

# Reklameplanen øker reklamepresset i Oslo - stans!no krever 13 endringer

Oslo 2007-05-21. Aksjon stans!no har finlest byrådets nye [forslag til Skilt- og reklameplan i Oslo](#). Vår aksjon har stor folkelig støtte i kampen mot lysreklametårn og det er derfor gledelig at forslaget ikke vil tillate reklame på nedstigningstårn. Vi er også positive til at det lages en helhetlig plan om skilt og reklame.

Dessverre vil forslaget, samlet sett, føre til økt reklamepress i Oslo. I forhold til dagens regelverk er forslaget en betydelig liberalisering på viktige områder. Det åpnes for lysreklame i boligstrøk, reklamekampanjer på stillas og bannere, blinkende og bevegelig reklame, samt videoreklame på storskjerm. Eksisterende skilt og reklame får amnesti. Aksjon stans!no mener planen må endres på 13 punkter for å kunne bli det ryddeverktøy politikerne og innbyggerne har ønsket seg.

## Bakgrunn

*Reklamens visuelle form handler om å stjele noen sekunder av menneskers liv for å få anledning til å påvirke. Dersom et kvinnelår eller et nakent bryst kan oppnå dette vil reklamen ta det i bruk.*  
- Trond Blindheim

Det offentlige rom er under sterkt press fra reklamebransjen som ønsker å nå fram med sitt budsak. I de senere årene har Oslo kommune inngått avtaler der det offentlige rom byttes mot tjenester (toaletter) eller gis bort (lysreklametårn). Dette har ført til sterke reaksjoner fra innbyggere og politikere. Mer enn 3000 mennesker har støttet aksjon stans!no sin kamp mot lysreklametårn. Mange politikere har også ønsket seg en restriktiv reklameplan for å rydde opp i kaoset og hindre mer reklame.



Forslaget til Skilt- og reklameplan inneholder mange fine ord og noen viktige prinsipper. Dokumentet er likevel ikke det byen trenger for å forsvare seg mot kapitalsterke aktører som har vist evne til å sno seg i regelverket. To store reklameselskap, JCDecaux og ClearChannel, har tatt i bruk tildels brutale metoder for å presse inn sine lysende kampanjer. Blant skrekkeksempelene finner vi JCDecauxs nabovarsel om lysreklametårn; rett før fellesferien 2002 ble nabovarsel uten opplysninger om høyde og utforming sendt ut med to ukers svarfrist. Gjennom forhandlinger med samferdselsetaten i 2006 fikk JCDecaux utvidet området for lysreklame i leskur; på nettsidene skryter firmaet av at de tar "*et enda større grep om de mest sentrale trafikkområdene i hovedstaden*". I Bergen har ClearChannel støvnet kommunen og kalt alle bystyrerepresentantene som vitner i saken.

Endringsforslagene som stans!no presenterer i dette notat retter seg først og fremst mot lysreklamen disse to aktørne ønsker å presse på oss; den er ensartet, sjel-løs, og gjør Oslo til et mindre interessant sted å være. Vi er derimot positive til skilt for stedlige virksomheter; der skal synes at her kan handles.

## Våre krav

I prioritert rekkefølge krever vi følgende:

## 1. Dagens vern for boligområder må opprettholdes

Dagens vedtekter (gjengitt på side 54 i [trykt vedlegg 1](#)) sier: "*I boligstrøk er takreklame, lysreklame og større reklamearrangement ikke tillatt*". Leskur og bysykkelstativ har begge lysreklame og må også anses for å være "*større reklamearrangement*". Å sette opp leskur og bysykkelstativ i boligområder er derfor i strid med dagens vedtekter. For å hindre at den nye planen gir boligområder mindre vern enn tidligere krever vi følgende endringer i planen:

- I seksjon 7.1.1 endres teksten "*Skilt og reklame på leskur og bysykkelstativer i områdets reandsoder, dersom ikke andre muligheter finnes.*" ved å fjerne ordene "*og reklame*".
- I seksjon 7.2.1 endres teksten "*Skilt og reklame på leskur og bysykkelstativer*" ved å fjerne ordene "*og reklame*".

