områdene er vesentlig redusert i størrelse og omfatter nå kun de mest sentrale områder/byrommene med høy nærings- og publikumsaktivitet. Områdenes avgrensning er styrt både av aktivitetenes intensitet og av kollektivknutepunktets fysiske karakter. Det er kommunen som skal lage samlet plan innenfor XL-områdene.
- Etaten vil peke på at de generelle retningslinjene gjelder for hele den bebygde delen av byen. Der det finnes boliger i andre områder enn "boligdominerte områder" vil de generelle bestemmelsene begrense reklame som kommer i konflikt med boligfunksjonen.
- For å etterkomme behovet for oppslagstavler er det en tilføyelse i retningslinjene om at slike tillates innenfor planens virkeområde. I tillegg er det under oppfølgingstiltak foreslått at det gjøres en vurdering av hvordan behovet for oppslagstavler kan ivaretas. Etablering av oppslagstavler forutsettes å følge retningslinjene for områdene de plasseres i.

- Både planen og retningslinjene opprettholder utgangspunktet i opprinnelig planforslag om at frittstående bymøbler med reklame ikke tillates. Det er i det reviderte planforslaget gjort unntak for leskur for kollektivtransporten og bysykkelstativer der det tillates reklame.
- Det innføres krav om oppdeling av gavltreklamen i flere selvstendige flater. For gavlskilt settes de samme størrelsesbegrensninger som for gavltreklame. For vertikale uthengskilt er maks utstikk fra vegg redusert fra 1,0 m til 0,7 m.
- Det er stilt krav om at stativer og festeanordninger for skilt og reklame skal fjernes når reklamen fjernes.
- Temporær reklame videreføres, men i et noe mindre omfang enn opprinnelig foreslått ved at horisontale og vertikale bannere i S-områdene avgrenses til kultur- og idrettsarrangementer.
- Det er presisert at blinkende lys brukt på skilt og reklame ikke tillates.
- Kravene til fasadereklame innskjerpes ved at det innføres størrelsesbegrensning i S- og M-områdene.
- Etaten legger opp til ulike saksbehandlingsregler for skilt og reklame selv om det er de samme kvalitative krav i retningslinjene som gjelder. Forutsatt at retningslinjene følges vil flere skilt for stedlig virksomhet kunne settes opp uten søknader etter plan- og bygningsloven.
- Skilt- og reklameinnretninger som er godkjent etter tidligere vedtekt vil fortsatt være lovlige.
- I vedtekten til § 107, innarbeidet i skilt- og reklameplanen, foreslås at tillatelser til reklameinnretning gis for 7 år. Spørsmålet om midlertidighet for slike tillatelser er forelagt Kommunal- og regionaldepartementet som sier at tidsbegrenset tillatelse ikke kan være hovedregelen. Plan- og bygningsetaten foreslår derfor forslaget til ny vedtekt endret tilsvarende departementets uttalelse.

#### Plan- og bygningsetatens anbefaling

Plan- og bygningsetaten anbefaler at den reviderte skilt- og reklameplanen med tilhørende retningslinjer og vedtekt vedtas. Det vil – etter etatens oppfatning – gi et bedre grunnlag for det videre arbeidet med å behandle skilt- og reklamesaker og videreføring av nulltoleranseprosjektet. Etaten anbefaler at planen som nå fremmes videreføres med følgende oppfølgingsoppgaver:

- Det utarbeides en veileder til retningslinjene, med foto og utfyllende kommentarer, for tiltakshavere, saksbehandlere og naboer.
- De ytre områdene av byen vurderes for områdeinndeling som angitt i fremlagte planforslag, eventuelt med noe justerte retningslinjer.
- Nulltoleranseprosjektet videreføres og utvides til nye områder i første omgang i XS-, S- og M-områdene.
- Andre etater og kommunale virksomheter (AS og KF) som har ansvar i forhold til skilt og reklame oppfordres til å utarbeide rutiner og retningslinjer og at disse harmoniseres med fremlagt (forslag til) skilt- og reklameplan.

- Samlet plan for hvert av XL-områdene utarbeides av Plan- og bygningsetaten.
- Det gjøres en vurdering av hvordan behovet for oppslagstavler, administrativt, økonomisk og driftsmessig, kan ivaretas.
- Det gjøres en vurdering av hvordan det kan stilles krav om skiltplan til ny, større bebyggelse både i forbindelse med plansaksbehandling eller byggesaksbehandling.
- Skilt- og reklameplanen bør evalueres etter 5 år.

### *Økonomiske og administrative konsekvenser*

Skilt- og reklameplanen angir regler for hvordan skilt og reklame skal brukes, utformes og plasseres i byen. Hensikten med planen er å rydde opp i dette temaet og skape klare premisser for bruk av slike innretninger. Disse bestemmelsene vil gjelde alle som skal bruke skilt og reklame. En del tiltakshavere/eiere vil oppleve at det nå stilles strengere krav til hva som kan utplasseres og at det vil representere en kostnad å følge opp retningslinjene, andre vil oppleve at retningslinjene ikke medfører noen økte kostnader. Det er uråd å anslå hvilke økonomiske konsekvenser forslaget vil ha for byens innbyggere, men sett i et langsiktig perspektiv anses disse å være små.

For kommunen som organisasjon vil innføringen av skilt- og reklameplanen medføre økt arbeid i forbindelse med å vurdere søknader. På den annen side skal også noen innretninger kunne tillates uten søknader. I en startfase må innføringen av planen antas å gi noe merarbeid, men at det på sikt ikke bør representere noen ekstra utgift eller andre administrative konsekvenser.

Som det fremgår av saken anbefales det å videreføre null-toleransekampanjen også etter at planen (evt.) er vedtatt. Dette har krevd og vil kreve ressurser. Kampanjen er ikke en direkte kostnad som følge av planen, men mer en forutsetning for at planen skal virke etter intensjonene.

### *Byrådet bemerker*

Byrådet er opptatt av å etablere en tydelig reklamepolitikk med et moderat omfang av skilt og reklame som tar hensyn til byens ulike strøkskarakter og aktivitet. Reklame skjer i dag gjennom mange medier og til alle døgnets tider. Byrådet mener at reklame hører til i en by, men er opptatt av at det skjer i moderat omfang og på en måte som ikke virker skadelig eller diskriminerende for innbyggerne. Videre ønsker byrådet at kommunen som avtalepart bør være toneangivende i forhold til hvordan skilt- og reklameinnretninger plasseres og utformes.

