



Til byrådsgruppen for Socialistisk Folkeparti (SF)
Att. Thomas Medom, Jan Ravn Christensen og
Mette Bjerre

2. januar 2020
Side 1 af 5

Besvarelse af 10-dages forespørgsel fra SF i Aarhus Byråd om reklameskilte i Aarhus Kommune

SF i Aarhus Byråd har rejst en række spørgsmål om reklameskilte i Aarhus Kommune til besvarelse af Magistratsafdelingen for Teknik og Miljø.

TEKNIK OG MILJØ
Aarhus Kommune

Spørgsmål:

Hvor mange reklameskilte har Aarhus Kommune godkendt de seneste 5 år?

Svar:

Teknik og Miljø behandler som plan- og bygningsmyndighed over 100 sager årligt vedrørende ansøgning om opsætning af skilte og lovliggørelse af skilte på privat grund. Antallet af nye skilte årligt i byen er dog langt større.

Rådhuset, Rådhuspladsen 2
8100 Aarhus C

Telefon: 89 40 20 00

Direkte e-mail:
post@mtm.aarhus.dk

www.aarhus.dk

Sag: 19/187664-4
Sagsbehandler:
Mette Rudbeck

Der sondres almindeligvis mellem skilte, der vedrører *information* om en butik, virksomhed, institution med mere med for eksempel navn, art eller logo, og som bliver opsat direkte i forbindelse med bygningen, og skilte, der vedrører *reklame*. En reklame indeholder et budskab, der skal påvirke en målgruppe til at handle i butikken, købe en virksomheds ydelse eller deltage i et arrangement eller lignende.

Byggeri har lavet en søgning af skiltesager i sagsarkivet Struktura i perioden 2014-2019 og efterfølgende sorteret i listen, så den kun omfatter sager med *LED-skilte* og anden *reklameskiltning*. På grund af forskellig navngivning af sagerne i sagssystemet er tallene dog behæftet med nogen usikkerhed. Herudover vil sager om skiltning, der er en del af en større byggesag, ikke indgå i tallene, da det ikke kan søges frem.

Søgningen viser 37 sager om opsætning af LED-skærme. Heraf er der godkendt ni LED-skærme af forskellig udformning. Skærmene vil typisk være godkendt til at have samme funktion som et fast skilt, det vil sige information om en butik, virksomhed, institution med mere på ejendommen med for eksempel navn, art, eller logo og ikke egentlig reklame. I otte sager er der ikke truffet en afgørelse endnu.

Der har været 49 sager om opsætning af øvrige reklameskilte, blandt andet bannere. Heraf er godkendt syv sager. I 19 sager er der ikke truffet afgørelse endnu.

Som nævnt er det vigtigt at være opmærksom på, at tallene er behæftet med nogen usikkerhed.



2. januar 2020
Side 2 af 5

Spørgsmål:

Hvor mange ulovlige skilte er blevet påpeget de seneste 5 år? Hvor mange af de ulovlige skilte er blevet fjernet inden for tidsrammen?

Svar:

Skilte kan være reguleret i en lokalplan, byplanvedtægt eller tinglyst deklaration for ejendommen. Nogle skilte kræver byggetilladelse efter byggelovens § 16 afhængig af skiltets størrelse, placering og udformning. I andre tilfælde kan kommunen ved forbud eller påbud efter byggelovens § 6D, stk. 2, hindre en opsætning eller kræve et skilt, der er opsat, fjernet, hvis det vurderes at være skæmmende eller til gene for omgivelserne.

Kun hvis et skilt er opsat uden godkendelse eller byggetilladelse, hvor det er påkrævet, eller et skilt sættes op på trods af et forbud eller ikke fjernes efter et påbud, er der tale om et *ulovligt forhold*, som kommunen skal søge lovliggjort, medmindre det er af underordnet betydning.

Søgningen i sagsarkivet viser umiddelbart sager om LED-skilte på ni ejendomme, som udspringer af en klagesag eller lovliggørelsessag, heraf er 2-3 blevet godkendt.

Byggeri har en verserende sag, hvor påbud om at lovliggøre et LED-skilt ikke er blevet efterkommet, og det er nødvendigt at foretage yderligere håndhævelsesskridt. Der er herudover et par sager, hvor der ikke er truffet afgørelse endnu.