(Rød bakgrunn merker tekst som ønskes fjernet fra forslaget, grønn bakgrunn merker tekst vi ønsker inn i Skilt- og Reklameplanen.)

Disse endringene betyr at leskur og bysykkelstativ tillates i områdene XS og S, men ikke med reklame.

Sekundært mener vi at det må være et absolutt krav at lys ikke skal brukes i leskur og bysykkelstativ i sone XS og S.

## 2. Eksisterende reklame skal ikke gis amnesti

I forslaget heter det (i seksjon 9.2) at "*Skilt- og reklameinstallasjoner 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*". Oslo Kommune har dessverre gitt mange tillatelser til å sette opp reklame i strid med egne vedtekter. Eksempelvis har JCDecaux fått tillatelse til å sette opp lysreklametårn i boligstrøk (f.eks. i Drammensveien og Waldemar Thranes gate) og leskur med reklame (f.eks. i Ullevål Hageby). Dette har ført til sterke reaksjoner, men formelle klager har ikke ført fram - i mange tilfelle har skriftlige klager ikke engang blitt besvart av Oslo Kommune. Det blir derfor feil å gi disse og lignende installasjoner amnesti da det ikke har vært praktisk mulig å klage. Vi foreslår derfor ny tekst for seksjon 9.2.:

*Eksisterende skilt- og reklameinstallasjoner som strider mot denne vedtekt må endres eller fjernes senest 12 måneder etter at denne vedtekt trer i kraft. I særskilte tilfelle kan kommunen gi tillatelse til at eksisterende skilt- og reklameinstallasjoner blir stående utover denne perioden.*

Oslo kommune har full rett til å kreve dette jf. Plan- og bygningsloven §107, andre ledd. Siste setning gjøre det mulig å gjøre unntak, f.eks. for skilt av historisk interesse.

## 3. Nei til blinkende lys

Det menneskelige øye er programmert til å fange opp blinkende lys, og fare varsles ofte på denne måten. Vi har sett flere eksempler på reklame som tar i bruk blinkende lys for å fange oppmerksomheten i Oslo. Bildet til høyre viser en lyskasse med en lysende sekundteller som sto i Majorstukrysset i 2006. Sekundtelleren tok oppmerksomheten bort fra trafikken og kunne forveksles med en nedtelling til grønt lys slik vi kjenner dem fra andre byer.

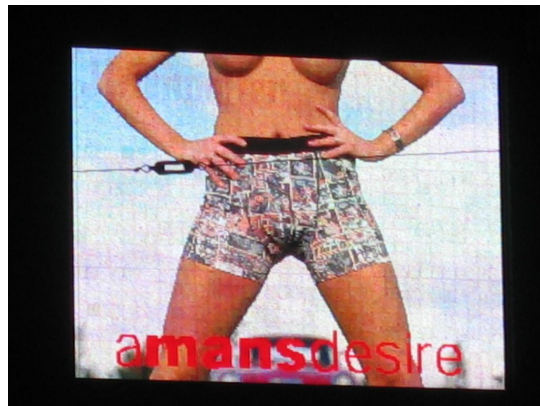
Plan- og bygningsetaten har foreslått å forby blinkende lys (i seksjon 6.26 i [trykt vedlegg 1](#)): "*Skilt og reklame med blinkende lys tillates ikke*". Byrådet har fjernet denne setningen i sitt forslag. Vi vil ha den tilbake og foreslår derfor ny tekst for seksjon 6.26:

*Lyssettingen skal ikke blende eller være sjenerende for trafikanter eller beboere. Skilt og reklame med blinkende lys tillates ikke.*