Byrådet slutter seg i hovedtrekkene til de målsettingene som fremgår av Plan- og bygningsetatens vurderinger og som er gjengitt foran i denne saken. Siden skilt og reklame omhandles i ulike lovverk er det viktig med mål som angir hvilke holdninger byen bør representere i forhold til reklamepolitikken. Byrådet vil understreke, som det fremgår av målsettingen, at skilt og reklame i moderate mengder er en naturlig del av byens næringsliv, byliv og særpreg. Videre pekes på at tilgjengelighet for alle er viktig og skilt og reklame må ikke lokaliseres slik at dette hindres. Til slutt i den overordnede målsettingen påpekes at skilt- og reklameinnretningene må ha god estetisk utforming – de må være et positivt bidrag til byens byliv og særpreg.

Av de delmålsettingene som er foreslått vil byrådet særlig peke på det som går ut over plan- og bygningslovens virkeområde. Byrådet ønsker ikke lydreklame eller reklame

gjennom bruk av projiserende lys og ønsker å presisere at reklamens innhold ikke må være diskriminerende.

Byrådet vil supplere forslaget til delmål pkt. e) femte prikkpunkt (byrådssakens side 4). Forslaget er at ved bruk av skilt og reklame skal disse innretningene ikke være til hinder for universell utforming. Byrådet ønsker å presisere at slike innretninger heller ikke skal redusere trafikksikkerheten i byen og foreslår at det presiseres slik at delmålet lyder: *"Skilt og reklame skal utformes og plasseres slik at de ikke er til hinder for byens brukere (universell utforming) og tar hensyn til trafikksikkerheten."*

Løsfotreklame omfattes ikke av plan- og bygningsloven og dermed heller ikke av skilt- og reklameplanen, se også forslaget fra Plan- og bygningssetaten (trykt vedlegg 2) punkt. 6.4 om dette. Løsfotreklame skal ivaretas etter politivedtekten for Oslo.

Byrådet slutter seg til de som ser positivt på at det er fremmet en skilt- og reklameplan, men har også forståelse for at enkelte ønsker at planen skulle ha vært mer konkret. Det er etter byrådets oppfatning likevel hensiktsmessig å starte med en del av denne problematikken der det finnes muligheter for å håndheve regler. Byrådet ser det som viktig også å gjennomføre den oppstartede aksjon for nulltoleranse for ulovlig skilt og reklame. Byrådet understreker betydningen av at det legges rammer for fremtidig bruk av skilt og reklame, og at regelverket utformes på en enkel måte som gjør saksbehandlingen ubyråkratisk og forutsigbar.

Bak foreslåtte retningslinjer/vedtekt ligger vanskelige avveininger mellom næringslivets interesser og allmennhetens og beboernes behov. Næringslivets interesser er flersidig; det lokale, stedlige næringslivet som har behov for å kunne markedsføre sin virksomhet og sine produkter i tilknytning til der virksomheten er lokalisert og de større kjedene – nasjonale eller internasjonale – som vil markedsføre sine produkter der de når flest mulig interessenter. Denne reklamen kan være knyttet til et sted der virksomheten/produktet finnes, men det kan også være markedsføring uavhengig av direkte tilknytning til virksomheten/produktet. Som et tredje element i dette er næringsinteressene knyttet til selve skilt- og reklameproduksjonen. Byrådet ser det som særlig viktig å sikre gode rammevilkår for stedlige virksomheter, og at større kjeders reklameuttrykk tilpasses lokale forhold.

Fellesskapets interesser og opplevelser av skilt og reklame er heller ikke entydig. Mange beboere ønsker sine boligområder skjernet for reklame, særlig reklame med lys. Andre grupper av byens brukere vil hevde at reklame tilhører en bys pulserende liv, og er viktige rammer for bylivet. Tilgjengelighet/fremkommelighet for alle er viktig – reklame må ikke plasseres slik at det hindrer deler av byens befolkning i å bruke byrommene eller reduserer trafikksikkerheten. Byrådet presiserer at reklame ikke må plasseres på fortau uten sammen med leskur for kollektivtrafikken eller bysykkelstativene.

Videre er en viktig interesse reklame i forhold til byens estetiske kvaliteter. Kulturminner, parker, siktakser, fasadeuttrykk, bygningshøyder er elementer som oppleves viktige i forhold til byens karakter. Skilt og reklame må ikke plasseres slik at disse viktige elementene forringes, plassering av skilt og reklame må heller plasseres og utformes slik at byens kvalitetstrekk forsterkes. I tillegg må skilt og reklame ivareta enkeltbygningers arkitektoniske kvalitet.

Byrådet ønsker ikke å stenge for skilt og reklame i Oslo. Mengden skilt avhenger av antall virksomheter som finnes. Mengden skilt og reklame skal likevel reduseres og de skiltene og den reklamen som tillates skal plasseres og utformes i henhold til gitte forutsigbare retningslinjer. De foreslåtte retningslinjene gir forutsigbarhet både i hvor reklame kan

plasseres, hvordan den kan utformes og hvilken dokumentasjon søkeren må legge frem. Videre sier planen hvilken saksbehandling som skal følges. Byrådet legger til grunn at saksbehandlingen for skilt og reklame forenkles. (Saksbehandlingsreglene fremgår av skilt- og reklameplanen, trykt vedlegg 2, punkt. 7.5.)

Retningslinjene representerer ikke noe frislipp for reklame. Sammen med videreføring av nulltoleransekampanje i forhold til ulovlig reklame mener byrådet at skilt- og reklameplanen på sikt vil bidra til redusert reklamemengde. Men kanskje det viktigste – planen vil føre til mer ryddig plassering og reklame i bedre samspill med bebyggelsen.

