

**Sak 132 Skilt- og reklameplan for Oslo - Vedtekt/forskrift med retningslinjer -
Byrådssak 85 av 15.05.2007**

Sendt til bystyret

Byutviklingskomiteen har behandlet saken i møtet 03.06.2009 sak 132

Følgende representanter deltok under behandlingen av saken:

Ola Elvestuen (V), Bjørn Arvid Lundberg (A), Håkon Haugli (A), Ingrid Eide (A), Hermann Alexander Kopp (H), Toril Fiskerstrand (H), Ola Kvisgaard (H), Trine Skarvang (F), Jan Erling Tank-Nielsen (F), Trine Dønhaug (SV), Idar Peder Eliassen (A), Aslak Aslaksen (H), Andreas Behring (SV)

Habilitetsvurdering Ivar Glomstein (H) fra 10.06.2008, sak 126:

Ivar Glomstein (H) er rådgiver i Oslo idrettskrets og har vært kretsens saksbehandler i saken. Dette må anses som et særegent forhold etter forvaltningslovens § 6, 2. ledd og komiteen anså Ivar Glomstein som inhabil til å delta i komiteens og bystyrets behandling av saken.

Dokumenter innkommet:

- E-post av 21.05.2007 fra Aksjon stans!no - Oslos Reklameplan: stans!no krever 13 endringer (07/01027-3).
- E-post av 26.05.2007 fra Anne-Marie Egeland - Det offentlige rom - Musikk som reklame (07/01027-4).
- Dokumentasjon av 02.07.2007 fra Stans!no - Skilt- og reklameplan for Oslo - Vedtekt/forskrift med retningslinjer - Innspill vedrørende skilt- og reklameplan for Oslo (07/01027-25).
- Brev av 05.04.2007 fra Oslo sporveier AS - Skilt- og reklameplan for Oslo - Vedtekt/forskrift med retningslinjer - Innspill vedrørende skilt- og reklameplan for Oslo (07/01027-26).
- E-post av 02.07.2007 fra Skilt- og dekorforeningen - Skilt- og reklameplan for Oslo - Vedtekt/forskrift med retningslinjer - Forespørsel om å møte komiteen den 09.08.2007 (07/01027-27).
- Brev av 02.07.2007 fra Text-Let bildekor og skiltsystemer - Skilt- og reklameplan for Oslo - Vedtekt/forskrift med retningslinjer - Forespørsel om møte med Byutviklingskomiteen (07/01027-28).
- Brev av 02.07.2007 fra Stans!no - Innspill vedrørende Skilt- og reklameplan for Oslo (07/01027-29).
- 10.07.2007 fra Rådet for funksjonshemmede - Innspill vedrørende Skilt- og reklameplan for Oslo (07/01027-30).
- Brev av 07.07.2007 fra Oslo Byes Vel - Skilt og reklameplan for Oslo (07/01027-31).
- E-post av 13.07.2007 fra Rådet for funksjonshemmede - Skilt- og reklameplan for Oslo - Invitasjon til byutviklingskomiteens arbeidsgruppe 9. august 2007 (07/01027-32).