#### 4. Nei til bevegelig reklame og videoreklame

Bevegelig reklame og videoreklame har de samme ulemper som blinkende lys. I tillegg er formatet mye større. Forslaget legger opp til at bevegelig reklame og videoreklame skal tillates i fire områder i Oslo (XL-sonene). Ved Byporten i Oslo er det allerede installert en stor videoskjerm som en del av nybygget. Skjermen skulle vistnok vise nyheter og reklame; i dag viser den kun reklame. Fargene på skjermen er glørete, i ujevn kvalitet, og innholdet som vises er tildels støtende. Selvom selve skjermen er tilpasset bygget vil innholdet som vises aldri være det. Erfaringene med denne skjermen er såpass dårlige at vi mener bevegelig reklame og videoreklame ikke skal tillates i Oslo.



*Bildet til høyre er et eksempel på hva som vises på storskjermen ved Oslo S. Streken på tvers er trikkens strømforsyning.*

Vi foreslår derfor denne endringen:

- I seksjon 7.6.1 fjernes denne teksten: "Bevegelig reklame (storskjerm)"

#### 5. Nei til reklamekampanjer på stillas og bannere

Forslaget legger opp til at reklamekampanjer skal tillates på stillas og bannere i områdene M/L/XL. Teksten er likelydende for alle sonene (henholdsvis seksjon 7.3.2, 7.4.2, 7.6.2):

***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.*

Vi tror det kan bli fint med seil som viser illustrasjon av ferdig bygg, og vi synes det er greit at virksomheten under fasaden eller entreprenøren får fortelle hvem de er i byggeperioden. Vi synes også det er greit at idrett- og kulturarrangementer, samt lokale marked (f.eks. *Bondens marked* i Bogstadveien) får fortelle at de finnes. Men, vi ønsker ikke å tillate reklamekampanjer på stillas og bannere. Vi foreslår derfor ny tekst for seksjon 7.3.2, 7.4.2, og 7.6.2:

***Tillatt temporær reklame:***

*Begrenset reklame for stedlig virksomhet på stillasseil forutsatt at seilet kun dekker berørte fasader i byggeperioden og viser illustrasjon av ferdig bygg.*

*Horisontale og vertikale bannere som annonserer for idretts- og kulturarrangementer eller særskilte markedsaktiviteter med stedlig tilknytning.*

#### 6. Nei til mer takreklame

Forslaget tillater ny takreklame i områdene L og XL, samt "der det er tradisjon for det" i område M. Vi ønsker primært å fjerne all takreklame. Vi kan dog forstå at noen taksilt/-reklamer har blitt landemerker i byen og foreslår derfor denne teksten i seksjon 7.3.1, 7.4.1, og 7.6.1 som erstatning for annen tekst om taksilt/-reklame:

*Eksisterende taksilt/-reklame tillates å bli stående, men kan ikke endres etter at denne forskrift er trådt i kraft*

## 7. Nei til "boards"

En av de uttalte målsetningene med Skilt- og reklameplanen er at skilt og reklame skal bidra til byens "særpreget". En annen målsetning er at skilt og reklame skal ha "god estetisk utforming". Ingen av disse målsetningene oppnås av de store "boards" som en ser i Oslo. Ved å vise reklamekampanjer uten stedstilknytning er "boards" med på å fjerne særpreget i byen, og de ser bare triste ut. "Boards" kan med fordel erstattes med malt gavlreklame som de fleste finner mer sjarmerende.