Byrådet viser til at de siste årene har også flere kommunale virksomheter involvert seg i bruk av reklame. Dette er gjort for å kunne opprettholde/forbedre kvaliteten på tilbud for byens innbyggere. I den anledning vises til den positive responsen som har vært på bysykkelordningen, de offentlige toalettene og de nye leskurene. Uten inntektene fra salg av reklameplasser ville dette neppe ha latt seg gjennomføre. Byrådet mener det også i fremtiden må være åpning for å utvikle samfunnsmessig gode tiltak finansiert av reklame, forutsatt at dette gjøres på en godt styrt og forankret måte. Selv om det ligger utenfor pbl's virkeområde ønsker byrådet samtidig prinsipielt å initiere at kommunale etater og andre virksomheter (foretak og selskaper) som et utgangspunkt avstår fra kontrakter som vil øke reklameomfanget i byen på en uheldig måte. Byrådet mener videre den foreslåtte skilt- og reklameplanen (ved et eventuelt vedtak av bystyret), inkludert målsettinger og retningslinjer, for fremtiden må/bør legges til grunn for de avtaler som blir inngått fra kommunens side i forhold til oppsetting og bruk av skilt og reklame, selv om dette vil redusere virksomhetenes muligheter for å få inntekter fra salg av reklameplasser.

Av samfunnsmessige hensyn; dvs. tiltakenes nytte for befolkningens bruk av gatene og byrommene, går byrådet inn for at ordningen med reklame på leskur for kollektivtrafikken og bysykler kan videreføres. Byrådet mener en begrenset bruk av reklame på stillasseil, forutsatt at seilene viser planlagt ferdig bygg, vil virke estetisk forskjønnende i forhold til dagens mange skjemmende byggetomter. Byrådet anbefaler at oppfølgingsoppgavene som foreslått i planen vedtas gjennomført.

Retningslinjene/vedtekten som foreslås gjelder for tiltak som omfattes av plan- og bygningsloven. Kommunen som grunneier er en vesentlig aktør for hvor og i hvilke mengder det skal tillates skilt og reklame. Byrådet vil at disse virksomhetene i sine aktiviteter legger til grunn de målsettinger som fremgår av skilt- og reklameplanen og utarbeider egne rutiner/holdninger til å tillate reklame. Retningslinjene etter pbl. § 74 nr. 2 vil gjelde for innretninger som er søknadspliktige, men både i forhold til ikke-søknadspliktige innretninger og søknadspliktige innretninger er det viktig at alle kommunale virksomheter har en klar holdning i samsvar med de målsettinger som bystyret slutter seg til.

Byrådet vil følge konsekvensene av denne planen nøye og vurdere fortløpende om det er behov for justeringer/tilpasninger når planen realiseres. Uansett er byrådet av den oppfatning at planen bør gjennomgås og evalueres om 5 år.

I forhold til nedstigningstårn foreslår byrådet at det i skilt- og reklameplanen ikke tillates reklame på disse tårnene, men konstaterer at skilt- og reklameplanen ikke vil ha (direkte) tilbakevirkende kraft. Byrådet søker gjennom forhandlinger å følge opp bystyrets vedtak av 26.10.2005, sak 404, om bl.a. å få fjernet reklamen på nedstigningstårn. Byrådet vurderer også nærmere mulighet for vedtak etter plan- og bygningsloven/forvaltningsloven for å kunne få fjernet dagens reklame på tårnene.

Til det konkrete forslaget til retningslinjer vil byrådet bemerke: Byrådet støtter et skille mellom varig og temporære innretninger, men anbefaler at temporære innretninger kan tillates for inntil tre uker og ikke to uker slik som Plan- og bygningsetaten anbefaler. Dette gjøres for å gi større fleksibilitet og åpne opp for arrangementer som strekker seg over en lengre periode. Byrådet presiserer at selv om tidsperioden utvides gjelder fortsatt de krav som stilles i retningslinjene til slik temporær reklame.

Byrådet har merket seg at etaten har anbefalt at størrelsen på tavler/boards økes etter uttalelser som kom inn i forbindelse med utleggelsen. Byrådet støtter at det stilles absolutte krav til oppdeling av disse gavflatene, men ønsker at tillatte flater reguleres tilbake til det som ble foreslått i forbindelse med utleggelsen; dvs. 12 m<sup>2</sup> i M-områdene (etaten foreslår nå 16 m<sup>2</sup>) og 24 m<sup>2</sup> i L- og XL-områdene (etaten foreslår 32 m<sup>2</sup>). Byrådet er klar over at det vil kunne oppstå vansker med å bruke standardstørrelser på tavler/boards ved disse arealgrensene, men da må det heller brukes tavler som er mindre enn tillatt max. størrelse.

Byrådet er positiv til at det er åpnet opp for oppslagstavler til allmenn bruk, selv om det fortsatt er uavklart hvordan dette i praksis skal løses. Oslo kommune har gjennom de avtaler som er inngått sikret seg rett til å disponere reklameflater til informasjon og vil vurdere om noen av disse flatene kan disponeres som oppslagstavler.

Byrådet er positiv til at det skal lages skilt- og reklameplan for områder med høy nærings- og publikumsaktivitet. Byrådet mener for øvrig at det trengs en opprydning rundt Majorstuen stasjonsområde.

I de generelle retningslinjene, pkt. 6.12, åpnes det opp for at det kan kreves skilt- og reklameplan for det aktuelle bygget i forbindelse med nybygg. Byrådet legger til grunn at dette kravet kun vil gjelde større nybygg og at det i veilederen presiseres i hvilke situasjoner et slikt krav kan være aktuelt.

Videre er det i pkt. 6.26 foreslått at: "Lyssettingen skal ikke blende eller være urimelig sjenerende for trafikanter eller beboere. Skilt og reklame med blinkende lys tillates ikke." Byrådet synes et absolutt forbud mot blinkende lys virker unødig strengt, og foreslår at punktets andre setning omformuleres til: "Tilsvarende gjelder for skilt og reklame med blinkende lys." Dette vil innebære at blinkende lys skal vurderes på tilsvarende måte som annet lys, og således ikke kan være til urimelig sjenanse for trafikanter eller beboere. Byrådet bemerker for ordens skyld at det anser dette som en mindre endring/justering som ikke krever ny høring.

Byrådet ser at Plan- og bygningsetaten har fremmet forslag til både retningslinjer og vedtekt (med to forskjellige vedtakspunkt), og at retningslinjene etter § 74 nr. 2 skal vedtas som vedtekt til § 107. Både retningslinjene og vedtekten skal være juridisk bindende og byrådet mener derfor begge regelsettene (slik det er foreslått av Plan- og bygningsetaten) er å anse som vedtekt etter plan- og bygningslovens § 3, jf. § 4, og samtidig som (lokal) forskrift etter forvaltningslovens § 2 første ledd litra c), jf. lovens kap. VII. (Forslagene til regler er lagt ut til offentlig ettersyn med frist for uttalelse, jf. krav om utredningsplikt m.m. i forvaltningslovens § 37.) Byrådet mener ut fra dette og alminnelige lovtekniske prinsipper det er mest hensiktsmessig å innarbeide retningslinjene og vedtekten som ett regelverk/en forskrift, og med henvisning til både plan- og bygningslovens § 74 nr. 2 og § 107. Endringen er av teknisk karakter og har ingen betydning for regelverkets innhold eller formelle status.