- E-post av 06.08.2007 fra Rådet for funksjonshemmede - Oversendelse av fjorårets høringsuttalelse til sak om skilt- og reklameplan (07/01027-33).
- Notat 133 /2007 av 13.08.2007 fra Merete Agerbak-Jensen - Skilt- og reklameplan for Oslo - Vedtekt/forskrift med retningslinjer - Byrådssak 85/2007 (07/01027-35).
- Brev av 04.04.2006 fra Rådet for funksjonshemmede - Kopi av brev til plan- og bygningsetaten - Skilt- og reklameplan for Oslo - Høringsuttalelse - Dokument mottatt i deputasjon 14082007 (07/01027-36).
- Brev av 07.04.2006 fra Norges Blindforbund - Kopi av brev til plan- og bygningsetaten - Høringsuttalelse skilt- og reklameplan for Oslo - Dokument mottatt i deputasjon 14082007 (07/01027-37).
- Brev av 09.08.2007 fra Skilt- og dekorforeningen - Skilt- og reklameplan for Oslo - Vedtekt/forskrift med retningslinjer - Dokument levert i deputasjon 09082007 (07/01027-38).
- Brev av 04.04.2006 fra Euro'sign AS - Høring av forslag til skilt- og reklameplan for Oslo kommune (07/01027-40).
- Notat 140/2007 av 18.08.2007 fra Merete Agerbak-Jensen - Skilt- og reklameplan for Oslo - Vedtekt/forskrift med retningslinjer - Plan- og bygningsetatens redegjørelse (07/01027-41).
- E-post av 23.08.2007 fra stans!no - Vedr. feilinformasjon om skilt- og reklameplan for Oslo - Vedtekt/forskrift med retningslinjer (07/01027-42).
- E-post av 04.12.2007 fra Eldar Skjørten - Innspill vedrørende reklametårn (07/01027-45).
- Brev av 28.03.2008 fra Oslo Idrettskrets - Enkelte problemstillinger knyttet til byrådssak 85/07 Skilt- og reklameplan Oslo -og idretten (07/01027-48).
- Notat 82/2008 av 08.04.2008 fra Merete Agerbak-Jensen - Skilt og reklameplan for Oslo (07/01027-49).
- Notat 115/2008 av 21.05.2008 fra Merete Agerbak-Jensen - Skilt- og reklameplan for Oslo (07/01027-51).
- Notat 140/2008 av 17.06.2008 fra Merete Agerbak-Jensen - Skilt- og reklameplan for Oslo - Byutviklingskomiteens behandling 10.06.2008 (07/01027-57).
- Notat 154/2008 av 10.07.2008 fra Merete Agerbak-Jensen - Skilt- og reklameplan for Oslo (07/01027-60).
- Notat 232/2008 av 03.12.2008 fra Merete Agerbak-Jensen - Skilt- og reklameplan for Oslo - Høring og kunngjøring av forslag (07/01027-63).
- 04.12.2008 fra Plan- og bygningsetaten - Forslag til skilt- og reklameplan for Oslo - Høring vedrørende forslag til endring av skilt- og reklameplan for Oslo (07/01027-64).
- Notat 78/2009 av 01.04.2009 fra Byråd for byutvikling Merete Agerbak-Jensen - Skilt og reklameplan for Oslo - Høring/kunngjøring av forslag (07/01027-65).

MERKNADER

Innledning

Byutviklingskomiteen hadde denne saken til behandling første gang i sitt møte 30.05.2007 sak 95. Det ble nedsatt en arbeidsgruppe med Hermann Kopp (H) som leder og med May Britt Christensen (A), Aktar Chaudhry (SV), Arve Lønnum (F) og Ola Elvestuen (V) som medlemmer. Akhtar Chaudry (SV) gikk ut av arbeidsgruppen og Andreas Behring (SV) gikk inn i hans sted. KrF og R (Rødt) som ikke har representanter i byutviklingskomiteen, har vært invitert til arbeidsgruppens møter og aktiviteter.

Arbeidsgruppen har hatt til sammen 6 møter (t.o.m. 30.08.2007), herunder har det avholdt møter med byråd for byutvikling, representanter fra fagetater og virksomheter, foreninger, organisasjoner og bedrifter samt en befaring til fots for å se på skilting og reklame langs Karl Johans gate.

I byutviklingskomiteens møte 24.10.2007, sak 193, ble det nedsatt en ny arbeidsgruppe etter kommunevalget. Arbeidsgruppen ledes fremdeles av Hermann Kopp (H) og med May Britt Christensen (A), Jenni Pettersen (F), Aktar Chaudhry (SV) og Ola Elvestuen (V) som medlemmer. Fra og med mai 2008 er Jenni Pettersen erstattet med Jan Tank-Nielsen (F). Fra og med november 2007 ble Akhtar Chaudhry (SV) erstattet med Andreas Behring (SV).

Denne arbeidsgruppen har hatt til sammen 17 møter (t.o.m. 29.05.2009). Det har vært møter med byråd for byutvikling, deputasjoner og avholdt en befaring med Plan- og bygningsetaten for å se på skilting og reklame på flere steder i byen i de ulike områdene som er beskrevet i planen.

Arbeidsgruppen har utarbeidet endringsforslag til planen. Forslagene har vært sendt ut på ny høring.

MERKNADER:

Komiteens flertall, medlemmene fra A, SV og V, understreker at det offentlige rom med gater, plasser og torg er byens viktigste demokratiske arenaer. Selv om reklame er en naturlig del av byens urbane uttrykk er det likevel avgjørende at reklame ikke får virke dominerende i det offentlige rom. Disse medlemmer mener at byrådsaken ikke i tilstrekkelig grad tar slike hensyn, og går inn for å gjøre endringer i planen for ytterligere å begrense reklame i det offentlige rom.

Disse medlemmer er uenig i byrådets forslag om å legge til rette for mer reklame rundt viktige knutepunkt som Jernbanetorget og Majorstuen. Disse medlemmer mener at nettopp fordi dette er viktige byrom med mye folk som passerer hver dag bør mengden reklame begrenses også her. Disse medlemmer foreslår derfor at bestemmelser for Reklameområde XL (områder med høy nærings- og publikumsaktivitet) tas ut av planen og at disse fire områdene legges inn under og får samme bestemmelser som Reklameområde L (næringsdominerte områder). Kartet må endres i samsvar med dette.

