

Byen forskjønnnes:

# Skilt og reklame må tilpasses omgivelsene

Retningslinjene for oppsetting av reklame og skilt setter krav til estetikk og tilpasning til bygning eller byrommets egenart. Ulovlig oppsatte skilt og reklameinstallasjoner skal bort. Retningslinjene følger opp Skilt- og reklameplanen for Oslo.

Skilt- og reklameplanen fra juni 2009 deler indre by inn i fire «reklamesoner» der reklame tillates i ulik grad (se kart). I de sårbare områdene er det streng begrensning. Deretter blir det gradvis mindre strengt inn mot sentrum, som er dominert av handel og næring.

Klare retningslinjer ivaretar spesielle hensyn innenfor hvert av områdene.

– Uansett hvor i byen det er, må de som skal sette opp skilt eller reklame påse at vedtekter og retningslinjer overholdes og at det søkes om tillatelse når dette er påkrevd, sier prosjektingeniør Milla Flesche i Plan- og bygningssetaten.

## Krav til estetikk og tilpasning

Formålet med Vedtekt/forskrift med retningslinjer for skilt og reklame i Oslo, er å begrense skilt og reklames dominans i det offentlige rom og sikre en estetisk god utforming av dem.

– Byen skal rett og slett bli penere. Vedtekten sier at skilt- og reklameinnretninger skal underordne seg områdets karakter og byrommets eller byggets dimensjoner og egenart med hensyn til fasadedetaljering og material- og fargebruk, sier Milla Flesche.

Arkitektoniske detaljer som gesimser, søyler, pilastre og andre karakteristiske fasadeelementer skal holdes fri for skilt og reklame, og det skal være avstand til slike elementer.

I tillegg skal skilt- og reklameinnretninger i størst mulig grad videreføre viktige linjer i byggets fasader og gis en likeverdig utforming. Skilt, logoer og reklame på fasadeflater som er



– Dette er et godt eksempel på skilting tilpasset bygningen og omgivelsene, sier prosjektingeniør Milla Flesche om Narvesen i Stortingsgata.

beregnet for skilting, skal ha samme dimensjonering. Der det brukes plateskilt, skal platene ha farger som underordner seg byggets farger. Lyssettingen skal ikke blende eller være urimelig sjenerende for trafikanter eller beboere, og skilt og reklame med blinkende lys tillates ikke.