Byrådet har også foretatt mindre språklige endringer i forslaget, bl.a. henvisningen i pkt. 6.18, uten at det endrer innholdet i forslaget.

Byrådet legger til grunn at forskriften (etter hovedregelen i forvaltningsloven § 39) ikke kan påberopes overfor den enkelte før den er kunngjort slik som fastsatt i lovens § 38. Byrådet foreslår etter dette som nytt punkt 9.1 i forskriften at den trer i kraft straks ved kunngjøring i Norsk Lovtidend. Som nytt punkt 9.2 er tatt inn at skilt- og reklameinnretninger som er godkjent etter tidligere vedtekt fortsatt skal være lovlige, og at de nye reglene skal gjelde for innretninger som ikke er godkjent på det tidspunkt forskriften er trådt i kraft.

Etter kunngjøring skal kartet legges ved vedtekten/forskriften. Kartet følger byrådssaken som uttrykt vedlegg 4 og ligger (i forminskert utgave) som vedlegg B til skilt- og reklameplan for Oslo, trykt vedlegg 2.

Etter forslag til nytt punkt 10.1 i forskriften skal eksisterende vedtekt til pbl. § 107 vedtatt av bystyret 06.10.1993 og stadfestet av (daværende) Kommunal- og arbeidsdepartementet 17.11.1994 oppheves. Det vises til punkt. 9.2 om at skilt- og reklameinnretninger som allerede er godkjent etter denne vedtekten fortsatt vil være lovlige.

Bygningsrådet vedtok 16.04.1991 sak 108/91 retningslinjer om reklameskilt og lignende innretninger. Da vedtekt til § 107 ble stadfestet av departementet i 1994 ble ikke retningslinjene opphevet. Retningslinjene er i dag lite i bruk. Forslaget til nye retningslinjer med hjemmel i § 74 nr. 2 dekker godt tidligere retningslinjer og det anbefales derfor som nytt punkt 10.2 i forskriften at gjeldende retningslinjer fra 1991 oppheves.

Byrådet er gjort kjent med at Kommunal- og regionaldepartementet har uttalt at hovedregelen må være at tillatelser til skilt- og reklameinnretninger gis på permanent basis, men at det etter en konkret vurdering kan gis midlertidige tillatelser i konkrete saker eller for bestemte typer innretninger. Byrådet tar denne uttalelsen til etterretning og slutter seg til at vedtekten endres tilsvarende.

Byrådet nevner for ordens skyld at det er Plan- og bygningsetaten som vil håndheve regelverket som første instans. Oppfølging av reglene vil følge de alminnelige bestemmelser i plan- og bygningsloven.

Som trykt vedlegg 4 følger merknader fra byutviklingskomiteens behandling i møte 15.06.2005, sak 159, av "Vakker by". Som trykt vedlegg 5 følger brev fra Plan- og bygningsetaten av 30.06.2006 hvor det bl.a. gis kommentarer til komiteens merknader.

### *Vedtakskompetanse*

Saken gjelder forslag til retningslinjer etter plan- og bygningslovens § 74 nr. 2 og vedtekt etter § 107. Etter § 4 skal vedtekt etter loven gis av kommunestyret selv. Etter § 74 nr. 2 annet ledd kan kommunen utarbeide retningslinjer for estetisk utforming av tiltak etter loven. Kommunens myndighet til å gi slike retningslinjer er delegert til Plan- og bygningsetaten, men siden det i denne saken foreslås at retningslinjene og vedtekten skal være likelydende og vedtas som ett vedtaks punkt, må vedtaket fattes av bystyret.

Byrådet innstiller til bystyret å treffe følgende vedtak:

1. Bystyret vedtar med hjemmel i plan- og bygningslovens §§ 3 og 4 følgende vedtekt med retningslinjer om skilt og reklame i Oslo etter lovens §§ 74 nr. 2 og 107:

## **VEDTEKT/FORSKRIFT MED RETNINGSLINJER OM SKILT- OG REKLAME I OSLO ETTER PLAN- OG BYGNINGSLOVENS §§ 74 NR. 2 OG 107**

### **1 Formål**

Forskriften/retningslinjene, som er juridisk bindende etter plan- og bygningslovens §§ 3 og 4 om vedtekt, jf. forvaltningslovens § 2 og kapittel VII om forskrifter, har som formål å sikre en estetisk god utforming av skilt og reklame i de felles omgivelsene og offentlige rom i Oslo.

### **2 Retningslinjenes virkeområde**

De generelle retningslinjene gjelder for Oslos byggesone. I tillegg gjelder områdespesifikke retningslinjer innenfor de respektive områdene angitt på kart datert 18.04.2006.

Kommune(del-)planer og reguleringsplaner som vedtas senere enn disse retningslinjene og har egne bestemmelser om skilt og reklame, vil ved motstrid gå foran disse retningslinjene.

### **3 Generelt**

Med *skilt* menes henvisnings-, informasjons- og virksomhetsskilt som ikke inneholder reklamebudskap, herunder også historiske informasjonsskilt oppsatt av Oslo Bys Vel. Skiltets viktigste funksjon er å informere om en virksomhets lokalisering og type og plasseres i tilknytning til virksomheten. Skilt tillates i alle områdetyper.

Med *reklame* menes installasjoner/innretninger som markedsfører ulike produkter og virksomheter.

Retningslinjene er bygget opp med generelle retningslinjer for skilt- og reklametiltak. Planområdet, vist på tilhørende kart datert 18.04.2006, er delt opp i 5 ulike reklameområder. Det er gitt retningslinjer for hvert reklameområde, slik at spesielle hensyn som kun gjelder innenfor ett område er ivaretatt. Reklame tillates i ulik grad innenfor reklameområdene XS (sårbare områder), S (boligdominerte områder), M (blandede områder), L (næringsdominerte områder) og XL (områder med høy nærings- og publikumsaktivitet), se kart og områdevis retningslinjer.

### **4 Skilt- og reklametyper**

I retningslinjene skilles mellom:

*Varig skilt og reklame:* Skilt- og reklameinnretninger som krever tillatelse etter plan- og bygningsloven.