Disse medlemmer legger til grunn at all reklame er å anse som midlertidige installasjoner, og at det derfor ikke skal gis permanente tillatelser til reklame i Oslo. Disse medlemmer er sterkt kritisk til Plan- og bygningsetatens endrede praksis i 1997, hvor etaten på eget initiativ uten å legge dette frem for bystyret, endret praksis slik at det fra 1997 bare er gitt permanente tillatelser og ikke kun midlertidige og tidsbegrensede tillatelser i tråd med bestemmelsene i gjeldende forskrift. Disse medlemmer går inn for at det i de nye bestemmelsene ikke skal gis anledning til å gi permanente tillatelser til reklame i Oslo.

Komiteens mindretall, medlemmene fra SV og V, mener at reklame på gesims og tak ikke lenger bør tillates. Slik reklame er ofte dominerende i bybildet og tar mye oppmerksomhet vekk fra byggenes fasader. Det er fasadene som skal danne rammen for de offentlige rom, ikke ulik reklame på gesims eller tak. Disse medlemmer mener det skal gjøres unntak for takreklame som har kulturhistorisk verdi. Hvilken reklame dette gjelder må vurderes i et samarbeid med Byantikvaren.

Komiteens flertall, medlemmene fra A, SV og V, ønsker å begrense reklamen på utsiden av byens busser, trikker og t-banvogner. Disse medlemmer går derfor inn for en egen bestemmelse om at det ikke skal tillates heldekkende reklame på kollektivtrafikkens materiell.

Komiteens mindretall, medlemmene fra H og F, støtter ikke A, SV og Vs initiativ for å fjerne byens takreklamer. Takreklame ved Jernbanetorget, Majorstuen, Carl Berners plass,

Stortingsgaten og Karl Johans gate er en del av byens pulserende liv og er med på å gi bysamfunnet sin egenart. I støyen av andre budskap som sloss om vår oppmerksomhet blir selve budskapet reklamens viktigste ingrediens. Neonrør og lysreklame ble utviklet med basis i en oppfinnelse fra 1898, og bør fortsatt ha sin naturlige plass i bybildet.

Komiteens flertall, medlemmene fra A, SV og V, viser til at det er satt opp en rekke reklameinstallasjoner og gitt mange tillatelser i strid med den eksisterende vedtekten for skilt- og reklame. Disse medlemmer mener ikke det skal gis amnesti til slike innretninger slik byrådet foreslår.

Disse medlemmer mener den nye planen med tilhørende forskrift skal gjøres gjeldende i så stor utstrekning som mulig for eksisterende installasjoner og tillatelser. Disse medlemmer ber derfor byrådet komme tilbake med en sak om hvordan ny forskrift kan gjøres gjeldende for eksisterende installasjoner. Disse medlemmer ber byrådet foreta en kartlegging av reklameinstallasjoner som er i strid med ny plan og forskrift.

Disse medlemmer anser det som uheldig at det i sin tid ble gitt tillatelse til reklame på nedstigningstårn i Oslo. Tillatelsen gir ingen fordeler for fellesskapet. Den har kun ført til etableringen av dominerende reklameinstallasjoner i byens offentlige rom. Disse medlemmer understreker at i det som har vært en langvarig konflikt har det hele tiden vært et flertall i bystyret mot slike reklametårn.

Disse medlemmer viser til bystyrets vedtak i møte 26.10.2005 som ber byrådet fortsette dialogen med Hafslund med formål å få fjernet reklamen på nedstigningstårnene samt redusere høyden på tårnene til et minimum i forhold til nødvendig bruk. Disse medlemmer understreker at vedtaket ikke er oppfylt av byrådet, og ber byrådet intensivere arbeidet med å komme frem til en enighet med Hafslund for endelig å få fjernet reklametårnene.

Endrings/tilleggsforslag til byrådets saksfremstilling (avsnitt om ”Skilt og reklame – Hovedutfordringer og målsettinger):

Forslagsstillere:

Bjørn Lundberg på vegne av A, Hermann Kopp på vegne av H, Jan Tank-Nielsen på vegne av F, Andreas Behring på vegne av SV og Ola Elvestuen på vegne av V.

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.

A, SV og V endringsforslag (nr. 1) til 3 avsnitt:

Oslo skal være en levedyktig by der skilt og reklame underordnes byens estetiske uttrykk. Byen skal i liten grad være preget av reklame. Byens gater- og torgs rolle som demokratisk arena skal prioriteres. Tilgjengelighet for alle 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.