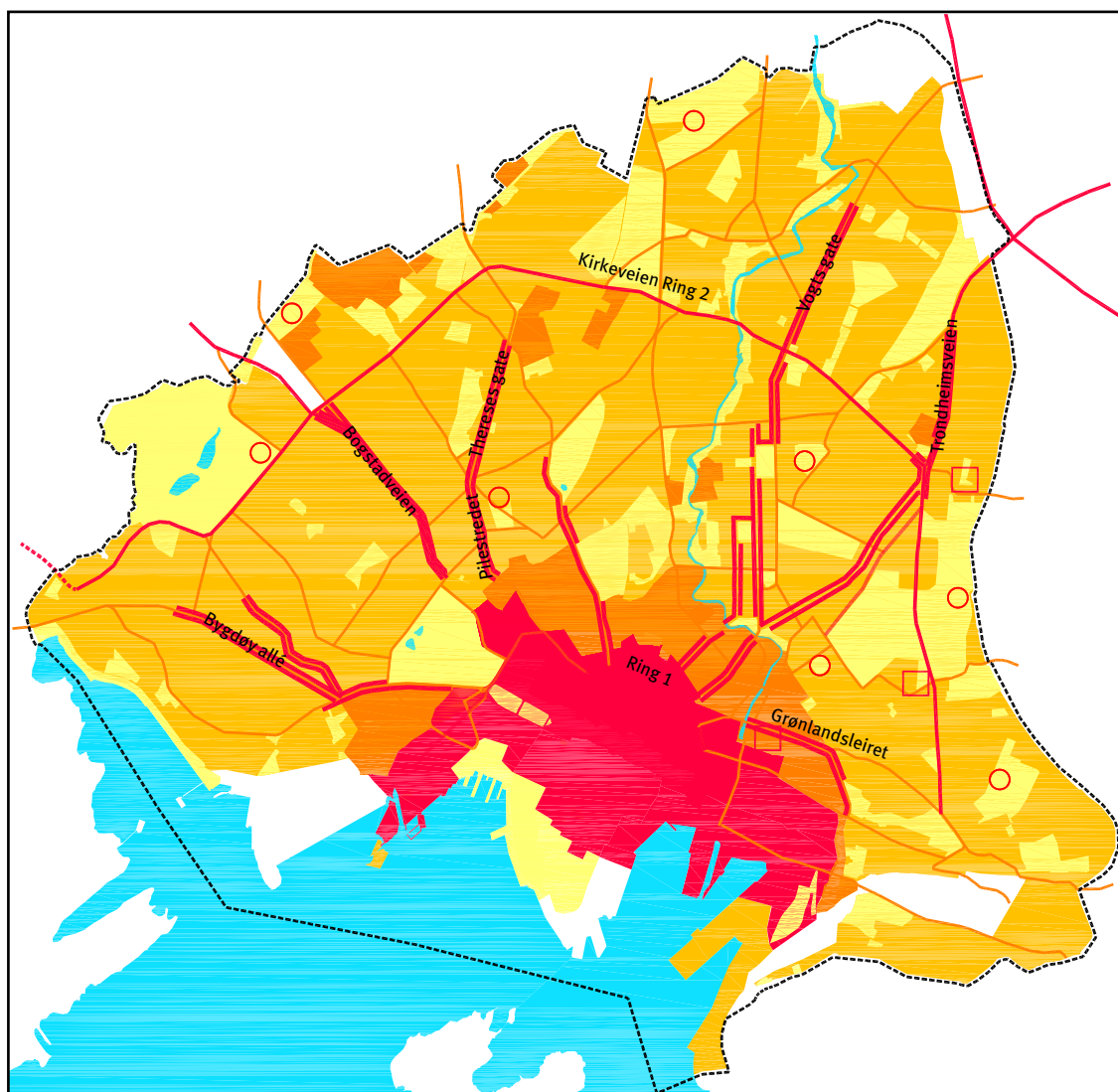
## Nulltoleranse

Da Skilt- og reklameplanen ble vedtatt, ble det bestemt at Plan- og bygningssetatens nulltoleranseprosjekt fra 2004 skulle videreføres. Det omfattet den gang fire gater i sentrum av byen – Bogstadveien, Hegdehaugsveien, Storgata og Torggata – og det ble funnet ulovlige skilt og/eller reklame på ca. 150 eiendommer. Disse

fikk beskjed om å fjerne skiltet/reklamen og/eller sende søknad om justert skilt i henhold til forskriften. Oppfølgingen av disse sakene har pågått helt frem til dags dato.

Nulltoleranseprosjektet videreføres nå ved etterkontroll av prosjektet fra 2004 og ved at Thorvald Meyers gate og nedre del av Karl Johans gate (Egertorget til Oslo S) inkluderes.

– Vi startet med etterkontroll og registrering av situasjonen i de fire gatene i juli i år. Gjennomføring i nedre del av Karl Johan og Thorvald Meyers gate startet nå i september og vil bli fulgt opp i tiden fremover, opplyser Milla Flesche.



## SKILT- OG REKLAMEPLAN FOR OSLO

### Reklameområde XS: Sårbare områder

Friområder uten idrettsanlegg  
Elve- og sjøfront utenom byggeområdet  
Gravlunder  
Fredede bygninger/anlegg  
Offentlige/almennyttige områder

### Reklameområde S: Boligdominerte områder

Rene boligområder  
Boligdominerte områder  
Offentlige/almennyttige institusjonsområder med boliger

### Reklameområde M: Områder med blandede funksjoner

Sentrumsranden  
Offentlige/almennyttige institusjonsområder uten boliger  
Næringsdominerte områder langs hovedgater

### Reklameområde L: Næringsdominerte områder

Sentrum  
Strøkgater  
Lokale knutepunkt/handelssentra/  
T-banestasjoner

## FAKTA:

### Noen nye vedtekts- og forskriftspunkter å merke seg

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

### (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.

### (7.3.5) 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.

### (7.5) Egne bestemmelser for Karl Johans gate og Stortingsgata.

Disse bestemmelsene omfatter ni punkter. De viktigste er:

- 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.
- 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.
- Virksomhetsskilt i Karl Johans gate festes på og langs bebyggelsens bjelkeband og midtstilles over butikkvinduene.
- Virksomhetsskilt frifestes til bjelken som frittstående bokstaver, enten ubelyst eller innvendig belyst, ikke som lysskilt eller plateskilt.
- Markiser og baldakiner fergesettes i samsvar med fargene på det aktuelle bygget, primært i dempede farger, ikke signalfarger.