*Temporær skilt- og reklame:* Skilt- og reklameinnretninger som krever tillatelse etter plan- og bygningsloven og som skal være i bruk maks. tre uker og ikke gjentar seg. I tillegg inngår begrenset reklame på stillasseil i den aktuelle byggeperioden (dvs. mer enn tre uker).

Begrepet temporær refererer seg til selve tidsaspektet ved tiltaket. Ved skilt- og reklameinnretninger som er temporære, men settes opp regelmessig, defineres disse som varige.

Med skilt- og reklametyper menes blant annet:

- Virksomhetsskilt, informasjonsskilt, henvisningsskilt og oppslagstavler.
- Fasadeskilt, horisontale og vertikale uthengskilt, frittstående skilt, foliering av vindusflater, markiser og annen avskjerming med virksomhetens navn og eventuelle logo i front, gavlskilt, takskilt, skilt på leskur.
- Fasadereklame, horisontal og vertikal uthengsreklame, malt gavltreklame, gavltreklame som tavler/boards, takreklame, bevegelig reklame, reklame på leskur og bysykkelstativer.
- Reklame på horisontale og vertikale bannere, begrenset reklame på stillasseil.

## 5 Reklameområder

Følgende områdetyper inngår i retningslinjene:

### Reklameområde XS (sårbare områder):

Områder med lavt næringsaktivitetsnivå, høy sårbarhet, prioritering av fellesskapsaktiviteter og estetisk ro. Reklameområde XS skal ikke ha reklame, bortsett fra det som tillates i retningslinjenes pkt. 7.1.

### Reklameområde S (boligdominerte områder):

Områder med lavt til middels næringsaktivitetsnivå hvor boligfunksjonen dominerer. I reklameområde S skal stedlige virksomheter kunne eksponere seg med skilt og mindre reklame uten vesentlig å sjenere boligfunksjonen. Med reklame for stedlig virksomhet menes reklame som gjelder den virksomhet som finner sted i den bygningen/eiendom hvor reklamen plasseres. Det vises til retningslinjenes pkt. 7.2.

### Reklameområde M (områder med blandede funksjoner):

Områder med middels til høyt næringsaktivitetsnivå med mer begrenset andel boliger. I reklameområde M skal skilt og reklame speile områdenes dynamiske karakter, jf. retningslinjenes pkt. 7.3.

### Reklameområde L (næringsdominerte områder):

Områder med høyt næringsaktivitetsnivå inkludert næringsområder med estetisk og historisk betydning, samt arenaer for idrett og rekreasjonsaktiviteter. I reklameområde L skal næringsvirksomheter kunne eksponeres tydelig, jf. retningslinjenes pkt. 7.4.

### Reklameområde XL (områder med høy nærings- og publikumsaktivitet):

Områder med meget høyt nærings- og publikumsaktivitetsnivå. I reklameområde XL tillates definerte typer skilt- og reklameinnretninger forutsatt at de kan innpasses i området bygningsmiljø og karakter, jf. retningslinjenes pkt. 7.6.

## 6 Generelle retningslinjer

- 6.1 Oppslagstavler tillates innenfor planens virkeområde.
- 6.2 Historiske informasjonsskilt, etter opplegg fra Oslo Bys Vel, tillates oppsatt.

### Lokalisering

- 6.3 Skilt og reklame skal ikke hindre tilgjengelighet for alle, trafikksikkerhet og viktige siktakser inn og ut av parker, byrom og gater. De skal heller ikke virke vesentlig sjenere for boligene. Leskur og bysykkelstativer med reklame, som er knyttet til offentlighetens bruk av gater og byrom, tillates. Leskur tillates langs gater/byrom med kollektivtrafikk. Bysykkelstativer med reklame tillates i henhold til retningslinjene for de ulike delområdene.
- 6.4 Leskur og bysykkelstativer med reklame skal i utgangspunktet lokaliseres slik at fri fortausbredde på 2,0 m opprettholdes.

**Plassering**

- 6.5 For hver eiendom tillates bare ett fasadeskilt og ett uthengskilt pr. virksomhet pr. fasade. For fasader lengre enn 30 m tillates to fasadeskilt og to uthengskilt pr. virksomhet pr. fasade.
- 6.6 Skilt og reklame som uthengskilt og bannere må ha fri høyde minimum 2,5 m over gategrunn.
- 6.7 Horisontale uthengskilt tillates kun plassert på første etasje. Uthengskilt skal plasseres min 1,0 m fra hushjørne, og på en måte som ikke kommer i konflikt med eller dekker for andre uthengskilt, gatenavnskilt og trafikkskilt.
- 6.8 For gater som er smalere enn 15 m skal reklamen på leskur og bysykkelstativer plasseres i gatens lengderetning.
- 6.9 På bygninger med fasadeflater planlagt for skilting og reklame skal disse benyttes.
- 6.10 Frittstående virksomhets- og henvisningsskilt skal plasseres i nærheten av virksomhetens inngangsdør eller atkomst.
- 6.11 Ved fjerning av skilt og reklame skal også stativ/festeanordninger fjernes.
- 6.12 For nybygg der skilting/reklame er aktuelt skal det utarbeides en samlet skilt- og reklameplan for det enkelte bygg som skal godkjennes av kommunen.

**Utforming**

- 6.13 Skilt- og reklameinnretninger skal ta hensyn til og underordne seg områdets karakter og byrommets/byggets dimensjoner og bygningens egenart med hensyn til fasadedetaljering og material- og fargebruk.
- 6.14 Arkitektoniske detaljer på fasade som gesimser, søyler, pilastrer og andre karakteristiske fasadeelementer skal holdes fri for skilt og reklame, og det skal sikres avstand til slike elementer. Skilt- og reklameinnretninger skal i størst mulig grad videreføre og forsterke dominerende rytme og linjer i byggenes fasader.
- 6.15 Skilt- og reklameinnretninger skal ta hensyn til hverandre i plassering og størrelse ved at de gis en likeverdig utforming. Skilt, logoer og reklame på fasadeflater planlagt for skilting skal ha samme dimensjonering. Der det brukes plateskilt skal platene ha farger som underordner seg byggets farger.
- 6.16 Skilt og reklame skal utformes med lesbar tekst i størrelse og material- og fargebruk som tar hensyn til byggets arkitektur og omgivelsenes karakter.
- 6.17 Skilt og reklame som horisontale uthengskilt skal ha maks høyde tilsvarende bygningens etasjeskille, dog begrenset oppad til 1,0 m og skal stikke maks. 1,0 m ut fra veggen inkl. innfesting.
- 6.18 Skilt og reklame som vertikale uthengskilt/bannere skal begrenses i antall, jf. pkt. 6.5. Bredden på vertikale uthengskilt /bannere som står ut fra veggen skal begrenses til 0,7 m inkl. innfesting.
- 6.19 Skilt og reklame på gesims eller tak skal ikke ha bakplate, men fremstå som en transparent innretning.