A, SV og V endringsforslag (nr. 2): Byens brukere og innbyggere har behov for uteoppholdsarealer, avskjerming av boliger, ro, lek og rekreasjon. Dette skal overordnes behovene tilknyttet markedsaktørene

- 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

Endringsforslag (nr. 3) fra H og F: Siste setning strykes (reklame på transportmidler og biler skal ikke tillates).

A, SV og V endringsforslag (nr. 4) siste setning: Heldekkende reklame tillates ikke på kollektive transportmidler

- 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.

SVs endringsforslag (nr. 5): Temporære installasjoner, i svært begrenset omfang, kan tillates dersom det er en viktig del av kultur-, idretts- og demokratiarrangementer.

- 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.

SV og V endringsforslag (nr. 6): Byens parker, grøntområder, marka, fjorden og elvene skal skjermes for reklame og skal være steder hvor en 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) og tar hensyn til trafikksikkerheten.
- Det skal gis rom for offentlige etater og frivillige organisasjoners legitime behov for å informere om sine virksomheter.

SVs tilleggsforslag (nr. 7): Dette behovet prioriteres foran kommersielle aktørers behov

- Innholdet i reklame i det offentlige rom skal ikke virke støtende i forhold til kjønn, alder, religion og etnisk tilhørighet.

Komiteens tilleggsforslag (nr. 8): Innholdet i reklame i det offentlige rom skal ikke virke støtende i forhold til kjønn, seksuell legning, alder, religion og etnisk tilhørighet.

- Tydelige retningslinjer skal angi hvordan skilt og reklame skal ta hensyn til historiske, arkitektoniske samt biologiske verdier.
- 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.
- Komiteens tilleggsforslag (nr. 9): Oslo skal være en by det er lett å finne frem i. Skilt skal bidra til at besøkende enklere kan finne frem i byen.***
- A, SV og V tilleggsforslag (nr. 10): Oslos offentlige rom skal være fri for påtrengende reklame i form av bevegelige bilder og sjenerende lyd.***
- SV tilleggsforslag (nr. 11): Bydelsdemokratiets ønsker og prioriteringer skal tillegges stor vekt innenfor rammene av denne planen. Det skal utarbeides lokale bydelsvise retningslinjer som utfyller planen.***

Byrådets innstilling – Endrings/tilleggsforslag til vedtekt/forskrift med retningslinjer om skilt- og reklame i Oslo etter Plan- og bygningslovens §§ 74 nr. 2 og 107

1 Formål

Byrådets innstilling:

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.

A, SV og V endringsforslag (nr. 12):

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 begrense skilt og reklame sin dominans i det offentlige rom, samt sikre en estetisk god utforming av skilt og reklame i de felles omgivelsene og offentlige rom i Oslo.***

2 Retningslinjens virkeområde

Byrådets innstilling:

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.

A, H, SV og V endringsforslag (nr. 13) til pkt 2:

De generelle retningslinjene gjelder for Oslos byggesone. I tillegg gjelder områdespesifikke retningslinjer innenfor de respektive områdene angitt på kart datert **29.09.2008**.

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.

SV endringsforslag (nr. 14) til første ledd andre punktum:

De generelle retningslinjene gjelder for Oslos byggesone. I tillegg gjelder områdespesifikke retningslinjer innenfor de respektive områdene, **samt utfyllende retningslinjer vedtatt av det enkelte bydelsutvalg selv.**

3 Generelt

Byrådets innstilling:

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.

A, H, SV og Vs endringsforslag (nr. 15) til pkt. 3 tredje ledd

Retningslinjene er bygget opp med generelle retningslinjer for skilt- og reklametiltak. Planområdet, vist på tilhørende kart datert **29.09.2008**, er delt opp i 4 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) og L (næringsdominerte områder), se kart og områdevis retningslinjer. **(XL områder med høy nærings- og publikumsaktivitet strykes)**

4 Skilt- og reklametyper

Byrådets innstilling:

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.

Komiteens endringsforslag (nr. 16):

Tillatelser til oppsetting av skilt- og reklame skal som hovedregel gis inntil videre, men kan også gis for et bestemt tidsrom. Hvis tillatelsen gis for et bestemt tidsrom, skal dette begrunnes særskilt.

5 Reklameområder

Byrådets innstilling:

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 områdets bygningsmiljø og karakter, jf. retningslinjenes pkt. 7.6.

A, H, SV og V alternative forslag (nr. 17):

Reklameområde XL – utgår.

SV endringsforslag (nr. 18) til reklameområde S (boligdominerte områder):

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 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.”

6 Generelle retningslinjer

Byrådets innstilling:

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 sjenerende 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.

SV endringsforslag (nr. 19) til pkt 6.3:

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 sjenerende 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.

Byrådets innstilling:

6.4 Leskur og bysykkelstativer med reklame skal i utgangspunktet lokaliseres slik at fri fortausbredde på 2,0 m opprettholdes.

