

## **REKLAM PÅ ALLMÄN PLATS, RIKTLINJER FÖR UPPLÅTELSE AV MARK FÖR UTOMHUSREKLAM**

### **Riktlinjernas syfte**

Begreppet utomhusreklam kan användas som en gemensam benämning för affischtavlor, affischpelare, skyltar och jämförliga anordningar som är uppsatta utomhus och som är avsedda för reklam och propaganda.

Tillstånd för uppsättande av reklamordningar handläggs av miljö- och byggnämnden, vägverket och länsstyrelsen enligt bestämmelserna i plan- och bygglagen, väglagen respektive naturvårdslagen.

Huvudprincipen är att tillstånd för reklam inom planlagt område prövas av kommunen, inom vägområden för allmänna vägar av vägverket samt i övrigt av länsstyrelsen.

Följande riktlinjer är avsedda att utgöra kommunens policy för hur allmänna platser och övrig kommunal mark inom och i anslutning till tätorterna skall upplåtas och utnyttjas för reklam. Syftet är att erhålla ett enhetligt bedömningsunderlag med beaktande av både estetiska och trafiksäkerhetsmässiga aspekter. Riktlinjerna kan helt eller delvis tas in i kommunens ordningsstadga.

I tillämpliga delar kan riktlinjerna även tjäna som prövningsunderlag för reklam på enskilt ägd mark.

### **Allmänna synpunkter**

Reklam i olika former utgör ett naturligt inslag i tätorternas centrala delar. I icke-kommersiella miljöer riskerar reklamen däremot att bli främmande och störande, t ex i bostadsområden, kulturmiljöer m m. Även på sådana platser förekommer dock kiosker, butiker och andra verksamheter. Måttfulla reklaminslag med anknytning till verksamheter som bedrivs på platsen uppfattas i allmänhet som naturliga, även om omgivningen i övrigt inte är av kommersiell karaktär.

På affärsgator och i köpcentra är reklamen en naturlig del. Där bidrar skyltar och andra reklamordningar till att ge en gata eller plats dess karaktär och särart. Även budskap om verksamheter som saknar anknytning till platsen kan uppfattas som naturliga.

Målet för utomhusreklam är ju att den skall uppmärksammas. Därmed finns också risk för att den distraherar vägtrafikanter och skymmer sikten för både fordonsförare och gångtrafikanter.

Reklam utmed trafikleder bör helst utformas som vägmärken. Skyltarna bör vara diskret utformade och skall kunna läsas inom loppet av någon sekund. Det är dock naturligt att både kommunen och dess företag önskar utnyttja marken utmed de större vägarna för marknadsföring. Sådana anordningar bör dock inte i något fall placeras närmare vägområdet än 50 meter. Stor restriktivitet i tillståndsgivningen bör tillämpas.

Kommunens allmänna platser bör - i den mån de inte behövs för parkering eller andra praktiska syften - användas för planteringar och/eller annan form av utsmyckning.

## Sammanfattande riktlinjer

- \* Inom tätorterna skall varaktig utomhusreklam på allmänna platser uteslutande tillåtas på enhetligt utformade affischtavlor eller pelare, som sätts upp i kommunal regi eller genom avtal med reklamföretag.

Affischtavlor eller pelare får sättas upp på följande platser:

Götene	vid bussterminalen vid Ljungsbackens centrum
Lundsbrunn	på stationshuset
Källby	vid parkeringsplatsen mellan ICA Källan och järnvägen
Hällekis	inom f d spårområdet mellan Sjøråsvägen och småbåtshamnen

- \* Reklam i form av vägvisningsskyltar får sättas upp på befintliga stolpar till gatunamnsskyltar. Vägvisningsskyltarna skall ha samma storlek och utformning som gatunamnsskyltarna. Skyltarna tillhandahålls av tekniska kontoret.
- \* Tillfällig reklam för enskilda evenemang får sättas upp i anslutning till tätorternas infarter. Sådana skyltar får inte placeras inom 50 meter från vägområdena för E20 och riksväg 44. Skyltarna får sättas upp tidigast två veckor före evenemanget och skall tas bort omedelbart efter det att evenemanget ägt rum.

Affischering på träd eller bergväggar får inte ske.

För affischering till allmänna val gäller enligt praxis särskilda, mer liberala regler.

- \* Tillfällig reklam kan också få sättas upp på mark som för tillfället inte utnyttjas, t ex på saneringsmark och/eller i anslutning till avrivna tomter. Reklamens utformning skall i sådana fall diskuteras med annonsören från fall till fall. Tillfälliga s k byggs skyltar får också sättas upp.
- \* S k trottoarpratere får sättas upp, under förutsättning att de inte är fast monterade och att de inte placeras så att de hindrar sikten och framkomligheten.
- \* Placering av alla typer av utomhusreklam skall ske med beaktande av trafiksäkerhetens krav. Särskild hänsyn skall tas till synskadades och övriga handikappades behov av framkomlighet.
- \* Särskild restriktivitet skall iakttas mot icke platsanknuten reklam invid de allmänna vägarna. Samråd om placering och utformning skall alltid ske med väghållaren.
- \* Innan överenskommelse träffas med annonsör skall samråd ske med miljö- och byggförvaltningen om anordningens placering och utformning samt om vilka tillstånd som behövs.

Beslut enligt kommunstyrelsen den 1 dec 1992, § 260