Der er 20 klage- og lovliggørelsessager, der vedrører øvrige reklameskilte blandt andet bannere. Der er givet afslag på lovliggørelse i 14 sager. I de resterende seks sager er der enten meddelt tilladelse, eller sagen er henlagt uden afgørelse. Det sidste kan blandt andet skyldes, at der har været tale om skiltning i forbindelse med arrangementer, hvor opsætningen har været tidsbegrænset, og den i øvrigt har været i overensstemmelse med praksis.

Spørgsmål:

Hvem har Aarhus Kommune aftaler med ift. opsætning af 'outdoor' reklamer i byen, hvad er aftalens længde, og hvad indebærer den helt konkret?

Svar:

En stor del af de "outdoor" reklamer, der ses i byen, udspringer af den koncessionskontrakt, som Aarhus Kommune i 1999 indgik med firmaet AFA JCDecaux A/S om levering af reklamefinansieret byrumsinventar.

Koncessionskontrakten betyder, at Aarhus Kommune ikke skal betale for de ydelser som leveres af AFA JCDecaux A/S, men i stedet har givet AFA JCDecaux A/S en ret til at reklamere på det opstillede byrumsinventar.



Kontrakten indebærer, at AFA JCDecaux A/S mod at opnå indtægter fra salg af reklameflader på det opstillede byrumsinventar, blandt andet skal levere følgende ydelser:

2. januar 2020
Side 3 af 5

- 390 buslæskærme, inklusive rengøring og vedligeholdelse
- 173 informationstavler, inklusive rengøring og vedligeholdelse
- 962 stoppestedsstandere
- 1131 affaldskurve
- 55 søjler til fri plakatering
- 17 fuldautomatiske toiletter, inklusive rengøring og vedligeholdelse
- Levering af bykort og oversigtskort
- Diverse rengørings- og vedligeholdelsesydelser
- Diverse anlægsopgaver i forbindelse med etablering og flytning af udstyr

Kontrakten har i sin løbetid gennemgået flere ændringer, men oprindeligt blev AFA JCDdecaux A/S ydelser anslået til en værdi på 144 mio. kr. over 15 år. Kontrakten i sin nuværende form løber til udgangen af 2029.

Magistratsafdelingen for Kultur og Borgerservice opsætter derudover informationer om større events i byens lygtepæle som en understøttelse af byens eventstrategi. Det er et eksternt firma, som, via et udbud, står for drift og vedligehold af beslag, og som hænger bannere op og tager dem ned. Det enkelte event afholder selv udgiften. Det er Aarhus Events, der tager stilling til hvilke større events, der synliggøres.

Endelig driver Aarhus Kommune i regi af Kultur og Borgerservice (ITK) otte storskærme (pyloner) ved indfaldsvejene til Aarhus Midtby og en skærm på Havnepladsen. Skærmene er opsat med godkendelse fra trafik- og bygge-myndigheden i Aarhus Kommune samt Aarhus Politi og efter dialog om deres fysiske placering for at hindre forstyrrelser af trafikken. De er for eksempel ikke placeret i nærheden af trafikerede kryds.

På skærmene formidles kulturelle og sportslige events, hvor alle byens borgere kan deltage. Formålet er at inspirere borgere og besøgende i byen til at deltage i disse aktiviteter.

For at sikre mindst mulig forstyrrelse af trafikanter vises ikke dynamisk indhold på skærmene. Grafikker står i forholdsvis lang tid, ligesom overgangene er langsomme og fader ud via en sort flade.

Skærmen på Havnepladsen er slukket om natten. Den viser indhold som de øvrige skærme, dog især information om kommunens Smart City aktiviteter, lokalhistorien i Aarhus med mere.

Økonomisk hviler denne løsning i sig selv.



2. januar 2020
Side 4 af 5

Spørgsmål:

I forbindelse med stilladsarbejde hvorledes reguleres hvilke reklamer, der må opsættes?

Svar:

Der er almindeligvis mulighed for at opsætte midlertidige skilte. Dette vil sige skilte opsat i en begrænset periode, som for eksempel byggepladsskilte, stilladsreklamer og bannere ved særlige lejligheder/arrangementer.

Efter praksis tillader Byggeri som plan- og bygningsmyndighed reklamer på stilladser på privat grund i form af bannere eller billboards i forbindelse med bygge- og anlægsarbejder. Skiltene skal sættes forsvarligt op og nedtages efter afslutning på et bygge- og anlægsarbejde. Der må ikke opstilles fritstående stilladser kun til reklamemæssigt formål.