A og SV endringsforslag (nr. 20) til pkt 6.4:

6.4 Leskur og bysykkelstativer med reklame skal lokaliseres slik at fri fortausbredde på 2 meter opprettholdes

Byrådets innstilling:

6.9 På bygninger med fasadeflater planlagt for skilting og reklame skal disse benyttes.

Komiteens endringsforslag (nr. 21) til pkt 6.9:

6.9 På bygninger med fasadeflater planlagt for skilting og reklame **er det disse som skal benyttes hvis tillatelse gis**

Byrådets innstilling:

6.19 Skilt og reklame på gesims eller tak skal ikke ha bakplate, men fremstå som en transparent innretning.

SV endringsforslag (nr. 22) til pkt. 6.19:

6.19 Skilt og reklame på gesims eller tak tillates ikke. Det kan gjøres unntak for historiske og bevaringsverdige installasjoner.

A, SV (subsidiært) og V endringsforslag (nr. 23) til pkt. 6.19:

6.19 Reklame på gesims eller tak tillates ikke. Det kan gjøres unntak for historiske og bevaringsverdige installasjoner. Skilt på gesims eller tak skal ikke ha bakplate, men fremstå som en transparent innretning. Festeordninger som ikke er i bruk skal fjernes.

Byrådets innstilling:

6.24 Belysning av skilt og reklame tillates i XS og S-områder, jf. også de områdevisse retningslinjene. I øvrige områder tillates også lysskilt.

A og SV endringsforslag (nr. 24) til pkt. 6.24:

6.24 Belysning av skilt og reklame tillates i S-områder, jf. også de områdevisse retningslinjene.

Byrådets innstilling:

6.26 Lysettingen skal ikke blende eller være urimelig sjenerende for trafikanter eller beboere. Tilsvarende gjelder for skilt og reklame med blinkende lys.

A, SV og V endringsforslag (nr. 25) til pkt. 6.26:

6.26 Lysettingen skal ikke blende eller være urimelig sjenerende for trafikanter eller beboere. Skilt og reklame med blinkende lys tillates ikke.

Byrådets innstilling:

6.27 Frittstående skilt kan være belyst i XS og S-områder. I øvrige områder tillates også lysskilt med tett frontplate og lysende tekst.

A og SV endringsforslag (nr. 26) til pkt. 6.27:

6.27 Frittstående skilt kan være belyst i S-områder. I L- og M-områder tillates også lysskilt med tett frontplate og lysende tekst.

A og SV tilleggsforslag (nr. 27), nytt pkt 6.29:

6.29 Lysskilt bestående av tekst skal bygges opp av frittstående bokstaver. I særskilte tilfelle kan tillatelse til bruk av lyskasser gis.

7 Områdevisse retningslinjer (endringsforslag)

Byrådets innstilling:

7.1 Reklameområde XS (sårbare områder)

7.1.1 Tillatt varig skilt og reklame:

Komiteens endringsforslag (nr. 28) til overskriften:

7.1.1 Tillatt skilt og reklame (varig utgår)

7.2 Reklameområde S (boligdominerte områder)

7.2.1 Tillatt varig skilt og reklame:

A, H, SV og V endringsforslag (nr. 29) til pkt. 7.2.1 (overskriften endres):

7.2.1 Tillatt skilt og reklame (varig utgår)

F alternative forslag (nr. 30) til .

7.2.1 Tillatt skilt og reklame:

Malt gavlreklame uten belysning endres til:

Malt **eller tilsvarende** gavlreklame uten belysning

Byrådets innstilling:

Pkt 7.2.2 Temporær annonsering av kultur- og idrettsarrangementer som horisontale og vertikale bannere.

F endringsforslag (nr. 31) til pkt. 7.2.2:

7.2.2. Temporær annonsering av kultur- og idrettsarrangementer som horisontale og vertikale bannere, **og temporær annonsering av det lokale næringslivets aktiviteter.**

7.3 Reklameområde M (områder med blandete funksjoner)

Byrådets innstilling:

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

Komiteens endringsforslag (nr. 32) til pkt. 7.3.1 (overskriften endres)

7.3.1 Følgende skilt og reklame kan tillates:

A og SV endringsforslag (nr. 33) til pkt. 7.3.1 (punkt om Gavltreklame som tavler/boards – utgår)

A, SV og V endringsforslag (nr. 34) til pkt. 7.3.1 (punkt om Takskilt/reklame der det er tradisjon for det – reklame utgår og endres til Takskilt der det er tradisjon for det)

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.