- 6.20 Markiser og annen avskjerming med skilting skal ta hensyn til bygningens arkitektur. Markiser kan ha virksomhetens logo og/eller navn på markisens forkant. Utførelsen skal ta hensyn til byggets form og farge. Det tillates ikke reklame på markiser og annen avskjerming.
- 6.21 Foliering på vindusflater kan maks. dekke 1/3 av vindusflaten. Plakater og lignende like innenfor vindusflaten vurderes på samme måte som foliering.
- 6.22 Skilt og reklame på gavlvegg kan også utformes som veggmaleri eller tavler/boards, med mindre noe annet er angitt i retningslinjene for de ulike områdetypene.
- 6.23 Temporær reklame skal utformes i lett materiale (duk) og innfestes slik at blafring unngås.

### **Belysning**

- 6.24 Belysning av skilt og reklame tillates i XS og S-områder, jf. også de områdevise retningslinjene. I øvrige områder tillates også lysskilt.
- 6.25 Enkeltbygningers fasader eller sammenhengende fasaderekke skal ha en ensartet belysning.
- 6.26 Lyssettingen skal ikke blende eller være urimelig sjenerende for trafikanter eller beboere. Tilsvarende gjelder for skilt og reklame med blinkende lys.
- 6.27 Frittstående skilt kan være belyst i XS og S-områder. I øvrige områder tillates også lysskilt med tett frontplate og lysende tekst.
- 6.28 I leskur tillates lys. For øvrig vises til de områdevise retningslinjene.

## **7 Områdevise retningslinjer**

### **7.1 Reklameområde XS (sårbare områder)**

#### **7.1.1 Tillatt varig skilt og reklame:**

Fasadeskilt som henvisnings- og virksomhetsskilt.

Frittstående henvisningsskilt til områdets virksomheter.

Skilt og reklame på leskur og bysykkelstativer i områdenes randsoner, dersom ikke andre muligheter finnes. Med randsoner menes fortrinnsvis fortausarealer på motsatt side av gateløpet i forhold til XS-området.

#### **7.1.2 Tillatt temporær skilt- og reklame:**

Temporær annonsering av kultur- og idrettsarrangementer som horisontale og vertikale bannere.

#### **7.1.3 Lokalisering:**

Det vises til generelle bestemmelser, pkt. 6.3 og 6.4.

#### **7.1.4 Plassering:**

Innretningens høyde og plassering skal underordnes vegetasjonens og byrommets høyde.

#### **7.1.5 Utforming:**

Det vises til generelle bestemmelser, pkt. 6.13 - 6.23.

#### 7.1.6 *Belysning:*

Belysning av tiltaket kan tillates.

### 7.2 **Reklameområde S (boligdominerte områder)**

#### 7.2.1 *Tillatt varig skilt og reklame:*

Fasadeskilt/-reklame

Horisontale uthengskilt

Foliering på egne vindusflater for stedlig virksomhet

Malt gavltreklame uten belysning

Skilt og reklame på leskur og bysykkelstativer

Frittstående skilt til områdets virksomheter

Markiser og annen avskjerming med virksomhetens navn og logo i front

#### 7.2.2 *Tillatt temporær skilt og reklame:*

Temporær annonsering av kultur- og idrettsarrangementer som horisontale og vertikale bannere.

#### 7.2.3 *Lokalisering:*

Skilt og reklame skal lokaliseres slik at de ikke vesentlig forringer ut- og innsyn fra boligene. Ved lokalisering av leskur for kollektivtrafikk med reklame skal bofunksjon og fremkommelighet hensyntas.

#### 7.2.4 *Plassering:*

Virksomhetsskilt og mindre reklame (jf. pkt. 7.2.5) for stedlig virksomhet tillates kun på fasaden i første etasje på den enkelte virksomhets lokaler.

#### 7.2.5 *Utforming:*

Skilt og reklame på fasader og gavler skal ha en enkel utforming hvor områdets og byggets arkitektur dominerer. Skilt og reklame tillates som foliering på vindusflate. Med mindre reklame menes maks 1,0 m<sup>2</sup> pr. virksomhet pr. fasade.

#### 7.2.6 *Belysning:*

Belysning av skilt og reklame kan tillates.

### 7.3 **Reklameområde M (områder med blandete funksjoner)**

#### 7.3.1 *Tillatt varig skilt og reklame:*

Fasadeskilt/-reklame

Horisontale uthengskilt/-reklame

Vertikale uthengskilt dersom virksomheter drives i flere etasjer

Foliering på egne vindusflater

Gavlskilt

Malt gavltreklame

Gavltreklame som tavler/boards

Takskilt/-reklame der det er tradisjon for det

Skilt og reklame på leskur og bysykkelstativer

Frittstående skilt

Markiser og annen avskjerming med virksomhetens navn og logo i front

#### 7.3.2 *Tillatt temporær reklame:*

Begrenset reklame på stillasseil i byggeperioden forutsatt at seilet dekker berørte fasader og viser illustrasjon av ferdig bygg.

Horisontale og vertikale bannere som annonserer for idretts- og kulturarrangementer eller reklamekampanjer.

### 7.3.3 *Lokalisering:*

Skilt og reklame skal lokaliseres slik at siktakser og tilgjengelighet for alle i forhold til viktige publikumsrettede, allmennyttige eller offentlige funksjoner sikres.

### 7.3.4 *Plassering:*

Fasadeskilt og vertikale uthengskilt over flere etasjer tillates dersom estetiske forhold på bygningen tilsier det, eller det lages en helhetlig skiltplan for fasaden. Horisontalt uthengsreklame og fasadereklame tillates i 1. etasje. Hovedfasader på hovedbygninger med offentlig/allmennyttige funksjon skal være reklamefrie.