Herudover tillader Drift som vejmyndighed, at der opsættes reklamer på stilladser, som private får tilladelse til at sætte op på vejareal efter Teknik og Miljø's "Retningslinjer for særlig råden over vejareal", se link <https://www.aarhus.dk/media/19273/retningslinier-for-saerlig-raaden-over-vejareal.pdf>.

Drift opkræver afgift for reklamer af kommerciel karakter (salgsreklamer) på stillads på vejareal. Afdækning på stilladser med bygherrens navn eller byggefirma med videre betragtes ikke som reklame. Ordningen har kun været anvendt i begrænset omfang i 2019 med en samlet fakturering på cirka 20.000 kr.

Spørgsmål:

Hvad vil et forbud mod 'outdoor' reklamer i Aarhus C koste?

Svar:

Det er svært entydigt at opgøre, hvad det vil koste at håndhæve et (næsten) "forbud". Der vil blandt andet være udgifter forbundet med håndhævelse og med selv at skulle finansiere byrumsinventaret.

Kommunen kan som myndighed inden for lovgivningens rammer og på baggrund af relevante planlægningsmæssige hensyn til byudviklingen beslutte at føre en mere lempelig eller mere restriktiv (reklame)skiltepolitik overfor virksomheder, butikker med videre i byens rum i forhold til hidtidig praksis.

Hvis et område ønskes beskyttet mod reklameindslag, vil det blive nødvendigt med en større grad af håndhævelse. Byggeri håndhæver ikke skilte opsøgende, men reagerer på klager. Sagerne er ressourcetunge, da det er dyrt for de erhvervsdrivende at ændre en allerede opsat skiltning, og da de kan pege på andre lignende skilte.



Kommunen kan som offentlig institution vælge at lade være med selv at benytte sig af reklamer i det offentlige rum. En eventuel beslutning om ikke at genudbyde en koncessionskontrakt om reklamefinansieret byrumsinventar vil betyde, at kommunen selv vil skulle finde midlerne til anskaffelse af nyt byrumsinventar og til etablerings-, drifts- og vedligeholdelsesudgifter hertil. På baggrund af opgørelsen af kontraktværdien tilbage i 1999, forventes udgiften at udgøre et trecifret millionbeløb.

2. januar 2020
Side 5 af 5

Spørgsmål:

Hvad er målsætningen med de kommende regelændringer på området?

Svar:

Teknik og Miljø er ved at udarbejde et forslag til nye retningslinjer for skilte i byens rum. Den hastige udvikling af nye skiltetyper og teknikker samt udviklingen i praksis i øvrigt har skabt et behov for en modernisering af de eksisterende retningslinjer for skilte.

Det er målet med retningslinjerne, at myndighedsbehandlingen af sager om skilte sker på baggrund af et politisk tiltrådt administrationsgrundlag, der sikrer god skiltning til virksomheder, butikker, institutioner med flere på et ensartet grundlag afstemt efter områdets karakter og skiltens type med videre.

Retningslinjerne har til formål at balancere behovet for blandt andet digitale skilte i forhold til at bevare og styrke byens historiske og arkitektoniske kvaliteter ved at fastsætte, *hvor* de kan opsættes, *hvordan* og *hvad* de må vise.

God skiltning er med til at højne det visuelle miljø, så byen får en hensigtsmæssig udvikling med et attraktivt bymiljø og smukke veje i tråd med kommuneplanen og arkitekturpolitikken.

Retningslinjerne vil ikke komme til at omfatte alt skiltning i kommunen, for eksempel ikke trafikskilte, vejnavne og service-vejvisning. De vil heller ikke omfatte skilte, der er en del af kommunens byudstyr og funktion, for eksempel oplysnings- og informationsskilte, plakatsøjler, bannere i lygtepæle, buslæskærme, og infostandere.

I forbindelse med den politiske behandling af retningslinjernes indhold vil det også være relevant at behandle et eventuelt politisk ønsket niveau for håndhævelse af retningslinjerne, der kan spænde fra oplysningskampagne til aktivt opsøgende tilsyn og lovliggørelse.

Bünyamin Simsek
Rådmand

/

Lone Dannerby Paulsen
Forvaltningschef