SV endringsforslag (nr. 35) til pkt. 7.3.2:

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 **særskilte markedsaktiviteter med stedlig tilknytning**

Byrådets innstilling:

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. Horisontal

uthengsreklame og fasadereklame tillates i 1. etasje. Hovedfasader på hovedbygninger med offentlig/allmenntyttige funksjon skal være reklamefrie.

A og SV endringsforslag (nr. 36) til pkt. 7.3.4:

7.3.4 Fasadeskilt og vertikale uthengskilt over flere etasjer tillates dersom estetiske forhold på bygningen tilsier det, eller det lages en helhetlig skiltplan for fasaden. Horisontal uthengsreklame og fasadereklame tillates i 1. etasje. Hovedfasader på hovedbygninger med offentlig/allmenntyttige funksjon skal være reklamefrie. ***Belyst skilt og reklame samt lysskilt tillates ikke over andre etasje.***

7.4 Reklameområde L (næringsdominerte områder)

Byrådets innstilling:

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

Komiteens endringsforslag (nr. 37) til pkt. 7.4.1:

7.4.1 Tillatt skilt og reklame: (varig utgå)

A og SV alternative endringsforslag (nr. 38) til pkt. 7.4.1

"Gavltreklame som tavler/boards" – utgå)

A, SV og V endringsforslag (nr. 39) til pkt. 7.4.1:

"Takskilt– reklame" utgå)

Byrådets innstilling:

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 allmenntyttige funksjon skal være reklamefrie. Reklame på idrettsanslegg skal være orientert innover i anlegget.

A og SV endringsforslag(nr. 40) til pkt. 7.4.4:

7.4.4: Belyst skilt og reklame samt lysskilt tillates ikke over andre etasje.

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

Det vises til hele pkt. 7.6.1 - 7.6.6 i byrådets innstilling.

A, H, SV og V alternative endringsforslag (nr. 41):

Pkt. 7.6 (7.6.1 – 7.6.6) Bestemmelsen tas ut. Området defineres som reklameområde L

8 Områdevisse retningslinjer

Byrådets innstilling:

8.2 Nabovarsel. Dersom søknaden gjelder omskilting, kan det også, etter en konkret vurdering i det enkelte tilfelle, fritas for krav til nabovarsling.

A og SV endringsforslag (nr. 42) til pkt 8.2:

8.2 Bestemmelsen tas ut.

Byrådets innstilling:

8.3 Søknader om enkle skiltinnretninger kan unntas krav om ansvar for prosjektering og utførelse, og plasseres i tiltaksklasse 1.

F endringsforslag (nr. 43) til pkt 8.3:

8.3 Ved omskilting av næringsbygg sendes en melding som e-post til en egen e-postadresse hos Plan- og bygningssetaten. Meldingen skal inneholde en fotomontasje av skiltingen, samt opplysninger om skilttype, mål etc. Har ikke søker mottatt innsigelse innen 14 dager, anses skiltingen som godkjent.

Ved førstegangs skilting av næringsbygg eller omfattende forandringer i skiltplan, sendes det først ut nabovarsel. Er det ikke kommet innsigelse fra naboene, sendes saken som melding til Plan- og bygningssetaten (som over).

9 Kunngjøring og overgangsbestemmelser

Byrådets innstilling:

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.

A, SV og V endringsforslag (nr. 44):

Pkt. 9.2 Bestemmelsen tas ut.

Tilleggsforslag

SV tilleggsforslag (nr. 45) til vedtakspunkt 3 (videreføring av arbeid):

- Byrådet bes utarbeide særskilte retningslinjer for bruk av reklame i gater og andre byrom til frivillige organisasjoners arbeid.

- Ved fastsettelse av gebyr for skilt- og reklameinnretninger skal gebyret også dekke tilstrekkelig kontrollfunksjon.

A og SV tilleggsforslag (nr. 46) til vedtakspunkt 3 (videreføring av arbeid):

- Byrådet bes fremme sak om egen kontrollordning for skilt- og reklameinnretninger.

A, SV og V tilleggsforslag (nr. 47)

Byrådet bes foreta en gjennomgang av reklameinstallasjonene i indre by basert på bestemmelsene i skilt- og reklameplanen. Byrådet bes komme tilbake med en orientering om installasjoner som er i strid med ny forskrift.

A, SV og V tilleggsforslag (nr. 48)

Byrådet bes legge frem sak om hvordan ny forskrift kan gjøres gjeldende for eksisterende tillatelser eller eksisterende installasjoner.

Komiteens tilleggsforslag (nr. 49) (nytt vedtakspunkt):

-Kart og bestemmelser endres tilsvarende.

Votering:

Saksfremstilling (avsnitt om "Skilt og reklame – Hovedutfordringer og målsettinger):

A, SV og Vs endringsforslag (nr. 1) til 3. avsnitt ble tiltrådt mot 6 stemmer (H og F).