### 7.3.5 *Utforming:*

Fasadereklame begrenset oppad til 1,0 m<sup>2</sup> pr. virksomhet pr. fasade tillates. Gavlskilt tillates opp til 1/5 av gavlens størrelse, begrenset oppad til en skiltflate på maks. 12 m<sup>2</sup>. Gavltreklame som tavler/boards tillates opp til 1/5 av gavlens størrelse, begrenset oppad til en reklameflate på maks. 12 m<sup>2</sup> oppdelt i minst to selvstendige reklameflater. Kommunen kan tillate malt gavltreklame utover disse størrelsene. Reklame på stillasseil tillates til maks. 1/5 av stillasseilets flate, begrenset oppad til 10 m<sup>2</sup> forutsatt at illustrasjon av ferdig bygg vises på resten av stillasseilet.

### 7.3.6 *Belysning:*

Belyst skilt og reklame og lysskilt eller reklame med tett frontplate og lysende tekst tillates. Malt gavlskilt/-reklame kan belyses.

## 7.4 **Reklameområde L (næringsdominerte områder)**

### 7.4.1 *Tillatt varig skilt og reklame:*

Fasadeskilt/-reklame  
 Horisontale uthengskilt/-reklame  
 Vertikale uthengskilt/-reklame  
 Foliering på vindusflater  
 Gavlskilt  
 Malt gavltreklame  
 Gavltreklame som tavler/boards  
 Takskilt/ -reklame  
 Skilt og reklame på leskur og bysykkelstativer  
 Frittstående skilt  
 Markiser og annen avskjerming med virksomhetens navn og logo i front

### 7.4.2 *Tillatt temporær reklame:*

Begrenset reklame på stillasseil i byggeperioden forutsatt at seilet dekker berørte fasader og viser illustrasjon av ferdig bygg.  
 Horisontale og vertikale bannere som annonserer for idretts- og kulturarrangementer eller reklamekampanjer.

### 7.4.3 *Lokalisering:*

Skilt og reklame skal lokaliseres slik at siktakser og tilgjengelighet for alle i forhold til viktige publikumsrettede, allmennyttige eller offentlige funksjoner sikres.

#### 7.4.4 *Plassering:*

Det tillates skilt og reklame over flere etasjer dersom estetiske forhold på bygningen tilsier det. Kommunen kan kreve at det lages en helhetlig skilt- og reklameplan for byggets fasade.

Lysskilt tillates ikke plassert i vindusåpninger. Hovedfasader på hovedbygninger med offentlig eller allmenntilgjengelig funksjon skal være reklamefrie. Reklame på idrettsanlegg skal være orientert innover i anlegget.

#### 7.4.5 *Utforming:*

Gavlskilt tillates opp til 1/5 av gavlens størrelse, begrenset oppad til en skiltflate på maks 24 m<sup>2</sup>. Gavltreklame som tavler/boards tillates opp til 1/5 av gavlens størrelse, begrenset oppad til reklameflate maks 24 m<sup>2</sup> oppdelt i minst fire selvstendige reklameflater. Kommunen kan tillate malt gavltreklame utover disse størrelsene. Reklame på stillasseil tillates til maks. 1/5 av stillasseilets flate, begrenset oppad til 15 m<sup>2</sup> forutsatt at illustrasjon av ferdig bygg vises på resten av stillasseilet.

#### 7.4.6 *Belysning:*

Tavler/boards og vertikale bannere tillates med belysning. Fasadeskilt/-reklame tillates som lysskilt. Horisontale og vertikale uthengskilt/-reklame tillates også som lysskilt med tett frontplate og lysende tekst.

### 7.5 **Egne bestemmelser for Karl Johans gate og Stortingsgata**

7.5.1 Alle virksomhetsskilt skal som hovedregel plasseres på 1. etasje. Der virksomheter ligger i 2. etasje kan unntak fra dette punktet vurderes i hvert enkelt tilfelle, men da med virksomhetsskilt på vindusflate, ikke på vegg.

7.5.2 Reklame på tak (gesims- og takreklame) tillates som hovedregel ikke, med mindre det er historisk tradisjon for det. Ved utskifting av eksisterende takreklame skal omfanget ikke økes og skal være en transparent innretning. Ved fjerning av reklame, skal også stativ/festeanordninger fjernes.

7.5.3 Bannerstruktur på vestre del av Karl Johans gate mellom Egertorget og Slottsparken, kan videreføres på Karl Johans gate østre del mellom Egertorget og Jernbanetorget på fasade eller lysrekker langs gaten. Rytme for banneroppheng på fasaden og lykterekke skal tilpasses hverandre. Bannere kan brukes i hele gatens lengde i forbindelse med idretts- og kulturarrangementer av temporær karakter og ved nasjonale begivenheter.

7.5.4 Virksomhetsskilt i Karl Johans gate festes på og langs bebyggelsens bjelkeband og midtstilles over butikkvinduene.

7.5.5 Virksomhetsskilt frifestes til bjelken som frittstående bokstaver, enten ubelyst eller innvendig belyst, ikke som lysskilt eller plateskilt.

7.5.6 Virksomhetsskilt innenfor virksomhetens vindus- og dørfelt, enten på glasset som foliering, eller innvendig som en del av utstillingen, tilpasses rammefeltets størrelse og gårdens generelle fargesetting. Retningslinjenes generelle krav til utforming gjelder for slik skilting.

7.5.7 Ytterligere virksomhetsskilt eller skrift på markiser skrives på frontflipp, ikke på topp og side.

- 7.5.8 Baldakiner og markiser skal felles inn i rammeåpningen uten at pilarer og bjelker tildekkes.
- 7.5.9 Markiser og baldakiner fargesettes i samsvar med fargene på det aktuelle bygget, primært i dempede farger, ikke signalfarger.

## **7.6 Reklameområde XL (områder med høy nærings- og publikumsaktivitet)**

### *7.6.1 Tillatt varig skilt og reklame:*

Fasadeskilt/-reklame  
 Horisontale uthengskilt/-reklame  
 Vertikale uthengskilt/-reklame  
 Foliering av vindusflater  
 Gavlskilt  
 Malt gavltreklame  
 Gavltreklame som tavler/boards  
 Takskilt/-reklame.  
 Skilt og reklame på leskur og bysykkelstativer  
 Frittstående skilt  
 Markiser og annen avskjerming med virksomhetens navn og logo i front  
 Bevegelig reklame (storskjerm)

### *7.6.2 Tillatt temporær skilt og reklame:*

Begrenset reklame på stillasseil i byggeperioden forutsatt at seilet dekker berørte fasader og viser illustrasjon av ferdig bygg.  
 Horisontale og vertikale bannere som annonserer idretts- og kulturarrangementer eller reklamekampanjer.