Vi foreslår derfor å fjerne denne teksten i seksjon 7.3.1, 7.4.1, og 7.6.1:

*Gavlreklame som tavler/boards*



## 8. Nabovarsel og områdevarsel

Forslaget ønsker å fritta for krav om nabovarsel ved omskiltning. Seksjon 8.2 lyder:

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

Vi kan akseptere dette dersom endringen er enkel. Men, vi ønsker bedre varsling i området når det planlegges store installasjoner som vil sees av flere enn naboene. Vi har gjentatte ganger opplevd at store reklameinstallasjoner dukker opp uten at andre enn de nærmeste naboene (og knapt nok dem) er varslet. Vi foreslår derfor følgende nye tekst for seksjon 8.2:

*Nabovarsel. Dersom søknaden gjelder enkel omskiltning uten endringer av lys, farger eller størrelse, kan det, etter en konkret vurdering i det enkelte tilfelle, fritas for krav til nabovarsling. Dersom søknaden gjelder skilt eller reklame større enn 1.0m<sup>2</sup> skal tiltakshaver sette opp varsel på stedet som tydelig viser størrelse og utseende på det omsøkte skilt/reklame. Varselet skal stå oppe i minimum fire uker før søknad kan behandles.*

## 9. Høydebegrensing

Mange har reagert på stadig flere lysskilt med firmalogo montert øverst på høyhus i Oslo. Dersom denne utviklingen fortsetter vil Bjørvika fort fylles opp med lysskilt. Dette skjemmer byen, og vi foreslår derfor at det innføres en høydebegrensing for belyst skilt og reklame, samt lysskilt. Vi foreslår derfor at denne teksten legges til seksjon 7.3.4, 7.4.4, og 7.6.4:

*Belyst skilt og reklame samt lysskilt tillates ikke over andre etasje, med unntak for eksisterende taksilt/-reklame.*

## 10. Varig er ikke evig

Planen skiller mellom varig og temporær reklame. Varig skilt og reklame defineres på denne måten (i seksjon 4):

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

Vi mener ordet "varig" kan misforstås slik at tiltakshaver tror innretningene kan stå til evig tid. Dette er ikke tilfelle og vi ber derfor om at denne teksten settes inn i stedet:

*Varig skilt og reklame: Skilt- og reklameinnretninger som krever tillatelse etter plan- og bygningsloven, og som kan fjernes etter samme lov.*

### 11. Fri fortausbredde

I forslaget kan vi lese (i seksjon 6.4) at:

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

Vi foreslår at dette gjøres til et absolutt krav og ber derfor om at "i utgangspunktet" strykes.

### 12. Lysskilt

De fleste av oss mener frittstående bokstaver er vakrere enn bokstaver trykt på plate. Særlig gjelder dette for lysskilt. I de særskilte bestemmelsene for Karl Johans gate og Stortingsgata kan en lese (i seksjon 7.5.5) :

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

Vi mener denne regelen bør gjøres gjeldende for lysskilt i alle områder og foreslår derfor en ny seksjon 6.29:

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

### 13. Foliering og plakater

I seksjon 6.21 kan vi lese:

*Foliering på vindusflater kan maks. dekke 1/3 av vindusflaten. Plakater og lignende like innenfor vindusflaten vurderes på samme måte som foliering.*

Det er naturlig å betrakte skjermer og andre ugjennomsiktige materialer på samme måte som plakater. Dog må det være lov å tildekke vindusflater i forbindelse med ombygging o.l. Vi foreslår derfor ny tekst for seksjon 6.21:

*Foliering på vindusflater kan maks. dekke 1/3 av vindusflaten. Plakater, skjermer og andre ugjennomsiktige materialer like innenfor vindusflaten vurderes på samme måte som foliering. I forbindelse med ombygging av lokalene kan hele vindusflaten tildekkes med ensfarget foliering.*

Det må bemerkes at stans!no er mer liberal enn byrådets forslag i siste setning.

### **Tilslutt**

Reklame i det offentlige rom er en sak som engasjerer byens innbyggere. Vi håper Oslos politikere omformulerer forslaget til å bli en plan der det offentlige rom forblir alles eiendom. Det ville være en stor glede for stans!no å kunne støtte en slik plan.

Kontaktperson stans!no:  
Håkon Wium Lie  
howcome@opera.com  
Mobil: 90192217