A, SV og Vs endringsforslag (nr. 2) til pkt. b) ble tiltrådt mot 6 stemmer (H og F).

H og Fs endringsforslag (nr. 3) til pkt. d) siste setning fikk 6 stemmer (H og F).

A, SV og Vs endringsforslag (nr. 4) til pkt. d) siste setning ble tiltrådt mot 6 stemmer (H og F).

SVs endringsforslag (nr. 5) til pkt. e) fikk 2 stemmer (SV).

SV og Vs endringsforslag (nr. 6) til pkt. e) fikk 3 stemmer (SV og V).

SVs tilleggsforslag (nr. 7) til pkt. e) fikk 2 stemmer (SV).

Komiteens tilleggsforslag (nr. 8) til pkt. e) ble enstemmig tiltrådt.

Komiteens tilleggsforslag (nr. 9) nytt pkt. h) ble enstemmig tiltrådt.

A, SV og Vs tilleggsforslag (nr. 10) nytt pkt. i) ble tiltrådt mot 6 stemmer (H og F).

SVs tilleggsforslag (nr. 11) nytt pkt. j) fikk 2 stemmer (SV).

Forslag til vedtekt/forskrift med retningslinjer om skilt og reklame i Oslo

A, SV og Vs endringsforslag (nr. 12) til pkt. 1 ble tiltrådt mot 6 stemmer (H og F).

A, H, SV og Vs endringsforslag (nr. 13) til pkt. 2 ble tiltrådt mot 2 stemmer (F).

SVs endringsforslag (nr. 14) til første ledd andre punktum fikk 2 stemmer (SV)

A, H, SV og Vs endringsforslag (nr. 15) til pkt. 3, tredje ledd ble tiltrådt mot 2 stemmer (F).

Komiteens endringsforslag (nr. 16) til pkt. 4, første avsnitt ble enstemmig tiltrådt.

A, H, SV og Vs endringsforslag (nr. 17) til pkt. 5 ble tiltrådt mot 2 stemmer (F).

SVs endringsforslag (nr. 18) til pkt. 5 fikk 2 stemmer (SV).

SVs endringsforslag (nr. 19) til pkt. 6.3 fikk 2 stemmer (SV).

A og SVs endringsforslag (nr. 20) til pkt. 6.4 fikk 6 stemmer (A og SV).

Komiteens endringsforslag (nr. 21) til pkt. 6.9 ble enstemmig tiltrådt.

SVs endringsforslag (nr. 22) til pkt. 6.19 fikk 2 stemmer (SV).

A, SV og Vs endringsforslag (nr. 23) til pkt. 6.19 ble tiltrådt mot 6 stemmer (H og F).

A og SVs endringsforslag (nr. 24) til pkt. 6.24 fikk 6 stemmer (A og SV).

A, SV og Vs endringsforslag (nr. 25) til pkt. 6.26 ble tiltrådt mot 6 stemmer (H og F).

A og SVs endringsforslag (nr. 26) til pkt. 6.27 fikk 6 stemmer (A og SV).

A og SVs tilleggsforslag (nr. 27) til nytt pkt. 6.29 fikk 6 stemmer (A og SV).

Komiteens endringsforslag (nr. 28) til pkt. 7.1.1 (overskrift) ble enstemmig tiltrådt.

A, H, SV og Vs endringsforslag (nr. 29) til pkt. 7.2.1 (overskrift) ble enstemmig tiltrådt.

Fs alternative forslag (nr. 30) til pkt. 7.2.1 fikk 2 stemmer (F).

Fs endringsforslag (nr. 31) til pkt. 7.2.2 fikk 2 stemmer (F).

Komiteens endringsforslag (nr. 32) til pkt. 7.3.1 (overskrift) ble enstemmig tiltrådt.

A og SVs endringsforslag (nr. 33) til pkt. 7.3.1 fikk 6 stemmer (A og SV).

A, SV og Vs endringsforslag (nr. 34) til pkt. 7.3.1 ble tiltrådt mot 6 stemmer (H og F).