### *7.6.3 Lokalisering:*

Skilt og reklame skal lokaliseres slik at viktige siktakser og tilgjengelighet for alle i forhold til viktige publikumsrettede, allmenntilgjengelige eller offentlige funksjoner ikke vanskeliggjøres.

### *7.6.4 Plassering:*

Det tillates reklame i 1. etasje og skilt i alle etasjer på bygningsfasade innenfor XL-området og på fasade, gavler og tak som vender inn mot XL-området. Nye reklameinnretninger tillates over 1. etasje eller på tak innenfor XL-området eller på tak som vender inn mot XL-området, forutsatt at det utarbeides en samlet skilt- og reklameplan for området for plassering og utforming av skilt og reklame.

### *7.6.5 Utforming:*

Takskilt/-reklame skal ikke ha bakplate, men fremstå som en transparent innretning. Gavlskilt tillates opp til 1/5 av gavlens størrelse, begrenset oppad til en skiltflate på maks. 24 m<sup>2</sup>. Gavltreklame på 1/5 av flaten, begrenset oppad til reklameflate maks. 24 m<sup>2</sup> oppdelt i minst fire selvstendige reklameflater. Reklame på stillasseil tillates til maks. 1/5 av stillasseilets flate, begrenset oppad til 20 m<sup>2</sup> forutsatt at illustrasjon av ferdig bygg vises på resten av stillasseilet.

### *7.6.6 Belysning:*

Lysskilt og belyst skilt/reklame tillates.

## **8 Dokumentasjon**

### **8.1 Søknad/melding skal inneholde:**

- Gode illustrasjoner og kart som viser bygningens beliggenhet og/eller byrommets utstrekning og gjeldende reguleringsmessige status.

- Plassering av skilt og reklame skal markeres på kart.
  - Illustrasjonen, ved fasadetegning eller fotomontasje, skal vise tiltakets plassering og utforming på en så stor del av bygningens fasade og byrommets utstrekning som er nødvendig for å vurdere tiltaket.
  - Et oversiktsbilde av omkringliggende bebyggelse hvis det er nødvendig for å vurdere tiltaket.
  - For øvrig kreves detaljbeskrivelser av skilt- og reklameinnretningene.
  - Søknader om lysskilt skal vise skiltets lyseffekt etter mørkets frambrudd.
- 8.2 Nabovarsel. Dersom søknaden gjelder omskilting, kan det også, etter en konkret vurdering i det enkelte tilfelle, fritas for krav til nabovarsling.
- 8.3 Søknader om enkle skiltinnretninger kan unntas krav om ansvar for prosjektering og utførelse, og plasseres i tiltaksklasse 1.
- 8.4 Der kommunen finner det nødvendig kan det kreves ytterligere dokumentasjon.
- 8.5 For skilt og reklame i 1. etasje, eller for tiltak som er uomtvistelig enkle, kan kommunen forenkle kravene til dokumentasjonen.

### **9 Kunngjøring/ikrafttreden og overgangsordning**

- 9.1 Forskriften trer i kraft straks ved kunngjøring i Norsk Lovtidend.
- 9.2 Skilt- og reklameinnretninger som er godkjent etter tidligere vedtekt vil fortsatt være lovlige. De nye reglene skal gjelde for innretninger som ikke er godkjent på det tidspunkt forskriften er trådt i kraft.

### **10 Opphevelse av eksisterende regler**

- 10.1 Eksisterende vedtekt til plan- og bygningsloven § 107 første ledd vedtatt av bystyret 06.10.1993 og stadfestet av (daværende) Kommunal- og arbeidsdepartementet 17.11.1994 oppheves, jf. dog punkt 9.2 over.
- 10.2 Gjeldende retningslinjer for oppsetting av frittstående reklameskilt eller lignende innretninger i Oslo, vedtatt av bygningsrådet 16.04.1991, sak 108, oppheves.

2. Bystyret gir sin tilslutning til de målsettinger som fremgår av skilt- og reklameplanen for Oslo (trykt vedlegg 2 på side 4) med følgende endring:


- Delmål punkt e) femte prikkpunkt skal lyde:  
”Skilt og reklame skal utformes og plasseres slik at de ikke er til hinder for byens brukere (universell utforming) og tar hensyn til trafikksikkerheten.”

3. Arbeidet med skilt og reklame videreføres på følgende måte:

- Målsettinger som fremgår av denne saken med byrådets bemerkninger, legges til grunn for både etater og andre virksomheters arbeid.
- Etater og andre kommunale virksomheter som har ansvar i forhold til skilt og reklame utarbeider rutiner og retningslinjer for eget arbeid i samsvar med vedtatt skilt- og reklameplan.
- Det gjennomføres en vurdering av hvordan behovet for oppslagstavler administrativt, økonomisk og driftsmessig kan ivaretas.
- Nulltoleransekampanjen videreføres og utvides til nye områder i første omgang i XS-, S- og M-områdene.
- Det utarbeides en veileder til retningslinjene der det legges vekt på at veilederen skal føre til enklere saksbehandling

- For øvrig følges planen opp i samsvar med det som er foreslått i selve plandokumentet.

Byrådet, den 15.05.2007

  
Erling Læ

  
Merete Agerbak-Jensen

Trykte vedlegg:

1. Saksfremstilling fra Plan- og bygningsetaten datert 30.06.2006
2. Skilt- og reklameplan for Oslo med vedtekt og retningslinjer samt kart datert 18.04.2006
3. Liste over og sammendrag av bemerkninger ved offentlig ettersyn
4. Bystyresak 315/2005 ("Vakker By"); merknader ved byutviklingskomiteens behandling 15.06.2005 sak 159
5. Plan- og bygningsetatens brev av 30.06.2006 med bemerkninger til "Vakker by"
6. Brev fra Kommunal- og regionaldepartementet datert 31.05.2006.

Utrykte vedlegg:

1. Bemerkninger ved offentlig ettersyn
2. Innspill i planprosessen – referansegruppe
3. Høringsbrev fra Plan- og bygningsetaten datert 02.03.2006 og 09.03.2006
4. Kart