SVs endringsforslag (nr. 35) til pkt. 7.3.2 fikk 2 stemmer (SV).
A og SVs endringsforslag (nr. 36) til pkt. 7.3.4 fikk 6 stemmer (A og SV).
Komiteens endringsforslag (nr. 37) til pkt. 7.4.1 (overskrift) ble enstemmig tiltrådt.
A og SVs endringsforslag (nr. 38) til pkt. 7.4.1 fikk 6 stemmer (A og SV).
A, SV og Vs endringsforslag (nr. 39) til pkt. 7.4.1 ble tiltrådt mot 6 stemmer (H og F).
A og SVs endringsforslag (nr. 40) til pkt. 7.4.4 fikk 6 stemmer (A og SV).
A, H, SV og Vs endringsforslag (nr. 41) til pkt. 7.6 ble tiltrådt mot 2 stemmer (F).
A og SVs endringsforslag (nr. 42) til pkt. 8.2 fikk 6 stemmer (A og SV).
Fs endringsforslag (nr. 43) til pkt. 8.3 fikk 2 stemmer (F).
A, SV og Vs endringsforslag (nr. 44) til pkt. 9.2 ble tiltrådt mot 6 stemmer (H og F).
Byrådets innstilling for øvrig ble enstemmig tiltrådt.

Tilleggsforslag

SVs tilleggsforslag (nr. 45) til vedtakspunkt 3 fikk 2 stemmer (SV).
A og SVs tilleggsforslag (nr. 46) til vedtakspunkt 3 fikk 6 stemmer (A og SV).
A, SV og Vs tilleggsforslag (nr. 47) ble tiltrådt mot 6 stemmer (H og F).
A, SV og Vs tilleggsforslag (nr. 48) ble tiltrådt mot 6 stemmer (H og F).
Komiteens tilleggsforslag (nr. 49) ble enstemmig tiltrådt.

Etter dette er byutviklingskomiteens innstilling:

Saksfremstilling (avsnitt om "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 skilt og reklame underordnes byens estetiske uttrykk. Byen skal i liten grad være preget av reklame. Byens gater- og torgs rolle som demokratisk arena skal prioriteres. Tilgjengelighet for alle 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?

E.

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?

F.

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)

Byens brukere og innbyggere har behov for uteoppholdsarealer, avskjerming av boliger, ro, lek og rekreasjon. Dette skal overordnes behovene tilknyttet markedsaktørene.

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. Heldekkende reklame tillates ikke på kollektive transportmidler.

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) og tar hensyn til trafikksikkerheten.
- 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 kjønn, seksuell legning, 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.

h)

Oslo skal være en by det er lett å finne frem i. Skilt skal bidra til at besøkende enklere kan finne frem i byen.

i)

Oslos offentlige rom skal være fri for påtrengende reklame i form av bevegelige bilder og sjenerende lyd.

Byrådets innstilling:

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 begrense skilt og reklame sin dominans i det offentlige rom, samt 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 29.09.2008.

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 29.09.2008, er delt opp i 4 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), se kart og områdevisse retningslinjer.

4 Skilt- og reklametyper

Tillatelser til oppsetting av skilt og reklame skal som hovedregel gis inntil videre, men kan også gis for et bestemt tidsrom. Hvis tillatelsen gis for et bestemt tidsrom, skal dette begrunnes særskilt.

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.

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, trafiksikkerhet og viktige siktakser inn og ut av parker, byrom og gater. De skal heller ikke virke vesentlig sjenerende 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. Bysykelstativer 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 er det disse som skal benyttes hvis tillatelse gis.
- 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, pilastre 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 Reklame på gesims eller tak tillates ikke. Det kan gjøres unntak for historiske og bevaringsverdige installasjoner. Skilt på gesims eller tak skal ikke ha bakplate, men fremstå som en transparent innretning. Festeanordninger som ikke er i bruk skal fjernes.
- 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. Skilt og reklame med blinkende lys tillates ikke.
- 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 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 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 m² 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 Følgende skilt og reklame kan tillates:
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 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 m² pr. virksomhet pr. fasade tillates. Gavlskilt tillates opp til 1/5 av gavlens størrelse, begrenset oppad til en skiltflate på maks. 12 m². Gavltreklame som tavler/boards tillates opp til 1/5 av gavlens størrelse, begrenset oppad til en reklameflate på maks. 12 m² 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 m² 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
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, allmenntilgjengelige 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 allmenntilgjengelige funksjon skal være reklamefrie. Reklame på idrettsanslegg 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 m². Gavltreklame som tavler/boards tillates opp til 1/5 av gavlens størrelse, begrenset oppad til reklameflate maks 24 m² 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 m² 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 piler og bjelker tildekkes.
- 7.5.9 Markiser og baldakiner fargesettes i samsvar med fargene på det aktuelle bygget, primært i dempede farger, ikke signalfarger.

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.

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.

4.

Byrådet bes foreta en gjennomgang av reklameinstallasjonene i indre by basert på bestemmelsene i skilt- og reklameplanen. Byrådet bes komme tilbake med en orientering om installasjoner som ser i strid med ny forskrift.

5.

Byrådet bes legge frem sak om hvordan ny forskrift kan gjøres gjeldende for eksisterende tillatelser eller eksisterende installasjoner.

6.

Kart og bestemmelser endres tilsvarende.

